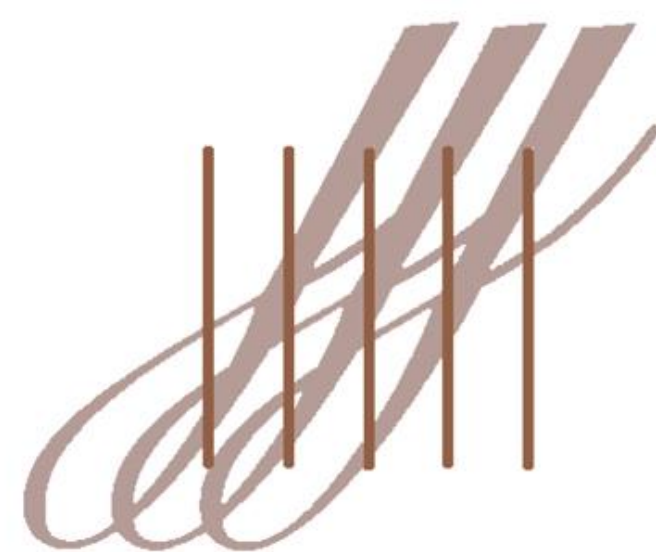


EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE verso la nuova resilienza

Lunedì 20 marzo ore 10.30



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

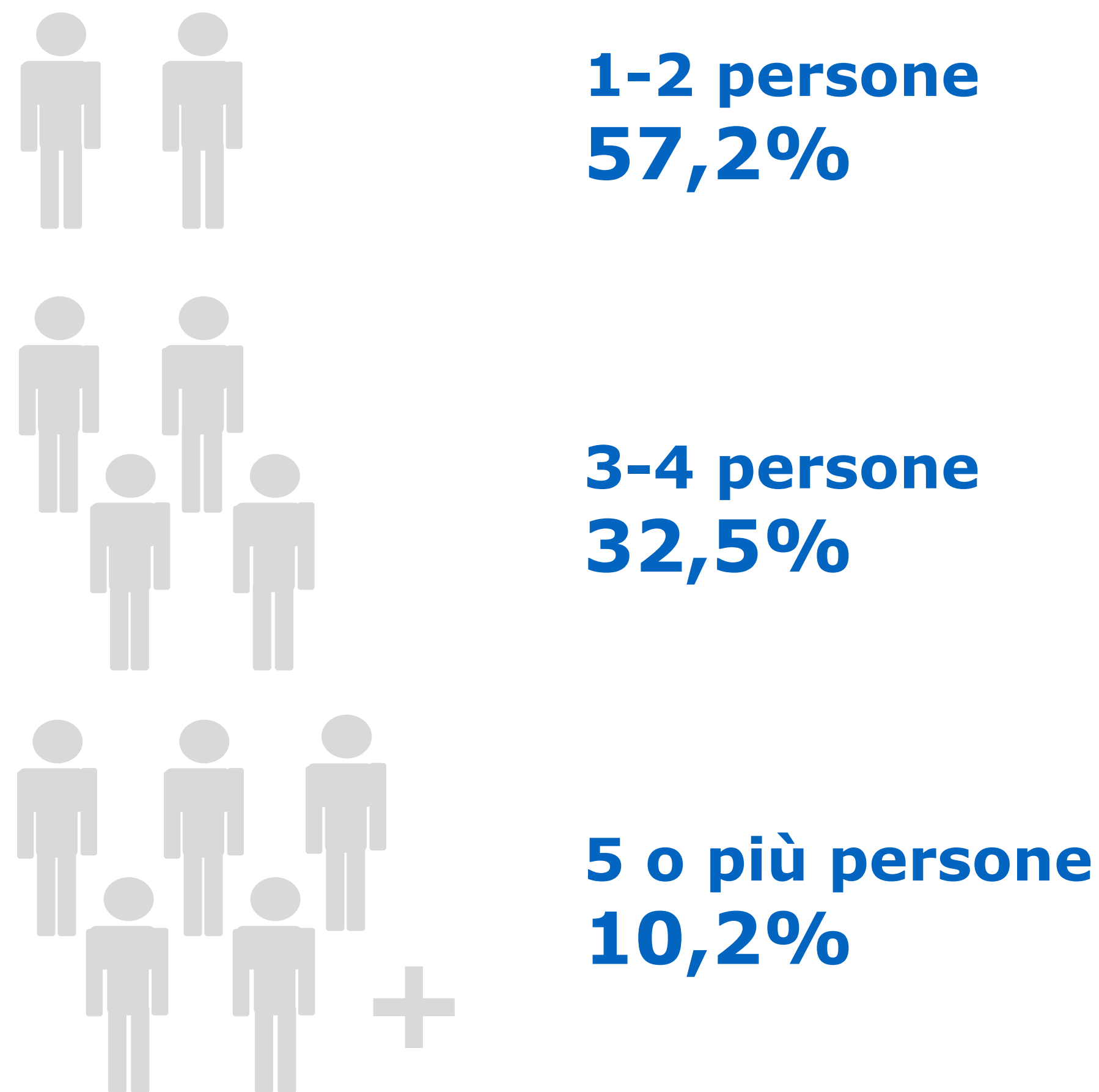
In collaborazione con il Centro Studi e Cultura d'Impresa di

 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

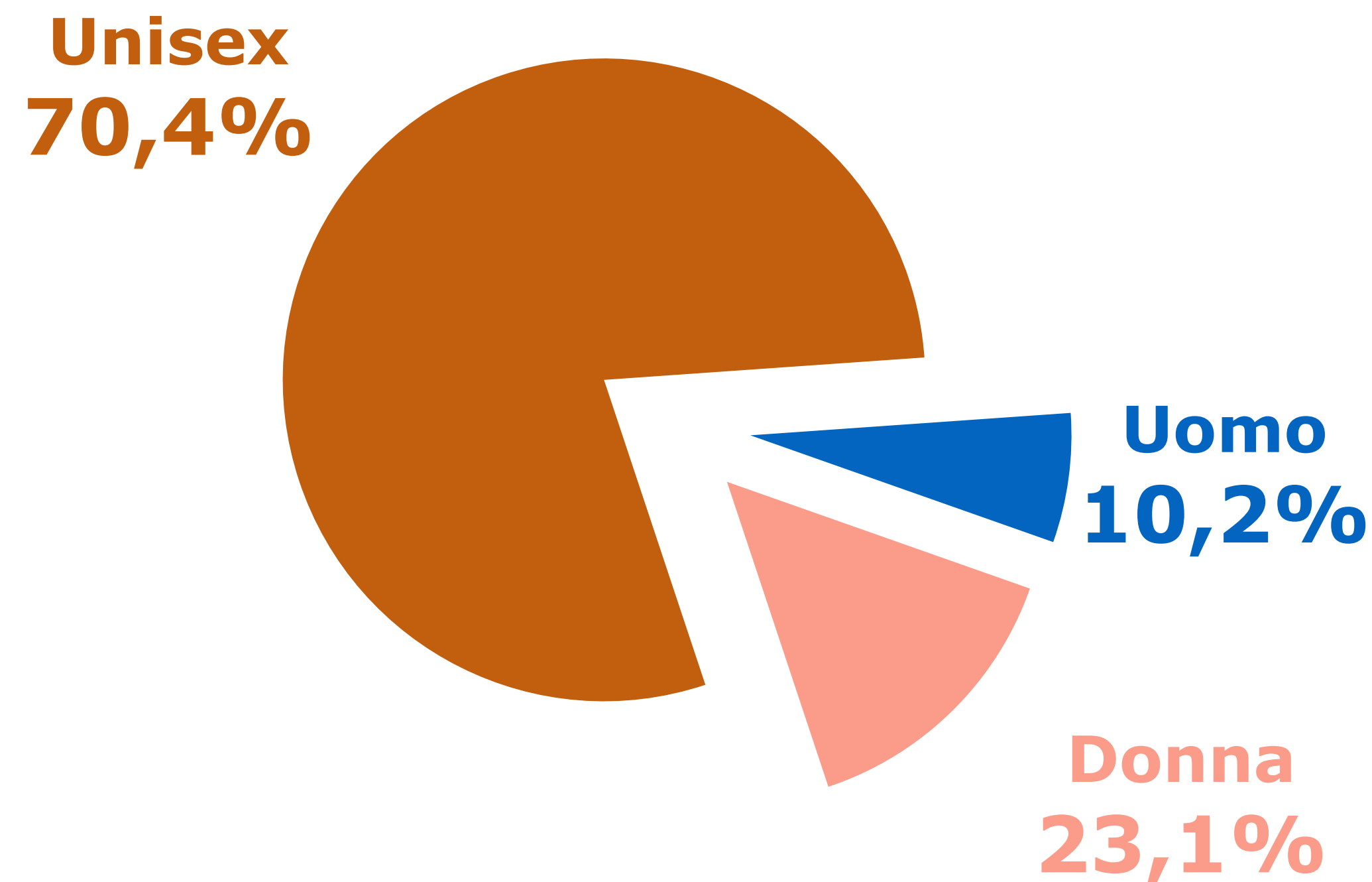
Elementi strutturali del salone

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:

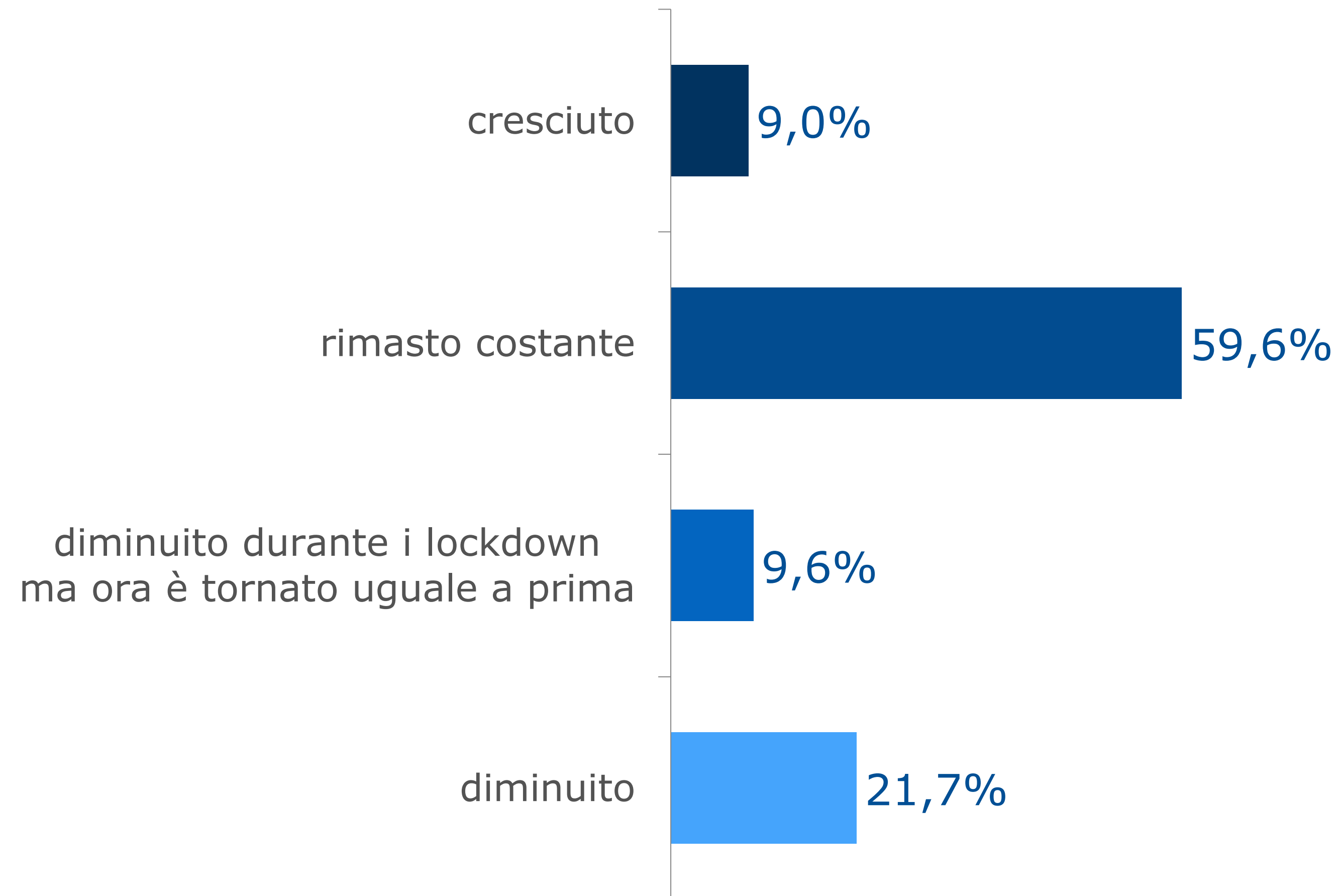


Tipologia di appartenenza del salone:



Base: 1.105 rispondenti

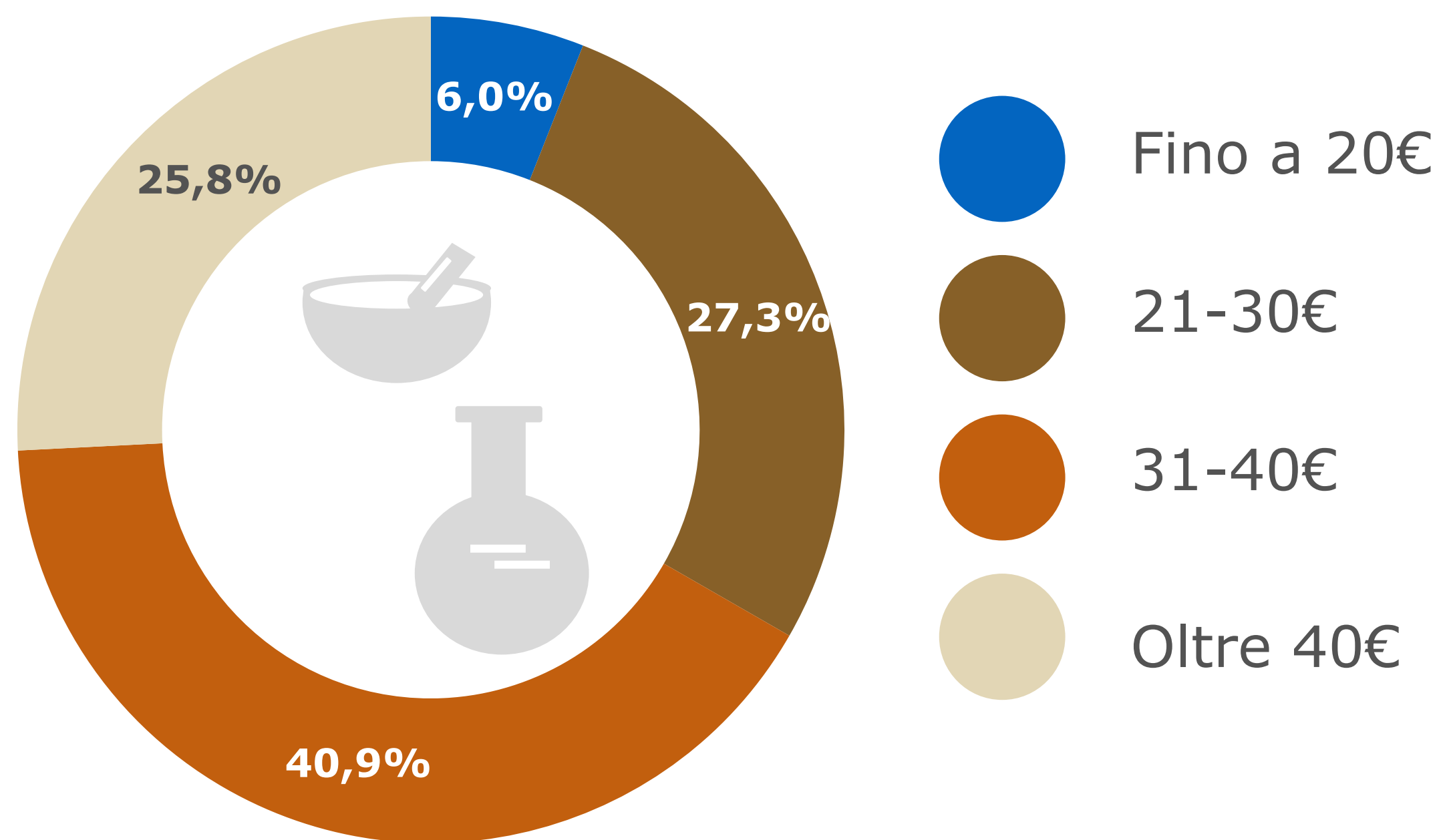
Rispetto al periodo pre-Covid, il numero degli addetti nel salone è



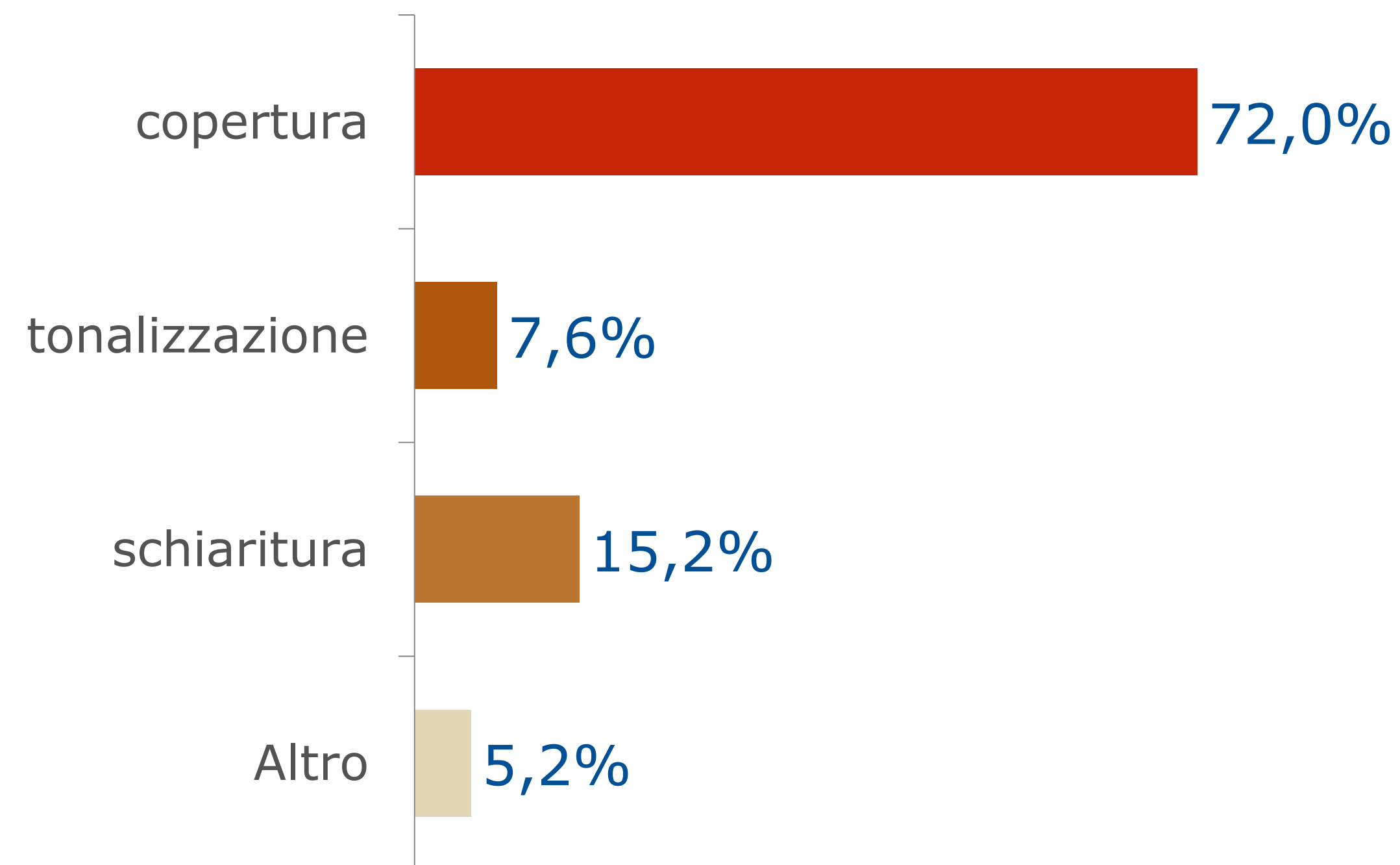
Base: 1.105 rispondenti

I principali trattamenti legati alla colorazione

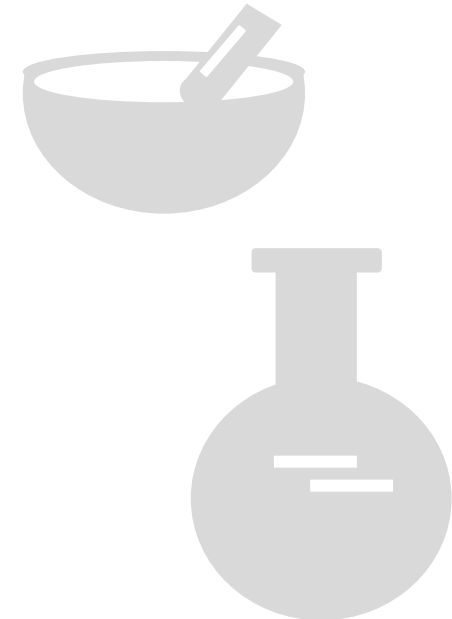
Prezzo colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



I servizi colore più effettuati nell'ultimo anno

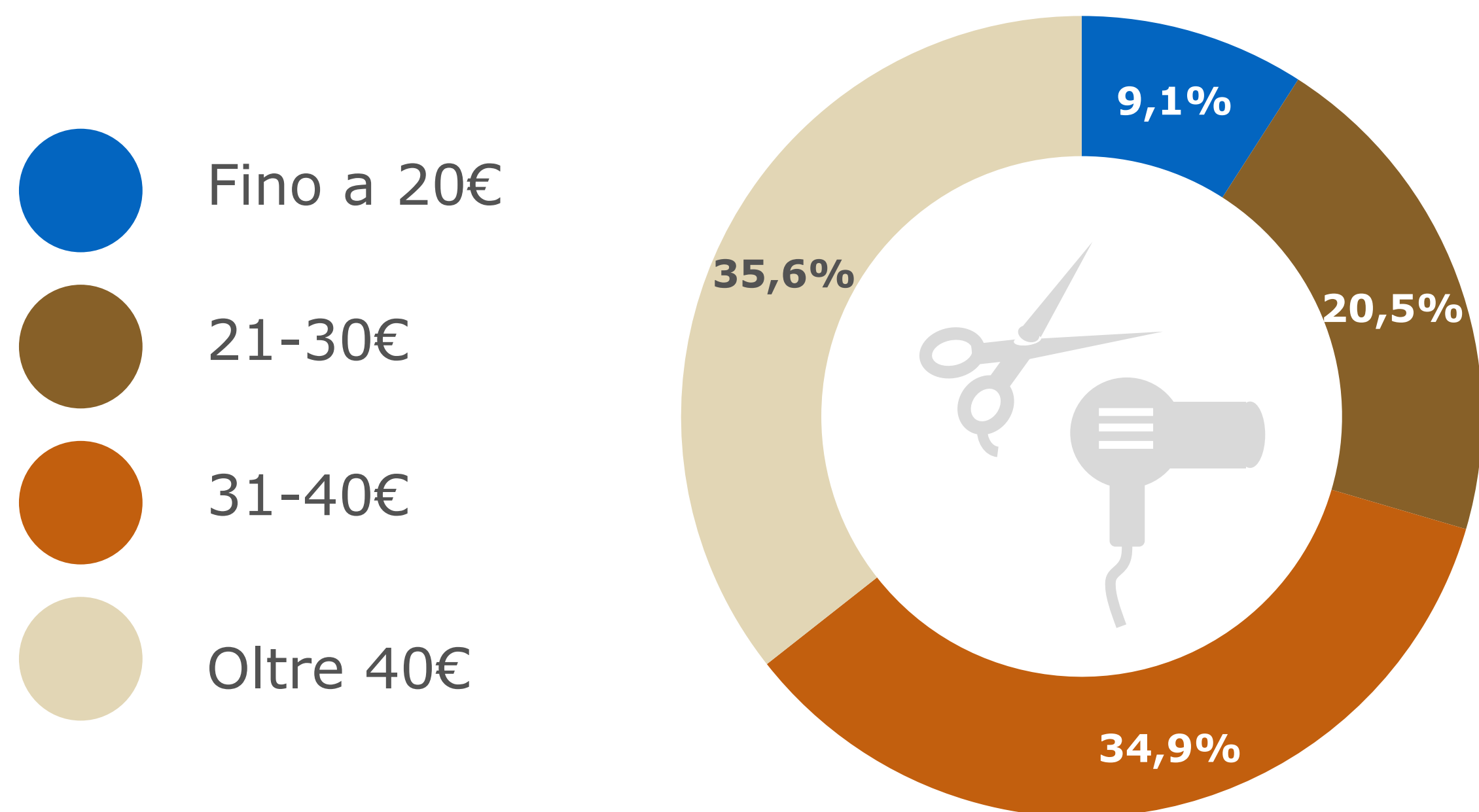


Freuenza dei servizi colore rispetto al periodo pre-Covid



	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%

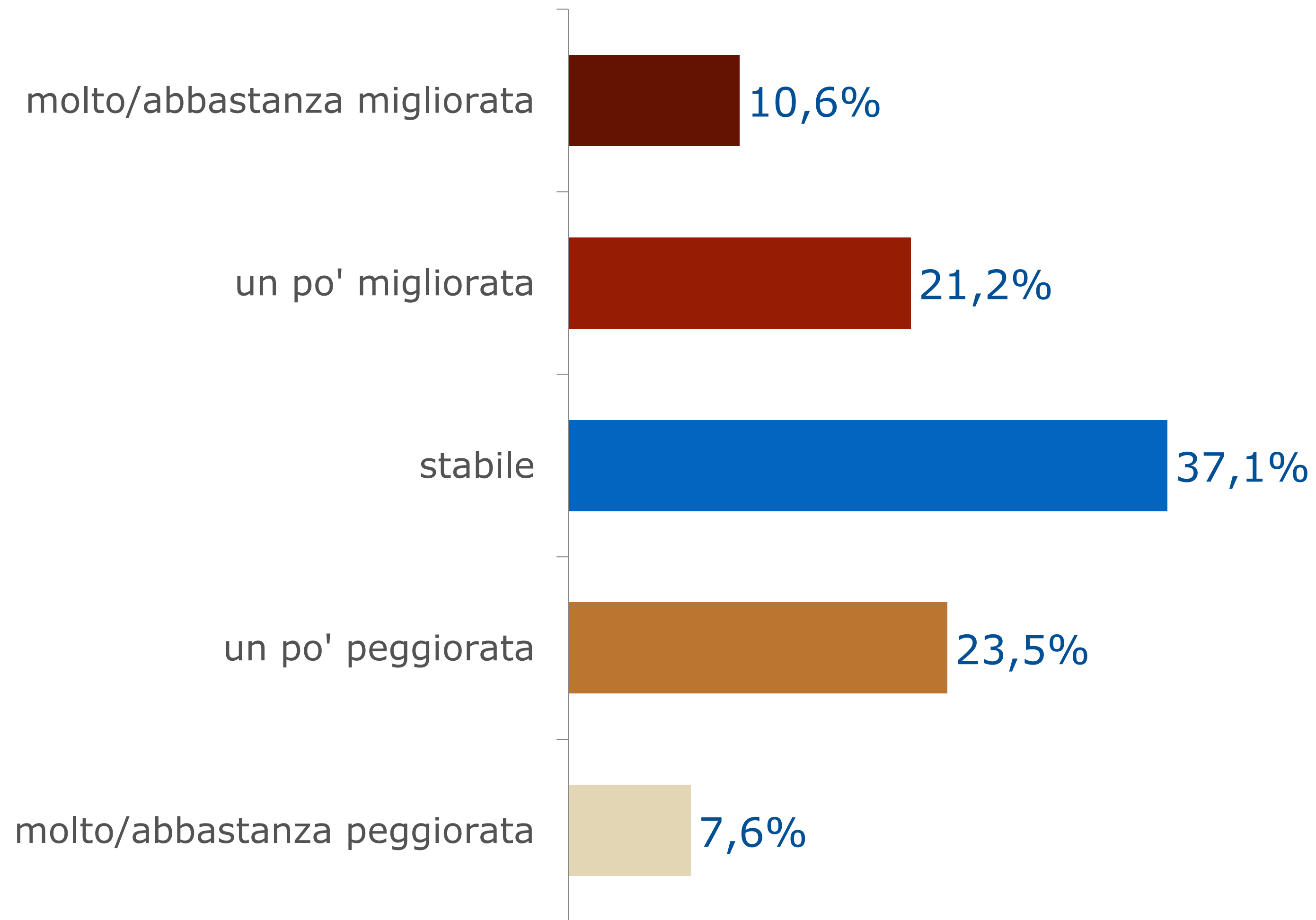
Prezzi applicati su taglio e messa in piega



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

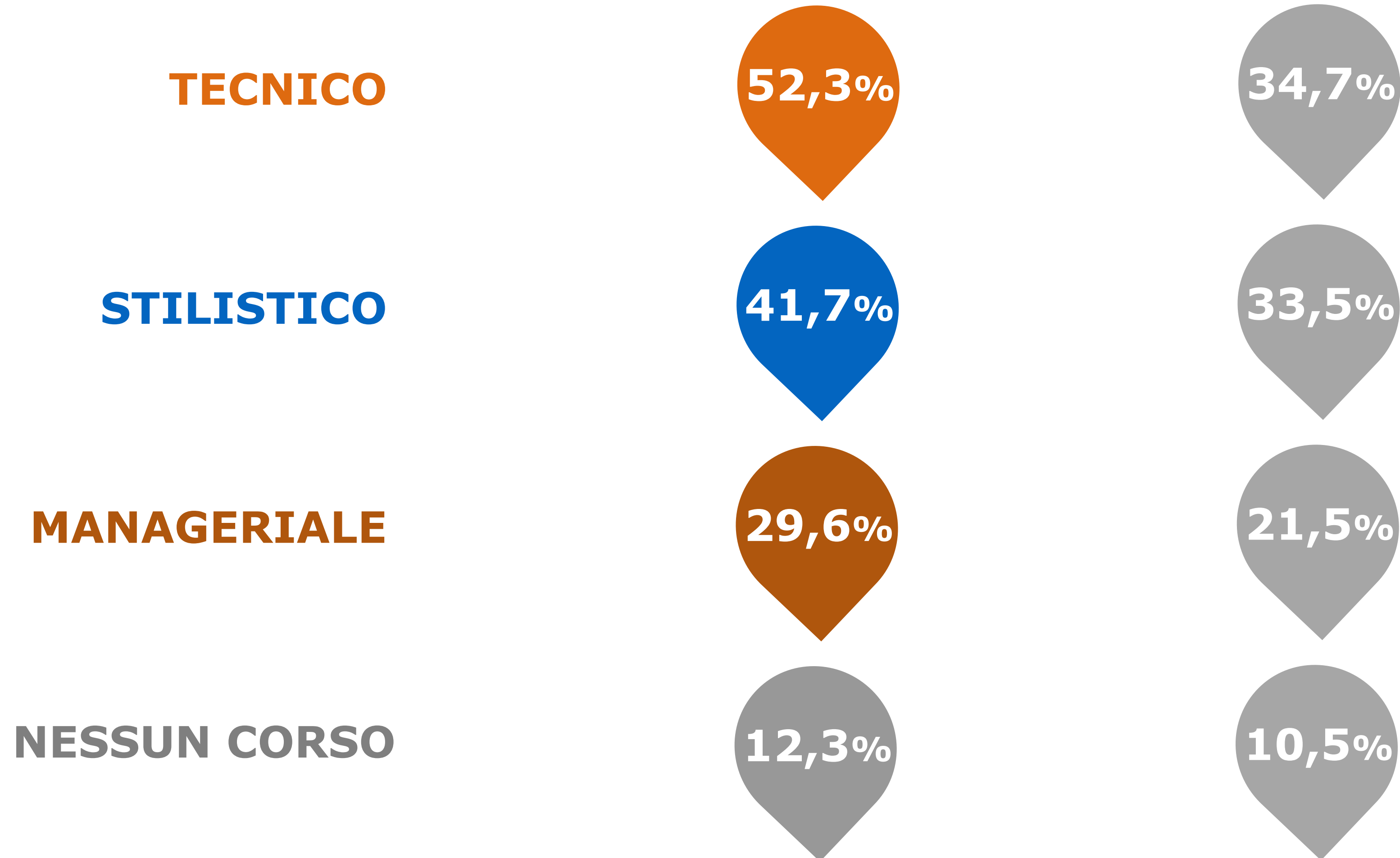


Possibili più risposte

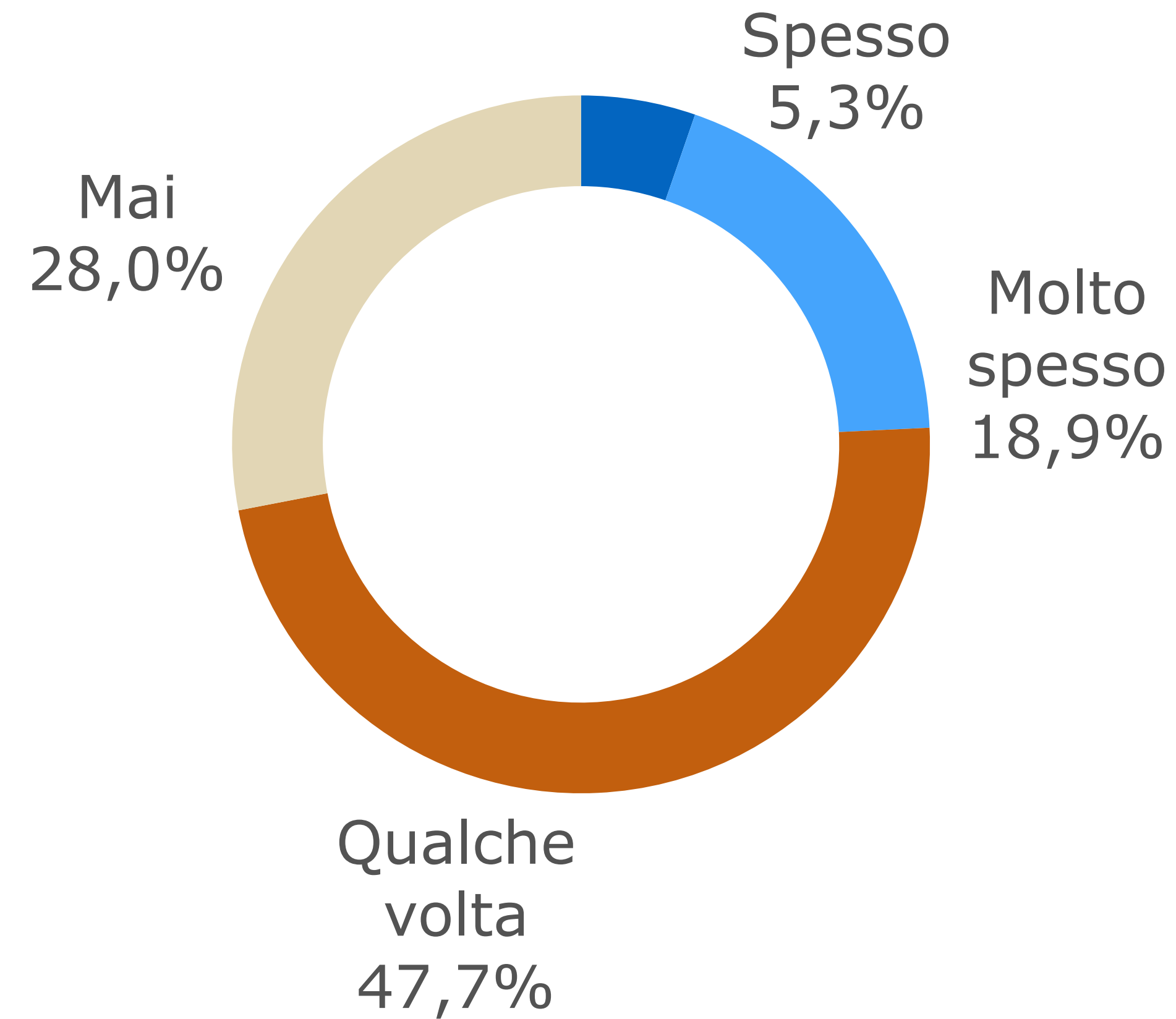
Attività di formazione durante i lockdown e nella lunga coda del post-pandemia

Partecipazione a corsi di tipo:

