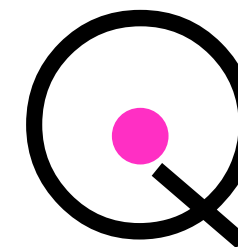




— BEAUTY ACADEMY —
AREZZO - FIRENZE



QUADERNI 2022

L'ESTETICA POST-COVID

Un'analisi integrata tra criticità di sistema e nuove opportunità

ABSTRACT

I recenti monitoraggi compiuti dalle principali Associazioni di Categoria tra i propri associati del comparto PMI Benessere evidenziano un quadro assai più complesso, articolato e dinamico rispetto a quanto atteso dalle principali analisi dei fabbisogni di formazione e lavoro esposti a livello nazionale e regionale.

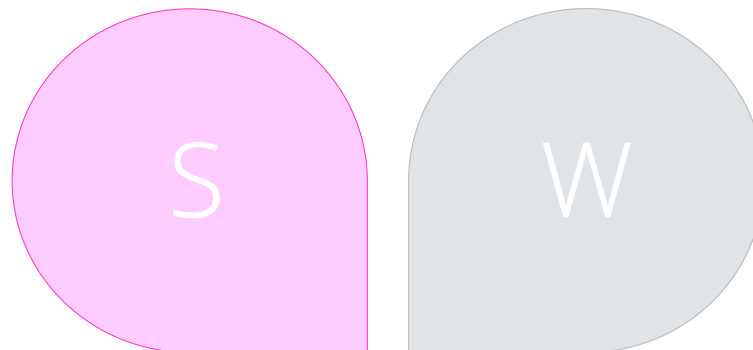
A ciò si aggiungono le stime di mercato operate dai principali *career* statistici legati al mondo industriale della cosmetica e del «turismo del benessere», che delineano una crescita di settore solida e veloce anche a seguito della crisi pandemica, che avrebbe avuto il paradossale merito di operare una selezione naturale tra le imprese, sia in termini di capacità di programmazione economico-finanziaria che di qualità dei servizi erogati.

Il mondo della formazione professionale dedicato all'estetica si trova così a doversi confrontare con nuove ed inedite sfide, e ad adeguare la propria offerta formativa a standard ben più elevati rispetto al *minimum* stabilito dalla normativa regionale.

Questo lavoro si propone di analizzare in una prospettiva integrata un quadro assai complesso, segnato dalle molteplicità delle fonti - spesso disomogenee e a tratti perfino tra loro contraddittorie - per arrivare a delineare una nuova figura di «estetista», così come attesa dal mercato, assai diversa rispetto a quella dimensione «artigiana» in cui è stata sempre tradizionalmente collocata.

Strength

1. NUOVO CONCETTO DI «WELLNESS»
2. AUMENTO BACINO UTENZA
3. PROGRESSO TECNOLOGICO
4. DIFFUSIONE ATTIVITA' INTEGRATE



Weakness

1. NORMATIVA OBSOLETA
2. DO-IT-YOURSELF
3. CCNL DI SETTORE
4. SKILL GAP TRA FORMAZIONE E LAVORO

QUADRO DI UNIONE SWOT

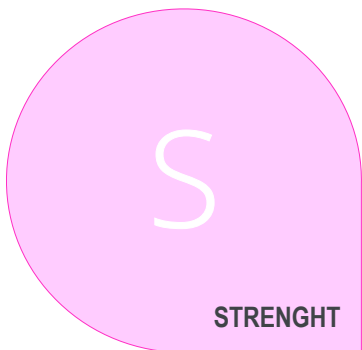
Threat

1. COVID E CRISI INTERNAZIONALI
2. ABUSIVISMO
3. POLITICA SU PREZZO E NON QUALITA'
4. INGRESSO DELLE GRANDI STRUTTURE



Opportunity

1. PROGRESSIVO ABBASSAMENTO COSTI
2. TURISMO DEL BENESSERE
3. STAGIONE DI RIFORME
4. SPECIALIZZAZIONE ESTETICA



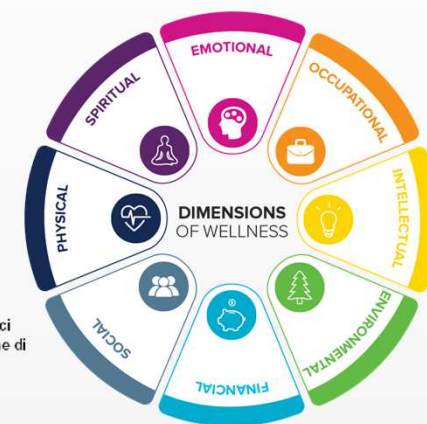
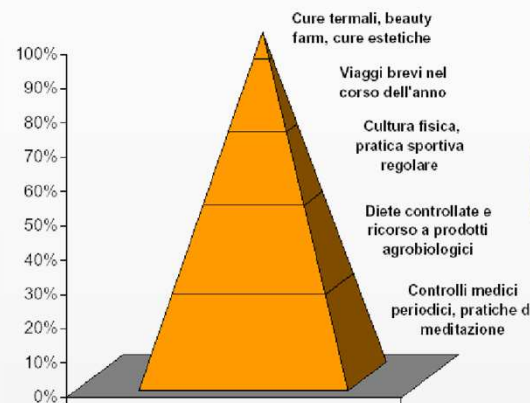
IL NUOVO CONCETTO DI BENESSERE

«Muoversi, essere belli, per star bene»

E' questo il *refrain* del nuovo modello di benessere, che integra i principali **fabbisogni psicofisici** della società occidentale e può essere sintetizzato nella sigla **B.W.H.** (*Beauty, Wellness and Health*).

I *key driver* del modello B.W.H. sono:

- Corretta alimentazione
- Cura del corpo
- Attività fisica
- Relax (gestione dello stress)



Secondo il **Global Wellness Institute** la spesa mondiale complessiva per il *personal care*, i trattamenti di bellezza e anti-età supera i mille miliardi di dollari.

Quella per il fitness sfiora i 600 milioni mentre 175 milioni sono impiegati in spa e terme.

L'Italia si posiziona al **quinto posto mondiale** in questo mercato superata solo da Cina, Giappone, Germania e Russia.

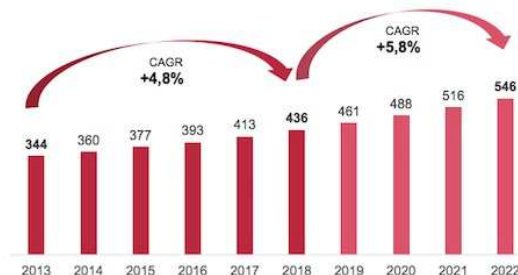
Nella spesa pro-capite annuale italiana calcolata al 2020, il settore «cura del corpo» è **secondo alla sola corretta alimentazione** (Doxa, 2020)

Il settore B.W.H., al netto degli stop pandemici e della attuale crisi energetica e delle *commodities*, è complessivamente **in espansione**, che non conoscerà soste almeno fino al 2025 e prevederà notevoli investimenti da parte dei grandi gruppi privati.

(«PMI, la ripresa post COVID» - Info Data - Ufficio Studi Il Sole 24 ORE - 24/06/2020).

Si stima una crescita media del 5,8% annuo per il mercato mondiale di beauty & personal care entro il 2022

Mercato globale di beauty & personal care | €B



Fonte: Elaborazione PAC su dati Euromonitor International

Digital disruption nei mercati del futuro: Usa Cina, India, Emirati Arabi

148 miliardi di euro

Valore del mercato di beauty & personal care premium al 2018

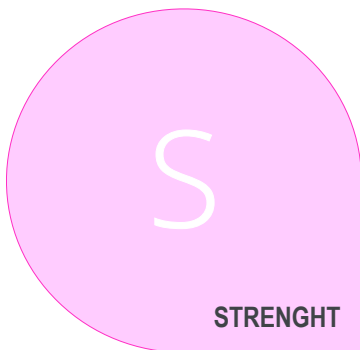
Vendite trainate dalla domanda di:

- **27%** prodotti per la cura della pelle
- **16%** prodotti per la cura dei capelli
- **14%** make up

Spesa complessiva* 2020 37 miliardi €



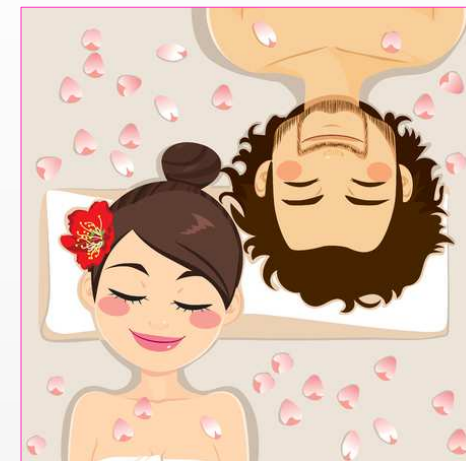
Secondo Rapporto sull'economia del benessere. Osservatorio su abitudini e consumi degli Italiani, Doxa, giugno 2020.



L'UTENZA – I clienti

Il bacino di utenza del settore B.W.H. è in **continua espansione** per i seguenti motivi:

- Progressivo innalzamento dell'**età massima** di fruizione dei servizi estetici in funzione anti-aging;
- Progressivo abbassamento dell'**età minima** di fruizione dei servizi estetici in età preadolescenziale;
- Progressivo sviluppo dell'**estetica maschile**;
- Progressiva consapevolezza del valore e della necessità del **relax individuale e di coppia**;
- Progressivo ampliamento dell'**offerta economica** (cd «concorrenzialità»);
- Progressivo ampliamento dei servizi estetici *all-inclusive* nelle **strutture ricettive**;
- Progressiva introduzione e integrazione dell'estetica in **strutture sanitarie**;
- Rapidissima evoluzione della **tecnologia** dedicata ai servizi estetici;
- Ingresso prepotente nel **Wellness Tourism** di grandi *career* internazionali.



La clientela B.W.H. è concentrata nel **Nord Italia**, che da solo costituisce oltre il 60% dell'utenza italiana.

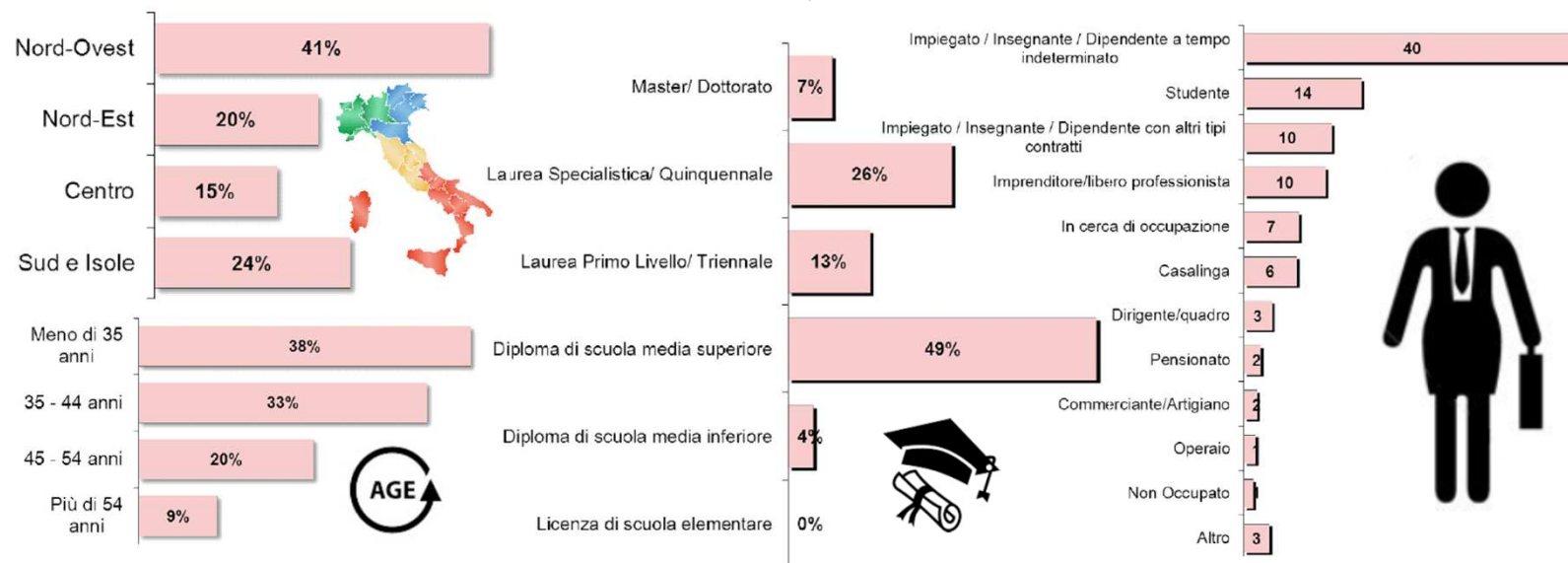
Migliori tassi di occupazione, scolarizzazione e di benessere economico favoriscono una maggiore **capacità di spesa** nel settore.

Il tasso di scolarizzazione del cliente medio si divide a metà tra diplomati e consumatori in possesso di almeno una laurea di primo livello, mentre i maggiori fruitori dei servizi B.W.O. si registrano tra **studenti ed esercenti professioni di concetto**.

Oltre il 70% dei clienti **ha meno di 45 anni**, di cui il 70% donne e il 30% uomini.

Il quadro dell'utenza, pertanto, è motivato da fattori di **reddito, status sociale** e necessità di combattere lo **stress psicofisico da lavoro**.

