lavoro

PER USCIRE DALLA CRISI CI VUOLE BELLEZZA

Crollano l'occupazione e i consumi. Ma per i professionisti dell'estetica mettersi al lavoro è più facile Carlotta Magnanini

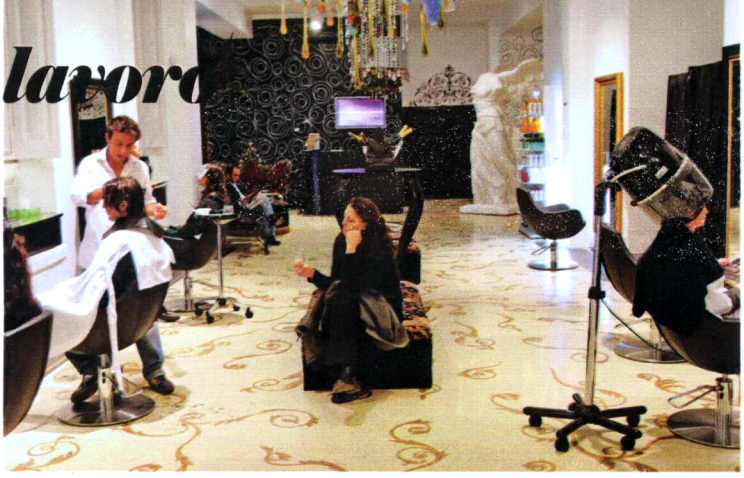
Mina, dopo tre anni di società e affitti, ha deciso di mettersi in proprio: «Ho un bel giro di clienti che mi sono affezionate, mi seguiranno». Barbara non studierà Economia per subentrare nello studio di papà, ma farà Chimica, poi lancerà un "nail bar" sotto le Due Torri «come quelli di New York, ha presente?». Veridiana ha rinunciato a un contratto da inviata per Sky e, invece di partire domani, ha preferito avviare oggi un'impresa di «macchinari abbronzanti non dannosi».

Tre donne molto diverse, un solo business: quello della bellezza. Mina ha 46 anni, è ucraina e aveva scelto come base Milano per la sua piccola impresa estetica, Barbara ne ha 19, è di Bologna e ha già le idee chiare per il suo futuro. Veridiana Mallmann, che ne ha 27 ed è di origina brasiliana, viene da una carriera in tv difficile da abbandonare, per una modella ex "velina": «Ma nello spettacolo non vedevo un futuro garantito», dice lucidamente, «e ho preferito investire in un settore che, secondo gli studi di mercato, era il più promettente». E dopo aver depositato il brevetto DHA, i suoi lettini che abbronzano senza raggi Uv - si chiamano Mya - guadagneranno un'altra cinquantina di centri Cosmetics in tutta Italia, dopo il primo monomarca a Brera: una bella *case history* di saggezza.

Sono solo tre esempi. Il "lipstick effect" economico - quello per cui, anche in momenti di crisi nera, le vendite di rossetti continuano ad andare alla grande perché fanno vedere rosa - è più efficace che mai. Specie in un mercato vecchio come il mondo, ma sempre giovane come la vanità: nel 2012, per Confcommercio «l'anno peggiore dal Dopoguerrra per i consumi», il giro d'affari era di 8.656 milioni di euro e una spesa media di 362 euro a famiglia (rispetto ai 2.419 euro totali non è poco).

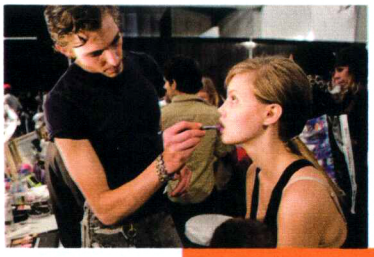
Anche l'industria cosmetica resiste bene, e le aziende italiane continuano a fornire il 60-65% del make up dei grandi brand mondiali: «Il mercato interno è calato di un paio di punti, rispetto ad altri settori una flessione contenuta», dice Gian Andrea Positano, responsabile Centro studi di Cosmetica Italia. «Il vantaggio dell'industria cosmetica, rispetto alla farmaceutica, è che non deve curare ma far sentire

Foto di Studio Muon



bene». E a questo la gente non ci rinuncia.
In Italia, tra centri estetici e acconciatori, sono 140mila le imprese secondo Confartigianato; 35mila gli occupati nell'industria (400mila con l'indotto), l'11% laureati, 54% donne e una media nell'industria manifatturiera del 28%, secondo gli ultimi dati di Cosmetica Italia; per non parlare dei fatturati di un altro segmento "collaterale" emergente: il *wellness tourism* l'anno scorso in Italia il volume era di 2 miliardi e 275 milioni di euro, secondo l'osservatorio JFC.
Non è solo un boom di domanda, ma anche di offerta: intimoriti dalla penuria di sbocchi, i giovani preferiscono studi tecnico-professionali per trovare subito un impiego. E mentre gli atenei registrano il crollo degli iscritti - del 30% nelle facoltà umanistiche - sono sempre più seguiti quei corsi regionali "chiavi in mano" della durata di 2 anni (più un terzo per ottenere la specializzazione, necessaria per mettersi in proprio). Con la prospettiva di avere un ulteriore supporto dal *franchising* (ad esempio, si chiama NES l'ultimo progetto de L'Erbolario per allargare la rete di "affiliati" ed è rivolto proprio alle giovani).

