



COM UNICATO STAM PA

N.27/ 02.11.2023

Maria Grazia Pedrini

INDAGINE CNA SU ACCONCIATORI ED ESTETISTI
Quasi un cliente su quattro
ricorre a prestazioni informali e si affida a operatori del
sommerso, a rischio della propria salute

Quasi un cliente su quattro nei grandi centri urbani riceve i trattamenti da barbieri, parrucchieri, estetisti a casa propria o a casa degli operatori. Un dato che fa riflettere. Si tratta soprattutto (ma non solo) di clienti anziani, che incontrano maggiore difficoltà negli spostamenti, ma è molto probabile che dietro un così alto numero di prestazioni informali si nascondano molte prestazioni del tutto sconosciute al fisco e magari scarsamente rispettose delle più elementari norme igienico-sanitarie. A rilevare questo dato una indagine di campo statisticamente rappresentativa della popolazione residente in Italia su “La domanda di servizi di acconciatura ed estetica in Italia (Indagine sui clienti di barberie, saloni di acconciatura e centri estetici)”, condotta dall’Area Studi e ricerche della CNA.

“Il fenomeno dell’abusivismo in questo settore purtroppo esiste anche nelle nostre zone – **afferma Marco Pasquino, direttore CNA Piemonte Nord** – lo segnaliamo da tempo, attraverso campagna mirate di sensibilizzazione e informazione agli utenti e mettendoci a disposizione degli operatori regolari per raccogliere segnalazioni che inoltriamo a tutela dell’anonimato del segnalatore alle autorità preposte ai controlli. Affidare la cura della propria persona a chi svolge senza le qualifiche obbligatorie l’attività di acconciatore o estetista in luoghi inadeguati e non controllati, e non offre garanzie sulle proprie prestazioni e sui materiali e strumentazioni usati, mette in serio pericolo la propria salute. La qualifica di acconciatore ed estetista si ottiene solo dopo diversi anni di esperienza attestata presso un salone specializzato, i locali dove si svolge l’attività devono avere precisi requisiti igienico – sanitari, i materiali utilizzati devono preservare da allergie e intolleranze. Lo ribadisco, i rischi sono davvero enormi. Il risparmio economico non la pena. Senza considerare che l’evasione fiscale che ne deriva danneggia i contribuenti onesti”.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

Per tornare ai risultati dell'indagine, il 40% circa del campione si reca nei saloni di acconciatura in media una volta al mese; il 7% più di una volta al mese; un quarto del campione una volta ogni due mesi; poco più del 13% una volta ogni quattro mesi. Per quanto riguarda i centri estetici: il 41% ci va una volta al mese (con il 5,2% più di una volta al mese); il 23,3% una volta ogni due mesi; il 10,8% una volta ogni quattro mesi.

La spesa mensile per i servizi risente delle differenze di genere. Oltre il 70% dei clienti di barberia spende tra i 10 e i 30 euro, con punte del 17,1% al di sotto dei 10 euro e dell'11,9% oltre i 30 euro. Ben diversa la situazione tra le clienti dei parrucchieri. La classe più rappresentata si situa tra i 30 e i 50 euro al mese (34,9%) con il 27,6% che dichiara di spendere tra i 50 e i 100 euro mentre circa un terzo del campione spende meno di 30 euro.

Minori asimmetrie di genere denota la spesa affrontata per i servizi dei centri estetici come dimostra la composizione della classe tra i 30 e i 50 euro al mese, nella quale si colloca il 45,9% dei clienti. Al di sopra dei 50 euro è predominante la presenza femminile, mentre sotto i 30 euro è massiccia quella maschile.

I saloni di acconciatura e i centri estetici possono essere ricompresi nei servizi di prossimità. Il 72,3% dei clienti di barbieri e parrucchieri deve percorrere meno di tre chilometri. Una distanza entro la quale rientra il 78,6% dei clienti dei centri estetici. Con l'avanzare dell'età, ovviamente, la distanza tra casa e bottega diventa ancora più rilevante: la distribuzione capillare di saloni di acconciatura e centri estetici diventa quindi un punto di forza sociale.

Ma come si scelgono questi servizi? Il passaparola la fa da padrone: determina la maggioranza delle scelte per saloni di acconciatura e centri estetici con il 55,4 e il 60,8% rispettivamente. A seguire una scelta più banale: il cliente si è imbattuto nel negozio. Quindi, il frutto della ricerca via internet o la scoperta sui social.

Nei confronti degli operatori del settore i clienti tendono a costruire rapporti fiduciosi: solo il 20,3% dei clienti dichiara di frequentare più di un barbiere o parrucchiere, appena il 13,3% più di un centro estetico. Ma va osservato che nella fascia più bassa d'età, tra i 18 e i 29 anni, la diversificazione cresce al 42,8% per i saloni di acconciatura e al 26,5% per i centri estetici. Lo stesso vale per la propensione al cambiamento: negli ultimi cinque anni i due terzi dei clienti sono rimasti fedeli, ma sotto i 44 anni la quota scende intorno al 50%. La solidità dei rapporti evita, o riduce di molto negli operatori, le politiche di fidelizzazione: a detta dei loro clienti il 72,1% di barbieri e parrucchieri, il 43,2% degli estetisti non ne attua. La capacità di ascolto degli operatori, viceversa, fa la differenza: tre quarti dei clienti la ritiene un requisito indispensabile.

Esistono, però, motivi che possono far venire meno anche il rapporto più

inossidabile. Nell'ordine, cambierebbe l'operatore l'84,9% dei clienti qualora mancassero le autorizzazioni igienico-sanitarie, il 78,2% se i prodotti usati fossero di scarsa qualità, il 73,1% se i macchinari per i trattamenti venissero utilizzati da personale non adeguatamente formato, il 72% se non venissero possedute tutte le certificazioni richieste, il 64,4% se il titolare non possedesse l'abilitazione all'esercizio della professione.