



VITA DA MANAGER DIRIGENTI ALLO SPECCHIO



Mirco Crespi
«I manager imparino da Leonardo a dare valore all'estetica»

Gli uomini fanno sempre più attenzione alla salute ed alla cura della bellezza. A cosa si deve questo fenomeno? Pochi potrebbero rispondere meglio di Mirco Crespi, project manager di Miromed Group, azienda che sviluppa, nel mondo, marchi e prodotti per estetica, oral care e canale farmacia. «Negli ultimi anni è cresciuto in maniera esponenziale il numero di cosmetici appositamente dedicati all'universo maschile. Se fino a poco tempo fa era solo la donna a "dover essere bella", ora anche per l'uomo un aspetto curato può svelare dettagli importanti anche su identità e personalità, alla ricerca di un nuovo equilibrio, comprendente, anche e soprattutto, la propria immagine, l'aspetto fisico, il carattere, all'interno di un nuovo concetto di eleganza che porta a privilegiare il gusto ma di accessori, offrire a tutti la migliore rappresentazione di se stesso. Di qui la scelta, obbligata, di una vasta gamma di cosmetici ed integratori "dedicati" esclusivamente all'uomo».

Nel settore cosmetici, l'export 2017 è in accelerazione positiva: questo ha influenzato anche le sue scelte strategiche?
«Negli ultimi 50 anni le quote export sono cresciute esponenzialmente, e l'Asia sta guadagnando quote significative tra le preferenze di destinazione dell'export cosmetico italiano. Il gruppo che rappresento è titolare di diversi brand nelle categorie dispositivi medici di classe 2A / 2B / 3; integratori alimentari e cosmetici.



INTERVISTA A CURA DI SUSANNA MESSAGGIO QUI A FIANCO NELLA FOTO



Un imprenditore aperto al mondo come Mirco Crespi sceglie per sé:

1. Il nuovissimo Iphone X a partire da 1199 €;
2. Yacht Prestige (prezzo a richiesta);
3. il mare della Sardegna appena può, e quando è lontano. Acqua di Sardegna Majida Men - Eau De Parfum 50 ml 45,00 €

Nella nuova frontiera del beauty svettano gli integratori da bene, ora anche in versione "for Men": ad esempio Be Filler Beauty drink è un integratore a base di acido ialuronico, peptidi da collagene e vitamina C, da sciogliere in acqua e da bere per idratare e nutrire la pelle, che come sappiamo, è il nostro organo più grande e, al pari di una pianta, va curata, "innaffiata", nutrita ed integrata, preferibilmente dall'interno. Ma è anche il primo biglietto da visita verso l'esterno. E questo un manager lo sa. Integrare diventa dunque essenziale, per "riformare" la pelle, apportando, dall'interno,

tempo, diminuiscono progressivamente».

Dunque, bellezza dovrà sempre di più fare rima con benessere maschile?

«Credo valga sia per la donna sia per l'uomo, anche perché un corpo sano "diventa", per forza di cose anche "bello". Non occorre andare troppo indietro nel tempo, per ricordarsi, per esempio, la definizione di "estetica" fornita da un certo Leonardo Da Vinci, secondo cui "l'estetica è l'espressione visiva di una funzione».



Elisabetta Pascucci
«Sì, gli uomini hanno scoperto la cura del corpo (e i massaggi)»

La sua azienda opera, con la divisione Novaestetyc, nell'ambito dell'estetica. Com'è cambiato il rapporto degli uomini con la cura del corpo? Che fetta di mercato rappresentano e cosa chiedono?

«Sicuramente negli ultimi anni si è registrata una inversione di tendenza nel rapporto degli uomini con l'estetica e la cura del corpo: secondo l'ultimo rapporto di Cosmetica Italia nel 2015 rappresentavano il 30% dei consumi sul fatturato globale del comparto bellezza in Italia, con un +2,7% rispetto all'anno precedente. Anche in istituto si riflette questa tendenza: gli uomini sono in numero crescente, sono giovani e meno giovani e, se prima chiedevano quasi esclusivamente depilazione, oggi prenotano trattamenti per il viso personalizzati, per avere un aspetto fresco e rilassato, manicure e soprattutto massaggi (rappresentano circa il 60% delle richieste). Li richiedono uomini di età compresa tra i 35 e i 65 anni, uomini d'affari in primis ma non solo, perché una volta scoperto il beneficio di un massaggio dopo una giornata stressante o prima di una riunione impegnativa, non riescono più a farne a meno. E' infatti su questo trattamento, e sull'esperienza rigenerante che rappresenta, che si concentrano le nostre ricerche in azienda e le novità in arrivo per il 2018».

Cosa dobbiamo aspettarci?

«La tendenza delle aziende produttrici di device per l'estetica negli ultimi anni è stata quella di produrre macchinari che si sostituissero alle estetiste. Noi lanciamo, proprio in questi giorni con un roadshow che ripercorre l'Italia da Sud a Nord, un nuovo device dal nome evocativo, Ego, che invece di sostituirsi all'estetista la supporta nel suo lavoro, potenziando in modo rilevante e gradevole gli effetti benefici del massaggio



che si trasforma così, appunto, in una regenerating experience».

