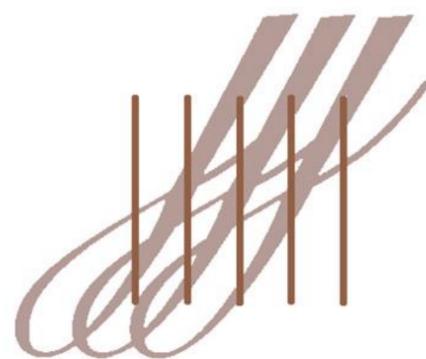


# EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE verso la nuova resilienza

Lunedì 20 marzo ore 10.30



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

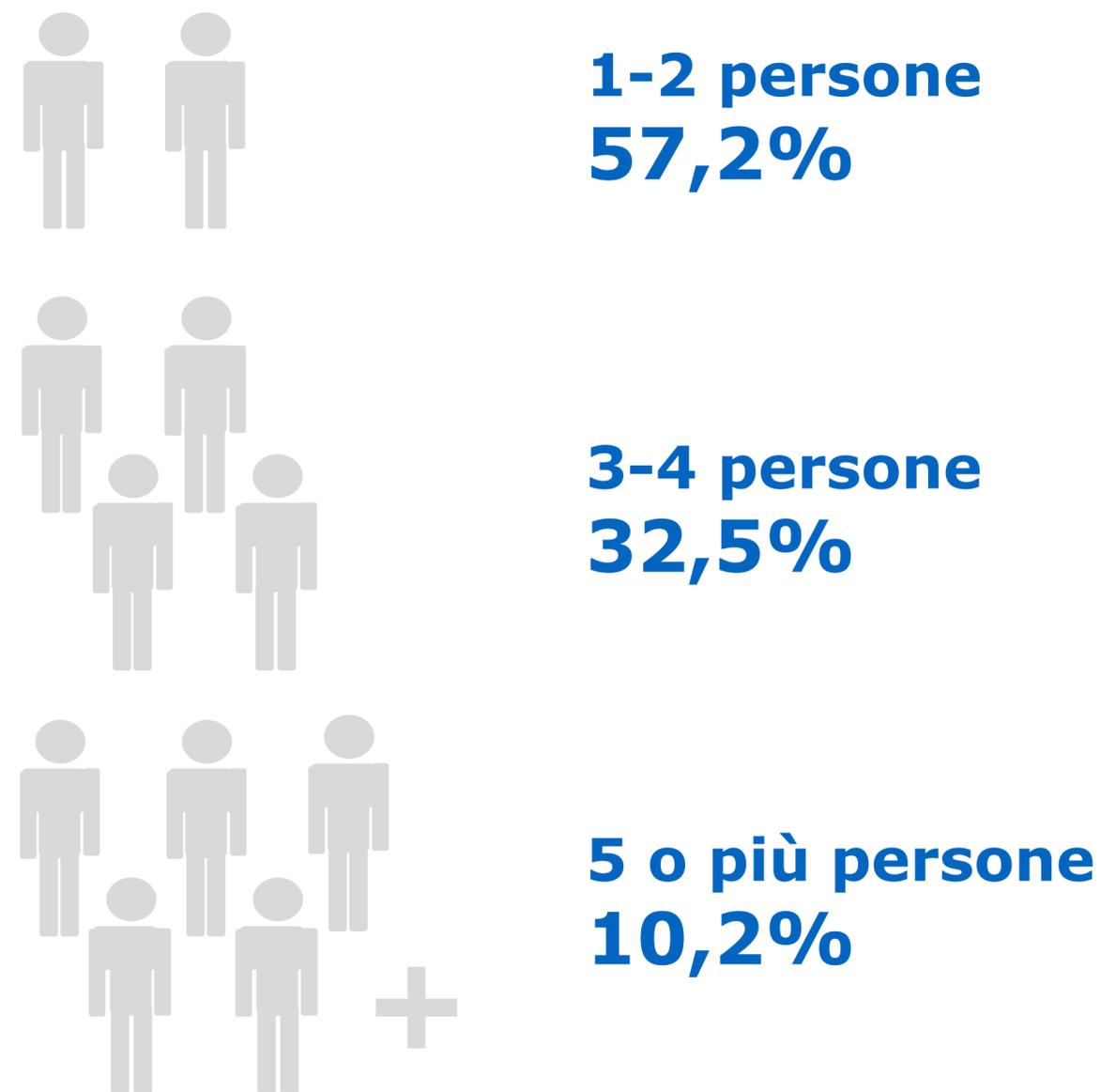
In collaborazione con il Centro Studi e Cultura d'Impresa di

 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche

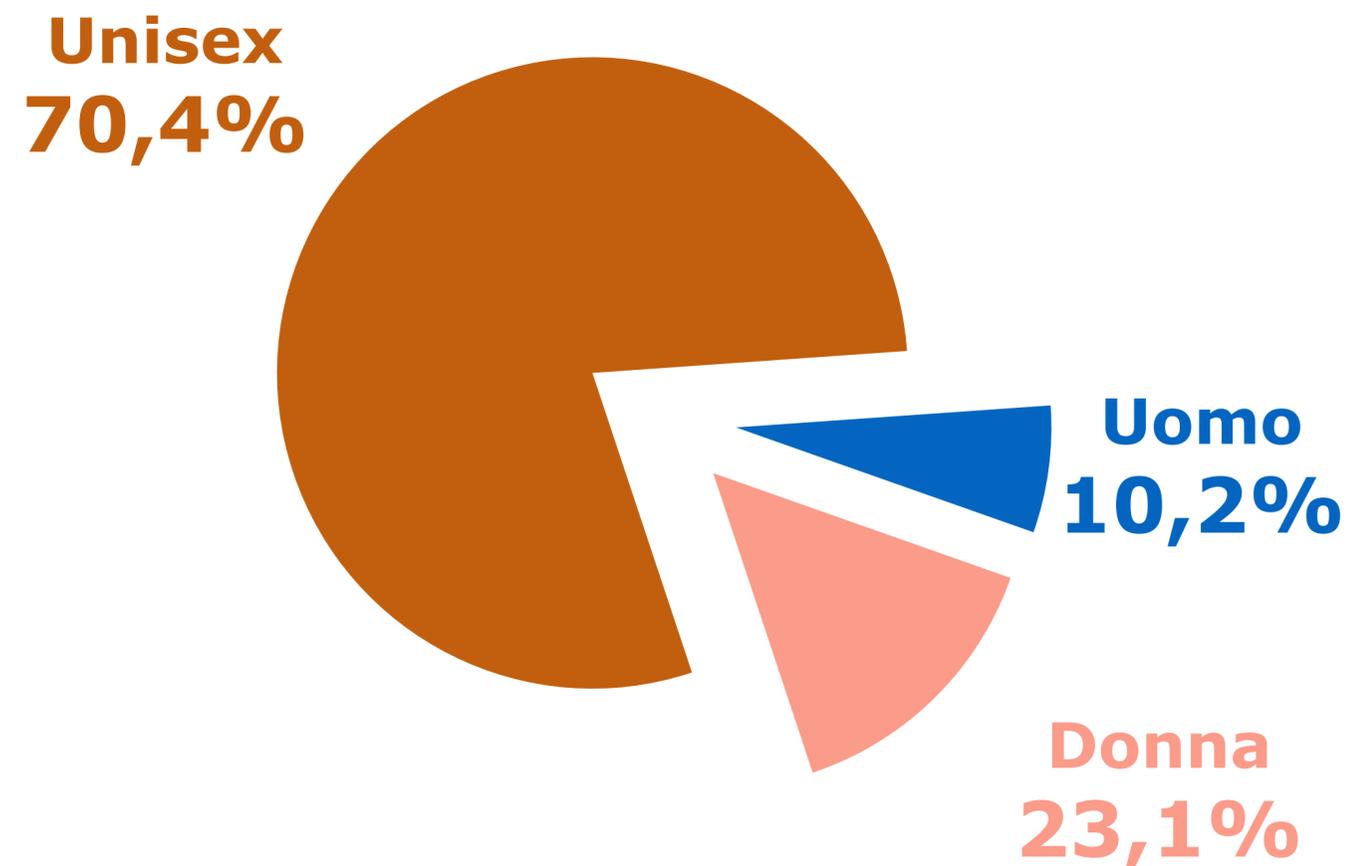
## Elementi strutturali del salone

*Grazie al ritorno della frequentazione dei saloni, si registra nell'ultimo anno un aumento del numero di persone che lavorano all'interno del salone e maggior diversificazione dell'offerta.*

### Numero di persone che lavorano, titolare incluso:

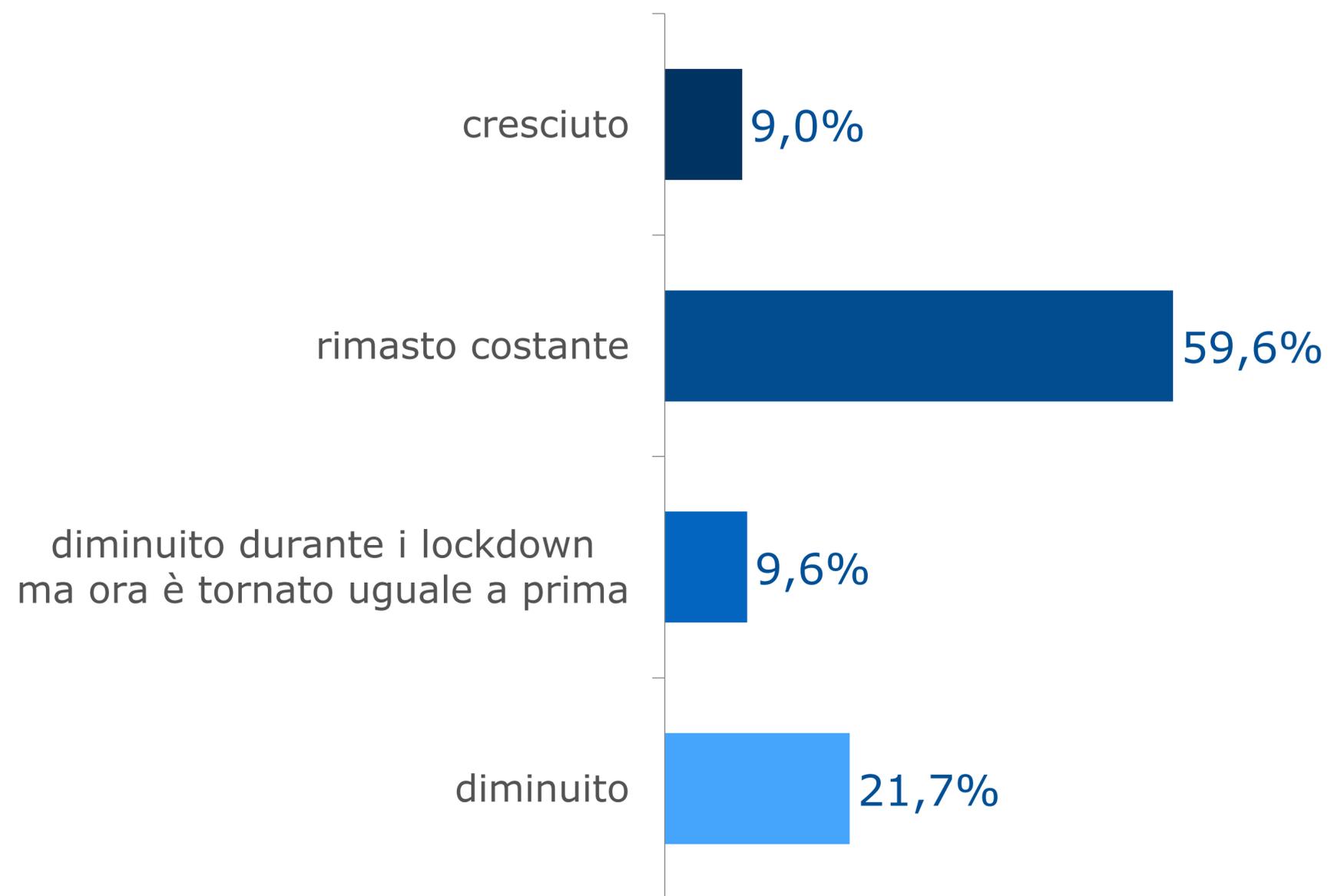


### Tipologia di appartenenza del salone:



Base: 1.105 rispondenti

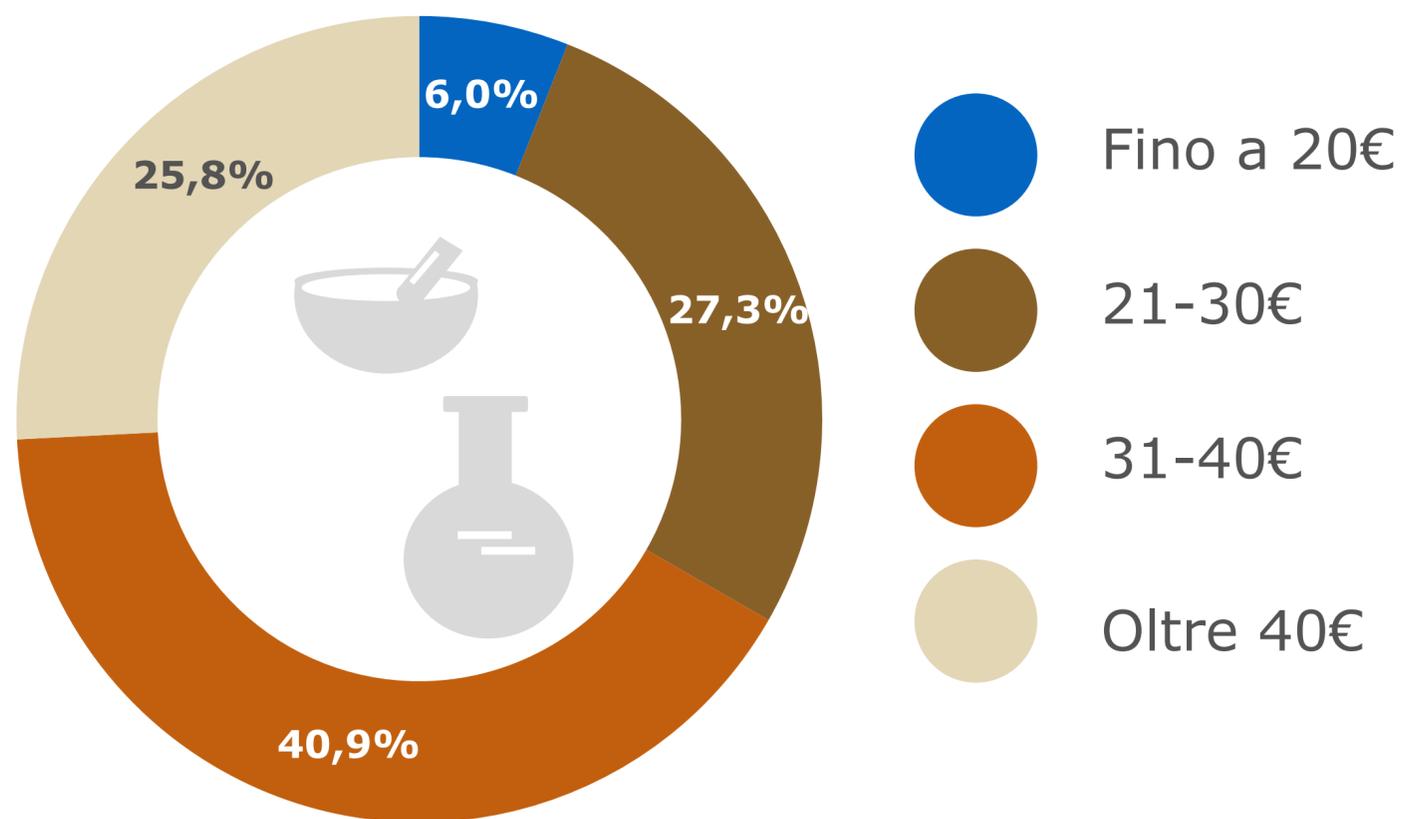
## Rispetto al periodo pre-Covid, il numero degli addetti nel salone è ....



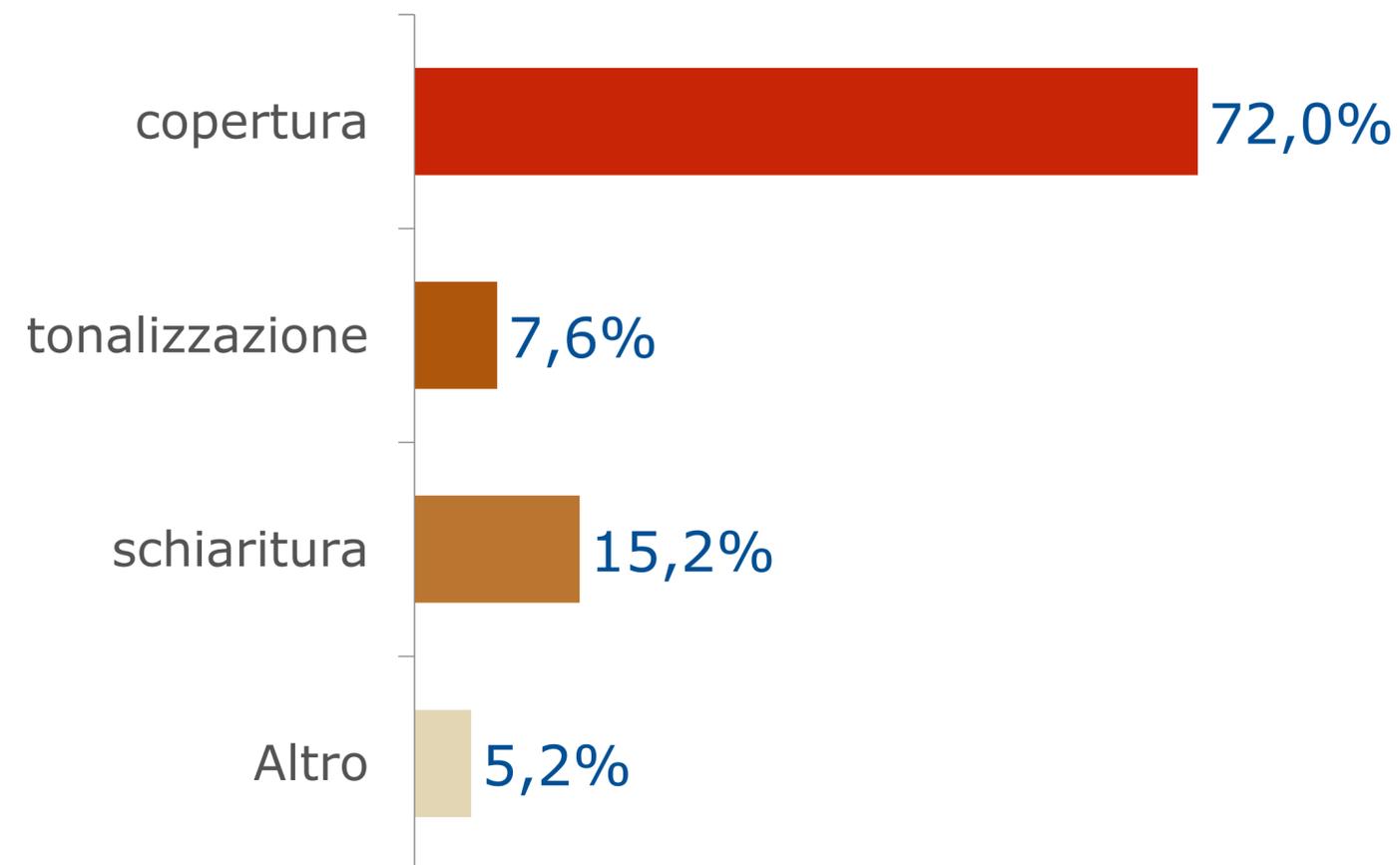
**Base: 1.105 rispondenti**

# I principali trattamenti legati alla colorazione

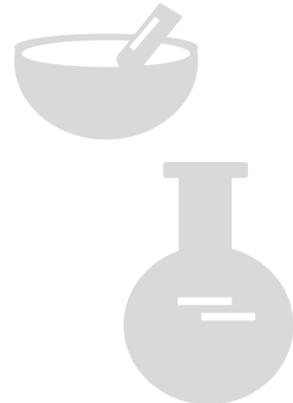
## Prezzo colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



## I servizi colore più effettuati nell'ultimo anno

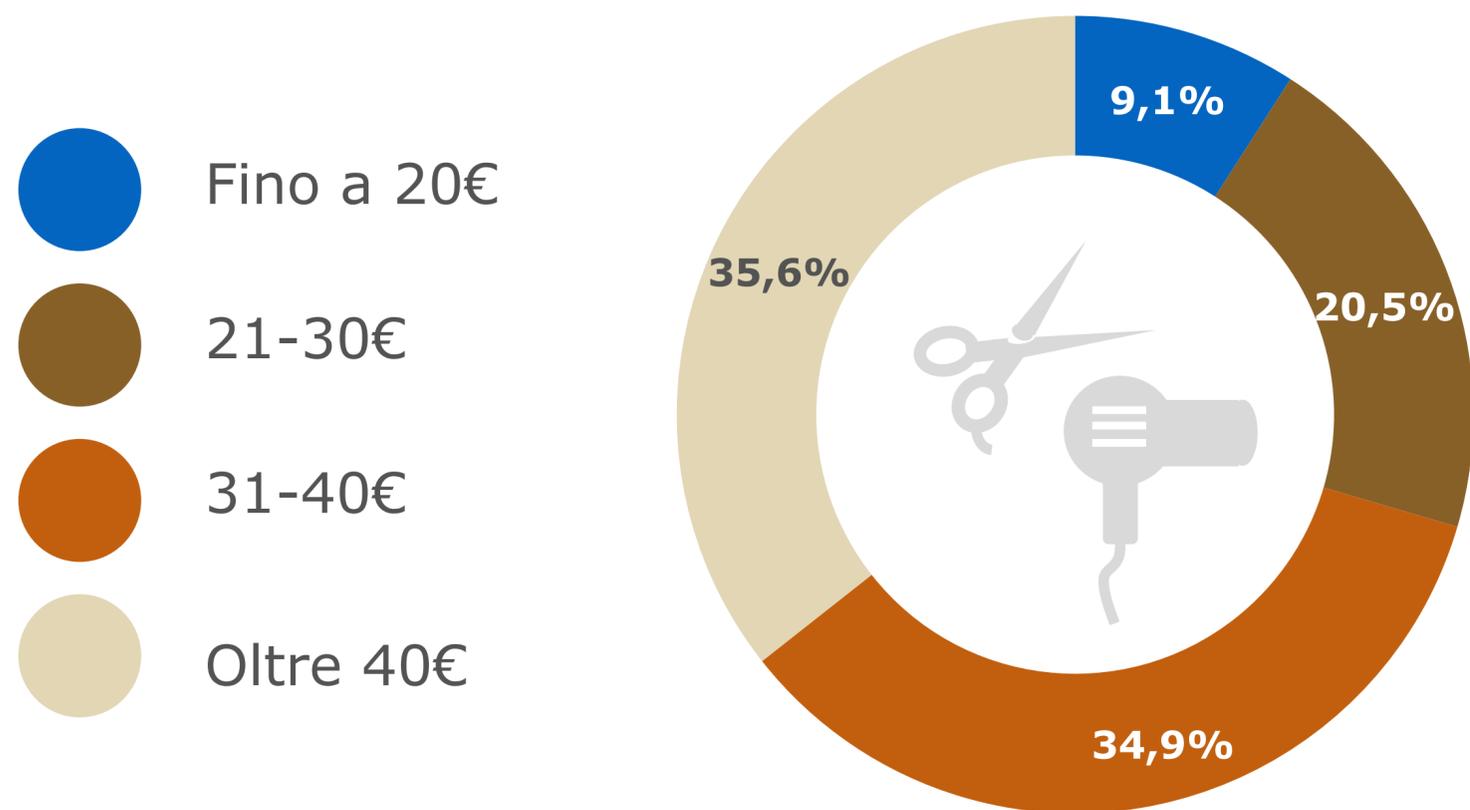


## Freuenza dei servizi colore rispetto al periodo pre-Covid



	Meno spesso	Uguale a prima	Più spesso
copertura	48,1%	46,6%	5,3%
tonalizzazione	47,7%	34,4%	18,0%
schiaritura	41,1%	38,7%	20,2%

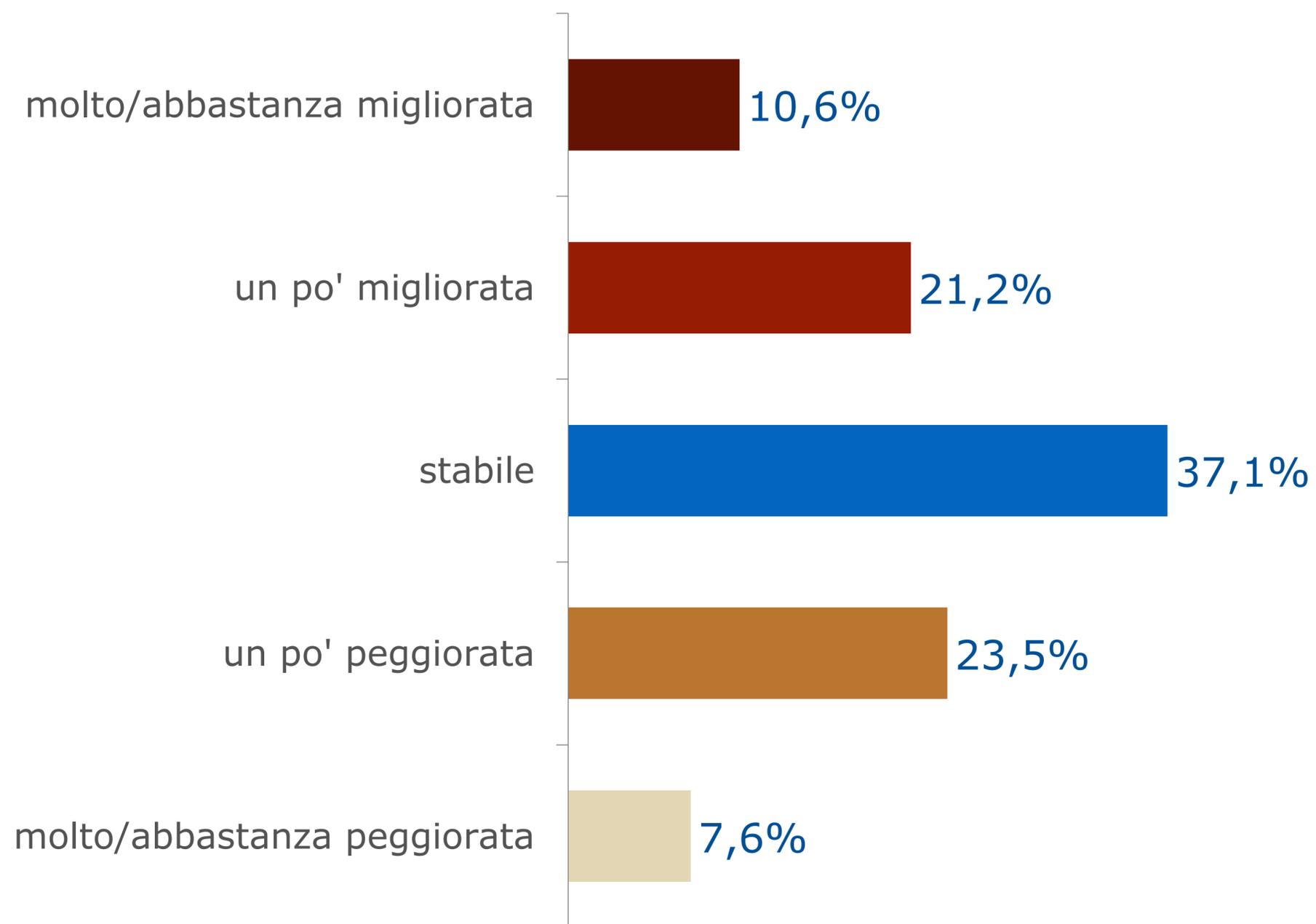
# Prezzi applicati su taglio e messa in piega



## Frequenza rispetto al periodo pre-Covid

	Meno spesso	Uguale a prima	Più spesso
taglio	34,6%	54,6%	10,8%
messa in piega	64,8%	28,9%	6,3%

## Nel 2022 la situazione economica del salone è...



## Principali misure adottate nel 2022, per sostenere la ripresa delle attività del salone

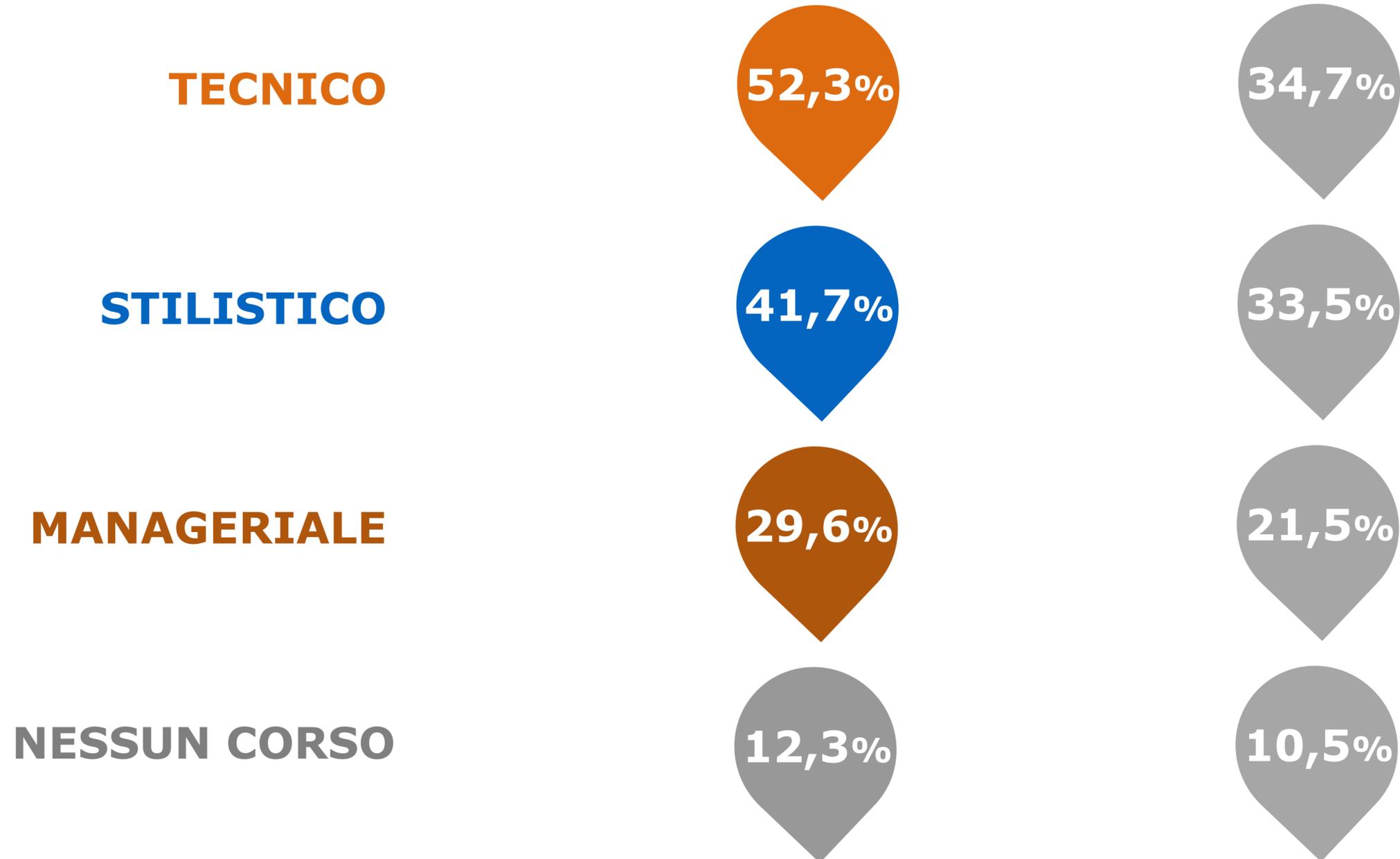


**Possibili più risposte**

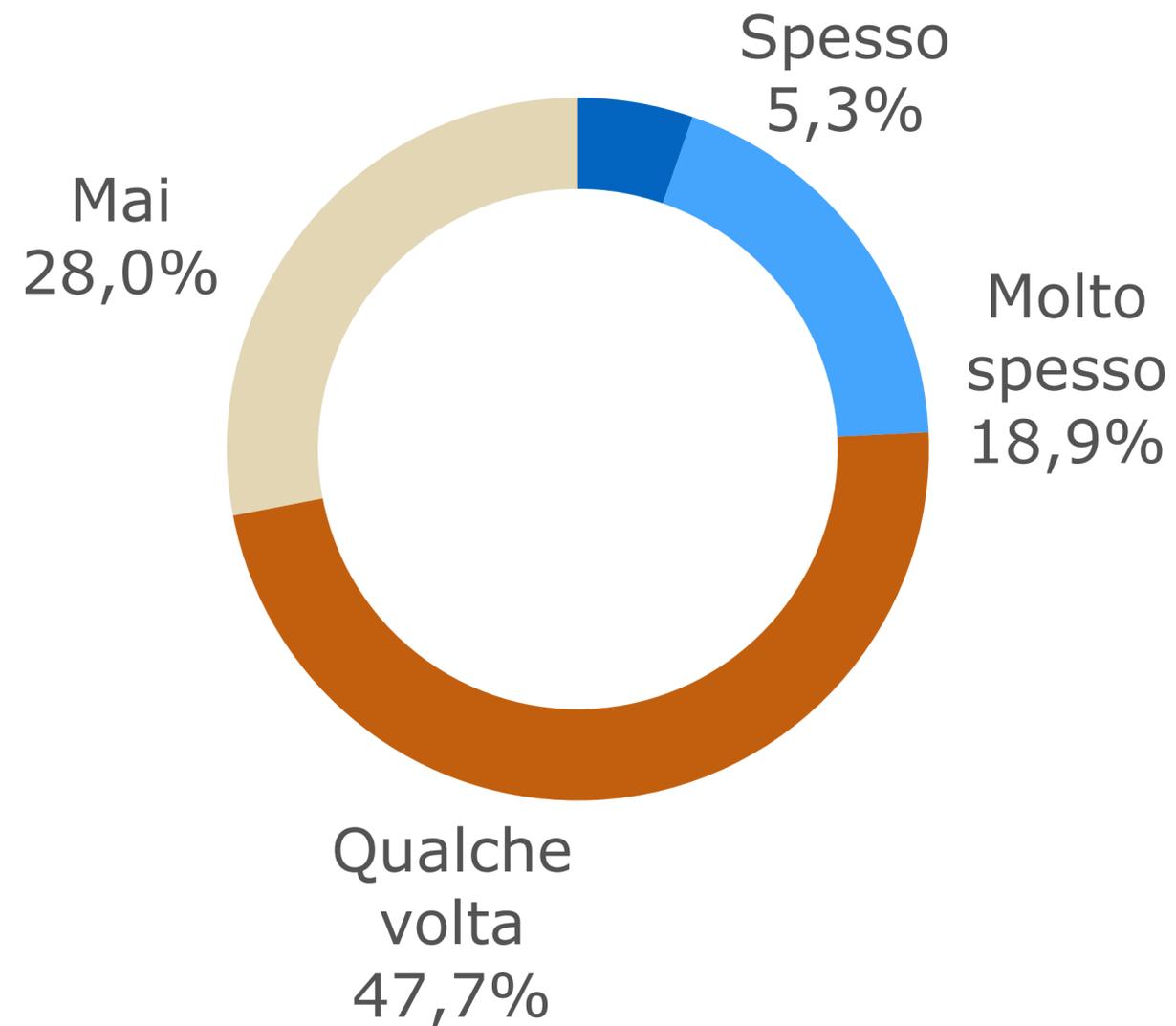
# Attività di formazione durante i lockdown e nella lunga coda del post-pandemia

