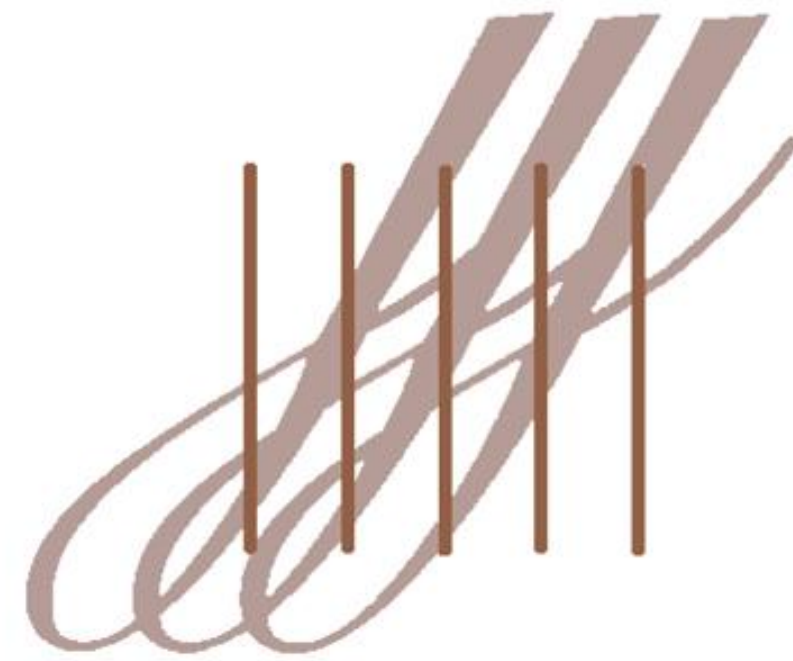


L'EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE

EDIZIONE 2017



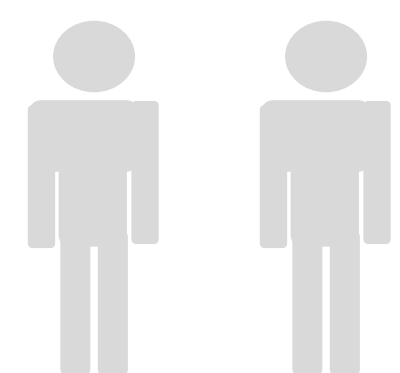
CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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



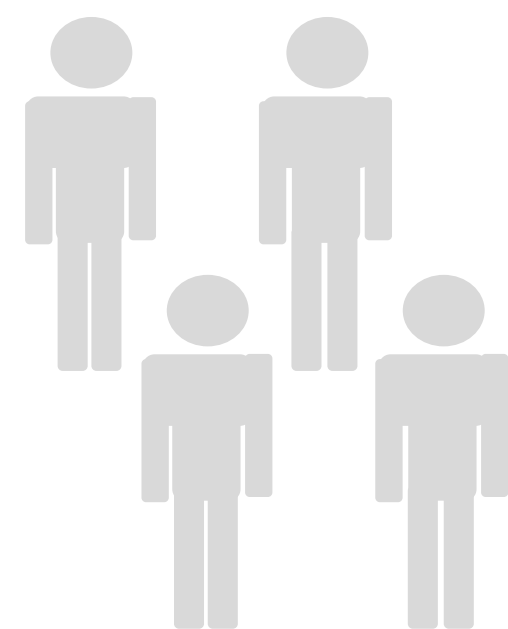
Elementi strutturali del salone: dal 2013* è diminuito il numero medio di persone che lavorano all'interno del salone mentre è in crescita l'attenzione all'uomo

Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



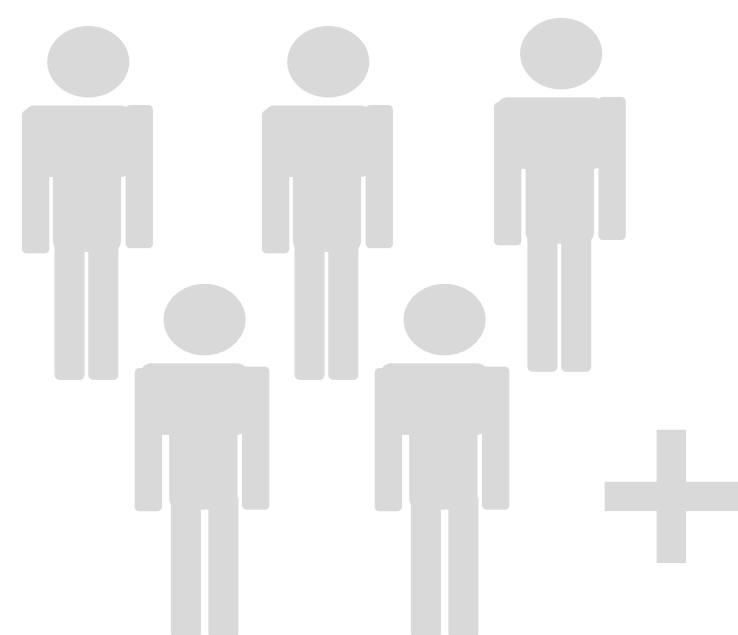
1-2 persone

45,2%



3-4 persone

37,9%



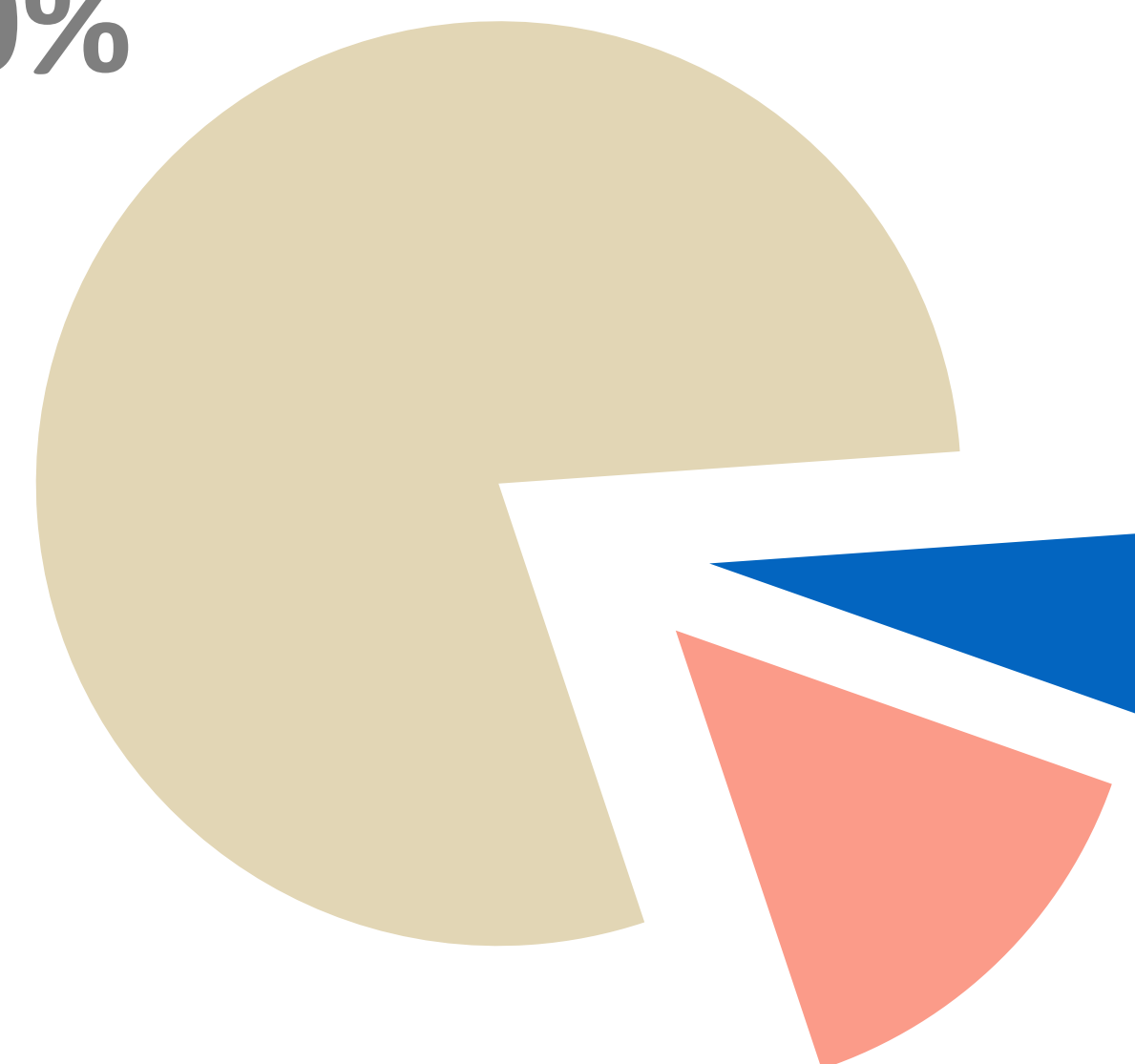
5 o più persone

16,9%

Tipologia di appartenenza del salone:

Unisex

79,0%



Uomo
6,5%

Donna
14,5%

Base: 851 rispondenti

*Ricerca «Scenario dei professionisti dell'acconciatura in Italia», 2013

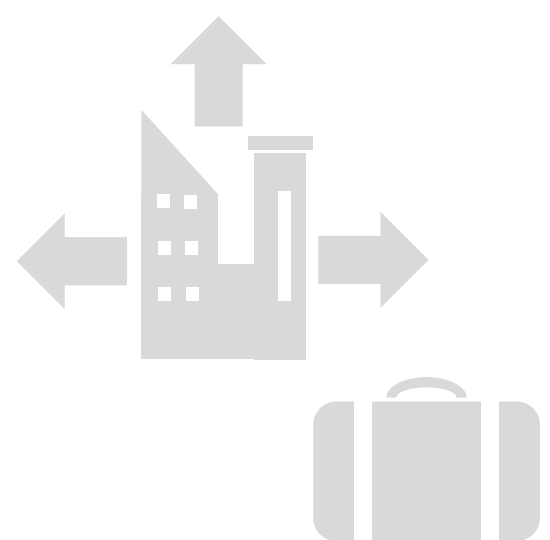
Elementi logistici del salone: il ruolo del rappresentante veicola metà degli acquisti

Gli acquisti di prodotti cosmetici vengono effettuati ...



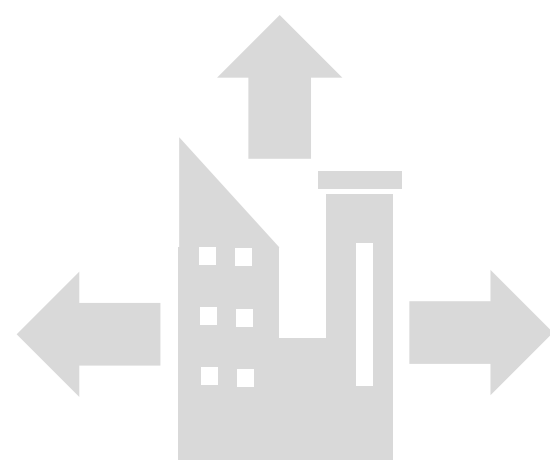
Prevalentemente o esclusivamente dal rappresentante

55,0%



In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante

32,5%

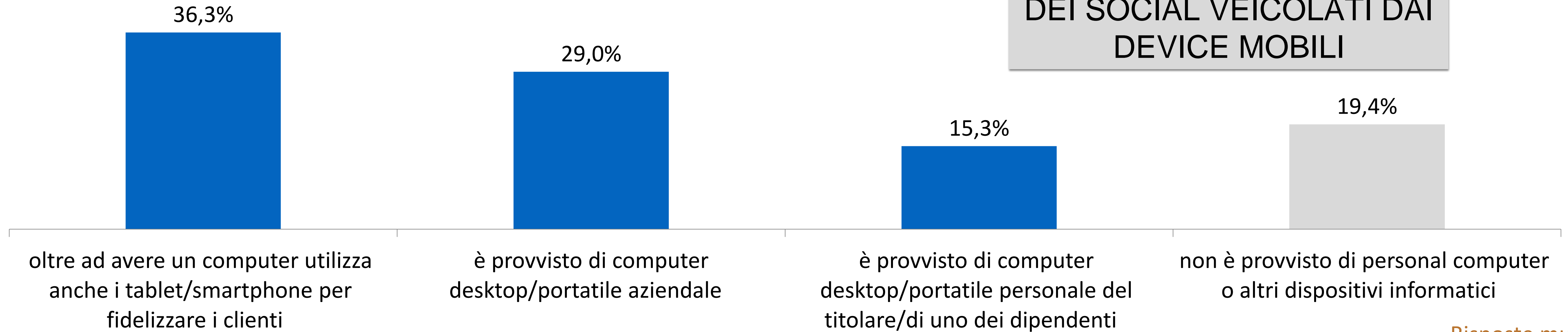


Prevalentemente o esclusivamente dal grossista / distributore

12,5%

IL RAPPRESENTANTE
SI RICONFERMA UN
RUOLO
FONDAMENTALE

Livello di informatizzazione del salone: *tablet e smartphone sono gli strumenti che trainano l'ascesa dei social*



Risposte multiple

Il salone è provvisto e utilizza attivamente ...