Secondo una ricerca di Manageritalia, Federazione nazionale dirigenti e quadri, che prende in esame il periodo compreso fra il 2011 e il 2015, sono le donne a trainare la ripresa dell'occupazione manageriale in Italia, mettendo a segno un balzo in avanti del 17,5%. Cosa significa essere una donna manager oggi, e in particolare in un'azienda che distribuisce in tutto il mondo, Medio Oriente compreso?

«Significa avere capacità di "leadership" una dimensione più etica, umana e di condivisione. La performance dei numeri è importante per l'azienda ma si rischia di convivere tra individualismi ed egoismi che non sono soggetti produttivi in termini di valore. La donna ha la capacità di ascoltare e questo la porta a fare ciò che è meglio per il gruppo, ma in Italia necessitiamo ancora di un cambiamento culturale che favorisca il talento».



Alberto Massirone
«La ricerca medica nell'estetica a nuovi traguardi scientifici»

Nel 2016, nel mondo, ci sono state 13.209.539 prestazioni di medicina estetica: uno schiaffo alla crisi. Professor Massirone, lei presiede la società Italiana di Medicina estetica Agorà-Amiati: ci conferma che la medicina estetica è una realtà consolidata anche per l'uomo?

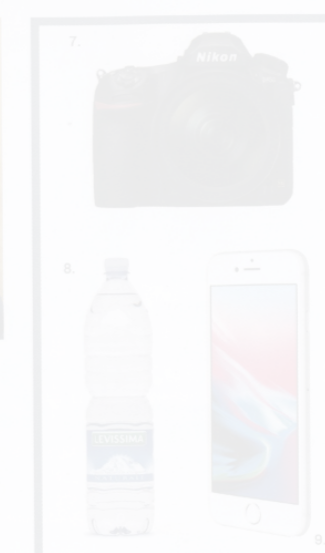
«Sicuramente sì, tra le richieste di procedure di medicina estetica l'uomo è in costante ascesa. Dal 2000 questo tipo di interventi è aumentato di oltre il 200% nella popolazione maschile. Considerare la medicina estetica un lusso o un'espressione di vanità sarebbe un errore: è piuttosto il mezzo per vivere in maniera adeguata la terza e la quarta età».

È iniziato il countdown per la 19ª Edizione del congresso internazionale di medicina estetica Agorà, uno dei più importanti in Europa. Quali novità attendersi?

«La XIX edizione del Congresso, cui parteciperanno oltre 2.800 medici provenienti da 15 paesi al mondo, vedrà sessioni dedicate ad Alimentazione, dermatologia, fibrologia estetica, chirurgia plastica, ricostruttiva ed estetica sono solo alcune delle tematiche che saranno affrontate nel corso delle giornate specializzate. E poi incontri dedicati alla medicina termale, ginecologia estetica e medicina estetica in oncologia, e specifiche sessioni dedicate ai temi cardine come biostimolazione e rivitalizzazione cutanea, filler, adiposità localizzata e lipi in medicina estetica, peeling, laser e luci, tossina botulinica, medicina rigenerativa e tutte le ultime novità di una overview mondiale».

Quali i trattamenti più richiesti ai maschi?

«Secondo l'indagine condotta dalla Società di Medicina Estetica Agorà la procedura più richiesta dagli uomini dopo i 50 anni è la tossina botulinica, seguita da fili di sostegno



Un imprenditore della medicina come il professor Alberto Massirone ama:

7. scattare foto con la nuova Nikon D850, Kit completo a partire da 4599 €
8. seguire percorsi detox e di washout bevendo acqua dall'assoluta leggerezza;
9. avere gli impegni di lavoro sotto controllo grazie al supporto del suo Iphone.

e biostimolazione, per avere un aspetto fresco e riposato. Fra i più giovani, invece, la gran parte delle richieste riguarda la rimozione dei tatuaggi, seguita da laser e dalla radiofrequenza ablativa. Negli ultimi anni si va diffondendo anche il trattamento dell'alopecia androgenetica con Prp, che va eseguito in un centro autorizzato».

Medicina estetica e chirurgia estetica: facciamo chiarezza sulle differenze?

«La Chirurgia estetica agisce sull'istestismo con interventi chirurgici, più o meno invasivi, che richiedono sedazione e un post operatorio di durata variabile. I risultati in genere non sono permanenti, ma comunque durano alcuni anni. La medicina estetica, invece, ha un approccio differente non si limita a risolvere l'istestismo a se stante ma prende in esame l'organismo nella sua totalità, andando a ricercare e curare le cause che hanno prodotto l'istestismo. Noi diciamo che guarda il soggetto in modo globale e sistemico. In secondo luogo propone trattamenti minimi-invasivi, collaudati, che seguono linee guida molto severe e internazionalmente riconosciute».



Una manager dalle spiccate competenze sia tecniche che di marketing come Elisabetta Pascucci non può rinunciare a:

4. i libri come il suo preferito Il giovane Holden
5. al suo profumo preferito Chanel N°5 Parfum Grand Extrait, 900 ml 4386€
6. la radiofrequenza 4 Plus di Novaclinical