

Benessere 'atomico'

di Daniela Cazzola

A Milano il centro benessere Atomic Spa Suisse, inaugurato nel 2009, propone un nuovo concetto di wellness che valorizza il coinvolgimento sensoriale e la piacevolezza dell'ambiente



Esclusiva, originale, avanguardistica. Nel cuore di Milano, al centro del famoso quadrilatero della moda, sorge una Spa a cinque stelle dallo stile inconfondibile. Situata all'interno del prestigioso Hotel Boscolo Exedra, Atomic Spa Suisse è un vero e proprio capolavoro di design progettato dall'architetto fiorentino **Simone Micheli**. Forme plastiche e sinuose, miriadi di sfere argentate alle pareti e affascinanti giochi di luce proiettano gli ospiti in una dimensione onirica che strizza l'occhio a suggestioni avveniriste. A rendere l'atmosfera ancora più suggestiva, le immagini rilassanti trasmesse da un maxi-schermo di dodici metri e, in sottofondo, una giostra di sonorità avvolgenti.

IL CONCEPT

"Atomic Spa Suisse si distingue per il suo mood magico e surreale - afferma **Luca Mazzanti**, amministratore unico della Società svizzera **B.L.E.W.** (Beauty Luxury Emotion Wellbeing), proprietaria del marchio Spa Suisse -. Lo scopo è quello di ammaliare il visitatore e di travolgerne i sensi per trasportarlo in una realtà fuori dal tempo e dallo spazio. Tutto, dai dettagli architettonici agli arredi, è studiato per favorire il relax e l'evasione. L'assoluta mancanza di spigoli lascia spazio a forme morbide e tondeggianti, che abbracciano gli ospiti facendoli sentire piacevolmente avvolti e contenuti. Le sfere alle pareti, invece, riflettono le immagini, creando nell'ambiente una sorta di caleidoscopio onirico che invita alla distensione. Abbiamo voluto realizzare un'oasi speciale in cui i milanesi possano rifugiarsi per staccare dalla frenesia della città, rigenerandosi sia fisicamente sia mentalmente. Per dar vita a una Spa di successo non basta offrire prodotti e macchinari di alta qualità, menu trattamenti ben congegnati e uno staff professionale: bisogna puntare molto anche sul comfort dell'ambiente e sul coinvolgimento multisensoriale. Un buon massaggio aiuta a rilassare dal punto di vista muscolare ma, senza l'atmosfera giusta, c'è il rischio che la mente continui a rimanere regolata sul pulsante 'on'".

SERVIZI E PRODOTTI

Atomic Spa Suisse si estende su una superficie di seicento metri quadrati che contiene piscina riscaldata con idromassaggio, sauna, bagno turco, area relax e sei cabine trattamenti.

"Offriamo una gamma di servizi ampia e completa - spiega l'imprenditore - muovendoci fondamentalmente in quattro direzioni: percorso

benessere idroterapico, estetica di base, trattamenti tecnologici con apparati di ultima generazione e, infine, protocolli olistici che sfruttano i benefici degli oli essenziali e dell'aromaterapia. Tutti i trattamenti vengono realizzati con i cosmetici Beautyliceous, una linea da cabina e da rivendita creata appositamente per i centri Spa Suisse".

La linea Beautyliceous, frutto di anni di ricerche e rigorosi test clinici, è ricca di attivi naturali dalla comprovata efficacia. Le formulazioni sono dermoaffini e prive di eccipienti potenzialmente aggressivi, mentre il packaging è costituito da contenitori airless che salvaguardano la qualità del prodotto preservandolo da possibili contaminazioni batteriche.

"Trovandoci all'interno di un hotel, i trattamenti più richiesti sono senz'altro i massaggi rilassanti - precisa Mazzanti -. Riscuotono particolare interesse quelli orientali come lo Yumeiho, una tecnica giapponese che ristabilisce la simmetria del corpo e l'armonizzazione dei meridiani energetici. Sono gettonati anche i protocolli aromaterapici, soprattutto il pacchetto scrub più massaggio e i trattamenti viso antiage. Tra i prodotti da rivendita ha particolare successo la linea viso anti-tensione a base di estratto di semi di ibisco abelmosco, una sostanza dallo straordinario effetto botox-like".

IL TARGET DI RIFERIMENTO

Atomic Spa Suisse è frequentata sia dagli ospiti dell'hotel sia da clienti esterni. "Siamo riusciti a centrare l'obiettivo che ci eravamo proposti, cioè creare una Day Spa che non attiri solo i turisti dell'albergo ma, soprattutto, gli abitanti della città - continua l'imprenditore -. Il fatto che la struttura sia frequentata abitualmente da un'alta percentuale di milanesi conferma che stiamo lavorando nella direzione giusta. Nonostante manchi una vetrina su strada siamo riusciti a ottenere una buona visibilità grazie a una campagna di comunicazione vincente".

STRATEGIE DI MARKETING

Lo sviluppo di un'efficace attività di comunicazione non è l'unica strategia di marketing adottata da Atomic Spa Suisse per acquisire visibilità e implementare il portfolio clienti.

"Oltre a investire molto in pubblicità, acquistando pagine su testate locali e nazionali, stipuliamo convenzioni con le aziende e organizziamo numerosi eventi promozionali - rivela l'intervistato -. Le iniziative che hanno maggiore presa sul pubblico e che si sono rivelate più proficue per acquisire nuova clientela, sono gli 'open day' con mini-trattamenti in omaggio. Per promuovere l'effetto passaparola, poi, offriamo periodicamente degli incentivi a chi porta un amico nella nostra Spa. Assolutamente da non sottovalutare è l'importanza di una buona visibilità su Internet. Lavoriamo moltissimo con il web, siamo presenti sui più importanti social network e attraverso la rete riceviamo più di mille contatti al mese. Infine, curiamo molto la fidelizzazione, inviando ogni bimestre una newsletter con aggiornamenti e promozioni. Per quanto riguarda la nostra politica dei prezzi, abbiamo un listino competitivo rispetto a quello delle altre Spa milanesi di livello medio-alto".



Gli interni avveniristici dell' Atomic Spa Suisse, ospitata all'interno dell'Hotel Boscolo Exedra Milano

IL FRANCHISING

Il Gruppo B.L.E.W. si propone un obiettivo importante e ambizioso: creare un network di centri benessere a marchio Spa Suisse. Quali sono i vantaggi di questo progetto per gli operatori estetici interessati a diventare imprenditori?

"Anzitutto il sostegno di un team di professionisti che vanta una pluriennale esperienza nella progettazione e nella gestione di Spa - spiega Mazzanti -. Il nostro staff, composto da consulenti provenienti da diversi ambiti disciplinari, affianca il franchisee in ogni fase dell'attività, dall'elaborazione degli studi di fattibilità al disbrigo degli adempimenti burocratici, dalla scelta dell'ubicazione più appropriata alla progettazione e all'allestimento del Centro, dalla selezione del personale alla sua formazione, dalla creazione della lista trattamenti allo sviluppo del piano di marketing. Si tratta di un team di economisti, architetti, designer, esperti in marketing e comunicazione, Spa manager e Beauty Specialist che mettono le proprie competenze a disposizione dell'affiliato per tutta la durata del rapporto. In questo modo gli garantiamo gli strumenti necessari per avviare e gestire con successo il proprio business. Inoltre, ogni Spa del circuito usufruisce della linea cosmetica Beautyliceous, che viene distribuita esclusivamente ai Centri Spa Suisse".

