



FENAPRO *Mag*

A CURA DI GIOVANNA MAFFINA

BUON ANNO E BUON LAVORO A TUTTI!



DI MICHELANGELO LIUNI

Buon anno a tutti, vi enuncio sinteticamente il programma di ciò che la Fenapro andrà a fare nei prossimi mesi. Il 2019 si apre con due momenti importanti: la riunione del Consiglio Direttivo a Milano e l'incontro della FEDP a Parigi, per raccogliere le riflessioni di tutte le Federazioni in merito ai nuovi contenuti da dare al Regolamento UE 330/2010 in sca-

denza nel 2020 e che, com'è noto, regola i rapporti nel canale della distribuzione selettiva tra industria e insegne di profumeria relativamente ai prodotti di lusso. In seguito alla riunione, la Federazione Europea elabora un documento da sottoporre poi alla Commissione Europea. A Milano si riunisce anche il Consiglio Direttivo per deliberare sulla Campagna di Canale. Da ultimo (ma non ulti-

mo!), ripartiamo con il nostro Beauty Coach, trovate il calendario degli incontri già pianificati nelle pagine che seguono. Oltre a ricordare che è un progetto di professionalizzazione altamente innovativo e gratuito, rammentiamo a tutti voi che si possono organizzare sessioni di formazione "in loco" per le società che ne faranno richiesta. Vi attendiamo numerosi!

GLI INCONTRI DI MILANO E PARIGI

A MILANO, IL PROSSIMO 22 GENNAIO, SI DELIBERA E SI RACCOLGONO ADESIONI SULLA CAMPAGNA DI CANALE, MENTRE A PARIGI IL 31 GENNAIO, LA FEDP FARÀ IL PUNTO SULLE PROPOSTE DI MODIFICHE DEL REGOLAMENTO UE 330/2010 AVANZATE DALLA VARIE FEDERAZIONI EUROPEE.

Al momento in cui scriviamo non si è ancora svolta la riunione del Consiglio Direttivo Allargato della Fenapro, in programma per il prossimo 21 gennaio, in cui si discuterà della campagna di canale e della Proposta di modifica del Regolamento UE 330/2010 da portare all'Assemblea Generale FEDP del 31 gennaio 2019 a Parigi.

MILANO E PARIGI AL CENTRO DEI LAVORI

Con riferimento al primo punto, all'ordine del giorno c'è la presentazione conclusiva del progetto di campagna e la raccolta delle adesioni. Come ricorderete, l'impianto della campagna è opera dell'agenzia creativa milanese Casiraghi Greco &. L'incontro sarà decisivo per stabilire quali aziende, retailer e produttori, vorranno sostenere l'iniziativa, definendone i contenuti e approvando il budget definitivo. Anche sul secondo punto ci sono grandi aspettative. L'incontro parigino dell'Assemblea Generale FEDP di fine gennaio ha l'obiettivo di raccogliere e riportare per iscritto le richieste avanzate dalle varie federazioni di profumeria europee di modifica del Regolamento UE 330/2010. «I primi di dicembre la DG Concorrenza Europa ci ha inviato, attraverso la FEDP, la richiesta di presentazione urgente di un documento che motivi l'opportunità di mantenere il Regolamento in esenzione per il nostro settore e, in caso affermativo, che indichi le innovazioni da apportare, anche considerando il mutato scenario dei mercati e l'ingresso di nuovi competitor e di canali come l'online», spiega il presidente Michelangelo Liuni. «Stiamo dunque lavorando velocemente alla presentazione delle nostre osservazioni, di cui si discuterà, appunto, nell'incontro parigino».

I NUMERI DI BEAUTY COACH

288, LE PERSONE DA FORMARE IN **2** ANNI. **34**, LE ORE DI LEZIONE COMPLESSIVE. **5** INCONTRI DI **6** ORE L'UNO, PIÙ ALTRE **4** DI FORMAZIONE A DISTANZA SULLA SICUREZZA DEI LUOGHI DI LAVORO **10**, LE REGIONI COINVOLTE. SONO I NUMERI DI BEAUTY COACH.

UNA PROFUMERIA PIÙ TECNOLOGICA? ECCO COME

LE SOCIETÀ RAINWEB E MIP, CON IL SUPPORTO DEL SOFTWARE EOLO, INSIEME PER UN PROGETTO CHE PUÒ DARE UNA SVOLTA CONCRETA AL CANALE. E CHE SI ATTUERÀ SU LARGA SCALA CON IL CONSORZIO ARCOBALENO.

