

SECONDA EDIZIONE AMPLIATA E AGGIORNATA

PAUL ZANE PILZER

**LA NUOVA
RIVOLUZIONE
DEL BENESSERE**

**COME COSTRUIRSI UNA FORTUNA
NEL PROSSIMO BUSINESS
DA 1.000 MILIARDI DI DOLLARI**



FRANCO ANGELI

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

PAUL ZANE PILZER

**LA NUOVA
RIVOLUZIONE
DEL BENESSERE**

**COME COSTRUIRSI UNA FORTUNA
NEL PROSSIMO BUSINESS
DA 1.000 MILIARDI DI DOLLARI**

Traduzione di Graziella Scatassi

FRANCO ANGELI

Paul Zane Pilzer è un economista di fama mondiale, imprenditore multimiliardario nel campo del software, rabbino laico, professore incaricato e autore di tre best seller. Completati gli studi universitari in tre anni e conseguito, all'età di 22 anni, un MBA alla Wharton in soli 15 mesi, a 24 anni è stato nominato professore incaricato alla New York University, presso la quale ha insegnato per vent'anni consecutivi. Durante il periodo di lavoro alla Citybank, come dirigente a soli 22 anni e come vice presidente a 25, Pilzer ha dato vita a numerose attività imprenditoriali – arrivando a guadagnare il suo primo milione di dollari prima di aver compiuto i 26 anni e i suoi primi 10 milioni prima dei 30. Negli ultimi trent'anni, ha creato e/o diretto cinque società quotate in borsa nel campo del software, dell'istruzione e dei servizi finanziari. Ha fondato inoltre le due principali compagnie nazionali per fornire benefici sanitari differenziati alle aziende americane.

Nominato consulente economico in due amministrazioni presidenziali, preannunciò le difficoltà di cassa da 200 miliardi di dollari e la crisi dei prestiti molti anni prima che la burocrazia di Washington si degnasse anche solo d'ascoltare – una storia che in seguito descrisse in *Other People's Money* (Simon & Schuster, 1989), ricevendo un consenso molto critico da parte del *New York Times* e dell'*The Economist*.

In *Unlimited Wealth* (Crown Publishers, 1990) Pilzer rifletteva su come vivere in un mondo di risorse fisiche illimitate a causa del rapido avanzare della tecnologia. Dopo averlo letto, Sam Walton, fondatore della Wal-Mart, affermò d'essere “meravigliato dalle capacità imprenditoriali di Pilzer” e “dall'abilità di presentare il tutto in maniera accessibile a chiunque”. *God Wants You to be Rich* (Simon & Schuster, 1995, 1997) esplorava i fondamenti ebraico-cristiani dell'attuale sistema economico. Questo best seller del *New York Times* sull'imprenditoria, fu presentato sulla prima pagina del *Wall Street Journal* e in diversi spettacoli televisivi. È stato pubblicato in 18 lingue.

Ed ora, in *The New Wellness Revolution*, Pilzer analizza la nuova, emergente attività imprenditoriale nel campo del benessere e spiega in che modo gli imprenditori riusciranno ad avere fortuna nella imminente industria da 1.000 miliardi di dollari.

Pilzer, ex commentatore dell'emittente National Public Radio e della CNN, è apparso tre volte nel programma televisivo *Larry King Live!* ed è stato protagonista delle copertine di numerosi periodici americani. Ogni anno parla dal vivo a circa 250.000 persone e sono state vendute oltre 12 milioni di audiocassette contenenti la registrazione dei suoi discorsi. Vive nello Utah con la moglie e i quattro figli, tutti appassionati di snowboard, di mountain bike e di scacchi.

Per ulteriori informazioni, potete visitare il sito www.paulzanepilzer.com

Titolo originale: *The New Wellness Revolution. How to Make a Fortune in the Next Trillion Dollar Industry*, John Wiley & Sons, Inc., New York.

Copyright © 2007 by Paul Zane Pilzer. All rights reserved.

This translation published under license.

Traduzione dall'americano di Graziella Scatassi.