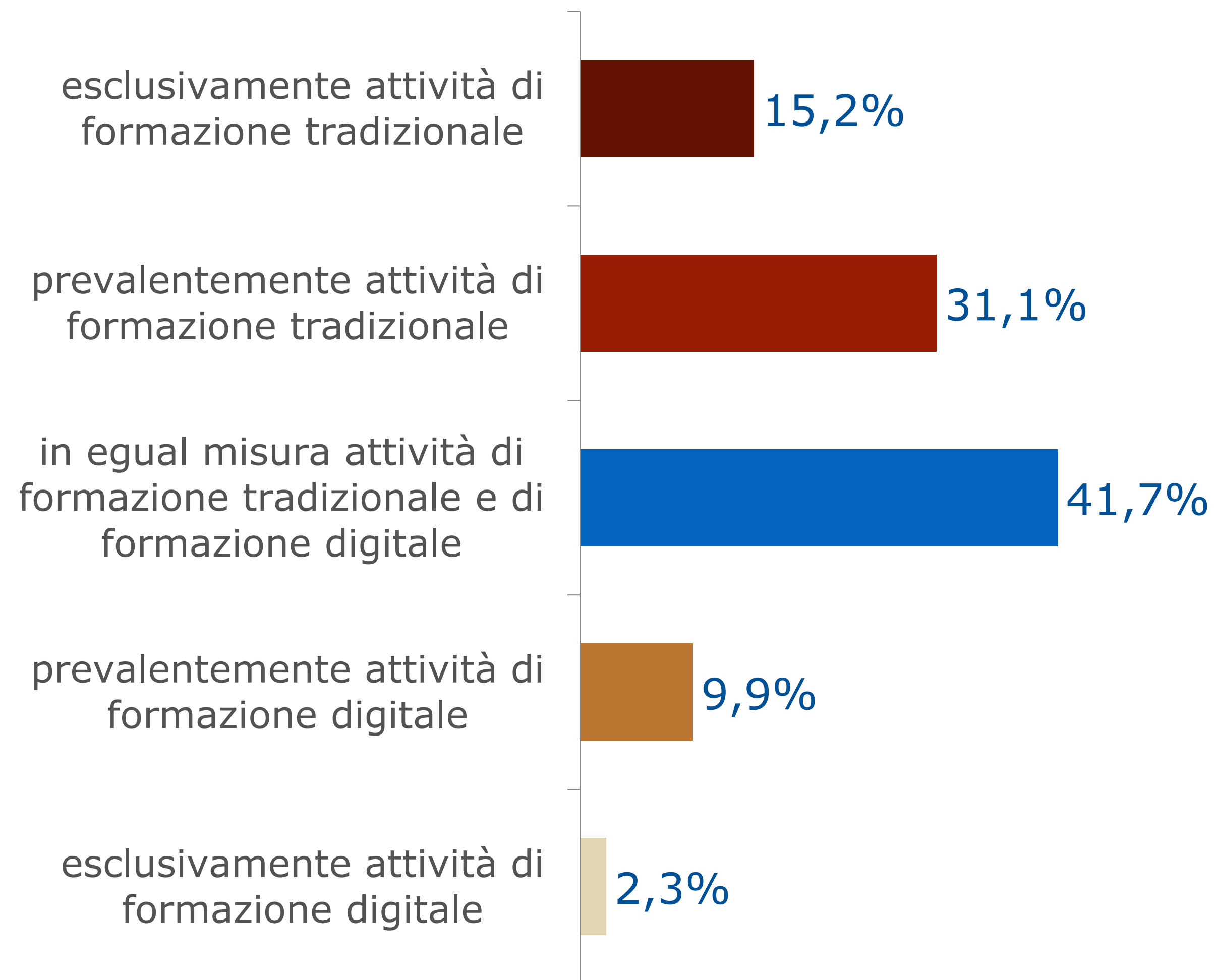
CONFRONTO CON IL 2020



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



Tipologia di formazione svolta:



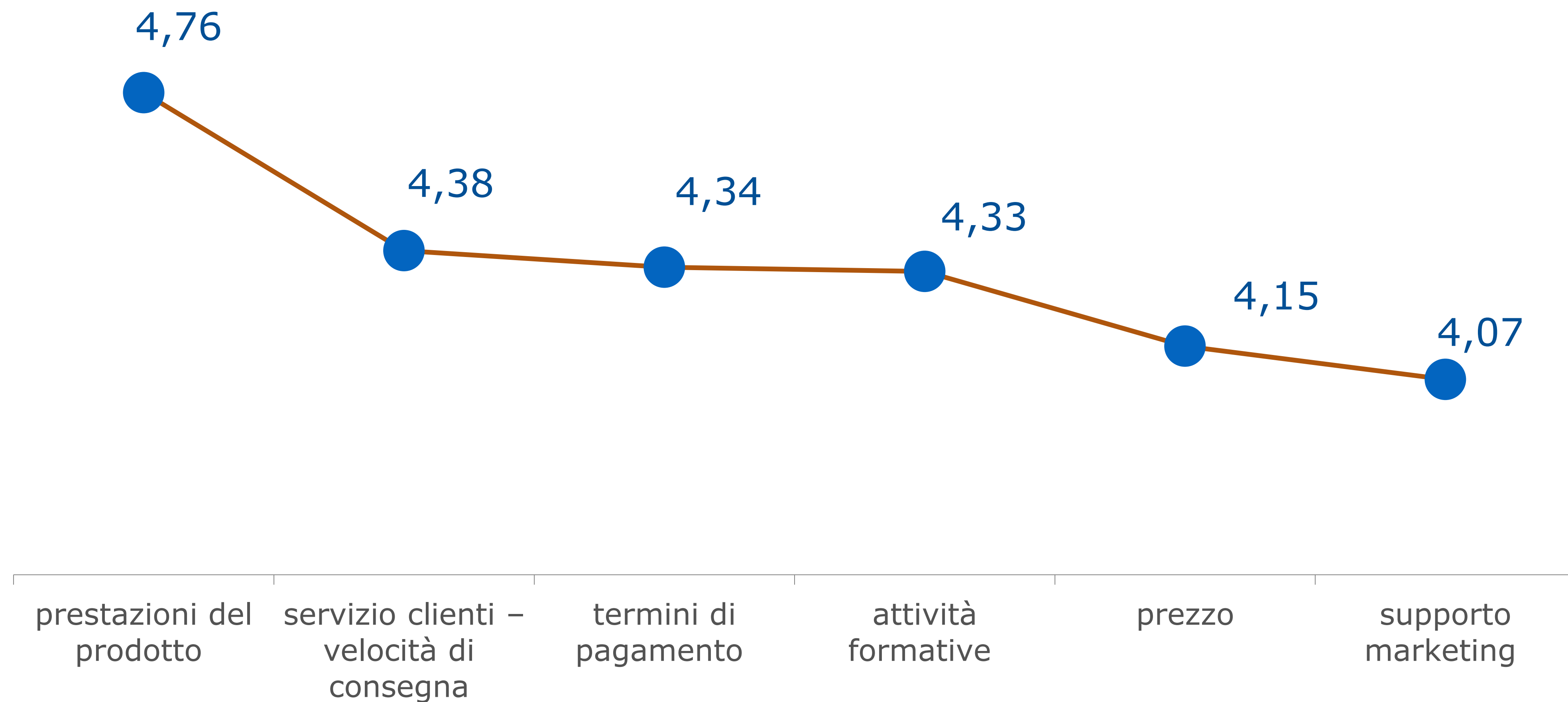
L'approvvigionamento di prodotti cosmetici per il mio salone avviene...

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

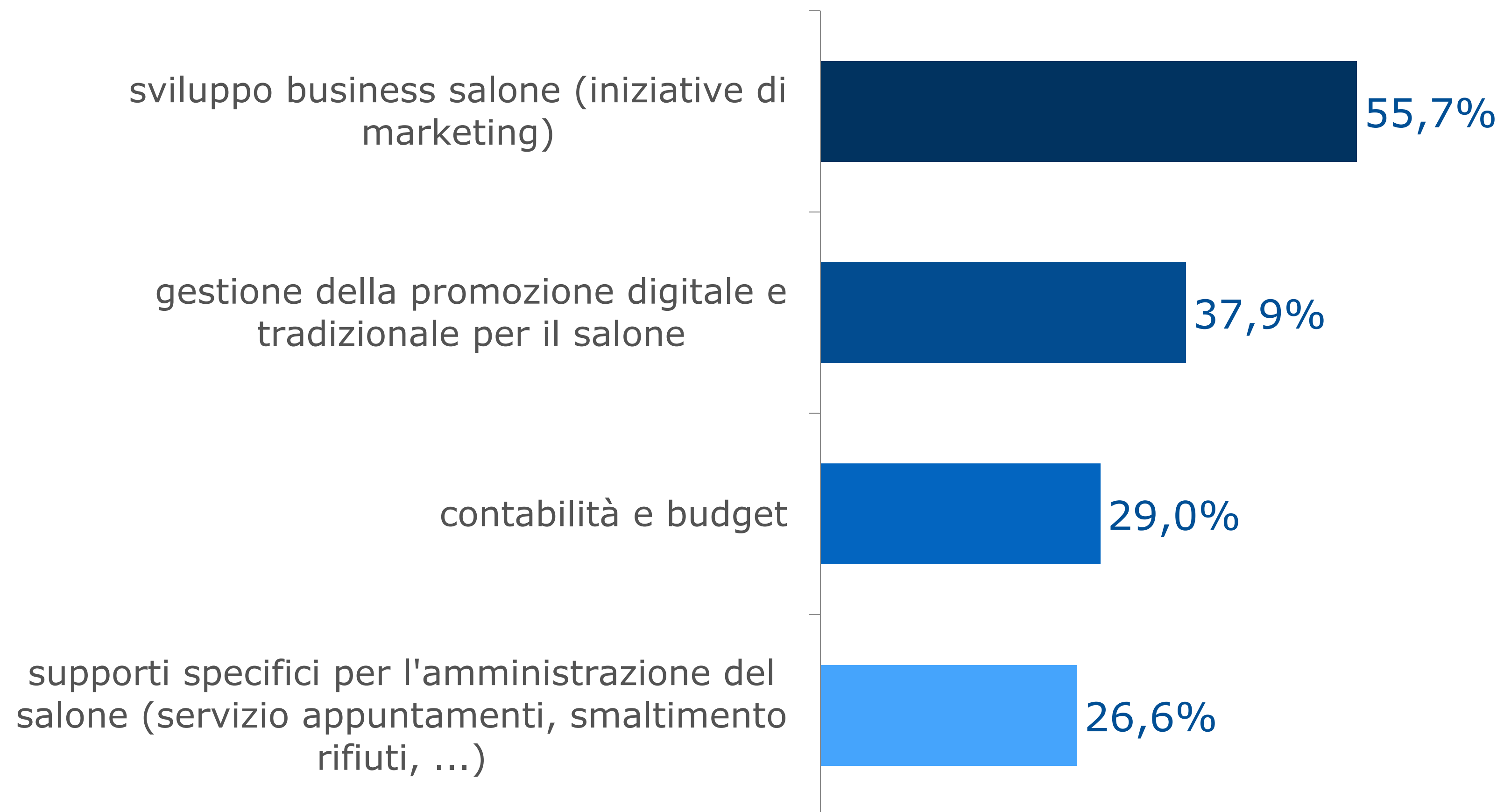
CONFRONTO CON IL 2020

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

Parametri reputati importanti per la selezione dei prodotti nel salone



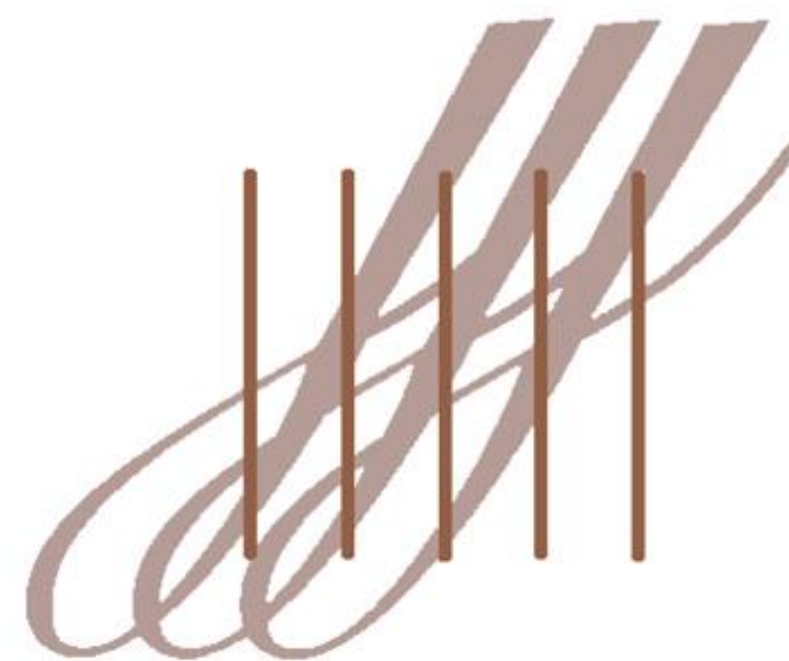
Aree di supporto l'attività del salone



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