

I numeri del Beauty Report e i nuovi mestieri

In occasione dell'Assemblea annuale di Cosmetica Italia è stata presentata la seconda edizione del progetto editoriale che vede l'accorpamento delle due pubblicazioni che raccontano l'evoluzione del settore: il **Beauty Report** e l'**Analisi del Settore**.

Dalla sintesi emergono **tre numeri: 10**, come 10 miliardi di euro di fatturato della produzione nel 2015, **4 (3,8)**, come (quasi) 4 miliardi di euro di export nel 2015, che generano 2,0 miliardi di euro di saldo commerciale positivo e infine **200.000**, intesi come addetti dell'intera filiera cosmetica (industria, farmacie, parafarmacie, erboristerie, profumerie, acconciatori, centri estetici, vendite).



La pubblicazione a cura di **Ermeneia** ha affrontato, nella tradizionale parte monografica, il fenomeno dei nuovi mestieri, facendo emergere 6 profili:

- 1) il profilo di **Social Media Manager** o di **New Media Manager** o addirittura di **Digital PR**, legati alla crescita dell'e-commerce, ma anche alle opportunità offerte dai **social**;
- 2) i profili legati ai vari aspetti di **Regulatory** sia nazionale che europea;
- 3) i profili del marketing che diventano sempre più centrati sull'obiettivo del *sell-out* piuttosto che su quello del *sell-in*, con un'evoluzione che assume i contorni del **New Product Developer** e del **Packaging designer** (specialmente per i prodotti cosmetici venduti nei negozi monomarca);
- 4) il profilo del **Consulente-Tecnico Commerciale** in grado di spiegare al *retailer* il prodotto e di assistere

Livello di consenso degli operatori intervistati	
Esperto dei social media (Social Media Manager)	1° posto (75,7%)
Esperto di vendita on line	2° posto (74,2%)
Esperto di comunicazione nell'ambito digitale (Digital PR)	3° posto (69,9%)
Esperto del sistema regolatorio e di sicurezza nazionale ed europeo	4° posto (64,3%)
Esperto di marketing , con attenzione al <i>sell-out</i> più che al <i>sell-in</i> (e quindi con molta conoscenza del cliente)	5° posto (60,0%)
Esperto Ricerca & Sviluppo prodotti (New Product Developer)	6° posto (54,3%)
Esperto del retail multicanale	7° posto (54,2%)

quest'ultimo nell'illustrazione del medesimo nei confronti del cliente: con un'evoluzione verso il profilo di **Visual Merchandiser** (nel caso delle profumerie) e il **Consul-Venditore** in grado di svolgere un'assistenza tecnica post-vendita oltre che una funzione di formazione vera e propria dei responsabili del salone (nel caso degli acconciatori);

5) il profilo, più in generale, di **Formatore** in quanto tale, rivolto ai collaboratori dei titolari che vendono prodotti cosmetici, visto che non solo il *retailer* ma anche i relativi dipendenti devono compiere un salto di qualità nel modo di trattare il cliente finale (e il Formatore si integra con quello di **Estensore di specifici «Protocolli di Trattamento»** nel caso dei centri estetici);

6) un caso specifico è rappresentato dalle aziende conto terzi, nei confronti delle quali il committente finisce con l'«affidarsi» all'azienda industriale, dando vita ad una simbiosi virtuosa: la figura-chiave è rappresentata dallo stesso imprenditore nelle piccole aziende, mentre nelle medie imprese servono dei **Tecnici Consulenti** che allarghino le loro funzioni al packaging e alla comunicazione e, in parte, al marketing.