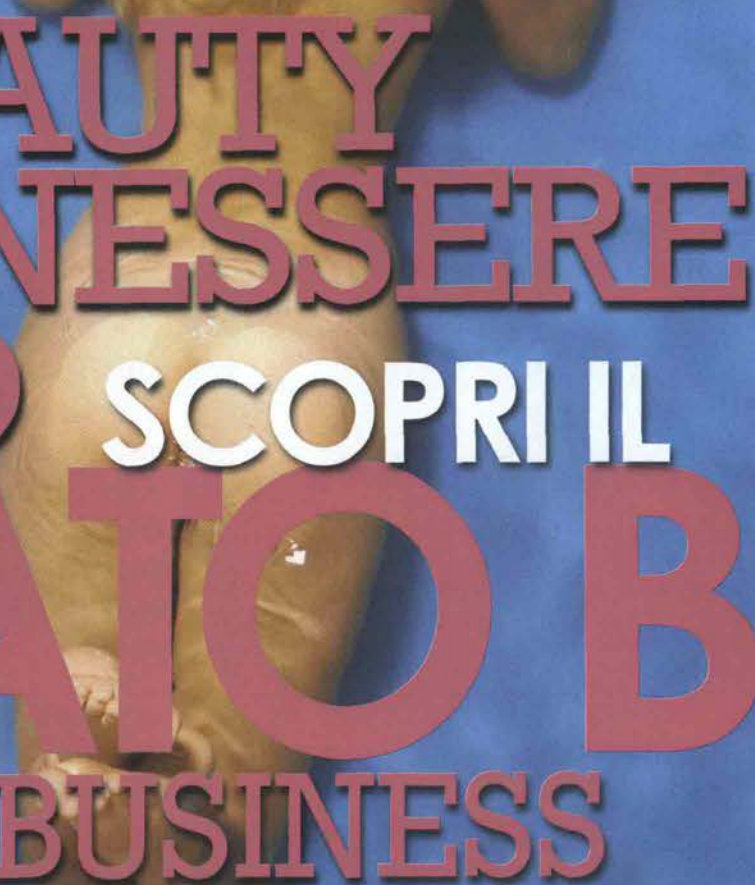


**inchiesta >**

È l'affare del secolo e non conosce crisi. Opportunità enormi perché siamo tutti pazzi di estetica, forma fisica, benessere e prevenzione. 41 idee, da copiare, per intraprendere nel settore

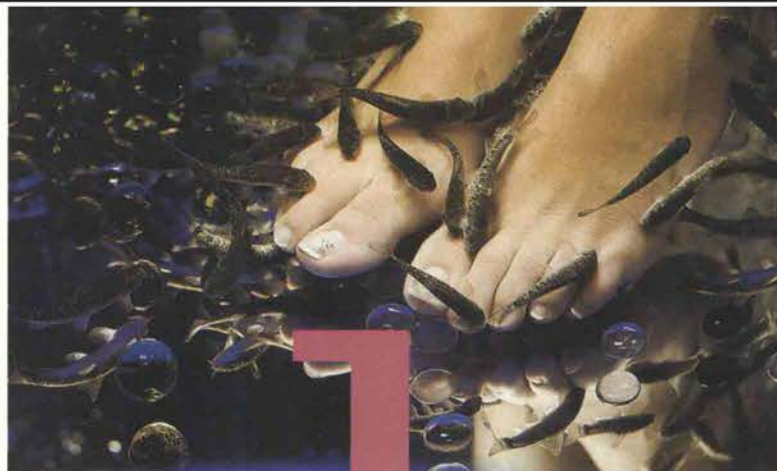


**BEAUTY  
BENESSERE  
BIO SCOPRI IL  
LATO B  
DEL BUSINESS**

di Maria Spezia - m.spezia@millionaire.it



«Non c'è mai stato momento migliore per avviare un business nel campo del benessere. L'opportunità commerciale per il settore è enorme. Si tratta di fornire prodotti e servizi a persone sane per farle sentire meglio, per ritardare l'invecchiamento e prevenire le malattie». Paul Zane Pilzer ([www.paulzanepilzer.com](http://www.paulzanepilzer.com)), economista e consigliere dei presidenti Usa, autore di *La nuova rivoluzione del benessere. Come costruirsi una fortuna nel prossimo business da 1.000 miliardi di dollari* (Franco Angeli, 25 euro), spiega a *Millionaire* che negli Usa il mercato del benessere macina 380 miliardi di euro l'anno. In Italia il settore genera 16 miliardi di fatturato e conta su 30mila attività... Un business che non si arresta nemmeno davanti alla flessione dei mercati: lo scorso anno, la crescita ha segnato +1,4%, con una spesa procapite di 275 euro. «La maggior parte degli affari è sviluppata dai professionisti della vendita diretta e dai piccoli imprenditori» sostiene Zane. Il bacino di potenziali clienti è enorme: il wellness è proponibile in tantissime declinazioni. E il mercato premia chi propone nuove idee, nuove proposte, nuovi prodotti. «Per iniziare? Le strategie sono simili a quelle dell'apertura di un nuovo tipo di ristorante: il prezzo deve essere adatto a indurre i consumatori a una prova. Se il prodotto funziona, la gente continuerà a comprare. In seguito, si aumenterà il livello qualitativo: questo porterà a un nuovo aumento delle vendite» consiglia Zane. In Italia il settore è in fermento. Ecco 41 nuove idee tutte da cogliere, sviluppare, copiare.



