

Il Centro di Eccellenza mantiene alto il proprio livello qualitativo, naturalmente, anche grazie alla presenza costante dei propri partner internazionali: il management Pevonia, Lemi e PI.CO Wellness sostiene la gestione locale nei propri ambiti di competenza.

PI.CO Wellness affianca a scadenze prefissate il management del Centro con propri esperti, Lemi s'impegna a testare sempre nuove tecnologie e Pevonia organizza tre eventi l'anno con la presenza delle proprie *Beauty Specialist*, le quali hanno tutte il proprio "passaporto Spa", un attestato che le colloca al grado più alto di formazione Pevonia, quello della cosiddetta "4P", in cui si sono dimostrate capacità gestionali in tre fasi di start-up di centri diversi.

Nei Centri di Eccellenza Pevonia, i clienti trovano sempre due nuove strumentazioni tecnologiche ogni anno: trovano un approccio integrato al benessere, con la presenza di un medico nutrizionista esperto nei problemi generali della nutrizione, che sappia consigliare quell'alimentazione equilibrata senza la quale qualsiasi trattamento non può essere considerato completo e con un esperto di medicina estetica ed osteopatia.

Valentino Resort, benessere naturale.

Una filosofia così chiara va accettata in tutto e per tutto ed è una netta scelta di campo: scelta che ha deciso di fare il **Valentino Resort**, storicamente il primo resort della Riviera Adriatica che ora è uno Spa Resort Pevonia ed un centro di eccellenza Pevonia, luogo in cui si potranno provare in anteprima nazionale tutte le linee di prodotto, le metodologie e le strumentazioni della multinazionale del benessere.

Il Valentino Resort, splendida struttura sul lungomare di Grottammare, nelle Marche, a cinque minuti dal centro di San Benedetto del Tronto, è un luogo esclusivo con spiaggia privata dotato di tutti i comfort, due sale meeting, due piscine interne e spazi dedicati ai bambini nel mini club.

È questo l'ideale scenario per le vacanze che ospita, all'interno del Valentino Resort, il centro benessere & spa **V-SPA** che presenta un menù di servizi e trattamenti integrati beauty, benessere&spa e fitness. Al suo interno sono presenti sauna, hammam, bagno turco, docce emozionali, la zona relax con angolo tisaneria, tutti elementi che compongono un **percorso V-SPA** il quale si integra perfettamente sia con le esigenze di chi desidera concedersi una settimana di benessere, sia con la necessità di chi sceglie un programma "Day Spa". Poiché il benessere è anche una questione di forma fisica, V-SPA propone un'offerta legata al **private fitness**, con corsi aperti a massimo quattro partecipanti e spazi in cui coloro che lo desiderano possono seguire un personal trainer attraverso un percorso individuale, volto al raggiungimento dei propri obiettivi personali.

Lo strumento più innovativo e conosciuto firmato Pevonia Technology da ammirare e provare al V-SPA è sicuramente **Aemotio Spa**, la cabina multifunzionale firmata da Simone Micheli e progettata da Lemi Group, punto di riferimento internazionale nel segmento lusso per attrezzature wellness, estetiche, podologiche e medicali ad alto contenuto tecnologico: presenti sono il tavolo da massaggio **Spa Dream**, per effettuare tutti i tipi di massaggio a tre diverse temperature con cromoterapia e la **Pedi SPA**, stazione per la cura e il benessere del piede dalle proprietà uniche e dalle performance impareggiabili.

L'eccellenza genera profitto.

L'importanza di essere un Centro di Eccellenza Pevonia è grande non solo per la qualità dei trattamenti erogati, ma per la forza del metodo che integra i settori beauty, relax, spa e fitness all'interno di centri ed istituti. PI.CO Wellness, consulting Pevonia, applica ai centri di eccellenza le moderne teorie del **Profit Spa Design**, progettando con attenzione la struttura in modo tale che, partendo dalla definizione di un menu adatto alla singola attività imprenditoriale, si arrivi ad indicazioni precise anche nel campo della progettazione degli spazi. Tutti i centri di eccellenza adottano con successo criteri di offerta **cross-selling**, ossia ascoltano i propri clienti per capire quale combinazione di servizi beauty, relax, spa e fitness sia la più adatta per ogni singolo individuo: un'analisi non centrata sul prodotto o trattamento ma su chi ne usufruisce.

Così un istituto crea un "circolo virtuoso": producendo utile, mantiene uno staff professionale, vende più pacchetti benessere, migliora lo staff scegliendo gli operatori più capaci, riesce ad avere tecnologie all'avanguardia e dipendenti che fanno formazione. E, alla fine, scopre di avere una clientela più soddisfatta, vero e proprio patrimonio aziendale.