

# «Settore in crescita Servono giovani e nuove competenze»

di Mauro Faverzani

**C**he il settore della cosmetica sia in crescita ed abbia tutte le caratteristiche, per affermarsi ancor di più, conquistando nuove fasce di mercato, lo dimostrano i numeri della 53ma edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna, chiusasi lo scorso 2 maggio: + 2.700 espositori, 71 Paesi di provenienza e 26 country pavilion. Ed in questo promettente discorso ha un ruolo da protagonista il nostro territorio, in particolare il distretto cremasco, assolutamente all'avanguardia. Ne parliamo con Ilaria Quattrocioche, responsabile risorse umane di Chromavis, azienda con sede a Offanengo, leader nel settore del make-up.

**Che momento sta vivendo il settore?**  
«È un momento di ripartenza, sicuramente, di entusiasmo, di iniziative e di novità. La percezione al Cosmoprof è stata molto positiva, siamo stati molto contenti».

**È difficile scovare nuove risorse umane o ci sono potenzialità?**  
«Sicuramente il tallone d'achille è dato da alcune professionalità, quelle molto tecniche, la cui disponibilità effettivamente è inferiore alle necessità del mercato. Per questo stiamo collaborando molto con università e master di secondo livello, per cercare di costruire un piano assieme a loro, inserire nuovi stagisti e formarli nelle competenze più richieste».

**Di che figure si tratta, esattamente?**  
«In ambito tecnico, quindi nel mondo



**Ilaria Quattrocioche**

della ricerca e dello sviluppo, parliamo di formulatori e di ricercatori in generale: qui, da due anni a questa parte, stiamo vivendo le maggiori difficoltà».

**Ma queste difficoltà nascono da una scuola in ritardo rispetto al mercato oppure dipende dal numero di persone concretamente disponibili?**  
«Sono dovute probabilmente ad un non totale allineamento tra scuola e mondo del lavoro. Quando usciamo dal nostro territorio ed approcciamo università e master di secondo livello, riusciamo a rendere visibili quelle professionalità, che altrimenti nel settore della cosmetica non sarebbero così esplicite: parliamo di ricerca e sviluppo, ad esempio, che interessano moltissimo i ragazzi, o anche dell'ambito del regolatorio, che nessuno conosce, né percepisce, ma

che non ha nulla da invidiare all'ambito farmaceutico per varietà, intensità di argomenti, benché spesso non sia preso in considerazione».

**È possibile allora ovviare al problema allestendo progetti formativi?**  
«Noi stiamo inserendo un discreto numero di stagisti e abbiamo anche una bellissima percentuale di conferme in percorsi formativi, magari di apprendistato in azienda. Intercettiamo giovani che escono da esperienze di università o di master di secondo livello, e le inseriamo nelle varie strutture costruendo insieme la loro professionalità, che altrimenti non troveremmo già disponibile sul mercato...».

**Quindi puntate molto sulla formazione interna...**  
«Esatto! Questo è quanto siamo riusciti a realizzare nell'ultimo anno. L'importante è non accontentarsi, ma abbiamo più idee che mani per realizzare tutti i nostri progetti!».

**Quali caratteristiche deve avere il vostro candidato ideale?**  
«Sicuramente la prima caratteristica, fondamentale, è un buon allineamento alla cultura aziendale. Noi siamo una realtà di grande innovazione, abbiamo già una certa dimensione, siamo intraprendenti e vogliamo condividere i valori su cui poi costruire le nostre professionalità: fiducia, senso di responsabilità, senso di appartenenza e di collaborazione. Per le conoscenze tecniche, sicuramente il mondo della cosmetica è piuttosto specifico, per questo cerchiamo chi abbia fatto un percorso universitario almeno di secondo livello, ma-



## «Candidato ideale»

**La prima caratteristica è il buon allineamento alla cultura aziendale. Puntiamo su innovazione, fiducia, responsabilità e appartenenza**

ster tematici o laurea magistrale. Restando noi a tutti gli effetti e orgogliosamente un'azienda produttrice, cerchiamo candidati che abbiano completato almeno il primo livello di una scuola professionale, almeno i tre anni professionalizzanti, se non addirittura magari un diploma in ambito tecnico. Su questo abbiamo una buona collaborazione con l'Istituto "Galilei" e poi speriamo che se ne aggiungano altri, per poter ragionare con loro di percorsi alternanza scuola/lavoro da considerare al nostro interno, ma anche per poter

entrare in contatto con i loro ex-studenti».

**Insomma, il distretto cremasco della cosmesi può e sa guardare in prospettiva...**  
«Sicuramente la nostra è una realtà in crescita, un po' perché si sta strutturando in ambiti e un po' perché stiamo tornando a vedere un trend molto interessante. Stiamo vivendo una promettente iniezione di fiducia...».

**Coloro che cercate, risiedono a Crema e dintorni o normalmente valutate un più ampio raggio geografico?**  
«L'ambizione sarebbe quella di avere un contesto aziendale più diversificato, cercando di arrivare su di un territorio definito come "la grande Milano", orientandoci su quel baricentro. Ci confrontiamo comunque, ogni giorno, col fatto di essere una realtà raggiungibile solo con mezzi individuali, per lo più residenti in zona».  
Largo ai giovani, insomma: qui, nel settore della cosmesi, c'è una sfida da vincere. Con loro.