

Acconciatori ed estetisti Creatività, competenze e cultura del saper fare

L'offerta. Cfp e Cias sono i due storici punti di riferimento nel Comasco. Bagaglio formativo sempre più ricco, si amplia l'occupabilità dei diplomati

DANIELA COLOMBO

Coniungere il saper fare con la fantasia, la creatività, la capacità di rinnovarsi e aggiornarsi, di saper prendere delle decisioni in un mondo in continua evoluzione. Questo imparare a fare anche chi si diploma negli ambiti del benessere, spesso visti come opzionali di "seconda scelta" - rischiò che corrono tutti gli indirizzi professionali - dove si presuppone una minor mole di studio. Ma nella maggior parte dei casi - e questo è uno di quelli - non si tratta solo di saper lavorare con le mani, ma anche di avere la capacità di sfruttare l'intelligenza, mettendo in pratica la conoscenza nel migliore dei modi.

Gli orizzonti

Un settore che, tra l'altro, non è più solo legato al mondo di parrucchieri e centri estetici, ma che sta ampliando i propri orizzonti. E questo è il messaggio che vuole far passare il Cfp di Monte Olimpino, punto di riferimento per la formazione professionale il cui percorso di studio consente al tempo stesso l'ingresso nel mercato del lavoro e la possibilità di rientrare nel sistema scolastico e universitario, acquisendo la mentalità serena, anche dopo l'ingresso nel mondo del lavoro, è la chiave del proprio successo professionale e personale. «Molto spesso



Al trucco per l'evento Swing Dream del Cfp

la formazione professionale e il lavoro sono percepiti come una ripetizione di gesti, ma non è così - chiarisce Antonella Colombo, direttrice del Cfp -. I gesti presuppongono un ragionamento e i percorsi formativi non insegnano solo a ripetere, ma permettono ai ragazzi di interpretare un pensiero. Questo vale per tutti i lavori di carattere artigianale. Bisogna dare valore al

fare: le invenzioni, i prototipi, nascono da qualcuno che ha sperimentato facendo e il linguaggio delle mani è creativo e presuppone logica, pensiero e ideazione. Nella cultura e nella preparazione della scelta formativa, questo aspetto andrebbe sottolineato: tutto ciò che si fa nasce da un pensiero, espressione di competenze. La formazione professionale è in un mo-



L'opportunità del quinto anno di specializzazione in apprendistato



Possibile inserimento anche in Spa e profumerie

LA STORIA DA STUDENTE A IMPRENDITRICE

«Richiedi continui sacrifici ma ho realizzato un sogno»

Un sogno nel cassetto, la voglia di non arrendersi davanti alle difficoltà e l'entusiasmo nell'imparare ogni giorno qualcosa di nuovo, trasmettendo la stessa passione alle sue dipendenze. Alessia Lauro, 25 anni, ha aperto otto mesi fa il suo «Hair Lab», negozio di parrucchiera ad Appiano Gentile e le cose sono andate bene fin da subito, tant'è che ha già assunto due ragazze che l'affiancano, per gestire la mole di clienti.

Il suo percorso è partito al Cfp di Monte Olimpino, che

ha scelto per inseguire i suoi desideri. «Da sempre ho avuto questa passione, fin da piccola - racconta Alessia -. Con il passare degli anni poi bisogna concretizzare e, quando ho scelto la scuola, ho optato per il Cfp per inseguire il mio sogno e da lì è partito tutto. Io devo dire grazie a questa scuola, perché mi ha insegnato tanto. Quando fai una determinata scelta in terza media sei piccolo, magari sottovaluti lo studio che c'è dietro. Si pensa di fare un professionale per studiare meno, ma non è così: tralasciando le materie base che ci sono, entri nel midollo della

professione. C'è ad esempio chimica, dermatologia, fare la parrucchiera non è solo mettere le mani nei capelli e negli anni la professione è diventata sempre più complessa dal punto di vista tecnico».

