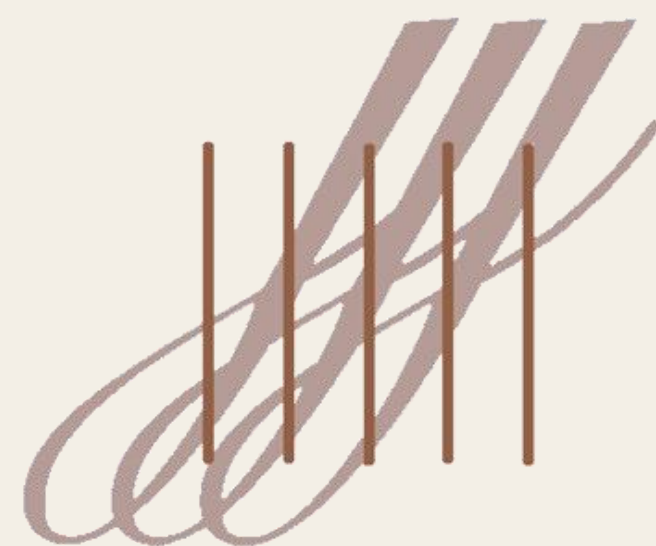


EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE

edizione 2026



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

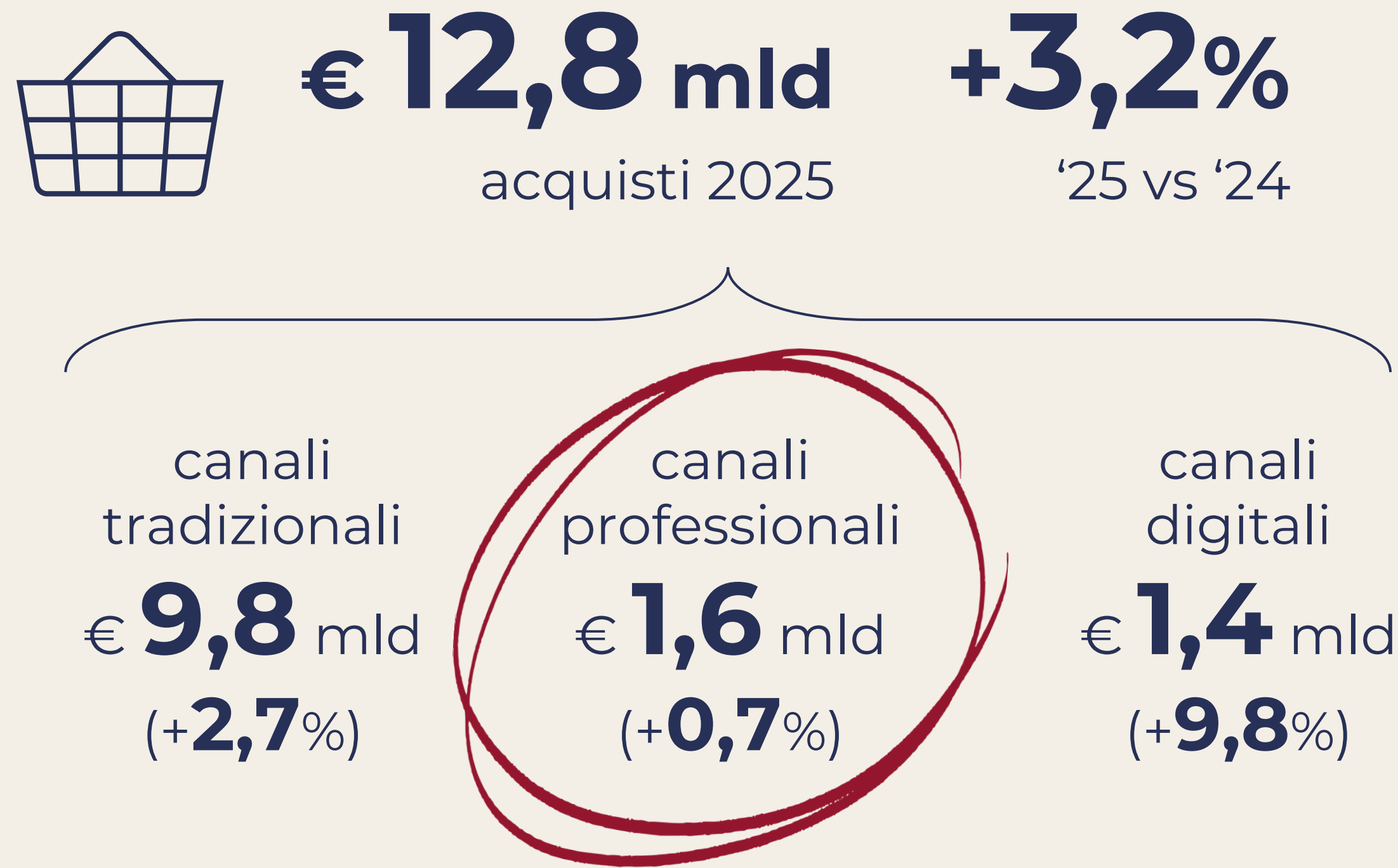
In collaborazione con il Centro Studi di



COSMETICA ITALIA

Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche

Valore dei consumi beauty in Italia



Dalle previsioni per il **2026** emerge un rafforzamento della propensione al consumo confermato da una crescita attesa nel beauty pari a **+3,5%**.

I consumi beauty in Italia nel dettaglio

canali	valore 2025	'25 vs '24
grocery	€ 4.700 mn	+ 1,6 %
farmacia	€ 2.220 mn	+ 2,5 %
profumeria	€ 2.071 mn	+ 5,1 %
e-commerce	€ 1.424 mn	+ 9,8 %
erboristeria	€ 516 mn	+ 2,3 %
monomarca	€ 314 mn	+ 5,7 %
acconciatura	€ 1.111 mn	+ 0,2 %
estetica	€ 431 mn	+ 2,1 %

categorie	valore 2025	'25 vs '24
cura pelle	€ 4.301 mn	+ 3,2 %
cura capelli	€ 2.951 mn	+ 4,1 %
detergenza	€ 2.259 mn	+ 1,6 %
make-up	€ 1.724 mn	+ 0,1 %
franzanze	€ 1.551 mn	+ 7,4 %

top 3 best performer	blush	€ 55 mn	+10,2%
	hair styling	€ 169 mn	+ 8,3 %
	franzanze uomo	€ 343 mn	+6,2%