Copyright © 2007 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese– tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.*

Indice

Prefazione. La rivoluzione continua	pag.	11
1. Cosa c'è di nuovo nella nuova rivoluzione del benessere	»	11
2. I nuovi milionari: gli imprenditori del benessere	»	14
3. È predisposizione o educazione? Né l'una, né l'altra	»	16
4. Quali sono alcune delle nuove e più rilevanti tendenze in atto nella nuova rivoluzione del benessere?	»	18
5. Piano d'azione per imprenditori e professionisti del benessere/salute	»	25
Introduzione. Perché il benessere è il prossimo grande evento	»	26
1. Il prossimo grande evento	»	27
2. Definire l'industria del benessere da miliardi di dollari	»	29
3. Come leggere questo libro	»	30
4. Le 5 caratteristiche distintive delle industrie più diffuse	»	34
5. Il benessere è un'industria a larga diffusione che non sparirà	»	37
1. Perché abbiamo bisogno di una rivoluzione	»	41
1. In che modo il benessere divenne la mia causa	»	42
2. Perché abbiamo bisogno di una rivoluzione: due paesi divisi da una grande necessità	»	44
3. In che modo l'economia perpetua l'obesità e la malnutrizione	»	46
4. In che modo l'economia perpetua la malattia	»	49
5. Non esistono soluzioni all'orizzonte	»	53
6. Una soluzione economica ad un problema economico	»	57
7. I primi 200 miliardi di dollari (2002)	»	58
8. In che modo Rodale aprì la strada alla rivoluzione del benessere	»	61

9. Perché molto spesso le nuove idee vengono respinte	pag.	64
10. In che modo la medicina tradizionale occidentale respinge il benessere	»	67
11. La rivoluzione del benessere è molto più di una macchina per fare soldi	»	70
2. La generazione dell'esplosione demografica. Comprendere e controllare la richiesta di benessere	»	72
1. Mettete in pratica quello che predicate	»	72
2. La generazione dell'esplosione demografica è la prima generazione del benessere	»	73
3. L'errore che molte persone commettono fraintendendo la domanda del consumatore	»	77
4. La richiesta di quantità e la richiesta di qualità	»	80
5. La domanda di quantità e di qualità nel settore del benessere	»	85
6. In che modo alcuni futuri probabili imprenditori fraintendono la nostra economia	»	87
7. In che modo la disoccupazione conduce alla crescita economica	»	88
8. Le implicazioni economiche nell'industria del benessere	»	91
9. In che modo il business delle vitamine passò dalla malattia al benessere	»	92
3. Che cosa bisogna sapere su cibo e alimentazione	»	97
1. Che cos'è il cibo e perché ne abbiamo bisogno?	»	97
2. I due problemi principali legati all'alimentazione	»	99
3. In che modo l'organismo trasforma il cibo in energia e materia vivente	»	99
4. L'opportunità commerciale legata all'acqua	»	100
5. In che modo si assumono e si bruciano calorie	»	100
6. Quattro motivi per cui è difficile perdere grasso	»	102
7. La fondamentale importanza delle proteine, delle vitamine e dei minerali	»	105
8. Come la rivoluzione verde ha cambiato l'opportunità economica nell'ambito della produzione alimentare	»	107
9. Come l'economia alimentare ha creato l'opportunità del cibo naturale	»	109

