

medicina e scienza



Integrazione tra medicina e trattamenti estetici.

Tradizione e nuovi trend.

La crescita delle Medical Spa è un segnale della fusione tra cosmesi e medicina estetica. Ma...

Dati alla mano, le Medical Spa rappresentano già negli Stati Uniti più dell'11% del valore di mercato attuale e in Italia, sebbene sia più complicato valutare il fenomeno anche a causa di alcune lacune normative, nel mix di prestazioni che rispondono alla logica dell'offerta di "un'esperienza di benessere", il comparto health è comunque in crescita.

L'estetica funzionale avanza.

Questo significa che è iniziata una fase di mercato in cui diventa via via sempre meno proponibile stilare un percorso benessere senza offrire la consulenza di un nutrizionista o di un osteopata, tanto per citare due ambiti operativi fondamentali, perché l'armonia psicofisica di un individuo non è data dalla somma di interventi sconsiderati ma dalla fusione di azioni programmate per il comune risultato, quello del benessere personale.

Ed è anche vero che esiste un consumatore informato, esigente e con poco tempo a disposizione (definito spesso consumatore) che intuisce quanto la medicina estetica e la cosmesi siano come una specie di "Giano bifronte" del benessere: una verità sacrosanta quando sostenuta dalla qualità degli attivi nelle linee cosmetiche.

Il binomio tra cosmesi e antiaging.

Non c'è nessuna ragione per la quale la medicina estetica e la cosmesi non possano interagire per il benessere psicofisico dell'individuo: la medicina antiaging si integra naturalmente con i percorsi ed i trattamenti di cosmesi professionale e, ad esempio, i trattamenti relax vanno ad agire su uno dei principali "mali" di questo secolo, lo stress.

Ma è importante scegliere con attenzione il partner per questo tipo di offerta, perché affidarsi a cosmetici che non soddisfano appieno le aspettative del cliente porta a ripercussioni negative sul piano della fidelizzazione che, in assenza di risultati, si traducono in una fuga dei consumatori i quali, già rispetto a molti anni fa, dimostrano una scarsa tendenza a legarsi ad un solo centro benessere. Allora meglio non seguire chi...segue il trend ma cercare chi può garantire perlomeno una tradizione medica documentata, una specie di eredità acquisita poi nelle linee cosmetiche propriamente dette.

Le linee "cliniche" di Pevonia.

L'alto contenuto di attivi, la scientificità delle procedure produttive e l'efficacia reale fanno sì che, negli Stati Uniti, le linee Pevonia siano state definite dai clienti linee "cliniche" **per il loro alto valore tecnico-scientifico.**

In molti sanno che il riconoscimento è dovuto alla capacità di unire l'alta tecnologia con gli estratti marini e botanici più puri, mantenendosi in perfetto equilibrio con l'ambiente circostante: non si diventa a caso membri dell'OTA (*Organic Trade Association*) che nel Nord America protegge e promuove la crescita di un commercio "biologico".

Pochi, probabilmente, sanno che le linee cosmetiche Pevonia Botanica sono nate come naturale evoluzione dei prodotti **Medicalia**, società di Pevonia Botanica i cui prodotti ad oggi sono disponibili solo nelle principali **Medical Spa** del Mondo, presso dermatologi e chirurghi plastici, utilizzate per preparare la pelle ad una moltitudine di interventi di medicina estetica o per accelerare il recupero dell'epidermide dopo tali interventi.

È dell'esistenza di un certo tipo di tradizione, dunque, che ci si deve accertare prima di decidere di seguire un trend che è tale per il mercato, ma rappresenta una tappa basilare per lo sviluppo di un business del benessere che dia risultati concreti, non solo e non tanto al centro benessere ma anche e soprattutto ai suoi clienti.

www.medicalia.com