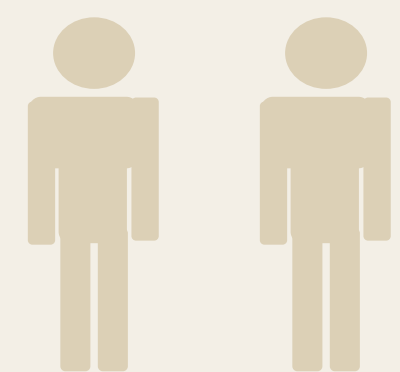
Andamento delle categorie beauty cross canale

categoria	totale		cura pelle		cura capelli		detergenza		make-up		fragranze	
	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24
canale												
grocery	€ 4.700 mn	+1,6%	€ 1.426 mn	+2,0%	€ 1.033 mn	+4,7%	€ 1.615 mn	+0,1%	€ 393 mn	-0,6%	€ 233 mn	+0,9%
farmacia	€ 2.220 mn	+2,5%	€ 1.485 mn	+2,9%	€ 179 mn	-0,1%	€ 364 mn	+2,3%	€ 131 mn	+0,8%	€ 61 mn	+3,7%
profumeria	€ 2.071 mn	+5,1%	€ 421 mn	+1,1%	€ 56 mn	+21,8%	€ 50 mn	-1,0%	€ 585 mn	+4,0%	€ 959 mn	+7,2%
e-commerce	€ 1.424 mn	+9,8%	€ 491 mn	+11,2%	€ 432 mn	+14,2%	€ 125 mn	+26,2%	€ 220 mn	-13,0%	€ 155 mn	+25,3%
erboristeria	€ 516 mn	+2,3%	€ 124 mn	+2,0%	€ 122 mn	+0,9%	€ 76 mn	+1,1%	€ 84 mn	+3,3%	€ 109 mn	+4,2%
monomarca	€ 314 mn	+5,7%	€ 43 mn	+4,2%	€ 47 mn	+1,5%	€ 30 mn	+2,0%	€ 159 mn	+7,4%	€ 34 mn	+9,7%
acconciatura	€ 1.111 mn	+0,2%	-	-	€ 1.072 mn	+0,2%	-	-	€ 39 mn	-4,8%	-	-
estetica	€ 431 mn	+2,1%	€ 310 mn	+2,2%	€ 9 mn	+1,3%	-	-	€ 112 mn	+1,8%	-	-
totale	€ 12.787 mn	+3,2%	€ 4.301 mn	+3,2%	€ 2.951 mn	+4,1%	€ 2.259 mn	+1,6%	€ 1.724 mn	+0,1%	€ 1.551 mn	+7,4%

Elementi strutturali del salone

Si registra nell'ultimo anno un aumento del numero di persone che lavorano all'interno del salone e un consolidamento dell'offerta eterogenea verso il pubblico femminile e maschile.

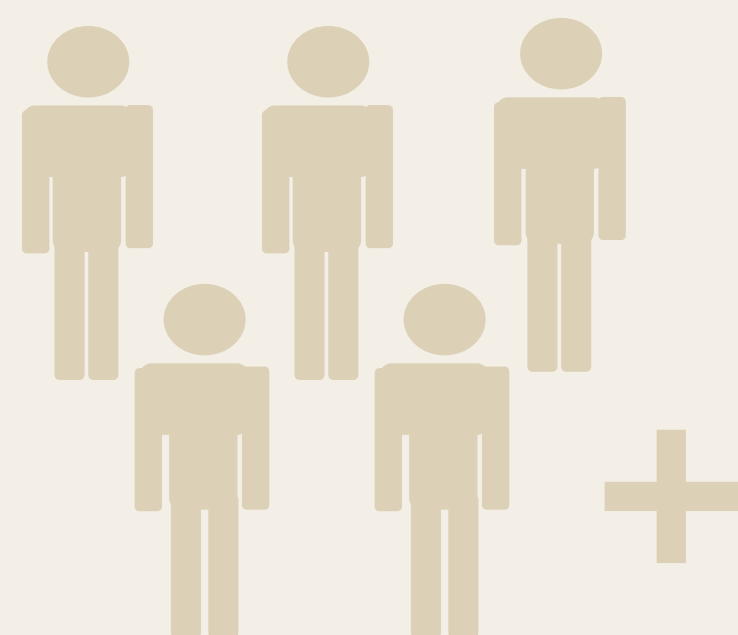
Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



1-2 persone
44,3%



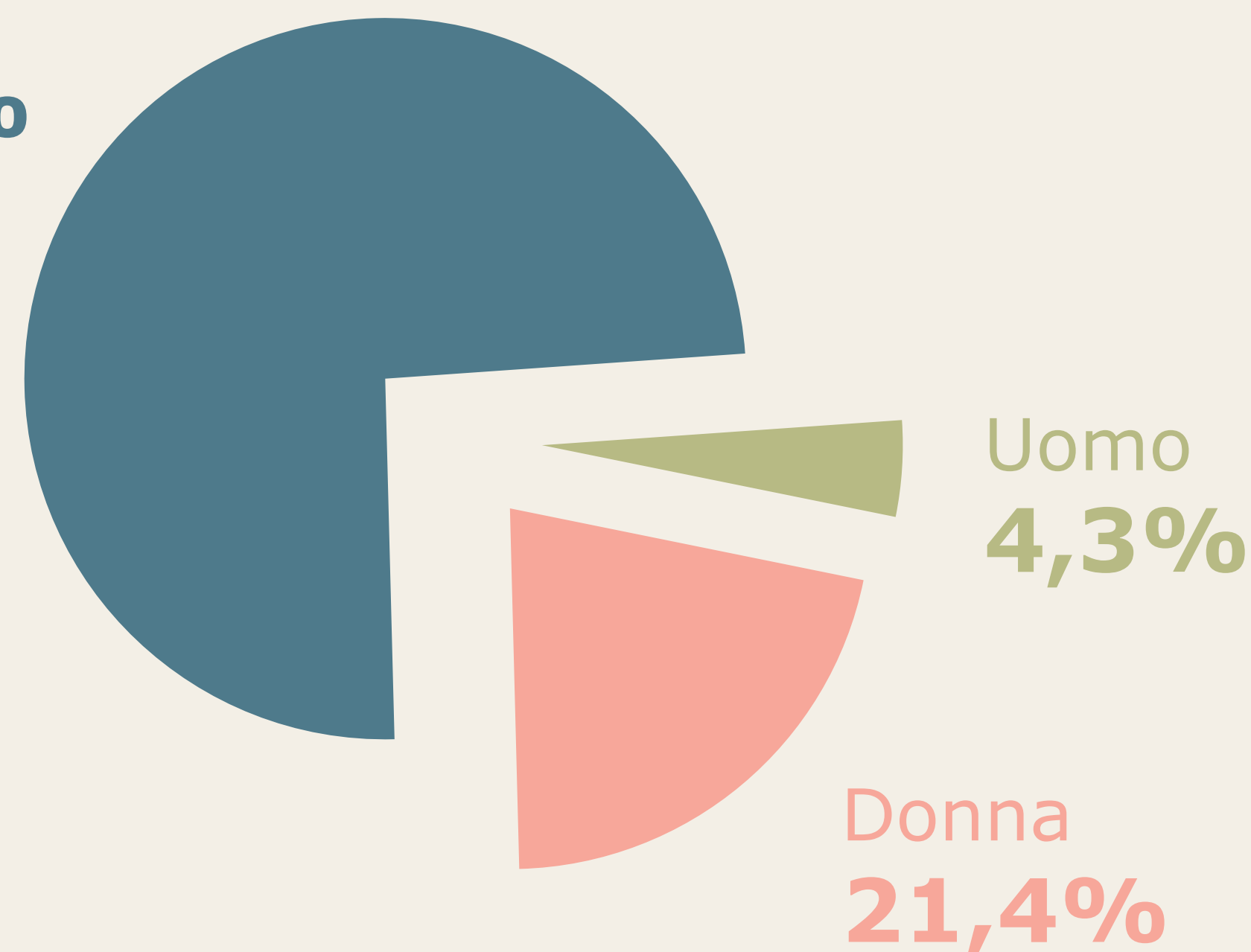
3-4 persone
36,2%



5 o più persone
19,5%

Tipologia di appartenenza del salone:

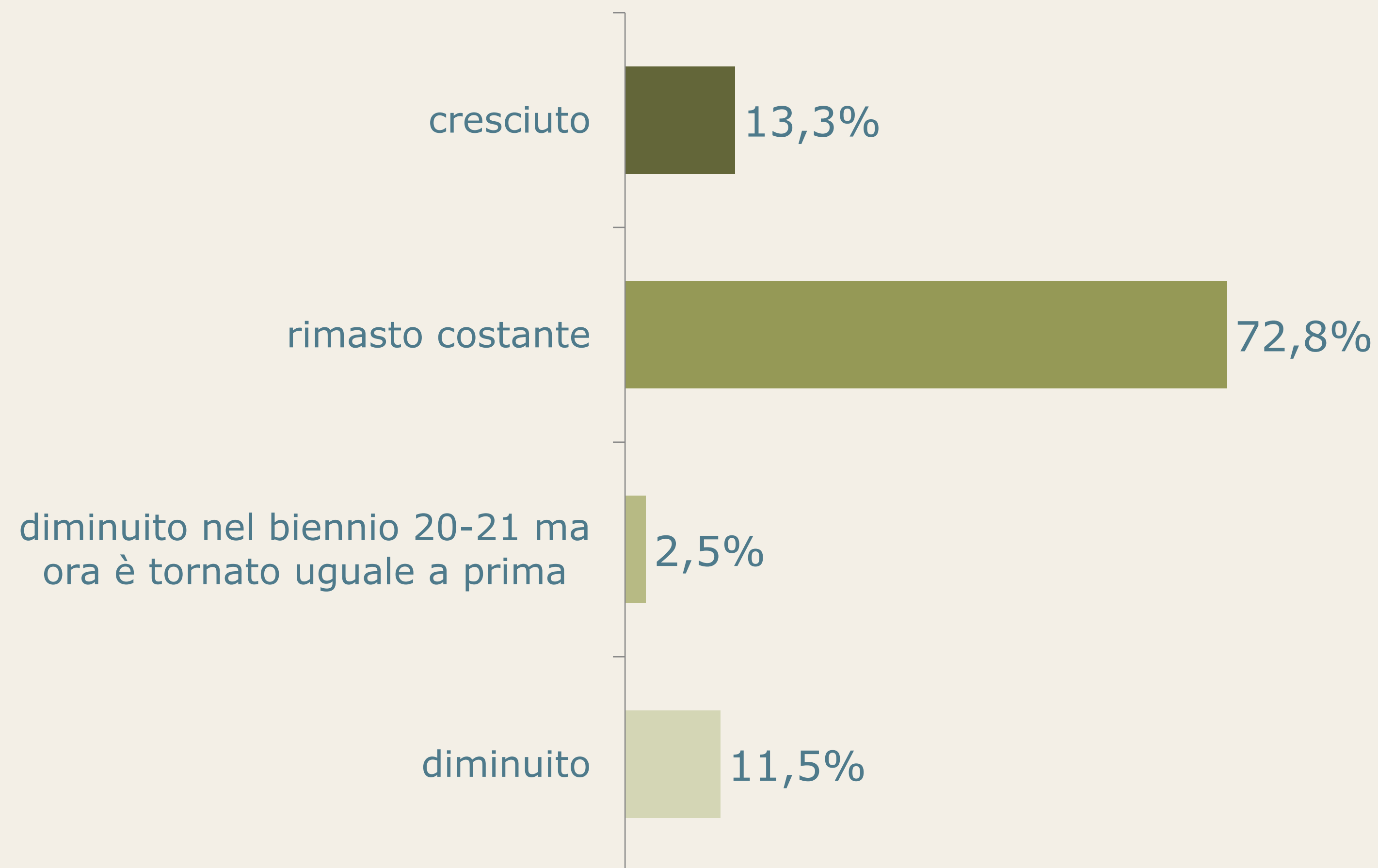
Unisex
74,3%



Base: 971 rispondenti

Nell'ultimo anno, il numero degli addetti nel salone è

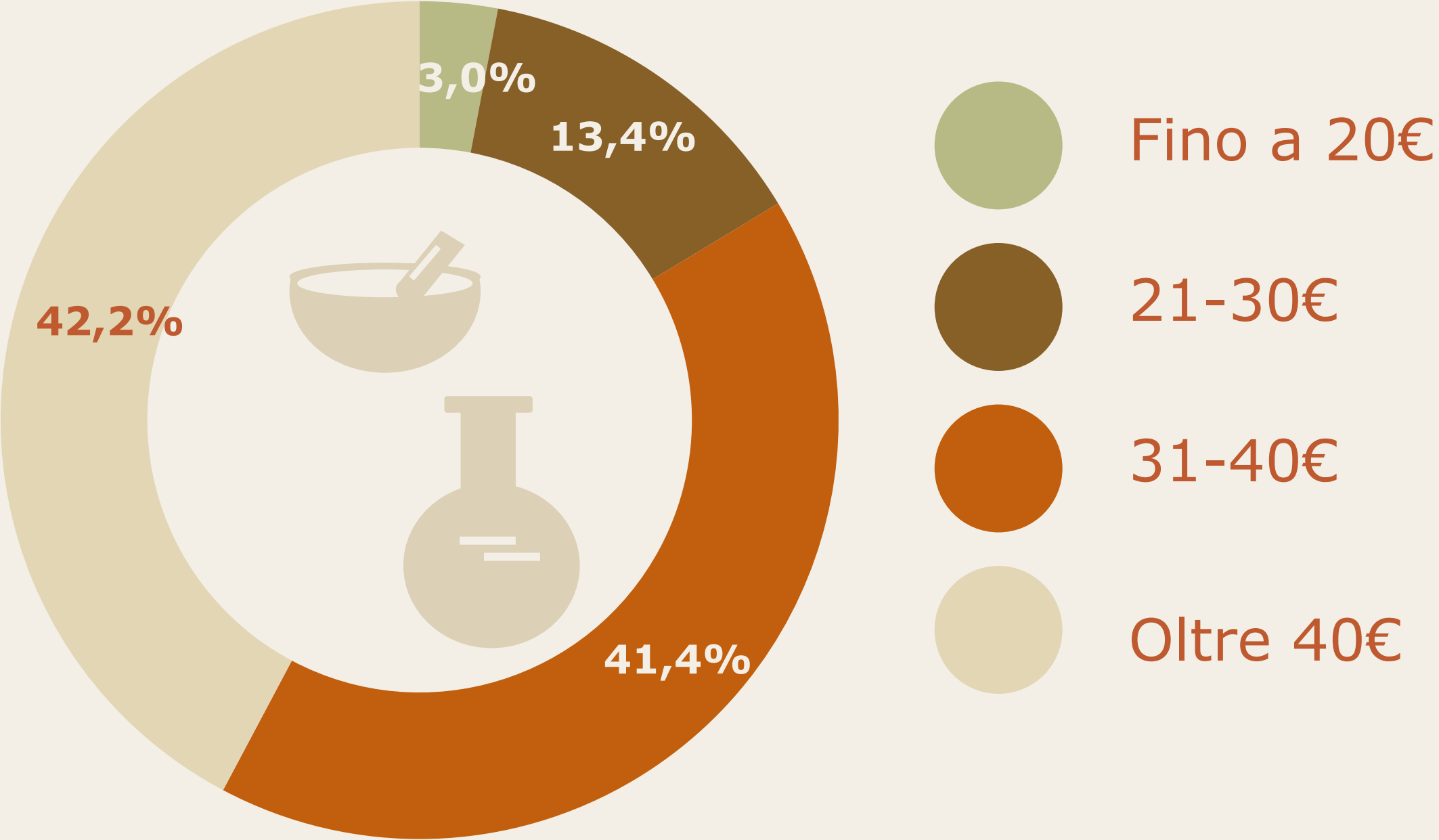
Emerge una presenza costante della forza lavoro nell'ultimo anno



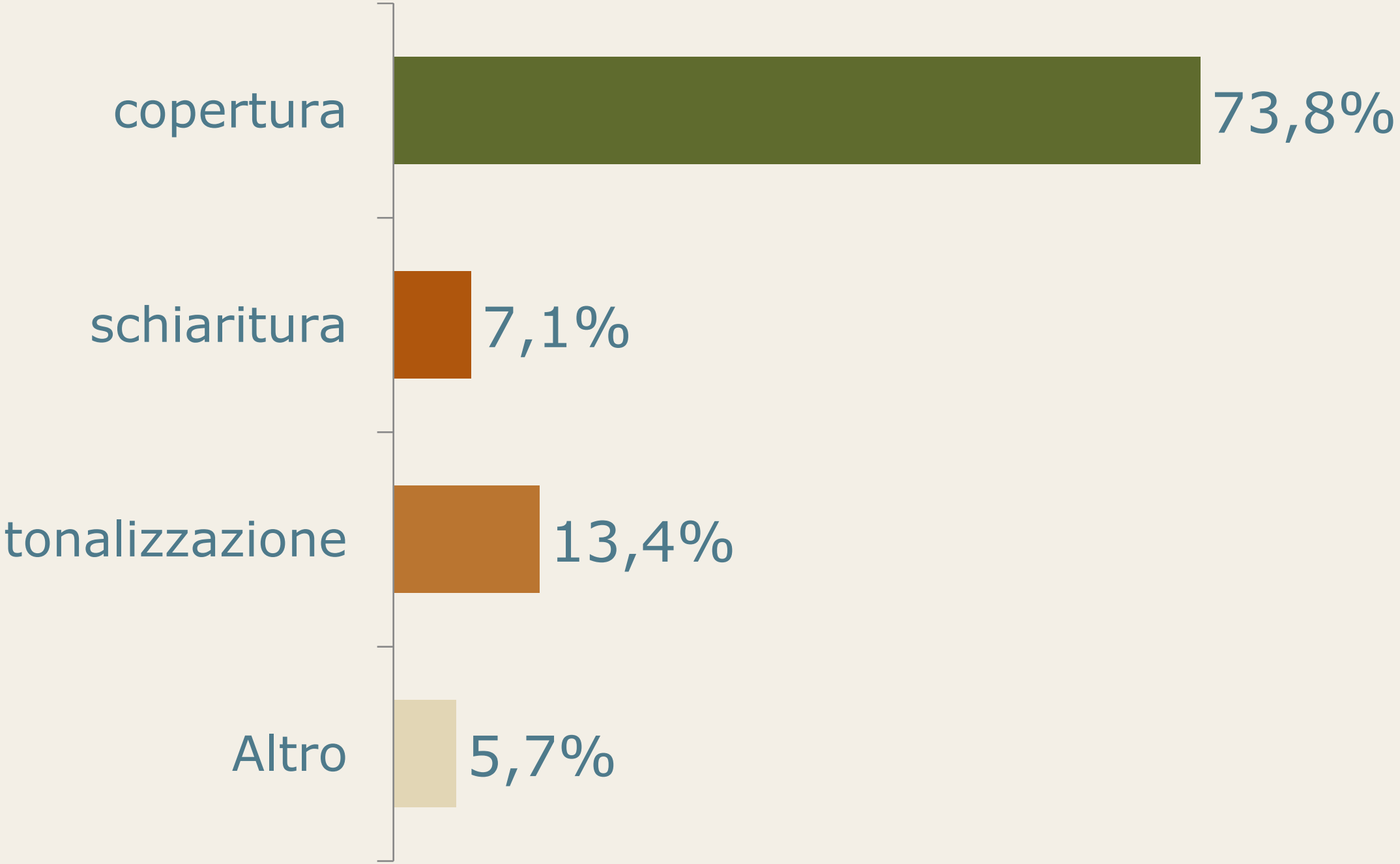
Base: 971 rispondenti

I principali trattamenti legati alla colorazione

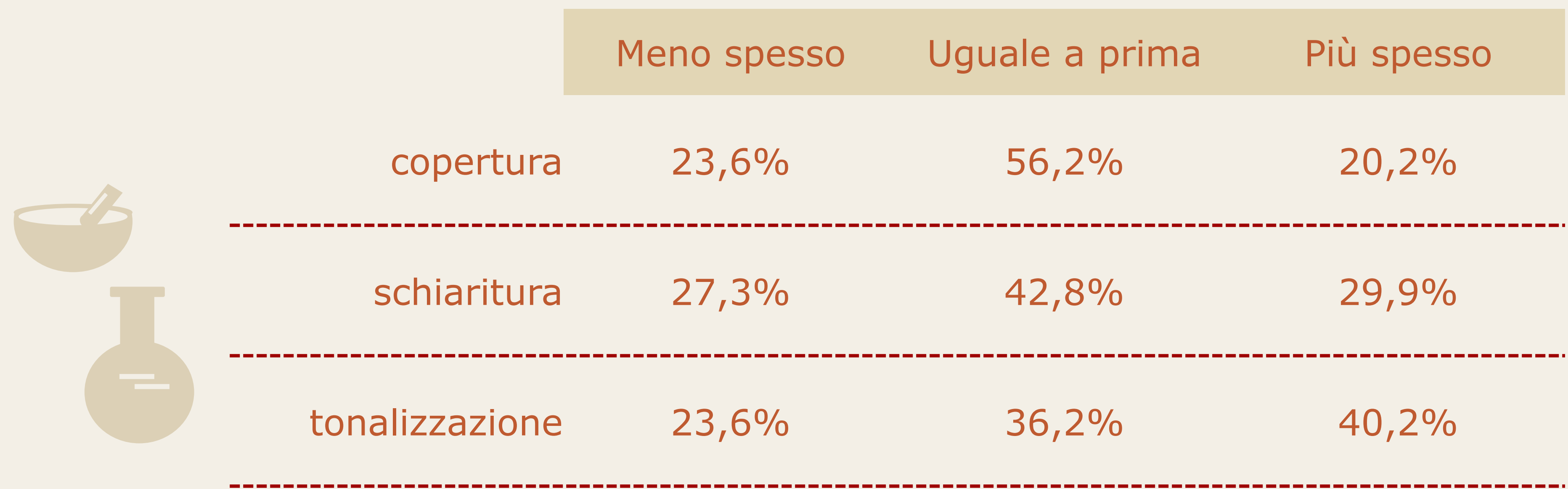
Prezzo colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



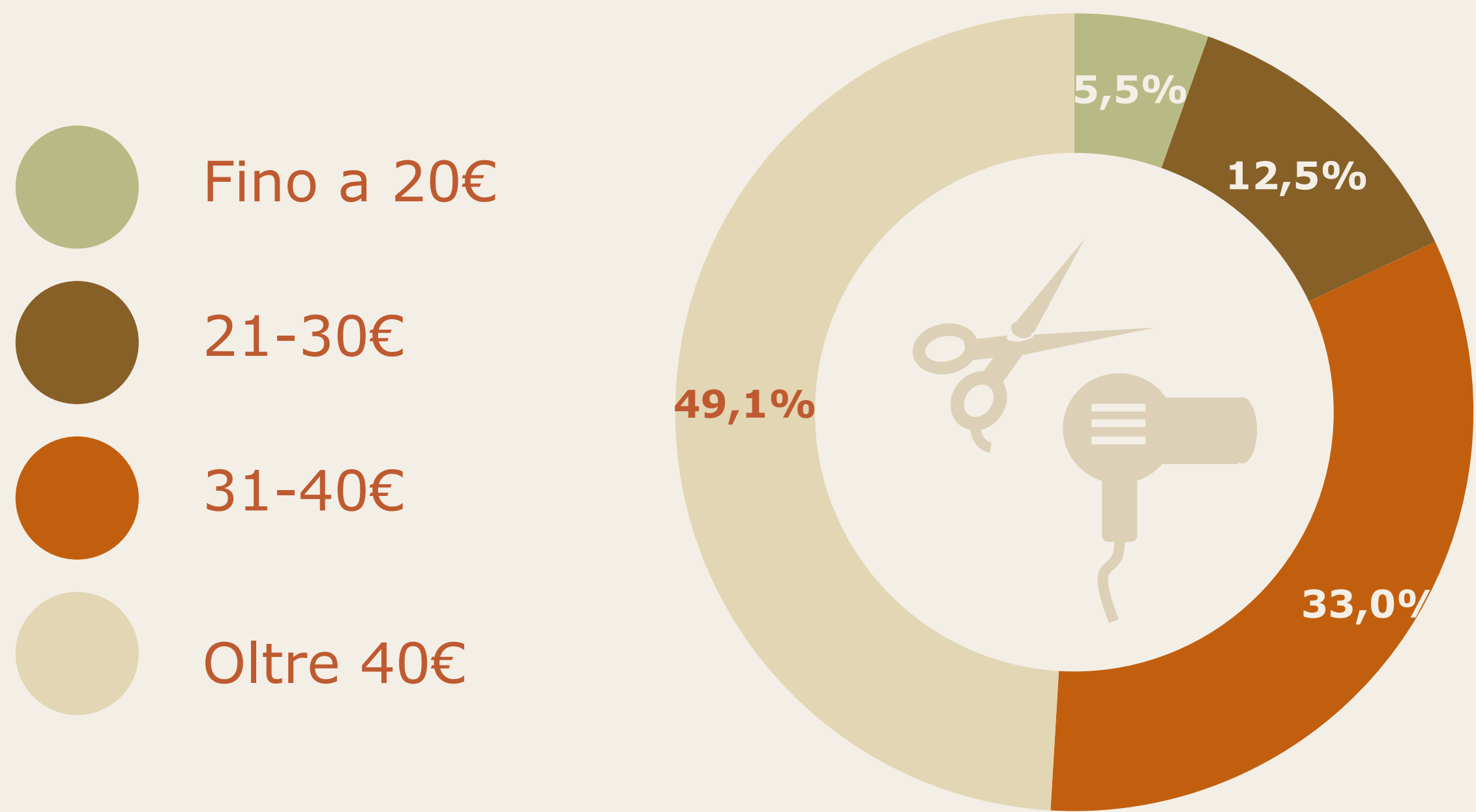
I servizi colore più effettuati nell'ultimo anno



Frequenza dei servizi colore negli ultimi cinque anni



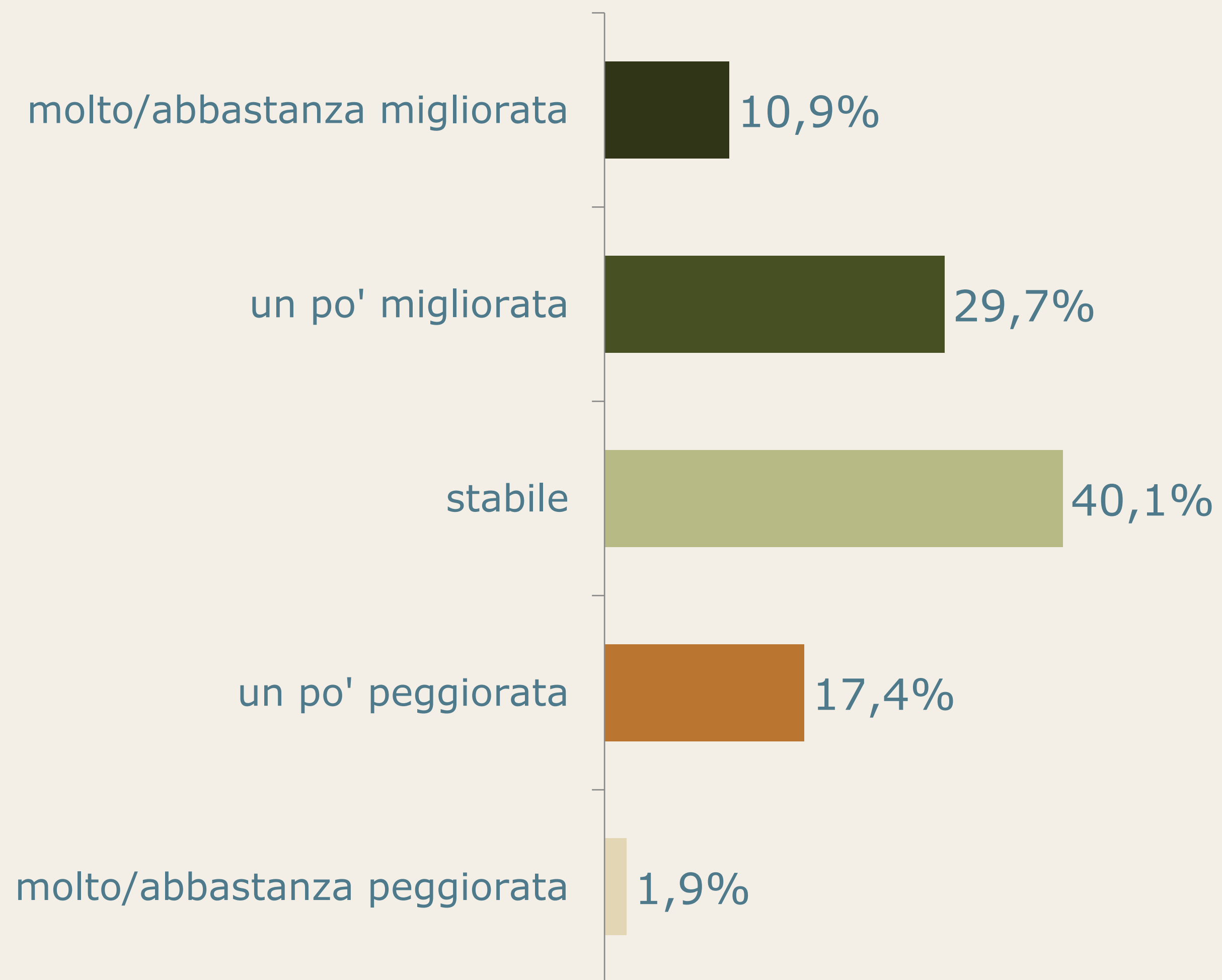
Prezzi applicati su taglio e messa in piega



Frequenza rispetto all'anno precedente

	Meno spesso	Uguale a prima	Più spesso
taglio	13,6%	65,9%	20,4%
messa in piega	36,4%	48,5%	15,1%

Nel 2023 la situazione economica del salone è...



Principali misure adottate nel 2023, per sostenere la ripresa delle attività del salone



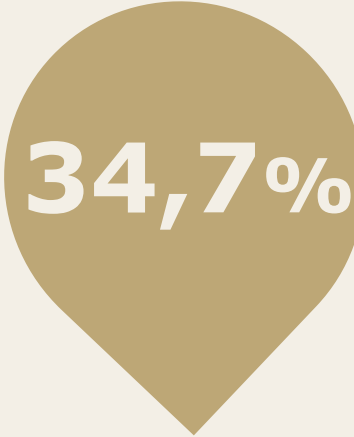
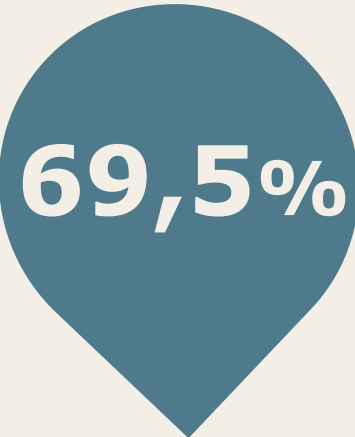
Possibili più risposte

Attività di formazione negli ultimi cinque anni

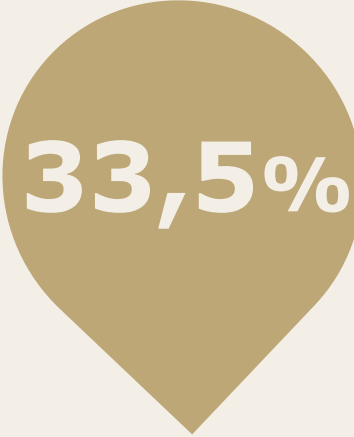
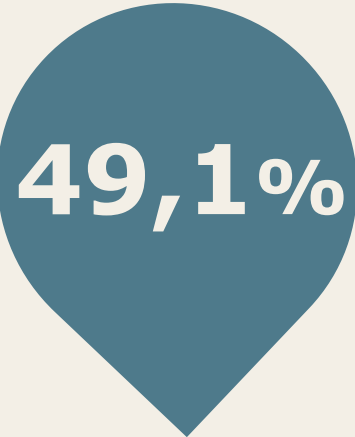
Partecipazione a corsi di tipo:

CONFRONTO CON IL 2020

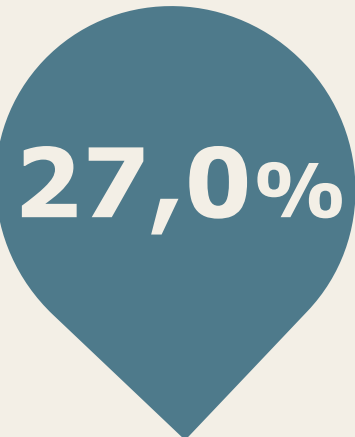
TECNICO



STILISTICO



MANAGERIALE

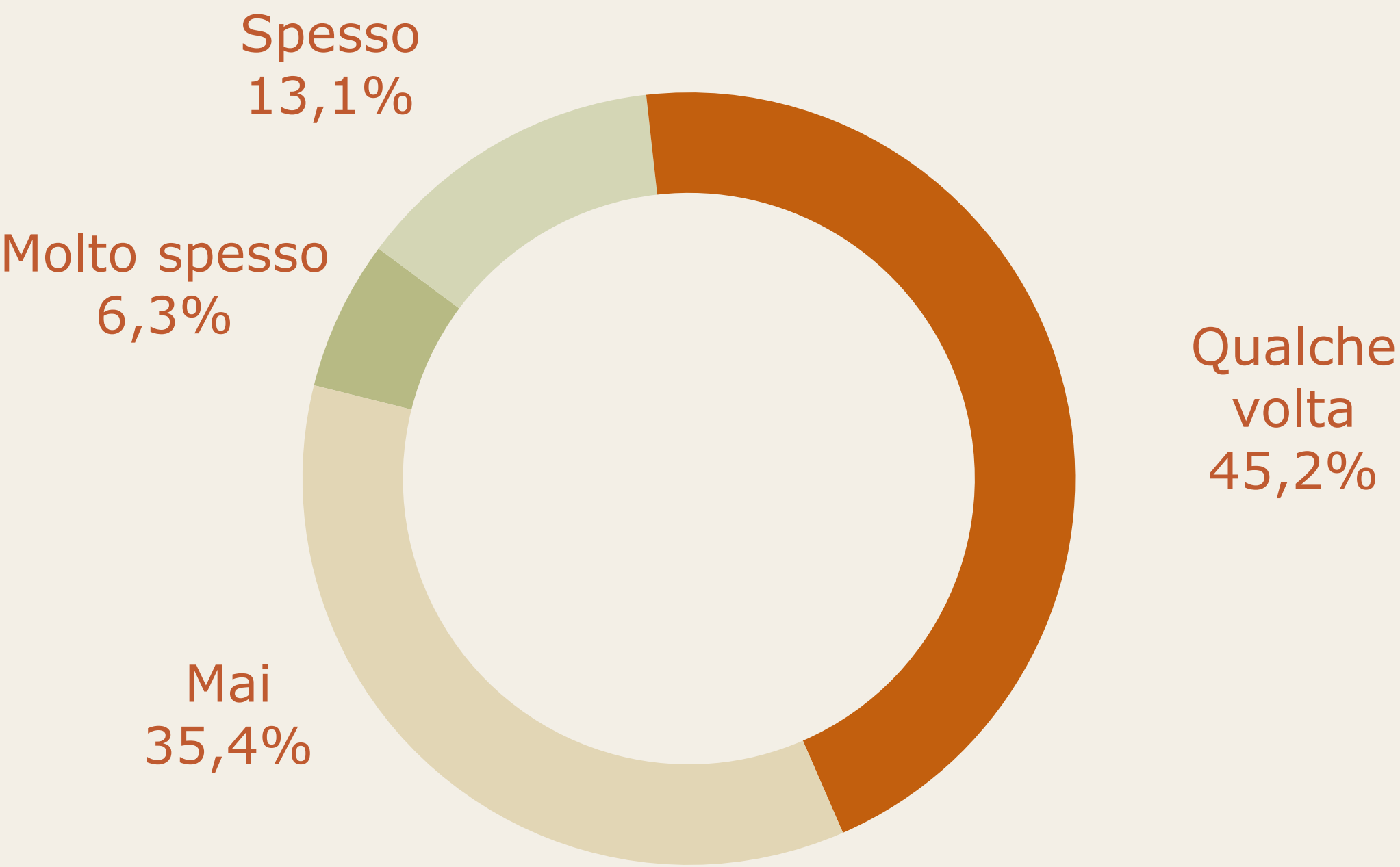


NESSUN CORSO



Attività di formazione

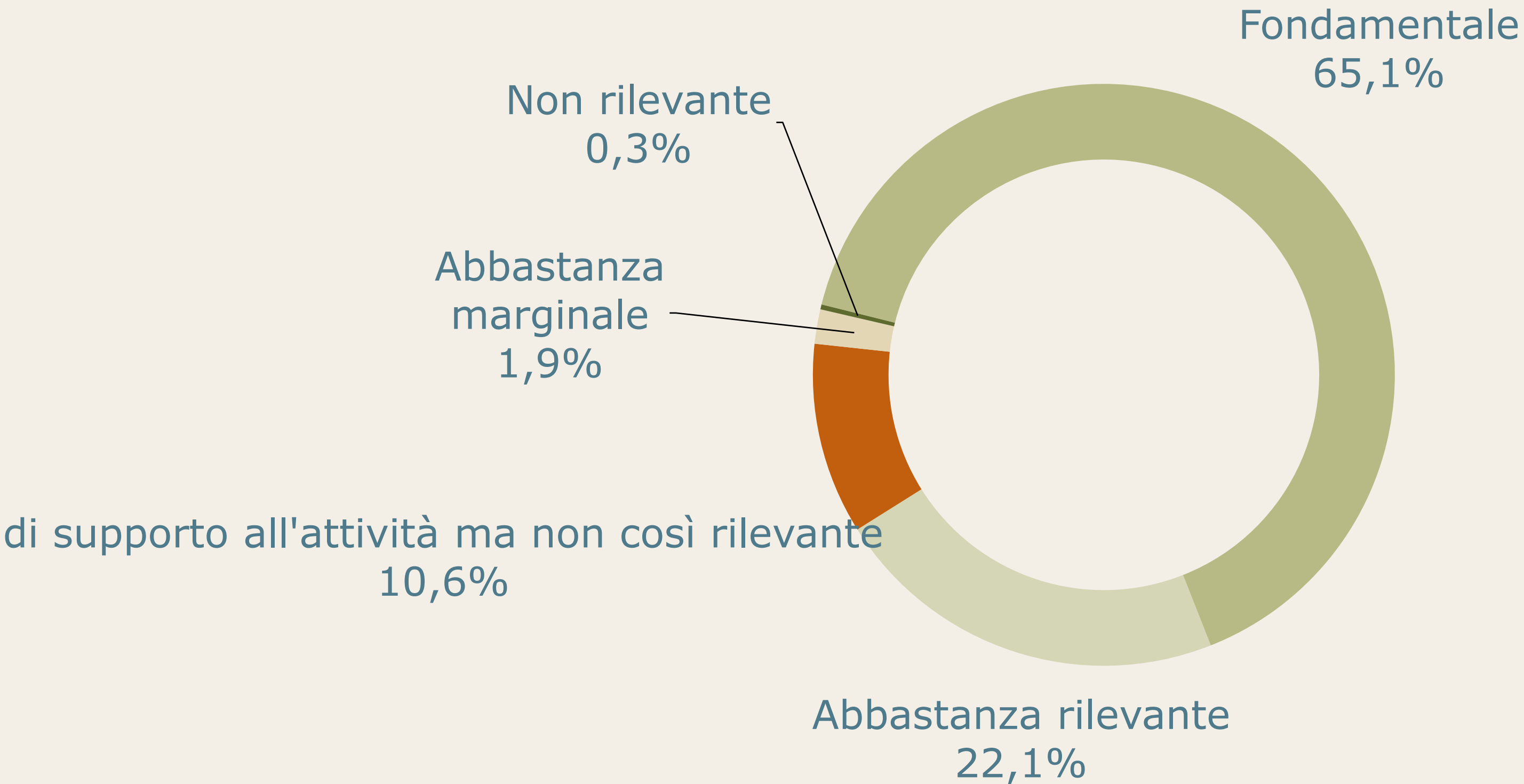
Nell'ultimo periodo, frequenza della formazione di tipo digitale:



