

Colipa parla italiano



Il 10 giugno a Vienna in occasione dell'Assemblea generale del Colipa, Fabio Franchina è stato nominato presidente dell'associazione europea dell'industria cosmetica.

Sorpresa ed emozione in occasione della nomina di Fabio Franchina al vertice del **Colipa**. Nel momento della proclamazione si sono aperte le porte della "Convention Hall" e tutta la struttura di Unipro si è unita con un applauso ai complimenti dei delegati europei.



Accademia33



Mensile di Cultura d'Impresa

Giugno 2010 Anno 3 n.6

Editore: UNIPRO - Milano. Direttore Responsabile: Gian Andrea Positano. Realizzazione a cura di UNIPRO SERVIZI s.r.l. - Milano. Stampatore: Laser Copy via Livraghi 1, Milano. Registrazione c/o Tribunale di Milano n.562 del 19/09/2007

Assemblea Unipro 2010



Nel corso dell'assemblea del 23 giugno, il presidente Fabio Franchina, richiamando i temi dell'assemblea di Federchimica, ha sottolineato la capacità di reazione delle imprese cosmetiche nei momenti di crisi grazie all'impegno e alla concentrazione sulla gestione e sugli investimenti. La reazione è stata positiva perché le imprese hanno perseguito i mercati in crescita, hanno difeso i margini con creatività e innovazione mettendo in gioco tutte le risorse.

Le imprese hanno saputo accettare i rischi e le sfide del cambiamento continuo. Franchina ha richiamato la necessità di una rinnovata politica industriale, un nuovo rapporto tra imprese e istituzioni per creare benessere attraverso competitività, crescita e opportunità di lavoro. Guardando l'Associazione Franchina ne ha sottolineato la capacità di essere un sistema che sa fare gli interessi di tutti. Ciò è avvenuto grazie al superamento dell'isolamento, al superamento dei dualismi e alla partecipazione attiva degli imprenditori alla vita associativa.

Nella parte pubblica dell'assemblea Luigi Abete, ex presidente di Confindustria, ha trattato il tema "I sistemi di rappresentanza imprenditoriale e politica: un'attenzione al presente, uno sguardo al futuro"

Come nasce l'associazionismo imprenditoriale?

Fondamentalmente la nascita dell'associazionismo è legata a motivi sindacali, per negoziare i modelli occupazionali. E' una genesi tipicamente italiana, non inferiore rispetto a quella di altri paesi, per certi versi migliore, dato il quadro politico e sociale del nostro Paese.

Ritengo che una caratteristica importante del nostro sistema sia la rappresentanza che, a mio avviso, è più fondamentale dell'erogazione dei servizi. La dimensione e la qualità del servizio sono valori aggiunti che si integrano nella rappresentanza.

I valori, le regole, gli atteggiamenti, cioè la rappresentanza sono gli assi che storicamente hanno espresso la solidità dell'associazionismo imprenditoriale.

<<Obiettivo della rappresentanza è modernizzare>>

Quali sono oggi gli obiettivi della rappresentanza?

Sicuramente oggi un obiettivo è modernizzare. Fare l'ordine delle priorità. Ottimizzare le infrastrutture materiali e immateriali, che oggi sono sempre più evidenti e importanti.

Oggi paradossalmente le imprese possono prendere all'esterno le infrastrutture immateriali, ma è necessario che lo Stato fornisca quelle materiali, e questo è un altro obiettivo che la Confindustria deve perseguire.

Le imprese che funzionano sono quelle che sono internazionalizzate e fanno innovazione: obiettivo è anche quello di diffondere questo modello di sviluppo.

Per 20 anni abbiamo fatto innovazione di processo; più recentemente siamo passati all'innovazione di prodotto: un obiettivo è diffondere l'utilizzo della ricerca innovativa per

soddisfare e qualificare i bisogni dei clienti.

La maggiore modernizzazione del Paese è una strategia che ogni impresa inserita nel sistema confindustriale deve condividere.

Vista la sua duplice esperienza, come vede il rapporto Banca e Impresa?