10. Le calorie vuote: il nocciolo del problema delle forniture alimentari	pag.	111
11. L'economia in contrasto con il desiderio di ricchezza e i problemi legati alle forniture alimentari	»	113
4. Fare fortuna in campo alimentare	»	116
1. Come la religione e la regolamentazione pubblica si sono fatte sopraffare dal benessere	»	117
2. Programmi di sovvenzione in agricoltura	»	119
3. La frode dell'industria casearia	»	121
4. La soluzione soia: una nuova opportunità nata dal benessere	»	125
5. Il miracolo della soia: la realizzazione di una "vita giusta"	»	128
6. Il prodigio del panino vegetariano: una storia di ammonimento nel campo del benessere	»	134
7. Quello che gli imprenditori nel campo della ristorazione devono sapere	»	137
5. Fate della medicina la vostra fonte di ricchezza	»	143
1. La ricerca di ciò che sta dentro la scatola nera	»	143
2. Ippocrate: il primo medico del benessere	»	144
3. La nostra visione limitata	»	146
4. Le multivitamine e il mercato multilivello (MLM)	»	150
5. ConsumerLab.com: condividere la conoscenza è una grande impresa	»	152
6. Mercola.com: il più popolare sito web al mondo di prodotti di salute naturale	»	157
7. Il cardiologo del benessere: in che modo la gente sta trasformando i ruoli tradizionali	»	159
8. L'esercizio fisico: un'opportunità imprenditoriale nell'ambito dell'industria del benessere	»	164
9. L'imprenditrice del club femminile numero 1 d'America	»	165
10. I centri Creating Wellness Inc.	»	171
11. Rivoluzionare una professione dal suo interno	»	176
6. Che cosa è necessario conoscere sull'assicurazione sanitaria	»	181
1. La crisi dell'economia americana causata dal sistema assicurativo sanitario	»	182

2. Lo sporco segreto sull'assistenza sanitaria fornita dal datore di lavoro	pag.	184
3. Il sistema assicurativo sanitario americano è la causa numero uno di fallimento finanziario	»	186
4. La crisi del sistema assicurativo sanitario. Trattare i sintomi invece di curare o prevenire le malattie	»	188
5. In che modo gli Stati Uniti sono entrati nell'attuale crisi dell'assicurazione sanitaria	»	189
6. In che modo negli Stati Uniti molti consumatori ogni anno sprecono migliaia di dollari in assicurazioni sanitarie	»	193
7. La nuova soluzione per imprenditori orientati al benessere	»	201
7. Far fortuna distribuendo benessere	»	205
1. La ricchezza illimitata: il principio biologico che sta dietro la moderna economia	»	205
2. Come le opportunità nella distribuzione hanno superato le opportunità nella produzione	»	207
3. Come è cambiata la distribuzione nel corso del XXI secolo	»	210
4. La distribuzione intellettuale in contrapposizione alla distribuzione fisica	»	211
5. Applicare le lezioni della storia del commercio	»	213
6. I negozi specializzati: un'opportunità di grandi dimensioni nel campo del benessere	»	214
7. La nuova epoca del costo marginale zero dei prodotti	»	216
8. L'importanza di combinare grande esperienza e alta tecnologia	»	219
9. L'impatto di Internet e delle società dot-com	»	221
8. La vendita diretta. Come iniziare	»	226
1. Come l'industria delle vendite dirette "mi trovò" nel 1991	»	227
2. L'"uomo degli ascensori". L'esperienza di un ex distributore nel settore delle vendite dirette	»	228
3. L'industria delle vendite dirette oggi	»	231
4. La vendita diretta oggi = distribuzione intellettuale	»	233
5. La vendita diretta è un intermediario "attivo"	»	234
6. Il valore del reddito residuo	»	236
7. Aiutare gli altri ad avere successo	»	237

8. L'Associazione Vendite Dirette (Direct Selling Association – DSA)	pag.	240
9. Il criterio finale. Perseveranza e aspettative	»	241
9. Intraprendere una nuova attività. I nuovi milio- nari	»	242
1. Fornire gli strumenti e i mezzi all'industria del benessere	»	243
2. Masters Circle	»	244
3. Formazione fisica. Allenare un esercito di professionisti del benessere	»	249
4. Intraprendere un'attività finanziaria nel benessere	»	253
5. Si dia inizio ai lavori	»	257
6. Diventare un investitore nel settore del benessere	»	260
7. Il segreto della Wharton	»	261
8. Avviare un'attività attraverso la religione	»	264
9. Il benessere visivo. L'eliminazione della cecità prevenibile diventa economicamente accessibile	»	266
10. Epilogo. Benessere senza limiti	»	270
1. Perché il benessere è senza limiti	»	270
2. Le cellule staminali. Il chirurgo cardiovascolare che sta rendendo obsoleta la chirurgia cardiaca	»	272
3. Le possibilità d'operare positivamente	»	275
4. L'importanza di un'adesione completa al vostro programma	»	278
5. Perché Dio ha creato la frequenza	»	279
6. La "mano invisibile" dietro il benessere	»	281
Appendici		
A. Il grasso: che cos'è, come si accumula e come viene definito	»	283
1. Che cos'è il grasso	»	283
2. Il colesterolo	»	283
3. Grassi saturi e insaturi	»	284
4. Perché abbiamo bisogno di grassi	»	285
5. Definizione di sovrappeso e obesità	»	285
B. Il passaggio dall'assicurazione sanitaria basata sulla malattia a quella basata sul benessere	»	289
1. Smettere di assumere farmaci di mantenimento che trattano i sintomi e non le cause	»	289

2. Cambiare lo stile di vita (dieta ed esercizio fisico) prima che sia troppo tardi per tagliare drasticamente le spese sanitarie che durano tutta la vita	»	294
3. Gli effetti di dieta ed esercizio fisico sui farmaci da prescrizione	»	295
4. Chiedi al tuo medico perché spenda il tuo denaro come se fosse il suo	»	296
5. Le analisi cliniche	»	297
6. La chirurgia	»	297
Bibliografia	»	299
Ringraziamenti	»	302

Prefazione. La rivoluzione continua

1. Cosa c'è di nuovo nella nuova rivoluzione del benessere

La rivoluzione del benessere (Wiley, 2002, ed. it. FrancoAngeli, 2004) ha rappresentato “lo sparo sentito in tutto il mondo” per l’industria del benessere. È stato il libro che per la prima volta ha definito il benessere come industria, mettendo in contatto centinaia di migliaia di diversi fornitori di prodotti e servizi, uniti da un’unica causa. Il libro ha dimostrato che scienziati mentalmente predisposti, fornitori di servizi fitness, uomini d’affari, produttori di cibi, proprietari di ristoranti, distributori di prodotti per il benessere, medici e altri professionisti focalizzati nella prevenzione delle malattie e contro l’invecchiamento, facevano tutti parte di una rivoluzione a livello mondiale: non si trattava solo di isolati iconoclasti all’interno delle proprie professioni o settori industriali.

Dopo la pubblicazione de *La rivoluzione del benessere*, fui definito dal *New York Times* “l’economista guru del benessere”. Ho ricevuto una laurea ad honorem per il ruolo giocato dal libro nell’aiutare il Congresso a far approvare l’HSA (*Health Savings Accounts*)* e altre riforme finanziarie che riguardano la tutela della salute. Riforme che ora permettono ai consumatori orientati al benessere di risparmiare denaro sulla propria assicurazione sanitaria per poter così finanziare scelte di benessere.

Inoltre, il mio libro è stato pubblicato in 12 lingue ed è diventato il punto focale per la comunità internazionale che si occupa di benessere. Migliaia di persone mi hanno contattato per condividere le loro espe-

* Nuova forma di assicurazione sanitaria (*N.d.T.*).

rienze e/o per informarmi su nuove opportunità in questo esaltante settore che sta per diventare un'industria da 1.000 miliardi di dollari.

Come instancabile scrittore ed economista, ho sempre preferito dirigermi verso nuove frontiere dopo ogni libro o progetto concluso. Ma in questo caso, il mio editore mi ha convinto a scrivere questa edizione aggiornata, perché negli ultimi cinque anni molte cose sono accadute nel campo del benessere. Alcuni di questi eventi sono avvenuti come avevo previsto, altri non erano stati proprio presi in considerazione nel 2002.

La rivoluzione del benessere aveva previsto la fulminea ascesa del settore dai 200 milioni di dollari del 2002 ai 500 milioni di oggi. Inoltre l'HSA, che ha avuto inizio in Sudafrica e si è diffusa in tutto il mondo, sarebbe presto diventata legale anche per i cittadini americani. Non ho previsto quanto velocemente i governi di tutto il mondo avrebbero abbracciato gli standard di benessere alimentare e non ho tenuto conto della scelta effettuata da molte industrie alimentari e farmaceutiche (inclusi, in qualche misura, McDonald's e Wal-Mart) di convertirsi volontariamente alla causa del benessere, offrendo cibo più salutare. Non ho considerato inoltre in quale misura, negli Stati Uniti e nelle altre nazioni sviluppate, la biforcazione tra "quelli che hanno" e "quelli che non hanno" accesso al benessere, sarebbe continuata. Mentre alcuni milioni di persone, negli ultimi cinque anni, hanno abbracciato una vita di benessere, altri milioni di persone hanno preso la direzione opposta - solo la percentuale degli americani in sovrappeso è salita dal 61 al 65 per cento e l'incremento delle malattie collegate all'alimentazione come il diabete di tipo 2, fa somigliare gli Stati Uniti di oggi, sotto l'aspetto sanitario, ad un paese del Terzo mondo.