## 1 apri la spa dei pesci

La moda della "spa dei pesci", iniziata in Giappone, si è estesa in tutto il mondo. In Italia è sbarcata lo scorso inverno. «Bastano 15 minuti in una delle nostre vasche con 150 pesci garra rufa (lungi pochi centimetri e provenienti dall'Oriente) per avere pelle di mani e piedi morbidissima» spiega Alain Seci, 33 anni, che lo scorso dicembre ha aperto a Milano la Beauty Fish Spa. «Ho scoperto l'attività la scorsa estate in Grecia e da subito ho pensato che avesse ottime chance. Così, appena tornato in Italia, ho raccolto informazioni, stretto accordi con una società che importa i garra rufa e trovato la location» prosegue Seci, che ha investito 50mila euro, per un salone di 50 mq, con tre vasche. I trattamenti durano da 10 minuti in su (prezzo: da 10 euro). «La difficoltà del business? L'inquadramento di legge per l'avvio attività. Poi bisogna tenere puliti vasche, filtri, acqua e tubi. Invece la promozione, con gruppi d'acquisto online e passaparola, mi ha già fatto raggiungere fino a 20 clienti al giorno». **INFO:** <http://goo.gl/n1r38>



## 2 organizza una fiera del tatuaggio

### organizza una fiera del tatuaggio

In Italia la richiesta di tatuaggi è aumentata del 60% in 10 anni, ma l'offerta degli operatori registra +600%. Al momento sono circa 1.200 gli studi su strada. Le fiere del settore hanno grande successo. La Milano Tattoo Convention, ([www.milanotattooconvention.it](http://www.milanotattooconvention.it)), in tre giorni ospita fino a 14mila visitatori e totalizza circa 1.500 tatuaggi. «Il successo dell'evento sta molto nella possibilità di prenotare un tatuaggio con uno dei big europei» dice Miki Vialetto, editore di *Tattoo Life* e *Tattoo Energy*. Ci sono fiere di settore anche a Roma, Torino, Genova, Firenze (ingresso da 10 euro), ma il consiglio è di replicare l'iniziativa anche in altre città.



inchiesta >



**centrifuga** il business

**3** Depurano l'organismo, apportano vitamine e sali minerali, fanno bene a pelle, cuore e cervello: i frullati hanno un giro d'affari sui 35 milioni di euro (sia freschi sia confezionati) e rappresentano un'idea di business che consente di partire con 10mila euro. Basta per una struttura mobile, che si muove tra parchi, scuole, uffici. Frutta freschissima e prezzi bassi (da 2,50 euro in su) sono i segreti del successo.



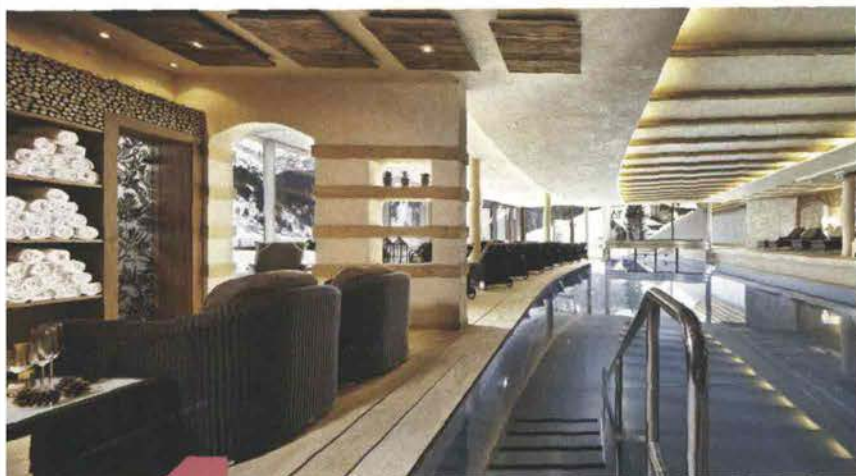
**5**

sfrutta gli **integratori**



Un italiano su tre fa uso di integratori. Il business è enorme

Perché non avviare un punto vendita dove l'integratore è protagonista assoluto? Ci ha pensato Raffaello Pellegrini, amministratore di Naturhouse, catena presente in Italia dal 2005 con oltre 400 negozi, dove è possibile acquistare complementi dietetici, ricevere consulenza gratuita e pianificare un programma di educazione alimentare. «È la consulenza il nostro asso nella manica. La maggior parte dei clienti sono donne che in media vogliono dimagrire di 4-5 kg: con Naturhouse possono farlo in tre settimane, a un costo di 30 euro circa a settimana» spiega Pellegrini. La superficie di vendita, da 40 mq, richiede un investimento da 22.500 euro: fatturato da 120mila a 360mila euro l'anno. «Concediamo un'esclusiva di zona, ma siamo attenti alla location: funziona dove la vetrina ha un alto tasso di pedonabilità» conclude Pellegrini, che ha come obiettivo per il 2012 il raggiungimento di 500 negozi. **INFO:** tel. 0532 907080, [www.naturhouse.it](http://www.naturhouse.it)



© Ayurveda Resort

**4** offri **bagni di vapore** in città

Piaccono perché propongono formule di relax morbidi e fuggi, accessibili in mezza giornata di pausa o anche meno: le spa cittadine, dette "day spa" per sottolineare l'ottimizzazione del tempo dei trattamenti, si fanno concorrenza con l'ampiezza dell'offerta. Bagni di vapore, saune, piscine, fino a massaggi, manicure, aromaterapie... Da 100mila euro l'investimento, a fronte di trattamenti da 30 euro in su. **INFO:** [www.aiceb.it](http://www.aiceb.it)

**6** diventa **medico estetico**

In Italia il mercato di medicina estetica e chirurgia plastica ha già toccato 1,5 miliardi di euro di giro d'affari. È boom di ritocchini. Il futuro è luminoso per chi imbocca la carriera di medico estetico, a patto di essere disposti ad anni di studi: dopo il superamento del test di ammissione universitaria, si devono calcolare sei anni di corso di laurea in Medicina, da completare con una specializzazione di altri quattro anni. **INFO:** [www.sies.net](http://www.sies.net)



inchiesta >

7 **ossigenoterapia**, segui la moda lanciata da Madonna

Da quando la rockstar americana ne ha parlato alla stampa, tutti la richiedono. Si chiama ossigenoterapia: in pratica, si spruzza ossigeno sulla pelle per ritardare l'invecchiamento, ridurre acne e cellulite, eliminare le macchie e tonificare l'epidermide. Una seduta costa da 50 euro circa.