Voglio iniziare col dire che anche la banca è un'impresa, con le sue caratterizzazioni, i suoi ritmi e le sue impronte nell'economia del Paese, ma sostanzialmente funziona come una impresa. C'è stata, anche da parte mia, e c'è tuttora una critica, benché legittima, nei confronti delle banche, della loro più o meno esplicita difficoltà nel seguire l'evoluzione e i bisogni delle imprese. Spesso le banche hanno avuto un ruolo distaccato nei confronti di alcune emergenze imprenditoriali. Non dobbiamo tuttavia dimenticare che in questi anni di crisi il sistema bancario italiano si è dimostrato tra i più affidabili. Personalmente voglio fare nella banca lo stesso lavoro che faccio in altre imprese.

Come nelle imprese, anche in banca è importante sapere gestire la complessità. E' vero che la banca soffre di distonie di interpretazione, ma è suo compito fare chiarezza sul suo ruolo e la sua attività.



Parlando di sistemi di rappresentanza occorre parlare di problemi della governance, di come rinnovare il gruppo dirigente. Con quale ricetta: discontinuità o progressività?

Nella mia esperienza associativa sono sempre andato via il giorno prima, mai il giorno dopo, e non ho vissuto di rendita; penso che questo atteggiamento debba contraddistinguere tutto il gruppo dirigente, senza con questo voler fare delle radicalizzazioni.

Nell'attuale situazione come deve essere il rapporto tra associazionismo e Governo, e come si muoverà Confindustria?

Dalla sua nascita il ruolo di Confindustria è stato importante perché metteva assieme i vari interessi attorno ad un unico obiettivo, e questa è stata la vera forza dell'associazionismo imprenditoriale.

Sono solito usare uno slogan per descrivere Confindustria: autonoma, apartitica, agovernativa e anticiclica, oggi e sempre. Per anticiclica intendo: fuori del congiunturale, per sapere guardare oltre la comprensione del tempo e dello spazio odierno. Il sistema delle imprese, nei confronti delle Istituzioni, si deve presentare unito per essere più credibile e forte, e convincente.

<<E' importante saper gestire la complessità>>

In una società politica polverizzata una grande associazione può dominare, mentre in una società politica bipolare non basta la sola grande associazione. Occorre che Confindustria mantenga un equilibrio sottile. Deve stare dentro la politica, ma lontano dai partiti, per essere autonoma e soprattutto percepita come tale.

maurizio.crippa@unipro.org



La cosmetica protagonista in Cina

In vista dell'Expo di Milano del 2015, Unipro ha intrapreso un percorso culturale che valorizza il settore cosmetico.

Pechino, 4 giugno 2010

Missione del Governo Italiano/Confindustria

Il primo appuntamento è stato a Pechino dove è andato in scena, a cura di Accademia del Profumo, "L'ORTO DELLA BELLEZZA ITALIANA", una installazione "luogo-non luogo" dove si coltivano i valori-cardine dell'eccellenza italiana e dove convivono le espressioni che, nel corso dei secoli, hanno testimoniato la genialità degli artisti italiani.

Il punto di partenza dell'intero progetto è l'olfatto che permette di cogliere l'essenza della realtà con immediatezza, senza passare attraverso l'elaborazione razionale. Questo concetto ha preso vita grazie all'artista italiana Ornella Piluso/topylabrys che, ispirata dalla miniatura "Primavera e profumi" (emblema del logo di Accademia del Profumo), con una performance live, ha posato la prima "zolla" dell'orto della bellezza italiana. A far crescere l'orto sono state le 1.200 persone, partecipanti al forum Italia-Cina, che facendosi guidare dall'olfatto hanno scelto ciascuno il proprio odore/elemento da "piantare". Al termine della giornata, l'orto è diventato un'opera collettiva profumata: l'arte da vista è diventata olfattiva.

Expo Shanghai, 20 giugno 2010

La bellezza italiana è stata protagonista all'Expo Shanghai 2010 con l'"ITALIAN BEAUTY DAY", un evento nell'ambito della settimana "Milano Creativa" (dal 16 al 23 giugno 2010) organizzata dal Comune di Milano per far emergere l'anima della città che ne fa, da sempre, un centro d'attrazione. Scopo dell'evento è stato richiamare l'attenzione sull'esclusività del cosmetico italiano, coinvolgendo gli ospiti in un percorso emozionale che, prendendo spunto dal Rinascimento, ha messo in risalto lo stile italiano.

Al selezionato pubblico di 130 operatori dei settori cosmetica, moda e design, dopo la presentazione dei dati di settore e delle eccellenze del contoterzismo italiano, sono state proposte la "visione olfattiva" del quadro di Leonardo "Dama con l'ermellino" e l'esibizione di beauty e fashion ispirata dai quadri di Raffaello "Giovanna d'Aragona" e di Botticelli "Primavera".