Indagine sulla *Customer Satisfaction* – ALIAS per Cosmetica Italia – Confindustria - 2015



L'UTENZA – Le Imprese

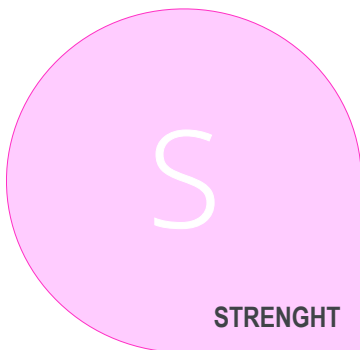
Nella bilancia commerciale del *made in Italy*, il settore B.W.H. è il **quinto in assoluto**, dopo mobili, vino, moda e pasta.

Ad oggi sono attive oltre 30.000 imprese, così suddivise (censimenti Excelsior 2021 / MMAS 2018):

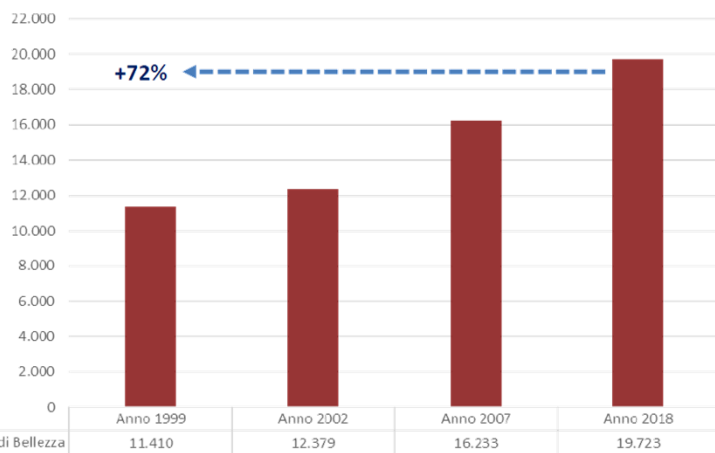
- Oltre 20.000 tra **Istituti di Bellezza, Spa, Nail Center e Centri Massaggio**
- 2.834 tra **Alberghi e Agriturismi** con centro benessere;
- 6.680 tra **Saloni di acconciatura** con servizi estetici
- 1.750 tra **Farmacie** con servizi estetici
- 1.745 tra **Profumerie** con servizi estetici
- 3.800 tra **Palestre e Centri Fitness** con servizi estetici

Regione	Centri estetici presenti
Lombardia	5.412
Veneto	2.987
Emilia Romagna	2.425
Piemonte	2.419
Toscana	2.367
Lazio	2.339

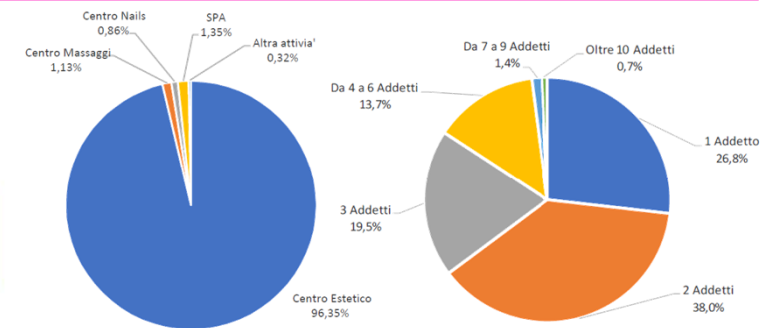
La **Toscana** è la **quinta** Regione in Italia per numero di centri estetici (Confestetica, 2021)



In 10 anni il numero di imprese di settore è **quasi raddoppiato**. Il Nord-Est è la zona con il più alto tasso di crescita imprenditoriale di settore. Come **tasso di crescita la Toscana è la seconda** nel Centro Italia dopo le Marche, e la **sesta** in tutta Italia.



REGIONE	Anno 2007 N° PV	Anno 2018 N° PV	Var. %
Liguria	421	523	24,2%
Lombardia	3.436	4.088	19,0%
Piemonte	1.383	1.616	16,8%
Valle D'Aosta	38	48	25,8%
Emilia Romagna	1.519	2.199	44,8%
Friuli Venezia Giulia	341	491	44,0%
Trentino Alto Adige	340	488	43,5%
Veneto	1.806	2.538	40,5%
Lazio	1.493	1.503	0,7%
Marche	601	840	39,8%
Toscana	1.280	1.756	37,2%
Umbria	221	298	35,1%
Campania	850	822	-3,3%
Abruzzo	434	503	15,9%
Molise	71	62	-13,8%
Puglia	795	752	-5,4%
Basilicata	99	120	20,9%
Calabria	260	273	5,0%
Sardegna	310	326	5,2%
Sicilia	535	478	-10,7%
Totale complessivo	16.233	19.723	21,5%



Il 65% dei centri di estetica sono organizzati con la presenza di 1 o 2 addetti

Le attività più grandi (3 o più addetti) sono presenti maggiormente in:

- Lombardia: 7,1%
- Veneto: 4,1%
- Emilia Romagna: 3,9%
- **Toscana: 3,4%**

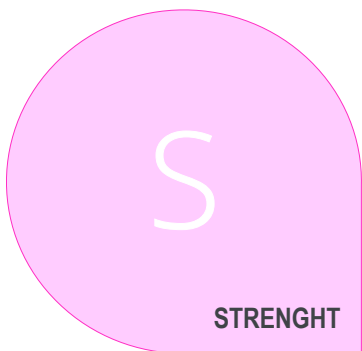
Nel solo canale Istituti di Bellezza si stima lavorino circa 50.000 addetti.

IL PROGRESSO TECNOLOGICO

Il B.W.H. è uno dei settori a più rapido e ampio investimento in R&S in Italia.

Il progresso tecnologico investe principalmente 3 settori:

- La cosmetica;
- Le apparecchiature elettroestetiche;
- I protocolli Viso



IL MERCATO DEI COSMETICI - Indagine
Congiunturale 2022 – Cosmetica Italia

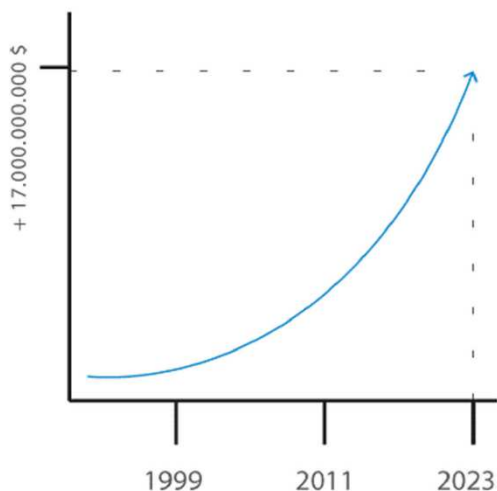
stima mercato **2021**

10,6
miliardi
(+8,1% sul '20)

previsione mercato **2022**

12,2
miliardi
(+6,0% sul '21)

