



p r o g r a m m a

# E D U C A T I O N A L

5-6-7 novembre 2005

mostra d'oltremare, napoli

congresso di estetica e medicina estetica / massage zone  
congresso wellness / hair style show / make-up zone  
make - up competition

  
aestetica

A B B B C C D D E F F F G G H H I I J J K K L L M M N N O O P P Q Q R R S S T T U U V V W W X X Y Y Z Z

  
aestetica®

10.30-12.30

**Tavola rotonda**

I CAMBIAMENTI DELLA DOMANDA DEL BENESSERE:  
"NUOVI" CONSUMATORI E "NUOVI" STILI DI VITA

Introduce e coordina: **Gabriele Bettoschi**, Consulente Scientifico di Aestetica

- \* **L'economia del fitness e del wellness in Italia.**
- \* **Il ruolo sociale ed economico dell'industria del wellness**
- \* **Le potenzialità del mercato.**
- \* **Ricerca del benessere psico-fisico non più fenomeno di moda, ma parte integrante della qualità della vita e non più limitato a determinate classi di reddito o gruppi di persone.**
- \* **I soggetti più sensibili all'offerta benessere.**
- \* **Il boom del benessere e della cosmesi per uomini.**
- \* **Il mercato dei cosmetici bio-ecologici nelle beauty farms.**

**Sono stati invitati:**

- ANTONIO BASSOLINO *Presidente Regione Campania*  
ANDREA MONTEMARANO *Assessore Regione Campania alla Sanità*  
MASSIMO CAPUTI *Amministratore Delegato Sviluppo Italia*  
PAOLA DEZZA *Giornalista de il Sole 24 ore, autrice "Benessere: Cure per il corpo e per la mente" Franco Angeli Editore*  
CRISTINA TIRINZONI *Redazione Psychologies Magazine Hachette Editore*  
MARCELLA BALDASSINI *Giornalista Rusconi Editore*  
GIAN MARCO ROSSI *Presidente Nazionale AICEB*  
CLAUDIO ALBONETTI *Presidente Nazionale Assoturismo*  
RUGGERO FIGIANI *Presidente Consulta Turismo Confindustria Campania*  
GIUSEPPE ROMANO *Presidente Regionale Confconsumatori*  
ROMINA PELLEGRINI *Esperta Marketing Cosmesi Naturale*

15.30-17.30

**Tavola rotonda**

IL MARKETING DEL BENESSERE  
MOTIVAZIONI DI ACQUISTO E PROCESSI DI VENDITA

- \* **Quali sono i fattori emotivi e i fattori razionali nelle scelte d'acquisto dei prodotti e dei servizi per il benessere?**
- \* **Mercato spietatamente competitivo e mutevole, consumatore selettivo, smalzato e bombardato di messaggi, di prodotti e servizi: le strategie di marketing classico sono ancora adeguate?**
- \* **Quanto incide (e costa) una pubblicità tutta uguale e piatta?**
- \* **Originalità, creatività, professionalità e qualità possono essere le vere parole d'ordine per una politica di vendita vincente?**
- \* **La ricerca della soddisfazione del cliente.**
- \* **La qualità percepita dal cliente.**
- \* **Gli elementi fondamentali della qualità del servizio.**
- \* **Le dinamiche tra personale e cliente.**

**Sono stati invitati:**

- MARCO DI LELLO *Assessore Regione Campania al Turismo*  
CRISTINA TIRINZONI *Redazione Psychologies Magazine Hachette Editore*  
SAVINO CORVACE *Visual Designer*  
MARIO MATERA *Project Studio*  
ALBERTO GUADALUPI *Benessere.com*  
GIOIA BETTOSCHI *Esperta valutazione e gestione qualità*  
ROMINA PELLEGRINI *Esperta Marketing Cosmesi Naturale*  
RITA FORCUCCI *Direttore La Réserve Caramanico Terme*  
ANNA MARIA CASALE RECHICHI *Exfactory, Salute, Benessere, Bellezza Monza*

10.30-12.30

**Tavola rotonda**

COME AVVIARE UN CENTRO DEL BENESSERE

Introduce e coordina: **Gabriele Bettoschi**, Consulente Scientifico di Aesthetica

- \* **Che cosa offrire: l'attività di base e i servizi accessori.**
- \* **A chi e come vendere: potenzialità e analisi del mercato; concorrenza; strategie di marketing.**
- \* **Come organizzarsi: attrezzature, locali, localizzazione, personale.**
- \* **Il franchising: un costo o un valore aggiunto?**

**Sono stati invitati:**

LUCIA GIULIA PICCHIO  
PAOLA BONFANTI  
MARIA TERESA SORIANI  
GIANCARLO COPPOLA  
GIANNA BARBERIS  
GIORGIO BARTOLOMUCCI  
NELLO BOSCO  
ALESSANDRO LA ZAZZERA  
ANDREA RICCIO  
FRANCESCO CATTANEO  
VITO ZURZOLO  
ALESSANDRO PORZIO

*Autrice "Sognando la Beauty Farm", Edizioni Sonda  
Wellness International Network Milano  
Responsabile Altamarea Beach Village di Cattolica  
Progettista e titolare della Spa + Hhego di Napoli  
BBR Servizi e Vice Presidente Nazionale Assopolizie  
Direttore Area Wellness  
Autore "Management del Benessere" Franco Angeli Editore  
General Manager Grand Hotel Quisitana Capri  
"L'Esagono del Benessere"  
Amministratore "Welling srl"  
AIOB, Associazione Italiana Operatori del Benessere  
Promo-Franchising*

