

CAMPOS DE IBIZA

Aurelie Kahn

PROPIETARIA DE LA EMPRESA CAMPOS DE IBIZA

«Me encanta pensar que algo que nació en el jardín de casa llegue tan lejos»

Campos de Ibiza es una empresa familiar que surgió hace ya más de treinta años y tiene un gran potencial de desarrollo en la actualidad. Con una distribución mundial que llega a 26 países, la esencia de la Eivissa más natural se proyecta a través de seis fragancias y diversos productos relacionados con el baño. Hoy en día Campos de Ibiza busca nuevos mercados en países tan complicados como puede ser China.

EIVISSA | DIANA BLESA

■ Los aromas más especiales de Eivissa alcanzan muchos rincones del mundo gracias a la empresa Campos de Ibiza, que ha creado seis fragancias que proyectan por todo el mundo la naturalidad de la isla. La actual directora de la entidad, Aurelie Kahn, sigue los pasos de su madre y está entregada de lleno a mejorar día a día su gama de productos naturales.

—¿Cómo surgió nace Campos de Ibiza?

—La empresa tiene más de treinta años de tradición. La creó mi madre, que viene a Eivissa desde los años setenta, tras comprar una finca en Es Cubells y decidir llevar las fragancias de Eivissa a París, donde vivía entonces. Empezó con la fragancia de mandarina, que se hacía de forma artesanal, y poco a poco fue teniendo más éxito, abrió una tienda y se fue desarrollando de forma local.

—Y su relación con la empresa comenzó...

—Yo empecé hace cinco años en la empresa. Siempre había visto a mi madre en este negocio pero no lo tocaba. He desarrollado la empresa a nivel local, nacional e internacional. Hemos encontrado entidades colaboradoras y actualmente vendemos en 26 países como Japón, Rusia, Estados Unidos y toda Europa. He desarrollado mucho la gama de fragancias para adaptarse a todo tipo de mujeres: desde las más jóvenes hasta las mayores.

—¿Son exclusivamente femeninas las fragancias que realizan?

—No, también existe una para hombres que es el Cedro, con más aromas de madera.

—¿Qué buscaba cuando entró a formar parte de la empresa?

—Yo quería dar un abanico de color, varias fragancias muy diferentes que representen a la isla o de forma más general el Mediterráneo, y que den una buena imagen de Eivissa. Yo vengo aquí desde muy pequeña y he visto la isla crecer, y pienso que a veces no se da la imagen que se merece. Esto me dolía y quería proyectar algo positivo de Eivissa.

—¿Cómo se lleva adelante el proceso de producción de las fragancias?

—Todo lo desarrollamos aquí: el diseño, las fragancias... Hacemos venir un analista desde Barcelona, donde tenemos la producción porque los volúmenes son muy importantes y ya no podemos realizar un proceso tan artesanal como el que llevaba adelante mi madre. Buscamos las mejores materias pri-



Aurelie Kahn en la tienda de Campos de Ibiza de Marina Botafoch

FOTOS: RUBÉN E. IBÁÑEZ

mas que podemos encontrar en la isla para elaborar algo que represente bien a Eivissa. —Imagino que la relación de cada uno de estos productos con Eivissa es clara.

—Sí, cada una de las fragancias tiene un enlace con Eivissa. El higo, por ejemplo, es porque tengo muchas higueras en casa y quería transmitir la sensación que yo percibo cuando las huelo.

—¿Gusta lo mismo en España que en otros lugares del mundo?

—Es curioso, pero en cada país funciona mejor una fragancia diferente. Por ejemplo, la rosa funciona muy bien en Japón, el higo funciona muy bien en Rusia, la mandarina en España... Depende mucho de la zona, es algo divertido y curioso.

—Además de los perfumes tienen otros productos.

—También hemos desarrollado una amplia gama de productos a partir del perfume como leches, geles y otro tipo de pro-

ductos de baño.

—¿Cómo ha variado el concepto de Campos de Ibiza desde su llegada a la empresa?

—He cambiado los colores. Antes era todo blanco y azul y cuando llegué a la empresa lo cambié porque para mí el color es algo muy fuerte en la isla: la tierra muy roja, los almendros en flor muy blancos... Además, Eivissa es verano, es alegría, y sentía necesario poner color a la marca.

—La distribución antes era más reducida, ¿cómo lo hacían?

—Nos iban contactando desde diversos países del mundo para pedirnos productos e íbamos dando respuesta a esta demanda como podíamos. Esta distribución no era viable por lo que hemos ido encontrando colaboradores país por país, escogiendo las entidades que más se aproximan a nuestro concepto de marca.

—¿Cómo deciden qué tipo de materias ofrecen las mejores esencias?

—La verdad es que, al final, todo parte de mis gustos: me encantaba el higo y hay mucha gente a la que le gusta, así que decidimos apostar por su fragancia. La rosa la lancé cuando estaba embarazada de mi primera hija. No es típica de Eivissa pero es típica del Mediterráneo. Quería una propuesta floral, algo de color rosa, pero en la esencia descubres que no está sólo la rosa sino también muchas flores. El jazmín surgió porque quería proyectar el blanco de esta isla blanca. Además, tiene un enlace de Oriente Medio y podía proyectar también la historia de los fenicios y enlazar con Líbano, de donde es mi marido.

—Son historias paralelas a tu vida...

—Sí, tengo que admitirlo. Por ejemplo, me emociona ver los almendros en flor en febrero. De ahí surgió el perfume, pero también es muy adecuado para otros productos de baño.

—¿Qué ofrece hoy en día Campos de Ibiza?

—Seis fragancias: mandarina, cedro, agua de rosa, jazmín, higo y almendra. Y en productos, tenemos leches, geles, aceites, velas y la gama de productos relacionados con el baño (albornoces, toallas...). También tenemos productos para los hoteles, regalos para Navidad y otras posibilidades.

—Y en qué momento se encuentra la expansión de la empresa.

—Estamos negociando con otros países más complicados como por ejemplo China. Me encanta pensar que algo que nació en el jardín de casa puede llegar tan lejos.



Los productos de Campos de Ibiza se distribuyen a seis países



Perfumes, geles, aceites y otros productos relacionados con el baño

