

14/03/2017 - 05:00

## Spa dos super-ricos planeja expansão

Por Assis Moreira



*Gilbertoni, da Clinique La Prairie: segmento movimentará US\$ 9 bi em*

*2020*

O spa médico mais caro do mundo, onde um paciente paga US\$ 30 mil por uma semana de tratamento para retardar o processo de envelhecimento, quer expandir as operações para se tornar um "conciERGE da saúde" dos super-ricos globalmente.

Trata-se da Clinique La Prairie, localizada perto de Montreux, na Suíça. O novo modelo de negócio visa oferecer residências com assistência médica na Suíça, abrir de três a quatro clínicas no exterior e, eventualmente, atrair um investidor estrangeiro.

### Leia mais

1. [Oriente Médio volta a dominar mercado de petróleo](#)
2. [Spas oferecem alternativas para quem busca um Carnaval tranquilo](#)
3. [Coreia registra mais 7 casos de Síndrome Respiratória do Oriente Médio](#)

Em entrevista ao **Valor**, o presidente-executivo da clínica, Simone Gilbertoni, não escondeu o entusiasmo com o potencial do nicho de spa médico internacional, estimado para crescer 9,5% ao ano até 2020 e atingir faturamento de US\$ 9 bilhões até lá, ante US\$ 6 bilhões em 2015.

A reputação de La Prairie começou há 85 anos, quando o professor Paul Niehans aplicou a primeira injeção de células frescas de ovelha num paciente. A impressão é de que quase todo mundo famoso passou pela clínica, desde Winston Churchill, Marlene Dietrich, David Bowie, Mick Jagger a esportistas.

Entre 40 grandes spas médicos internacionais, a Clinique La Prairie não é a maior, mas é a mais cara, diz que quer continuar assim e "com os melhores cientistas na área de longevidade". Os reais competidores estão mais no Japão e na Coreia, que utilizam muita tecnologia.

A La Prairie tem dois negócios diferentes, mas complementares. De um lado, o hospital com 50 médicos, que trabalha para a clientela internacional e também para a clientela local com seguro de saúde suíço - divisão que teve crescimento médio de 2,6% ao ano. E a parte mais importante do negócio, o spa internacional, que tem crescimento acima de 9% ao ano e atrai pessoas que vêm de todo o mundo em busca de juventude, terapias contra

insônia, combate a toxinas e reequilíbrio do corpo após período de estresse. O check-up, que custa US\$ 15 mil, oferece teste genético em cinco dias, em vez de 30 ou 40 dias, por ser feito em colaboração com uma startup da Escola Politécnica de Lausanne.

Cerca de 35% dos clientes são europeus (incluindo Rússia), 40% vêm da Ásia (China como o mais importante) e 25% se dividem entre Oriente Médio e Américas - perto de 12% dos clientes vêm da América do Sul.

O empreendimento pertence à família Mattli desde 1976. Há seis meses, mudou a direção executiva, com a entrada de Gilbertoni. Ele desenha novos planos de expansão baseado numa constatação: "A saúde se torna mais e mais importante [para os clientes atuais ou potenciais da clínica]. Se antes [o foco] era preservar o capital, hoje é preservar a saúde, especialmente na Ásia."

Em média, 70% dos clientes voltam a cada dois anos à clínica. Agora, o plano é de se tornar um "conciERGE da saúde", acompanhando os clientes pelo resto da vida para assegurar-lhe longevidade. "Eles viajam mais e mais, são globais, mas não tem um ponto de encontro para a saúde", diz o executivo.

Na Suíça, a ideia é construir cerca de 20 vilas, nas proximidades da clínica, para uma clientela rica e mais idosa aproveitar o spa médico e o hospital, por exemplo durante alguns meses no verão. O hospital vai focar em três especialidades: check-up, ortopedia e medicina estética, que terá um centro inteiramente novo.

Além disso, Gilbertoni quer instalar três ou quatro spas médicos no mundo, na Ásia, Oriente Médio e Estados Unidos. "Queremos nos desenvolver globalmente, e nesse processo não excluimos investidores, mas não é tema na mesa, no momento", diz.

Dentro de seis meses, os programas vão ser também redefinidos, diz Gaëlle Barras, diretora de vendas, que planeja fazer uma investida para atrair ricos clientes brasileiros. "Os latinos tem a ideia de que somos concentrados em estética, mas oferecemos muito mais que isso", exemplificando com programas contra insônia ou para parar de fumar.

"Nosso programa de revitalização é mais sofisticado (do que só a célula fresca de ovelha), é uma terapia completa", acrescenta Gilbertoni. "E para isso investimos US\$ 10 milhões nos últimos oito anos para dar tratamento seguro aos pacientes".