

# VIVESSERE

LIBERI DI VIVERE • FELICI DI ESSERE  
MENSILE DI INCHIESTA • CULTURA E SPETTACOLO



STRIKE ALLA CRISI

# INALTO

# IMURI

RICOSTRUIRE E DIFENDERSI,  
L'ITALIA CHE PUÒ E DEVE REAGIRE

IL NUOTO ITALIANO  
AFFONDA A LONDRA

DELUSIONE E POLEMICHE INTORNO  
AI CAMPIONI PIU' ATTESI  
DELLE OLIMPIADI ITALIANE

INTERVISTA A FEDERICA PELLEGRINI

SPECIALE CALCIO

CALCIOSCOMMESSE  
E SERIE A

VIAGRA

NUOVA DROGA  
DEL POPOLO DELLA NOTTE

# Cara crisi alla BELLEZZA non rinuncio

*E quasi, quasi faccio shopping in farmacia...*

**N**eanche la recessione frena l'attenzione degli italiani per la bellezza.

A dirlo è un recente studio condotto da Unipro (Associazione italiana delle imprese cosmetiche) sull'andamento della Cosmesi nel nostro Paese, settore controcorrente in continua crescita, con un fatturato nel 2011 pari a 9.624 milioni di euro.

I dati rivelano che non solo spendiamo ogni anno di più in prodotti e cure di bellezza, ma nel tempo siamo diventati molto selettivi nella scelta dei "fornitori", orientandoci alla farmacia. Basta vedere la ripartizione del fatturato tra il 1976 e il 2011: reparto cosmetico della farmacia in costante ascesa e grande distribuzione e profumeria in progressivo calo.

**Siamo un popolo di irriducibili narcisi? Lo abbiamo chiesto a Sarah Cossu, esperta di bellezza e benessere e AD di We-Wellness, società specializzata nello sviluppo della cosmesi in farmacia.**

In effetti il nostro senso estetico è noto in tutto il mondo - dice Sarah Cossu - ma pensando ai numeri della moda e del design italiano mi sembra una virtù non un vizio. Nel caso specifico del beauty care an-

diamo molto oltre la vanità. Parlerai di evoluzione nella cura della propria immagine e, soprattutto, di una nuova consapevolezza circa l'*interdipendenza tra benessere e bellezza*.

## Il famoso Più sani, più belli?

E' un'espressione un po' semplicistica, ma il cuore del concetto è di fatto quello e l'abbiamo interiorizzato. Siamo consumatori sempre più attenti e se prima sceglievamo la lozione corpo più reclamizzata, oggi, la nostra ricerca è scrupolosa, multilivello e personalizzata. Valutiamo ogni aspetto dell'esperienza del cosmetico, non ultimo quello sensoriale, e puntiamo a una risposta efficace, mirata ai nostri bisogni.

## Siamo diventati così bravi ed esperti?

Direi orientati alla ricerca del benessere psicofisico, obiettivo decisamente articolato che ci fa apprezzare più

che mai un consiglio esperto in grado di capirci e guidarci. In quest'ottica la farmacia è l'interlocutore ideale per il consumatore di oggi che vive la bellezza come espressione di un benessere globale da preservare e coltivare. E infatti il reparto cosmetico sta crescendo per offrire un approccio integrato alla bellezza.



Sarah Cossu, esperta di bellezza e benessere e AD di We-Wellness

## "Approccio integrato alla bellezza"... Traduzione?

Vuol dire proporre servizi su misura, come un'attenta analisi dermocosmetica, un'offerta completa che va dal cosmetico al nutraceutico e il grande valore aggiunto della presenza del farmacista. Il tutto con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento nel tempo. Per questo è essenziale allargare gli orizzonti delle competenze, dalla dermocosmesi alla cura del

cliente e alla sua fidelizzazione, ma soprattutto ai servizi di qualità in una consulenza continua. *Noi di We-Wellness seguiamo le farmacia proprio in questa fase evolutiva.*

## I farmacisti tornano sui banchi di scuola?

La formazione continua è la chiave del successo in ogni settore. L'esperienza del *Cosmetics Evolution* è emblematica: un percorso partito dalla dinamica Federfarma Brescia ha coinvolto numerose farmacie che puntano all'eccellenza e all'innovazione per il proprio reparto cosmetico.

Mi preme inoltre sottolineare che il bisogno di sviluppare alte competenze può aprire nuove opportunità di lavoro e carriera. Per creare il valore aggiunto di cui ho parlato c'è bisogno di personale specializzato, formato ad hoc. E' quello che faremo dal prossimo autunno con i corsi professionali *Cosmetics Evolution Academy* aperti a non addetti ai lavori per formare le nuove consulenti globali di bellezza in farmacia. ■



PER INFORMAZIONI

sui percorsi per le farmacie e l'accademia per le consulenti di bellezza:  
we-wellness.com | Milano | info@we-wellness.com | 02 89456312