

Imprese dei settori specificati al 30 giugno 2009 e 2008 e variazione percentuale.

	Centri estetici		
	2009	2008	var. % 2009-2008
ABRUZZO	788	738	6,8
BASILICATA	235	216	8,8
CALABRIA	506	448	12,9
CAMPANIA	1.816	1.669	8,8
EMILIA-ROMAGNA	2.454	2.365	3,8
FRIULI-VENEZIA GIULIA	505	493	2,4
LAZIO	2.874	2.230	28,9
LIGURIA	813	777	4,6
LOMBARDIA	5.233	4.954	5,6
MARCHE	929	875	6,2
MOLISE	125	107	16,8
PIEMONTE	2.309	2.158	7,0
PUGLIA	1.740	1.596	9,0
SARDEGNA	576	562	2,5
SICILIA	970	917	5,8
TOSCANA	2.056	1.965	4,6
TRENTINO-ALTO ADIGE	504	489	3,1
UMBRIA	411	380	8,2
VALLE D'AOSTA	64	66	-3,0
VENETO	2.689	2.532	6,2
TOTALE	27.597	25.537	8,1

Fonte: Unioncamere-Infocamere, Movimprese

o da società di persone con al massimo due dipendenti.

Cosa è accaduto in questo mondo negli ultimi mesi? Secondo Anna Parpagiolla, presidente nazionale Confartigianato Estetica, l'andamento dei primi mesi del 2009 è abbastanza positivo, sia per quanto concerne le aperture di nuovi centri, sia per i fatturati di quelli già in funzione. "La vendita di diversi servizi è in crescita, seppur minima - esordisce la presidente - ed è una tendenza confortante, soprattutto se la si confronta con il trend di altri settori che hanno riscontrato un calo delle attività addirittura del 30%".

Certo non sono solo rose e fiori e come sempre, continua Parpagiolla, alla dinamica di crescita, ancorché

contenuta, si affianca la chiusura di alcuni centri, "un fenomeno costante nel mondo del commercio e dei servizi".

Nell'insieme reggono quasi tutti i trattamenti estetici, che risentono ovviamente della stagionalità, e sono soprattutto i servizi più nuovi e pubblicizzati ad attrarre la clientela dei centri, sempre più esigente e attenta, ma soprattutto alla ricerca di risposte efficaci. Se i massaggi per il benessere sono sempre apprezzati, va segnalato il calo, negli ultimi anni, nell'utilizzo di lampade abbronzanti e solarium. Un dato, questo, da imputare a una maggiore cautela da parte del pubblico verso apparecchiature che si teme possano creare problemi alla pelle. In sofferenza, come confermano i dati

dell'Associazione italiana delle imprese cosmetiche Unipro, anche la vendita dei cosmetici negli istituti di bellezza, dove si è registrata una contrazione del 4% nei primi 6 mesi del 2009 ed è previsto un calo del 3,5% nel secondo semestre. "Questo fenomeno è causato dalla capillare concorrenza di farmacie, parafarmacie, supermercati, profumerie - precisa Parpagiolla - Certo, una discreta percentuale di clienti continua ad avere fiducia nel consiglio dell'estetista, ma altri rispondono all'offerta di vari canali di vendita". Più complessa, ma tutto sommato buona, l'immagine tratteggiata da Brigida Stomaci, coordinatrice nazionale Estetiste di CNA-Benessere, la quale condivide la valutazione che i centri estetici siano riusciti a restare a galla, anche in una situazione economica difficile come quella attuale.

Alla bellezza non si rinuncia

D'altra parte il benessere e la cura del corpo sono ormai entrati nelle abitudini delle persone, che non sembrano disposte a rinunciarvi. Ancor più nei momenti di crisi quando, insieme alla paura, scatta il bisogno psicologico di consolazione, quasi di rivalsa rispetto alle difficoltà esterne, e cresce la voglia di coccole. Le persone, dunque, non rinunciano all'estetica di base, ma scelgono con attenzione e oculatezza quali trattamenti effettuare, optando per quelli più efficaci e che danno risultati più immediati. Senza mai trascurare i costi e il rapporto qualità-prezzo, che diventa oggi un fattore decisivo. La risposta del settore alla crisi è influenzata da numerose variabili. Ne hanno risentito di più i centri estetici di