

400 BOTIGUES I UNA FACTURACIÓ DE 12.000 MILIONS
AVALEN LA BODY SHOP

L'imperi del 'body'

En tretze anys Anita Roddick ha passat de ser una dona amb necessitats econòmiques per sobreviure a dirigir un imperi entorn dels productes naturals i la neteja del cos.

Al voltant de les seves tendes, que ja han arribat a València, Barcelona i Mallorca, s'estén tota una filosofia que compatibilitza el negoci, l'ecologia i causes com ara la defensa de l'Amazònia o Amnistia Internacional.

Conxa Rodríguez

Un dels mèrits d'Anita Lucia Perella és haver creat una xarxa d'unes 400 botigues arreu del món sense haver gastat mai un duro en publicitat o màrqueting. Ella no té cap por que el negoci se li escapi de les mans ni que no pugui controlar els números, que indiquen 12.480 milions de pessetes en vendes l'any 1988, un 62 per cent d'increment respecte a l'any 1987, i un negoci valorat en 45.000 milions de pessetes.

Anita Roddick, de 45 anys, anglesa i filla d'emigrants italians, considera que la clau del seu èxit és «l'energia, ser una emigrant italiana i l'instint de supervivència que comporta ser-ho sense tenir cap concepte de l'oci i haver estat des de molt jove pressionada a agafar responsabilitats». I amb la mateixa força amb què ella va ser criada, prepara ara a tots els empleats de la seva empresa a través de l'escola que ha creat a les oficines centrals de Body Shop a Londres, on especialistes en pluja àcida o en la capa d'ozó instrueixen els empleats. La seva intenció és «crear un sistema de valors a través de la venda de productes».

L'any 1976 —quan va obrir la seva primera tenda a Brighton— és una fita en la vida d'aquesta dona que conserva encara tota l'energia que dona l'instint de sobreviure, tot i que avui ja té les espatlles ben cobertes. Abans havia treballat a les Nacions Unides i havia viatjat per Àsia, Àfrica i Austràlia, on va aprendre les primeres coses sobre productes naturals per la cura del cos i els cabells. Els països sense desenvolupar li van oferir un ventall de possibilitats alternatives a la indústria química que domina la cosmètica. Després d'uns anys de viatges, observació i experimentació, es va trobar a Brighton amb dues filles petites i el marit que li marxava a Sud-amèrica per dos anys. Per mantenir-se va obrir la primera ten-

da, la qual provocà el recel del circumspecte veïnat anglès, que veien en The Body Shop una certa immoralitat impròpia d'una botiga de cosmètics. Anita, amb un mostrari de 15 productes, dels quals ella mateixa havia escrit l'etiqueta a mà, començava una mena de croada econòmica i ideològica. Primer, per crear una bellesa natural a base de productes naturals. Segon, per difondre un missatge social i humanitari que avui, amb un catàleg de més de 300 productes, continua defensant.

«El nostre negoci intenta invertir els beneficis d'una manera responsable. No ens capfiquem en una crema hidratant, i mai oferirem un producte que faci el pit més gran o la cara més prima, sinó que oferim un producte per netejar la pell o condicionar els cabells després del rentat. I ho oferim així, a base de productes naturals en les nostres tendes, que sempre estan al carrer major, on mai fem servir paraules com *bellesa* o *rejuveniment* o fotos de dones ben guapes. En compte d'això nosaltres fem servir gràfics i il·lustracions, i els nostres aparadors són plataformes per remoure la consciència social en temes com els drets humans, el Tercer Món —un dels nostres principals aliats—, la pluja àcida, la deforestació dels boscos, el salvament de les balenes, la capa d'ozó o Amnistia Internacional. Intenem humanitzar el negoci i ser socialment actius. Algunes vegades hem irritat el govern amb els nostres pamflets, rigorosament científics». Això no li ha fet perdre una de les clientes més conegudes d'Anglaterra: Margaret Thatcher, que amb la princesa Diana de Gal·les formen un duet d'addictes a The Body Shop.

The Body Shop té entre 7.000 i 8.000 empleats arreu del món. Va ser nomenada empresa de l'any 1987 per la Confederació d'Indústria britànica, on Anita Roddick va fer un discurs criticant la flor i nata de la indústria anglesa que, esparverada, l'escollava. L'any 1985 va ser nomenada Dona de Negocis de





A l'esquerra, la Body Shop de Brighton. Productes naturals, una alternativa a la química tradicional que domina la cosmètica.





Anita Roddick

l'Any, i el 1988 distingida honoríficament per la reina d'Anglaterra.

Gordon Roddick, el seu marit, va trobar en la franquícia la millor manera de fer créixer el negoci i l'any 1984, The Body Shop International sortia al mercat borsari de Londres on les seues accions es coneixen com «les accions que desafien la gravetat». Anita Roddick no s'ha agafat massa seriosament la sentència que li va fer *The Wall Street Journal* dient que el negoci no rutilaria als Estats Units sense un dòlar en publicitats. Els primers resultats estan donant la raó a l'anglesa, ja que les primeres set tendes obertes als Estats Units ja en són poques. La recepta és sempre la mateixa: vendre cosmètics amb el mínim d'etiquetatge i embalatge; promoure salut en comptes d'encís; dir els efectes reals en lloc de promeses de joventut; utilitzar ingredients el més naturals possible; no experimentar amb animals; respectar el medi ambient; fer servir el màxim possible de papers i plàstics reciclats i reciclables i biodegradables.

A l'Estat espanyol, on Anita considera que hi ha «poca activitat social», hi ha una dotzena de tendes. A València una, a Barcelona ja s'ha obert la segona i a Mallorca s'obre la primera el mes de juny. □

Herència de la premsa continental
Fundat l'any 1792
Número 89
Any 198

Edita:
Publicacions de Barcelona S.A.
Dipòsit legal B-8771-1987
Tots els drets reservats (C)

Dissabte/1



Abril/1989

Imprimeix:
Ediciones Primera Plana
Comte d'Urgell 71-73
08011 Barcelona

Director:
Jaume Boix Angelats
Redacció i Administració:
Tamarit 155, 08015 Barcelona
Tel. 329 44 40 - Télex 98766
Preu: 65 pessetes

Diari de Barcelona

Cent viatges gratis amb el Diari de Barcelona

Barcelona.- A partir de l'1 de maig es pot viatjar gratis amb metro i bus gràcies al Diari de Barcelona. Per obtenir aquest avantatge, només cal subscriure's entre l'1 i el 31 de maig per tres mesos al Diari de Barcelona, i automàticament els nous subs-

criptors rebran a casa 10 targetes T1 de Transports Metropolitans de Barcelona, totalment gratuïtes, per utilitzar en els transports públics de la nostra ciutat.

Amb aquesta acció es pretén donar suport a l'us dels transports públics, segons van

comentar a aquesta redacció alts càrrecs de l'entitat. Les butlletes de subscripció estan a disposició del públic a la Caixa de Catalunya i al Diari de Barcelona (c/Tamarit núm. 155).

El cost de la subscripció per tres mesos és de 5.950 pessetes.



Campanya de suport als transports col·lectius.

Diari de Barcelona