È partito i mesi scorsi un progetto innovativo per lo sviluppo in rete della profumeria, firmato da Rainweb, azienda di sviluppo software e servizi informatici. A raccontarcelo, Domenico Ferrante, responsabile dell'area tecnologica della società.

Di cosa si occupa la vostra società?

«Nasce dall'esperienza di professionisti specializzati nel settore delle PMI, dei privati e della Pubblica Amministrazione e affianca le aziende operanti in questi e altri settori nel processo di evoluzione digitale, mettendo a disposizione il proprio knowhow nel declinare le tecnologie più all'avanguardia con soluzioni progettate internamente».

Il vostro progetto prevede una partnership con la MIP, la società informatica della



Fenapro, esatto?

«Sì. Questa collaborazione ha permesso di realizzare un modello unico nel suo genere. Prima di tutto, per la conoscenza specifica che la Rainweb ha del mercato della profumeria. Poi, per il nostro knowhow nel realizzare software (verticale, eCommerce, ecc.) specifici proprio per questo canale. Mettiamo inoltre a disposizione un team di back office che, interagendo direttamente con i



DOMENICO FERRANTE

marchi, è in grado di integrare le anagrafiche che arrivano dalla MIP con le specifiche richieste della casa madre, per avere in automatico l'autorizzazione a pubblicare sull'eCommerce. La premessa fondamentale è che si tratta di un modello replicabile e adattabile a ogni realtà di retail».

Entriamo nel merito del progetto che ha coinvolto il Consorzio

più strutturata. Così, per loro siamo partiti con il realizzare un e-commerce b2b di Consorzio con magazzino virtuale, mettendo poi a punto un singolo e-commerce per ogni consorzio di Chicca Profumerie che riporta le specifiche autorizzazioni dei singoli marchi di cui ogni profumiere è concessionario. Poi, sono state sincronizzate le anagrafiche in arrivo dal software Eolo con il front-end della Rainweb, e razionalizzati i dati tra back end e front end two way (vale a dire da software MIP a eCommerce Rainweb, e viceversa) e tra back-office ed e-commerce. Nella sostanza e senza molti tecnicismi, abbiamo unito le due forze - MIP e Rainweb - per assicurare un servizio ottimale alle aziende clienti. Come dicevo, lo stesso modello è replicabile e adattabile a ogni realtà di profumeria».

Cosa cambierà, all'atto pratico, per le profumerie Chicca?

«Partendo dal presupposto che si tratta di negozi tradizionali fortemente radicati nel territorio e apprezzati per la professionalità del servizio al cliente, abbiamo puntato a qualcosa che evidenziasse questa peculiarità sia attraverso il web che, soprattutto, attraverso la vendita online, snellendo e semplificando il più possibile i passaggi

che consentono la presenza in rete, così da risparmiare tempo e da evitare l'impiego di risorse dedicate, ma mantenendo gli stessi standard di efficacia e professionalità».

Quali sono le tempistiche di realizzazione?

«Indicativamente un anno, è un progetto piuttosto impegnativo. Intanto, stiamo testando presso alcune profumerie la realizzazione di un hot-spot Wi-Fi free, che consenta a chiunque passi nelle vicinanze del punto vendita di accedere, gratuitamente, a una pagina web contenente tutte le promozioni specifiche di quel negozio e dell'intero consorzio. Inoltre, in collaborazione con la MIP stiamo lavorando alla creazione di un'applicazione web di front-end - cassa touch - (responsive, adaptive, mobile) fully integrated con EOLO, oltre a un'applicazione WEB di back-end per la creazione di widget dashboard per statistiche profumeria e a un'altra web (Cruscotto KPI) per la gestione e la realizzazione di un cruscotto di misurazione obiettivi e prestazioni. Insomma, stiamo lavorando su più fronti a rendere il negozio di profumeria perfettamente allineato a quelle che sono le nuove esigenze informatiche e gestionali ormai necessarie per rimanere competitivi sul mercato».

QUESTO SARÀ L'ANNO DI BEAUTY COACH

NE ABBIAMO GIÀ SCRITTO. NEL 2019 LA MACCHINA DI BEAUTY COACH FUNZIONERÀ A PIENO REGIME. IL PROGETTO È GRATUITO, UNICO NEL SUO GENERE E PRONTO PER FARE IL GIRO D'ITALIA. SE NON AVETE ANCORA ADERITO, CHE ASPETTATE A FARLO?