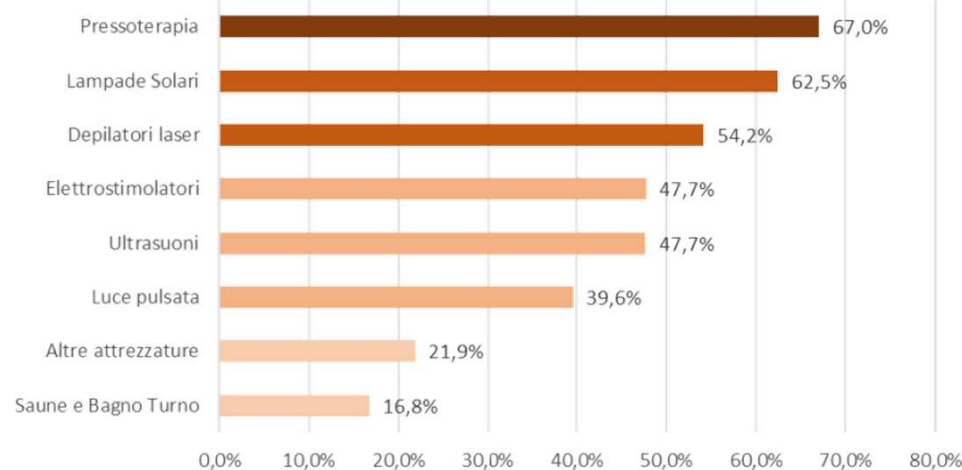
Nel 2023 l'elettroestetica è destinata a superare un giro di affari globale di 17 miliardi di dollari con una crescita media annua del 10/12%. (Confindustria 2022)



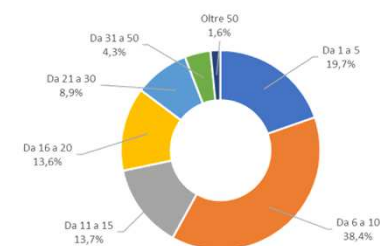
IN ITALIA
950.000
TRATTAMENTI
ALL'ANNO

L'ITALIA SI POSIZIONA
AL 4° POSTO
DOPO STATI UNITI
BRASILE E GIAPPONE

NEL 2018 SALE DI
5 POSIZIONI
RISPETTO ALL'ANNO
PRECEDENTE



Nell'elettroestetica le apparecchiature più utilizzate sono le pressoterapie. In discesa le lampade solari, stabili gli epilatori laser ed IPL, in progressiva ascesa ultrasuoni e radiofrequenze, spesso in macchinari **combo-complessi**. I trattamenti Viso manuali, chimici ed elettromeccanici sono in rapida espansione, quale alternativa *anti-age* meno invasiva e più naturale rispetto alle iniezioni mediche. Nel solo canale Istituti di Bellezza in un solo anno sono stati eseguiti più di 9,4 milioni di trattamenti viso.

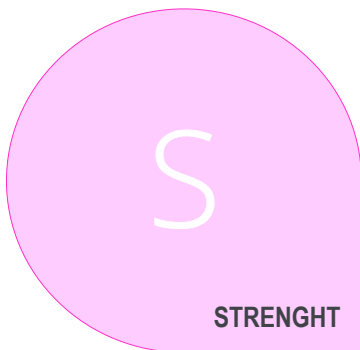
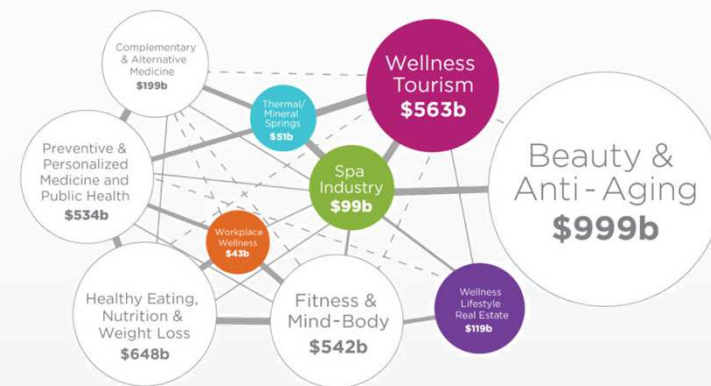


LA DIFFUSIONE DELLE ATTIVITA' INTEGRATE

Il B.W.H. è uno dei settori a più rapida e ampia integrazione di servizi.

L'estetista professionista è oggi impiegata nei seguenti settori integrati:

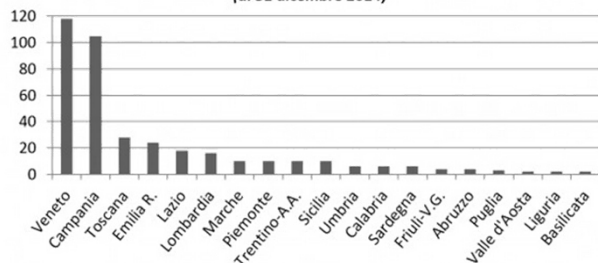
- **Wellness Tourism e Termalismo**
- **Palestre e Centri Fitness**
- **Farmacie e Parafarmacie**
- **Rehab post chirurgia estetica**
- **Reti commerciali cosmetici e apparecchi elettroestetici**
- **Strutture sanitarie di medicina estetica e oncologia**



L'Italia è il quinto paese al mondo per il **Turismo del Benessere**. La Toscana la quinta regione italiana per strutture ricettive legate al benessere e la terza per il termalismo, dopo Veneto e Campania.

I settori del Fitness, della medicina estetica e dell'industria cosmetica sono in rapida ascesa, mentre si registra una nuova sensibilità della sanità privata (ed oggi anche pubblica) alle tematiche estetiche, specie in ambito oncologico. Il settore grandi SPA, dedicato anche al *rehab* post-chirurgico, vede oggi il prepotente ingresso di grandi gruppi internazionali.

Graduatoria delle regioni per numero di aziende termali (al 31 dicembre 2014)