Lo studio che sta dietro, infatti, è costante. E quando si riesce a realizzare il progetto di mettersi in proprio, è solo l'inizio delle difficoltà perché alle competenze professionali in senso stretto va ad aggiungersi la capacità di fare impresa. «Già dal primo anno, il Cfp fa capire che non è una scuola da prendere sottogamba perché è un professionale, bisogna studiare e darsi

da fare. Questo è un lavoro che richiede sacrificio: weekend, sere, sotto le feste lavori tanto, sei a contatto con le persone anche dieci ore al giorno, sempre in piedi. La scuola dà l'opportunità di fare stage fin da subito e toccare con mano la professione. Al terzo anno ho vinto una borsa di studio e sono stata a Londra, un'esperienza all'estero importante perché la professione in ogni Paese è vista diversamente e confrontarsi è molto bello e gratificante». E aggiunge: «Mi sono diplomata nel 2017 e ho iniziato subito a lavorare. Sono stata in vari negozi che mi hanno dato la possibilità di fare e sbagliare. La cosa più importante è che bisogna guardare, avere fame, mangiare il lavoro con gli occhi, solo così potrai metterlo in pratica. Dopo varie esperienze, ho deciso di buttarmi senza pensarci troppo e l'anno scorso a ottobre ho aperto il mio negozio. Credo che sia stata la scelta migliore che io abbia mai fatto. Non è semplice al giorno d'oggi, so-



Alessia Lauro nel suo salone ad Appiano Gentile

cora fame di fare e imparare. Voglio trasmettere questa grinta anche alle ragazze di 19 e 20 anni che sono con me e instaurare con loro un bel rapporto, così che chi viene nel nostro salone respiri il clima di armonia ed entusiasmo». D. Col.

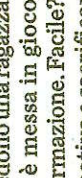
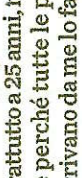
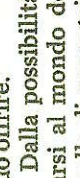
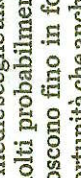
I numeri del settore cosmetico

149 mila imprese

del settore cosmetico e del benessere

LE AZIENDE CON IL FATTURATO PIÙ ALTO NEL 2023:

1. L'OREAL ITALIA SPA
2. EUROITALIA SRL
3. SOCIETÀ ITALIANA L. MANETTI H. ROBERTS & C. PER AZIONI
4. BOLTON MANITOBA SPA
5. INTERCOS EUROPE SPA
6. BEIERSDORF SPA
7. L'OREAL SAIPU INDUSTRIALE SPA
8. CONTER SRL
9. SINTESI E RICERCA SPA
10. PECKITT BENCKSER ITALIA SPA



Un mese di studio a Bali A lezione di massaggio

Se è vero che più della metà dei ragazzi che finiscono le medie sceglie ancora il liceo, molti probabilmente non conoscono fino in fondo le opportunità che anche una scuola professionale - comunque in leggera crescita in termini numerici rispetto al passato - può offrire.

Dalla possibilità di prepararsi al mondo del lavoro a quella di proseguire gli studi

all'università, ma anche vivere importanti esperienze all'estero, proprio come avverrà nei prossimi giorni per Cias. «Stiamo lavorando sull'internazionalizzazione - conferma Eleonora Cini, direttrice di Cias -. Il 10 giugno partirà con dieci ragazze che sono state selezionate all'interno della scuola secondo diversi criteri, anche per le loro competenze linguistiche d'inglese, e resterà

DISTRIBUZIONE IN ITALIA:



remo un mese a Bali in una scuola del posto, dove le studentesse faranno 150 ore di tecniche di massaggio balinese. In questo modo porteranno a casa un servizio da vendere sul mercato locale. Analizzeranno tutto l'aspetto pratico e teorico in lingua inglese - per questo serve una buona padronanza e, infatti, alcune di loro hanno anche conseguito le certificazioni Cambridge - e ogni settimana ci saranno degli esami con moduli. Penso sia una bella opportunità di crescita e un valore aggiunto al loro bagaglio di competenze».

