

## Antonella, Manuela, Ada... e le altre!

La Rosa d'oro: il primo e unico riconoscimento che premia ed applaude la professionalità di chi lavora in profumeria.

Lo scorso 19 marzo, al Cosmoprof di Bologna, c'è stata la premiazione del Concorso La Rosa D'oro. Al primo posto si è classificata Antonella Carlucci, da 24 anni elemento insostituibile della Profumeria Pepe di Bari

Con il Cosmoprof torna, immancabilmente, il concorso La Rosa D'Oro che come tutti saprete, ma è sempre opportuno ricordare, premia la professionalità di coloro che lavorano in profumeria. È il primo e unico premio in Italia (anche quest'anno, come già lo scorso, sponsorizzato dal marchio Elizabeth Arden) nato proprio con il preciso intento di riconoscere e nobilitare un mondo troppo spesso abituato a stare nell'ombra, ma animato da passione, tenacia, entusiasmo. Soprattutto, amore verso una professione così stimolante e che, se ben coltivata, può regalare soddisfazioni straordinarie.

### Una professione stimolante

Lavorare in profumeria non dà solo la grande opportunità di approfondire una materia, quella cosmetica, così fortemente affine all'animo femminile (ma non solo... come scopriremo tra poco!), ma anche di confrontarsi con gli altri, con il pubblico, saggiando le proprie competenze, aiutando in una scelta di prodotto altrimenti difficile, indirizzando verso il cosmetico, il profumo, il make-up più indicato a valorizzare la bellezza individuale. Ecco perché, forte di queste premesse, la partecipazione a quest'edizione de La Rosa D'oro è stata così numerosa e, soprattutto, così fortemente sentita. Non c'è stata partecipante che, di fronte alle altre colleghe e alla qualificata giuria esaminatrice, non abbia provato emozione ed entusiasmo nel dimostrare tutto il suo valore. Non c'è stata

### Antonella Carlucci

*Profumeria Pepe di Bari, prima classificata*

Le lacrime e la sincera emozione provata nel ricordare Giuseppe Pepe e la moglie, che le hanno dato tanto, hanno lasciato il segno nel cuore degli esaminatori e del pubblico. Difficile, se non impossibile, incontrare dipendenti così profondamente legati a chi ha dato loro gli strumenti per individuare il proprio percorso professionale: "oggi ho voluto indossare la camicia che mi hanno regalato tanti anni fa. È il mio modo per ringraziarli, adesso che non ci sono più. Se non avessero così fortemente creduto in me, ora non sarei qui", ha sottolineato Antonella, rientrata a Bari con un tris di 10 da parte dei tre esaminatori, oltre all'ambita Rosa D'oro e al premio Red Door per la professionalità indetto da Elizabeth Arden, che ha inoltre regalato a tutte le partecipanti un kit di prodotti.



### Manuela Lini Profumeria Beauty Point di Roma, seconda classificata

Un pizzico di delusione, la certezza di potercela fare ad arrivare a ottenere l'ambito premio ma, certamente, anche la grande soddisfazione per aver scalato ancora di un gradino il podio, passando dal terzo posto dello scorso anno al secondo di questo. "Difficile se non impossibile arrivare prima. Ce l'ho messa tutta, ma non è andata come avrei voluto. Pazienza. Se ritenterò nel 2012? Chissà, ma non credo. È andata così, sono comunque soddisfatta".

### Ada Colaianni Profumeria Douglas di Bari, terza classificata

Da 14 anni nella stessa profumeria, Ada si dichiara soddisfatta e molto gratificata dal proprio lavoro. Anche l'atmosfera respirata a Bologna, nel corso delle selezioni e della cerimonia di premiazione, l'ha molto emozionata. "Sono state giornate indimenticabili. Indipendentemente dall'esito della premiazione, sono molto soddisfatta di avere partecipato!"



## *Uno spirito....senza frontiere*

Va aggiunta, e sottolineata la presenza di un maschio tra le partecipanti al concorso. Il commesso, Marcello Carboni, della Profumeria Serra di Oristano si è battuto ad armi pari con le altre, dando prova di grande competenza. La sua partecipazione



infrange un tabù importante, sottolinea a chiare lettere come lavorare a contatto con un mondo che si vorrebbe sostanzialmente più affine all'universo femminile, diventi comunque stimolante e gratificante anche per un uomo.

partecipante che non abbia assaporato il piacere di mettersi in gioco, di 'sfidare' la commissione esaminatrice, di confrontare le proprie competenze con quelle delle altre, in un 'testa a testa' fatto comunque, al di là della comprensibile tensione, di sorrisi, senso di appartenenza, amicizia, solidarietà.