Fonte: Fonte: Elaborazione TPT su dati Federterme

Europe: Top Wellness Tourism Countries

	Trips			Market Size	Economic Impact	
	Total Wellness Arrivals/ Trips (000s)	Intl./ Inbound Wellness Arrivals (000s)	Domestic Wellness Trips (000s)	Wellness Tourism Receipts/ Expenditures* (\$ millions)	Wellness Tourism Direct Employment (jobs)	Wellness Tourism Economic Impact (\$ millions)
Germany	49,254.9	5,623.4	43,631.4	\$42,198.8	559,038	\$117,107.1
France	27,255.7	6,900.3	20,355.5	\$24,079.5	287,172	\$61,249.7
Austria	11,289.1	5,675.0	5,614.1	\$14,033.7	160,503	\$38,802.4
United Kingdom	17,837.5	3,633.6	14,203.9	\$12,260.1	208,674	\$35,375.8
Italy	8,081.0	1,566.3	6,514.7	\$11,697.1	156,966	\$29,545.5
Switzerland	10,151.6	5,101.8	5,049.7	\$11,389.2	113,577	\$39,779.4
Spain	9,954.3	2,602.7	7,351.6	\$7,605.4	92,804	\$21,327.1
Russia	9,989.9	1,304.0	8,686.0	\$3,807.1	132,978	\$15,800.7
Portugal	3,441.8	1,419.7	2,022.1	\$3,419.7	92,462	\$9,626.8
Greece	4,471.6	1,835.1	2,636.5	\$3,307.3	71,148	\$8,363.2
Turkey	6,655.5	2,065.7	4,589.8	\$3,239.6	51,985	\$8,745.4
Denmark	5,814.6	1,153.0	4,661.6	\$3,123.8	38,344	\$10,528.3
Sweden	2,621.4	214.5	2,406.9	\$2,535.9	32,712	\$10,187.6
Norway	2,299.4	338.0	1,961.4	\$2,223.9	17,350	\$5,000.5
Finland	3,823.4	334.7	3,488.7	\$2,090.2	21,427	\$6,220.6
Poland	5,187.9	982.8	4,205.0	\$2,050.4	65,743	\$5,251.2
Ireland	2,946.8	1,179.1	1,767.7	\$1,557.8	14,323	\$6,588.4
Netherlands	1,530.3	272.7	1,257.5	\$1,479.2	46,438	\$4,157.6
Hungary	4,478.4	992.9	3,485.5	\$1,103.0	46,669	\$2,848.6
Czech Republic	3,883.2	909.1	2,974.2	\$1,059.9	48,421	\$3,160.6
Croatia	1,034.6	767.2	267.3	\$707.2	16,654	\$1,655.3
Belgium	610.6	260.5	350.1	\$699.8	7,025	\$1,749.2
Ukraine	4,862.9	484.8	4,378.1	\$479.2	51,759	\$1,765.7
Iceland	276.9	163.6	113.3	\$469.5	5,608	\$1,634.7

Physical Activity Market Growth Projections, 2018-2023

	Projected Market Size (US\$ billions)		Projected Average Annual Growth Rate
	2018	2023	2018-2023
Total Physical Activity Economy	\$828.2	\$1,139.7	6.6%
By Region			
Asia-Pacific	\$240.4	\$373.5	9.2%
North America	\$282.7	\$366.0	5.3%
Europe	\$225.0	\$287.9	5.1%
Latin America-Caribbean	\$42.2	\$56.6	6.0%
Middle East-North Africa	\$22.6	\$33.0	7.8%
Sub-Saharan Africa	\$15.3	\$22.7	8.2%
By Sector			
Active Recreation & Sports	\$230.1	\$323.4	7.0%
Fitness	\$108.6	\$147.9	6.4%
Mindful Movement	\$29.1	\$52.1	12.4%
Apparel & Footwear	\$332.7	\$453.1	6.4%
Equipment & Supplies	\$108.6	\$139.4	5.1%
Technology	\$26.3	\$39.8	8.6%

Source: Global Wellness Institute estimates, based upon economic and industry sector projections from the IMF, EuroMonitor, Statista, and GWI's data and projection model



NORMATIVA OBSOLETA

Il B.W.H. presenta numerose criticità a livello giuridico:

- **Competenza regionale ex art. 117 Cost. ed assenza di una politica unitaria nella formazione e lavoro di settore;**
- **Riallineamento normative regionali tramite Conferenza Stato-Regioni perennemente in ritardo rispetto al mercato;**
- **Più riforme di settore depositate in Parlamento a partire dal 2010 e mai discusse perché non condivise;**
- **Assenza di normativa unitaria sui servizi di dermopigmentazione, microblading ed altri trattamenti dermoestetici;**
- **Oncoestetica normata solo localmente in Lombardia;**
- **Norme sulle apparecchiature estetiche disciplinate solo a livello ministeriale (decreti e circolari) ad elevato rischio impugnazione.**
- **Differenziazione rispetto al terapeutico sempre più ridotta e affidata all'ermeneutica;**
- **Esistenza di normative confuse e sovrapponibili sia a livello nazionale che regionale (l. 4/2013 sulle professioni non riconosciute, figura dell'Operatore Olistico, figura del Truccatore di Scena, servizi base di trucco e onicotecnica concessi agli acconciatori, etc...).**



La riforma costituzionale del '91 denominata «*devolution*» ha riservato alla **competenza esclusiva delle Regioni** aree normative tradizionalmente di competenza dello Stato.

Tra queste, il settore «*Formazione e Lavoro*» ha presentato le maggiori criticità, sia per le necessità di **raccordo tra le amministrazioni per l'impiego** di Regioni diverse, sia in fase di **progettazione del Sistema Formativo basato sulle competenze** che ha sperimentato approcci estremamente diversi sul territorio nazionale (più dinamico e territoriale al Nord, più appiattito sulle linee-guida nazionali al Sud, più diversificato – ma burocratico – al Centro).

Con il tempo si è imposto come Ente Regolatore la **Conferenza Stato-Regioni**, che è un organo non solo non previsto dalla Costituzione, ma neppure dalla Legge, in quanto istituito con un semplice DPCM nel 1983.

All'**anomalia giuridica** si è aggiunta **quella operativa**, in quanto, per carichi di lavoro **divenuti insostenibili**, la Conferenza si è occupata di armonizzare il settore formativo tra Regioni in modo **incostante e cronicamente in ritardo**.

Nel settore Estetica, così vasto e a rapida innovazione, i limiti del *mismatch* tra programmazione formativa e mercato è ancora più evidente.

Anche i gruppi di interesse maggiormente impegnati a promuovere un riforma complessiva del settore sono in disaccordo, motivati dal desiderio di una **vigorosa riprofessionalizzazione** degli operatori in linea con gli ultimi *trend* di mercato ma intimoriti dal **rischio di «lasciare indietro»** o – peggio ancora – negare l'accesso alla formazione ad una vasta fetta di giovane utenza non pronta né preparata ad un tale **potenziamento delle competenze**.

I numerosi **progetti di riforma** presentati in Parlamento si sono arenati proprio nella distinzione dell' «**Estetista Professionista**» dall' «**Estetista Artigiana**», quesito che pone problematiche strutturali che vanno ben oltre il dato meramente operativo della professione.

In assenza dello Stato, sono le **Regioni** a dover raccogliere le sfide di ammodernamento che il sistema produttivo pretende. E' il caso emblematico della **Regione Lombardia**.

La Regione Lombardia è stata l'ultima (2022) ad intervenire regolando con apposita legge regionale il **settore tatuatori** che **scorpora definitivamente la Dermopigmentazione dal tatuaggio assegnandola definitivamente ai servizi estetici** – e tutto questo a differenza di tutte le altre Regioni italiane.

Le discussioni tenute durante le audizioni predeliberative esperite con i principali *stakeholder* di settore, sono l'interessante anticipazione di ciò che accadrà nella tanto attesa Conferenza Stato-Regione che dovrà armonizzare una materia (quella della **dermopigmentazione, microblading, removing chimico, microneedling, paramedicale, etc.**) che ormai è sfuggita di mano a tutti gli Enti Regolatori, complici anche i ricorsi amministrativi vinti contro le relative circolari del Ministero della Salute.

Ulteriori problematiche si registreranno sull'applicazione dell'ormai noto DM 206/2015 con le sue schede tecniche sulle apparecchiature in uso all'estetica, in quanto il progresso tecnologico di settore **imporrebbe un revisione annuale** sullo stato dell'arte dei macchinari, con i produttori alla continua ricerca di tecnologie **sempre più vicine al mondo medico**.

