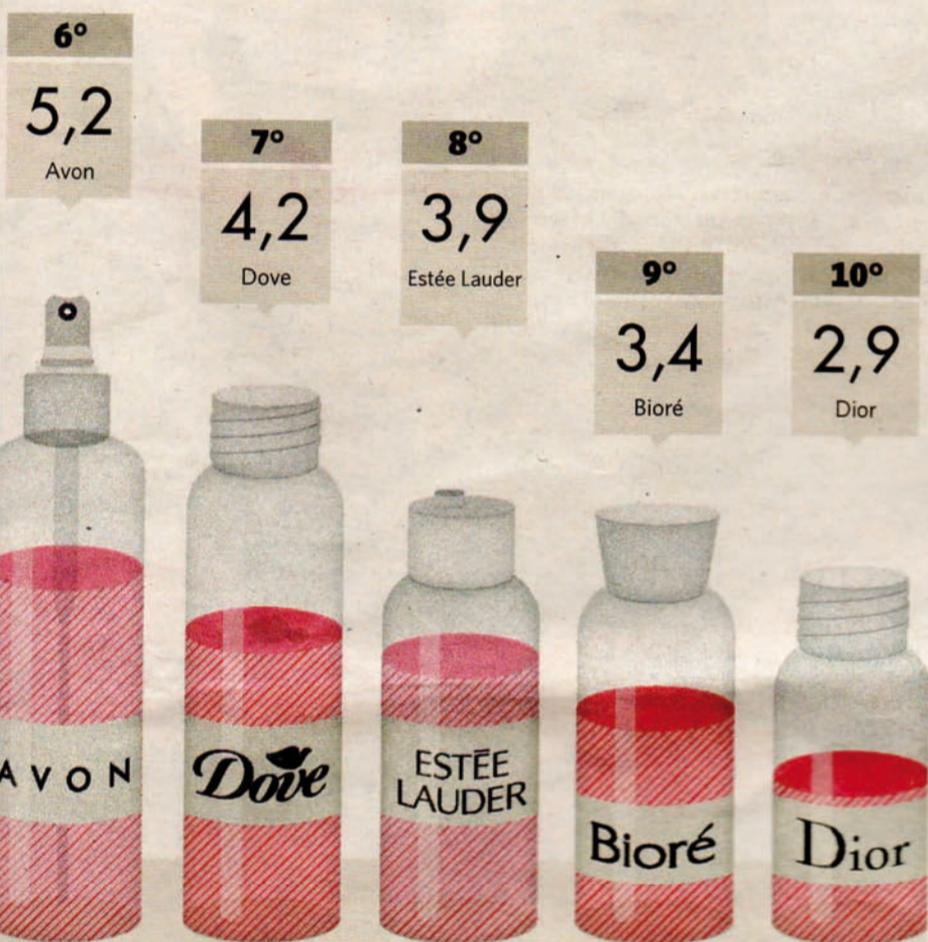


no di più nel
a Brand Finance
asset intangibili
, come la
tellettuale



DIVERSIFICATE IN LINEE DIVERSE



La linea anti-età Olay Regenerist che aiuta a migliorare l'idratazione naturale della pelle

di Olay nel campo delle tecnologie cosmetiche contro i segni del tempo è comprovata. Lo dimostra anche il riconoscimento di Brand Finance che ci colloca al primo posto della classifica mondiale dei marchi di cosmesi con il valore più alto, premiando la

capacità altamente innovativa del brand nel mercato dei prodotti per la cura della pelle».

Performance, ma non solo. «L'elemento emozionale è altrettanto importante - spiega Zanetti -; uno scrub, una crema giorno o un latte detergente rappresentano dei momenti intimi di cura del proprio aspetto, sono una piccola coccola quotidiana che ci si concede per star bene con se stessi. Ecco perché una fragranza delicata o un colore particolare possono fare la differenza. Le nostre consumatrici sono estremamente consapevoli e attente quando acquistano un prodotto per la cura del proprio viso. E la stessa attenzione se la aspettano da noi».

Il mondo Olay offre un'ampia gamma di prodotti alle sue consumatrici, «con le linee Essentials, Total Effects e Regenerist - conclude Zanetti - per soddisfare tutte le esigenze con diverse fasce di prezzo».

Il marchio Olay nasce negli anni 50 in Sud Africa, quando il chimico Graham Wulff, vedendo la frustrazione della moglie Dinah di fronte alle creme di bellezza unte e grasse che si vendevano nelle scatolette del lucido per le scarpe, decide di creare un nuovo prodotto di bellezza proprio per lei, un prodotto che non solo idratasse la sua pelle, ma che la facesse anche apparire bella e femminile.

Il prodotto si diffonde presto in tutto il mondo con nomi diversi per questioni di marketing che vengono poi unificati in Olay per tutti i Paesi, tranne Francia, Italia, Paesi Bassi, Belgio e Germania dove si chiama Olay.

— Ma.Ge.

BENESSERE



Al Forte si fa yoga in spiaggia

di Paola Dezza

Relax e tecniche di meditazione, ma anche massaggi e trattamenti personalizzati in riva al mare. È il servizio esclusivo dell'Augustus hotel & resort di Forte dei Marmi, che ha eletto la spiaggia privata a meta della vacanza. La vera novità per la stagione 2013 sarà la possibilità di praticare Yogafit in spiaggia, attività motoria personalizzata o di gruppo che unisce metodiche di stretching alle posizioni dello Ashtanga e Hatha Yoga per rafforzare la flessibilità e la muscolatura. A coordinare l'attività sportiva sarà Marco Basso, diplomato in educazione fisica all'Università di Firenze, esperto di nutrizione, fisiologia applicata, biomeccanica, posturologia, pilates, yoga e molto altro.

L'Augustus beach è una cornice unica a Forte dei Marmi: la sua club house è stata, dagli anni 30 agli anni 60, parte della villa estiva della famiglia Agnelli, nata inizialmente come capanno sulla spiaggia e hangar di ricovero dell'idrovolante di famiglia. Ancora oggi mantiene la sua riservatezza grazie al sottopasso che solo gli Agnelli hanno potuto realizzare per andare in spiaggia senza attraversare il viale a mare, e che è ancora l'unico oggi in tutta la Versilia. Fiore all'occhiello della Spa *pieds dans l'eau* è, oltre alla piscina di acqua salata riscaldata con idromassaggio e alle cento tende attrezzate, la postazione per i trattamenti benessere e i massaggi che i clienti scelgono di fare all'aria aperta. In spiaggia è possibile anche richiedere servizi di cura delle mani e consulenza sui prodotti solari.