



Lounge digital



Lúcia Piloto



Patrícia Piloto

LÚCIA PILOTO AVENIDA – LUXURY CONCEPT STORE

Há mais de 40 anos no mercado da beleza e já na segunda geração de negócio, a marca Lúcia Piloto continua a surpreender as suas clientes, agora com o novo conceito Lúcia Piloto Avenida – Luxury Concept Store. A paixão comum pela inovação, que une mãe e filha, levou a Tom sobre Tom a querer conhecer as duas visões desta história.

Decorria o ano de 1977 e o período do 25 de Abril ainda se fazia sentir, num clima de incerteza em relação ao futuro. Mas a vontade e empreendedorismo de Lúcia Piloto falaram mais alto, quando decidiu arriscar e abrir o seu primeiro espaço, no Saldanha. Foi um verdadeiro “acto de coragem” concretizar este projecto arrojado, que marcou o ponto de partida da sua carreira profissional. Era um espaço bastante grande para a altura e incluía uma série de vertentes que não eram comuns na época, como sauna e massagens. 30 anos mais tarde foi reco-

nhecida como Comendadora da Ordem de Mérito pelo Presidente da República Dr. Jorge Sampaio e nesse mesmo ano, em 2007, o Lúcia Piloto Cabeleireiros & Spa, na Avenida 5 de Outubro, e fundou a Academia Lúcia Piloto em 2011, considerada a primeira academia de formação profissional de cabeleireiros em Portugal. 2019 será certamente um ano que ficará para a história do Grupo com a inauguração de um espaço com novo conceito na Avenida da Liberdade.



Cabeleireiro senhora



Zona Nature e cabeleireiro senhora

Lúcia, o que mudou quatro décadas depois da abertura do seu primeiro salão?

Lúcia Piloto (LP) – Mudou muita coisa... desde a forma de trabalhar à formação que os profissionais têm hoje em dia. Felizmente a área evoluiu imenso e actualmente temos muitas pessoas com formação académica e profissional, ao ponto de os cabeleireiros serem considerados verdadeiros artistas, à semelhança dos *chefs* de cozinha! Mas ter filhos que dão continuidade à marca e modernizam a empresa foi talvez a maior mudança que senti desde o início e foi também aquela à qual me deu mais satisfação assistir.

Qual o segredo para a continuação do sucesso da marca?

LP – É preciso trabalhar, estar sempre disposto a aprender e ter objectivos estabelecidos. É também essencial contar com o apoio de uma equipa forte e apostar na formação para dar continuidade ao legado da marca, transmitindo a qualidade que permite a expansão sustentada da empresa.

O universo da moda sempre esteve muito presente no seu percurso. Como descreve os momentos vividos nos bastidores dos desfiles?

LP – Tive o privilégio de assistir ao nascimento do mundo da moda em Portugal e ao desenvolvimento do papel dos cabelos nos desfiles, os quais foram assumindo um papel cada vez mais preponderante.

Havia desfiles quase todos os dias e eram momentos de grande actividade, em que se mudava de penteado a cada quadro e em que a adrenalina era muito alta. Tive o prazer de trabalhar com todos os costureiros que existiam em Portugal na altura e de desenvolver uma relação de amizade com vários manequins e criadores. Considero-me uma privilegiada por ter feito este percurso ao nível humano e ter reunido tantas amizades.

E por falar em relações humanas, como conquista a confiança dos seus clientes?

LP – Penso que a qualidade do trabalho é o que atrai as pessoas inicialmente. Depois, o respeito e a simpatia levam a que se crie uma relação duradoura de confiança.

Por tudo isto, considera que o cabeleireiro pode ser também um *influencer* nos dias de hoje?

LP – Certamente! Hoje em dia, com as redes sociais, é mais fácil passar uma mensagem a uma audiência maior. No entanto, os cabeleireiros sempre foram *influencers*, directa ou indirectamente, através do seu trabalho. As pessoas acabam por pedir conselhos e diagnósticos aos profissionais, e tendem a respeitar o que estes dizem, o que para mim significa que os cabeleireiros são *influencers* através do seu trabalho.

E quanto à Lúcia, o que a motiva a criar e onde procura inspiração?

LP – As viagens são a minha maior fonte de inspiração! Ter o privilégio de conhecer realidades diferentes e experienciar ambientes fora da minha zona de conforto é o que me faz pensar “fora da caixa” e ter vontade de criar coisas diferentes e inovadoras. Acredito que a inspiração está em todo o lado e provém do ambiente em que vivemos e das pessoas que estão à nossa volta.

Olhando agora para o futuro da marca, como foi passar a gestão à sua filha Patrícia?

LP – Foi uma passagem progressiva que foi ocorrendo gradualmente até a Patrícia se sentir confiante para conseguir gerir a empresa sozinha. Foi um processo bastante tranquilo e o excelente trabalho que tem vindo a desenvolver é prova disso.

No entanto, a Lúcia mantém um papel activo na marca.

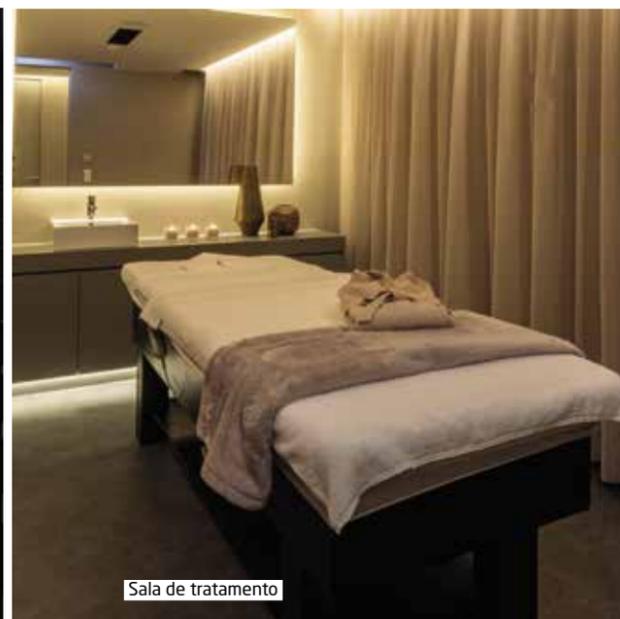
LP – Estou presente em todas as decisões que se tomam a nível corporativo, e a minha opinião é muitíssimo valorizada. Além disso, trabalho também no salão, que é o que mais gosto de fazer e aquilo que me deixa mais feliz.



Zona Nature



SPA mãos e pés



Sala de tratamento



Zona The Gentleman

Com a actual gestão de Patrícia Piloto, o Grupo Lúcia Piloto perpetua a identidade da marca e procura incessantemente a diferenciação, de modo a acompanhar as mudanças do mercado da beleza. A paixão pela qualidade e excelência fazem parte do ADN de Patrícia, que conduz ao lado da mãe o futuro do negócio.

Patrícia, que desafios enfrenta enquanto responsável do Grupo Lúcia Piloto?

Patrícia Piloto (PP) – O principal desafio é conseguir acompanhar a velocidade a que tudo muda a cada segundo. O pensamento do consumidor está em constante alteração devido a toda a informação com que é “bombardeado” na sociedade digital, que hoje dita as tendências. Agora aparecem marcas a cada minuto que não sabemos a quem pertencem, que profissionais estão por detrás das mesmas e se são credíveis. Nós investimos desde sempre na localização, na qualidade dos espaços, na selecção criteriosa dos profissionais e na formação das equipas, pois acreditamos que é a conjugação dos vários factores que fazem com que o cliente continue a apostar na nossa marca.

Que importância tem a formação nesses investimentos?

PP – A Academia Lúcia Piloto, que forma anualmente centenas de profissionais, internos e externos ao Grupo, tem a ambição de melhorar as técnicas utilizadas e desenvolver competências criativas, pois consideramos que a formação é o verdadeiro factor diferenciador da qualidade. Esse investimento na qualidade é um desafio enorme! Apesar de ser fulcral na diferenciação do serviço, nem sempre é visível para quem não frequenta os nossos salões. Mostrar essa diferença, para que a nossa marca seja uma escolha, é um dos maiores objetivos. Afinal garantir qualidade no serviço é o maior desafio desta profissão!

Olhando agora para o mercado profissional de uma forma mais global, que outros desafios enfrenta o sector?

PP – Actualmente, outro dos desafios que o mercado profissional de cabeleireiro está a enfrentar é a entrada das marcas profissionais em canais de distribuição não profissional, que até então eram marcas exclusivas de salões de cabeleireiro. Este aspecto origina uma concorrência desleal ao nível de preço, e abre portas à desvalorização das marcas profissionais, que deixam de ser exclusivas. A grande distinção e credibilidade destas marcas sempre foi garantida pelo conselho profissional, que vê cada vez mais o seu trabalho de especialista a

ser confrontado apenas com uma questão de valor. Isto não só desvaloriza o esforço e investimento feito na formação profissional dos produtos e das marcas, como faz com que não haja qualquer diferenciação do produto profissional face ao produto não profissional. Esta é uma mudança que o mercado profissional vai ter de enfrentar de forma a não perder esta área de negócio.