Significativa partecipazione di Unipro, rappresentato da Luca Nava, all'importante convegno dal titolo "Skin Nutrition and Health Care Industry Summit 2010", tenutosi a Pechino nei giorni 28-30 maggio 2010.

Organizzato dal Center for Public Nutrition and Development, l'ente governativo cinese responsabile per lo sviluppo e la diffusione delle politiche legate alla corretta alimentazione nello sterminato territorio cinese, per la prima volta il convegno ha incentrato la propria attenzione sulle problematiche collegate alla salute del

nostro organo più esteso, la pelle, considerandole dal punto di vista dell'alimentazione ma anche dal punto di vista della cosmetica.

Luca Nava ha potuto portare

Italian way", nel contesto di un ricco programma congressuale, che ha visto la partecipazione di diverse imprese cinesi e multinazionali, insieme a dermatologi e cosmetologi provenienti

scientifico e cosmetico cinese e l'industria cosmetica italiana, avviate già nel 2007 attraverso la visita di una delegazione del governo cinese agli uffici di Unipro a Milano e da diver-



il contributo dello stile italiano e delle caratteristiche delle imprese cosmetiche italiane attraverso una relazione dal titolo "Upgrading the cosmetic industry: the

da diversi paesi del mondo.

L'invito di Unipro a questo importante evento scientifico conferma le ottime relazioni esistenti tra il mondo

si incontri tra la Presidenza e la Direzione Generale di Unipro in occasione delle missioni commerciali tenutesi in Cina.

Grazie all'aiuto di Mane, la "Dama con l'ermellino" ha preso vita dal punto di vista olfattivo con accordi esperidati, fioriti, legnosi, orientali e animali che hanno messo in rilievo le caratteristiche del dipinto di Leonardo. La "Dama" è poi entrata in scena, tra gli applausi del pubblico, interpretata da una modella che ha indossato un abito di Katia Gagliardini, la stilista italiana che realizza abiti interamente a mano con tessuti d'arredamento preziosi da perle e cristalli Swarovski.

L'esibizione è proseguita con l'hairstylist Gloriana Ronda, rappresentante della Camera Italiana dell'Acconciatura, che ha creato le acconciature delle altre due modelle reinterpretando in chiave moderna le immagini dei dipinti di Raffaello e Botticelli e ponendo in primo piano un nuovo modo di vivere la professione di acconciatore oggi più che mai legata a moda, design e architettura.

corinna.parisi@unipro.org



BeautyEurasia, per la prima volta powered by Cosmoprof Worldwide Bologna

Si è tenuta dal 17 al 19 giugno 2010 presso il Tuyap Exhibition Center di Istanbul la sesta edizione di BeautyEurasia, organizzata da Ipekyolu per la prima volta in partnership con Cosmoprof Worldwide Bologna, la fiera internazionale della bellezza per l'area euro-asiatica e per la Turchia esclusivamente rivolta al trade.

Buoni i risultati in termini di visitatori - 22.000 tra importatori, distributori e professionisti della bellezza provenienti da 80 paesi per lo più dall'area euro-asiatica - e di business per i 252 espositori provenienti da 38 paesi su una superficie di oltre 18.000 mq.

Anche quest'anno l'ICE, Istituto per il Commercio Estero, ha organizzato, in collaborazione con Unipro, A.S.I.ST - Società consortile fra la Camera di Com-



BeautyEurasia
powered by **COSMOPROF**
WORLDWIDE BOLOGNA

mercio e Confindustria di Bergamo - e Promos - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano per l'Internazionalizzazione, una partecipazione in collettiva di

25 imprese italiane, 10 delle quali associate a Unipro. Le imprese di Unipro hanno potuto sperimentare le opportunità commerciali e verificare in maniera più diretta, difficoltà comprese, le caratteristiche dell'operare nell'area grazie anche ad un programma di incontri b2b, organizzati da Sogecos in collaborazione con Unipro nell'ambito dell'International Buyer Program, con

una selezione di operatori provenienti da Macedonia, Serbia, Croazia, Palestina e Giordania.