DI PRODUZIONE RISERVATA

LA FOTOGRAFIA ATTRAVERSO I NUMERI

Tessuto di micro imprese Il 67% sono parrucchieri

Circa due terzi delle imprese della bellezza, il 67,9% del totale, sono saloni di parrucchiere e barbiere. È degna di nota anche la quota dei servizi degli istituti di bellezza (27,9%). Poche, al contrario, le realtà dell'industria cosmetica: le imprese che fabbricano prodotti per toilette, profumi, cosmetici, saponi e simili (0,9%) e quelle che producono saponi, detersivi e agenti organici tensioattivi (0,3%). La fotografia del settore emerge attraverso i numeri elaborati dall'Osservatorio Im-

prese di iCribis. Sotto il profilo organizzativo circa l'82,1% delle imprese opera come impresa individuale, il 10,6% sono società di persone, mentre il 7,2% sono società di capitali. Tra quest'ultime, in particolare, è significativa la percentuale delle società a responsabilità limitata (3,6%) e delle società a responsabilità limitata semplificata (3,1%). Il settore cosmetico nell'ultimo triennio ha visto crescere in maniera costante il numero degli occupati: a dicembre 2023, infatti, i dipendenti erano poco più di 59mila (+4% rispetto al 2022 e +8,9% rispetto al 2021). Nello specifico circa tre

e nell'82,6% hanno uno score basso. Discorso simile anche per quanto riguarda la propensione all'innovazione. Infatti le aziende del manifatturiero, come è facile immaginare, sono maggiormente attive sul fronte degli investimenti, nella ricerca e nella qualità dei prodotti. Infatti, il 14,9% ha uno score d'innovazione alto, il 37,2% uno score sopra la media e il 14,1% un punteggio nella media. Le realtà dei servizi alla persona, invece, hanno nel 83,5% dei casi uno score medio, nel 44,6% uno sotto la media e nel 6,6% uno score basso.

Le realtà del settore cosmetico senza obbligo di bilancio, costituite da un anno o più e che hanno assegnato il codice Ateco si attestano per il 42,3% nella fascia inferiore ai 50.000 euro, per il 27,5% nella fascia 50.000 - 99.999 euro, per il 15,5% nella fascia 100.000 - 499.999 euro e per lo 0,2% nella fascia di fatturato stimato superiore al milione di euro.

Una piaga del settore è l'abusiv-



Sono circa 59mila gli addetti in tutta Italia

vismo. Il fenomeno, ampiamente radicato e diffuso in tutta Italia, è stato aggravato dalle conseguenze della pandemia e dal proliferare di piattaforme online che operano indisturbate, proponendo prestazioni a domicilio o addirittura in forma ambulante, senza curarsi dei limiti imposti dalla normativa di settore e dai regolamenti comunali.

Le associazioni di categoria - Confartigianato e Cna - hanno più volte sottolineato come l'abusivismo nei confronti della cura alla persona metta a repentaglio la salute dei cittadini rappresentando, inoltre, una forma di concorrenza sleale nei confronti delle imprese regolari e un grave danno all'immagine delle stesse.

Clientela esigente «Oltre alla tecnica si chiede empatia»

L'esperta / 1

Le aspettative sono più alte, anche per la comunicazione di web e social, come spiega Mariangela Rubino



Mariangela Rubino

«La formazione oggi è sempre più importante rispetto a quello che poteva essere anni fa, c'era una preparazione differenziata anche da parte del cliente che oggi grazie al web e ai social è molto più preparato e arriva nel centro estetico con un'idea molto chiara, l'estetista deve essere pronta a saper argomentare anche su quello che non è a sua disposizione, l'informazione degli operatori deve essere, secondo il mio punto di vista, a 360 gradi». Ad affermarlo è Mariangela Rubino titolare del Mary Center di Canthi, presidente mestiere Estetica Confartigianato Como e docente di laboratorio di estetica al Cias.

«Personalmente punto molto sulla formazione anche per contrastare chi si improvvisa estetista o massaggiatore dopo aver seguito un corso di due giorni o addirittura che opera in posti poco igienici. Alla base di tutto ci deve essere l'igiene degli ambienti di lavoro e la sicurezza del cliente».

Le ragazze che si affacciano al variegato mondo dell'estetica sono tante: «Punterei a una formazione scolastica più lunga, aumentando il numero degli anni di frequenza. Attualmente in Lombardia, ogni Regione ha regole diverse, dopo tre anni si consegue la qualifica di estetista, il quarto anno è pensato per aprire una propria attività. Mi rendo conto che le ragazze di 15-16 anni fanno fatica a entrare nel mondo del lavoro, un po' è colpa anche di noi imprenditori che ci aspettiamo che siano come eravamo noi decenni fa, ma non è così, oggi per esempio hanno bi-

Lo stage è strategico «Nuovi scenari per la professione»

L'esperta / 2

Le clienti oncologiche, le collaborazioni ospedaliere nei corsi a margine delle scuole. Ne parla Cristina Meroni



Maria Cristina Meroni

sogno di più tempo per approcciarsi in maniera corretta al cliente. Gli stage vanno benissimo, aiutano a capire come muoversi all'interno di un'azienda». Il Cias organizza incontri pomeridiani con persone esterne su cui le ragazze possono fare pratica, ma una parte importante del successo della loro formazione dipende proprio da dove fanno lo stage: «Nel momento in cui arrivano bisogna seguirle, farle entrare in cabina, fargli vedere com'è il mondo del lavoro, spiegare e lasciare che facciano domande, è un investimento sul futuro di tutta la categoria. Spesso le imprese chiedono alla scuola "mandamene una brava"». L'azienda ospitante, esattamente come facciamo noi docenti, quello che dovrebbe fare è far sì che anche una non proprio brava riesca a formarsi, quello significa aver fatto un buon lavoro. Anni fa prendevi una stagista come aiuto, oggi bisogna prenderla per formarla, è la scuola che chiede sostegno alle aziende per la formazione sul campo».

L'accoglienza e la cura del cliente sono difficili da imparare sul libri: «È importante far sì che anche le ragazze sappiano creare un ambiente, oltre che professionale e pulito, anche di empatia. Un mestiere che è cambiato molto: oggi si guardano le recensioni online. Se cambia l'approccio del cliente, cambia tutto».

L'esperto / 1
Tutti input che possono fare la differenza: «Ci sono spazi e possibilità che quarant'anni fa non c'erano». L. Bor.
Entrambe le scuole del territorio, Cfp e Cias, organizzano esperienze extrascolastiche come la partecipazione degli studenti nel backstage di sfilate di moda, mentre le organizzazioni come Cna promuovono incontri con esperti rivolti agli operatori che aprono nuovi scenari: «Come l'estetica oncologica che consente di lavorare non solo con le clienti oncologiche, ma anche nel sociale, in Italia stanno nascendo le prime collaborazioni con gli ospedali».

L'esperto / 2
Per quanto riguarda le nuove generazioni: «Sul nostro territorio abbiamo due scuole di eccellenza, ognuna con le sue particolarità. Gli stage nelle aziende del territorio fanno parte del percorso formativo e sono importanti anche per noi imprenditori, non solo per l'aiuto concreto che riceviamo, ma soprattutto perché abbiamo l'opportunità di far toccare con mano agli studenti la realtà del lavoro. È giusto imparare bene la tecnica, ma anche tutto quello che è legato all'accoglienza del cliente e al rispetto delle norme igieniche».

L'esperto / 3
A novembre una classe di primadonna Cfp si è recata nell'attività di Meroni per fare orientamento: «Abbiamo creato quattro ambienti dove le mie collaboratrici svolgevano trattamenti diversi e gli studenti si spostavano a gruppi da un ambiente all'altro facendo domande. C'è una buona collaborazione tra scuole e imprese». I giovani hanno bisogno di essere incentivati «anche facendogli vedere che, nonostante le paghe non siano magari così allettanti all'inizio, hanno la possibilità di formarsi all'interno delle aziende, competenti».

L'esperto / 4
Le associazioni di categoria - Confartigianato e Cna - hanno più volte sottolineato come l'abusivismo nei confronti della cura alla persona metta a repentaglio la salute dei cittadini rappresentando, inoltre, una forma di concorrenza sleale nei confronti delle imprese regolari e un grave danno all'immagine delle stesse.