15.30-17.30

**Tavola rotonda**

QUALE INTERPRETAZIONE DARE ALLO SPAZIO  
BENESSERE, DAL PROGETTO ALLA REALIZZAZIONE

- \* **Esistono comuni denominatori nella progettazione?**
- \* **Ciò che è valido in un centro fitness è altrettanto valido in un albergo?**
- \* **Piscina, Spa, sauna, bagno turco o bagni di vapore?**
- \* **Come trasformare una palestra in un'area benessere.**

**Sono stati invitati:**

FRANCO SCAGLIA  
PATRIZIA CARBOGNIN  
ROBERTO ROMANO  
SARA CIGOLANI  
SILVIA GIANNINI  
ANDREA ZANINI  
ELENA PIZZETTI  
ANDREA RICCIO  
FRANCESCO CAPOCCIA  
DAVIDE CARLONI

*Architetto e progettista di fitness  
& fun center, progettista di Get Fit  
Art Designer Centri Benessere - SPA  
Redattore "Area Benessere"  
Responsabile Scuola "Manager del Benessere"  
Architetto  
Direttore Wellness Design  
Caporedattore Area Benessere  
"L'Esagono del Benessere"  
Assopiscine  
Reintegra*

10.30-12.30

**Tavola rotonda**

LE STRUTTURE DEL BENESSERE E I LORO CLIENTI

Introduce e coordina: **Gabriele Bettoschi**, Consulente Scientifico di Aestetica

- \* **Un settore in forte espansione ma ancora senza regole precise, che fa riferimento a norme e regolamenti a livello locale.**
- \* **Centri Benessere; Beauty farm; “Spa”; Day Spa; Kid’s Spa; Pet’s Spa; Stabilimenti Termali; Centri Talassoterapici; Agriturismi del benessere; Centri estetici e istituti di bellezza; Hammam e bagni turchi; Centri di dimagrimento; Solarium e i centri abbronzatura; Saloni di parrucchieria.**
- \* **Al di là delle differenti nomi, quali sono oggi i criteri di successo dei diversi luoghi del benessere?**
- \* **Quali sono le diverse specificità e i diversi standard di qualità dei servizi?**
- \* **I clienti del benessere: i fanatici, gli equilibrati, gli ostentatori.**
- \* **Conoscere i profili psicologici dei clienti per delineare meglio i servizi da offrire.**

**Sono stati invitati:**

ALESSANDRO PELLIZZARI *Vicedirettore StarBene Mondatori Editore*  
MARIA PIA FIORENTINO *Direttore Responsabile Natura&Benessere*  
ANDREA RICCIO *Direttore Commerciale Esagono*  
SARA CIGOLANI *Responsabile Scuola “Manager del Benessere”*  
FRANCESCO CATTANEO *Amministratore “Welling srl”*  
SALVATORE MARINELLI *Resp. Centro Benessere Grand Hotel Quisisana Capri*  
PIERLUIGI LATTUADA *Direttore Clinica Olistica Lifegate*  
GRAZIANO SCARASCIA *AIOB, Associazione Italiana Operatori del Benessere*

15.30-17.30

**Tavola rotonda**

VECCHI E NUOVI ABUSIVISMI



- \* **Gli operatori del benessere: chi sono, cosa fanno e cosa non possono fare.**
- \* **Evoluzione e proliferazione delle tecniche del benessere, aiutano a confondere sostanza con coreografia?**
- \* **I problemi derivanti dalle caratteristiche dei servizi offerti.**

**Sono stati invitati:**

CORRADO GABRIELE *Assessore alla Formazione Regione Campania*  
LAURA SAVINI *Redazione Psychologies Magazine Hachette Editore*  
FRANCESCO GANDOLFI *Presidente Associazione Italiana Craniosacrale*  
SARA CIGOLANI *Responsabile Scuola “Manager del Benessere”*  
DINO DAIDONE *Medico Estetico, Direttore Sanitario Centro Benessere*  
GUGLIELMO DE MARTINO *Presidente Consulta Regionale del Benessere Regione Campania*  
GIUSEPPE GRAZIANI *Presidente Confederazione Lavoratori Autonomi*  
TERESA DE MONTE *Presidente Associazione Estetiste*  
PIERLUIGI RAVELLI *Direttore Rivista Essenzialmente Energia/Ess.en*  
ROBERTO BENVENUTI *Presidente Unione Naturopati*  
RUDY LANZA *Presidente Federazione Nazionale Naturopati*  
LUIGI SANSONE *AIOB, Ass. Italiana Operatori del Benessere*  
GIUSEPPE GALLUCCIO *Naturopata*

A B B C C D D E F F F G G H H I I J J K K L L M M N N O O P P Q Q R R S S T T U U V V W W X X Y Y Z Z



un evento di:  **Eventi Italia** & 

**Eventi Italia S.r.l.:**

1<sup>a</sup> Traversa Privata Via E. Nicolardi, "Parco il Verde" lotto 20 scala A - 80131 Napoli

Tel. +39 081 42 2000 - Fax +39 081 410 71 64 - [www.aestetica.info](http://www.aestetica.info) / [info@bellezza-benessere.it](mailto:info@bellezza-benessere.it)