La Turchia, con 22 milioni di Euro di cosmetici importati dall'Italia, è il primo mercato dell'area meridionale del Mediterraneo, importante filtro distributivo nei paesi limitrofi dell'Asia occidentale. "La manifestazione di Istanbul - ha dichiarato il presidente Fabio Franchina - è stata l'occasione per misurare la ripresa dei mercati nell'area a cavallo del Sud Europa e dell'Asia Occidentale ma soprattutto ha offerto alle imprese italiane l'occasione per valorizzare le loro capacità produttive e la competitività di una offerta riconosciuta a livello mondiale".

monica.magris@unipro.org

In breve

21 giugno

Fabio Rossello (Vice presidente vicario, Unipro) è intervenuto al convegno "Un manager nel Consiglio di Amministrazione" organizzato da Miccoli Knudsen Intl. con la partnership di Unipro.

29 Giugno

Il direttore generale Maurizio Crippa e Stefano Dorato di Unipro, accompagnati da Marcello Accorsi, direttore dell'ufficio di Federchimica Bruxelles, hanno presentato a numerosi parlamentari italiani e funzionari della Rappresentanza permanente, il Beauty Report 2010.

30 Giugno

Gian Andrea Positano è intervenuto alla diretta di UnoMattina Estate, Rai 1, sul tema dei prodotti cosmetici diventati sempre più un consumo costante e quotidiano per gli italiani.

CHI È CHI

Annunciamo il **CHI E' CHI AWARD 2010 "FASHION & TASTE", LA MODA? QUESTIONE DI BUON GUSTO**, che si terrà il prossimo 20 settembre al FOUR SEASONS HOTEL.

La giuria del **CHI E' CHI AWARD 2010** è presieduta da Davide Paolini, giornalista e conduttore radiofonico noto come "Il Gastronauta" che scrive sul Sole 24 Ore e da Benedetta Barzini, docente ed esperta in cultura della moda, Mario Boselli, Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana, Armando Branchini, Segretario Generale Altgamma, Gaetano Marzot-

to, Presidente di Pitti Immagine, Beppe Modenese, Presidente onorario della Camera Nazionale della Moda Italiana, Maria Vittoria Pozzi, caporedattore bellezza di Vogue Italia, Anna Riva, giornalista di Vogue Germania, Cristiana Schieppati, direttore del Chi è Chi del Giornalismo e della Moda, Barbara Vitti, esperta di pubbliche relazioni e moda.

Saranno assegnati i PREMI MIGLIOR UFFICIO STAMPA MODA e MIGLIOR UFFICIO STAMPA BELLEZZA che possono essere votati on line su www.chiechi.it

daniela.pezzetti@unipro.org

Molecole del futuro: gli Oligopeptidi nella cosmetologia funzionale

di **Carla Scesa**

Università degli Studi di Siena
Università Cattolica del Sacro
Cuore di Roma



La **cosmetologia funzionale** ha ottenuto, negli ultimi anni, risultati notevoli nella prevenzione e nel trattamento dei processi di invecchiamento, sia crono che fotoindotti. La chiave del successo è da ricercare in una serie di fattori: acquisizione di nuove conoscenze dei processi biochimici cutanei, nuove tecniche di valutazione dei risultati conseguiti ma, soprattutto, due importanti momenti nella ricerca e sviluppo. Si tratta della realizzazione di nuove matrici per veicolare e potenziare le sostanze funzionali contenute e l'utilizzo di nuovi principi attivi cosmetici provenienti sia dalla ricerca chimica e biotecnologia che da nuove fonti naturali. Tra i maggiori successi ottenuti possiamo ricordare le più significative classi di "sostanze funzionali" di questi ultimi anni: il collagene (rivisitato dopo la BSE o morbo della mucca pazza, che ne aveva determinato una importante battuta d'arresto) gli alfa-beta e poli-idrossiacidi (ca-

postipite l'acido glicolico), nuove potenti molecole antiossidanti e radical scavenger, polimeri e biopolimeri, fino alla riscoperta, in chiave di nuove funzionalità, delle **vitamine idrofile e lipofile**. In particolare si è sviluppata la grande chimica delle molecole bio-affini: ceramidi, acido ialuronico, glicosaminoglicani (GAG) e altre ancora, con il forte sviluppo dei peptidi e delle innumerevoli possibilità di applicazioni cosmetiche che essi offrono.