## **Un 'agguerritissima' squadra!**

Eccoci al finale dunque. E ai tre nomi di rito, quelli delle tre vincitrici: la prima, Antonella Carlucci della Profumeria Pepe di Bari; la seconda, Manuela Lini, che lavora da Beauty Point a Roma, e la terza, Ada Colaianni, della Profumeria Douglas di Bari. Alla prima classificata, Antonella Carlucci, è andato anche il Premio per la professionalità di Elizabeth Arden. Unanimi i consensi, e i commenti, della giuria esaminatrice, formata dall'anima del concorso Giorgio Migone, affiancato da Laura Gacomini, responsabile formazione Elizabeth Arden, e dal visagista della casa cosmetica Yves Hajjar: "edizione dopo edizione le partecipanti si mostrano più preparate, informate, competenti. Ciò che colpisce di loro è la passione che dedicano al loro lavoro, unita a quella voglia di crescere e di migliorare che è lo stimolo essenziale per arrivare a raggiungere degli obiettivi". Complimenti a tutte, dunque, è arrivederci alla prossima!



## UN NUOVO MODELLO CULTURALE È POSSIBILE?

E alla contestazione di eccessiva rigidità della Fenapro nei confronti dell'industria, come replica Mario Verduci? "Non sono d'accordo. Anzi la Federazione ha sempre cercato di valorizzare la filiera, di muoversi per aggregare consensi, sia tra i profumieri che tra gli industriali, di fornire a tutti gli strumenti culturali necessari per svolgere al meglio il proprio lavoro, sempre però operando nell'ambito di un sistema e di servizio al consumatore.

**"Ho sempre lamentato, in ogni consesso e anche dalle pagine di questo giornale, la scarsa partecipazione dei consiglieri eletti e di tutti i soci alle riunioni associative e alle attività promozionali, formative, seminari, ecc. Per giustificare l'assenza riceviamo la classica risposta dei saccenti "che ci vado a fare, tanto si dicono sempre le stesse cose, ecc."**

Nicola Ostuni

## Critiche alla Federazione? C'è bisogno di chiarezza!

*Nicola Ostuni replica alle dichiarazioni di chi, anche in tempi recenti, ha tacciato la Federazione di scarsa collaborazione e di eccessiva durezza nei confronti dell'industria*

**Presidente, anche in tempi recenti l'operato di Fenapro è stato oggetto di critiche. L'ultima, in ordine di tempo, è quella secondo cui la politica della Federazione è sempre stata in antitesi e mai collaborativa con l'industria cosmetica. Che cosa ribatte?**

Credo di essere una persona che accetta serenamente le critiche e che anzi, ove riflette sulla correttezza e lo spirito costruttivo di certe affermazioni, è pronto a rivedere il proprio operato e a fare tesoro delle opinioni altrui. In quanto presidente di una Federazione, quindi portavoce di un pensiero collegiale e collettivo, ho il dovere di stimolare il confronto e accettare i contraddittori, per poi operare secondo linee guida scaturite dal confronto di tutti. Ciò che non accetto è che le critiche arrivino da persone che non conoscono gli obiettivi dell'associazione, né i mezzi per raggiungerli e che talvolta non sono associati o non sanno neppure di esserlo. Non si spiegherebbero altrimenti giudizi diametralmente opposti sul mio operato.

**Ci spieghi meglio: perché parla di giudizi diametralmente opposti?**

Come lei giustamente sottolineava l'intervistato mi ha rimproverato un'eccessiva durezza nei confronti dell'industria, che significa scarsa o nulla propensione al dialogo. Il che ha dell'incredibile, considerato che alla Federazione, e dunque alla mia persona, sono sempre state mosse critiche diametralmente opposte, di contestazione a un operato ritenuto troppo poco aggressivo, propositivo, troppo politico e attendista insomma! È la prima volta che mi si accusa del contrario...

**Il che, tutto sommato, potrebbe segnare un punto a vostro favore: se**

***A che risultati ha portato l'attuale politica della Fenapro?***

Nicola Ostuni. "È anche merito della Federazione se le aziende hanno cominciato a rivedere l'eccessiva attività di lancio e a ragionare su una diversa politica dei resi e dei premi di fine anno. Il risultato? Qualche azienda comincia a ragionare in termini di qualità e non più solo di quantità e si sta impegnando a ridurre l'attività di lancio a vantaggio della reale innovazione. Qualcuno, poi, comincia a comunicare a chiare lettere al consumatore, attraverso le sue pagine pubblicitarie, di rivolgersi alla profumeria per trovare prodotti di qualità, la giusta consulenza e il giusto servizio".

