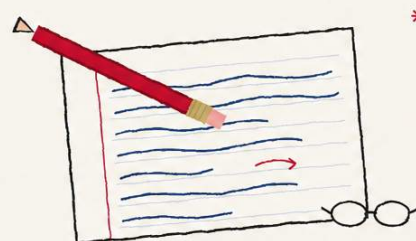


L'Editoriale

di Riccardo Hugony

un osservatorio sulla cosmesi e il mondo che cambia



Non è un teaser. È un punto d'ingresso

di Riccardo Hugony · 25/04/2026



Sei mesi fa chiunque arrivasse su Cosmetech Academy trovava una porta chiusa. Per entrare bisognava iscriversi. Per iscriversi bisognava fidarsi. Fidarsi di cosa, esattamente, non era sempre chiaro. Abbiamo ascoltato. E abbiamo cambiato.

C'è una cosa che nel mondo digitale viene ripetuta spesso, ma praticata raramente: la fiducia non si chiede, si costruisce. E si costruisce in un solo modo: dando qualcosa prima di aspettarsi qualcosa in cambio.

Sembra ovvio, ma non lo è. Perché la tentazione opposta è fortissima, e riguarda chiunque abbia qualcosa da offrire, un prodotto, un servizio, un luogo di formazione. La tentazione è pensare che il valore parli da solo, che basti esistere, essere bravi, avere contenuti seri e chi arriva capirà da solo che vale la pena restare, anche senza un perché oggettivo.

Ma la realtà è molto diversa: in un contesto in cui l'attenzione è la risorsa più scarsa che esiste, in cui ogni giorno arrivano decine di proposte, piattaforme, corsi, newsletter, comunità, chiedere fiducia senza dare nulla in cambio non è solo una strategia inefficace — è una forma di arroganza involontaria. Dice: fidati di me, ma non ti mostro niente, iscriviti, ma non sai cosa troverai.

Un anno fa, Cosmetech Academy partì con una campagna di onboarding basata sulla fiducia: era il modo più semplice di partire con un gruppo di Pionieri per mettere a punto l'ecosistema. Esistevano già contenuti tecnici, articoli, monografie e i primi corsi: tutto dentro, niente fuori. Chi arrivava trovava una landing page e un modulo di preiscrizione e doveva fidarsi sulla parola.

In questi mesi abbiamo ascoltato le vostre domande, i feedback, le difficoltà che emergevano in piattaforma; le Q&A che arrivavano ci hanno insegnato i vostri problemi e livelli; ascoltare non significa accontentare ma capire cosa manca e lavorare per colmarlo. Quello che stiamo facendo adesso è il risultato di questo ascolto. L'Academy entra in una fase nuova, più matura, costruita anche sui vostri suggerimenti e sulle vostre idee.

Aprire davvero verso l'esterno è parte di questa maturità; non un teaser, non un estratto promozionale: un vero punto d'ingresso dove chi non è ancora dentro può entrare, guardarsi attorno e imparare a conoscerci. Ma questo ha senso solo se sai cosa c'è dietro quella porta e quello che c'è dietro non è un catalogo di contenuti bensì un modo di pensare la formazione che è radicalmente diverso da quello che si trova là fuori.

Pensate a come si impara una lingua straniera. Non si impara memorizzando frasi fatte — o meglio, si può fare, ma il risultato è che si riesce a ordinare un caffè e poco altro — si impara davvero quando si capisce la logica di quella lingua: la grammatica, la struttura, il modo in cui i concetti si connettono tra loro. Quando si arriva a quel punto, non si ha più bisogno di frasi memorizzate perché si è in grado di costruire qualsiasi frase, anche quella che non si è mai sentita prima, anche in una situazione nuova.

La formulazione cosmetica funziona esattamente così. Fuori dall'Academy ci sono decine di corsi su come formulare un siero, come realizzare un balsamo, come costruire una crema. Sono ovunque — su Udemy, su YouTube, nei blog, nei forum. Alcuni sono fatti bene. La maggior parte sono operativi: ti dicono cosa fare, in quale ordine, con quali percentuali. Seguili e ottieni un risultato. Non seguirli — o cambiare anche solo una variabile — e la magia non si concretizza. Non sai a quel punto cosa fare, perché non hai capito il meccanismo; hai imparato una frase, non la lingua.

I corsi che trovi in catalogo riflettono questa impostazione: non apprendi a fare quella cosa specifica. impari a ragionare come un formulatore, a prescindere che tu lo sia o meno, a capire perché un ingrediente si comporta in un determinato modo, cosa succede quando interagisce con gli altri, come il pH governa un sistema conservativo, perché una formula può sembrare perfetta e cedere al trentesimo giorno. Chi studia come abbiamo imparato a scuola non impara a replicare, ma a capire. Questa è l'unica competenza che non diventa obsoleta, che non si delega all'intelligenza artificiale, indipendentemente da quante norme cambino o quanti nuovi ingredienti arrivino sul mercato.

Poi c'è il terzo elemento, che forse è quello che distingue questo posto più di qualsiasi contenuto. C'è qualcuno che risponde.

Sembra un dettaglio, ma non lo è: in tutti i contesti formativi digitali — corsi, piattaforme, community — il contenuto c'è, il supporto quasi sempre è assente. Puoi seguire cento lezioni e restare bloccato su una formula senza sapere a chi chiedere; puoi trovare un tutor a cui porre un quesito su quella specifica lezione, con risposte spesso evasive o ridotte a poche righe; puoi trovare gruppi Facebook chiusi a cui scrivere: io l'ho fatto, e sto ancora aspettando le risposte.

Le Q&A in Academy esistono per questo, non per rispondere a domande generiche ma per sciogliere i nodi reali, quelli che emergono quando stai lavorando su qualcosa di concreto e ti fermi perché ti senti in un vicolo cieco. Chi le usa non lo fa per curiosità: ha un problema, vuole una risposta tecnica seria e quella risposta diventa un tassello in un percorso, un impulso ad andare avanti verso l'obiettivo.

È questo che intendo quando dico che l'Academy non è una piattaforma di contenuti, ma un trampolino, un luogo in cui si entra con una domanda e si trovano risposte a quello ed a molti altri problemi, per poi scoprire che la cosmetica sta correndo verso direzioni che oggi facciamo fatica ad

immaginare ma che noi ti raccontiamo e spieghiamo giorno dopo giorno.

Leggi l'articolo online su [Cosmetech Academy](#).