DAGLI AMINOACIDI ALLE PROTEINE

Gli aminoacidi (di cui 20 essenziali) sono piccole molecole da cui ha avuto origine la vita sul nostro pianeta grazie alla loro capacità di unirsi in strutture sempre più complesse, creando centinaia di migliaia di molecole diverse: peptidi e proteine. Tra queste gli **oligopeptidi** contengono meno di dieci aminoacidi e stanno suscitando il grande interesse della cosmetologia funzionale. La loro diffusione in natura e le crescenti applicazioni in medicina (dal trattamento della celiachia, a nuovi vaccini, a studi sulle possibili applicazioni nei casi di Alzheimer), hanno portato alla ribalta questa classe di sostanze anche se il loro utilizzo cosmetico è di antica tradizione essendo contenuti negli idrolizzati proteici naturali, dai vecchi idrolizzati di collagene a quelli vegetali da fonti rinnovabili (grano). Tuttavia gli idrolizzati proteici vegetali, attualmente molto diffusi, presentano alcune problematiche di identificazione e standardizzazione. La tipologia dei peptidi presenti (sequenza di aminoacidi) e l'attività biologica non sono ben definite, limitandone le funzionalità cosmetiche ad azioni di superficie con azione idratante e sostantivante su

pelle e capelli.

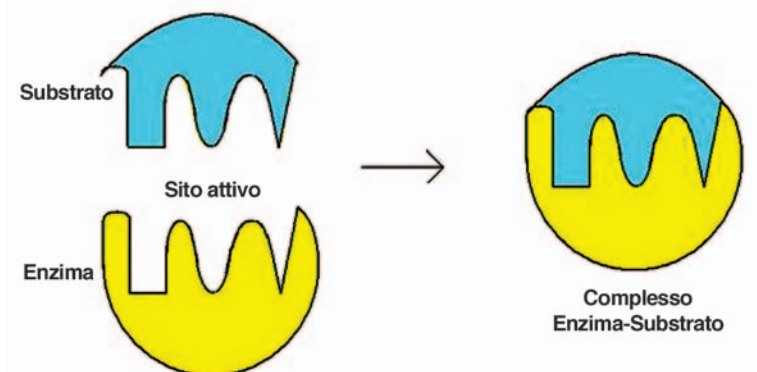
Gli **oligopeptidi di ultima generazione** sono profondamente diversi, caratterizzati da una specifica sequenza di aminoacidi (a gruppi di due, tre, quattro fino a nove) prendono il nome di tripeptidi, tetrapeptidi ecc, sono analiticamente puri strutturalmente definiti e presentano un meccanismo d'azione mirato. Agiscono come messaggeri molecolari e, a seconda della loro struttura, possono essere riconosciuti dai recettori cellulari, tali da essere definiti "biomimetici", con la capacità di presentare una elevata efficacia anche a concentrazioni bassissime.

QUALI PEPTIDI E QUALI MECCANISMI D'AZIONE

Secondo la classificazione di M.A. Lupo e A.L.Cole (2007) possiamo identificare tre tipologie di azione cutanea di molecole peptidiche:

- Trasmettitori di segnale cellulare
- Peptidi che agiscono sui neurotrasmettitori
- Peptidi carriers di elementi cellulari

Il loro meccanismo d'azione è quello definito del tipo chiave-serratura (*vedi figura*) cioè un sito attivo, costituito da uno specifico peptide, che si incastra, con precisione assoluta, ad un ligando di varia natura che ad esso aderisce mediante forze di legame debole. E', ad esempio, il meccanismo di assoluta selettività nell'aggancio degli enzimi ai loro substrati, dei recettori di membrana ai rispettivi effettori. Un meccanismo che permette di realizzare una vasta serie di azioni biologiche specializzate, tra cui: la stimolazione della riparazione dei tessuti cutanei, la cicatrizzazione delle lesioni e la stimolazione della formazione



di macromolecole a livello della giunzione dermo-basale e del derma. I peptidi agiscono infatti come messaggeri cellulari, sono riconosciuti dal recettore della membrana cui si legano e innescano l'azione intercellulare, stimolano la produzione di collagene, diminuiscono l'azione della collagenasi, stimolano altresì la produzione di GAG con una conseguente azione cutanea (dimostrata "in vivo") di aumento della densità a effetto rassodante e levigante.

Alcuni oligopeptidi, i primi ad essere applicati al settore cosmetico (acetyl esapeptide), agiscono sulla prevenzione e riparazione di rughe di espressione con un'azione definita "botulino simile", atta a ridurre o impedire la trasmissione di impulso nervoso alla muscolatura con attenuazione delle rughe prodotte dalla mimica facciale.

In conclusione, la chimica dei peptidi applicata alla cosmetologia funzionale sta facendo i suoi primi passi e si sviluppa soprattutto nei laboratori di ricerca industriali con l'acquisizione di numerosi brevetti.

Un ruolo fondamentale è tuttavia da ricercare anche nelle formulazioni dei prodotti finiti e nei dosaggi utilizzati.

Recentemente i vari produttori di principi attivi hanno focaliz-

zato l'attenzione sui lipopeptidi ed hanno cominciato a testare anche le combinazioni di prodotti già presenti sul mercato per avere un effetto "sinergico", quindi una efficacia potenziata. L'interesse è molto elevato e ci sono risultati "in vitro" e "in vivo" incoraggianti. Mancano tuttavia alcuni dati circa il livello di assorbimento cutaneo e il raggiungimento del sito cellulare in forma attiva. La tendenza formulativa è rivolta verso dosaggi ottimali e sicuri nelle varie forme cosmetiche puntando su effetti booster con l'utilizzo di più oligopeptidi in associazione, uniti a ingredienti attivi più tradizionali (mix di molecole attive differenziate e sinergiche: peptidi + GAG + vitamine + antiossidanti + oligoelementi) per ottenere quella multifunzionalità che si è dimostrata vincente nella lotta cosmetica all'invecchiamento.

A queste funzionalità si possono aggiungere nuovi campi di applicazione cosmetologica: dal trattamento della cellulite ad una azione coadiuvante sulla vitalità dei capelli e infine una specifica modulazione dell'iperreattività delle cuti sensibili verso una nuova cosmetologia ottenuta attraverso texture sensoriali, profumazioni evocative, e le nuove molecole del benessere ovvero i neurotrasmettitori cutanei.

Formazione sui cosmetici: NAS e Ministero della Salute chiamano Unipro

Nel corso del mese di giugno è iniziato, con l'introduzione ed i saluti portati dal Generale Comandante NAS Cosimo Piccinno e da Marcelletta Marletta del Ministero, la prima edizione del **corso di formazione ed aggiornamento sui cosmetici**, indirizzato agli ufficiali e sottoufficiali dei NAS, organizzato nell'ambito dell'accordo di collaborazione tra il Ministero della Salute ed il Comando Carabinieri per la Tutela della Salute (NAS).

Su un totale di circa 30 ore di docenza, suddivise nell'arco di due settimane, più della metà sono tenute da docenti di Unipro, appositamen-



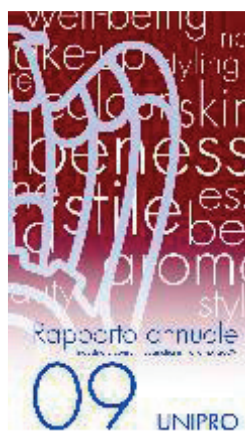
mercato nel controllo dei prodotti e della loro sicurezza.

Il corso si realizzerà in tre edizioni e porterà in aula circa 120 militari NAS, che diventeranno, all'interno di ciascun comando territoriale, gli esperti sui prodotti cosmetici.

In visita alla Rottapharm



Tra le attività del Consorzio RTC Ricerche e Tecnologie Cosmetologiche, tutti gli anni viene organizzata una visita per alcuni allievi universitari in una azienda cosmetica. Questa è la foto della visita effettuata il giorno 11 maggio 2010 dagli studenti dell'Università del Piemonte Orientale, laurea triennale prodotti cosmetici/erboristici, presso la Rottapharm SpA di Confienza (PV).



Rapporto Annuale

Il tradizionale **Rapporto annuale**, elaborato dal Centro Studi e Cultura d'Impresa e presentato all'Assemblea annuale del 23 giugno, analizza gli approfondimenti dei dati del settore confermando un approccio anticiclico dei consumatori che continuano a considerare il cosmetico un bene insostituibile nella quotidianità dei comportamenti d'acquisto.

L'anticiclicità del settore cosmetico è confermata anche dal valore degli investimenti in comunicazione che, con un valore di oltre 525 milioni di euro, il 33% di tutto il macro settore largo consumo, segue una contrazione ben meno pesante del totale del commercio nazionale.