8

punta tutto sulle **grotte di sale**

Antibatterico, immunostimolante, ideale contro tosse e catarro. Per sfruttare le proprietà del sale, si stanno diffondendo le "grotte di sale", stanze in cui tale composto "si respira". A Milano Sabrina Tassari, 41 anni, ha aperto nel 2009 HaloSal ([www.halosal.com](http://www.halosal.com)): «Cercavo un'idea per curare l'asma di mio figlio e un lavoro nel mondo dell'infanzia. Ho sperimentato l'efficacia dell'haloterapia (dal greco *halos*, sale), così ho deciso di aprire una stanza di sale a Milano. Ci ho messo nove mesi, tra burocrazia e allestimento del locale. L'investimento? 80mila euro: 30mila euro per la stanza (35 mq), più 10mila di macchinario. Nell'ultimo anno, il fatturato è cresciuto del 50%: 20 clienti al giorno, 60 il sabato. Quota adulto più bambino: 30 euro» prosegue Tassari. Già presente una catena franchising in tema: Aerosal ([www.aerosal.it](http://www.aerosal.it)) conta su 160 franchisee e propone l'apertura di una grotta da 18mila euro. L'attività si inizia senza particolari licenze, perché rientra fra quelle di servizio alla persona non estetiche: non è necessario dunque essere estetiste. Unico problema la stagionalità: si lavora da ottobre ad aprile. Ma è possibile diversificare con servizi collaterali.



cavalca l'onda delle **acque di Asea**

9

C'è chi la descrive come un'acqua miracolosa. Si chiama Asea ([www.teamasea.com](http://www.teamasea.com)), è un prodotto a metà tra l'acqua e l'integratore, promette benefici per quelle molecole in grado di attivare gli antiossidanti presenti nel corpo e ritardare così l'invecchiamento. Coperta da 20 brevetti internazionali, Asea è proposta in formato bottiglia e in flacone morbido per gli sportivi e distribuita in tutto il mondo con il sistema di network marketing: gli affiliati acquistano 4 casse a 90 euro circa e le rivendono a 115. «Sono stati investiti oltre 10 milioni di euro in studi scientifici per mettere a punto e studiare le proprietà di Asea: definirla "acqua" è riduttivo» spiega a *Millionaire* Karl Roller, venditore americano con il maggior fatturato aziendale. «Oggi il prodotto è diffuso negli Usa, dove l'anno scorso ha generato vendite per 27 milioni di euro, oltre che in Canada e in Italia, ma tra breve saremo presenti anche in Germania, Francia, Spagna: l'espansione è iniziata a sud delle Alpi, perché l'Italia è la prima nazione in Europa per il network marketing. L'obiettivo di fatturato per il 2012, negli Usa, è di 57 milioni di euro, siamo sicuri di raggiungerlo perché la concorrenza ha prodotti che inseguono le stesse finalità antiaging, senza però avere i nostri stessi risultati». E se lo dice lui che ha guadagnato in poco tempo e part time un milione di dollari, c'è da crederci.



10 **cerca e importa prodotti nuovi**

Un'idea da importare: lo spazzolino da denti che si usa senza acqua e senza dentifricio. Prodotto dalla giapponese Soladey ([www.soladeyeco.com](http://www.soladeyeco.com)), promette un'eccezionale azione sbiancante: prezzo da 30 euro.





inchiesta

11 | porta il **bio** a domicilio

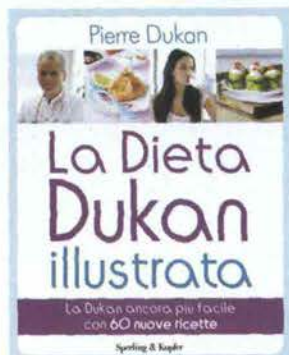


Difficile fare un buco nell'acqua con un servizio a domicilio. «Certo c'è bisogno di tanta organizzazione» testimonia Martin Siller, 49 anni, trentino, che

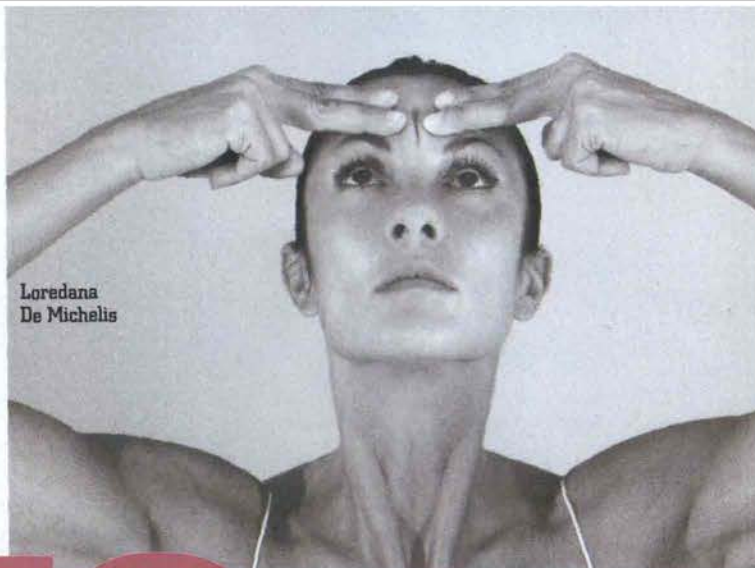
con quattro soci e mille euro ha creato nel 2001 Bioexpress.it, un servizio di consegna frutta e verdura rigorosamente bio. L'ordine avviene sul Web. I prezzi partono da 17 euro per una borsa di 3-4 kg di merce, il servizio è organizzato su abbonamento. Oggi Bioexpress.it è presente in quattro regioni, in aggiunta alla città di Roma. «In principio ci ritagliavamo tempo la sera, poi, con il crescere dell'attività, abbiamo organizzato una struttura composta da tre persone, più una decina per la confezione e altrettante per il trasporto. Inoltre abbiamo stretto contatti con diversi agricoltori, per avere tutto l'anno la disponibilità di più tipi di frutta e verdura. Vendiamo oltre 4.000 cassette a settimana. Il punto forte del business? La tracciabilità della merce. Nel tempo abbiamo anche perfezionato il software di gestione ordini, per riuscire a venire quanto più possibile incontro alle richieste specifiche di ciascuno. Ci promuoviamo con una newsletter e con la presenza a manifestazioni di settore» conclude Siller. INFO: [www.bioexpress.it](http://www.bioexpress.it)

12 | leggi il caso **Dukan**

Una riflessione per chi pensa che nel campo delle diete sia già stato fatto tutto. Pierre Dukan ([www.dietadukan.it](http://www.dietadukan.it)), medico francese, ha pubblicato un libro (*La dieta Dukan illustrata*, Sperling & Kupfer, 19,90 euro) con un metodo per dimagrire fondato su molte proteine e pochi carboidrati, che ha venduto 2,5 milioni di copie. È stato tradotto in 12 lingue e diffuso in 30 Paesi. Merito anche della duchessa di Cambridge Kate Middleton che ha dichiarato di seguire la dieta Dukan.



