

Il format Facial Bar Repêchage®



UN NUOVO CONCEPT NELL'AMBITO DELLO SKIN CARE: TEMPI BREVI E RISULTATI IMMEDIATI!



Le premesse e la nascita di un progetto innovativo

Facial Bar Repêchage® è la nuova frontiera dello skin care sviluppata a partire dall'analisi di tre punti fondamentali che scandiscono, e definiscono, stili di vita e modalità di consumo: mancanza di tempo; attenzione sempre crescente alla cura del viso; ricerca di prodotti/trattamenti caratterizzati da un rapporto qualità/prezzo considerato giusto da parte del consumatore. Ma cosa significano, in concreto, queste premesse? I ritmi imposti dalla vita contemporanea sono frenetici e trovare tempo per se stessi diventa sempre più difficile e stressante, ciò nonostante il settore beauty resiste bene alla crisi in quanto rappresenta una gratificazione a cui il consumatore finale non vuole rinunciare. Una crisi, tuttavia, che spesso impone a questo stesso consumatore di optare per soluzioni beauty (prodotti e trattamenti) che abbiano costi contenuti ed offrano un alto valore aggiunto (sia in termini di innovazione che di qualità percepita).

Partendo da tali considerazioni **Lydia Sarfati – creatrice, mente, anima e vero e proprio personaggio carismatico di Repêchage** – ha messo a punto un vero e proprio innovativo format, dedicato a rispondere a questa triplice esigenza manifestata dal mercato. Pioniera nell'utilizzo di Alghie Marine Eco-Cert, ma anche attenta osservatrice del mercato, Lydia Sarfati ha così deciso di definire Trattamenti Viso Express - della durata di 15 o di 30 minuti - da effettuare in postazioni che rieditano quelle del Parrucchiere (comode poltroncine allineate, visibili anche da vetrina) per uno *skin care on the go* denominato **Facial Bar Repêchage®** che si avvale di prodotti esclusivamente naturali a base di alghe biologiche raccolte in Bretagna e successivamente lavorate negli Usa per innescare la trasudazione del fluido intercellulare delle alghe, mantenendo attivi i principi. I principi attivi, le miscele e le dosi con cui si effettuano i trattamenti sono uguali in ogni città del mondo, sia che ci si trovi a New York,

IL CONSUMATORE È ALLA RICERCA DI SOLUZIONI BEAUTY DAI COSTI CONTENUTI E AD ALTO VALORE AGGIUNTO (IN TERMINI DI INNOVAZIONE E DI QUALITÀ PERCEPITA)



AD OGGI NEL MONDO SONO STATI APERTI 75 FACIAL BAR REPECHAGE®, 45 DEI QUALI INAUGURATI NEL 2013

a Hong Kong o a Milano. Detergere, illuminare, nutrire e ossigenare il viso in soli 30 minuti – ovvero in pausa pranzo, all'uscita dell'ufficio o tra un appuntamento e l'altro – prendendosi cura di quella che è la parte del corpo più in esposta agli occhi altrui. Restare giovani, apparire tonici, mantenere una vitalità che si legge *in primis* sul viso rappresentano quindi i punti chiave alla base della creazione dei **Facial Bar Repêchage**: sedi ideali per dare voce alla necessità dilagante di una cura specifica e altamente specializzata della pelle del viso. Il tutto sviluppando trattamenti veloci ed efficacissimi, sinonimo di una nuova frontiera del *beauty*.

Una storia di successo

Introdotta per la prima volta negli Stati Uniti, il format **Facial Bar Repêchage** ha riscosso in patria un successo immediato. Risultati estremamente positivi che hanno fatto sì che il progetto venisse replicato a livello internazionale con l'apertura – ad oggi – di 75 Facial Bar Repêchage nel mondo; 45 dei quali inaugurati nel solo 2013.

In Italia è arrivato a fine 2013, con l'inaugurazione di un primo Centro a **Milano (Facial Bar di via A. Costa 3) guidato da Isabella Calabrese**. È lei stessa a raccontare quando, come e perché ha deciso di rinnovare il proprio Centro estetico improntato su trattamenti beauty classici, 'riconvertendosi' e sposando un concetto di Beauty Express che le ha regalato oggi, secondo le sue stesse parole, una grande soddisfazione.

Perché la scelta di rinnovare il suo Centro estetico?

La parola che identifica la volontà di cambiamento è sempre la stessa: 'crisi'. Una crisi che, per un imprenditore, significa calo dei con-

sumi, riduzione dei fatturati, interrogativi sempre più concreti mirati all'individuazione dei punti critici della propria attività. 'Cosa posso fare, ci sarà una soluzione, come mettere a frutto la mia esperienza?': questi in sintesi i miei interrogativi. L'esperienza c'è – e consolidata –, la clientela anche (che tuttavia spende sempre meno e fa sempre meno trattamenti), la location è buona... Cosa non funziona? Mi sono quindi ritrovata a pensare che avere un Centro estetico da anni, onestamente, porta con il passare del tempo ad irrigidirsi o meglio a perdere di vista concetti quali rinnovamento, nuovi trend di consumo, nuove possibilità. Lavorare sempre meno, in ultima istanza, è stata la spinta che mi ha convinta a guardarmi intorno alla ricerca di nuove soluzioni.





Che cosa ha visto guardandosi intorno?

Ho visto che i miei clienti lamentavano una cronica mancanza di tempo (Milano è una città che corre sempre), budget disponibili sempre più esigui, impossibilità di programmare in anticipo spese ‘importanti’ (ovvero acquisto di pacchetti di un certo costo). Dall’altro lato notavo che la cura del viso era un tema sempre più sensibile, che ‘il bisturi’ attirava sempre meno, che l’attenzione a prodotti a base naturale era in assoluta crescita. La domanda latente quindi esisteva, come ‘conquistarla?’



I TRATTAMENTI VISO EXPRESS - DELLA DURATA DI 25 O 30 MINUTI - SI EFFETTUANO IN POSTAZIONI CHE RIEDITANO QUELLE DEL PARRUCCHIERE

A quel punto...

Individuate criticità e possibilità di crescita, mi è stato presentato il marchio Repêchage – innovativo, pioniere, attento ai trend di mercato, statunitense e quindi più avanzato rispetto a noi – e il progetto *Facial Bar Repêchage*®. Un vero e proprio colpo di fulmine, se così si può dire, in quanto sembrava rappresentare la soluzione giusta al momento giusto. Da qui lo sviluppo del progetto, in tandem con Euracom (distributore italiano Repêchage®), con cui si è avviata una collaborazione attenta su più piani. Insieme all’architetto presentato da Euracom si sono studiati gli spazi per rinnovare *in primis* la distribuzione degli spazi; mi è stata offerta una formazione professionale volta ad acquisire una conoscenza approfondita dei prodotti e dei protocolli da offrire ai clienti; sono stata supportata in termini di Marketing e Comunicazione.

Più nel dettaglio?

Il concetto di distribuzione degli spazi, tipico del Centro estetico tradizionale, è stato letteralmente rivoluzionato, lasciando molto più spazio ad un’ampia zona che dà su strada, in cui sono posizionate le postazioni *Facial Bar Repêchage*® (sulla falsariga degli allestimenti del parrucchiere). Una formatrice ha trasmesso alle mie estetiste i protocolli specifici Repêchage attraverso giornate di formazione. Il reparto marketing ha fornito materiale per un’immagine di marca Repêchage® coordinata (il brand in effetti è molto forte a livello internazionale e si appresta, a mio parere, a replicare anche in Italia questa notorietà e credibilità consolidata a livello mondiale), nonché un supporto di Ufficio Stampa grazie a cui abbiamo raggiunto il consumatore finale attraverso articoli e segnalazioni su testate consumer quali Gioia, Silhouette, ViverSani, ViviMilano, e su siti importanti quali vogue.it e tudonna.it, solo per citarne alcuni.

IL FORMAT SI RIVOLGE IN PARTICOLARE ALLE DONNE CHE COMBATTONO CON LA CRONICA MANCANZA DI TEMPO

I ritorni in termini economici?

Una crescita di fatturato pari al 24% su base trimestrale, un’agenda di appuntamenti sempre piena e, soprattutto, i commenti positivi dei Clienti che sottolineano la qualità dei prodotti Repêchage® e che apprezzando questo concetto di *Beauty Express- Skin Care On The Go*. Da ciò il conseguente passaparola alle amiche e un ampliamento della clientela.

Un’esperienza positiva?

Ad oggi posso dire che la soluzione *Facial Bar* scelta per dare un nuovo avvio al mio Centro sia stata più che azzeccata. Il successo di questo ‘format’, inoltre, è per me molto importante perché mi consente di promuovere una cultura della cura del viso importantissima da divulgare.



IL FUTURO DEL BEAUTY SECONDO LYDIA SARFATI

Lasciamo infine a Lydia Sarfati, ovvero all’ideatrice dei **Facial Bar Repêchage**®, una battuta finale sul perché i trattamenti viso rappresentano il futuro del beauty.

“È molto semplice” afferma Lydia Sarfati “l’età si allunga sempre di più, il bisturi e le soluzioni invasive stanno banalmente passando di moda – passatemi il termine – e il viso è sempre lì: in primo piano, la prima cosa che colpisce di una persona, sempre scoperto, in estate e in inverno. Mi è sembrato naturale, quindi, riflettere su questo aspetto mettendo al lavoro anche il mio staff che si occupa di indagini di mercato. Sono proprio loro che mi hanno confermato questa intuizione: poter offrire prodotti e anche trattamenti naturali, sviluppati come da nostro DNA a partire da Alge Marine Eco-Cert, rivolgersi a donne contemporanee che combattono con la cronica mancanza di tempo. Ecco, dunque, linee di prodotti specifiche per la cura delle singole esigenze, utilizzo di ingredienti naturali e ricchi di principi attivi, sviluppo di protocolli differenziati. Da un lato trattamenti della durata di 60 minuti, dall’altro la messa a punto di protocolli altrettanto efficaci, ma della durata express ideali – ad esempio – per la donna che lavora o la mamma che ha al massimo 30 minuti da dedicare a se stessa. Negli Stati Uniti – la mia patria nonché sede **Repêchage**® – il successo è stato immediato. Nel caso specifico, abbiamo aperto solo nell’ultimo anno 45 nuovi **Facial Bar Repêchage**®”.

**Repêchage® è distribuita in Italia da: Euracom
tel 02.502970 • info@euracom.it**