O percurso da sua mãe continua a influenciar a sua visão do negócio?

PP – A marca Lúcia Piloto é muito forte, tem uma identidade muito própria e carrega uma responsabilidade maior quando se trata de uma marca com o nome da fundadora, que é a minha mãe. Eu entrei na empresa com uma missão clara de defender a nossa marca, pois tratando-se de uma empresa de família sentimos que há um legado que temos de honrar.

E o facto de ter acompanhado a sua mãe em todos os projectos também ajudou a entender essa missão...

PP – Claro que sim, a minha visão foi influenciada pelo ADN que herdei da marca. Os meus pais sempre tiveram uma visão muito futurista do negócio e assumem que a diferenciação é, desde o início, uma constante da marca. Em 2007 criámos um conceito que me fez desafiar a empresa a dar mais um passo, com um espaço com áreas de serviço segmentadas em Senhora,

Homem e Crianças. Mais tarde em 2011 concretizei um sonho da minha mãe, que era elevar a formação dos cabeleireiros a um patamar mais profissional com a Academia. Por tudo isso, sempre achei que poderíamos ir ainda mais longe!

O Grupo volta a surpreender com a abertura do novo espaço Lúcia Piloto Avenida Luxury Concept. O que traz de novo este projecto e de que forma se afirma como mais um elemento diferenciador no mercado?

PP – Voltámos a surpreender! Numa das artérias mais cosmopolitas da cidade de Lisboa, a nova Lúcia Piloto Avenida – Luxury Concept Store, com um conceito completamente diferenciador, pretende elevar ainda mais o posicionamento da nossa marca. Quisemos criar um espaço icónico, luxuoso e ao mesmo tempo inovador, com uma conjugação entre a natureza e a tecnologia. *Disconnect to connect* foi o lema que encontramos para espelhar o conceito. A verdadeira experiência de luxo aqui é fazer com que o cliente se esqueça do mundo lá fora e por algum tempo esteja apenas focado no seu bem-estar.

E sobre o espaço, como se organiza e que serviços podemos encontrar?

PP – O espaço de 340m², concebido pelo gabinete de arquitectura Broadway Malyan, encontra-se dividido em dois

pisos, com áreas perfeitamente definidas para Serviços de Cabeleireiro de Senhora e de Homem, Tratamentos de Rosto, Massagens de Corpo, Make Up Station e Spa de Mãos e Pés. Cada zona foi cuidadosamente pensada para ser inovadora, digital e sensorial, capaz de transportar os clientes para uma nova dimensão de beleza. Temos um espaço exclusivo para o público masculino – “The Gentleman”, onde este encontrará serviços de cabelo e de barba. Na área de estética de rosto o destaque vai para “The Mindful Touch – Your Mindfulness Beauty Experience”, uma experiência imersiva revolucionária com a assinatura Natura Bissé, que recorre à realidade virtual para induzir um estado de *mindfulness* que relaxa o corpo e desperta os sentidos.

A natureza e tecnologia encontram-se na construção do espaço. Como se harmonizam os dois conceitos?

PP – O grande destaque da loja vai para a zona Nature, um jardim verde repleto de flores naturais onde os aromas no ar, os sons da natureza e o toque dos especialistas LP conduzem a um estado de relaxamento absoluto enquanto se usufrui de uma cerimónia ou ritual capilar personalizados. A nível tecnológico é possível encontrar diversas ferramentas de *makeover* virtual de cabelo, para que se possa experimentar e pré-visualizar diferentes estilos e visuais de corte e de cor.

Em que aspectos este novo espaço traduz o que a Patrícia pretende aportar para a marca Lúcia Piloto?

PP – Este projecto é uma visão muito própria de como vejo o mercado da beleza, como uma experiência global, em que temos de elevar cada vez mais os padrões de qualidade, gerar experiências únicas e criar na mente dos nossos clientes a necessidade de nos procurarem e se sentirem ainda mais especiais quando entram neste espaço Lúcia Piloto.

Quais são as ambições e desafios futuros do Grupo Lúcia Piloto?

PP – Queremos continuar a manter os valores que pautam a marca e a elevar cada vez mais o nome Lúcia Piloto como uma marca de referência. Para isso temos de continuar a surpreender com uma oferta diferenciadora, criando experiências inovadoras que tragam ao nosso serviço uma mais-valia percebida. Cada vez mais o cliente se movimenta em função de objetivos pré-definidos, tornando-se necessário investir em conceitos que vão para além do que é expectável. O futuro será cada vez mais desafiante e a rapidez de adaptação e distinção será a nossa principal ambição.