Loredana De Michelis



13 | insegna la **face gym**

Nelle palestre sta già registrando un piccolo boom. Così, oltre ai corsi di total body, arrivano quelli di fitness per il viso, esercizi pensati per ridurre le rughe in modo naturale. In

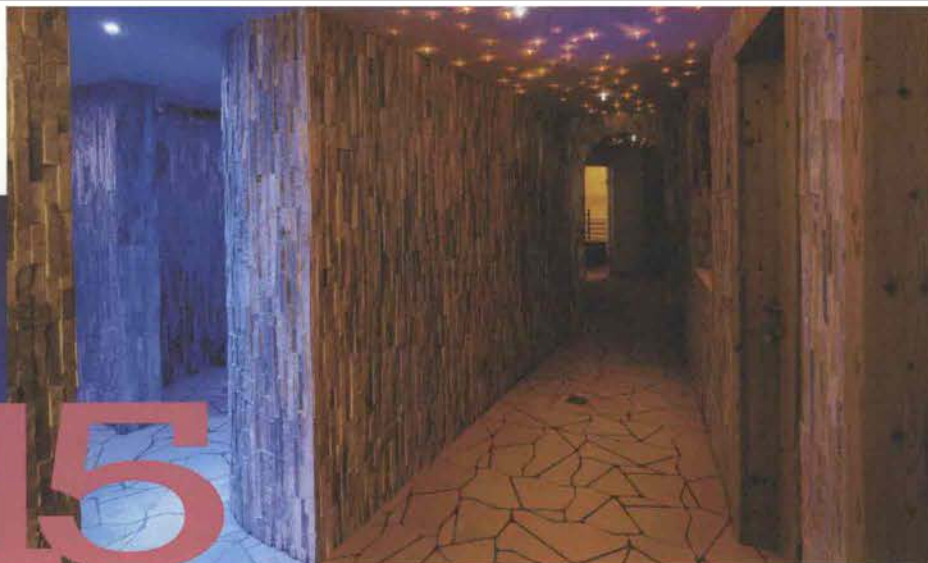
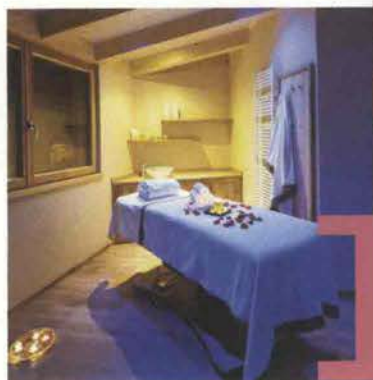
Lombardia, Paola Rivalta ([www.ginnasticafacciale.it](http://www.ginnasticafacciale.it)) organizza lezioni personalizzate della durata di oltre un'ora e mezza, impartite a domicilio o in palestra. Prezzo: 115 euro. Loredana De Michelis, ex ballerina e psicologa, ha invece ideato un metodo che si chiama Visotonic ([www.visotonic.it](http://www.visotonic.it)), ha scritto un libro (Edizioni amrita) e tiene corsi di lifting naturale in diverse città italiane, dedicati a chi vuole intraprendere nel settore. «Sono un ex ballerina professionista e psicologa. Insegno questa tecnica, che è facile da imparare, in tutta Italia. Mi richiedono le palestre, i centri benessere e culturali. Organizzo sedute individuali a Vicenza, Padova e Milano. Sono impegnata tutti i weekend con i corsi di gruppo. Partecipare a un corso di gruppo costa tra 90 e 120 euro e dura 4 ore. La seduta individuale costa 70 euro e dura un'ora» spiega De Michelis.

14 | professione **igienista dentale**



Dimenticate le assistenti alla poltrona. La professione di chi informa il pubblico sull'igiene dentaria, rimuove il tartaro, supporta l'intervento odontoiatrico ed esegue radiografie, oggi vede in Italia oltre 2mila laureati impiegati in strutture pubbliche e private. Per l'attività è necessaria la laurea triennale in Igiene dentaria presso una facoltà di Medicina e Chirurgia. I liberi professionisti guadagnano circa 70 euro a seduta e fatturano 50mila-70mila euro lordi l'anno, mentre la retribuzione di chi lavora con contratto da dipendente si aggira sui 20mila euro lordi l'anno. INFO: [www.aiditalia.it](http://www.aiditalia.it)





www.ecostampa.it

15 apri un **albergo anti age**

Negli Usa, la medicina anti aging è sostenuta da un'associazione non profit composta da 26 mila medici ([www.a4m.com](http://www.a4m.com)). «In Italia è presente da circa 10 anni e ancora fatica ad affermare il suo ruolo preventivo» spiega Giovanni Cacia, responsabile comunicazione del MyVitalis Nature Hotel di Folgaria (Tn), albergo specializzato in anti age. Tra i servizi, trattamenti di una spa, check up medici (controllo di funzionalità endocrina, stress ossidativi...), informazione su un corretto stile di vita, alimentazione e sonno, oltre a lezioni sportive e un ristorante con un menu di cibi antiossidanti. I prezzi delle camere partono da 90 euro al giorno, quelli dei trattamenti da 60 euro. «I nostri clienti

sono in buona parte stranieri, più informati di noi sugli strumenti dell'anti aging per mantenersi in buona salute: in genere hanno tra i 28-35 e i 50-60 anni e un grado di istruzione superiore. Investimenti? Superiori del 30% rispetto alla costruzione di un albergo tradizionale. Difficoltà anche per la formazione del personale: dal centralino al ristorante, tutti devono essere esperti in materia. Ma i risultati si vedono: rispetto ad altri alberghi della zona, il MyVitalis è aperto anche in bassa stagione. La gente non rinuncia alla salute nemmeno in momenti di crisi, perché sa che il benessere psicofisico consente di mantenersi competitivo sul lavoro» commenta Cacia. **INFO:** [www.myvitalishotel.it](http://www.myvitalishotel.it)

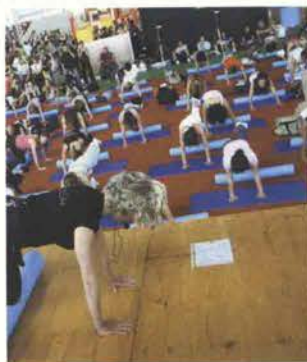


Will Kirby

**copia** Mister Tattoff

Sui tre milioni di italiani che hanno almeno un tatuaggio, i pentiti sono moltissimi: intenzionati a rimuovere scritte e disegni che non riflettono più la propria personalità. Il business è ghiotto: i prezzi per cancellare un tattoo in bianco e nero partono da 200-500 euro, mentre il colore costa il doppio. Negli Usa spopola Will Kirby ([www.willkirby.com](http://www.willkirby.com)), toscano di origine, che ha lanciato la sua catena franchising di rimozione laser di tatuaggi Dr. Tattoff ([www.drattattoff.com](http://www.drattattoff.com)) promuovendosi con testimonial di Hollywood.

16



17 **wellness** a esposizione

La più famosa è la primaverile Riminiwellness ([www.riminiwellness.com](http://www.riminiwellness.com)), ma altre città italiane hanno già ospitato saloni di settore, dal Benexpò di Torino al veneziano BenÈ Sentieri di benessere. Ci sono poi eventi in ambiti contigui, come il Sana ([www.bolognafiere.it](http://www.bolognafiere.it)) e Italia terme benessere ([www.italiatermebenessere.it](http://www.italiatermebenessere.it)). La sensazione è che ci sia ancora spazio per intraprendere: l'idea in più è nelle manifestazioni in tema e specializzate.



inchiesta >

**18** | il boom di **Tisanoreica**

In Italia il mercato degli infusi, nel 2010, ha totalizzato un giro d'affari pari a 233 milioni di euro, a fronte di una crescita del 2%. Tra gli operatori più noti c'è Tisanoreica, azienda di Gianluca Mech, 42 anni, che ha proseguito la tradizione dell'azienda familiare nella decottopia, cioè l'estrazione di principi attivi in composti di almeno 10 piante conservate senza alcol né zucchero. «L'assunzione dei preparati tisanoreici - tonici, depurativi e diuretici - consente al corpo di perdere grasso attivando un processo di chetosi, che altera il metabolismo. Proibita la frutta, mentre i carboidrati consentiti sono quelli di Tisanoreica: abbiamo biscotti, pasta, riso, grissini...» spiega Mech. È proprio la proibizione di alcuni alimenti, così come il ricorso alla chetosi, la causa di alcune critiche, che giudicano sbilanciata la dieta proposta da Tisanoreica. «Collaboriamo con l'Università di Padova e raccomandiamo che la dieta venga eseguita dietro certificato medico: è infatti inadatta ai diabetici. Nel 2011 siamo cresciuti del 90%, fatturato 26 milioni di euro. I prodotti sono distribuiti in erboristeria, farmacia e centri estetici. Prezzi: 650 euro per un trattamento di 40 giorni. Il mercato c'è: il 50% degli italiani è in sovrappeso» sottolinea Mech.

INFO: <http://gianlucamechspa.com>



Gianluca Mech



**19** | tutti **vegetariani** arriva il **catering ad hoc**

Come trovare una nicchia anche in un'attività tradizionale come la consegna di alimenti pronti? Anziché la solita pizza, ilovevegetarian recapita piatti vegani e vegetariani. E organizza un catering salutista. Prezzi da 5 euro, consegna gratis per ordini superiori a 10 euro. E per chi soffre di intolleranze a lievito e latticini, nei due punti vendita milanesi, arriva anche il cappuccino con latte di riso e gallette di mais al posto del pane. L'idea è un franchising. INFO: [www.ilovevegetarian.it](http://www.ilovevegetarian.it)

**20** | agricoltore? No, **agriestetista**

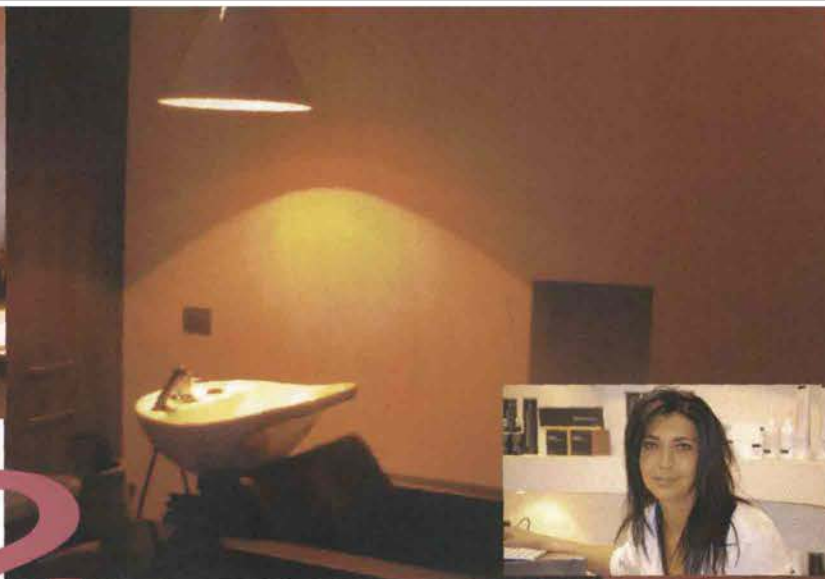
La proposta arriva da Coldiretti, che per arginare il rallentamento dei mercati suggerisce alle aziende agricole l'innovazione dell'agriestetica. «In un momento di crisi come quello che stiamo attraversando» sottolinea la Coldiretti «gli agricoltori si rimboccano le maniche e si reinventano il lavoro dando vita a una nuova professione, quella dell'"agriestetista"». In sostanza si tratta di produrre prodotti di bellezza, sfruttando la produzione locale. Tra le numerose chance a disposizione di chi ha un'azienda agricola, la produzione autonoma di cosmetici allo spumante, quelli a base di ribes o uva spina (antiossidanti), latte d'asina (anti age), stella alpina (antinfiammatorio), latte di capra (emolliente), amido di riso (rinfrescante). Già molte aziende hanno iniziato a vendere i prodotti negli oltre 800 agrimercati di Campagna amica. INFO: [www.campagnamica.it](http://www.campagnamica.it)



**21** | la favola di **Gamila** (rivendita)

Gamila è un donna di 66 anni che vive in un villaggio della Galilea e che ha inventato un sapone che sembra curare ogni tipo di problema dermatologico. I primi a usarlo sono stati i vicini di casa, poi la clientela è arrivata a Tel Aviv, ma è stato un imprenditore olandese a intuire le enormi potenzialità del prodotto. Oggi Gamila è un'azienda green e un marchio famoso nel mondo. Gli affari vanno a gonfie vele e sono stati aggiunti prodotti per mani e piedi: tutta salute anche per i rivenditori e i loro fatturati. Il sapone costa 24 euro. INFO: [www.gamila.com](http://www.gamila.com)





# 22

## apri la beauty farm solo **per i capelli**

Serena Calvelli (foto sopra), 39 anni, toscana, lo scorso anno ha specializzato il suo salone Brera 13 nella cura dei capelli, con trattamenti anti-smog, anti-age, cheratinico. «E così, in un anno il fatturato è raddoppiato. Ho sfruttato al meglio lo spazio del salone, circa 60 mq, per allestire due ambienti: quello dedicato al benessere e quello per il fashion, dove fornisco i servizi tradizionali. Nel primo il wellness è il focus: regna il silenzio, c'è musica bassa, è proibito il cellulare. In una città frenetica come Milano, la proposta di massaggi per la cute di 10-15 minuti, in cui è possibile rilassarsi completamente, ha fatto centro» dichiara Calvelli. Circa 100mila euro l'investimento necessario alla realizzazione di una struttura analoga, a fronte di circa 100 clienti a settimana e di trattamenti di hair spa da 10-15 euro per una maschera. «La promozione? Su Facebook, con un sito ben fatto e una newsletter» spiega Calvelli, che è alla ricerca di un altro spazio per aprire un secondo salone nel capoluogo lombardo. «Sempre in centro, però: la clientela interessata alla proposta è medio-alta». **INFO:** <http://brera13milano.com>

# 23

## distribuisci i **cerotti del benessere**

Tra le aziende sulla cresta dell'onda nella distribuzione con network marketing al momento c'è LifeWave, azienda Usa che commercializza "patch", cioè cerotti composti da uno strato di nanocristalli di silicio e un mix omeopatico di composti da posizionare sui punti tradizionali dell'agopuntura per alleviare dolori fisici, dare energia, ritardare l'invecchiamento. «È un prodotto di classe 1, cioè di facile utilizzo: i cerotti hanno funzione depurativa. Per diventare distributori indipendenti si usano dei protocolli: si parte con l'uso del prodotto per 15 giorni, poi si inizia l'attività. L'investimento parte da 100 euro, chi dedica due ore al giorno alla vendita, recupera la spesa iniziale in 20 giorni» afferma Alberto Bertolin, 37 anni, personal trainer padovano e distributore LifeWave da sei mesi. **INFO:** [www.lifewave.com](http://www.lifewave.com)

## «La vendita diretta è uno dei campi migliori dove far fortuna nel wellness»

Zane Pilzer, economista

# 24

## diventa **game designer** per la salute

Ecco una storia da copiare. Si chiama SuperBetter ([www.superbetter.com](http://www.superbetter.com)) ed è un'iniziativa di Jane McGonigal (<http://janemcgonigal.com>), game designer già nominata tra i 35 più grandi innovatori del 2006 dell'Istituto di tecnologia Mit di Boston. Ha inventato un gioco per superare le lacune delle terapie per lesioni cerebrali a cui lei stessa si sottoponeva. Il gioco è già in studio (versione beta) e gli analisti hanno già stimato i ricavi da banner pubblicitari in tantissimi zeri.







# 25

se qualcosa non va, **cambia strategia**

Come far decollare gli affari? Esempio la storia di Kiehl's, marchio Made in Usa fondato nel 1850 che, puntando solo su purezza e naturalità dei prodotti, per un centinaio d'anni non era riuscito ad andare oltre al primo negozio di New York. Poi, negli anni 60, il cambio di strategia e oggi il boom. Tre le mosse: apertura al mercato maschile (oggi rappresentano il 30-40% delle vendite) e quindi la preferenza per un packaging spartano, l'uso massiccio del passaparola e della distribuzione molto generosa di campioncini di prodotto, a discapito degli investimenti in pubblicità tradizionale. Il risultato? L'apertura di 30 negozi e, nel 2000, la vendita del marchio a un colosso del calibro di L'Oréal per una cifra compresa tra 75 e 110 milioni di euro. Oggi il marchio è presente in 41 Paesi. INFO: [www.kiehls.it](http://www.kiehls.it)



# 27

pensa in modo diverso

Nel flusso di pubblicazioni dedicate al mangiare sano fa notizia, quindi incassa vendite, anche chi va controcorrente. È il caso di *La bussola del piacere. Ovvero perché junk food, sesso, sudore, marijuana, vodka e gioco d'azzardo ci fanno sentire bene* (Codice, 23 euro), libro scritto da David J. Linden (<http://goo.gl/hZKkC>), neuroscienziato americano che propone una nuova prospettiva sul concetto di piacere. INFO: <http://compasofpleasure.org>

# 26

il naturopata lavora in acqua

Nel business evergreen del massaggio vale la regola che vede premiate novità. È il caso del *wassage*, massaggio eseguito in acqua (anche termale), dedicato al rilassamento. Il trattamento dura 10-30 minuti ed è tanto più efficace quanto più eseguito con movimenti lenti e a ritmo regolare. I prezzi vanno da un euro al minuto, i corsi per diventare operatori sono organizzati dai centri di terapie olistiche e costano da 200 euro in su. INFO: [www.wassage.it](http://www.wassage.it)



# 28

apicoltori alla riscossa

Le proprietà del miele sono più che note, sia per usi medici (antinfiammatorio, ipotensivo) sia cosmetici (idratante e lenitivo). I piccoli apicoltori possono appoggiarsi a terzi per la trasformazione della raccolta in prodotti di vario genere, dai saponi alle creme fino a dopobarba e shampoo, un po' sulle orme di marchi noti come Burt's Bees ([www.burtsbees.com](http://www.burtsbees.com)), azienda americana partita nel 1984 da una modesta apicoltura e ceduta nel 2007 per oltre 600 milioni di euro.







inchiesta

31 prendi in **mano** i tuoi affari

Le nail spa spopolano anche in Italia. Il mercato ha raggiunto 100 milioni di euro l'anno, ma il trend è in aumento anche grazie alle richieste maschili, che nell'ultimo anno sono aumentate del 50%. A Milano, Helena Kamarova (Violette, tel. 02.29519283), si è inventata il bagno di vapore per mani. Il settore è tra i più vivaci e profittevoli: per aprire un negozio basta uno spazio sui 10 mq e un investimento da 10mila-15mila euro, fatturati da 60mila-80mila euro in su.

32 ieri **masserie**, oggi spa

In Puglia ([www.pugliaturismo.com](http://www.pugliaturismo.com)) più operatori stanno percorrendo con successo la formula delle masserie, cioè le antiche fattorie. L'asso nella manica è stato coniugare la ricettività con l'offerta wellness: tra le antiche strutture sono state allestite strutture per l'estetica e il relax, che lo scorso anno hanno visto un boom di affluenza di turisti russi (10mila visitatori) e canadesi (6mila). Difficile trovare ancora edifici da ristrutturare a prezzo contenuto: si parte dal milione di euro.

29 **beauty coach** per le aziende

Lo spazio è enorme. Offrire consulenze nel campo nella bellezza per le aziende che hanno dipendenti a contatto con il pubblico è una nuovissima realtà. In Germania c'è chi fa affari d'oro come la visagista Sandra Brammer (nella foto sopra). La novità? Promuove le sue competenze anche presso le aziende, dove organizza giornate di consulenza sul look di acconciatura e trucco più indicato delle impiegate a contatto con il pubblico. «Dopo tre anni di attività, ricevo due-tre richieste al mese» spiega Brammer. Tariffe a partire da 100 euro l'ora, un workshop di mezza giornata in genere è dedicato a un numero chiuso di cinque-sei persone. INFO: <http://beauty-coaching.com>



30 il business non **dorme** mai

L'insonnia è un problema comune per 12 milioni di italiani, ciò nonostante il mercato di cuscini e materassi è in flessione. Secondo le statistiche, due le strategie vincenti a sostenere le vendite: l'esportazione e la proposta di novità. Tra quest'ultime, può fare buon gioco ai rivenditori la proposta di Tempur, che ha disegnato Ombracio, cuscino a forma di croce adattabile a qualsiasi posizione di riposo, pure a pancia in giù, diminuendo la pressione su collo e schiena. Fodera anti-acaro e rimovibile per il lavaggio, 141 euro il prezzo. INFO: [www.tempur.it](http://www.tempur.it)



33 fai un'impresa **senza peli**

Il Wall Street Journal calcola il giro d'affari delle tecniche laser per la depilazione definitiva in 1,3 miliardi di euro l'anno. Chi volesse entrare nel settore può scegliere tra diverse proposte franchising. Tra queste No+Vello ([www.nomasvello.it](http://www.nomasvello.it)), investimento 30mila euro, fatturato a regime tra 100mila e 200mila euro. Stetikxpress ([www.stetikxpress.it](http://www.stetikxpress.it)) offre trattamenti estetici a 360 gradi e punta a una proposta di servizio low cost di 30 euro a intervento.

33



inchiesta >



fai un **tutorial di make up**

Tra i video più cliccati del Web ci sono i tutorial di make up. La videoblogger Giuliana Arcaese, in arte Makeup-delight, conta 76mila iscritti al suo canale e oltre 23 milioni di cliccate: numeri che le hanno permesso di firmare un libro (*Make up delighi*, Rizzoli, 17,50 euro). Vera star del fenomeno è però Clio Zammatteo (foto sopra), con 157mila iscrizioni al suo canale YouTube e oltre 70 milioni di cliccate. Partita da Belluno, è andata a New York dove ha iniziato a postare video. Per lei il successo online si è tradotto in due libri con Rizzoli e la conduzione di un programma tv su Real Time. Peccato però che Clio, interpellata da *Millionaire* per spiegare i segreti del suo successo, abbia declinato l'invito. Motivo: una rivista che pubblica l'articolo *Come fare soldi con Internet senza capirci nulla* (in copertina sulla nostra edizione di marzo) dimostra di essere lontana dallo spirito di condivisione del Web. A noi piace pensare che *Millionaire* sia molto di più. Chissà se Clio, leggendo queste pagine, cambierà idea...

34

35 c'è **cocoon** per dimagrire (importala)

Si chiama Cocoon System, è una macchina di produzione americana che costa circa 16mila euro, stimola il metabolismo e fa dimagrire con minor fatica. «La macchina esiste da alcuni anni, ma non è ancora conosciuta da tutti. A seconda delle esigenze personali, viene pianificato un ciclo di trattamenti oppure una seduta isolata. Permette di dimagrire in modo naturale» spiega Roberta Diciolla, direttrice del Cocoon Center di Torino ([www.cocooncenter.it](http://www.cocooncenter.it)). Il prezzo per 40 minuti di trattamento è 60 euro.

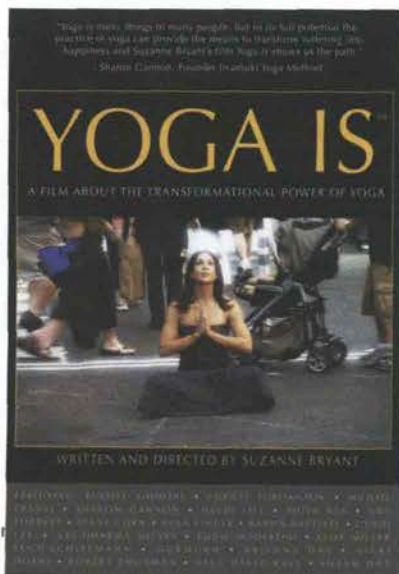
36 no **botox?** no party

Negli Usa il botulino, cioè la tossina usata a scopo cosmetico, ha già totalizzato 12 milioni di trattamenti anti-invecchiamento. Prodotto solo a Westport, in Irlanda, il botox fa la fortuna degli abitanti, che in controtendenza rispetto all'economia nazionale registrano una crescita del 10%. Oltreoceano l'uso è così diffuso da vedere l'organizzazione di party casalinghi in cui un medico inietta l'elisir di giovinezza: per ritrovi a cui partecipano almeno quattro persone, i prezzi si aggirano sui 75 euro a trattamento. Anche in Italia, secondo Paese per consumo in Europa, la tecnica va eseguita da un medico estetico professionista.

37

importa un **film dagli Usa**

Negli Usa stanno prendendo piede film e documentari dedicati al wellness: un trend tradotto anche nella vendita di dvd. Tra i titoli più nuovi, *Yoga is* ([www.yogais.com](http://www.yogais.com)), che illustra i cambiamenti vissuti da chi si avvicina a questa disciplina millenaria, mentre *I am* (<http://iamthedoc.com>), del regista Tom Shadyac (quello di *Ace Ventura-L'acchiappanimali*), ha come tema centrale la qualità della vita. Sul superamento di paure e sfide è invece *Finding Joe* (<http://findingjoethemovie.com>).





inchiesta >



metti in vendita la **luce**

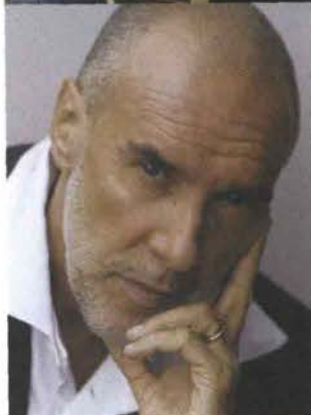
38

L'esposizione alla luce influisce sull'umore e sui ritmi del sonno. Ma la terapia della luce, che consiste in sedute di esposizione di circa 30 minuti a una fonte luminosa di intensità minima di 50mila lux per mq, è usata anche per problemi di bulimia, acne, disturbi della memoria. Nel mondo anglosassone sono già popolari lampade domestiche a luce intensa, con prezzi da 100 euro in su. Tra i produttori, Philips ([www.philips.com](http://www.philips.com)) propone la goLite Blu a 183,85 euro. Perché non diventare rivenditori?



40

professione **truccatore**



Diego Dalla Palma, direttore dell'Accademia Bsi.

Amedeo Patrizi, direttore dell'istituto milanese Accademia Bsi, organizza corsi per imparare i ferri del mestiere, dalla cosmetologia all'hairstyling, di 300 ore con frequenza full time, oppure corsi dedicati al fashion, che durano 275 ore e costano da 850 euro. «Le lezioni sono a numero chiuso: accettiamo fino a 20 allievi, selezionati in colloqui a cui seguono eventuali test pratici. Gli sbocchi? Non solo nei saloni di estetista. C'è la formazione per conto di aziende, la consulenza per le tante società di produzione cosmetica attive in Italia, oltre al settore moda e alla televisione. Milano e Roma offrono molto, ma anche nei piccoli centri c'è spazio per chi si mantiene aggiornato e sa trovare nuovi spunti» continua Patrizi. Per emergere? «Bisogna essere disposti a rischiare» consiglia Diego Dalla Palma, esperto di immagine e direttore di Accademia Bsi. I guadagni: alle prime armi, una giornata di lavoro è retribuita da 150 euro, per i più affermati 500-600 euro.

INFO: [www.academiabsi.com](http://www.academiabsi.com)



Monica Marcangeli

39

proponi lo **shiatsu** in acqua

Lo Watsu (contrazione di *water* e *shiatsu*) è un trattamento di benessere che si sta diffondendo in Italia in piscine con l'acqua calda. «Per diventare operatori certificati, bisogna seguire una formazione triennale con gli insegnanti dell'associazione americana Waba» spiega Monica Marcangeli, di Watsu Italia ([www.watsu.it](http://www.watsu.it)). «La professione attira anche fisioterapisti, istruttori di nuoto, medici e ostetriche. L'operatore watsu può praticare la libera professione nelle spa e in centri benessere». INFO: [www.ilmowatsu.it](http://www.ilmowatsu.it)

41 | il business delle **costellazioni**

Ha scritto 30 libri con la terapia delle "costellazioni familiari", tradotti in oltre 10 lingue e venduti in milioni di copie: tra i suoi ultimi titoli, *Conoscere le costellazioni familiari* (Tecniche Nuove, 24,90 euro) e *La guarigione. Mantenersi sani, vivere in armonia* (Tecniche Nuove, 12,90 euro). Bert Hellinger ([www.hellinger.com](http://www.hellinger.com)), psicologo tedesco, assicura che le sofferenze individuali sono dovute al retaggio familiare di ciascuno. Per risolvere problemi di salute e benessere, Hellinger suggerisce di ricorrere a una sorta di "rappresentazione teatrale". Scommettiamo che chi ripropone le sue terapie fa business? «»