## Partecipazione a corsi di tipo:

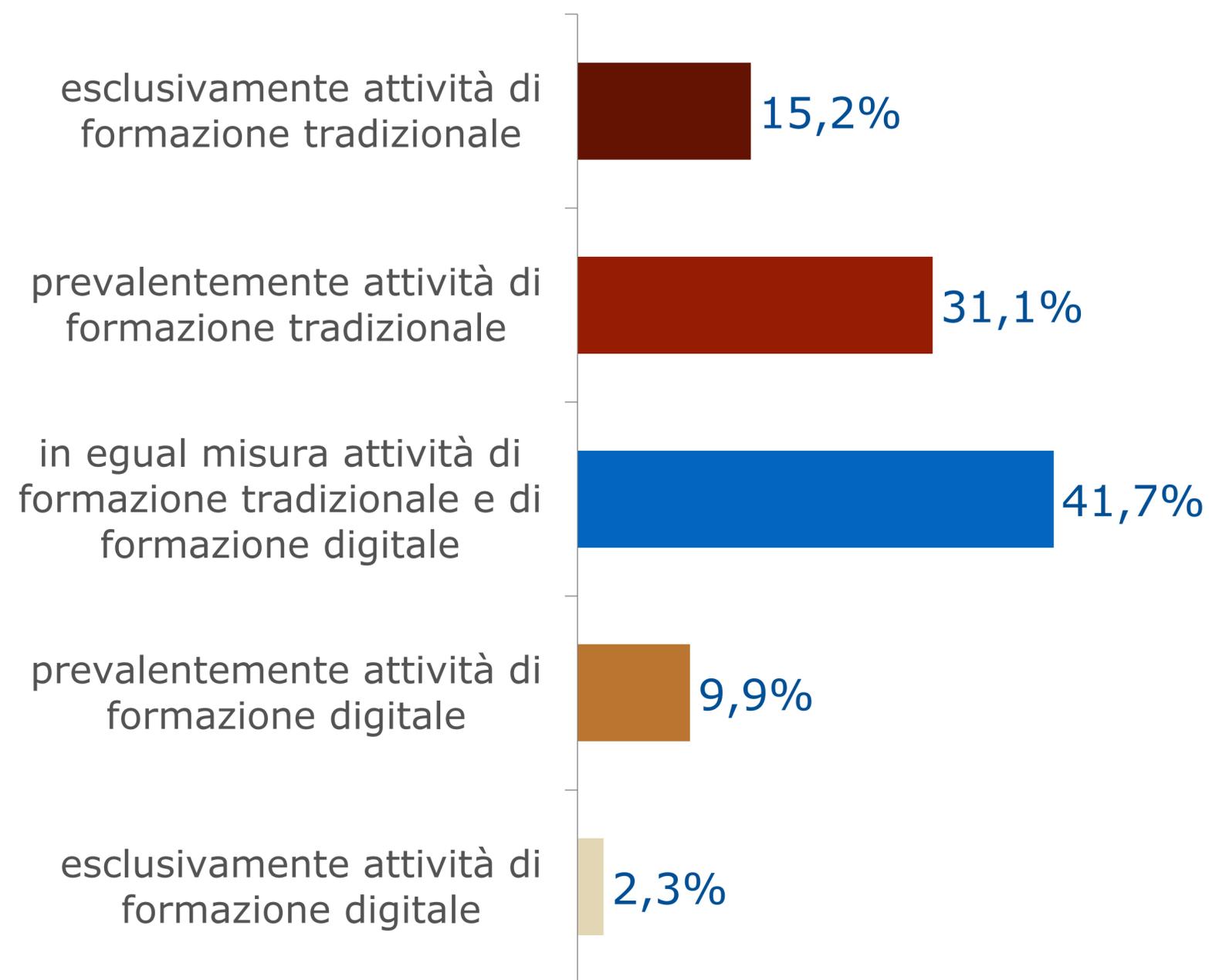
### CONFRONTO CON IL 2020



## Nell'ultimo periodo, frequenza della formazione di tipo digitale:



## Tipologia di formazione svolta:



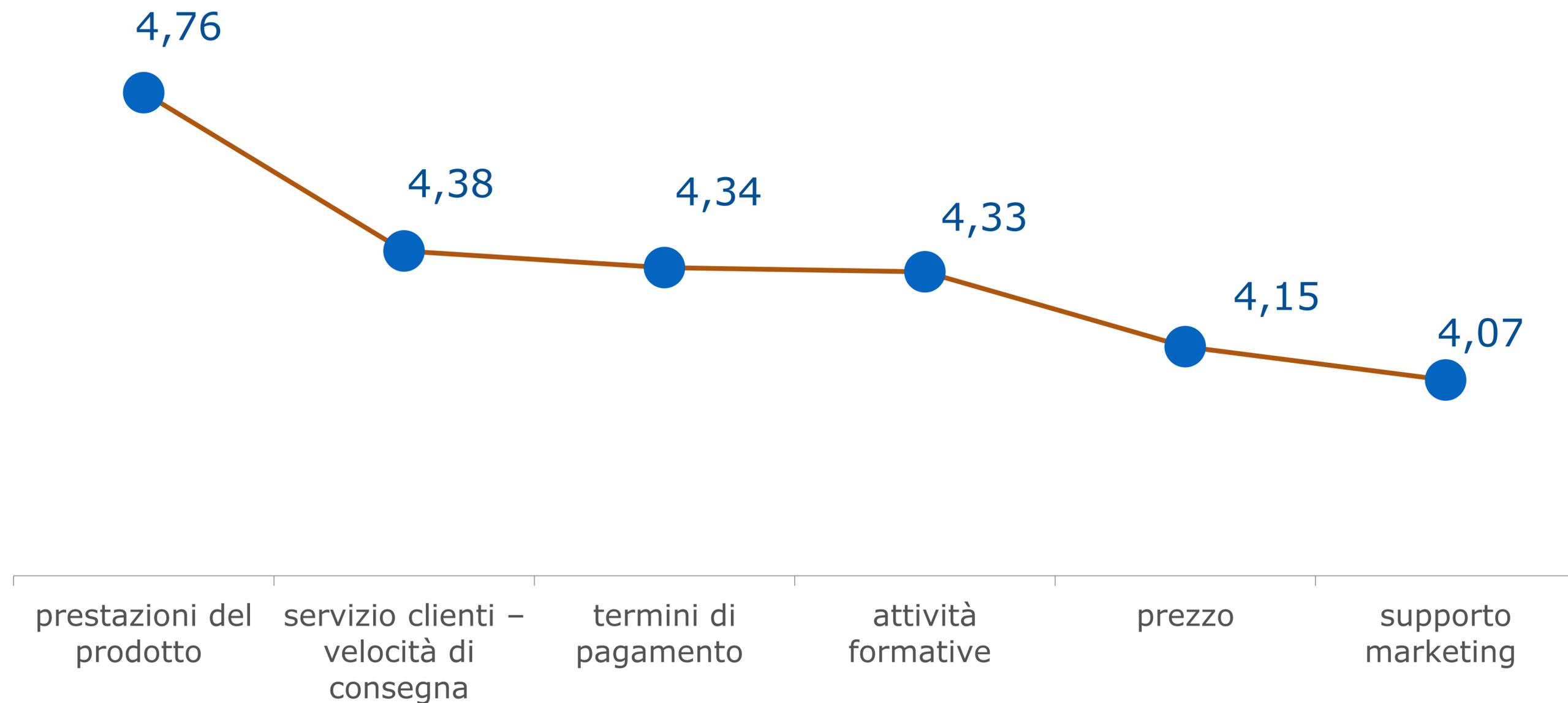
*L'approvvigionamento di prodotti cosmetici per il mio salone avviene...*

*Il ruolo del rappresentante veicola un acquisto su tre da parte del salone.  
Aumentano le vendite online nell'ultimo periodo.*

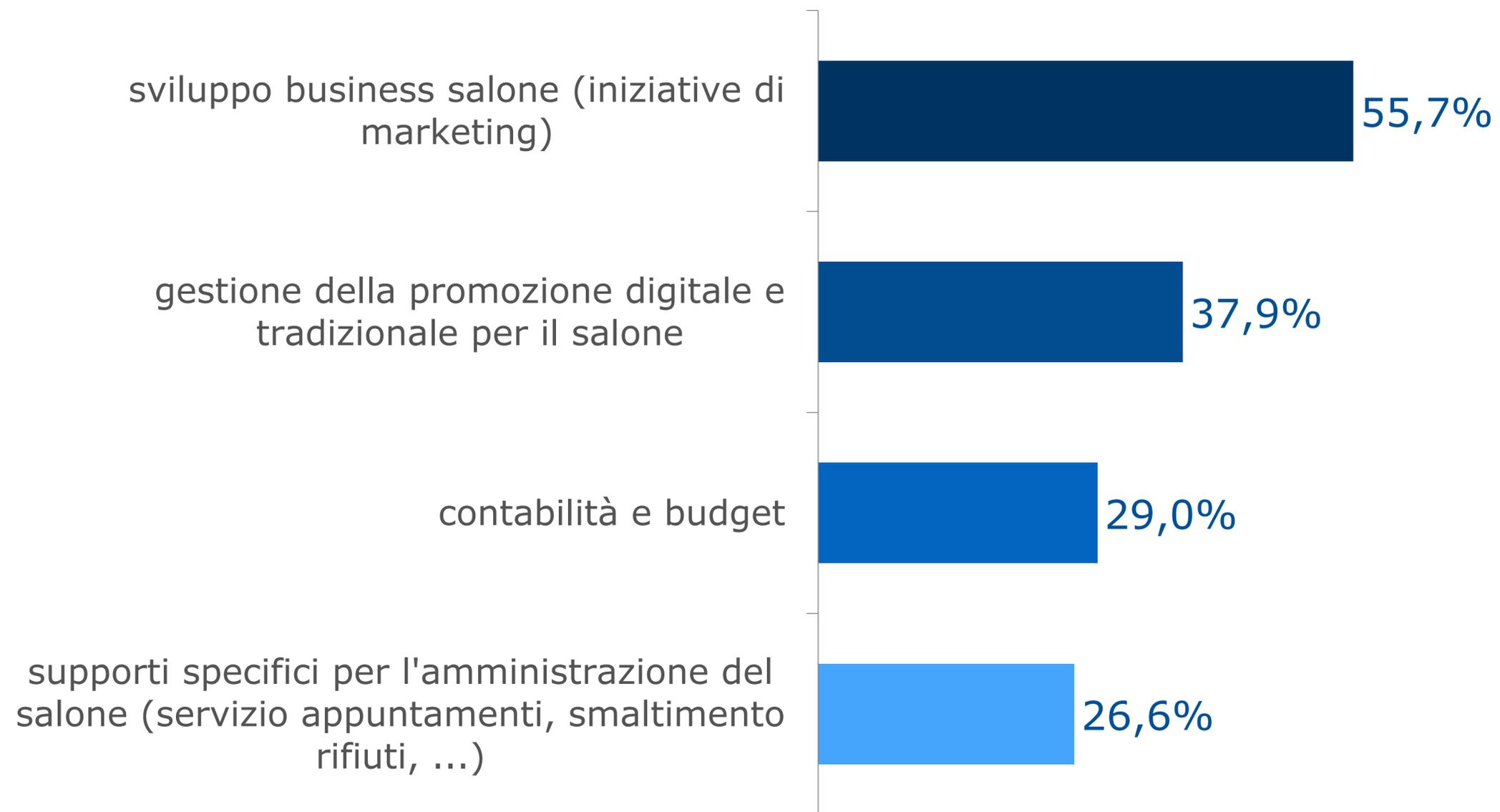
**CONFRONTO CON IL 2020**

Prevalentemente o esclusivamente dal <b>rappresentante</b>	<b>34,1%</b>	<b>33,8%</b>
In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante	<b>28,0%</b>	<b>25,4%</b>
Prevalentemente o esclusivamente dal <b>grossista / distributore</b>	<b>18,9%</b>	<b>17,4%</b>
Aziende <b>produttrici</b> con <b>brand</b>	<b>12,9%</b>	<b>16,6%</b>
Canale <b>e-commerce</b>	<b>5,3%</b>	<b>4,9%</b>
Aziende <b>produttrici conto terzi</b> (nessun brand)	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>

## Parametri reputati importanti per la selezione dei prodotti nel salone



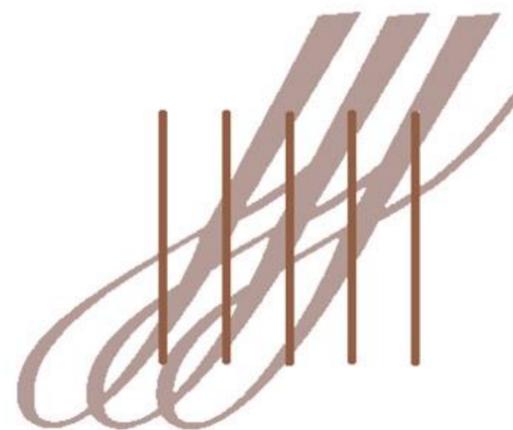
## Aree di supporto l'attività del salone



**Possibili più risposte**

# GRAZIE

Gian Andrea Positano



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

In collaborazione con il Centro Studi e Cultura d'Impresa di



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche