

ROBOTY DO KOSMETYKÓW I WIRTUALNE LUSTRA

– Przyszłość widzę tak: kosmetyki będą spersonalizowane i wykonane przez domowego robota, w zależności od chwilowej potrzeby skóry, pogody, miejsca pobytu, kondycji fizycznej. (...). Za jakieś 10 lat tradycją staną się wirtualne lustra oraz wizualizacja wpływu kosmetyków na skórę i włosy w czasie rzeczywistym – mówi **dr Renata Dębowska**, szef Centrum Naukowo-Badawczego, Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris Sp. z o.o.



Fot. Dr. Irena Eris

Aldona Senczkowska-Soroka: Centrum Naukowo-Badawcze Dr Irena Eris prowadzi własne badania, m.in. na izolowanych komórkach skóry. Jako jedyne w kraju?

Renata Dębowska: Tak, nadal jesteśmy jedyną polską firmą kosmetyczną, która we własnym zakresie wykonuje takie badania. Nie odbiegamy standardami pracy czy innowacyjnością w wykonywaniu doświadczeń od zachodnich koncernów. Mówimy tu o badaniach na izolowanych komórkach skóry, na modelach naskórka i skóry właściwej oraz z udziałem ochotników, którzy testują produkty pod kątem skuteczności i bezpieczeństwa stosowania.

Jakie jest wasze największe odkrycie?

Ciekawych odkryć mamy sporo. Podzieliłabym je na kilka kategorii. Po pierwsze patenty, których mamy obecnie 8, i kilka aplikacji czekających na decyzje urzędu. Po drugie – innowacje produktowe, w tym nasze sztandarowe odkrycie nieznanego wcześniej działania kwasu foliowego, tj. ochrony przed promieniowaniem X.

Kolejne odkrycia to czynniki wzrostu w kosmetykach – modny obecnie temat w branży. Pierwsze

**DR RENATA
DĘBOWSKA**
szef Centrum
Naukowo-
Badawczego,
Laboratorium
Kosmetyczne Dr
Irena Eris Sp. z o.o.

produkty tego typu pojawiły się w naszej ofercie w 2013 r. Spore osiągnięcia mamy także w dziedzinie pielęgnacji skóry trądzikowej. W produktach wykorzystujemy nadtlenek wodoru, kwas migdałowy, octopirox, stabilizowany retinol i prebiotyki. Ciągłe pracujemy nad unikalnymi połączeniami substancji aktywnych i ich synergią.

Publikujemy w czasopismach naukowych indeksowanych na liście filadelfijskiej oraz uczestniczymy w wiodących międzynarodowych kongresach naukowych: EADV (European Academy of Dermatology and Venerology), ESDR (European Society for Dermatological Research), IACD (International Academy of Cosmetic Dermatology) oraz jesteśmy członkiem Rady Biznesu przy Wydziale Biologii i Ochrony Środowiska Uniwersytetu Łódzkiego.

Nad czym obecnie pracujecie?

Szukamy nowych połączeń substancji aktywnych, synergii ich działania, jak również działania nieoczekiwanego, które mogłyby podlegać ochronie patentowej. Odkrywamy także nowe funkcje znanych już substancji. Jesteśmy otwarci na nowe formy kosmetyków, sposoby ich podania, a także zaskakujące opakowania.

Prowadzicie badania, szukacie nowych właściwości substancji używanych w kosmetykach. Czy inspirowała was medycyna lub farmacja?

Corocznie uczestniczymy w kongresach naukowych, które pozwalają nam być na bieżąco orientować się w kierunkach rozwoju medycyny, szczególnie dermatologii. Chcemy poznać podłoże chorób, a także starzenia się skóry. Dowiadujemy się, z jakimi problemami skóry borykają się pacjenci i czego potrzebują zarówno w trakcie farmakoterapii, jak i okresach remisji. To dla nas inspiracja do tworzenia kosmetyków. Współpracujemy także z lekarzami, farmaceutami, biologami i chemikami, którzy pomagają nam zrozumieć, jak substancje aktywne

można wykorzystać w produktach do pielęgnacji skóry.