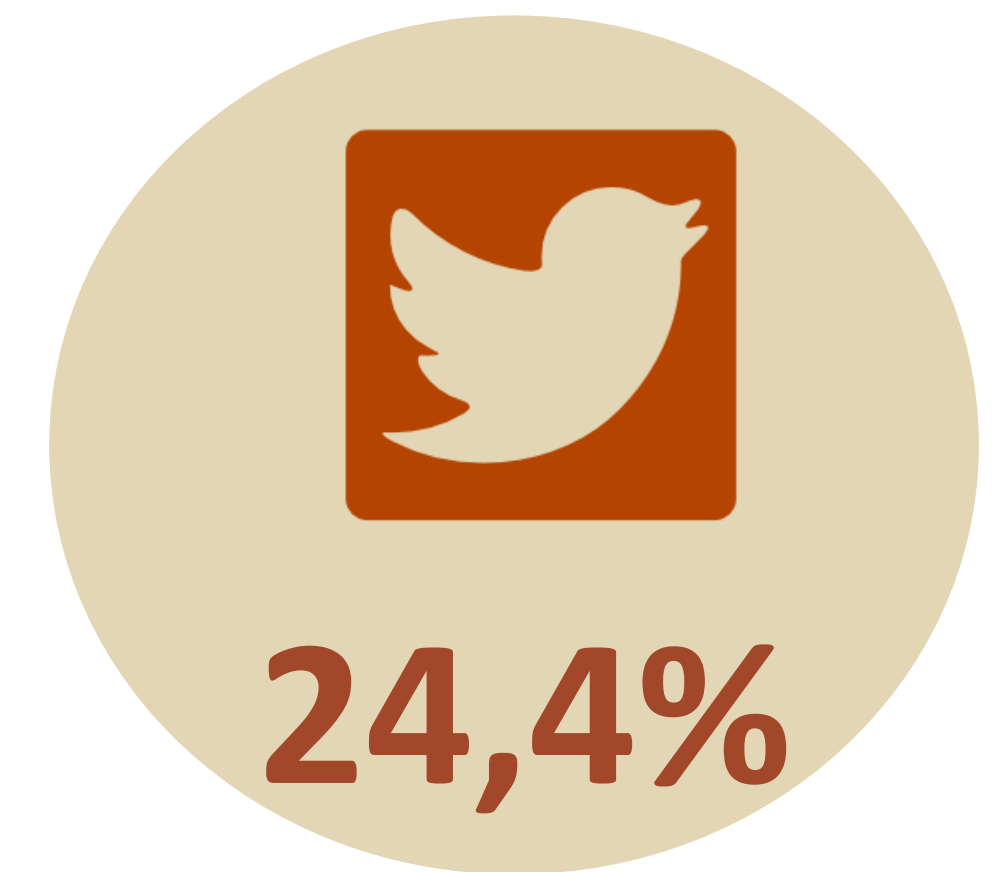
FACEBOOK



SITO WEB



FORUM E BLOG

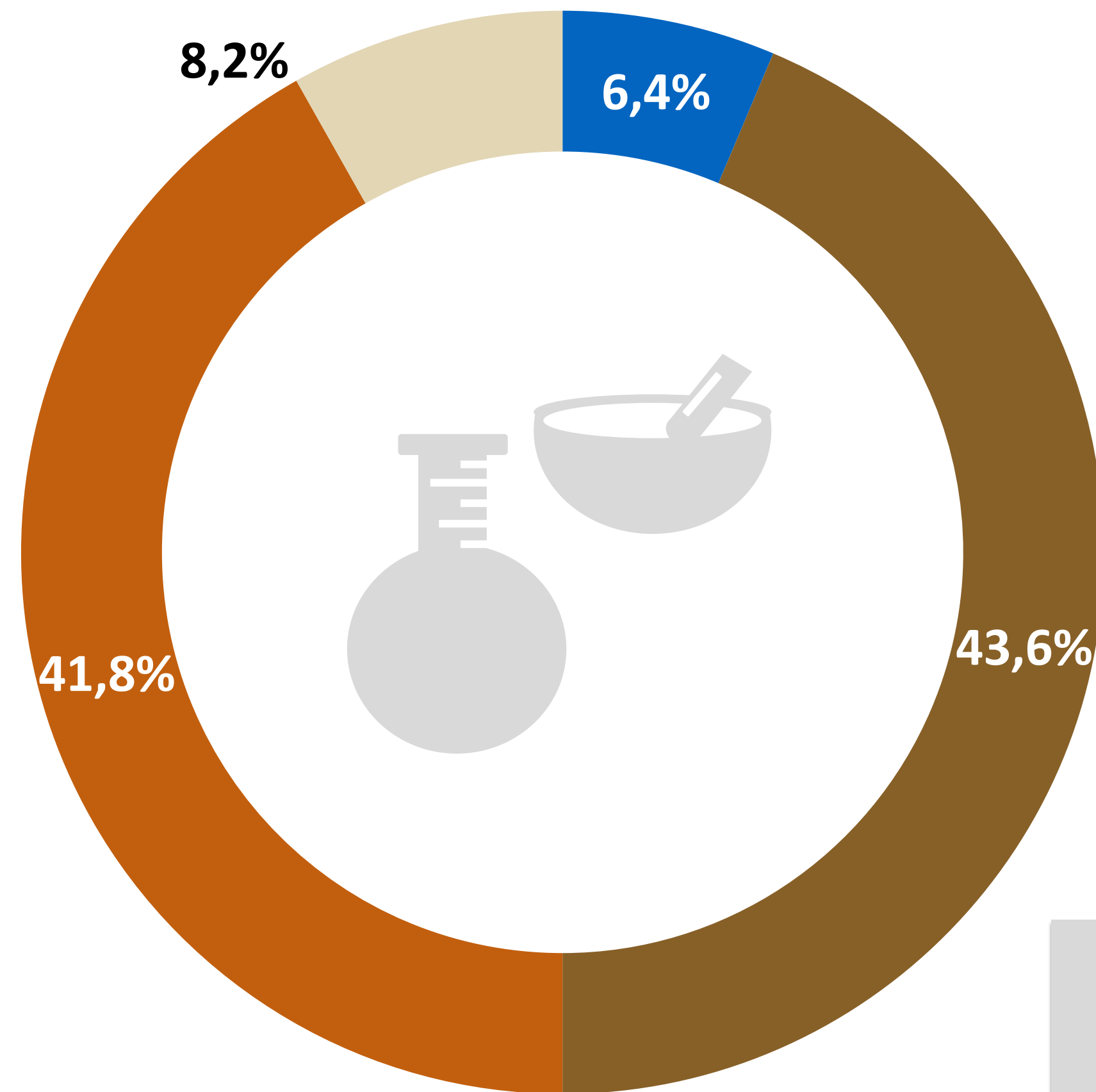


TWITTER

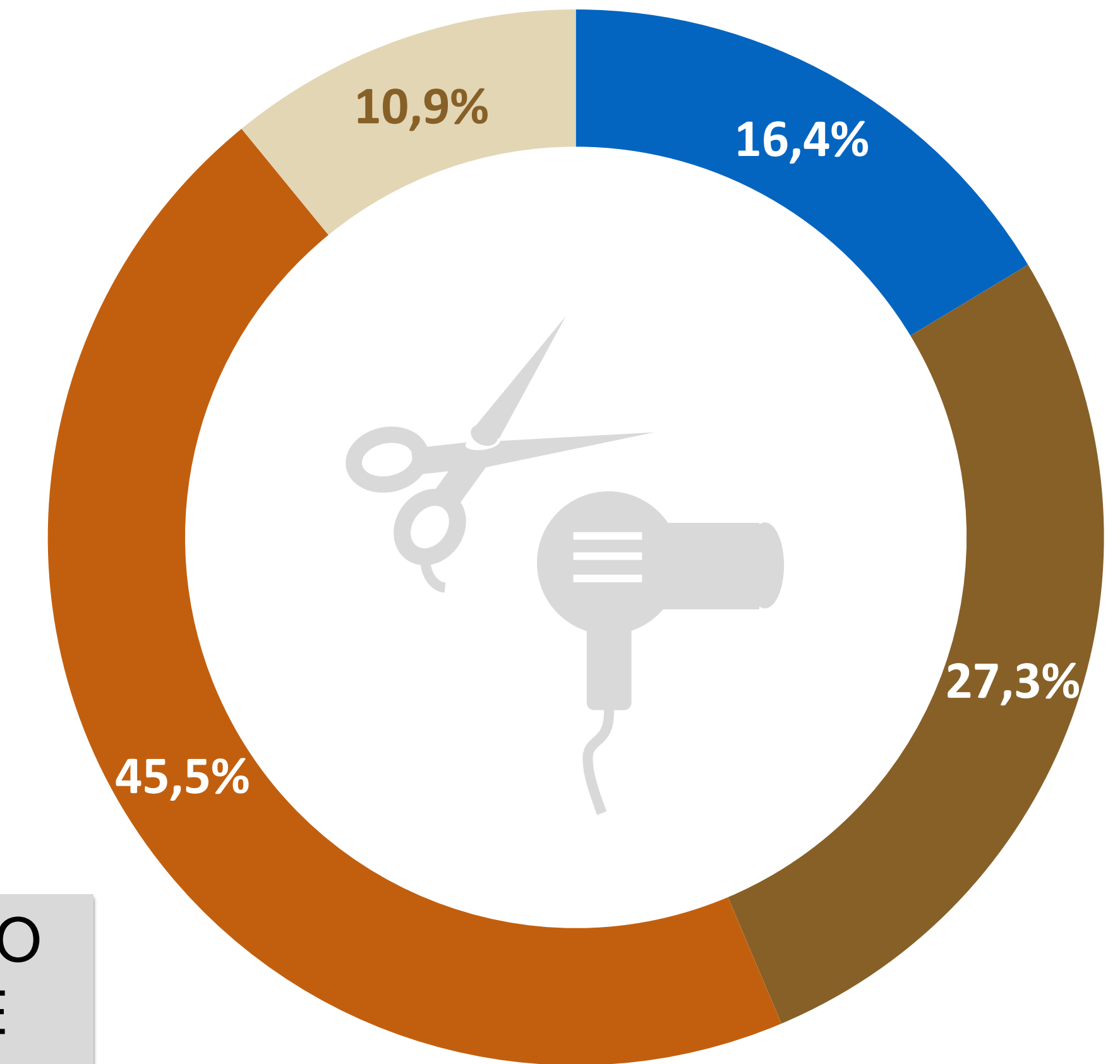
Risposte multiple

Si assiste a un lieve aumento dei prezzi sia sulla colorazione che sul taglio e messa in piega

Colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



Taglio e messa in piega

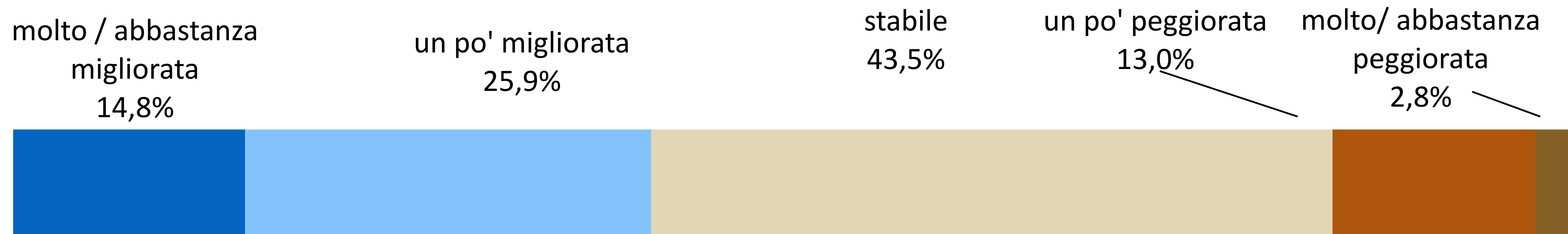


- Fino a 20€
- 21-30€
- 31-40€
- Oltre 40€

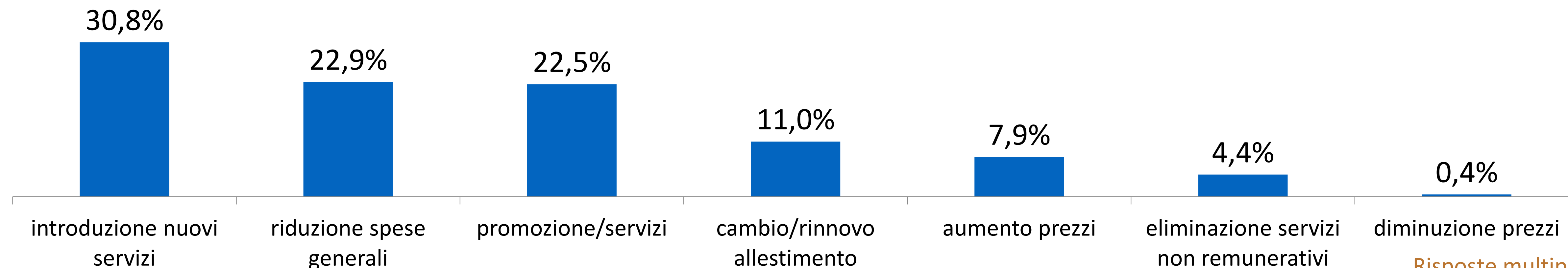
AUMENTA IL PREZZO MEDIO
SIA DI COLORAZIONE CHE
TAGLIO E MESSA IN PIEGA

Negli ultimi 4 anni si assiste a un generale ottimismo post-crisi grazie a manovre correttive non solo sui prezzi ma anche sull'offerta di nuovi servizi

Nel 2016 la situazione economica dei saloni è ...



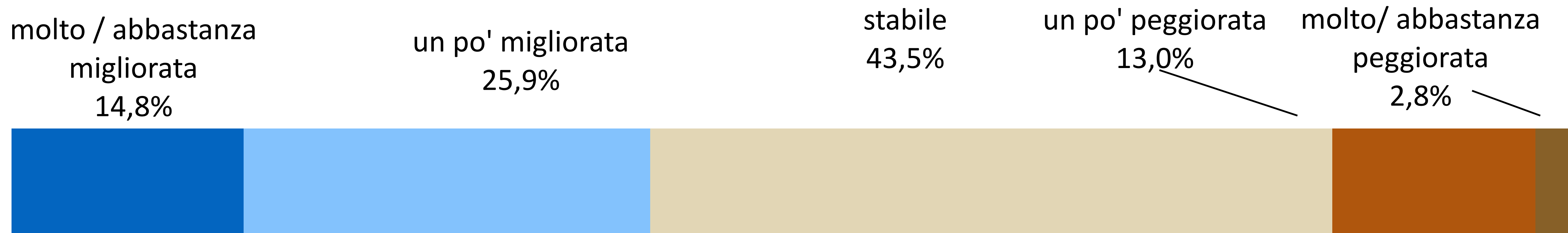
Principali misure adottate nel 2016 per andare oltre la crisi ...



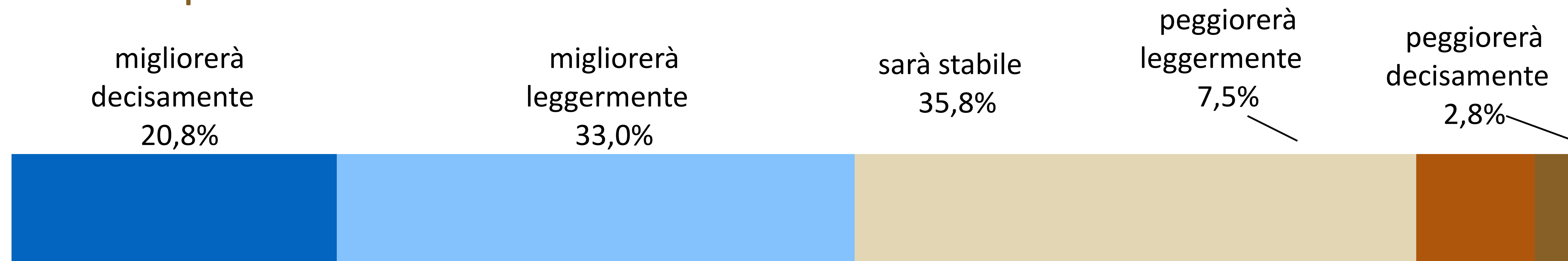
L'anno in corso porterà a un consolidamento della positività manifestata dal canale nel 2016

LA PREVISIONE DELLA
SITUAZIONE ECONOMICA È
OTTIMISTICA

Nel 2016 la situazione economica dei saloni è ...

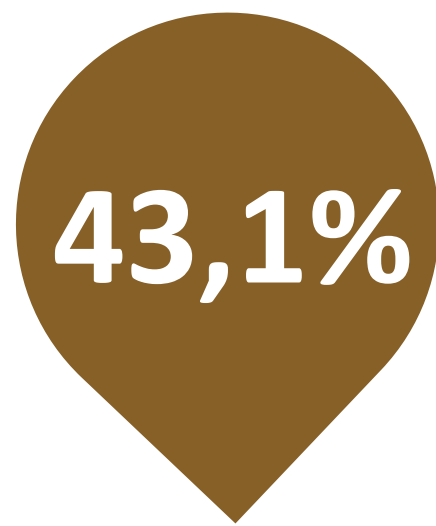


Nel 2017 prevedo che la situazione economica ...



Affrontare la crisi investendo nella propria figura professionale e nei collaboratori grazie a corsi di formazione

Nell'ultimo anno, partecipazione a corsi di tipo ...



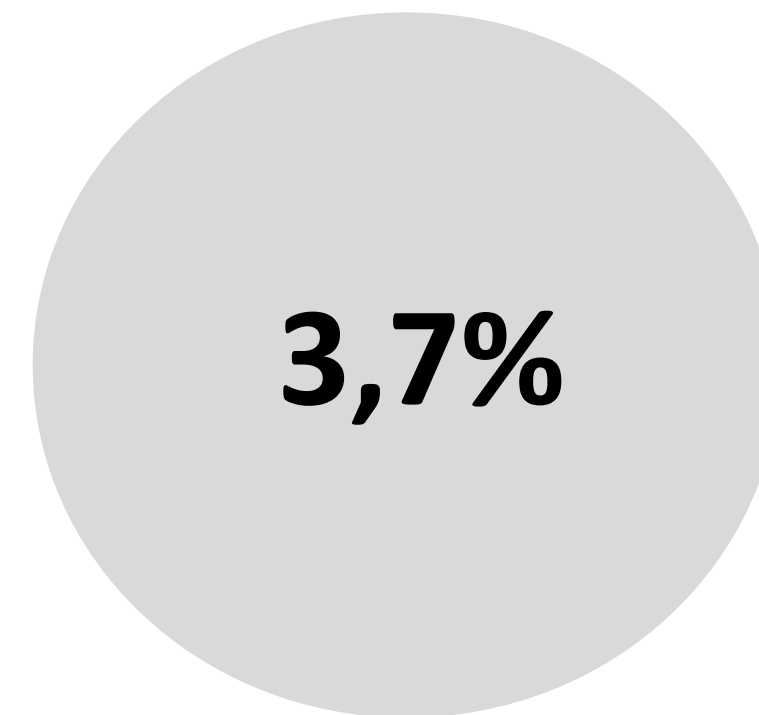
TECNICO



ARTISTICO



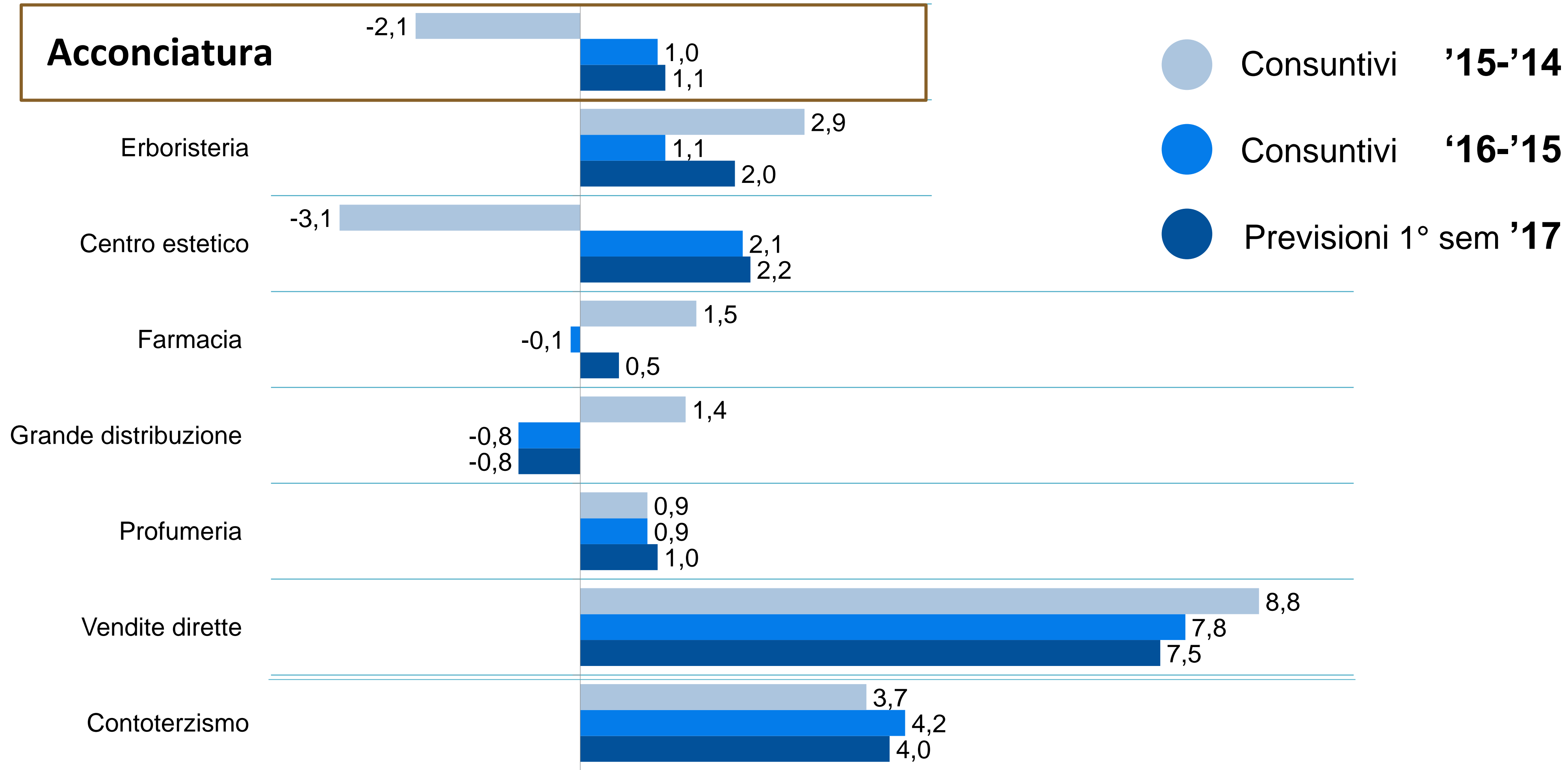
MANAGERIALE



FORTEMENTE RIDOTTO IL
NUMERO DEI PROFESSIONISTI
CHE NON INVESTE NELLA
PROPRIA FORMAZIONE

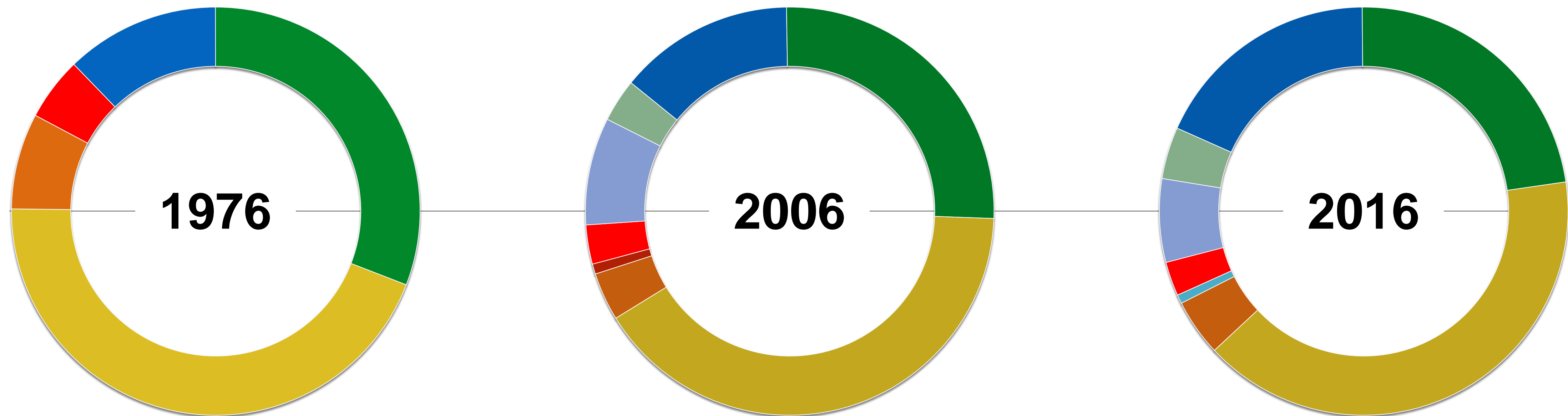
NESSUN CORSO DI
FORMAZIONE

Variazioni del mercato Italia



Variazioni % rispetto al periodo precedente di riferimento

Lo storico dei consumi per canale



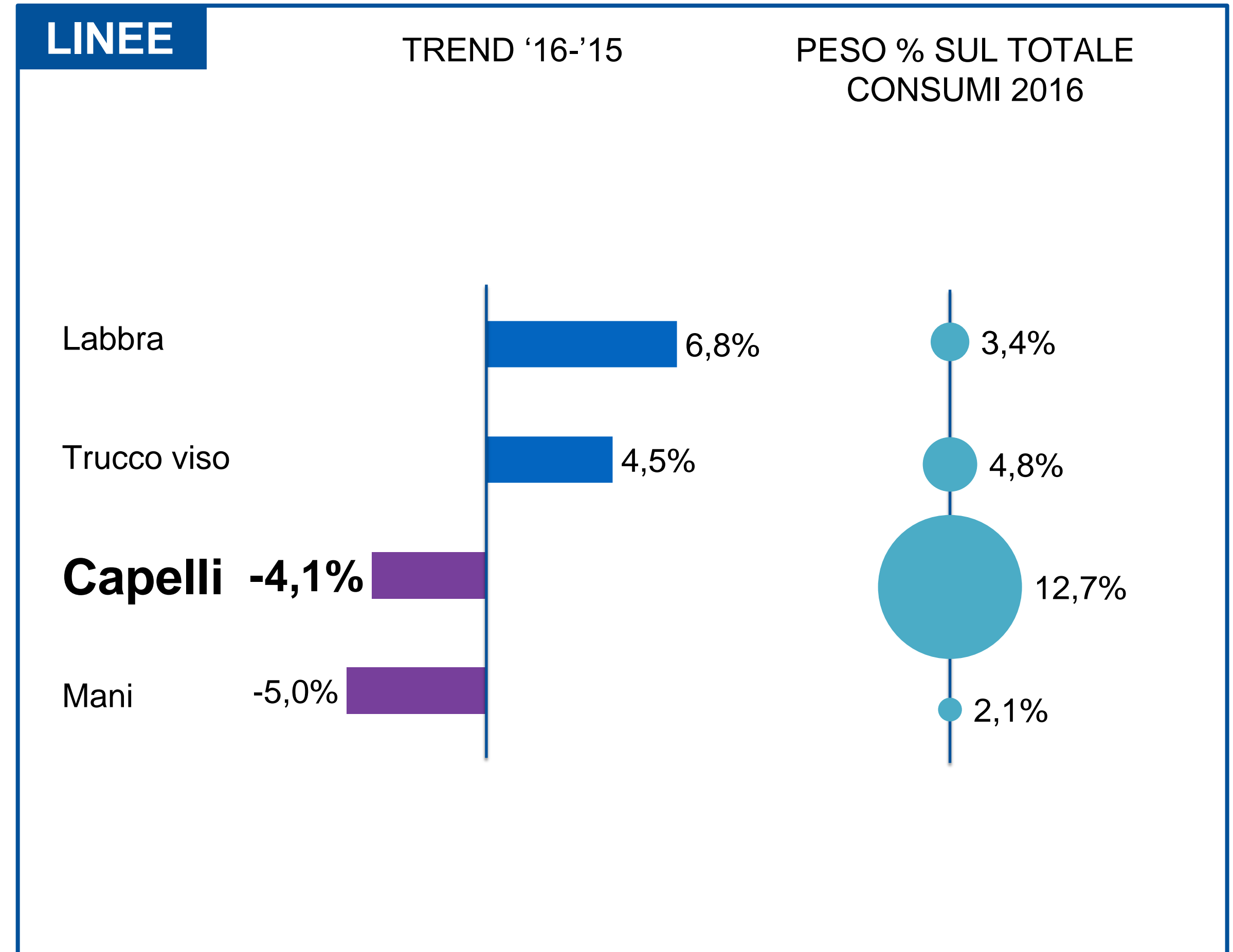
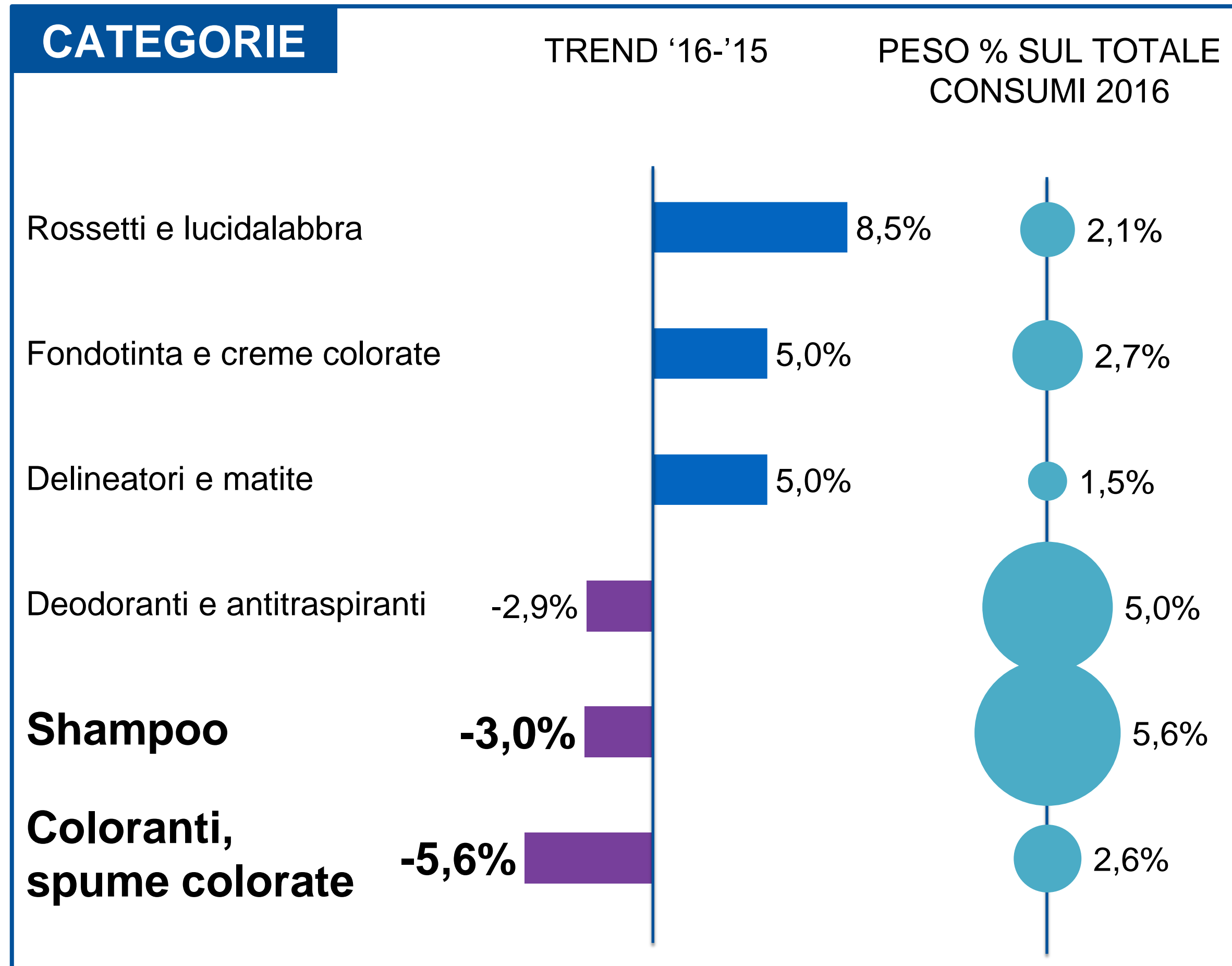
	1976	2006	2016
● Farmacia	12,2	13,9	18,5
● Profumeria	30,9	25,8	20,4
● GDO e altri canali	44,3	40,6	41,0
● Domicilio	7,6	3,8	4,7
● Corrispondenza*	/	0,8	2,9
● Saloni di bellezza	5,0	3,1	2,3
● Acconciatura	/	8,5	5,7
● Erboristeria	/	3,4	4,4

