

MARKUP 287

PharmaLab

56

Un percorso di health&wellbeing che va dalle terme ai poliambulatori e alla distribuzione moderna, fino a negozi diretti, con un unico obiettivo: offrire servizi e prodotti per la cura della persona

GRUPPO MONTI SALUTE PIÙ: prestazioni anche in gdo

di
Raffaella Pozzetti

Punto di riferimento a livello nazionale nel segmento medico-termale, Gruppo Monti Salute Più ha come mission quella di interpretare e rispondere a tutte le esigenze del cliente-paziente attorno al tema della salute e del benessere. E lo fa non solo erogando esami specialistici e servizi attraverso i propri poliambulatori e le strutture termali, ma anche tramite la commercializzazione di prodotti, dalla dermocosmesi al food & beverage. I canali di vendita? Oltre ai propri, per alcune linee di prodotto, si punta soprattutto alla gdo. Ne parliamo con Luca Marozzi, marketing manager della società.

Siete una realtà sanitaria articolata. Ce la descrive in breve?



Gruppo Monti Salute Più, che festeggia quest'anno i 50 anni di attività, si occupa di salute e benessere a 360°. Abbiamo 12 poliambulatori, distribuiti fra Bologna (dove siamo nati e abbiamo la nostra sede), Ferrara e Venezia, riuniti sotto il brand Circuito della Salute Più, a cui si aggiungono 5 stabilimenti termali a marchio Mare Termale Bolognese, che hanno ridato vita a una tradizione termale millenaria che risale ai tempi dell'imperatore

Augusto. Inoltre, sempre nel cuore della città, abbiamo un centro all'avanguardia per la diagnostica per immagini, che nel 2020 si arricchirà di un innovativo macchinario, unico in Italia, per la risonanza magnetica.

Com'è nata l'idea di unire strutture sanitarie e termali?

La nostra offerta poliambulatoriale spazia dalla diagnostica per immagini alle visite

specialistiche, dalla cardiologia all'angiologia. Oltre a ciò seguiamo la parte di riabilitazione e di medicina estetica: lavorando in questi due comparti, la proprietà ha intuito i vantaggi di un legame fra sanità e terme, che noi consideriamo come parte integrante della nostra proposta di salute. Non a caso, per entrare nei nostri centri termali, in palestra come in piscina, è necessario effettuare una visita medica con i nostri specialisti. Dal 1995 a

MARKUP 287

PharmaLab

57

oggi abbiamo aperto quattro stabilimenti termali a Bologna e nell'area metropolitana. A ciò si aggiunge il Villaggio della Salute Più, un agriturismo bio sviluppato su un'area di circa 40 chilometri quadrati fra Emilia-Romagna e Toscana, riconosciuto come sito di interesse comunitario dall'Unione Europea per le sue biodiversità: il complesso ospita un'ampia struttura ricettiva, due ristoranti e il più grande acquapark termale d'Europa.

Ma non vi siete fermati qui ...

Dato che la mission di Gruppo Monti Salute è sviluppare progetti centrati sulla salute e sul benessere, abbiamo anche realizzato una serie di prodotti, tutti a marchio nostro, in gran parte derivati dall'acqua termale, con un'attenzione particolare alle tradizioni della nostra città. Per dare un'unità anche commerciale all'offerta di prodotto, nel corso del 2019 abbiamo realizzato il nostro flagship store, il Salute Più Concept Store, uno spazio di oltre 1.000 mq nel cuore di Bologna, che esprime al meglio il nostro concetto di health&wellbeing, proponendo, oltre alla commercializzazione dei nostri prodotti, anche un centro termale e una spa.

Per quanto riguarda i prodotti, come si articola la



Luca Marozzi marketing manager di Gruppo Monti Salute Più

Gruppo Monti Salute Più in cifre

L'azienda, con fatturato 2019 di 30 milioni di euro, ha un vasto portfolio di attività, che comprende:

- un'area medica, con 12 poliambulatori accreditati, un polo diagnostico e uno formativo di medicina estetica e chirurgia estetica;
- un'area medico-termale, che comprende 5 centri termali, l'agriturismo Villaggio della Salute Più, dotato di Acquapark e del Salute Più Concept Store, che vende anche online.

Il gruppo impiega in totale 100 medici professionisti e conta 4.000 pazienti al giorno.

gamma d'offerta?

La nostra proposta include tre linee di dermocosmesi: una alle proteine della seta, una alla birra termale, e una di trattamenti curativi a base di acqua termale. Da quest'anno abbiamo anche una linea di profumi, i prodotti artigianalmente legati alle suggestioni delle erbe e dei fiori del Villaggio della Salute Più. Inoltre, abbiamo introdotto una linea di abbigliamento ecofashion, realizzata con seta bolognese, rivitalizzando uno dei grandi vanti della storia cittadina nei secoli passati. Infine, abbiamo sviluppato un'offerta di food & beverage, dalla birra con acqua termale agli Essenziali, liquori a base di erbe salutari del Villaggio della Salute Più. Nel food, stiamo per uscire con campagne dedicate al Saltapasto Più, un sostitutivo del pasto che si qualifica come il primo prodotto da forno della categoria, in linea con i trend di oggi: è biologico, vegano, metabolico e funzionale.

Come commercializzate queste referenze? Solo tramite i vostri canali?

Sì. Il primo e più immediato mezzo per veicolare l'offerta è il nostro Salute Più Concept Store, cui si affiancano i nostri centri: all'interno di queste strutture andiamo a proporre linee di prodotto mirate e adatte alla tipologia

di clientela che frequenta questi spazi. Stiamo valutando, per il prossimo futuro, di aprire un secondo negozio all'interno di uno dei nostri centri termali.

Pensate di appoggiarvi anche ad altri distributori?

Sì, ci stiamo già muovendo in questa direzione, attivando una rete commerciale nazionale.

Le nostre gamme di dermocosmesi e i profumi sono pensate per i canali farmacia, parafarmacia ed erboristeria.

Il Saltapasto, invece, è indicato per la distribuzione moderna e sta ricevendo dimostrazioni di interesse dai mercati internazionali, in particolare quello statunitense, molto ricettivo in merito ai prodotti biologici e salutari.

Utilizzate anche il canale digitale?

È una delle leve fondamentali del nostro marketing: uno dei nostri focus è la vendita tramite il nostro store online. Ma siamo e saremo sempre più presenti anche sui principali market place delle singole categorie merceologiche. E siamo molto attivi anche sui social, a partire da Instagram e Facebook: la pagina del Villaggio della Salute Più, per esempio, conta 160.000 fan attivi. 📌

marzo_2020

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato