

estetica&benessere



Una nuova linea di creme e allo stesso tempo molto di più. Così si presenta Wealth Care, parte integrante del progetto Vivere Wealth

Linee complete e autocura domiciliare

“L’obiettivo è quello di creare una proposta che possa essere allargata a tutti i potenziali target interessati al benessere - è il parere del manager -. La gamma è quindi completa per donne, uomini e bambini. Siamo partiti volutamente proponendoci al target più esigente, che è la donna in gravidanza. I cosmetici di questa linea sono nati con il supporto di circa dodicimila donne in stato interessante che ci hanno guidati nella scelta della texture, dei profumi e del modello di comunicazione. Sul fronte della comunicazione, all’interno delle confezioni dei prodotti abbiamo quindi deciso di inserire un leaflet di dodici pagine, per descrivere nei minimi dettagli i principi attivi del prodotto, il modo migliore per utilizzarli e una serie di suggerimenti relativi all’atmosfera che è consigliabile creare nel momento del loro uso”.

Lo stesso principio ha ispirato la linea di autocura.

“La nostra proposta prevede prodotti studiati per permettere all’estetista di integrare il trattamento standard in Istituto con i cosmetici per la vendita alla cliente - ribadisce Sani -. Ultimamente, infatti, percepiamo una certa sensibilità da parte del Centro estetico all’integrazione economica attraverso la vendita di prodotti di qualità direttamente alle clienti”.

Quale futuro, quindi?

“Abbiamo nel cassetto un bel po’ di idee - conclude il manager -:che prevedono, sicuramente, l’estensione in tempi brevi della linea. Su temi ‘caldi’ quali bio-rivitalizzazione e invecchiamento, per esempio, vorremmo fare proposte originali e di valore sul piano scientifico. Il secondo passo sarà l’integrazione dell’area orientata al benessere fisico con altri sette canali, ognuno dei quali specifico di un tema all’interno dell’area del benessere, capace di integrarsi con gli altri”.

Alessandra Gasparini

Una chiacchierata con **Roberto Sani**, General Project Manager di Vivere Wealth, azienda nata nel 2007 grazie a un gruppo di manager cresciuti nel mondo farmaceutico, basta a entrare nello spirito entusiasta e pieno di grinta di questa azienda giovane, che si propone al mercato come custode del benessere, in tutti i suoi aspetti: fisico, emotivo, intellettuale, spirituale, ambientale e sociale.

“La società nasce come agenzia di consulenza sui temi di benessere e salute - esordisce Sani -. Proprio da queste basi è sorta la volontà di creare, attraverso un iniziale progetto di ricerca e sviluppo nell’ambito della cosmesi evoluta per il settore estetico, qualcosa che fosse nuovo per il settore, da tutti i punti di vista. Abbiamo

anche testato a lungo i possibili canali di distribuzione, e l’ambito dell’estetica professionale è presto risultato quello più adatto al tipo di proposta e, per questo, abbiamo scelto di offrire la nostra linea di prodotti d’eccellenza agli Istituti di bellezza”.

L’idea di Wealth Care nasce con l’obiettivo di puntare sull’estrema qualità ed efficacia dei prodotti, quasi fossero ‘trattamenti unici’ nel loro genere, mantenendo però un elevato standard anche nel tempo. Un esempio fra tutti è il trattamento antismagliature, i cui risultati non si limitano alla prevenzione ma anche alla loro cura, garantendo una rilevante riduzione - circa il 30% in 2 mesi -. I risultati sono certificati da una sperimentazione clinica condotta presso l’Istituto di Biotecnologia e Farmacologia dell’Università di Milano.