

La parola alla Consulta dei Presidenti

È costituita dai presidenti dei gruppi di Unipro, coadiuvati dai funzionari della struttura (advisor) e si riunisce periodicamente assieme al presidente, al direttore generale e al tesoriere.

Lo scopo della consulta era originariamente la condivisione delle iniziative che i singoli gruppi programmano al loro interno nel corso dell'anno.

Negli ultimi anni la sua funzione si è evoluta: la presidenza di Unipro ha voluto dare maggior peso e vitalità a questo organismo che rappresenta il contatto più di-

retto tra gli organi dell'Associazione e la base associativa.

Prova ne è il ruolo degli advisor che hanno dato un contributo più metodologico e propositivo all'attività dei singoli gruppi.

Nel corso dell'ultimo incontro tenutosi il 17 febbraio il tema centrale dei lavori della consulta è stato il prossimo Cosmoprof (vedi aggiornamenti in seconda pagina).

I presidenti dei gruppi, che nella precedente riunione

avevano illustrato le linee di investimento per le attività dei singoli gruppi, in questa occasione hanno fatto il punto sulle iniziative che ogni gruppo ha programmato per il Cosmoprof di aprile. Unica eccezione il Gruppo Cosmetici in Farmacia che ha programmato la sua attività per il prossimo Cosmofarma.

In ordine, nelle foto, Antonio Argentieri, Carlo Balesi, Luciano Bertinelli, Franco Brambilla, Alessandra Canali, Valeria Cavalcante, Fabrizio Gelati, Decio Masu.



Accademia33



Mensile di Cultura d'Impresa Febbraio 2010 Anno 3 n.2

Editore: UNIPRO - Milano. Direttore Responsabile: Gian Andrea Pastore. Redazione e cura di UNIPRO SERVIZI s.r.l. - Milano. Stampatore: Laser Copy Via Urzelli 1, Milano. Registrazione c/o Tribunale di Milano n.562 del 19/09/2007

Centro Studi: aspettando i dati definitivi

Appuntamento alla conferenza stampa di presentazione del **Cosmoprof Worldwide di Bologna 2010** che si terrà il 23 marzo allo spazio DIESEL PENTHOUSE a Milano: come tradizione verranno presentati i dati definitivi sul mercato della cosmetica nel 2009. Sarà l'occasione per verificare i trend anticipati nella congiuntura dello scorso dicembre dove si registrarono incertezze sui canali professionali e una debole tenuta dei canali tradizionali nonostante la difficoltà della profumeria. Da quest'anno il Centro Studi ha investito ulteriormente sulle fonti di rilevazione, acquisendo direttamente le singole ricerche e rielaborando i dati anche grazie al confronto costante e diretto con le imprese.

Nasce così un sistema di indagine sempre più affidabile ma soprattutto ricco



di approfondimenti e di valutazioni sempre più specifiche. Ne è un esempio la rilevazione sul mondo della ricostruzione delle unghie che proponiamo di seguito come spunto di approfondimento su un segmento nuovo ma dinamico.

La ricostruzione delle un-

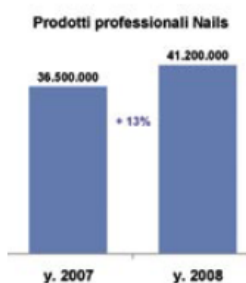
ghie: un business in forte espansione per i centri estetici.

Un'estesa ricerca condotta per conto di UNIPRO da KEY-STONE, ha indagato le nuove tendenze evolutive nel "mondo Nails", tra opportunità di business e resistenze ai trattamenti. Certamente uno dei dati più importanti emersi dalla ricerca è il forte incremento di centri estetici che propongono la ricostruzio-

ne, meglio valutabile comparando i dati attuali con quelli di un altro studio sovrapponibile sviluppato nel 2007. Dal confronto tra le due ricerche, ciò che emerge con forte evidenza è che se nel 2007 erano circa il 30% i centri estetici organizzati per la ricostruzione delle unghie, oggi sono oltre il 55%: una realtà quasi raddoppiata nell'arco di due anni.

Dietro al business della "prestazione di servizi" si incontra anche in questo caso quello dei prodotti ad uso professionale, il cui "core" è dato da acrilici e gel per ricostruzione ma non mancano numerosissimi prodotti accessori per uso professionale e per la rivendita al cliente finale. Secondo un'indagine desk realizzata da KEY-STONE, basata sui bilanci di esercizio 2007 e 2008, sulla

stima del numero dei trattamenti proveniente dalla ricerca UNIPRO, oltre che



di interviste field ad alcuni dei principali operatori e alla Presidenza di Assonail - in particolare per l'analisi del fenomeno degli "onico-tecnici domiciliari" - il mercato dei prodotti professionali si aggira intorno ai 40 milioni di Euro. Cui si aggiunge il vero e proprio

business della formazione nel settore sono circa 80, ma il loro fatturato spesso non è esclusivamente

composto da prodotti per la ricostruzione delle unghie. Il business può infatti estendersi verticalmente alla gestione diretta del servizio al cliente finale, o trasversalmente con la vendita di altri prodotti, soprattutto cosmetici, per centri estetici.

Il trend dal 2007 al 2008 ha visto un incremento a due cifre, del 13%, ma nel 2009 si è osservato un certo ristagno e, pur senza riduzioni marcate, si stima che il mercato continui ad attestarsi intorno ai 40 milioni di Euro.