Torniamo su di un argomento che ci sta molto a cuore per fare il punto della situazione e raccontare di come procederà e si articolerà Beauty Coach nei prossimi mesi. Il 2019, lo ricordiamo, sarà l'anno in cui il corso professionalizzante della Fenapro, che la scorsa primavera ha ricevuto i finanziamenti dal Fondo For. Te, funzionerà a pieno regime, 12 mesi su 12. Sulla carta, un'opportunità irresistibile. Che si conferma tale anche nei fatti, a giudicare dai commenti entusiastici arrivati da coloro che hanno già potuto parteciparvi. Ma, c'è un ma. E ciò che sembrava scontato, cioè l'adesione a un progetto di formazione altamente qualificante, così non è. Ci sono resistenze legate alla "gestione" del personale che dovrebbe essere oggetto del corso, ai permessi, alle ore di lavoro che "perderebbero" partecipando alle lezioni. E c'è un intoppo di tipo burocratico, poiché solo le aziende aderenti al Fondo For. Te possono essere coinvolte nel piano di formazione. Il secondo è facilmente superabile, a seguire riportiamo nuovamente le indicazioni da se-

guire nel momento in cui effettuate la denuncia dei redditi. Il vostro commercialista saprà come muoversi a riguardo. Sul primo punto, non ritengo sia il caso di dilungarsi troppo. I contenuti di Beauty Coach li conoscete (ve li riproponiamo a seguire) e certamente avrete compreso la portata e il valore del progetto. Sapete anche, perché la riflessione emerge da tutte le più accreditate indagini degli Istituti di Ricerca, che il grande vantaggio che il negozio fisico ha nei confronti di quello virtuale (e che lo conferma in cima alle preferenze d'acquisto del consumatore!) sta proprio nella sua capacità di creare una shopping experience coinvolgente e avvolgente. E in questo, sono le persone a fare la grande differenza! Dobbiamo spingere affinché finalità, contenuti, intenti del corso, arrivino a conoscenza di tutti, perché tutti se ne facciano non solo portavoce ma "discepoli". Abbiamo bisogno del vostro sostegno. Fate partecipare il vostro personale di vendita, non perdetevi questa preziosa occasione e non abbiate indugi.

LE DATE DI BEAUTY COACH

È GIÀ PARTITA L'ISCRIZIONE AI CORSI BEAUTY COACH PER IL 2019. A SEGUIRE TROVATE TUTTE LE DATE. VI RICORDIAMO CHE IL CORSO PREVEDE 5 GIORNATE DI FORMAZIONE DI 6 ORE + 4 ORE DI FORMAZIONE A DISTANZA (FAD) MA BISOGNA ISCRIVERSI PER TEMPO. ECCO QUANDO: NAPOLI, ENTRO IL 15 GENNAIO 2019; TORINO E BARI: -> ENTRO IL 15 MARZO 2019; ROMA: -> ENTRO IL 15 GIUGNO 2019. PER OGNI ALTRA INFORMAZIONE CONSULTATE IL SITO FENAPRO: WWW.FENAPRO.IT

GENOVA

1° giornata: lunedì, 21 gennaio
2° giornata: lunedì, 18 febbraio
3° giornata: lunedì, 25 marzo
4° giornata: lunedì, 15 aprile
5° giornata/esame finale: lunedì, 13 maggio
+ 4 ore di formazione a distanza (FAD)

TORINO

1° giornata formativa: lunedì, 13 maggio
2° giornata formativa: lunedì, 27 maggio
3° giornata formativa: lunedì, 10 giugno
4° giornata formativa: lunedì, 29 giugno
5° giornata/esame finale: lunedì, 8 luglio

NAPOLI

1° giornata formativa: lunedì, 25 marzo
2° giornata formativa: lunedì, 8 aprile
3° giornata formativa: lunedì, 29 aprile
4° giornata formativa: lunedì, 6 maggio
5° giornata formativa: lunedì, 20 maggio
+ 4 ore di formazione a distanza (FAD)

BARI

1° giornata formativa: lunedì, 27 maggio
2° giornata formativa: lunedì, 10 giugno
3° giornata formativa: lunedì, 24 giugno
4° giornata formativa: lunedì, 8 luglio
5° giornata/esame finale: lunedì, 22 luglio
+ 4 ore di formazione a distanza (FAD)

**AFFIDATEVI
A EOLO 4.0
COSA ASPETTATE?**