### ***Torniamo sul ruolo della Federazione***

Il dibattito aperto dall'affermazione del profumiere diventa uno stimolo per tornare a riflettere sul ruolo e sui compiti della Fenapro, e in generale di ogni Federazione. Lo facciamo con Mario Verduci, che incontriamo all'indomani del Cosmoprof. "È uno spunto importante, perché va a toccare snodi sostanziali della vita associativa. Associarsi significa elaborare una visione strategica sulle prospettive del canale rappresentato e offrire strumenti culturali, regole e attività promozionali utili alla competizione d'impresa. Che non vuol dire, sia ben inteso, rinunciare a fare l'imprenditore in proprio, ma continuare ad agire per il profitto della propria azienda con modalità più efficaci. In sostanza, contribuire al benessere collettivo del settore per ottenere un ritorno a livello individuale. Il punto è che molti imprenditori preferiscono evitare ogni responsabilità collettiva. È vero, molti profumieri di qualità scelgono di non aderire al sistema associativo. Liberissimi di muoversi come credono, sia chiaro. Ma non possono non suscitare in noi qualche perplessità. Compito di un'associazione è individuare delle regole che garantiscano pari opportunità. Se scegli liberamente di chiamarti fuori vieni meno al tuo ruolo verso la comunità di business nella quale tuo malgrado sei inserito. Dimensione individuale e dimensione collettiva sono altrettanto importanti ma, soprattutto, intimamente legate. Perché ognuno di noi, come imprenditore, ha anche una responsabilità sociale verso gli altri che come lui vogliono fare impresa. E la prima tra queste responsabilità, ripeto, è quella di mettere nero su bianco delle regole condivise e adoperarsi per rispettarle". Un esempio attuale può chiarire meglio la questione. Il premio Accademia del Profumo ha come obiettivo primario quello di rilanciare nei confronti del consumatore l'idea che il luogo deputato per l'acquisto del profumo è la profumeria classica, nella quale si trovano assortimenti, competenze e professionalità per soddisfare esperienze d'acquisto a cui egli attribuisce grande valore. Se un profumiere non partecipa all'iniziativa non contribuisce ad affermare questa idea che avvantaggia il canale ma anche e soprattutto il singolo negozio.

**vi si rimprovera tutto e il contrario di tutto, evidentemente la verità va trovata nel giusto mezzo...**

Quel che dice è corretto. Ma, ripeto, è molto deludente prendere atto del fatto che dietro certe critiche ci sia l'assoluta non consapevolezza di come la Federazione si è mossa in tutti questi anni. Sicuramente una maggior affluenza alle riunioni mi avrebbe fornito più stimoli e, altrettanto sicuramente, la mia politica sarebbe stata più compresa. Non è affatto facile rappresentare una categoria che al suo interno si nutre del narcisismo del piccolo imprenditore che non riesce a comprendere, salvo rare eccezioni, che nell'economia moderna tutti i processi sono interconnessi fra loro e che l'impresa vive di scelte individuali e collettive.

**Come si sente dunque di replicare a chi l'ha accusata di eccessiva durezza nei confronti dell'industria?**

Che è vero il contrario! Che la Federazione nel corso dei miei mandati, ma anche di quelli che mi hanno preceduto, ha sempre cercato il dialogo con il gruppo Selettivo di Unipro e con le singole aziende. E che non ha mai smesso di muoversi secondo questa logica anche quando, in tempi più e meno recenti, è stata accusata di essere poco incisiva e troppo 'politically correct'. Mi sono sempre posto come principale obiettivo lo sviluppo del canale e in anni ancora non sospetti ho cercato di spingere industria e distribuzione verso una comunicazione al consumatore che mettesse in evidenza i valori del nostro lavoro. Per fare questo e per essere compatti ho cercato di coinvolgere in Fenapro tutte le forme di distribuzione che si esprimono nel canale, riuscendoci solo in parte, e certo non per mancanza di disponibilità di Fenapro. E se, a tratti, in qualche editoriale di Imagine, mi è capitato di essere particolarmente critico verso le aziende, lo spirito è sempre stato comunque quello della piena collaborazione.

**"Prima il contratto limitava le azioni dei singoli. Ora, anche grazie al nostro lavoro e all'introduzione di un nuovo regolamento, le cose stanno pian piano cambiando. È a un nuovo modello culturale che stiamo lavorando. Senza contrapporci a nessuno, ma nel pieno rispetto delle regole e delle parti".**

Mario Verduci