

ESI: EFFICACIA E SICUREZZA, QUELLO CHE CHIEDE IL CONSUMATORE

ESI è tra le aziende che più hanno saputo fidelizzare il cliente, associando la propria immagine a concetti di efficacia e sicurezza.

Parliamo delle ragioni di questo successo con il Presidente Antonio Maria Galleano e con Roberto Corio, Direttore Marketing.

Dott. Corio, ESI è uno dei marchi più importanti, conosciuti e apprezzati del settore degli integratori. Quali fattori sono alla base di questo successo?

ESI è un'azienda *marketing oriented*. Il termine, che appartiene al linguaggio del marketing, ha un significato molto semplice: indica un'azienda che pone al primo posto le esigenze del consumatore e orienta le proprie scelte produttive in funzione delle caratteristiche e delle richieste che provengono dal cliente.

Se si sa operare in quest'ottica, il mercato risponde positivamente: ESI è leader in Italia come all'estero, dove ormai la presenza del marchio è diffusa e radicata da molti anni.

Proprio in ossequio alla filosofia *marketing oriented*, cui si accennava, abbiamo recentemente ampliato la nostra già ampia gamma di prodotti, introducendo Aloedermal, una linea dermocosmetica caratterizzata da elevate sicurezza ed efficacia e Sterolip, una novità per aiutare a tenere sotto controllo i livelli di colesterolo.

Ci può illustrare questi nuovi prodotti?

Si diceva, ESI oggi non significa più soltanto integratori. Aloedermal ne è la conferma. Si tratta di una linea dermocosmetica con formulazioni realizzate esclusivamente con ingredienti di origine vegetale, senza conservanti, senza coloranti, senza sostanze chimiche o di provenienza animale, nata dall'esigenza di offrire un'alternativa assolutamente naturale a tutti, compresi coloro che soffrono di allergie e intolleranze. In questi prodotti è lo stesso principio attivo a fungere da conservante. Ad oggi vi sono pochissime linee sul mercato che possano vantare tali caratteristiche.

La linea è stata recentemente arricchita con nuovi prodotti ed è stata introdotta una nuova tipologia di contenitore, il tubo "airless", particolarmente funzionale, poiché eroga il contenuto aspirandolo, attraverso il principio del vuoto, in modo da evitare le possibili contaminazioni dovute al contatto con l'aria. Il nuovo packaging, infine, elegante ed essenziale, esalta le caratteristiche di elevata qualità del prodotto.



E Sterolip?

Sterolip è un prodotto studiato per tenere sotto controllo i livelli di colesterolo attraverso gli steroli vegetali. Queste sostanze sono naturalmente presenti in alcuni alimenti (oli vegetali, frutta secca, cereali, broccoli, ecc.) e svolgono un'azione ipocolesterolemizzante in grado di contribuire ad abbassare i livelli del colesterolo LDL, cosiddetto "cattivo".

La grande novità introdotta da ESI con Sterolip è la possibilità di assumere steroli in maniera semplice, svincolata dal consumo di determinati prodotti, come gli yogurt. Sterolip, infatti, è disponibile in pratiche bustine. La polvere, inodore e insapore, può essere aggiunta all'acqua, alle minestre, al latte, alle insalate, praticamente a tutte le pietanze liquide. Inoltre, le bustine offrono concentrazioni di steroli più elevate rispetto ai cibi "semplicemente" arricchiti.

Dunque, possiamo condensare i plus del prodotto in grande efficacia e facilità di assunzione.

Dott. Galleano, come risponde un'azienda come ESI alle sfide lanciate dal mercato, in un momento obiettivamente "delicato" per l'economia come quello attuale?

ESI rimane fedele alla propria filosofia: creare prodotti che siano sicuri e realmente efficaci, prodotti che il consumatore sceglie una prima volta e torna ad acquistare incoraggiato dai risultati.

Le nostre formulazioni nascono dalla ricerca, sono il frutto del lavoro costante dei nostri laboratori e poggiano su solide basi scientifiche.

Poi, come già avemmo modo di dire in occasione del nostro precedente incontro, la crisi può e dev'essere considerata anche come un'occasione, una sfida da raccogliere, per un'azienda dinamica come ESI. Infatti, proprio in questo periodo, non abbiamo avuto esitazione ad acquisire il marchio Glaxo Aspartame Midy e ad ampliare dunque il nostro mercato, investendo e arricchendo al nostra offerta.

Continueremo altresì a rafforzare la nostra presenza nazionale e internazionale ai più importanti eventi fieristici e profonderemo risorse sempre maggiori nella ricerca della qualità e nell'innovazione.

Questo è l'impegno che abbiamo preso con i nostri clienti, la strada maestra che seguiamo dal 1975 e seguiremo per il futuro.



Via delle Industrie, 1
17012
Albissola Marina (SV)
Tel.: 019 486923
Fax: 019 486925
E-mail: info@esitalia.it
Website:
www.esitalia.com

