

Estetiste e parrucchieri, l'indagine di CNA

Estetiste, l'indagine. 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**.

Praticamente tutti gli italiani ricorrono alle cure di barbieri e parrucchieri. Diversa la situazione per i centri estetici dove si reca poco meno della metà della popolazione maggiorenne per due terzi donne, per un terzo uomini. La componente maschile, in pratica residuale fino a venti anni fa o poco più, ha dato una spinta corposa al comparto.

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

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.

La distanza

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.

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.

Rapporti fiduciari

Nei confronti degli operatori del settore i clienti tendono a

costruire rapporti fiduciari: 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.

Fonte: Comunicato [CNA Nazionale](#)