



Bernardo Franco Cerisola

PRESIDENTE F.A.P.I.B. – ASSOCIAZIONE NAZIONALE PRODUTTORI
E FORNITORI DI TECNOLOGIE PER LA BELLEZZA E IL BENESSERE

COMUNICAZIONE E COERENZA



**Dopo un anno dall'approvazione del Codice Etico, facciamo
il punto con il Presidente della Fapib per capire quali sono
state le evoluzioni**

Codice etico facciamo il punto dopo un anno di attività?

Oggi è proprio il momento di fare il punto sul CODICE ETICO, approvato dalla nostra associazione un anno fa. Passiamo finalmente dalla fase di definizione e chiarimenti sul suo significato, alla fase di attuazione reale.

Fermo restando che le apparecchiature siano conformi a quanto richiesto dal decreto ministeriale, gli aspetti chiave del Codice Etico sono indubbiamente la comunicazione e la coerenza. Mi spiego meglio, le aziende associate alla Fapib debbono impegnarsi perché tutti i messaggi indirizzati alle estetiste e anche quelli rivolti all'utente finale (flyer, brochure, cataloghi, pubblicità) siano chiari, corretti e coerenti con le disposizioni del Codice Etico. Per esempio, ho visto scrivere da qualche parte "lipolaser", ebbene dovete sapere che le schede tecniche ministeriali non contemplano il "lipolaser", pertanto non è possibile comunicare questo tipo di tecnologia al mercato dell'estetica professionale.

Un altro tema importante è l'origine di provenienza delle apparecchiature. Il

Codice Etico definisce che le schede tecniche delle apparecchiature debbano riportare in maniera chiara quale sia l'origine di provenienza dell'apparecchiatura. Cosa vuol dire origine di provenienza? Vuol dire che se un'apparecchiatura è importata dalla Cina devo scrivere che è in made in China, così come se è importata dalla Germania devo scrivere made in Germany o made in Europe (poiché Stato membro della Comunità Europea), non è possibile nascondere l'origine, il cliente deve sapere cosa sta comprando. Non è sicuramente l'origine dell'apparecchiatura quello che cambia la scelta d'acquisto, ma è giusto che l'azienda accanto a un sistema di qualità, a una struttura di controllo e a servizi efficienti, si proponga al mercato in modo trasparente. Una garanzia fondamentale di serietà nei confronti delle estetiste.

Come divulgate al settore questa attività?

Per comunicare al settore la nostra attività associati-

va e il valore del Codice Etico, collaboriamo con alcune testate del settore, Mabella, per esempio. Inoltre abbiamo fatto un accordo con Cosmoprof per ottenere evidenza su tutti i sistemi di comunicazione della fiera e per avere uno spazio espositivo dedicato.

Quali sono, per l'associazione, i benefici derivanti dall'applicazione del Codice Etico?

Grazie al Codice Etico abbiamo la possibilità di acquisire nuovi associati. E questo, con nostro grande piacere sta già avvenendo.

Quanto è importante la collaborazione con altre associazioni?

E' importantissima, da quando abbiamo iniziato a parlare di Codice Etico abbiamo cominciato la collaborazione con CNA e CONFARTIGINATO poiché riteniamo sia fondamentale entrare meglio nel merito della realtà dei differenti comparti per analizzare

tutte le problematiche, capirne le esigenze e poter rispondere in modo adeguato. L'estetista ha un ruolo chiave e siamo fermamente convinti che se può contare su apparecchiature

sicure e performanti, approfondire la conoscenza di caratteristiche e peculiarità, formarsi adeguatamente, e informarsi correttamente, avrà la possibilità di sfruttare la tecnologia al 100% con evidenti benefici in termini di customer satisfaction e quindi anche di business.

Oltre a questo, stiamo avviando una collaborazione anche con COSMETICA ITALIA. L'ottimizzazione dei risultati con le apparecchiature, infatti, richiede sempre l'uso di cosmetici e molte nostre aziende associate hanno già una linea cosmetica dedicata.

Tutti abbiamo l'obiettivo di far crescere in qualità il settore e il miglior modo di farlo è impegnarsi insieme, ognuno per le proprie competenze, ma scambiandoci informazioni ed esperienze.

Gli aspetti chiave del Codice Etico sono indubbiamente la comunicazione e la coerenza