

<b>ItaliaOggi</b> <i>"Terme di Saturnia riparte anche con la linea cosmetica"</i>	Data: <b>13/06/2018</b>
<a href="#">Indietro</a>	<a href="#">Stampa</a>

ITALIAOGGI  
 sezione: Marketing data: 13/6/2018 - pag: 16  
 autore:

## Terme di Saturnia riparte anche con la linea cosmetica

Si chiama «Restart Saturnia» ed è il progetto lanciato dalla nuova proprietà di **Terme** di Saturnia pronto a riportare al centro dell'attenzione di un pubblico internazionale cure termali e prodotti cosmetici made in Italy e basati sulle proprietà dell'acqua termale note da 2 mila anni. A **Terme** di Saturnia lo sviluppo della linea cosmetica omonima è diventato uno dei fondamentali asset di business individuati dal fondo americano York che insieme a Feidos e Almus Capital ha acquistato diversi mesi fa il golf e Spa Resort **Terme** di Saturnia in provincia di Grosseto. La nuova proprietà ha recentemente varato un piano di investimenti di circa 10 milioni di euro focalizzati sulla riqualificazione di un complesso articolato su 120 ettari di terreno, con 22 mila mq di costruzioni e un campo da golf di 18 buche. Saranno così ristrutturate le camere, ma anche creati nuovi servizi e una nuova club house, oltre al raddoppio dell'area benessere entro il 2019. Da subito sono state segmentate le linee di business con gestioni separate per incrementare un fatturato oggi a quota 16,5 milioni di euro. Il resort di 140 stanze e il golf sono sotto la guida di Antonio Barbieri (in arrivo dall'Hilton di Venezia); la Medical Spa e le sue 53 cabine per i trattamenti sotto la direzione di Sandro Baronti; le piscine termali, tra le più grandi d'Europa e con oltre 100 mila visitatori paganti all'anno, sono invece dirette da Elisabetta Santoleri (da Grandi Stazioni). Rilanciata anche la sezione produzione e distribuzione dei cosmetici oggi affidata a Silvia Mosseri (ex Revlon). Un imponente lavoro di rivisitazione delle formulazioni è soltanto il primo step che la società sta finalizzando e che presto porterà la Linea Cosmetica **Terme** Di Saturnia in distribuzione non soltanto nelle profumerie italiane e oltreconfine ma anche acquistabili online attraverso un sito di e-commerce. Grande attenzione anche al territorio; una nuova linea cosmetica è stata appena lanciata e distribuita nelle strutture ricettive che hanno sposato la proposta «Alleanza Maremma» lanciata dal presidente del gruppo, Massimo Caputi, con l'intento di sviluppare sinergie reciproche per far decollare il brand «Maremma Toscana».