A complicare il quadro vi è stata tutta una serie di interventi normativi sia nazionali che regionali su settori contigui l'Estetica che hanno innescato fenomeni di **sovrapposizione abusiva delle competenze e confusione negli operatori**.

E' ad esempio il caso della **legge 4 del 2013** sulle professioni non riconosciute, utilizzata da enti formativi non accreditati dalle Regioni - ma con la qualifica di Enti di Promozione Sportiva riconosciuti dal CONI – per promuovere la formazione per attività attinenti all'estetica – come il **massaggio** – senza l'obbligo della relativa qualifica professionale, e arrivando a minacciare perfino settori sanitari come la **fisioterapia**.

Oppure l'introduzione da parte di alcune Regioni della figura dell'**Operatore Olistico**, a **grave rischio di sovrapposizione** con la relativa attività qualificata di Estetista.

In Toscana, la LR 29/203 consente agli acconciatori di effettuare servizi «base» di unghie e trucco, prestandosi a facili abusi, così come per il **Truccatore di Scena**, profilo ancora attivo che dovrebbe essere limitato al solo teatro, e che invece viene abusivamente esteso in funzione Make-up Artist.

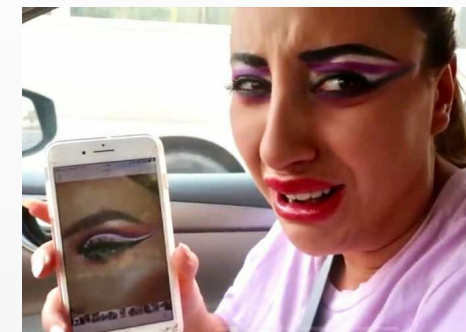


DO-IT-YOURSELF

Il B.W.H., in quanto servizio alla persona, è uno dei settori a maggiore sperimentazione personale (FAI-DA-TE), in particolare nel settore propriamente *beauty* (**trucco, unghie, depilazione, trattamenti viso**), con un rigoglioso *business* in rete fatto di tutorial, consigli di *influencer* ed apposite campagne orientate alla **self-confidence** da parte di numerosi gruppi della cosmetica e onicotecnica che hanno reagito alla chiusura dei servizi professionali causa pandemia potenziando i propri canali di vendita *mass-market*, soprattutto online..

Le criticità di questo fenomeno possono essere così sintetizzate:

- **Drastico aumento dei rischi salute per il consumatore per uso non conforme del prodotto;**
- **Progressiva migrazione di famosi brand cosmetici dal settore professional al mass-market digitale;**
- **Rischio di progressiva perdita clienti per i centri estetici che erogano solo servizi beauty.**



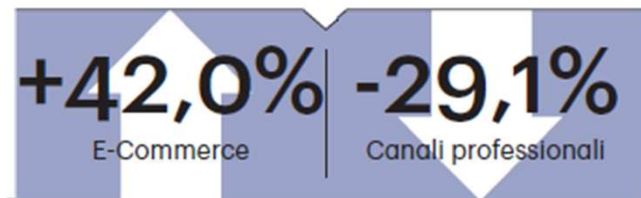
L'*e-commerce* è l'unico canale di vendita in crescita per il *beauty*. La crisi pandemica ha fatto perdere al settore oltre il 10% dell'intero *sell-in* globale, con punte del -30% nei canali pro.

Il congiunturale di Cosmetica Italia prevede il **ritorno a valori pre-covid** solo nel Q2/2023.

La **Toscana** è la regione italiana che dal 2020 registra il maggior interesse per il mercato online.

Secondo **Mckinsey** nel 2022 le vendite online di cosmetici arriveranno al 23% del totale e saranno il canale predominante entro il 2024.

ANDAMENTO CANALI NEL 2020

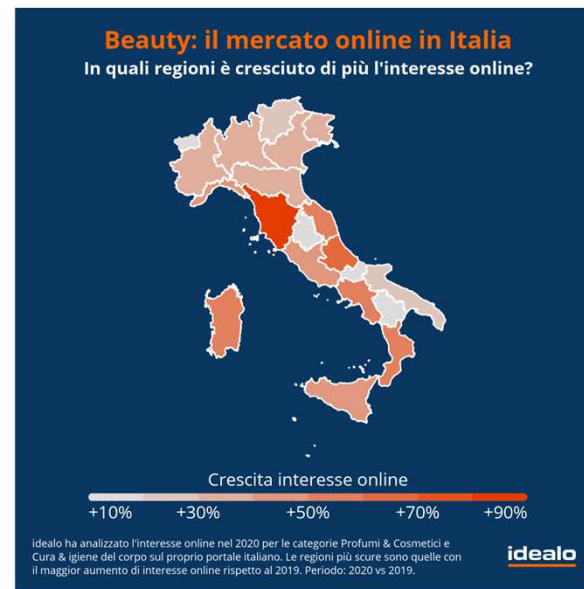


MERCATO: I CANALI

Il mercato dei prodotti cosmetici nel 2020					
	2019	var.%	2020	var.%	peso%
Mass market e altri canali	4.615	0,8	4.442	-3,8	45,6%
di cui Iper/Super	1.761	-1,4	1.755	-0,3	18,0%
Farmacia	1.877	1,2	1.810	-3,5	18,6%
Profumeria	2.083	2,2	1.540	-26,1	15,8%
E-Commerce	498	27,0	707	42,0	7,3%
Acconciatura	577	2,0	412	-28,5	4,2%
Vendite dirette *	482	-0,5	338	-30,0	3,5%
Erboristeria	447	1,4	331	-26,0	3,4%
Saloni di bellezza	237	0,9	165	-30,5	1,7%
TOTALE	10.816	2,2	9.745	-9,9	100,0%

Ripartizione del mass market (fatto 100)				
	SSS-Dug	Monomarca	Discount	Discount
Iper e Super	39,5%	35,3%	15,3%	5,8%
				4,1%

* Comprende le vendite porta a porta e per corrispondenza. Elaborazione Centro Studi. Valori in milioni di euro e variazioni % rispetto all'anno precedente.





C.C.N.L. DI SETTORE

Il settore presenta notevoli criticità quanto a contrattazione collettiva:

- CCNL principali sigle fermo al 2016;
- Minimi retributivi tra i più bassi in Italia;
- Inquadramento privo di figure dirigenziali;
- Mansionario tecnico obsoleto;
- Progressiva sovrapposizione di CCNL minori
- Assenza di mansionari integrati
- RAL in calo in periodo pandemico



LIVELLI	Retribuzione tabellare al 31 maggio 2016	Aumento 1/06/2016	Retribuzione tabellare 1/06/2016
1° LIVELLO	1372,90	23,09	1395,99
2° LIVELLO	1254,16	21,10	1275,26
3° LIVELLO	1189,00	20,00	1209,00
4° LIVELLO	1121,04	18,86	1139,90

Con una retribuzione oraria di 7,01 euro per un terzo livello operaio, l'estetica si pone tra gli stipendi più bassi tra tutti i codici ATECO.