Questa tendenza ci ha rimesso in corsa per uguagliare o superare la mia previsione iniziale di un giro d'affari da 1.000 miliardi di dollari e ha enormemente accelerato i bisogni e le opportunità commerciali per un numero sempre maggiore di imprenditori nel campo del benessere.

Sir Isaac Newton disse: "se ho visto più avanti di altri è perché stavo in piedi sulle spalle di giganti"¹. Da quando nel 1996 ho iniziato a scoprire questo nuovo settore industriale, i miei "giganti" sono stati i rivoluzionari del benessere, dei quali ho iniziato a tracciare il profilo ne *La*

¹ In una lettera a Robert Hooke, 5 febbraio, 1675/6, citata in: *The Concise Oxford Dictionary of Quotation*, new ed., London, Oxford University Press, 1986, 176.

rivoluzione del benessere: donne e uomini che avevano già fatto una enorme differenza nel 2002. Persone come:

- Frank Yanowitz, il cardiologo che ha creato un business specializzando nella prevenzione delle malattie cardiache piuttosto che nella loro cura;
- Jill Kinney, l'esperta di fitness che ha costruito un business da 100 milioni di dollari attraverso la creazione di club che forniscono servizi legati all'attività fisica sul posto di lavoro;
- Steve Demos, l'uomo della soia "delle meraviglie", che ha creato il latte di soia SILK e messo assieme il primo marchio di benessere a livello nazionale del valore di un miliardo di dollari.

Le loro storie, aggiornate alla situazione odierna, sono raccontate ne *La nuova rivoluzione del benessere*.

Ma, fatto ugualmente significativo, dal 2002 sono venute a conoscenza di centinaia di nuovi rivoluzionari del benessere – persone che hanno fatto la differenza in questo campo, arricchendo il nostro mondo. Tra questi rivoluzionari vi sono:

- Peter e Kathie Davis, co-fondatori di IDEA e ACE che hanno coordinato 20.000 professionisti del fitness in una coesa forza internazionale che ha portato professionalità, regole di base e credibilità nell'intero settore;
- pionieri dell'informazione come Tod Cooperman e Joseph Mercola, che hanno costruito un enorme business basato sulla rete web semplicemente fornendo informazioni sul benessere a decine di milioni di consumatori in tutto il mondo;
- chiropratici come Fabrizio Mancini e Bob Hoffman che, insieme ad altri leader di questa professione vecchia di 100 anni, stanno riportando l'industria chiropratica alle sue origini legate al benessere;
- imprenditori come Patrick Gentempo, che sta utilizzando i metodi di distribuzione e di franchising utilizzati dalle aziende di fast food per costruire opportunità commerciali in franchising nel settore benessere a livello nazionale;
- medici che stanno cercando di uscire dal business sanitario come Russ Reiss, un chirurgo cardiovascolare che prova a eliminare il bisogno di ricorrere ad interventi chirurgici al cuore, tramite la ricerca sulle cellule staminali;

- professionisti *no profit* come Geoff Tabin, che ha reso accessibile a milioni di persone nel Terzo mondo, riducendo il costo di un singolo intervento a 20 dollari, l'operazione più popolare al mondo: l'intervento anti età alla cataratta, il cui costo si aggira solitamente intorno ai 3.500 dollari. Appena la rivoluzione del benessere entrerà nella sua fase successiva, opportunità simili per rendere accessibile il benessere alla massa, come fece Henry Ford con le automobili, appariranno in tutti gli ambiti dell'industria del benessere.

Dal 2002, l'elenco dei rivoluzionari del benessere, i miei "giganti", si è enormemente allungato. Stando in piedi sopra le loro spalle sono in grado di vedere molto chiaramente il nostro futuro di benessere. Avrei desiderato riunirvi tutti per raccontarvi le loro esperienze e mi scuso per tutte quelle storie che non sono riuscite a superare il lavoro di editing e a far parte di questo libro.

Questi "rivoluzionari" sono i veri eroi della rivoluzione del benessere. Se siete professionisti già esperti in questo settore e state cercando di far crescere la vostra attività commerciale, oppure state leggendo questo libro perché cercate una nuova opportunità commerciale, le loro storie vi forniranno l'ispirazione e l'informazione necessaria per costruirvi un capitale nella grande opportunità commerciale qui indicata:

l'opportunità di crearsi un'incredibile fortuna facendo del bene alle persone, operando nella più grande industria sulla faccia della terra: il benessere.

2. I nuovi milionari. Gli imprenditori del benessere

Se siete degli imprenditori oppure state considerando di avviare una nuova attività nel campo del benessere, non c'è mai stato momento migliore nella storia per avviare il vostro business.

Durante il periodo della mia infanzia e adolescenza, negli anni '50, i milionari erano personaggi immaginari che si potevano vedere in spettacoli televisivi come *Il milionario* o in strisce comiche come *Annie la piccola orfana* (Little Orphan Annie). Nessuno allora conosceva o aveva visto un milionario. Anche nel programma *Il milionario*, John Be-

resford Tipton non apparì mai in video. Mi ricordo ancora la risposta di mio padre quando gli chiedevo di andare a cena fuori: “pensi che siamo milionari?”.

Ma dal 1991, la sorprendente economia americana ha prodotto 3,6 milioni di famiglie statunitensi con un capitale netto superiore a 1 milione di dollari. Poi, nei dieci anni successivi, il numero dei nuclei familiari milionari raddoppiò, passando a 7,2 milioni. All’economia americana sono occorsi 215 anni per creare i primi 3,6 milioni di famiglie milionarie e solo 10 anni per crearne altri 3,6 milioni.

Come ho già spiegato e previsto nel mio libro del 1991, *Ricchezza senza limiti*, ciò che è accaduto negli anni ’90 è stato l’inizio di un periodo, della durata di 40 anni, di crescita economica internazionale. Dal 1991 al 2001 la ricchezza delle famiglie americane è triplicata – da tredicimila miliardi di dollari è passata a quarantamila miliardi. E un’espansione simile si è verificata in ogni nazione sviluppata, tranne il Giappone.

Ci sono sempre stati periodi di crescita economica e di accumulo di ricchezze, ma in passato ha significato spesso che i ricchi diventavano più ricchi e che le persone normali non avevano alcuna opportunità. Ciò che è stato così unico negli anni ’90 è stato il numero enorme di nuove famiglie che hanno condiviso questa ricchezza. Ma gli anni ’90 hanno rappresentato solo l’inizio.

Gli anni ’90 sono stati l’inizio di un periodo che sarebbe poi stato conosciuto come la “democratizzazione della ricchezza”, non solo negli Stati Uniti ma in ogni nazione, dalla Cina all’Europa.

Come potrete leggere in questo libro, a causa dei cambiamenti di fondo intervenuti nell’economia mondiale, nella tecnologia e nella nuova legislazione che vuole favorire l’individuo piuttosto che i gruppi organizzati, stiamo ora iniziando un periodo di democratizzazione della ricchezza che farebbe scattare in piedi e sorridere perfino Karl Marx. Ma nemmeno Marx avrebbe potuto spiegare a fondo ciò che sta accadendo oggi: non stiamo togliendo ai ricchi per dare ai poveri, stiamo creando nuova ricchezza che chiunque può scegliere di condividere.

Oggi, più di 10 milioni di famiglie americane possiedono un capitale netto di un milione di dollari o superiore. Intorno al 2016, ci saranno 20

milioni di nuclei familiari americani milionari. Ciascuno di essi approssimativamente comprende 2,5 persone, questo significa che 50 milioni di americani presto vivranno in una famiglia che possiede un capitale netto pari a un milione di dollari o superiore.

Numero di milionari americani, 1991-2016

	1991	2001	2006	2016 (previsione)
Numero di famiglie milionarie	3,6 milioni	7,2	10	20 milioni
Numero di americani che vivono in una famiglia milionaria	9 milioni	18	25	50 milioni
Ricchezza dei nuclei familiari americani (in miliardi di dollari)	13.000	40.000	60.000	100.000

I milionari sono oggi la minoranza a più alta crescita negli Stati Uniti e nel mondo sviluppato.

Come vedrete attraverso questo libro, nel momento in cui le persone diventano milionarie oppure stanno incrementando la propria ricchezza e sono quindi sulla strada per diventarlo, ciò che maggiormente desiderano realizzare con la nuova ricchezza che hanno costruito, è il benessere.

Quanto più le persone incrementano la propria ricchezza, tanto più spenderanno la parte maggiore del proprio reddito nel benessere.

3. È predisposizione o educazione? Né l'una, né l'altra

Una delle parti più affascinanti della mia ricerca, è stata scoprire *chi* sta diventando milionario oggi. Diventare milionario sembra avere ogni anno minore correlazione con la razza, la religione, il paese di origine e persino con i genitori o l'educazione ricevuta.

Quando la lista *Forbes* dei 400 americani più ricchi, fu pubblicata per la prima volta nel 1981, conteneva 12 Rockefeller, 10 Morgan, 6 Astor, e altri nomi illustri di famiglie americane che sono diventate sinonimo di ricchezza in America. Ventiquattro anni dopo, solo 40 dei 400 iniziali (o dei loro figli) sono rimasti nella lista e nessuno dei nomi

di queste famiglie illustri si trova nei primi 10. I primi 10 possiedono oggi il 32 per cento della ricchezza totale dei 400 americani più ricchi d'America.

Ma non sono i ricchi a diventare più ricchi, in quanto tutti e dieci i nominativi al vertice della lista Forbes sono nati poveri o provengono da una classe media e solo due tra i primi 10 hanno finito l'università.

Avere un titolo universitario ottenuto alla Ivy League² ed essere nato in un ambiente ricco, può perfino giocare un ruolo negativo nell'ottenere un grande successo finanziario.

Inoltre, sembra che molte delle persone inserite nei 400 nomi della lista *Forbes*, se non la maggior parte, abbiano qualcos'altro in comune: un fratello o una sorella che hanno fallito tanto pesantemente nella propria vita quanto loro hanno avuto successo.

Alcuni recenti Presidenti degli Stati Uniti, possiedono un diploma ottenuto a Yale e un fratello che è stato in carcere (o giù di lì). Donald Nixon, Billy Carter, Roger Clinton, Neil Bush: nessuno di loro era predisposto o educato a fallire e la maggior parte ha avuto la stessa educazione familiare e le stesse opportunità di istruzione dei fratelli di successo.

Al giorno d'oggi, raggiungere un grande successo, non è più determinato così tanto dal colore della pelle, dal paese di origine o dalla famiglia di appartenenza. Il grande successo oggi, come mai prima d'ora nella storia umana, sta nell'operare una scelta. Naturalmente la vostra educazione, i vostri genitori e altri fattori al di fuori del vostro controllo, giocano un ruolo importante, ma gli elementi maggiormente determinanti nell'ottenere successo oggi, sono le scelte che fate.

Se avete già letto tutto questo tempo fa, avete già fatto la vostra scelta: la scelta di diventare voi stessi milionari o di aiutare a formare i 10 milioni di famiglie milionarie che verranno create nei prossimi 10 anni.

Sono molte le strade che possiamo scegliere per arrivare al successo. La mia speranza è che la scelta cada su una attività commerciale o una carriera nell'emergente industria del benessere. Per i motivi che presto vedrete, far decollare o far crescere un'attività nel settore benessere,

² Titolo che accomuna le otto più prestigiose ed elitarie università private degli Stati Uniti d'America (*N.d.T.*).

crea un turbine di opportunità per creare ricchezza e per fare del bene in maniera incredibile.

4. Quali sono alcune delle nuove e più rilevanti tendenze in atto nella nuova rivoluzione del benessere?

Come ci si aspetta da una nuova edizione scritta da un economista, sia i dati che le proiezioni sono stati aggiornati. Ma c'è molto di più che solo previsioni aggiornate in questa edizione riveduta. Questo di più è dato principalmente dall'attenta descrizione delle nuove tendenze nel campo del benessere:

1. La rivoluzione del benessere è iniziata negli Stati Uniti, ma sta crescendo ora anche più velocemente al livello internazionale.

La rivoluzione del benessere, pubblicata nel 2002, si focalizzava solamente sul mercato interno statunitense, dove ha avuto inizio il moderno movimento del benessere. Ad oggi il libro è stato pubblicato in 12 lingue e le vendite all'estero, soprattutto in Asia, hanno superato quelle negli Stati Uniti. Iniziata negli Stati Uniti, come accade a tanti altri nuovi prodotti e settori industriali, la moderna industria del benessere sta ora crescendo più velocemente fuori degli Stati Uniti.

La nuova rivoluzione del benessere è un libro scritto per le persone di tutto il mondo.

2. Oggi il benessere è principalmente un movimento portato avanti da singoli imprenditori o da attività commerciali di piccole dimensioni.

Nel 2002, ho parlato soprattutto delle aziende di benessere che superavano i 100 milioni di dollari di capitale, perché quello è stato il modo in cui venni a conoscenza per la prima volta dell'industria del benessere. Tuttavia la maggior parte del fatturato in questo settore viene sviluppato complessivamente (e già allora era così) da singoli imprenditori, professionisti della vendita diretta, chiropratici, osteopati, altri professionisti della salute e imprenditori di piccole aziende. Questo accade perché diventare un consumatore di benessere, richiede un cambiamento nel modo di pensare da parte del cliente e il contatto diretto da per-

sona a persona è il modo migliore, e talvolta l'unico, per far sì che questo cambiamento di pensiero avvenga.

La nuova rivoluzione del benessere spiega perché la maggioranza delle opportunità commerciali nel campo del benessere sia ancora in attesa di singoli imprenditori o professionisti della salute e come le nuove tecniche di gestione e le nuove forme di organizzazione commerciale (come la vendita diretta e il franchising) possono consentire a tali imprenditori individuali l'utilizzo di una tecnologia perfino migliore di quella offerta da un'azienda di grandi dimensioni. Questo continuerà almeno per un altro decennio, finché l'industria del benessere diventerà una industria matura e la maggioranza dei consumatori non sarà nuova a questo mercato.

3. Alcune grandi aziende alimentari orientate alla malattia, hanno cambiato veste e si sono unite alla rivoluzione del benessere.

Quando scrissi *La rivoluzione del benessere*, nel 2002, alcune delle peggiori attività commerciali in campo alimentare orientate alla malattia erano rappresentate dalle industrie lattiero-casearie. In seguito alla pubblicazione del libro, l'azienda lattiero-casearia più grande al mondo, Dean Foods (fatturato statunitense pari a 10 miliardi di dollari) acquistò una delle migliori aziende alimentari di benessere al mondo: l'azienda da 300 milioni di dollari White Wave Inc. di Steve Demos, l'inventore del latte di soia SILK. Tuttavia, come illustrato al capitolo 4, piuttosto che distruggere il marchio SILK e la sua linea di prodotti di benessere di alta qualità, sembra che la White Wave abbia portato la sua filosofia di benessere all'interno di Dean Foods.

La nuova rivoluzione del benessere spiega come questo cambiamento di pensiero della Dean Foods e di altre grandi aziende alimentari rappresenti solo l'inizio e come questo fenomeno stia incrementando piuttosto che diminuendo le opportunità nel campo del benessere per chiunque, in particolar modo per gli imprenditori del settore. Come spiegato nel capitolo 2, quando un consumatore fa la sua prima esperienza nel campo del benessere (come bere latte di soia) solitamente diventa sempre di più un vorace consumatore di prodotti e servizi del settore benessere.