Ripartizione % sul totale mercato Italia

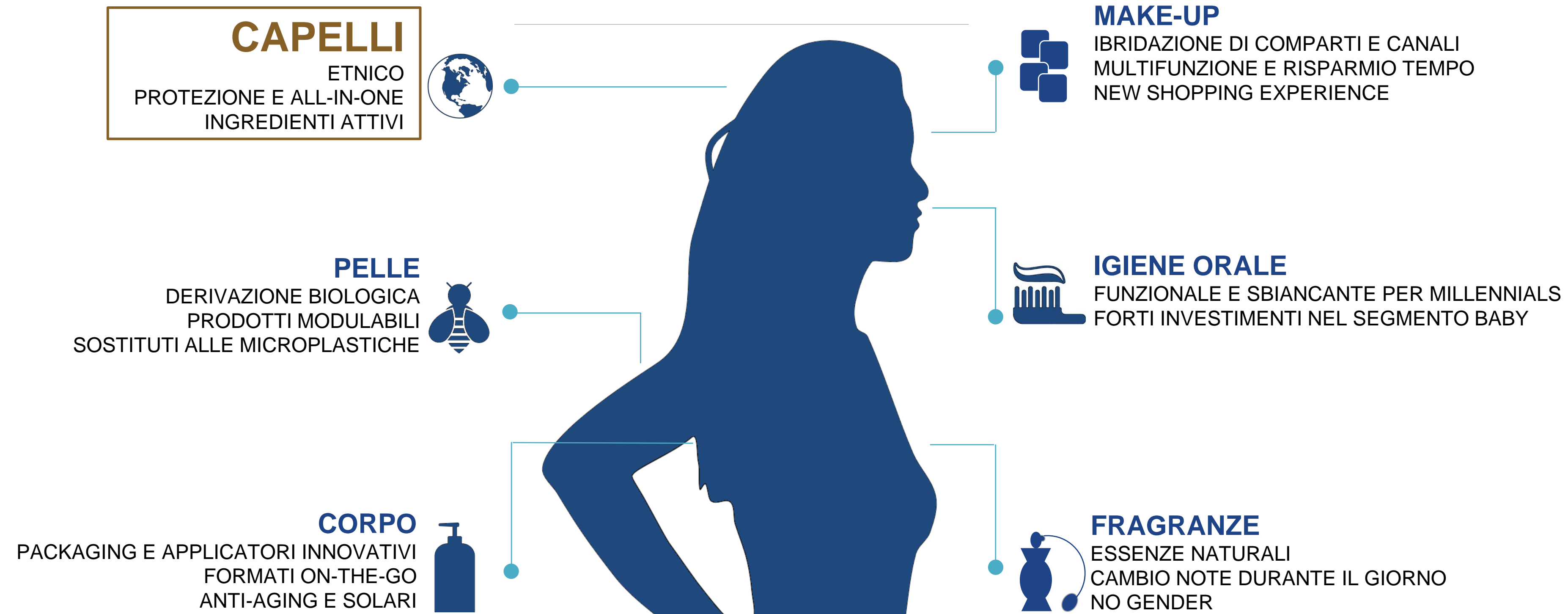
* Dal 2010 comprende anche le vendite e-commerce

Consumi nei canali TRADIZIONALI 2016

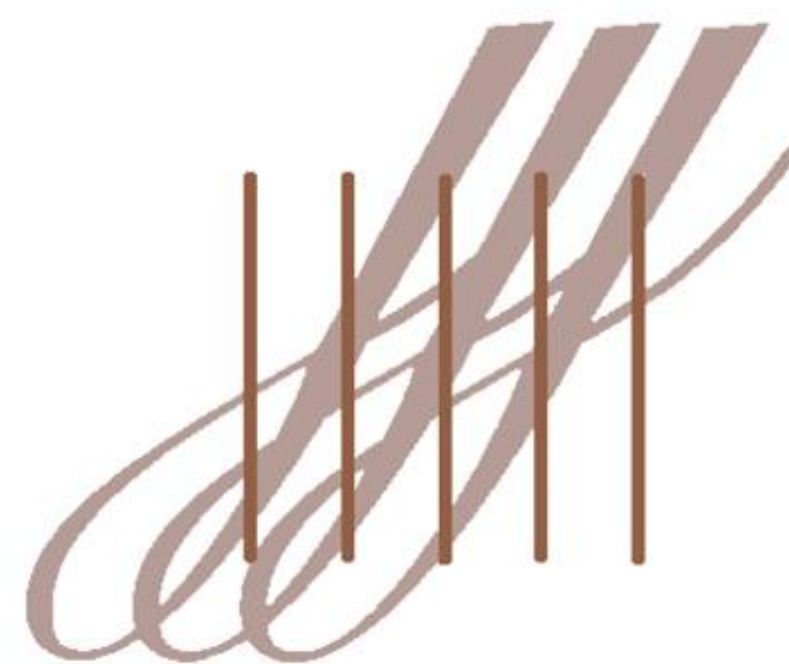
UP & DOWN



AD OGNI CATEGORIA LA SUA EVOLUZIONE



GRAZIE



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche