

Indice

Introduzione , di <i>Fabio Ancarani e Aurelio Gisco</i>	XI
1 Verso il wellness marketing: quale marketing per quale wellness? di <i>Fabio Ancarani, Aurelio Gisco, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	1
1.1 L'emergere dell'industria del benessere	1
1.2 I driver: domanda, tecnologia e concorrenza	6
1.3 Quale marketing per quale wellness?	12
1.4 Il mercato del wellness come specchio dei cambiamenti del marketing nel XXI secolo	14
 Le dinamiche nella megaindustria del benessere	
2 I trend nel settore dei functional food di <i>Ludovica Riciputi</i>	23
2.1 Il concetto di cibo funzionale	24
2.2 Il mercato globale dei functional food	27
2.3 Il mercato europeo dei functional food	31
2.4 Il comportamento del consumatore verso i functional food: breve review della letteratura	35
 3 I trend nel settore farmaceutico di <i>Andrada Comanac</i>	39
3.1 Gli investimenti nel mercato farmaceutico	41

3.2	Il marketing e l'approccio verso il cliente	45
3.3	L'approccio verso il benessere	46
4	I trend nel settore dentale	
	di <i>Andrada Comanac</i>	49
4.1	La struttura del settore	49
4.2	Il mercato dentale	52
4.3	Il rapporto cliente-dentista	54
4.4	Il rapporto cliente-dentista sul web	55
4.5	Una nuova realtà: il wellness	57
5	I trend nel settore dell'healthcare	
	di <i>Andrada Comanac</i>	61
5.1	La struttura del settore	61
5.2	Il settore medicale	62
5.3	Il mercato italiano	64
5.4	I fattori chiave dello sviluppo di dispositivi medici	65
5.5	L'invecchiamento della popolazione	66
5.6	L'innovazione tecnologica nel campo biomedico	67
5.7	L'evoluzione dei sistemi sanitari e la sanità elettronica	69
5.8	L'approccio verso il benessere	70
Una rassegna di casi ad alta visibilità nel wellness marketing		
Il caso Orogel: il benessere sostenibile		
	di <i>Bruno Piraccini, Fabio Ancarani, Ludovica Riciputi</i>	79
Il caso Enervit: il benessere innovativo,		
	di <i>Claudio Menegatti, Fabio Ancarani, Ludovica Riciputi</i>	85
Il caso Amadori: come una tradizionale azienda italiana		
compete nel mercato del wellness		
	di <i>Elena Aniello, Marco Magnaghi, Fabio Ancarani, Ludovica Riciputi</i>	93
Il caso Danone: il benessere da bere		
	di <i>Luca Casaura, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	99

Il caso 3M Consumer Health Care: benessere, formazione e consulenza di <i>Marcello Persiani, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	105
Il caso GE Healthcare: benessere, tecnologia e specializzazione di <i>Massimo Barberio, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	111
Il caso Ultradent: il benessere del sorriso di <i>Barbara Maddalena, Marco Xodo</i>	117
Il caso Danaher Kerr Europe: benessere, innovazione e focalizzazione di <i>Luigi Lunetta, Andrada Comanac, Fabio Ancarani</i>	125
Il caso EssereBenessere: il benessere nel consumer retail di <i>Barbara Zancan, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	129
Il caso Henry Schein Krugg: il benessere nella distribuzione Business-to-Business di <i>Riccardo Gandus, Andrada Comanac, Chiara Saibene</i>	135
Conclusioni. Quali strategie per il wellness marketing? di <i>Fabio Ancarani, Aurelio Gisco, Ludovica Riciputi, Chiara Saibene</i>	141
Bibliografia	153
Gli Autori	157