

MERCATI IN CRESCITA, COSMECEUTICA E NUTRACEUTICA IN POLE POSITION: IL CASO MEDSPA

Parla Giovanni D'Antonio, founder dell'azienda che si è imposta nel mercato che ha trasformato le farmacie in templi del benessere

Il successo di un'idea che ha messo in moto un'azienda che in tempo record ha trovato la sua storia in uno dei mercati apparentemente più granitici, ma che sta dando prova di grande capacità evolutiva come quello della farmacia. Due generazioni di farmacisti, madre e figlia, guidate nella progettazione di due brand di cosmeceutica e nutraceutica, dall'esperienza del primogenito, manager internazionale attirato dalle nuove sfide.

DOMANDA: Medspa, fin dalla sua nascita si è posta due obiettivi. Rivoluzionare il mercato della cosmeceutica e successivamente della nutraceutica. Sfida numero uno, Miamo. Parliamone

RISPOSTA: Miamo è un brand di cosmeceutica per tutte le fasi della vita della pelle. Ci pensavamo da tempo, ma prima di uscire con una linea, abbiamo passato mesi e mesi ad analizzare il mercato. Non bastava, a parer nostro portare delle novità scientifiche, volevamo proprio elaborare una formula che riflettesse, in tutti i passaggi del processo di acquisto, la nostra filosofia. Mia sorella è una farmacista, come mia madre, e si è specializzata con studi internazionali in anti-age. Io ho studiato economia e management. Siamo una famiglia molto unita e da sempre abbiamo l'abitudine di parlare tutti insieme, ognuno delle proprie cose, confrontandoci come in una tavola rotonda dove vengono fuori idee. Abbiamo puntato su un'informazione sincera, trasparente, diretta. E sulla formazione. Il farmacista non è un commesso di profumeria: serve conoscenza approfondita, disponibilità al dialogo, coinvolgimento in ciò che sono i valori prima ancora dei prezzi.

D: Sfida numero 2, Nutraiuvens. Dalla Cosmeceutica alla nutraceutica. Altro campo che si è fatto largo. Si fa presto a dire integratori...

R: La pelle si nutre non solo di ciò che applichiamo attraverso sieri, creme, maschere,



Medspa: una storia di tradizione e innovazione

La storia di Medspa è scritta a 3 mani intingendo la penna nella tradizione della farmacia, nella più innovativa ricerca scientifica e nel marketing 3,0. Ed è una storia di famiglia.

Le radici affondano nella professione di Elena Aceto Di Capriglia, farmacista, da sempre attenta al dialogo con il consumatore finale, si nutrono dei moderni approfondimenti scientifici della figlia Camilla D'Antonio, direttore scientifico del progetto e membro della Società Americana Anti Age per diventare impresa grazie alle intuizioni e alle strategie di Giovanni D'Antonio, anima aziendale di Medspa.

L'azienda nasce in un periodo di forte cambiamento nel settore della bellezza e del benessere: il consumatore sente il bisogno di affidare la scelta dei prodotti per la cura della pelle a professionisti preparati e consapevoli degli effetti di un prodotto non solo a livello cosmetico ma anche e soprattutto per l'impatto sull'organismo. Cambia così e si evolve il ruolo del farmacista e la cosmeceutica e la nutraceutica diventano le nuove soluzioni per combattere i problemi della pelle e per la lotta all'invecchiamento cutaneo. Ecco che Miamo e Nutraiuvens, prodotti creati da Camilla D'Antonio per accompagnare la pelle in tutte le fasi della vita, arrivano sugli scaffali delle farmacie italiane e sbarcano sul web.



La novità del 2017

RETINOL CREAM 1% ADVANCED FORMULA è una crema formulata con un complesso di ingredienti altamente performanti che aiutano a correggere i principali segni dell'invecchiamento. Retinol Microspheres è una forma di retinolo microincapsulato, tecnologia che consente di proteggere la molecola da eventuali processi degradativi, conservarne l'attività nel tempo e rilasciarlo in modo graduale e uniforme, minimizzando i processi irritativi. La nota azione anti-aging del retinolo è dovuta al suo potere rigenerante e stimolante. L'estratto di Eperua Falcata contrasta l'invecchiamento cellulare agendo su molteplici step del processo di micro-infiammazione cutanea e aiuta a proteggere la pelle dallo stress ossidativo. L'estratto di Swertia Chirata è un potente rigenerante che stimola il rilascio di fattori di crescita dei cheratinociti, aiutando a migliorare lo spessore dell'epidermide. Completa l'azione anti-aging della formulazione l'estratto di Hordeum Vulgare, in quanto promuove la sintesi di collagene, acido ialuronico ed elastina.



prodotti per la detersione e per la cura delle patologie, o anti age. Volendo nutrire la pelle anche attraverso l'organismo dal suo interno, abbiamo associato delle linee di integratori per completare gli effetti dei prodotti Miamo. Sempre in termini di formazione e informazione, abbiamo elaborato una serie di iniziative per educare il farmacista al cross selling. L'azione combinata di più prodotti dove creme e sieri dialogano anche con i nostri integratori. Miamo punta ad accompagnare la pelle per tutta la vita, Nutraiuvens a integrare le sostanze indispensabili per un organismo che funziona.

D: Il mondo della farmacia è un ambiente ritenuto tra i più conservatori. Quali sono state le vostre strategie per comunicare e farvi apprezzare con prodotti nuovi nel giro di poco tempo?

R: Abbiamo trasmesso l'importanza di aderire a un'idea prima ancora di acquistare un prodotto. E abbiamo trasmesso il nostro senso di dialogo con il consumatore che spesso è anche la prima fonte di ispirazione nella formulazione dei nuovi prodotti. Alcuni di essi sono stati proprio concepiti analizzando le richieste di chi, trovandosi già bene con alcuni prodotti Miamo, doveva però fronteggiare altre problematiche. Tutte queste attenzioni, unite a un calendario puntuale di eventi in store e di giornate formative, hanno portato questa nicchia di mercato ad evolversi verso quello che è il nuovo status della farmacia stessa: un tempio del benessere a 360 gradi dove la bellezza è diretta conseguenza della salute.