

INTERVISTA Fu il primo imprenditore cremasco della cosmesi a partecipare ai Saloni in giro per il mondo

Ancorotti dice la sua su Fiere, Nanning, laurea in make up

E' stato il primo imprenditore cremasco della cosmesi a fare le fiere, dopo ovviamente quello che considera il suo maestro, Dario Ferrari di Intercos. Ricorda, infatti, Renato Ancorotti: «Era il 1985. In calendario veniva prima il Cosmoprof a Bologna, poi il Salone di Mosca. Erano fiere più piccole rispetto a quelle di oggi. Era più piccolo anche lo stand della mia prima azienda, Gamma Croma, ma era già concepito con un buon design. Fu un'avventura perché affrontammo quegli appuntamenti con tante speranze, ma anche con molti timori. Però devo dire che le fiere ci hanno sempre portato fortuna, sia per Gamma Croma che per la Ancorotti Cosmetics e suscitato molto interesse nei clienti fidelizzati e in quelli che lo sono diventati dopo».

Un'azienda quella di Ancorotti che punta a raggiungere nuovi e ambiziosi traguardi. Il fatturato sta aumentando dai 42 milioni dello scorso anno ai 72 milioni di fine 2016 con un incremento del 60%, mentre da dicembre 2015 a settembre 2016, quindi in otto mesi lavorativi, sono stati 80 i dipendenti assunti a tempo interminato (per un totale ad oggi di 250 dipendenti) e 13 sono diventate le strutture operative (l'imprenditore sta operando per aprire altri spazi nell'ex capannone della produzione Olivetti di 30mila metri quadri).

Ancorotti è di certo il leader europeo del mascara: ne sta sfornando 1,5 milioni di kg l'anno per 150 milioni di pezzi l'anno. Senza dimenticare tutti gli altri prodotti del make up con esclusione di matite e smalti.

Ma ritorniamo al tema delle fiere. Perché molte di quelle italiane sono andate in default o sono oggi in difficoltà? «L'Italia è un paese strano: come ogni Comune sogna di avere una propria area in-



■ TANTE SPERANZE E PAURE

Renato Ancorotti, fondatore di Gamma Croma e della Ancorotti Cosmetics. La sua prima Fiera data 1985, un anno dopo la nascita della sua prima azienda. «Fu un'avventura perché affrontammo quel battesimo del fuoco con tante speranze, ma anche con tanti timori. Le Fiere sono eventi per noi fortunati che suscitano interesse nei clienti ormai fidelizzati e in quelli futuri».

dustriale, così molte città vogliono avere la loro fiera. Inevitabili sono state le sovrapposizioni e le duplicazioni delle manifestazioni che hanno mandato in tilt il sistema». Quindi meno fiere e più specializzate? «Certamente. E' necessario rafforzare gli eventi che fanno da volano al "made in Italy che significa tre cose: fashion, food e make up».

Il mercato, insomma, ha fatto la sua selezione. «Infatti. Prendiamo il Cosmoprof di Bologna: è una manifestazione fatta talmente bene che attira molti stranieri, sia imprenditori che buyer. Qui puoi davvero organizzare il tuo business.

Per essere ancora più chiari, ci sono due modelli vincenti di fiere: essere un grande player come Cosmoprof che può attirare tutto il mondo della cosmesi, oppure puntare sul BtoB che è, poi, il core business di Saloni del make up più piccoli e specializzati come quelli di Parigi e New York: sai già chi incontri».

Uno dei punti vincenti del Polo della cosmesi, con lei presidente, fu proprio la partecipazione anche delle micro e piccole aziende cosmetiche alle fiere internazionali. «Infatti ho sempre sostenuto che le piccole aziende possono crescere non stando qui a parlarsi tra di loro, ma partecipando alle rassegne che coinvolgono i mercati globali anche se, mi dispiace dirlo, il "made in Italy" oggi ha meno forza di qualche tempo fa».

A proposito di internazionalizzazione, il Comune di Crema, con al seguito Reindustria, è andato in delegazione a Nanning, in Cina,

GRAN VISIBILITA'

Lo stand della Ancorotti Cosmetics Spa al Cosmoprof di Bologna 2016. «Lo stand che avevamo nel 1985 a Bologna era molto più piccolo di quello di oggi, ma era già pensato con un buon design. I Saloni erano più piccoli, ma mi sono serviti per farmi le ossa nel mondo della cosmesi».

per suggellare anche un gemellaggio di contenuto economico. L'amministrazione l'ha definito un "avvicinamento" a Nanning, una "missione esplorativa". «Sarà. Ma di questo gemellaggio se ne parla dal 2014, ma di concreto c'è ancora il nulla. A parte l'idea balzana e dalla visibilità corta come quella del "made in Crema" quando invece bisogna puntare tutti sul "made in Italy" - e speriamo che a qualcuno non venga in mente di fare il "made in Gattolino" -, purtroppo i tempi della politica sono biblici e fatti da annunci e conferenze stampa. Non sono i tempi degli imprenditori che quando si muovono hanno obiettivi chiari. Non faccio alcuna colpa a Reindustria e al suo presidente Capellini che sono stati trascinati dentro questa avventura dal Comune di Crema senza un progetto serio. E siamo ancora davanti a una visione limitata di che cosa significa internazionalizzazione...».

Cioè? «Se vado a New York non mi fermo in questa città, ma guardo ai milioni di consumatori del mercato statunitense. Quindi se vado a Nanning, non penso di fermarmi lì, anche se può darmi alcuni vantaggi, ma penso alla Cina, a Hong Kong, Shanghai, a Pechino. Se Nanning è un punto di partenza per "conquistare" la Cina va bene, altrimenti ritorniamo alla visibilità corta di questa amministrazione in fatto di aziende ed economia. Attenzione, inoltre: in Cina i salari sono bassi, non ci sono i sindacati e le imprese sono a conduzione statale; non vorremmo, quindi, importare la Cina in Italia, ma esportare l'Italia in Cina. Mi piacerebbe vedere gli accordi sottoscritti nei quali deve essere specificato che Nanning rispetterà i brevetti e non ci sarà nessun esercizio di copiatura».

Ancorotti, torniamo nel Cremasco. Si dice che la nostra cosmesi cominci ad avere il fiato corto. E'



così? «No. La nostra cosmesi gode di ottima salute. Ci sono solo alcune società di confezionamento che non sarebbero allineate alle regole cosmetiche. Problema che la Ancorotti Cosmetics ha superato perché i nostri contratti con le società di confezionamento sono stati firmati davanti alla Direzione territoriale del lavoro a Cremona. Noi garantiamo, quindi, la qualità della nostra filiera e guardiamo al futuro con fiducia».

Qual è il suo sogno nel cassetto per la cosmesi di casa nostra?
«L'ho detto e ripetuto più volte: sarebbe molto utile avere a Crema avere un'Alta Scuola in make up, una laurea breve da situare nel polo

universitario della città per formare personale in possesso di adeguate conoscenze tecniche, al servizio delle imprese del settore. Questa idea è condivisa dagli imprenditori cremaschi della cosmesi. Noi imprenditori, piccoli e grandi, vorremmo davvero che l'amministrazione di Crema avesse un'attenzione verso le aziende, l'occupazione e lo sviluppo di questo territorio: quanti sindaci vorrebbero contare nel loro Comuni sui risultati che sta portando la cosmesi in termini di ricchezza e occupazione. Invece, c'è ancora il semaforo rosso per la tangenzialina e siamo forse una delle poche zone industriali in Italia nelle quali i camion faticano ad entrare».