TOTALE MERCATO DEI PRODOTTI COSMETICI NEL 2009

Consumi in milioni di Euro - Prezzi al pubblico I.V.A. compresa.

		Var. % 2009
Totale settore	9.106,6	0,3%
Farmacia	1.431,5	3,2%
Profumeria	2.244,2	-3,5%
Grande distribuzione e altri canali	3.772,7	2,4%
Erboristeria	328,0	4,9%
Vendite porta a porta	390,6	3,7%
Vendite per corrispondenza	50,4	-10,0%
Vendite a istituti di bellezza e estetiste	196,0	-4,5%
Acconciatura	693,2	-5,1%

Primo Convegno nazionale AIICQ a Scilla

A distanza di un anno esatto dalla sua fondazione, il 12 giugno 2010 l'Associazione Italiana Informatori Cosmetici Qualificati (AIICQ), nata dalla collaborazione ed unione di intenti tra Unipro e Certa Thesis, ha tenuto il suo 1° Convegno Nazionale nella splendida località di Santa Trada (RC), vicino a Scilla.

Alla presenza di più di 100 partecipanti (tra autorità della Regione e del Comune di Reggio Calabria, farmacisti, dermatologi e, naturalmente, diplomati ICQ), diversi relatori si sono alternati nel corso della mattinata di lavori all'interno della parte pubblica del Convegno. Per tutti si è trattato dell'occasione per ribadire l'importanza della forma-



zione qualificata verso gli operatori del settore della cosmetica, a cui l'ICQ offre una risposta adeguata, attraverso la disponibilità di operatori intermedi qualificati in grado di informare, presentare e divulgare scientificamente le proprietà e le caratteristiche della produzione cosmetica internazionale.

Il convegno ha rappresentato anche la prima occasione per offrire ai nuovi soci AIICQ le opportunità formative e di aggiornamento, uno dei compiti principali affidati e richiesti all'Associazione, come anche previsto nello Statuto associativo.

Ed ora la prossima sfida: attivare i nuovi corsi ICQ presso nuove sedi universitarie sparse nelle



diverse regioni italiane, a cominciare dai più imminenti in calendario previsti presso l'Università Statale Milano-Bicocca e presso il Complesso integrato Columbus dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma.

Information Day itineranti: tagliato il primo traguardo a Torino

Alla presenza di una quarantina fra tecnici ed imprenditori, delle imprese di Unipro del nord-ovest dell'Italia, il giorno 22 giugno si è svolta a Torino, presso il Centro Congressi dell'Unione Industriale, la prima tappa degli Information Day itineranti.

La giornata è stata interamente dedicata alla presentazione dei contenuti del nuovo Regolamento europeo sui cosmetici.

L'Area Tecnico-Normativa di Unipro, rappresentata in questa occasione da Stefano Dorato e da Luca Nava, ha presentato le principali novità dalla nuova normativa europea, offrendo ai partecipanti le prime indicazioni utili per la sua corretta interpretazione ed applicazione.

Ed ora appuntamento alle prossime tappe: Verona l'1 luglio, Milano l'8 luglio

e Roma il 15 luglio.

Un tour de force che segna solo l'inizio dell'intenso lavoro di comunicazione e formazione sui temi del nuovo Regolamento, che vedrà Unipro e la sua Area Tecnico-Normativa molto impegnata nei prossimi anni, fino alla data effettiva di inizio dell'implementazione del nuovo Regolamento, prevista per il luglio 2013.



Il 30 giugno 2010 si è tenuta la visita di sorveglianza di Certiquality che ha riconfermato, dopo due anni di attività, l'idoneità e il rispetto di Unipro per il sistema di gestione per la qualità secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008



Congiuntura, trend e investimenti nel settore cosmetico

Giovedì 8 luglio, alle ore 11.30

Palazzo Marino, Sala Commissioni, Piazza Scala 2, Milano

Appuntamento semestrale con le **rilevazioni congiunturali** sul primo semestre 2010 e con le previsioni per il secondo semestre 2010. La dilatazione della crisi congiunturale potrebbe creare effetti negativi anche per un settore tradizionalmente in controtendenza.

In occasione della conferenza stampa di presentazione dell'Indagine Congiunturale del Centro Studi vengono studiati gli effetti più recenti sull'economia di comparto.

ABCcosmetici
dall'8 luglio
ti aspettiamo

www.abc-cosmetici.it

Il nuovo sito della cosmetica per tutti