L'*outlook* è negativo, in quanto il RAL 2021 perde un punto percentuale rispetto all'anno precedente (Osservatorio JobPricing 2022)

Tabella 1 – Apprendisti del 1° Gruppo (durata 5 anni):

I sem	II sem	III sem	IV sem	V sem	VI sem	VII sem	VIII sem	IX sem	X sem
65%	65%	70%	78%	85%	85%	90%	90%	95%	100%

Operai	RAL 2021 (I semestre)	Variazione percentuale 2020-2021	Variazione percentuale media annua 2015-2020
Cemento, Laterizi e Ceramica	28.915	4,8	-0,1
Telecomunicazioni	28.748	2,0	0,6
Oil & Gas	27.548	-3,9	1,2
Ingegneria	27.319	-1,5	1,6
Chimica	26.878	0,8	0,2
Alimentari, Bevande e Beni Di Largo Consumo	26.818	1,7	1,5
Gomma e Plastica	26.700	3,5	0,0
Trasporti e Logistica	26.629	1,7	1,3
Aeronautica	26.440	-0,6	0,9
Farmaceutica e Biotecnologie	26.369	-1,2	0,1
Energia, Utilities e Servizi Ambientali	26.275	1,6	-0,3
Appar. Elettroniche edElettriche, Automazione	26.266	0,4	0,1
Metallurgia e Siderurgia	26.258	2,4	-0,4
Macchine Utensili, Impianti Ind. e Prod. in Metallo	25.979	0,3	-0,1
Architettura, Design e Arredamento	25.756	2,3	1,5
Navale	25.635	2,7	-1,2
Media, Web, Comunicazione edEditoria	25.611	1,7	0,4
Automotive	25.498	0,8	0,0
Carta	25.436	-2,6	-0,9
Media Nazionale Operai	24.995	1,5	0,6
Grande Distribuzione e Commercio al Dettaglio	24.837	2,4	0,0
Moda e Lusso	24.834	-1,4	1,9
Tessile, Abbigliamento e Accessori	24.785	-1,4	2,3
Legno	24.731	1,5	1,0
Edilizia e Costruzioni	24.709	4,2	0,5
Arte, Intrattenimento e Divertimento	24.496	-1,7	1,3
Hotel, Bar e Ristorazione	24.428	4,6	2,1
Agricoltura, Allevamento, Silvicultura e Pesca	23.668	1,3	0,4
Servizi Integrati alle Imprese	23.542	1,8	0,7
Turismo e Viaggi	22.779	3,3	0,8
Servizi alla Persona	21.987	-1,0	-0,8



IL PROBLEMA DELLO SKILL GAP

Il B.W.H. è in Italia uno dei settori a più alta domanda di lavoro e contemporanea difficoltà di reperimento delle risorse umane in quanto carenti di determinate *skills* (Excelsior - marzo 2022)
In particolare, le strutture che si occupano di **estetica avanzata** o **attività integrate in staff operativi multidisciplinari** lamentano la cronica carenza di personale adeguatamente formato ai nuovi fabbisogni di categoria, sia nel settore meramente operativo che in quello dirigenziale.

E' il fenomeno dello **Skill Gap**, le cui criticità possono essere così sintetizzate:

- Carenza di **hard skills** per il segmento a più ampia innovazione tecnica e tecnologica;
- Carenza di **soft skills** generalizzato per ogni segmento;
- Progressivo **mismatch** tra formazione e lavoro.



LE 5 GLI ATTUALI TREND DEL MERCATO DEL LAVORO: PROFESSIONI PIU RICERCATE



Fonte: Rapporto Excelsior 2022

Tavola 8 - Lavoratori previsti in entrata per gruppo professionale secondo la difficoltà di reperimento e l'esperienza richiesta Marzo 2022

	Entrate previste (v.a.)*	di difficile reperimento (%):			con esperienza richiesta (%):	
		Totale	per mancanza di candidati	per preparazione inadeguata dei candidati	nella professione	nel settore
TOTALE	359.000	41,1	24,0	14,3	24,1	44,9
Addetti accoglienza, informazione e assistenza della clientela	9.900	27,2	13,8	11,5	14,1	48,0
Personale di amministrazione, di segreteria e dei servizi generali	16.620	25,8	13,5	10,7	34,5	32,8
Addetti alla gestione dei magazzini, della logistica e degli acquisti	3.490	26,4	12,4	13,5	21,2	42,4
Commessi e altro personale qualificato nella grande distribuzione	6.050	28,6	15,6	11,0	7,7	46,4
Commessi e altro personale qualificato in negozi ed esercizi all'ingrosso	19.670	29,8	12,9	14,0	7,2	49,0
Cuochi, camerieri e altre professioni dei servizi turistici	43.550	39,6	21,2	15,9	17,1	58,0
Operatori dell'assistenza sociale, in istituzioni o domiciliari	9.360	44,5	31,3	10,7	44,6	44,6
Operatori della cura estetica	3.770	48,1	17,1	30,1	40,7	35,3
Professioni specifiche nei servizi di sicurezza, vigilanza e custodia	2.260	26,1	14,7	5,2	18,3	42,4
Professioni specifiche degli altri servizi alle persone	990	20,0	14,8	2,7	14,6	51,0

IL MISMATCH NELL'AREA FIORENTINA

Una recente indagine (sett. 2021) di CNA Metropolitana Firenze su un campione di 250 imprese di settore nel territorio segnala che ben l'87% è ancora alla ricerca di candidati con «profili adeguati».

Il 35% degli intervistati dichiara che i candidati **non erano preparati per la mansione richiesta**, e questo nonostante il ricorso alla domanda di apprendistato sia stata solo per il 14% delle tipologie contrattuali subordinate proposte.

Il presidente **Giacomo Cioni** ha così commentato i dati:

«Le micro imprese ancora una volta hanno retto ma adesso che pensano al rilancio s'imbattono in difficoltà che, principalmente, derivano dal **disallineamento tra la domanda e l'offerta formativa**. Non riescono a trovare personale qualificato e il ricorso ai centri per l'impiego è **quasi inesistente**. Sarà quindi necessario riorganizzare le strutture dedicate al collocamento e **adattare i percorsi formativi alle esigenze del sistema produttivo.**»

COVID E CRISI INTERNAZIONALI

La crisi pandemica ha segnato per il comparto un **-14%** di fatturato (da 43 a 38 mld) rispetto al 2019 – che arriva ad un duro **-30%** per il segmento pro - abbassando la spesa pro-capite in servizi estetici da 1.300 a 1.200 euro annui (**Rapporto Doxa 2020**). Tuttavia, a solo un anno di distanza, il **Beauty Report Post-Covid di Treatwell** rilascia dati incoraggianti, in quanto il **68%** degli italiani sono ritornati nei propri centri estetici di fiducia, pur mutando le abitudini, **specie negli appuntamenti**.