Dzisiaj na rynku pojawia się coraz więcej firm oferujących kosmetyki naturalne, m.in. reklamowane jako te bez konserwantów. Czy uważa pani, że zła sława konserwantów to obecnie największy problem branży?

Konserwanty to nie tyle problem, to wyzwanie. Wyzwanie w sensie edukacji. Nie ulega wątpliwości, że kosmetyk musi być czysty mikrobiologicznie. Niestety konsumenci nie zdają sobie sprawy ze skutków działania na skórę produktu z nadkażeniem bakteryjnym czy grzybiczym oraz z faktu, że wytwórcy kosmetyków dodają jak najmniejsze możliwe ilości konserwantów, konieczne do zapewnienia tej czystości. Bez tej świadomości nic się nie zmienia.

A pozostałe wyzwania, to...

Ciągłe zmiany w prawie, kompozycje zapachowe bez alergenów, silikonów, filtry ochronne. No i walka, ciągła walka z czarnym PR substancji całkowicie bezpiecznych dla zdrowia, a przedstawianych w powszechnej komunikacji jako szkodliwych, toksycznych.

Wracając do dzisiejszych trendów... Jak na nie odpowiadać?

Trendy są zmienne i zależne od regionu. Co kilka lat te same substancje przeżywają renesans, np. witaminy. Trendy wyznaczają wytwórcy substancji, którzy chcą sprzedać swoje rozwiązania. Badamy rynek, pojawiające się preferencje, ale nie podążamy za nimi bezrefleksyjnie. Staramy się kierować obowiązującym stanem wiedzy, edukować, wspomagać w zrozumieniu – oczywiście zgodnie z prawem.

Bardzo cieszy mnie to, że nasze społeczeństwo dojrzało do kosmetyków naturalnych, a przecież jeszcze nie tak dawno popyt był tu słaby. Próbowaliśmy dwukrotnie wejść w ten obszar, ale żadna z linii nie osiągnęła sukcesu biznesowego. Nie było wtedy takiej świadomości, a w związku z tym potrzeby

zakupu produktów naturalnych. Trzeba jednak pamiętać, że substancje roślinne mogą zawierać szereg alergenów, zatem pojęcie ich łagodności dla skóry może być zaskoczeniem dla konsumenta.

Rozmawiamy o „tu i teraz”. A jak będą wyglądały kosmetyki za – powiedzmy – 20 lat? Co się zmieni, a może już zmienia?

Przyszłość widzę tak: kosmetyki będą spersonalizowane i wykonane przez domowego robota, w zależności od chwilowej potrzeby skóry, pogody, miejsca pobytu, kondycji fizycznej.

Inteligentne technologie pozwalają i będą pozwalać ludziom na większą kontrolę nad ich indywidualnymi potrzebami z zakresu zdrowia i urody. Całkiem prawdopodobne, że tak jak dzisiaj, oczywiście będzie wykorzystanie osiągnięć nauki w produkcji kosmetyków. Za jakieś 10 lat tradycja staną się wirtualne lustra oraz wizualizacja wpływu kosmetyków na skórę i włosy w czasie rzeczywistym. A także kosmetyki tworzone z dbałością o oszczędność wody i energii, bo to coraz trudniej dostępne dobra.

Inteligentne technologie pozwalają i będą pozwalać ludziom na większą kontrolę nad ich indywidualnymi potrzebami z zakresu zdrowia i urody

„Dobry kosmetyk”. Czym jest dla pani? Jakie cechy musi posiadać?

Dobry kosmetyk to taki, którego lubię używać, a jego nakładanie na skórę sprawia mi ogromną przyjemność. To produkt, który daje poczucie bycia sobą, bycia piękną. Bez którego trudno się obejść. Ważna jest przyjemność stosowania, łagodność dla skóry i efekty działania, po których czuję, że jestem wyjątkowa.

Rozmawiała Aldona Senczkowska-Soroka, redaktor czasopisma „Przemysł Farmaceutyczny” oraz portalu kierunekFARMACJA.pl i kierunekKOSMETYKI.pl