

DIREITOS RESERVADOS

BRUNO AZERA



Matéria-prima principal da Mythica é o leite de burra, proveniente da espécie autóctone da Graciosa

Leite de burra dos Açores na origem de dermocosméticos

A Mythica, marca açoriana de dermocosméticos que utiliza leite de burra certificado de uma espécie autóctone dos Açores em vias de extinção, foi duplamente premiada no German Brand Award 2024

Carlota Pimentel
carlota.pimentel@acorianooriental.pt

A marca de dermocosméticos açoriana Mythica foi recentemente distinguida no German Brand Award 2024 com o prémio "Excellent Brands - Beauty & Care 2024" e uma menção especial como "Sustainable Brand of the Year 2024".

A Mythica utiliza o leite de burra da *Asinus Atlânticus* - uma espécie autóctone da Graciosa que está em vias de extinção -, como ingrediente central na produção de dermocosméticos, tais como gel de banho, champô, creme de corpo, e cre-

me de dia e de noite para o rosto.

Lúcia Meneses, responsável pelo branding e design da Mythica, considera que esta distinção foi "muito importante, porque sustém que o produto é, de facto, *premium*, de qualidade".

"Causamos algum impacto numa indústria que é muito exigente, em termos do que é orgânico, sustentável e biológico", acrescentou, em entrevista ao Açoriano Oriental.

Segundo a também acionista da Mythica, "o que mais se evidenciou neste prémio foi estarmos a proteger uma espécie em vias de extinção", além das "embalagens reutilizáveis" e do de-

sign "eficiente do produto", em termos de ergonomia. "O creme tem uma abertura muito especial, que evita a acumulação de bactérias", explica.

Lúcia Meneses revela que exportam para a China, uma vez que o mercado oriental "já está muito aberto ao que é orgânico e natural", assim como para os Estados Unidos da América e Canadá, mercados igualmente desportos para a ausência de químicos nos produtos.

"Não gostamos de usar as palavras colagénio, ácido hialurónico, etc., porque são modas, mas o creme hidratante de leite de burra já tem isso tudo", realça, prosseguin-



DIREITOS RESERVADOS



do que "otimiza o colagénio da pele, fazendo com que fique mais esticada e, de um dia para o outro, vemos um brilho distinto".

Por ser um produto "muito inofensivo", pode ser utilizado por crianças e para quem tem "acne, psoríase, coceira no couro cabeludo e a pele a descamar em certas partes do corpo, o uso de Mythica é distintivo", exemplifica.

Conforme a responsável pela gestão da marca, "algo muito exigente na criação deste produto foi o cheiro. Demorámos três anos para juntar aloé vera ao leite de burra". Tendo em conta que a "aloe vera tem propriedades cicatrizantes" e que o leite de burra é "99,8% semelhante ao leite materno humano", a junção de ambos "torna ainda o produto mais milagroso", salienta, sustentando que a "aloe vera lhe confere um cheirinho de frescura muito próprio das pastagens açorianas".

No que diz respeito à parte gráfica, Lúcia Meneses assegura que deu à Mythica o seu cunho pessoal. "O tipo de letra foi estudado durante um ano" e foram necessários "três anos de incubação deste branding" que pretende ser "versátil, clássico e intemporal". Na sua opinião, o produto "está bastante internacionalizável com o *lettering* e o *design* que foram usados".

Lúcia Meneses afirma que pretendem expandir "para uma li-

nha específica para a hotelaria" e que já existem algumas solicitações de farmácias "para fazeremos cápsulas de leite em pó liofilizado", mostrando-se aberta a investimento.

"Foram sete anos de investimento e desenvolvimento da marca. Agora, é altura de haver investimento. Estamos num impasse na nossa marca, em que nos recusamos fazer uma produção massiva, até por respeito pela espécie autóctone, que é rara e em vias de extinção. Neste momento, temos um x de produção e só produziremos mais quando houver encomendas que justifiquem", elucida.

A designer considera que os Açores atravessam "um momento muito importante, em que temos tudo para fazer e criar", defendendo que "é essencial que haja espaço, nas lojas locais, nas farmácias, nas perfumarias, no comércio local, para os produtos açorianos".

"Está na hora de protegermos os nossos produtos. Temos que ultrapassar esta mentalidade. Tenho muito receio que a Mythica e outras marcas portuguesas possam cair por esta falta de autoestima portuguesa", alerta.

Refira-se que a produção dos cremes é feita em França, no laboratório Cosmétique en Provence, e que a Mythica tem as certificações Ecocert, Cosmo Organic e o aval da Infarmed. ■