



### **7. Com'è la realtà dell'estetista oggi?**

Oggi la richiesta dei Centri a servizio del Benessere è sempre più rivolta ad un personale altamente qualificato: da qui l'esigenza dell'estetista di approfondire ulteriormente i propri studi professionali. Nelle Scuole di Estetica, ad esempio, è stato introdotto il quarto anno e sempre più numerosi sono i corsi di specializzazioni post diploma indirizzati non solo agli aspetti tecnici ma anche organizzativi e manageriali.

Da questo punto di vista, è importantissimo il ruolo di Pevonia Academy, che propone a noi estetiste un progetto formativo completo: l'ingegner Salvatore Picucci, della consulting PI.CO Wellness ha dedicato, a partire dal 2004, in media tre giornate al mese alla formazione del nostro reparto Beauty qui alle Terme Pompeo: centottanta giornate di formazione on the job ci fanno comprendere davvero la delicatezza del nostro ruolo al servizio del cliente.

### **8. Quali sono i trattamenti più richiesti sul mercato?**

Lavorando in una Spa, come Terme Pompeo, il trattamento più richiesto è sicuramente il massaggio, che il nostro Centro offre in molteplici versioni, fino ad arrivare a quello più esclusivo: il massaggio sotto pioggia termale, che abbinando le proprietà dell'acqua termale ai benefici della massoterapia è diventato un vero plus della nostra struttura. Ma la nostra professionalità si manifesta soprattutto nel consigliare l'integrazione anche con trattamenti estetici specialistici, con prodotti di qualità, come la linea Pevonia Botanica, da noi utilizzata in esclusiva.

### **9. Lei offre prodotti o soluzioni?**

Il nostro obiettivo è quello di dare soluzioni consigliando prodotti specifici all'interno di un programma personalizzato.

### **10. Come si sta evolvendo il profilo dei suoi clienti? Più uomini, più teenager?**

#### **Che cosa chiede il cliente?**

Rispetto al passato la clientela maschile è aumentata in maniera considerevole. L'apertura della Fitness Spa all'interno delle Terme Pompeo ha aumentato notevolmente la frequenza della clientela maschile, sempre più attenta alle nostre proposte e alla cura della propria immagine e del benessere psico-fisico.

Naturalmente, l'aumento della presenza maschile è un trend internazionale ed ha dato vita a linee di prodotto specifiche, perché la pelle dell'uomo ha caratteristiche particolari: è più spessa, ha un pH più acido di quella femminile, tende a disidratarsi a causa della maggior sudorazione e della rasatura e quindi ha un bisogno più impellente d'idratazione.

A titolo d'esempio, quando un cliente ha simili problemi consigliamo il Fitness Glow Hydrating Self Tan a base di squalano, vitamina E, acido ialuronico, DHA e tanti attivi naturali; si tratta di un idratante auto-abbronzante ad assorbimento rapido che si massaggia su viso e collo e dà quale risultato una pelle più nutrita, desensibilizzata ed anche un colorito perfetto.

### **11. E per combattere l'inestetismo che è il peggior nemico delle donne, le adiposità localizzate, cosa consiglierebbe?**

Partendo da un check up iniziale e definendo un programma personalizzato, consiglierei trattamenti drenanti e di intervento sull'adipe localizzato, come ad esempio la fangoterapia al Green Coffee di Pevonia con veicolazione del prodotto specifico unita ad attività fisica appropriata. Grazie ad un'offerta integrata di servizi (beauty, thermae e fitness) il nostro centro permette di agire sul problema su più fronti, sfruttando soprattutto i benefici dell'acqua termale sulfurea con Percorsi Spa specifici.

### **12. Lo stile di vita dei suoi clienti è importante per ottenere maggiori risultati, e soprattutto farli durare più a lungo?**

Ottenere maggiori risultati è possibile solo se riusciamo ad educare il nostro cliente a mantenere un corretto stile di vita, che comprende un'alimentazione equilibrata e un'attività motoria costante, solo così potremo garantire risultati soddisfacenti e duraturi.