

OFFRE SOLUZIONI DI SALUTE E BELLEZZA PER MEZZO DI SERVIZI INTEGRATI LEGATI ALLA FARMACIA

Essere Benessere: il villaggio della salute e della cultura

Laura Seguso

Essere Benessere spa è un network di farmacie, parafarmacie e “villaggi della salute” nato a Milano nel 1998. L'azienda è parte del Gruppo FD, holding che controlla aziende specializ-

1. *Annovera competenze specialistiche*
2. *Per un approccio positivo e consapevole*

zate nella filiera farmaceutica negli ambiti finanziario, logistico, commerciale, distributivo e sanitario. Il progetto Essere Benessere mira a offrire, con continuità sul territorio, nuove soluzioni al bisogno di salute e di benessere della persona attraverso servizi e competenze integrati che nascono dalla farmacia e ruotano attorno a essa. La realtà Essere Benessere consta attualmente di 11 farmacie, 6 parafarmacie, 17 corner di

parafarmacia nella Gda, ma il network è in piena espansione. L'innovazione del modello Essere Benessere consiste nell'accentrare attorno alla farmacia strutture terze di servizi e competenze che fanno dei punti di vendita veri e propri presidi territoriali di riferimento per tutto ciò che attiene alla salute e al benessere della persona, in una sorta di villaggio, chiamato “villaggio della salute”. Fondamentale per la diffusione della cultura del benessere che è alla base della mission di Essere Benessere, l'attività di informazione costante rivolta non solo agli addetti ai lavori attraverso corsi Ecm e aggiornamento professionale, ma anche ai cittadini. Tramite la propria associazione culturale, infatti, Essere Benessere organizza incontri d'informazione e approfondimento aperti al pubblico su temi riguardanti la medicina tradizionale e le medicine alternative tenuti da professionisti ed esperti all'interno delle farmacie o dei Villaggi della salute.

FITNESS & BELLEZZA

Le farmacie e le parafarmacie del gruppo si caratterizzano per ampie e moderne superfici e layout



Un sistema integrato di offerte e servizi quello auspicato da Essere Benessere

espositivi divisi per aree tematiche gestite con la formula del libero servizio assistito. L'offerta merceologica va oltre la farmacia intesa nel senso tradizionale del termine. Particolarmente importante, infatti, sia in termini di superficie disponibile sia di assortimento e servizi, è l'area dedicata a wellness e beauty. Nei punti di vendita più recenti sono presenti cabina estetica con servizio make up, apparecchio microcamera per analisi di pelle e capelli, area fitness con sedute di allenamento con personal trainer e uno spazio per trattamenti viso e corpo, il tutto gestito da personale specializzato. Nei punti di vendita storici, come quelli situati in centro città o comunque dove la superficie disponibile è minore, la necessaria selezione dell'assortimento punta, invece, sull'identificazione del target di riferimento e rispettando la natura di farmacia di quartiere.

OBIETTIVI E STRATEGIA

Per il 2009 è previsto un piano di espansione su tutto il territorio

italiano attraverso una campagna di affiliazione di nuovi punti di vendita rivolto alle 17.500 farmacie italiane. L'azienda inoltre, sta studiando il progetto di una marca privata e l'apertura di nuovi reparti wellness, inclusa una Spa. ■

ESSERE BENESSERE IN CIFRE

11	le farmacie (di cui 5 con la formula del Villaggio della Salute)
6	le parafarmacie
17	gli shop in shop (corner parafarmacia nella Gda)
Oltre 260	gli addetti



• **Ampia offerta di servizi per un concetto integrato di benessere**



• **Localizzazione geografica circoscritta a Milano e Lombardia**

Le strategie di Essere Benessere

- Presenza nei punti di vendita più recenti di area make up con servizio dedicato e di area fitness con palestra, personal trainer e trattamenti viso e corpo
- Offerta di 16 linee con prezzi da 5 a 500 euro
- Presenza in ogni punto di vendita di una cabina estetica con apparecchio microcamera per analisi di pelle e capello
- Consulenza dermocosmetica gratuita