

Gli Integratori Alimentari

Martedì 28 Maggio 2013

09:00 Registrazione dei partecipanti e welcome coffee

09:30 Introduzione ai lavori

Carlo Donati, Esperto in Sicurezza Alimentare -

09:45 Il settore degli integratori alimentari: trend di mercato e prospettive di crescita

Riccardo Bruno, Associate Manager - Nielsen

10:15 Il contesto normativo

Definizione di integratore alimentare e inquadramento normativo

I più recenti Regolamenti europei: 1924/2006 (claims), 432/2012 (indicazioni sulla salute)

Qualità e correttezza delle informazioni in tema di integratori alimentari ed il Registro degli integratori

I "Botanicals" e gli aspetti emergenti a livello europeo sulla regolamentazione e sul controllo degli integratori

Silvio Borrello, Direzione generale per l'Igiene e la Sicurezza degli Alimenti e la Nutrizione - Ministero della Salute

11:00 Importazione da Paesi Terzi, acquisti via internet, sicurezza e lotta alla contraffazione

Gen. Cosimo Piccinno, Comandante NAS – Nuclei Antisofisticazioni e Salute - Arma dei Carabinieri

11:30 Coffee break

11:45 Il Marketing & Sales per la “nutraceutica”: strategie e approcci di accesso al mercato

Il mercato degli integratori: aspetti quantitativi: valori, confezioni e andamento 2011-2013

Stakeholders, stagionalità, processi di acquisto

L'importanza della rete e del web 2.0 nel processo d' acquisto

Marketing non convenzionale (viral, guerrilla, tribal, buzz MKT, community management, marketing sensoriale, digital signage, web 2.0)

Strategie di posizionamento

Approccio integrato tra i canali e marketing multicanale

Maurizio Salamone, Sales Support Expert, Product Specialist - Metagenics Italia

12:15 Come un'azienda può agire sul mercato nel nuovo scenario competitivo: una "case history" di successo

Alessandro Colombo, Vice Presidente del Gruppo "Integratori alimentari e prodotti salutistici", AIIPA - Market Research & Business Development Head, Bayer Healthcare

12:45 Dibattito

13:30 Colazione

14:30 "Nutraceutici" e retail: quali canali distributivi per raggiungere meglio il consumatore?

Nutraceutica come categoria supply oriented

Le principali strategie customer based dei retailer: GDO, farmacia, parafarmacia, negozi specializzati

Il consiglio nutrizionale in farmacia: una opportunità per lo sviluppo del settore

L'importanza di Internet come canale per i consumatori esperti

Category management e strategie di trade marketing per la vendita degli integratori nella GDO

L'importanza della formazione sui prodotti da parte dell'industria agli operatori della distribuzione

Alessandro Pizzoccaro, Presidente - Guna

Antonino Annetta, Vice Presidente, Assiprofar - Federfarma Lazio

16:00 L'informazione medico scientifica per gli integratori: trend e limiti di legge

Principali vincoli e cautele nell'informazione medico scientifica sugli integratori

Roberto Cursano, Counsel - Studio Professionale Associato a Baker & McKenzie

16:30 Dibattito

17:00 Conclusioni

con la collaborazione scientifica di :



Media Partner :

