

Notizie Market Insight

El.En - Il brand Esthelogue rivoluziona l' estetica italiana

Il gruppo fiorentino si prepara a rivoluzionare il settore dell' estetica italiana attraverso un' iniziativa promossa dalla sua controllata Esthelogue che mira ad aumentare la visibilità dei propri centri per raggiungere il cliente finale. Una strategia accompagnata anche da un forte investimento sul canale online come driver per accrescere ulteriormente il fatturato e che, dopo il test italiano, potrà essere replicata anche in altri mercati. Il gruppo **El.En**, tra i principali player nel settore dei laser ad uso industriale e medicale, ha da sempre fatto della ricerca dell' eccellenza tecnologica e dell' innovazione uno dei pilastri della propria strategia di crescita. Tra le principali novità che caratterizzeranno quest' anno figura un progetto per far crescere il business dell' estetica nel mercato italiano, attraverso una campagna di comunicazione che, in caso di successo, verrà replicata anche negli altri paesi. L' iniziativa parte da Esthelogue, il braccio italiano che dalla sua costituzione nel 2009 si occupa della distribuzione delle apparecchiature di Asclepion, la controllata tedesca specializzata nella produzione dei più avanzati sistemi laser medicali. In Italia il mercato di Esthelogue si rivolge prevalentemente a centri estetici, farmacie e centri fitness che hanno un interesse verso l' estetica professionale, in particolare per quanto riguarda l' epilazione laser e i trattamenti corpo rivolti alla cellulite e alla rimozione del grasso. "La novità di quest' anno riguarda l' intenzione di costituire un network abbastanza unito e coeso di clienti" spiega Danilo Leggieri, direttore generale di Esthelogue e amministratore delegato di Asclepion. "Partendo da tre città pilota (Milano, Genova e Napoli), stiamo lavorando a un piano che cambierà il volto dell' estetica in Italia, investendo nella comunicazione per aumentare la visibilità dei nostri centri". L' azienda ha una copertura capillare del territorio e, in tutti questi anni, ha conosciuto una crescita costante intorno al 25% del fatturato anche grazie all' introduzione di nuovi prodotti in portafoglio, arrivando ad assumere il ruolo riconosciuto di leader del settore. "L' obiettivo di quest' anno è quello di dotare la nostra clientela fatta di oltre 1.100 centri indipendenti di un marchio specifico per aumentarne la riconoscibilità e dargli un' immagine forte. Come? Intendiamo connotare fortemente i nostri centri con materiali, merchandising e di un' insegna d' acciaio, realizzata dalla divisione industriale del gruppo **El.En**". Si tratta quindi di un impegno reciproco per aumentare la visibilità territoriale del brand Esthelogue sul territorio creando una rete riconoscibile per il cliente finale, che avrà la sicurezza di rivolgersi a strutture dotate di macchinari della migliore qualità tecnologica e di personale qualificato. Questo anche per ovviare alle difficoltà date da un mercato relativamente piccolo e molto frammentato i cui volumi non giustificano un investimento di comunicazione a livello nazionale. "Ovviamente - prosegue Leggieri - questo è anche un modo per fidelizzare i nostri centri estetici, tramite l' impegno a mantenere il brand Esthelogue e a rafforzarlo nel tempo". Gli accordi prevedono infatti anche la formazione e l' assistenza, oltre alla sostituzione e l' aggiornamento sistematico delle apparecchiature, di modo da garantire sempre le best practice e la garanzia della qualità offerta dal leader di mercato. In parallelo, si è deciso di puntare su una campagna di investimenti online che consenta di facilitare ulteriormente il raggiungimento del consumatore finale e, di conseguenza, accrescere il fatturato. "Attraverso la visibilità sul territorio cerchiamo di alimentare un' iniziativa molto innovativa nel settore. Abbiamo creato uno store Esthelogue online dove promuoviamo i nostri trattamenti direttamente ai clienti finali, i quali possono acquistarsi nella massima garanzia offerta dal nostro brand e dai nostri centri". Un modello che verrà messo in opera a tutti gli effetti a partire dall' ottobre 2018 in Italia, paese molto reattivo e dove novità e innovazione sono da sempre molto apprezzate, e che il gruppo è fiducioso di poter applicare anche in altri mercati, a conferma dell' importanza internazionale che caratterizza il

The screenshot shows the Borsa Italiana website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Borsa Italiana' logo and search bar. Below it, a menu lists various market categories: Azioni, ETF, ETC e ETN, Fondi, Derivati, CW e Certificati, Obbligazioni, Notizie e Finanza, and Borsa Italiana. The main content area features a 'NOTIZIE MARKET INSIGHT' section with the article title 'EL.EN - IL BRAND ESTHELOGUE RIVOLUZIONA L' ESTETICA ITALIANA'. The article text is visible, starting with 'Il gruppo fiorentino si prepara a rivoluzionare il settore dell' estetica italiana attraverso un' iniziativa promossa dalla sua controllata Esthelogue...'

della migliore qualità tecnologica e di personale qualificato. Questo anche per ovviare alle difficoltà date da un mercato relativamente piccolo e molto frammentato i cui volumi non giustificano un investimento di comunicazione a livello nazionale. "Ovviamente - prosegue Leggieri - questo è anche un modo per fidelizzare i nostri centri estetici, tramite l' impegno a mantenere il brand Esthelogue e a rafforzarlo nel tempo". Gli accordi prevedono infatti anche la formazione e l' assistenza, oltre alla sostituzione e l' aggiornamento sistematico delle apparecchiature, di modo da garantire sempre le best practice e la garanzia della qualità offerta dal leader di mercato. In parallelo, si è deciso di puntare su una campagna di investimenti online che consenta di facilitare ulteriormente il raggiungimento del consumatore finale e, di conseguenza, accrescere il fatturato. "Attraverso la visibilità sul territorio cerchiamo di alimentare un' iniziativa molto innovativa nel settore. Abbiamo creato uno store Esthelogue online dove promuoviamo i nostri trattamenti direttamente ai clienti finale, i quali possono acquistarli nella massima garanzia offerta dal nostro brand e dai nostri centri". Un modello che verrà messo in opera a tutti gli effetti a partire dall' ottobre 2018 in Italia, paese molto reattivo e dove novità e innovazione sono da sempre molto apprezzate, e che il gruppo è fiducioso di poter applicare anche in altri mercati, a conferma dell' impronta internazionale che caratterizza il gruppo **El.En.** (Market Insight) 07-03-2018 09:48 Titoli citati nella notizia Nome Prezzo Ultimo Contratto Var % Ora Min oggi Max oggi Apertura **El.En.** 25,88 -0,92 9.36.24 25,78 26,24 26,24.