Nel 2012 erano 140mila i centri e i parrucchieri in Italia: per un giro d'affari di 8,6 milioni di euro.



«La crisi si è fatta sentire anche nella nostra scuola», dice Roberta Valente, tutor dell'istituto I.E.S. di Roma. «Non quanto si è sentita nelle università». Dopo le 1.800 ore per avere la qualifica di estetista, «quasi tutte le allieve scelgono la specializzazione per mettersi in proprio o vengono contattate da centri o Spa», che attingono alle scuole come bacini di reclutamento accreditati. Molti non lo sono affatto: il fenomeno della "bellezza in nero" è così florido da avere spinto la Cna a lanciare una campagna anti-abusivi: «Non rischiare. Affidati a mani sicure», dice lo slogan. Quelle di estetisti certificati, che fatturano (e pagano le tasse) in centri a norma. Secondo la confederazione, ogni anno spuntano 4mila nuovi estetisti e acconciatori, di cui metà abusivi, per un giro d'affari «di 15 milioni di evasione fiscale e contributiva». Quasi il doppio del business ufficiale.
In aumento è anche la frammentazione di specialità, dal make up artist al *facialist* (specialista dei trattamenti al viso), «dai "formulatori" agli "esperti chimici" o di marketing nell'industria», dice Positano. Una proliferazione che si scontra con la realtà normativa: «Al momento l'unica figura riconosciuta formalmente è quella dell'estetista, la solo abilitata a "mettere le mani addosso"», dice Gian Marco Rossi, presidente nazionale dell'Aiceb, l'Associazione italiana centri benessere di Confesercenti. «Questo ancora oggi, in un momento in cui dal mercato arriva una forte domanda di figure diversificate per il benessere». Il settore «ha una gran fame di addetti, ma fa una fatica incredibile a trovarli. Un controsenso, con tutto il bisogno di lavoro che c'è».

Beauty art e nuovi mestieri

Aumenta il numero delle specializzazioni, creando mini-mercati di nicchia: con grandi potenzialità. Questi sono alcuni degli ultimi profili emergenti:
Spa Consultant: segue il progetto e la realizzazione di un centro. Aiuta a redigere il business plan, dà consigli sul design, il personale, i trattamenti, le attrezzature. E gestisce - nei primi mesi - la struttura a fianco dell'imprenditore. Meglio avere una laurea in marketing.
Longevity trainer: un nuovo tipo di "coach" estetico per il benessere anti-età (info: *dmgroup.it*).
Agri-estetista: è la Coldiretti a patrocinare questa nuova branca "verde" di produttori di cosmetici naturali ma certificati.
ICQ®: l'Informatore cosmetico qualificato, alter ego dell'IFQ, informatore farmaceutico, è una figura nuova che informa, presenta e divulga scientificamente sui mercati la produzione cosmetica internazionale. L'obiettivo è colmare il vuoto professionale fra cosmetologo ed estetista con una formazione di tipo accademico.

PERCORSI TRIENNALI

Solo con la qualifica professionale si può diventare estetista (attività regolamentata dalla Legge 1/1990). E solo dopo avere assolto agli obblighi scolastici ci si può iscrivere a un corso regionale di qualificazione: svolto da un ente di formazione convenzionato con la Regione di appartenenza, a numero chiuso, dura 2 anni (minimo 900 ore annuali) ed è seguito da un altro anno di specializzazione (o di inserimento presso un'impresa di estetista).
L'alternativa? Svolgere 3 anni di attività qualificata da dipendente, seguiti da un corso regionale di 300 ore e dall'esame finale. Una volta ottenuta la qualifica, la Camera di Commercio deve rilasciare il Certificato di abilitazione professionale.
Per chi vuole esercitare in proprio, oltre alla specializzazione, c'è l'obbligo di iscrizione all'Albo delle imprese artigiane e di presentare al proprio Comune la DIA, la dichiarazione di inizio attività, amministrativa e sanitaria. I centri devono infatti essere a norma igienico-sanitaria, sia per quanto riguarda i locali (in numero e superficie adeguati, sale adibite all'attesa dei clienti, eccetera, in base alle normativi comunali), sia per quanto riguarda i prodotti utilizzati (a norma di Legge n. 713/1986).

Foto di Arcari, Gallery Stock/Contrasto