Per l'industria cosmetica, il ritorno a flussi pre-covid previsto per questo anno è stato interrotto dalla **crisi energetica e delle commodities** a seguito della **guerra in Ucraina**, che, da una parte, ha spostato le previsioni sell-in al secondo quarto del 2023 (Cosmetica Italia, 2022), dall'altra sta rapidamente imponendo nuovi modelli di produzione e *reselling* in linea con le mutate sensibilità del consumatore in materia energetica ed economia verde.

ABUSIVISMO

Il comparto B.W.H. è storicamente vittima di un **dilagante abusivismo**, che, in alcune zone del paese, secondo l'**Ufficio Studi CNA** può arrivare al **50%** di operatori irregolari, per un danno stimato di quasi **3 miliardi di euro** evasi al fisco.

Le associazioni di categoria si sono rese protagoniste di **massicce campagne** di lotta all'abusivismo, istituendo anche numeri unici per le denunce. Nel contempo, chiedono alle autorità un **inasprimento delle sanzioni**.



SWOT - THREAT

Gli estetisti abusivi non dichiarano al fisco € 2 MILIARDI E 880 MILIONI l'anno

Estetisti abusivi stimati da Confestetica	100.000
Trattamenti eseguiti ogni giorno abusivamente	4
Prezzo medio per trattamento	€ 30,00
Evasione degli estetisti abusivi al giorno	€ 12 MILIONI
Evasione degli estetisti abusivi alla settimana	€ 60 MILIONI
Evasione degli estetisti abusivi al mese	€ 240 MILIONI
Evasione degli estetisti abusivi all'anno	€ 2 MILIARDI E 880 MILIONI

Dati forniti da Confestetica | Associazione Nazionale Estetisti www.confestetica.it

POLITICA SU PREZZO E NON QUALITA'

Il **prezzo** è uno dei fattori di scelta principali del cliente B.W.H.

Se nei segmenti pro dell'estetica avanzata la politica dei prezzi è rimasta pressoché omogenea, lo stesso non può dirsi nel **settore beauty**, ove si registrano **grandi oscillazioni nei listini**, sia tra diverse zone di Italia che anche nelle stesse città adottando differenti modelli di *business*.

La scelta dei servizi beauty *low-cost* nasconde numerose insidie:

- **Ricorso a prodotti di scarsa qualità;**
- **Servizi orientati più sul ricambio del cliente che alla fidelizzazione;**
- **Personale che cambia spesso perché pagato poco e mal formato;**
- **Ricorso sistematico allo *staging* aziendale della formazione;**
- **Scarsa fatturazione**
- **Politiche igienico-sanitarie e di sicurezza scarse o assenti;**

THREAT

INGRESSO DELLE GRANDI STRUTTURE

Il settore B.W.H. è interessato da una profonda trasformazione di sistema.

Accanto ai classici centri estetici – che ancora costituiscono il *core business* di settore – stanno fiorendo numerose **attività destinate ad un pubblico *high-end*** integrate a strutture ricettive, sanitarie e wellness che, necessitando di grandi investimenti, hanno visto l'ingresso di **grandi gruppi industriali**, ingolositi dalle stime di crescita e dalla conseguente sicurezza dell'investimento.

Ad oggi il fenomeno è ancora settoriale (7% dell'intero comparto), ma in espansione talmente rapida da poter costituire una **potenziale minaccia** per quelle PMI che vedrebbero «drenare» clientela verso competitor molto più strutturati in termini sia di quantità che di qualità, con il rischio involutivo di competere solo sul prezzo.

PROGRESSIVO ABBASSAMENTO DEI COSTI

E' ormai un dato pacifico di tutte le statistiche macro e microeconomiche che il settore B.W.H. sia tra quelli che non solo hanno sofferto meno la crisi pandemica, ma che si sono ripresi molto più velocemente degli altri. Accadimenti imprevedibili come la guerra in Ucraina e conseguente ed improvviso rialzo dei prezzi di tutte le materie prime sono vissute dal settore come fenomeno transitorio in un *trend* di crescita che si prevede senza soluzione di continuità, in quanto strettamente legato alla crescente consapevolezza del consumatore che il benessere psicofisico sia un fabbisogno primario.

Nel medio periodo, l'espansione del comparto e conseguente concorrenzialità comporterà un progressivo livellamento dei prezzi sia di prodotti che servizi, non pregiudicandone la qualità finale.

STAGIONE DI RIFORME

I principali ostacoli giuridici, economici e occupazionali che il comparto B.W.H. sta incontrando anche grazie alla propria fisiologica attitudine a viaggiare a velocità doppie rispetto a quelle dei decisori istituzionali, potrebbero trovare risposte e soluzioni da una razionale e profonda stagione di riforme.

Welfare, fiscalità, formazione e lavoro, politiche di impresa incentivanti sono tutte macroaree in cui l'Italia si è già impegnata in Europa per i prossimi anni aderendo alle enormi risorse messe a disposizione del PNRR.

L'attuazione di queste misure, al netto della pandemia e della crisi Ucraina, è indifferibile.

Per il settore B.W.H. si attendono **regole certe, standard formativi più elevati, e politiche di filiera sempre più integrate.**

TURISMO DEL BENESSERE



SWOT - OPPORTUNITY

Il comparto B.W.H. sta conoscendo un vero e proprio boom nel recente settore del Wellness Tourism. Tutte le Regioni a grande richiamo turistico stanno investendo in filiere di qualità integrate legate alla natura, alle città d'arte, all'enogastronomia e al relax.

In queste realtà non esiste progetto ricettivo *high-end* agriturismo o di *hôtellerie* che non preveda servizi di estetica, fitness e benessere a 360 gradi.

Le ultime previsioni camerali Excelsior, spinte fino al 2025, prevedono una crescente e sistematica carenza di risorse umane per eccessiva domanda delle imprese, che si ritroveranno a reclutare personale anche all'estero.

La Toscana, che dei *key driver* del Turismo del Benessere è regina, si trova pertanto nella vantaggiosa posizione di poter potenziare un settore già presente e prospero.

O

OPPORTUNITY

SPECIALIZZAZIONE ESTETICA

La **Formazione Professionale** è cuore e propulsore di questo processo di espansione.

Le **Agenzie Formative accreditate specializzate** il B.W.H. dovranno adattarsi a queste nuove sfide uscendo dai contesti canonici che sopravvivono da decenni, per aprirsi al mercato e ai nuovi fabbisogni delle realtà produttive del territorio.

I **percorsi formativi di RRFR** dovranno essere oggetto di continue riprogettazioni, gli standard minimi progressivamente innalzati, e gli incontri multidisciplinari con attori del settore potenziati, per incontrare una domanda sempre più selettiva. Il **personale docente**, giovane e motivato, dovrà essere selezionato per competenza e addestrato alle più moderne tecniche di *empowering* formativo, che tenga conto dei *bias cognitivi* di ciascun allievo in funzione di indirizzo a segmenti che incontrino le sue migliori attitudini, e sviluppino le proprie *skills*, sia tecniche che trasversali, di cui già oggi se ne avverte la stringente necessità.