

# MT

In questo numero:  
**FOCUS**  
Pelli sensibili

est  
bellezz  
Cosmetic

LA RIVOLUZIONE DI BEAUTY MARKETING

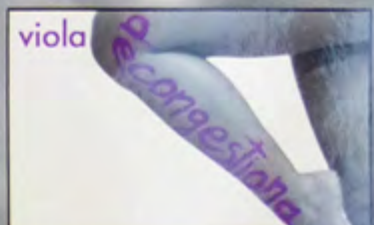
71



Non il solito trattamento "monotono" ...  
...ma il **colore** come essenza  
di bellezza e benessere!

**MARZIA CLINIC RIVOLUZIONA  
IL MONDO DELL'ESTETICA!**

PER OGNI INESTETISMO IL SUO COLORE





Roberta Citarella e Renato Siniscalchi

## TEINA ADAM E LA COSMETICA 'SCIENTIFICA'

Si chiama Embrional ed è a base di cellule staminali vegetali ricavate dall'uva. Questa, una delle ultime proposte che Teina Adam, nome importante nel panorama della produzione di cosmetici a uso estetico professionale, ha presentato al mercato.

"In virtù del contenuto - ha sostenuto **Roberta Citarella**, direttore commerciale della società -, la cui benefica azione rigenerante per la pelle è stata provata da studi effettuati in collaborazione con la Facoltà di Farmacia ed Erboristeria dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, la gamma si rivela ottimale per riparare le cellule danneggiate dai radicali liberi e per rivitalizzare l'epidermide, donandole nuova lucentezza e splendore".

Composta di poche referenze - detergenza, maschera, siero e crema -, Hembrional contiene anche coenzima Q10, acido ialuronico, beta-glucano, collagene marino e vitamina C. Realizzata per approcciare la talassoterapia 'in modo diverso', ovvero con prodotti di qualità elevata ma, al contempo, caratterizzati da un eccellente rapporto qualità/prezzo, è invece la linea Talassia. "È costituita da diversi prodotti - ha proseguito l'intervistata -, tutti indicati per trattamenti anticellulite, drenanti e riducenti. La gamma consta anche di referenze che non incidono sulla stimolazione tiroidea, caratteristica che la rende esente da controindicazioni e quindi adatta a tutti".



## NOVITÀ DI PRODOTTO E DI SERVIZIO

On stage in fiera anche l'anteprima di alcune interessanti novità. È questo il caso di **Silky Skin Make Up Professional**, la nuova gamma di referenze per il make up, di **Mael Cosmetici**.

Costituita da un grande ventaglio di prodotti - dai fondotinta di ogni tipo a un'innovativa offerta di ciprie correttive, perfette per il camouflage - e comprensiva di referenze da rivendita. La linea è supportata da corsi di formazione a vantaggio degli operatori.

"Al sud non sono presenti vere e proprie scuole di make up professionale - ha puntualizzato il make up-artist **Antonio Ciaramella** -, quindi, con la finalità di colmare un vuoto di mercato, affianchiamo il cliente con proposte di aggiornamento e master di livello avanzato".

Alla medesima finalità risponde la grande novità di **Independent Diffusion**: si tratta di un portale, [www.youestety.com](http://www.youestety.com), nato per raggiungere tutti i clienti dell'azienda campana, sia professionisti del settore, sia grande pubblico, con un servizio



Luigi D'Amore



Stefano Pietrosanti

attivo 24 ore al giorno'. A disposizione degli utenti, sezioni b2b e b2c e percorsi di e-learning con moduli di formazione comprensivi di dispense, video e spiegazioni step by step. "Quanto al nostro marchio, **Independent Nails** - interviene **Luigi D'Amore** -, abbiamo aggiunto sei nuove tonalità alla gamma di Smaltogel".

Attiva dal 2003, **Soluzioni Informatiche** ha fatto del supporto all'operatore il proprio core business, che trova un ottimo testimone nel prodotto aziendale, il software gestionale Venere, per centri estetici e Beauty Farm. "Con il nostro software - ha precisato **Stefano Pietrosanti**, titolare della società - è possibile sia gestire tecnicamente un centro, sia ottimizzare le operazioni di marketing e le strategie di fidelizzazione della clientela. Alcune delle novità che hanno implementato Venere sono il booking online, ossia la possibilità di prenotare gli appuntamenti direttamente tramite sito web, pagandoli con la carta di credito, la gestione delle fidelity card con credito prepagato a scalare e le scontistiche legate a particolari categorie di clienti".

### TRA FORMAZIONE E MASSAGGI

Mirata al sostegno e alla formazione degli operatori attivi nell'area del centro-sud Italia è anche la proposta di **Elgife**, il cui motto è 'assistere il cliente a 360 gradi'. L'azienda, il cui logo deriva dall'acronimo delle iniziali dei nomi dei figli dei titolari (Elisa, Giuse e Felice), è attiva sul mercato da circa dieci anni, con ottimi riscontri. "Operiamo nel campo dell'estetica - hanno specificato **Michele Carotenuto**, titolare della società e la moglie e socia **Teresa Malafronte** - attraverso l'organizzazione, a cadenza periodica, di corsi di formazione e specializzazione per il corretto utilizzo dei prodotti di alcune delle aziende più importanti



Elisabetta Isaja

Con la finalità di snellire la gestione del magazzino da parte dell'operatrice e supportarla nella rivendita domiciliare, Beauty Line ha da poco introdotto sul mercato il programma di trattamento viso Smoothy Pearls. "Il punto di forza della linea - ha affermato **Elisabetta Isaja**, director manager dell'azienda - è rappresentato dagli attivi contenuti nei 5 sieri della gamma, tutti compatibili

tra loro. Questa caratteristica semplifica l'acquisto all'operatore che, con un unico ordine, potrà effettuare indistintamente trattamenti lifting e/o antiage. Anche le due maschere viso, di cui una a base di argilla, contengono ingredienti compatibili che possono essere miscelati per potenziare l'efficacia dell'applicazione". Unica eccezione, un peeling all'acido glicolico (70% tamponato, 30% netto).

Tra le altre novità presenti in fiera, gli oli Armony Senses, studiati per non lasciare l'epidermide unta dopo il massaggio (per asciugare la pelle, è sufficiente tamponarla con un po' di carta assorbente).

"La nostra forza - ha concluso l'imprenditrice - è rappresentata dal supporto formativo che offriamo sia in materia cosmetica, con moduli inerenti anche nozioni di marketing e gestione strategica della rivendita, sia per il corretto uso degli apparati che commercializziamo".