...e in futuro verrà svolta:



Ruolo della formazione per il salone



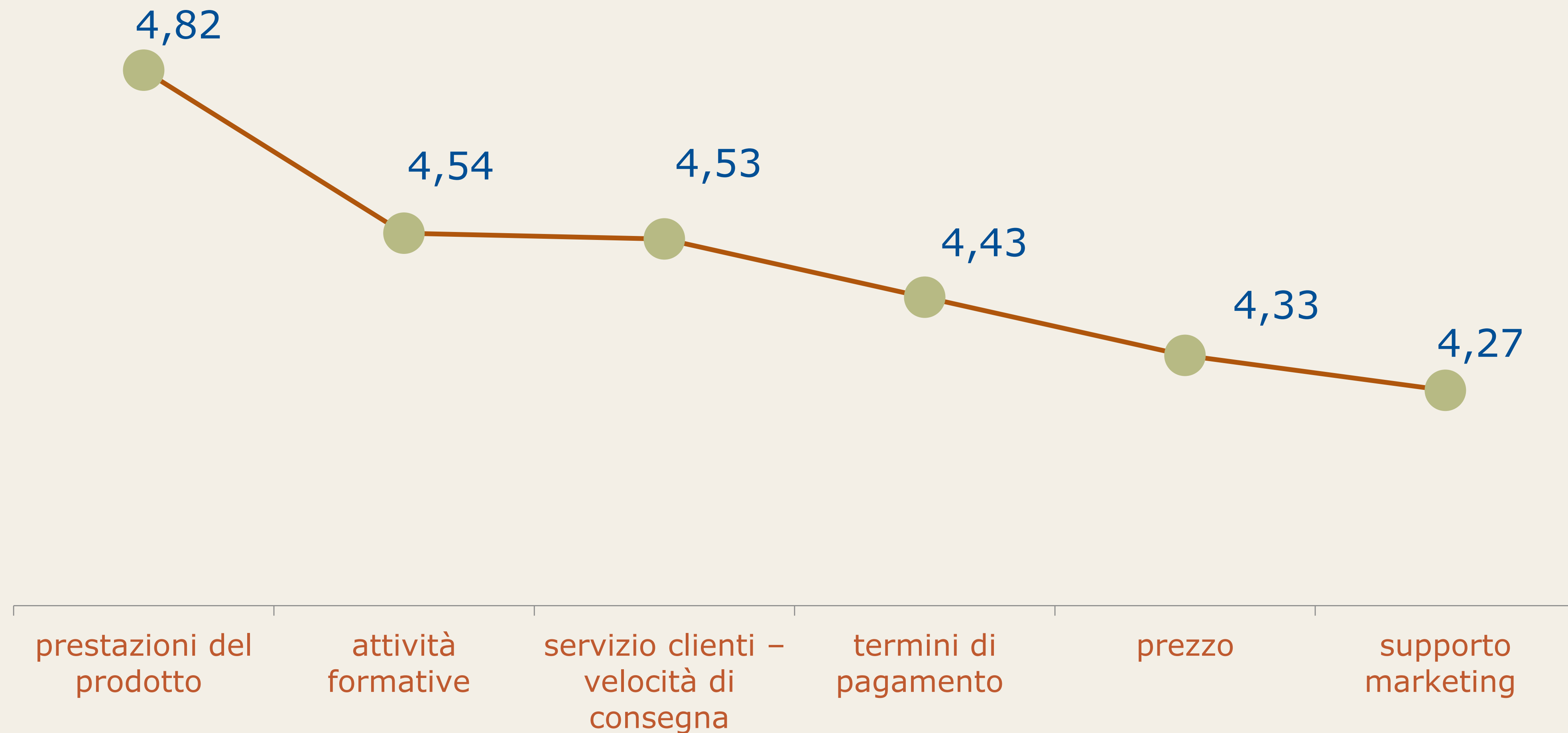
L'approvvigionamento di prodotti cosmetici per il mio salone avviene...

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

CONFRONTO CON IL 2020

Prevalentemente o esclusivamente dal rappresentante	58,3%	33,8%
In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante	18,3%	25,4%
Prevalentemente o esclusivamente dal grossista / distributore	10,4%	17,4%
Aziende produttrici con brand	9,8%	16,6%
Canale e-commerce	4,3%	4,9%
Aziende produttrici conto terzi (nessun brand)	2,0%	1,9%

Parametri reputati importanti per la selezione dei prodotti nel salone



Aree di supporto l'attività del salone



Possibili più risposte

Interventi concreti per incrementare la sostenibilità ambientale e sociale per il salone

INTRODUZIONE PRODOTTI CON MINOR IMPATTO ECOLOGICO E/O DERIVANTI DAL RICICLO

33,3%

MIGLIORAMENTO DEL CONTESTO LAVORATIVO NEL SALONE (WELFARE AZIENDALE)

31,5%

EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DEI LOCALI (COIBENTAZIONE, CLIMATIZZAZIONE, ILLUMINAZIONE)

20,6%

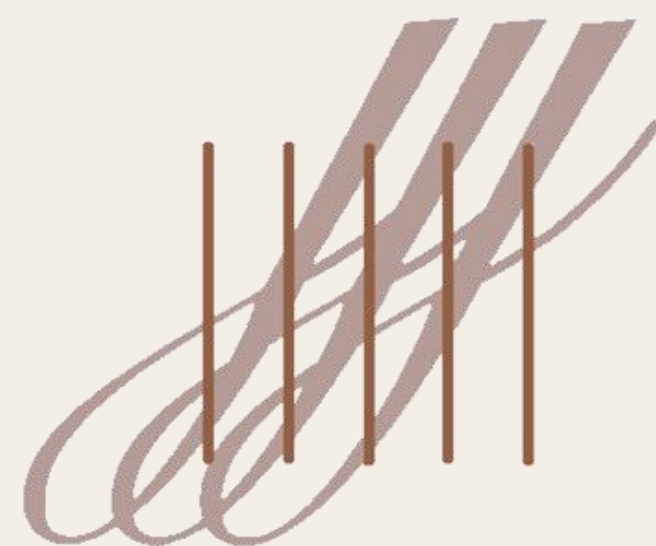
INSTALLAZIONE DI IMPIANTI DI AUTOPRODUZIONE ELETTRICA O DERIVANTI DA ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI

4,2%

NESSUN INTERVENTO SPECIFICO

30,1%

GRAZIE



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

In collaborazione con il Centro Studi di



COSMETICA ITALIA

Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche