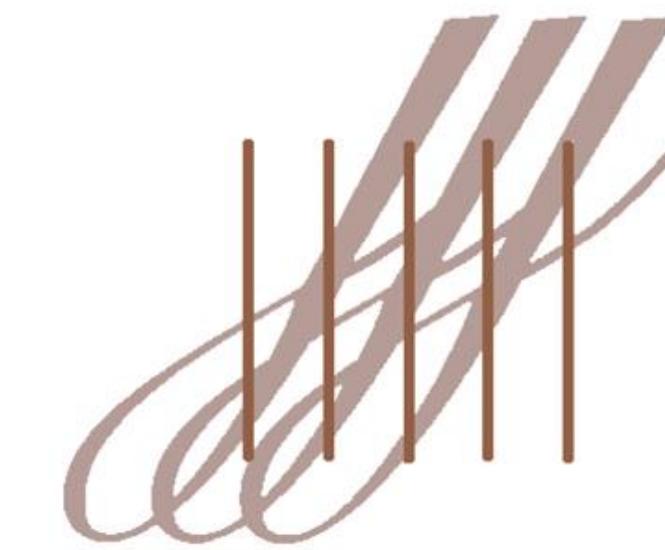


SCENARIO ECONOMICO, SOCIALE E DEI CONSUMI NEL SETTORE ACCONCIATURA

Gian Andrea Positano

16 febbraio 2021



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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



Evoluzione industria cosmetica

	Preconsuntivo 2020	var. % 2020-19	proiezione % 2021-20
Fatturato in Italia	6.367	-10,2	6,7
<i>generato nei canali professionali</i> acconciatura, estetica	547	-29,1	10,1
<i>generato negli altri canali</i> grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette, E-Commerce	5.820	-7,9	6,5
Esportazione (fatturato all'estero)	4.106*	-16,5	5,0
Fatturato globale settore cosmetico	10.472	-12,8	6,1

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno

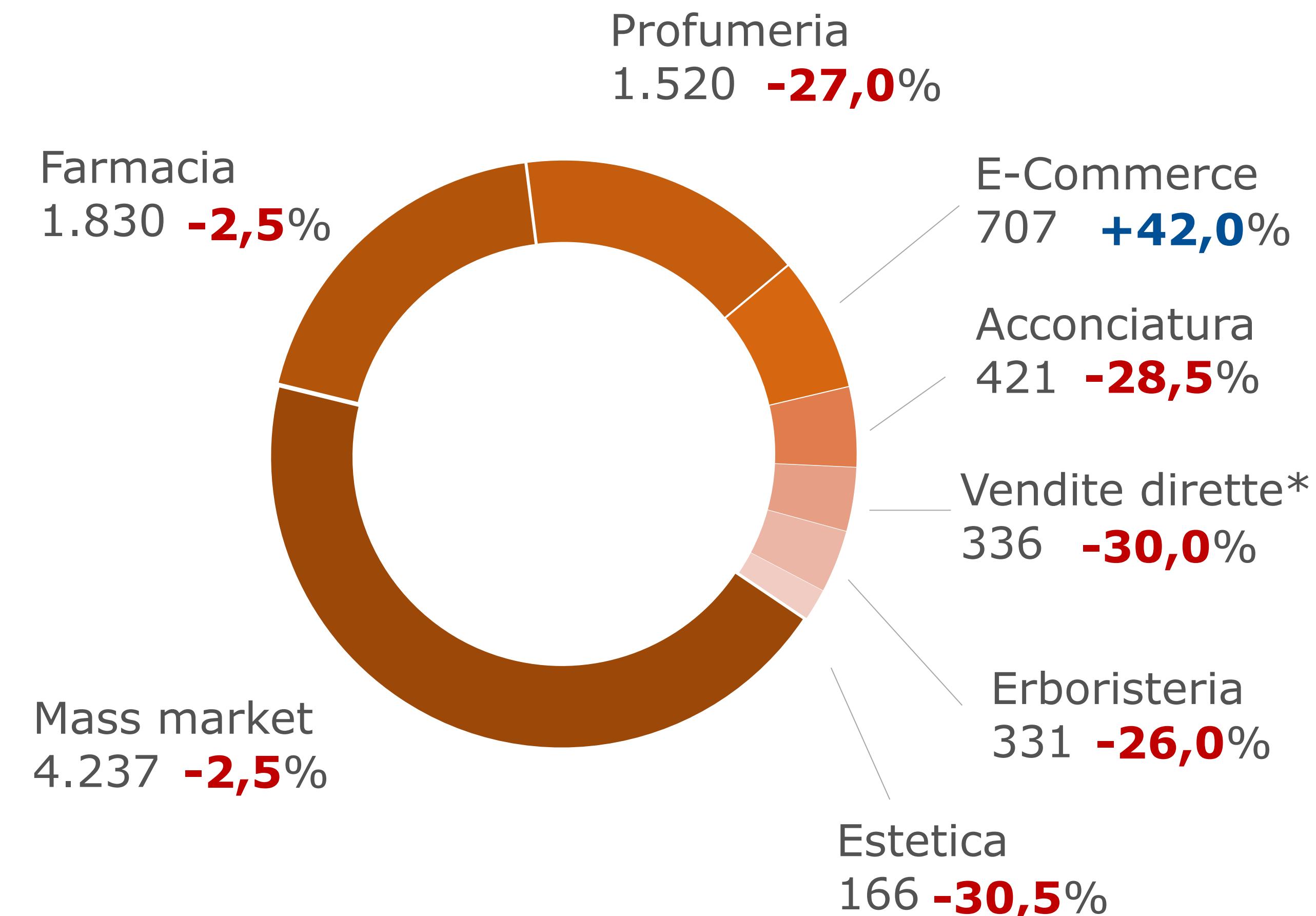
Congiuntura: andamento canali

peso % a valore su totale mercato		preconsuntivi II semestre '20	Stima chiusura 2020/19	Previsioni I semestre 2021
44,4	Mass market	-1,0	-2,5	3,5
19,2	Farmacia	-2,0	-2,5	3,5
15,9	Profumeria	-15,0	-27,0	2,0
7,4	E-Commerce	33,0	42,0	40,0
4,4	Acconciatura	-11,0	-28,5	10,0
3,5	Vendite dirette*	-25,0	-30,0	4,0
3,5	Erboristeria	-14,0	-26,0	12,0
1,7	Estetica	-9,5	-30,5	10,5
-----	Terzismo	-6,0	-17,5	11,0

*Vendite porta a porta e per corrispondenza.
Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa
Variazioni percentuali rispetto al periodo precedente di riferimento

Il nuovo mercato cosmetico in Italia nel 2020

I consumi di prodotti cosmetici nel 2020 sono prossimi a **9.500** milioni di euro con un calo pari al **-9,6%** (erano **10.558** nel 2019).



COSA CAMBIA IN VALORE RISPETTO AL 2019

CATEGORIA	VARIAZIONE IN VALORE
MASS MARKET	-100 milioni di euro
FARMACIA	-50 milioni di euro
PROFUMERIA	-550 milioni di euro
E-COMMERCE	+200 milioni di euro
ACCONCIATURA	-170 milioni di euro
VENDITE DIRETTE*	-150 milioni di euro
ERBORISTERIA	-120 milioni di euro
ESTETICA	-70 milioni di euro

*Comprendono vendite porta a porta e per corrispondenza.

Elaborazione Centro Studi. Valori preconsuntivi in milioni di euro e variazioni percentuali '20-'19

I principali settori del Made in Italy

		EXPORT		BILANCIA COMMERCIALE	
		Valore 2020	Var.% '20-'19	Valore 2020	Differenza saldo '20-19
	Abbigliamento moda	14.844	-17,4%	4.119	-1.527
	Mobili	7.089	-14,4%	5.525	-940
	Vino	5.113	-3,4%	4.885	-144
	Cosmetica	3.394	-16,5%	1.871	-415
	Pasta	2.595	+15,6%	2.518	348
	Occhiali	2.318	-27,6%	1.608	-620
	Barche e yacht	1.755	-14,1%	1.571	-233
	Moto	1.182	-4,0%	385	21
	Elicotteri	193	-23,1%	107	-40

*Confronto nel periodo gennaio - ottobre
Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2020-19.

Export cosmetico italiano nel mondo tra il 2019 e il 2020 per categorie cosmetiche

	Valore 2019 e var.% 19-18	2020* e var.% YTD 20-19
Profumeria alcolica	1.167 (+3,2%)	734 (-24,2%)
Prodotti per il corpo	1.019 (+3,1%)	745 (-13,7%)
Prodotti per il trucco	986 (-0,7%)	571 (-30,4%)
Prodotti per capelli	978 (+4,1%)	738 (-10,7%)
Igiene personale	368 (-15,9%)	265 (-18,2%)
Igiene orale	225 (+6,4%)	196 (+3,3%)
Prodotti per l'uomo	41 (-8,2%)	27 (-18,9%)
<i>Altri prodotti</i>	134 (+0,6%)	118 (+6,1%)
TOTALE	4.917 (+0,8%)	3.276 (-16,5%)

*Periodo di confronto gennaio - ottobre

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2019-18 e 2020-19.

L'EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE

Risultati della ricerca con lettura di confronto delle dichiarazioni espresse nei tre periodi:

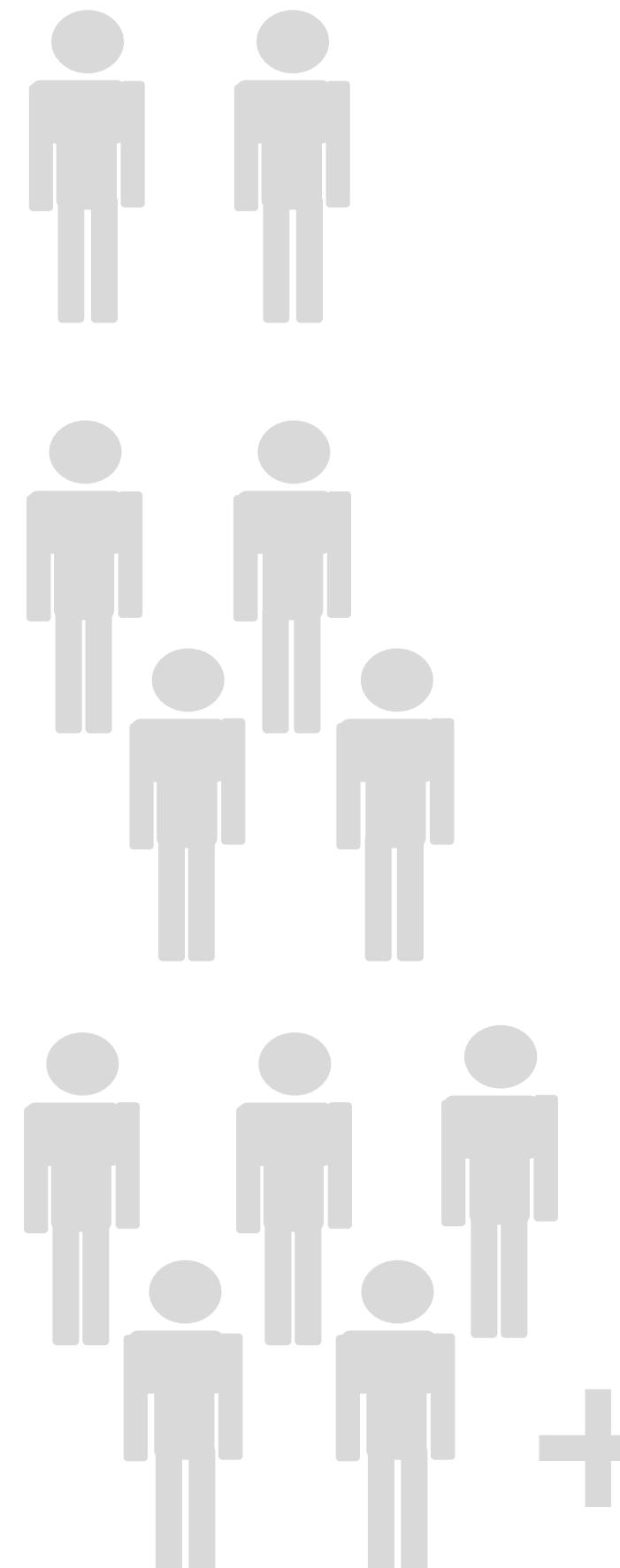
- luglio-settembre '20
- ottobre-dicembre '20
- gennaio-febbraio '21

Release 16 febbraio 2021

Elementi strutturali del salone a cavallo del 2020 e 2021

Si registra nell'ultimo anno una diminuzione del numero di persone che lavorano all'interno del salone e maggior concentrazione di saloni con un'offerta unisex con un'accelerazione a favore dei saloni femminili negli ultimi mesi.

Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



Tipologia di appartenenza del salone:

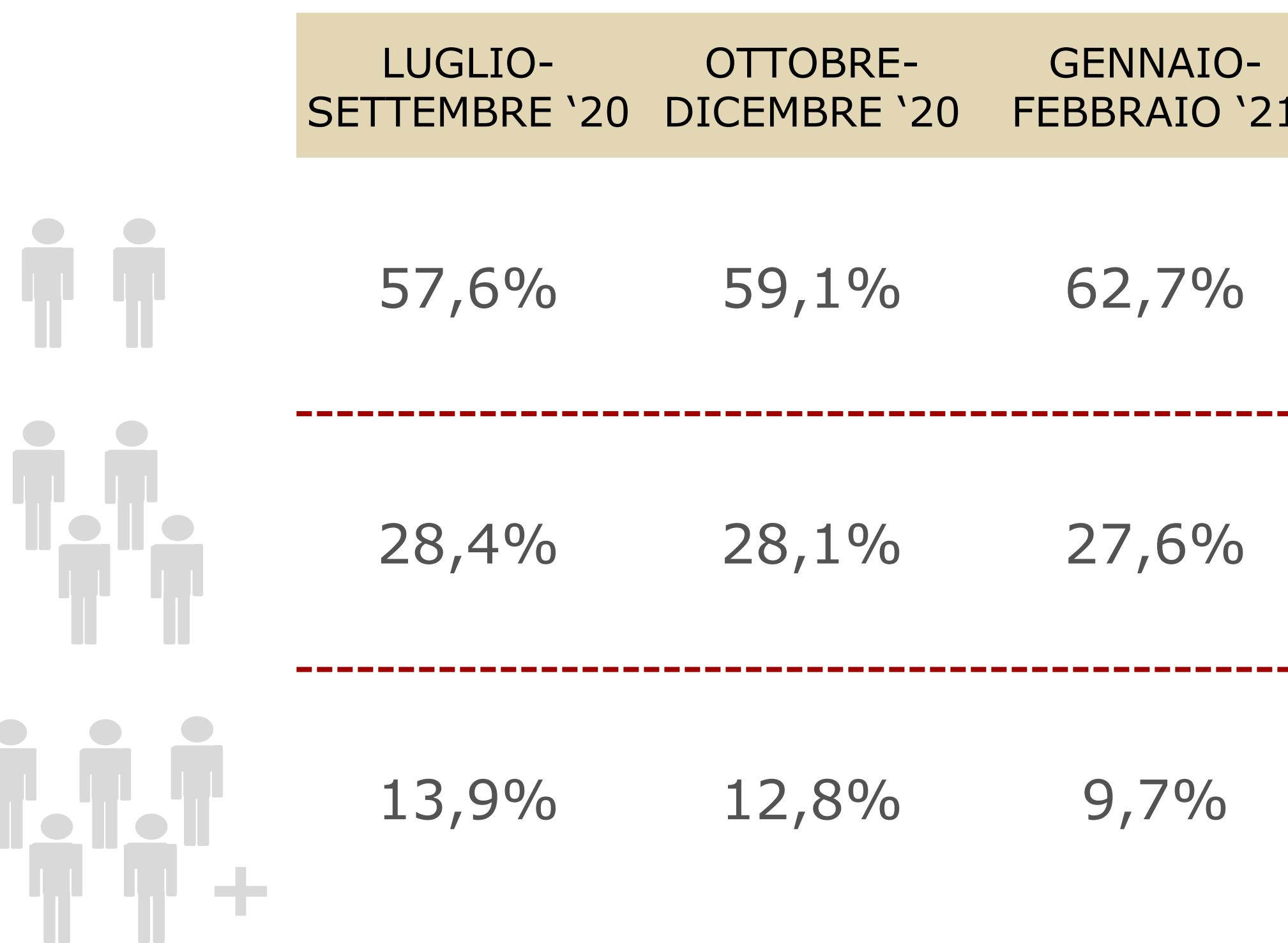


Base: 2.538 rispondenti

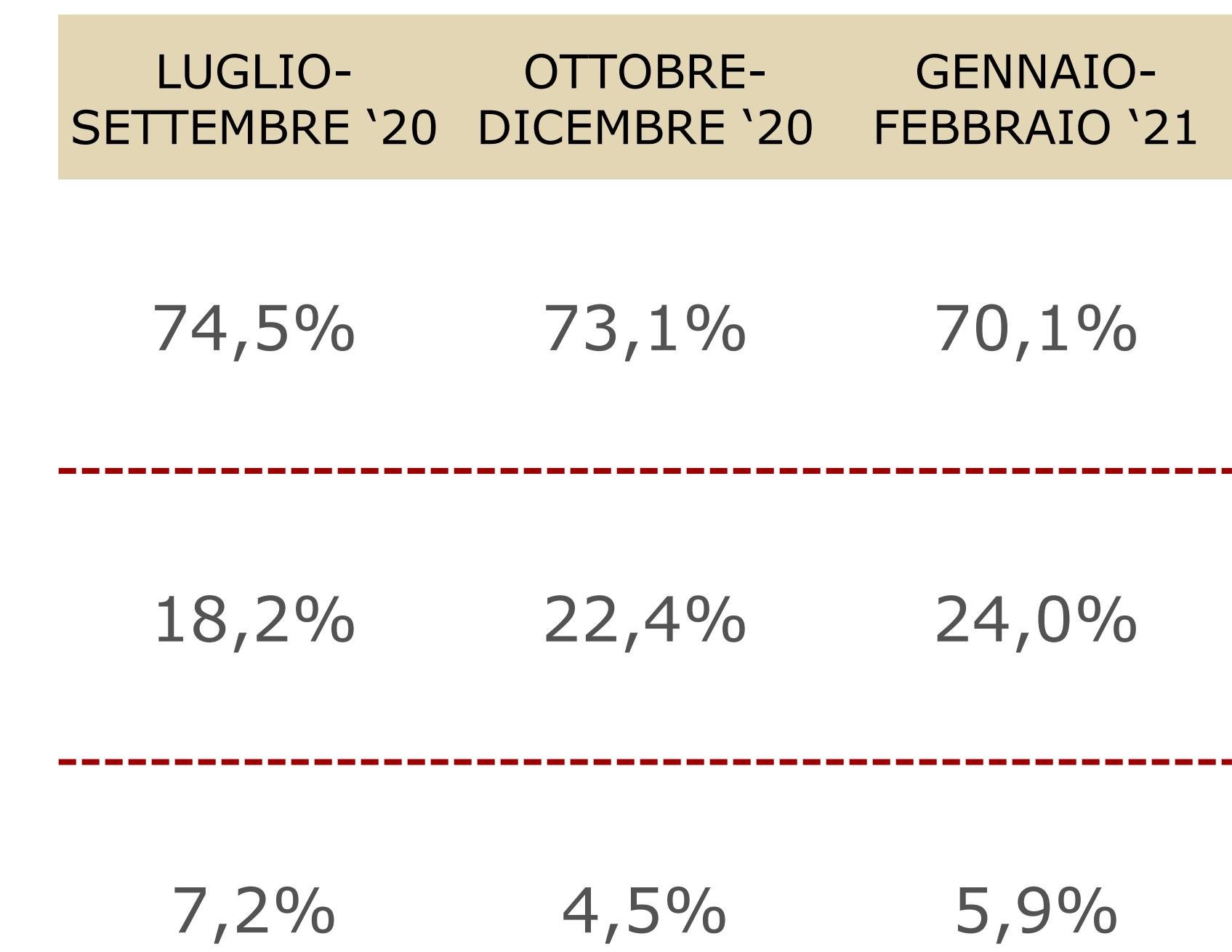
Elementi strutturali del salone a cavallo del 2020 e 2021

Si registra nell'ultimo anno una diminuzione del numero di persone che lavorano all'interno del salone e maggior concentrazione di saloni con un'offerta unisex con un'accelerazione a favore dei saloni femminili negli ultimi mesi.

Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



Tipologia di appartenenza del salone:



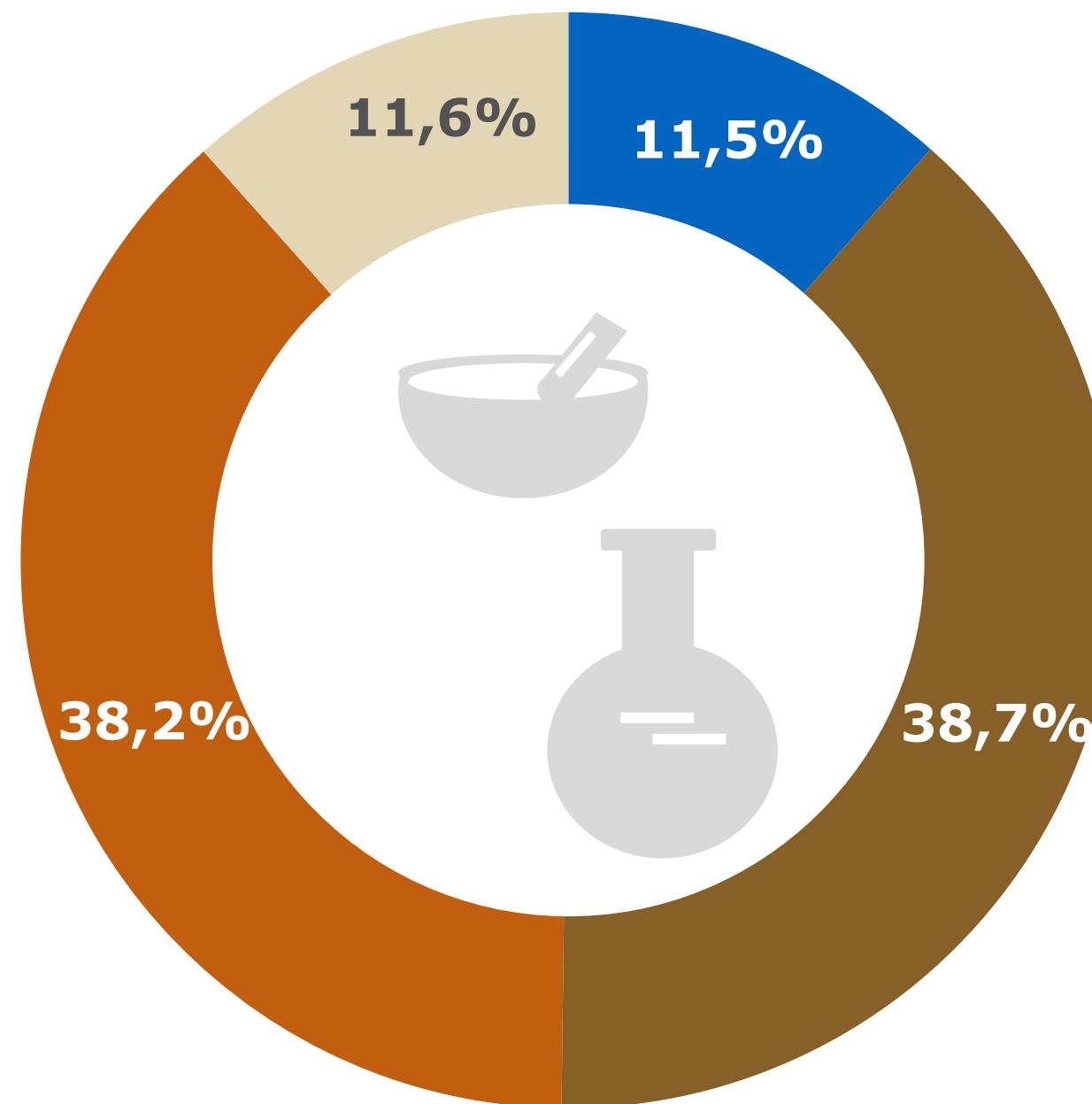
Base: 2.538 rispondenti

Prezzi applicati sui principali trattamenti

Nel 2020 si assiste a una concentrazione dei prezzi nella colorazione e nel taglio e messa a piega nella fascia intermedia.

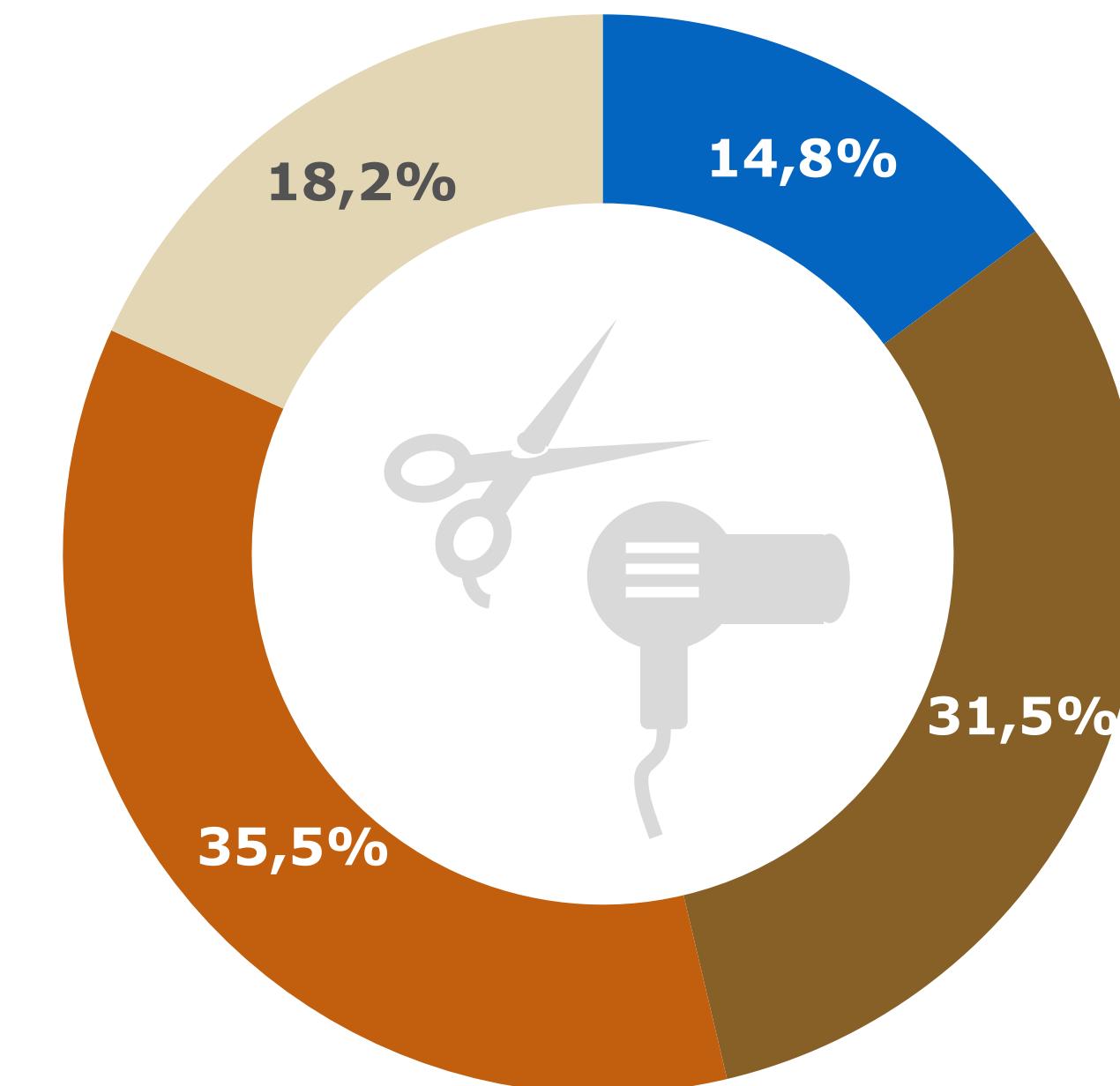
*Il peso della rivendita è di poco superiore al **15%** del fatturato dell'attività del salone, come tentativo parziale di compensare le perdite registrate dal lockdown.*

Colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



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

Taglio e messa in piega



Prezzi applicati sui principali trattamenti

Nel 2020 si assiste a una concentrazione dei prezzi nella colorazione e nel taglio e messa a piega nella fascia intermedia.

*Il peso della rivendita è di poco superiore al **15%** del fatturato dell'attività del salone, come tentativo parziale di compensare le perdite registrate dal lockdown.*



Colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza

	LUGLIO- SETTEMBRE '20	OTTOBRE- DICEMBRE '20	GENNAIO- FEBBRAIO '21
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------

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

11,7%	11,5%	11,3%
-------	-------	-------

36,0%	38,2%	41,8%
-------	-------	-------

39,1%	38,4%	37,0%
-------	-------	-------

13,2%	11,9%	9,8%
-------	-------	------



Taglio e messa in piega

	LUGLIO- SETTEMBRE '20	OTTOBRE- DICEMBRE '20	GENNAIO- FEBBRAIO '21
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------

14,2%	15,3%	14,9%
-------	-------	-------

30,5%	31,1%	33,0%
-------	-------	-------

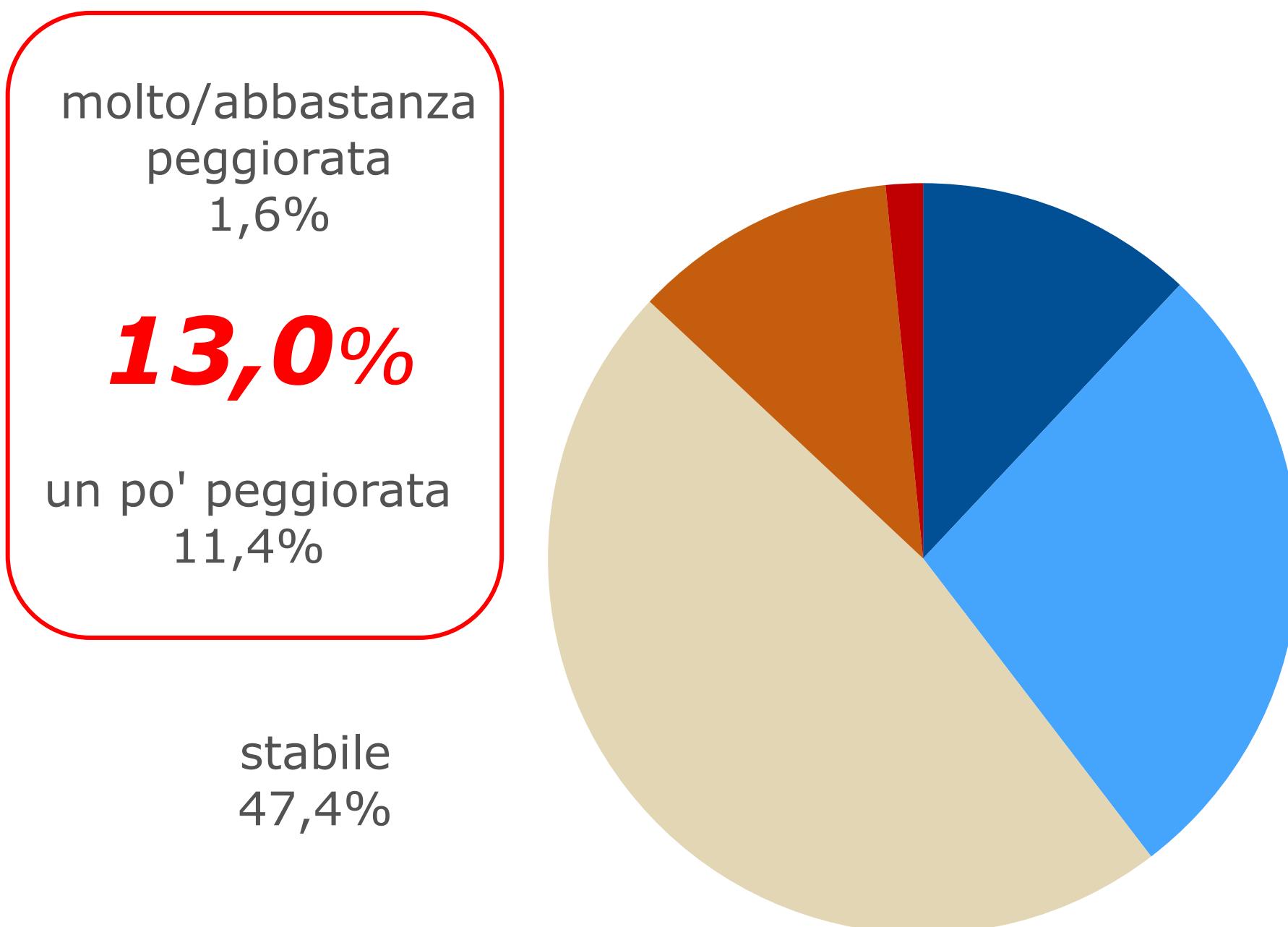
35,5%	35,2%	35,7%
-------	-------	-------

19,8%	18,4%	16,4%
-------	-------	-------

Risultati delle attività e strategie a inizio 2021

Rispetto alle previsioni dichiarate nella prima metà del 2020, la visione a cavallo tra il 2020 e il 2021 è più ottimistica. Le principali misure adottate vertono sull'introduzione di nuovi servizi, in sostituzione ad altri, oltre che alla leva promozionale e alla riduzione di spese generali.

Nel 2019 la situazione economica dei saloni è...



Principali misure adottate per sostenere la crescita:

● Investimenti o diversificazione

● Revisione di costo o leva prezzo

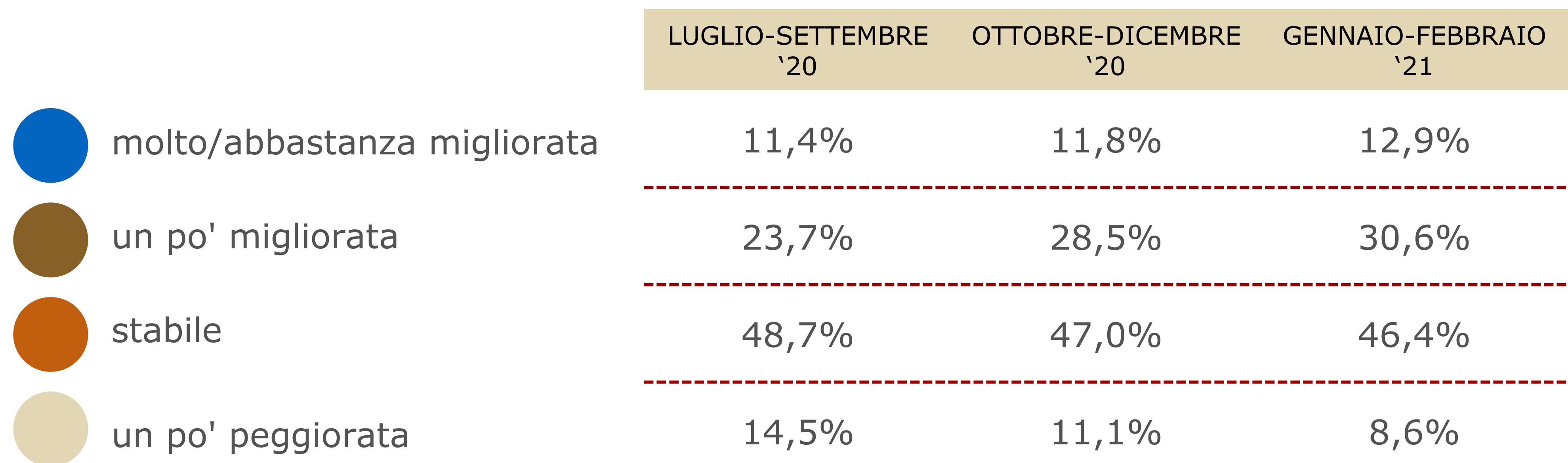


Possibili più risposte

Risultati delle attività e strategie fino a inizio 2021

Rispetto alle previsioni dichiarate nella prima metà del 2020, la visione a cavallo tra il 2020 e il 2021 è più ottimistica. Le principali misure adottate vertono sull'introduzione di nuovi servizi, in sostituzione ad altri, oltre che alla leva promozionale e alla riduzione di spese generali.

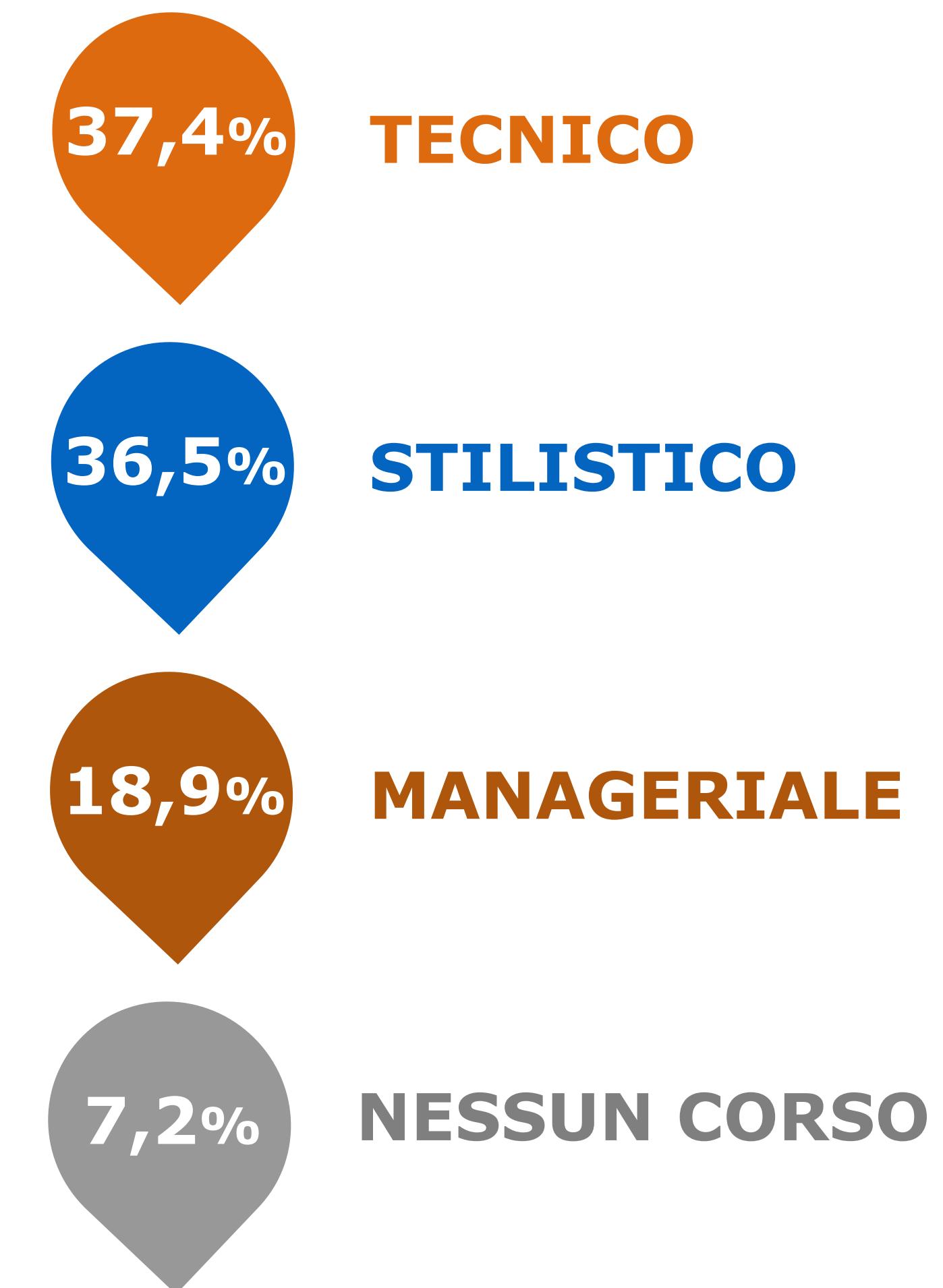
la situazione economica dei saloni è...



Attività di formazione

Nell'ultimo periodo si registra maggiore partecipazione a corsi di tipo tecnico, piuttosto che tecnico e manageriale: quest'ultima area è in forte espansione a cavallo tra il 2020 e il 2021

Nell'ultimo periodo, partecipazione a corsi di tipo:



Attività di formazione

Nell'ultimo periodo si registra maggiore partecipazione a corsi di tipo tecnico, piuttosto che tecnico e manageriale: quest'ultima area è in forte espansione a cavallo tra il 2020 e il 2021

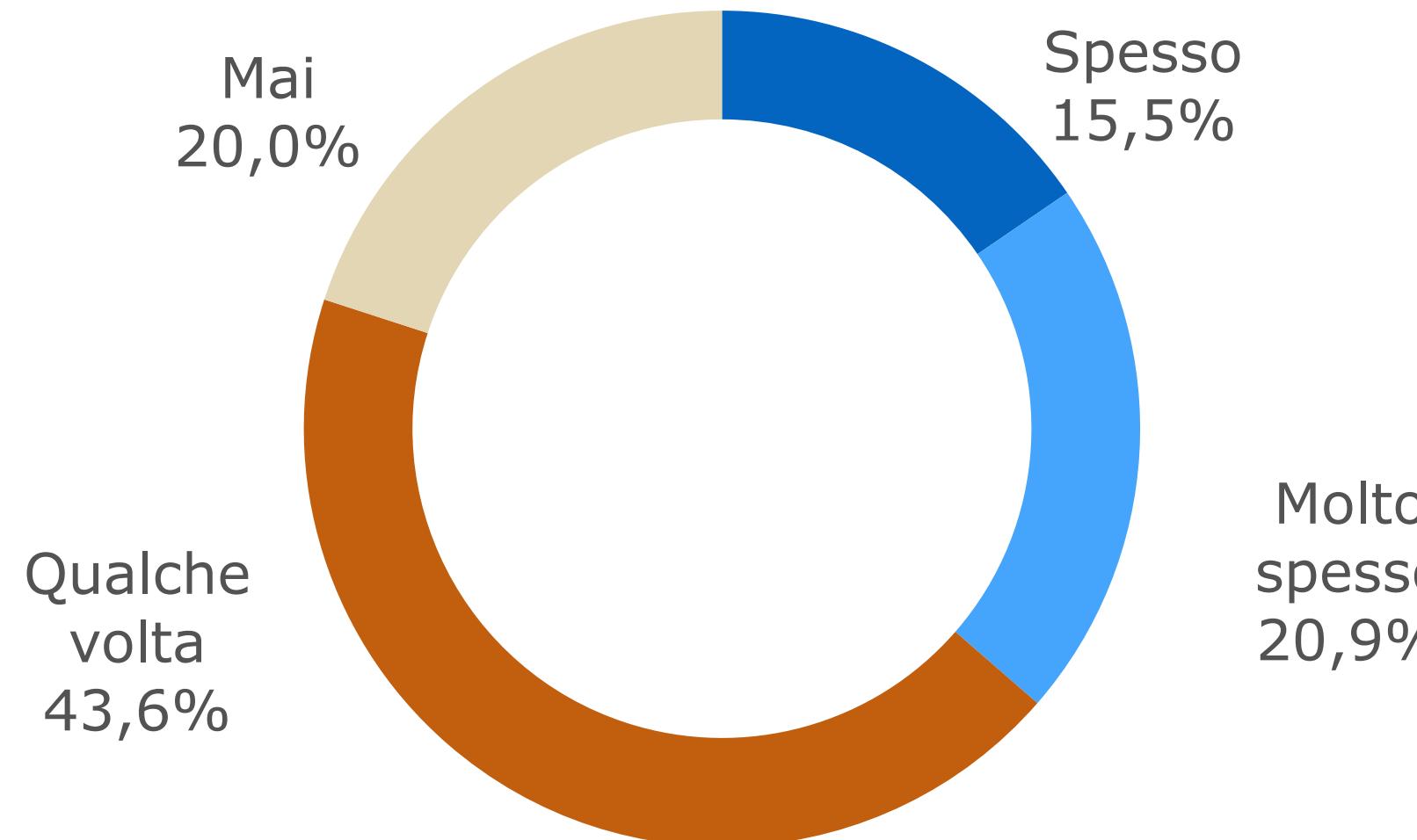
Nell'ultimo periodo, partecipazione a corsi di tipo:

	LUGLIO-SETTEMBRE '20	OTTOBRE-DICEMBRE '20	GENNAIO-FEBBRAIO '21
TECNICO	36,3%	36,7%	37,0%
STILISTICO	35,2%	30,5%	25,3%
MANAGERIALE	18,0%	21,1%	26,1%
NESSUN CORSO	7,0%	7,0%	11,6%

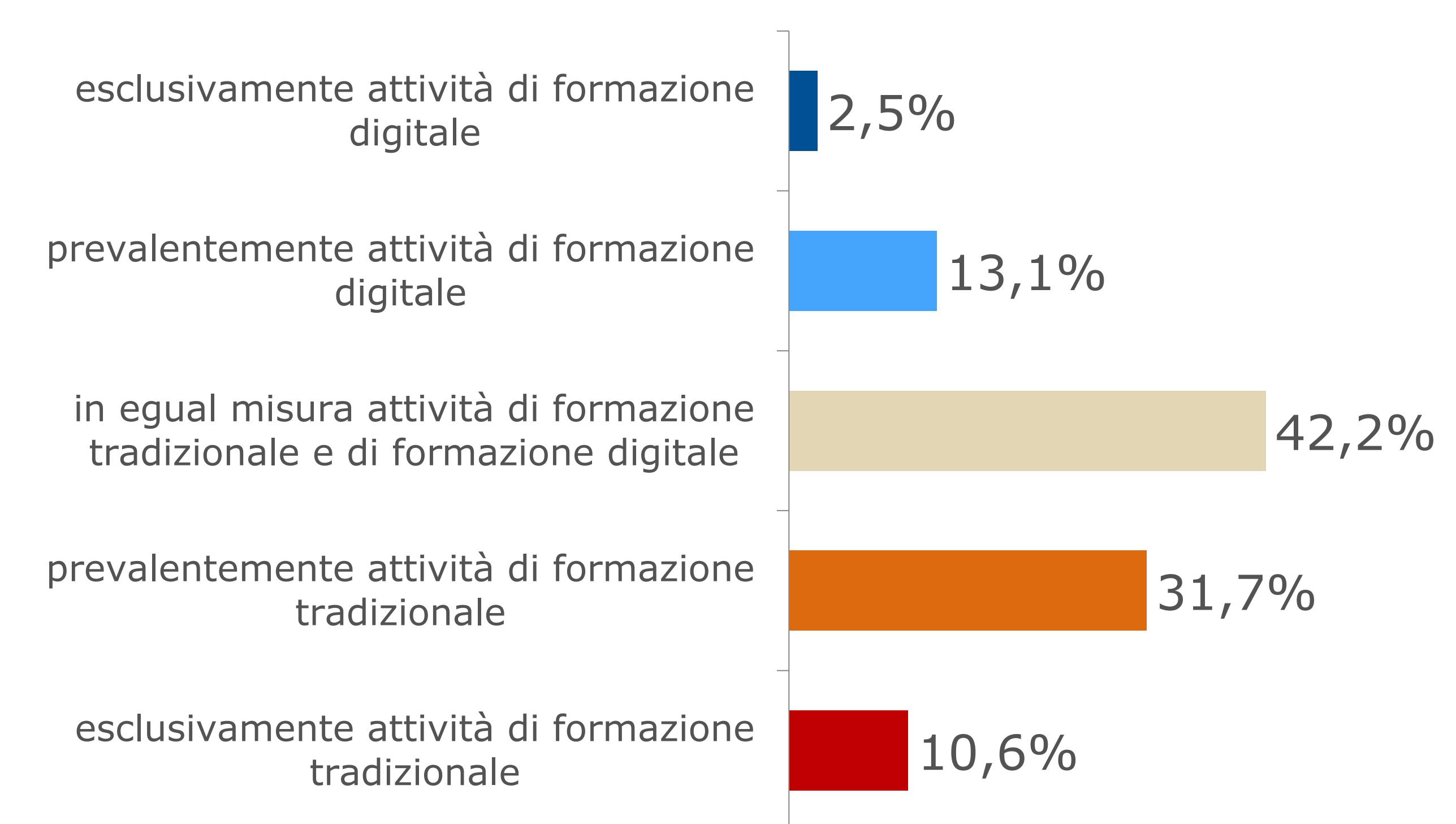
Attività di formazione

La digitalizzazione è un processo obbligato che coinvolge in modo strutturato un salone su tre (dichiarazione di chi frequenta spesso e molto spesso corsi di formazione di tipo digitale = 36,4%)

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



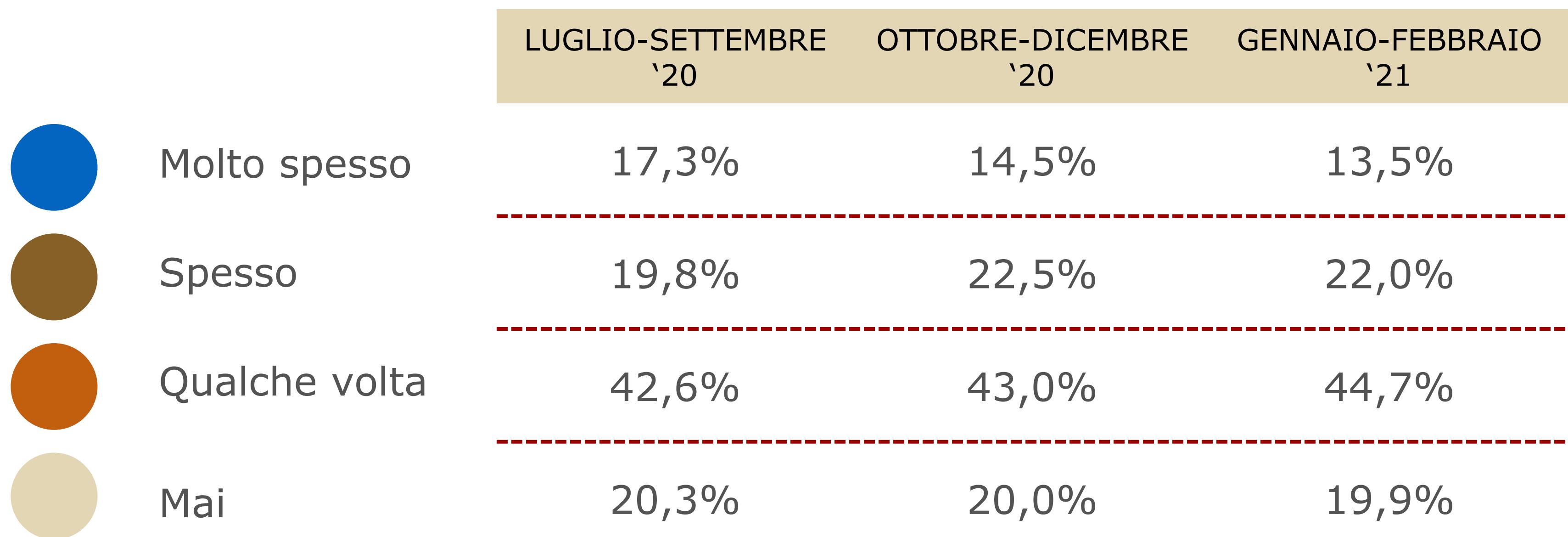
In futuro farò:



Attività di formazione

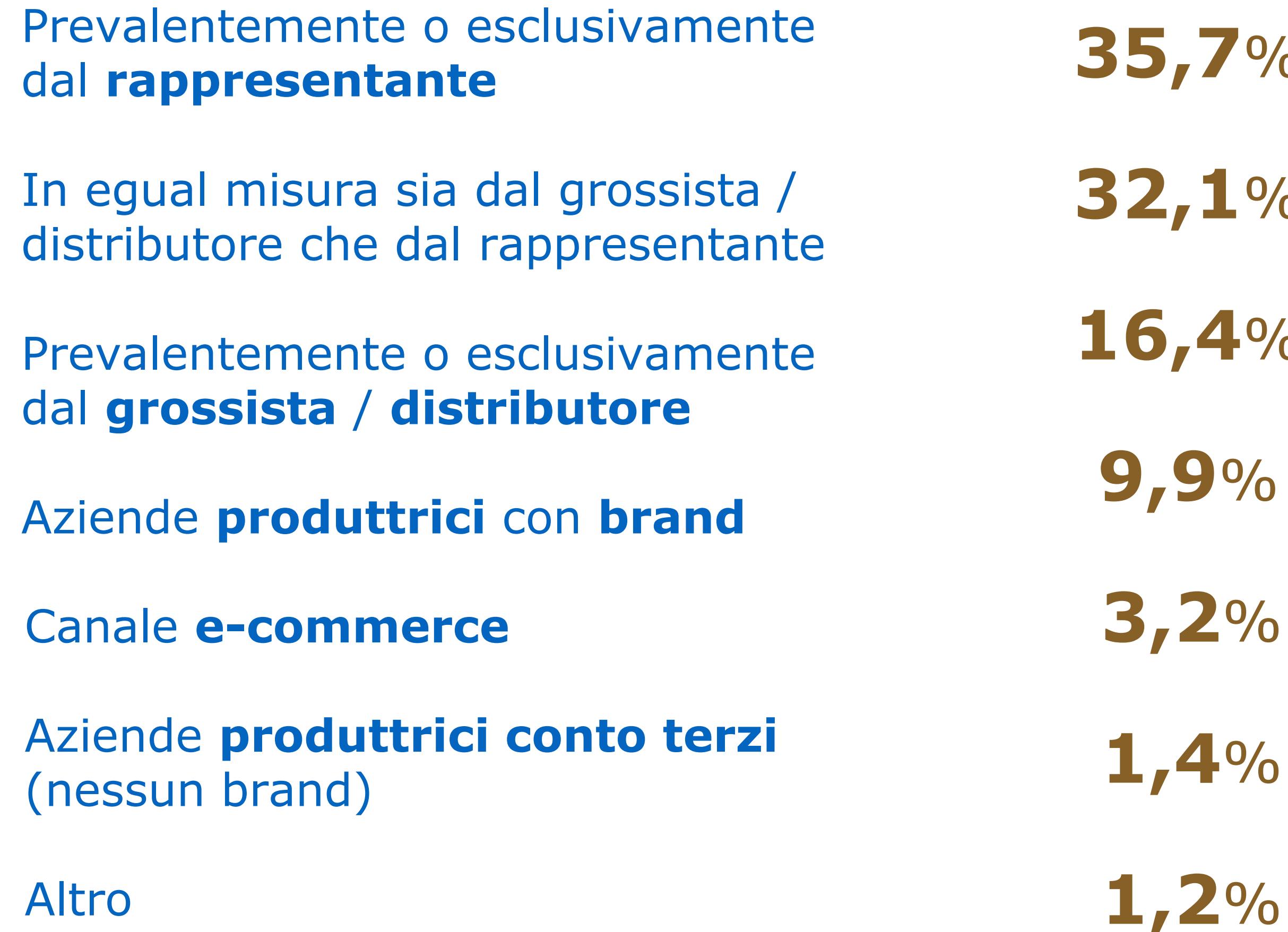
La digitalizzazione è un processo obbligato che coinvolge in modo strutturato un salone su tre (dichiarazione di chi frequenta spesso e molto spesso corsi di formazione di tipo digitale = 36,4%)

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



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

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



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

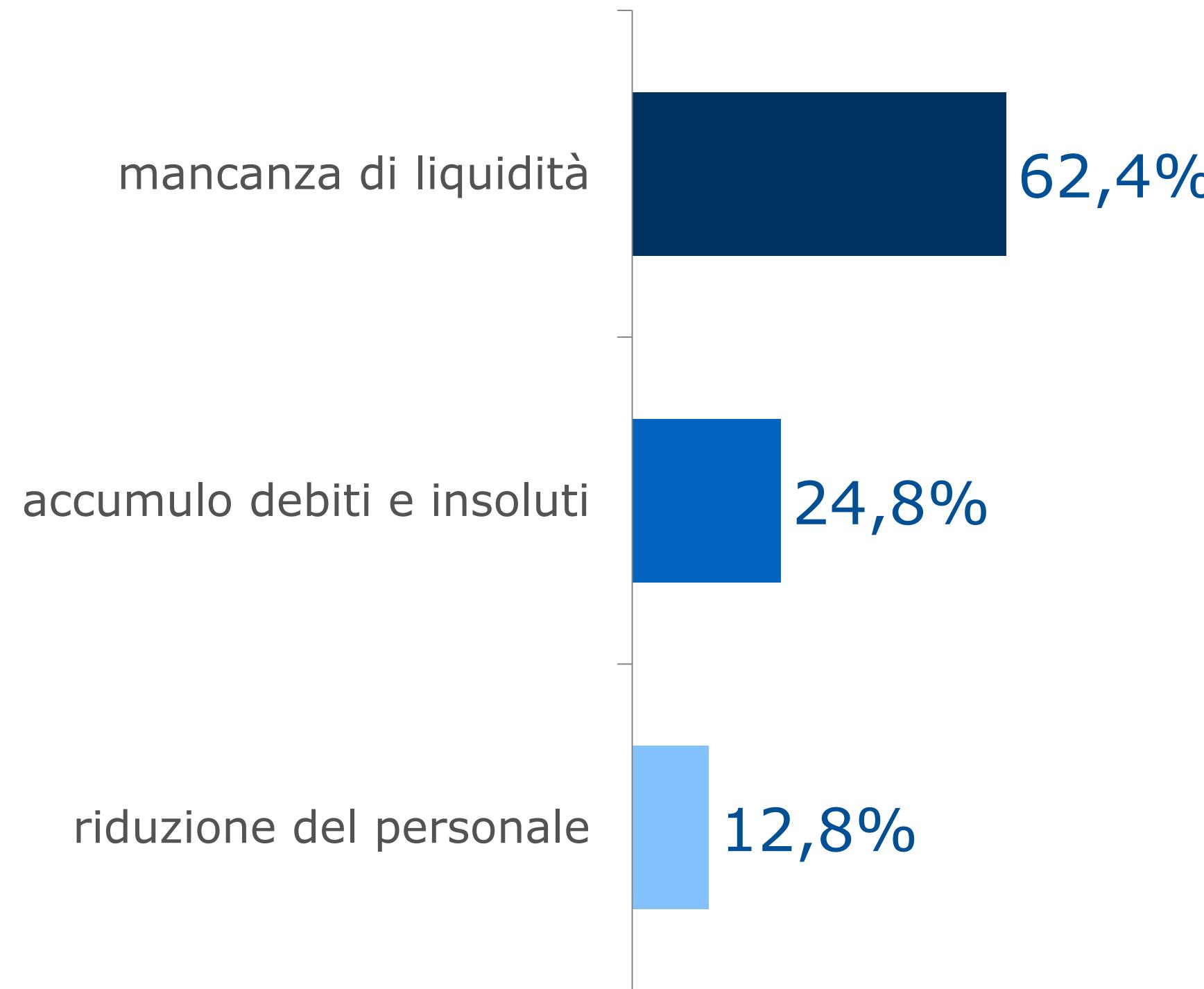
Il ruolo del rappresentante veicola un acquisto su tre da parte del salone. Aumentano sensibilmente le vendite online nell'ultimo periodo.

	LUGLIO-SETTEMBRE '20	OTTOBRE-DICEMBRE '20	GENNAIO-FEBBRAIO '21
Prevalentemente o esclusivamente dal rappresentante	35,7%	36,0%	35,5%
In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante	32,1%	32,0%	32,4%
Prevalentemente o esclusivamente dal grossista / distributore	16,4%	18,8%	16,6%
Aziende produttrici con brand	9,9%	8,6%	9,0%
Canale e-commerce	3,2%	2,0%	3,9%
Aziende produttrici conto terzi (nessun brand)	1,4%	1,5%	1,4%
Altro	1,2%	1,0%	1,1%
			1,4%

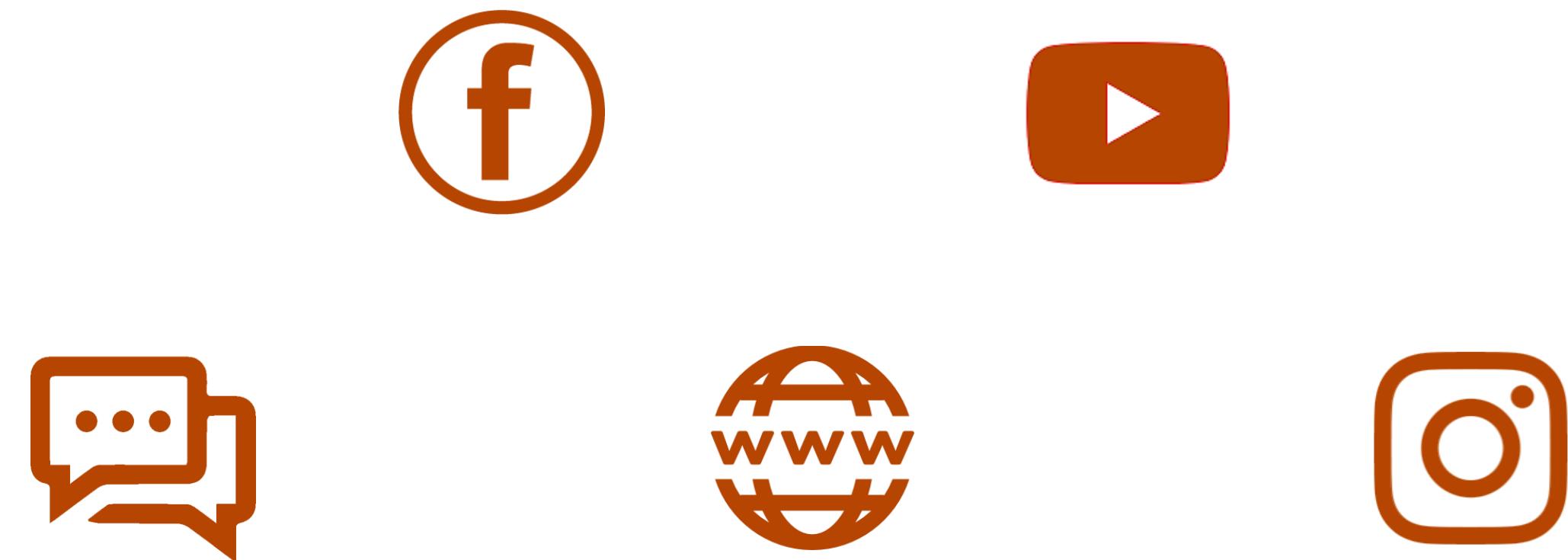
Impatto del Covid-19 e reazione dei saloni

Il periodo di inattività hanno gravato in misura diffusa sull'indebitamento e sulle liquidità dei saloni.

La chiusura durante il *lockdown* ha prodotto:



Strumenti utilizzati per interagire con la clientela durante il *lockdown*:

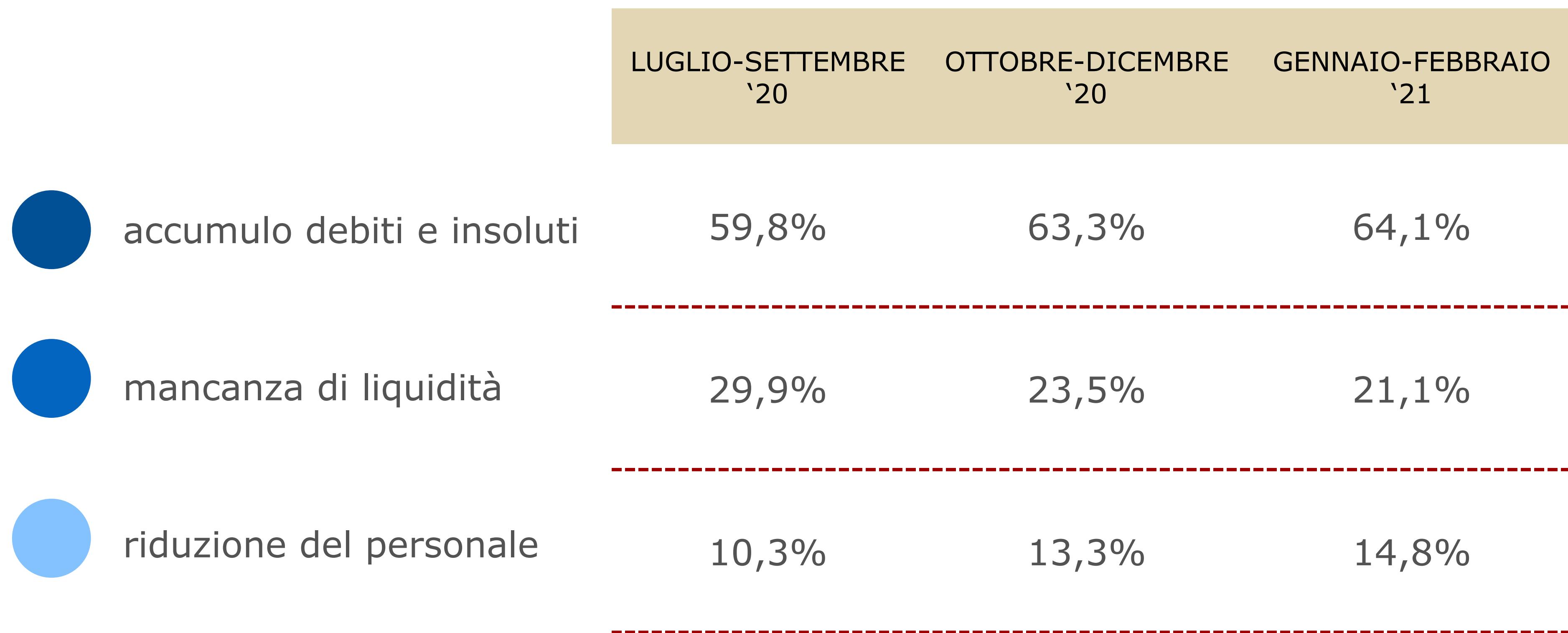


I più importanti strumenti digitali e social sono stati utilizzati totalmente dal campione: Sito web, forum, blog, Facebook, Instagram e Youtube.

Impatto del Covid-19 e reazione dei saloni

Il periodo di inattività hanno gravato in misura diffusa sull'indebitamento e sulle liquidità dei saloni.

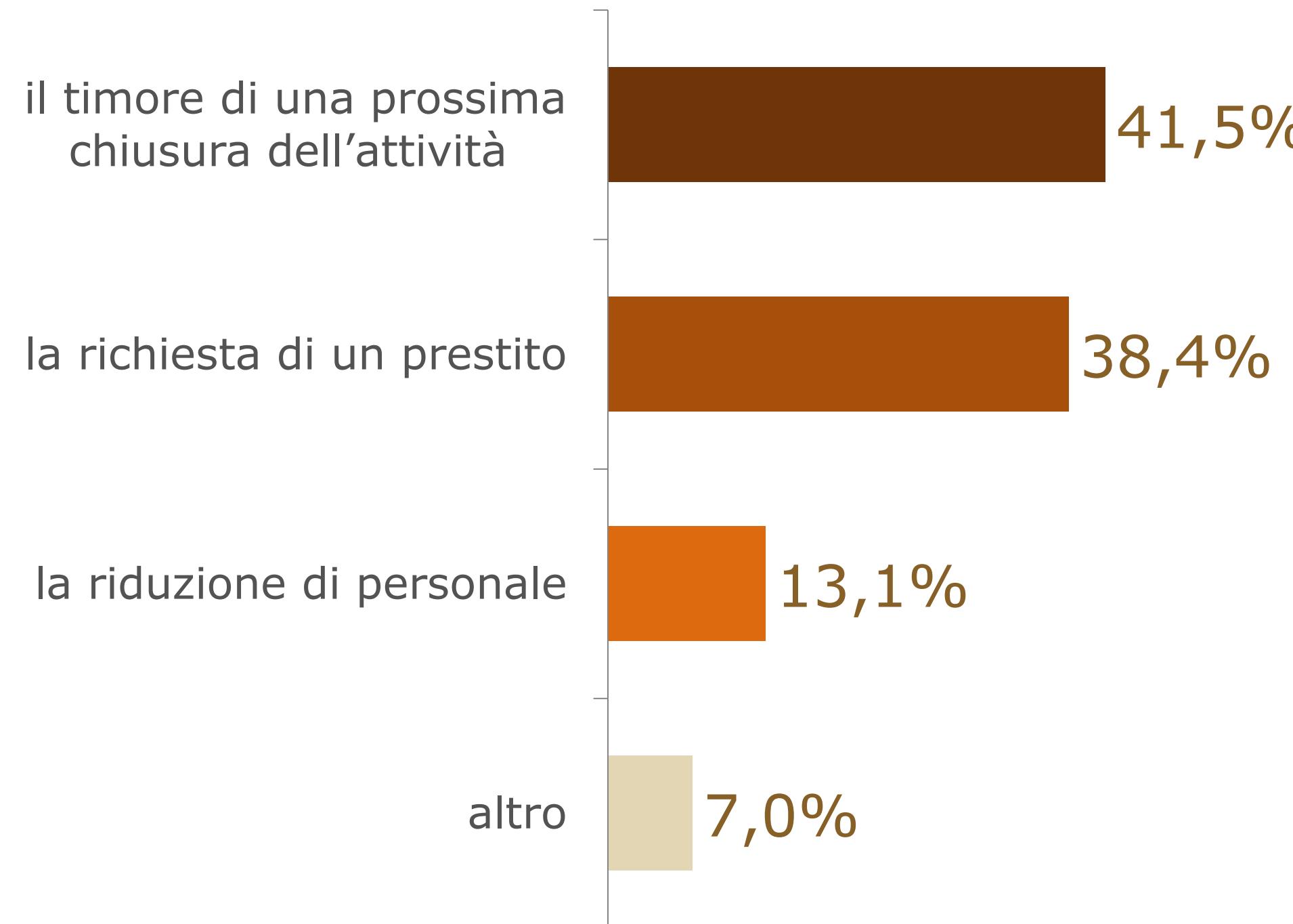
La chiusura durante il *lockdown* ha prodotto:



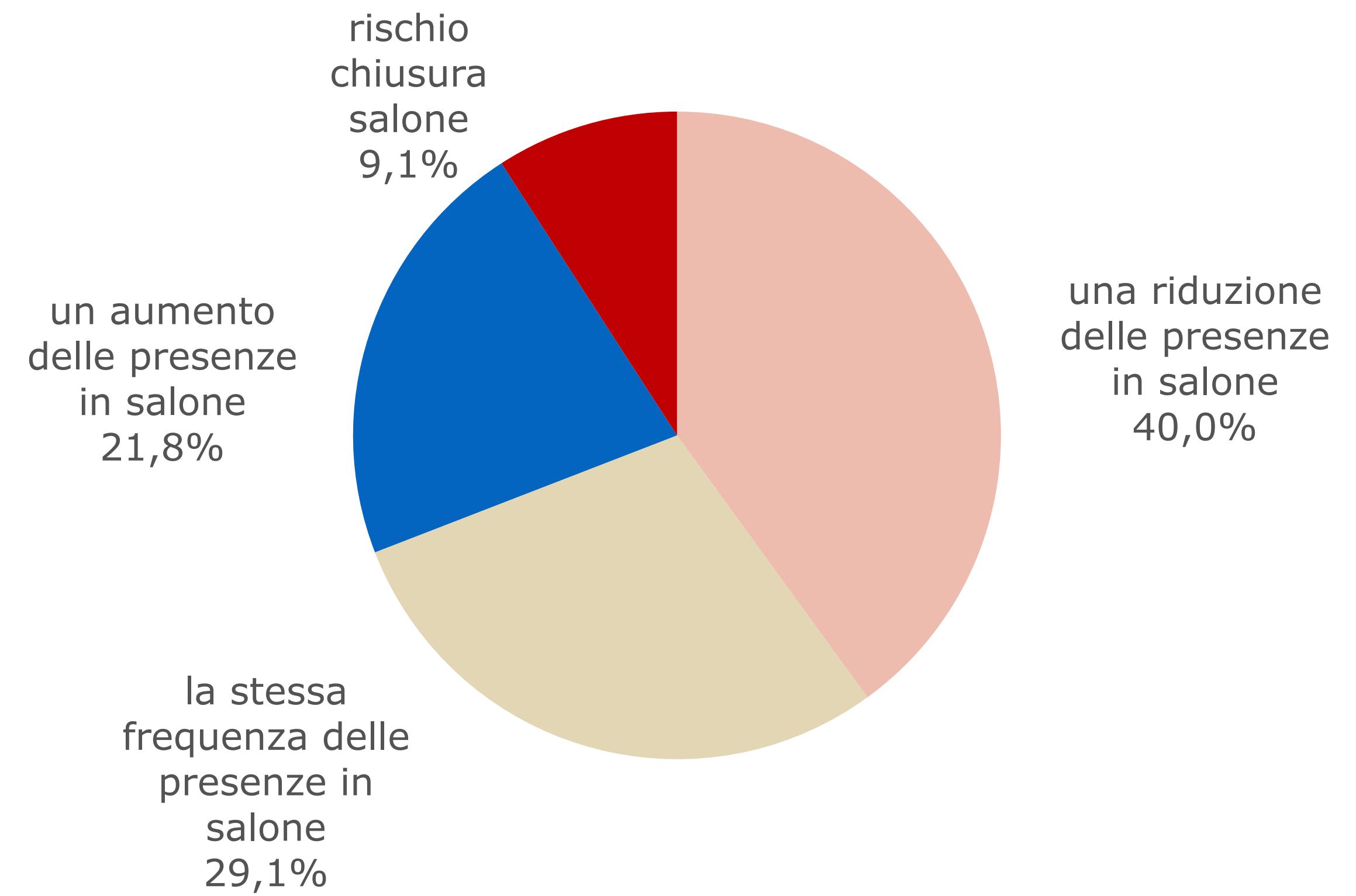
Impatto economico del Covid-19

Nonostante due saloni su cinque (41,5%) manifestino preoccupazione in merito alla possibile chiusura dell'attività, c'è un forte ottimismo in merito alle frequentazioni del salone.

La mancanza di liquidità ha determinato:



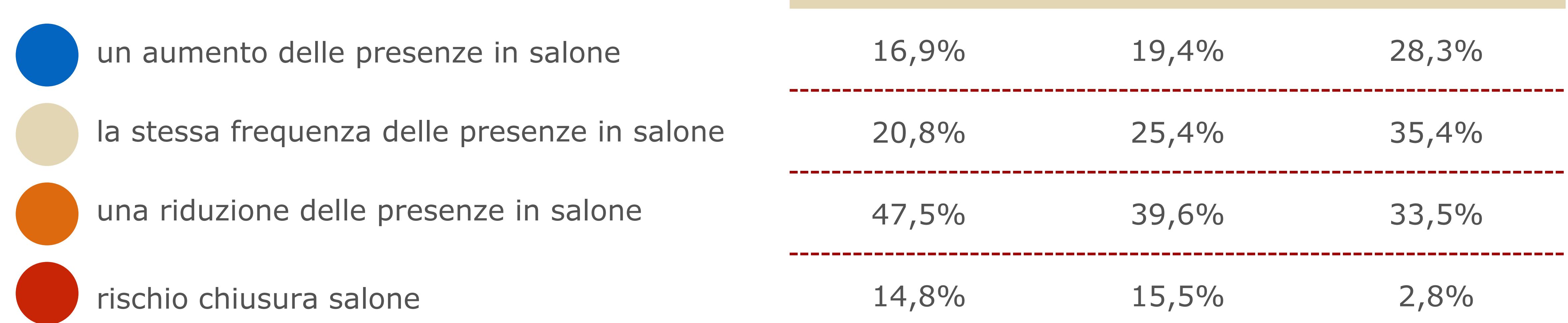
Per i mesi futuri si prevede:



Impatto economico del Covid-19

Nonostante due saloni su cinque (41,5%) manifestino preoccupazione in merito alla possibile chiusura dell'attività, c'è un forte ottimismo in merito alle frequentazioni del salone.

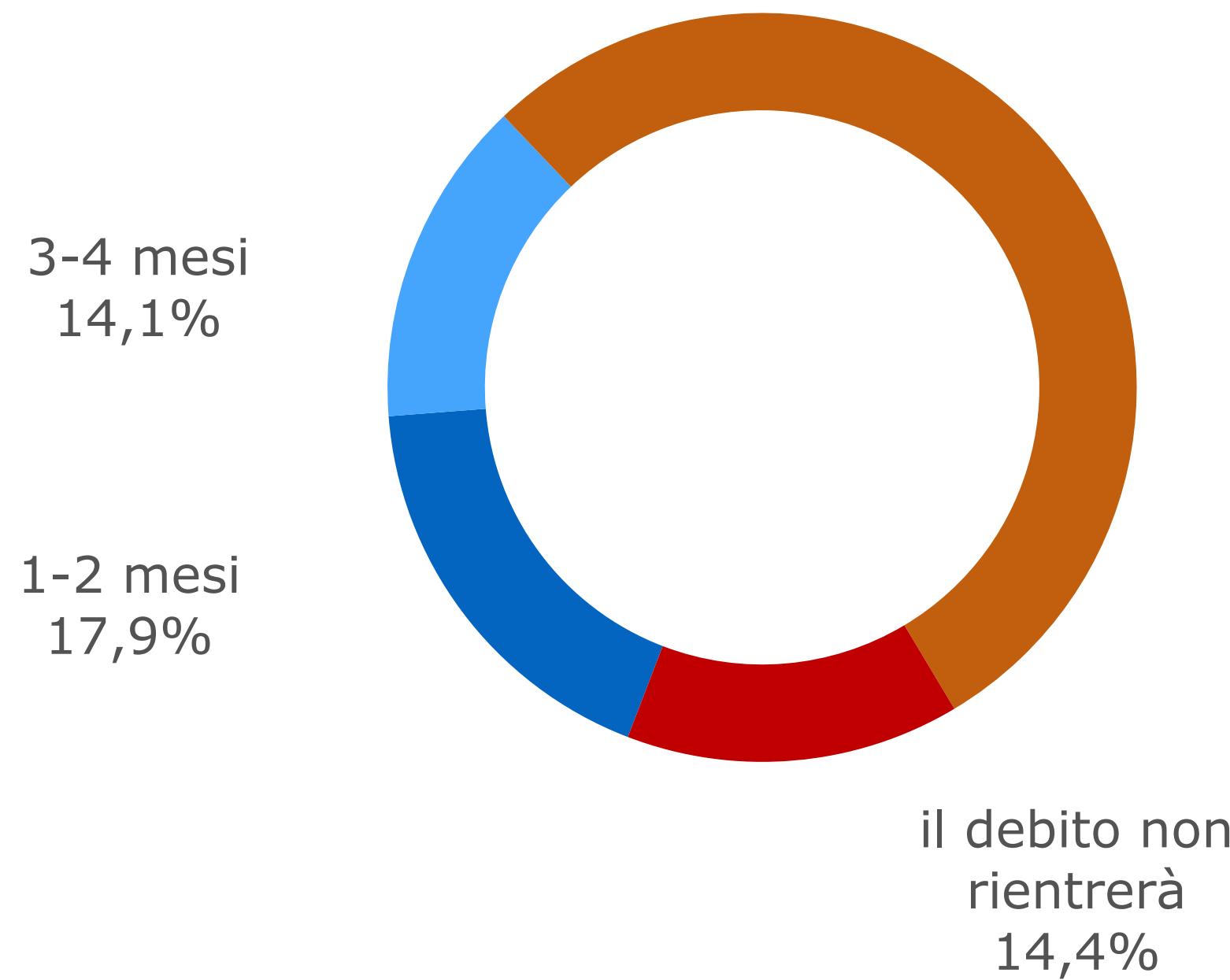
Per i mesi futuri si prevede:



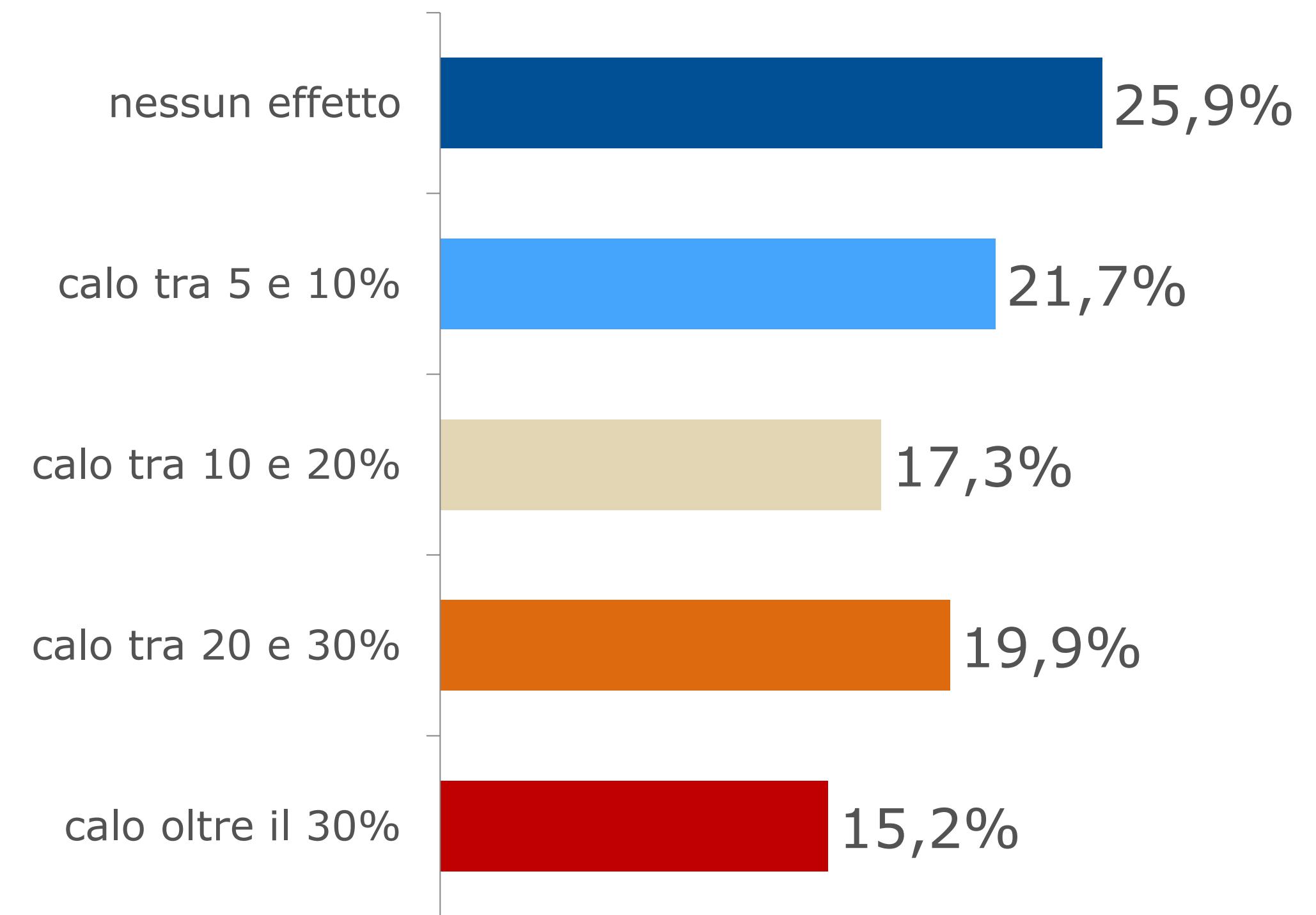
Impatto economico del Covid-19

Per un salone su cinque l'emergenza sanitaria verrà riassorbita, in termini di debiti accumulati, nel breve termine (17,9%). Impatto polarizzato: circa un salone su quattro non ha subito effetti a seguito della riapertura, mentre quasi il 15% ha subito gravi danni con calo del fatturato di oltre il 30%.

Il rientro dei debiti accumulati è previsto in:



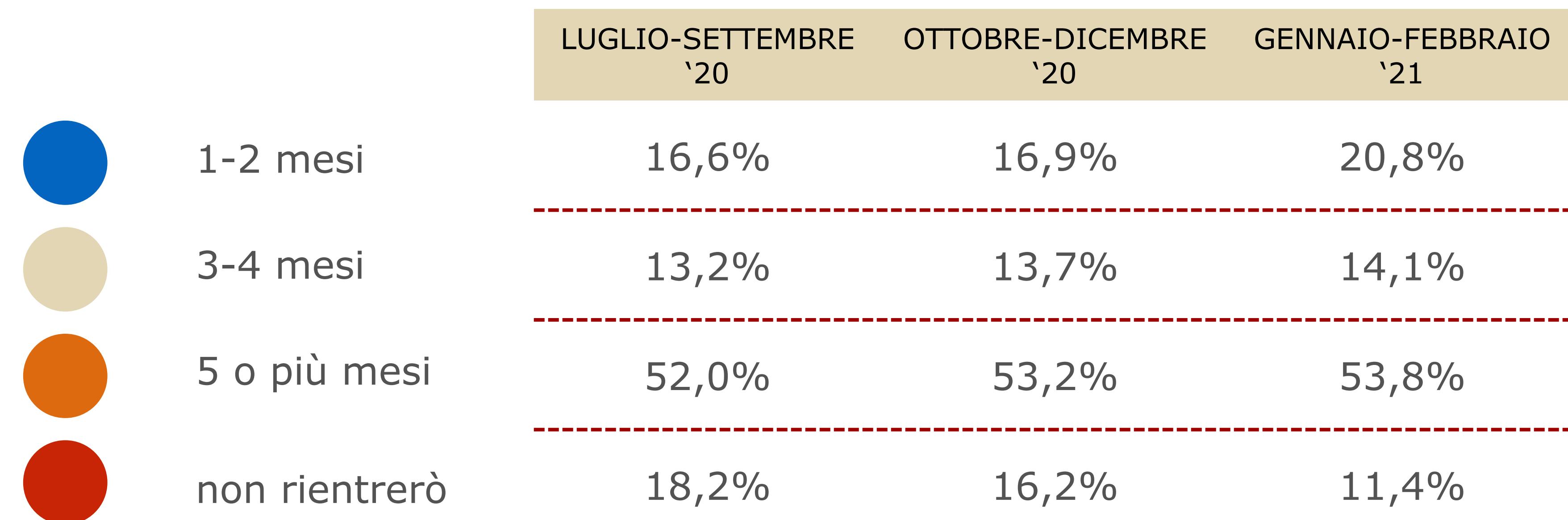
La riapertura su appuntamento e l'applicazione delle misure anti-Covid, hanno registrato sul fatturato del salone:



Impatto economico del Covid-19

Per un salone su cinque l'emergenza sanitaria verrà riassorbita, in termini di debiti accumulati, nel breve termine (17,9%). Impatto polarizzato: circa un salone su quattro non ha subito effetti a seguito della riapertura, mentre quasi il 15% ha subito gravi danni con calo del fatturato di oltre il 30%.

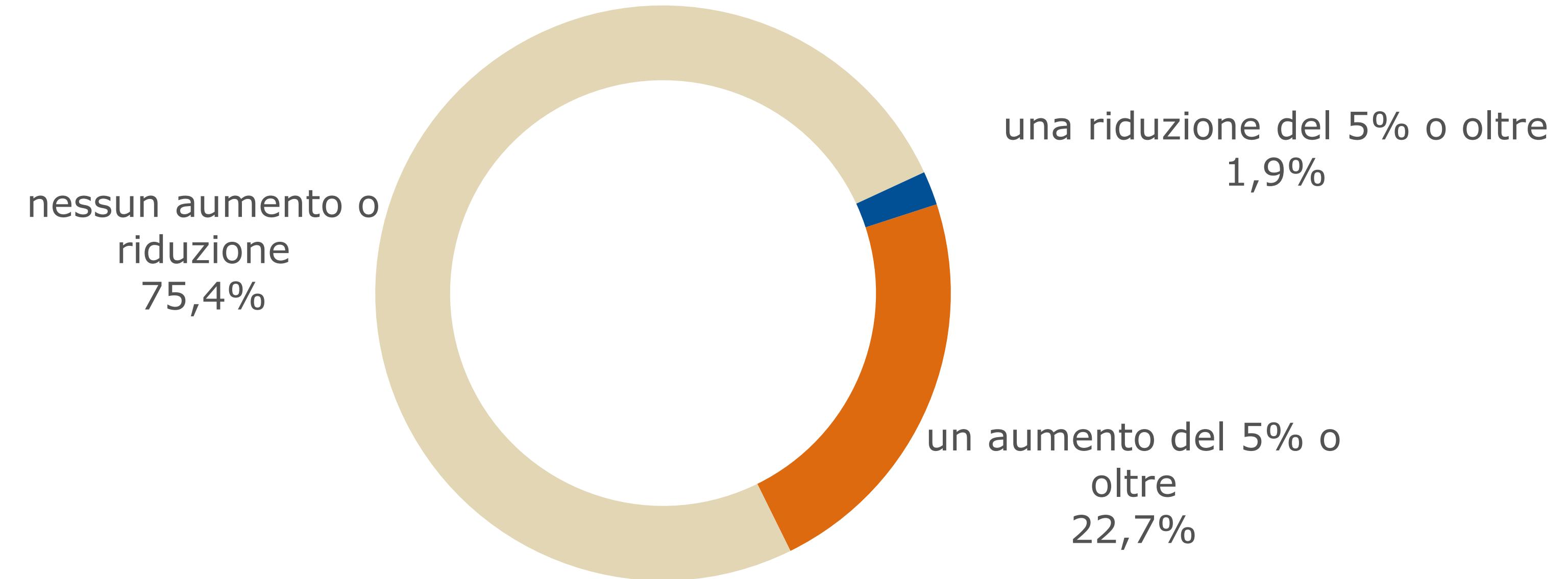
Il rientro dei debiti accumulati è previsto in:



Reazione per sostenere la ripresa

Tre saloni su quattro non hanno modificato il listino del salone, mentre quasi un salone su quattro ha incrementato il prezzo del 5% o più.

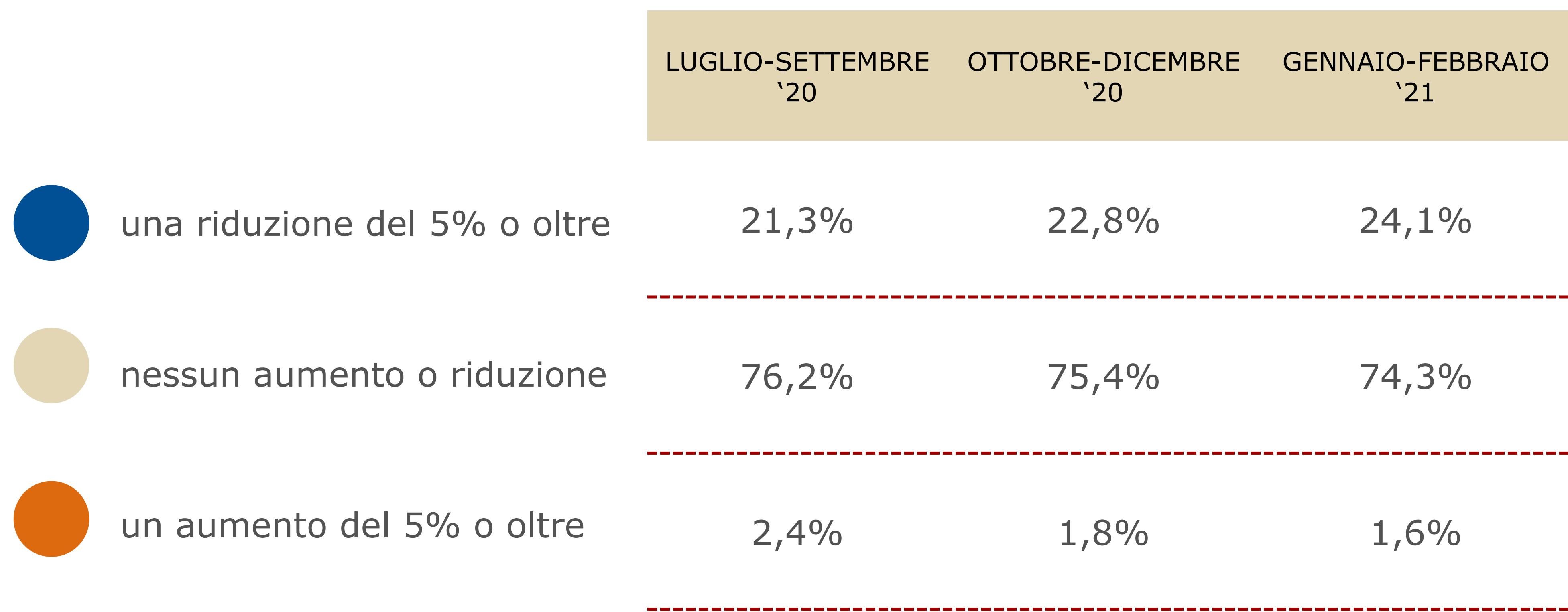
Riguardo il listino del salone, dalla riapertura di maggio si registra:



Reazione per sostenere la ripresa

Tre saloni su quattro non hanno modificato il listino del salone, mentre un salone su quattro ha incrementato il prezzo del 5% o più.

Riguardo il listino del salone, dalla riapertura di maggio si registra:



Supporto per sostenere la ripresa

In ottica futura, l'obiettivo principale è crescere il fatturato del proprio salone, attraverso una gestione efficace e investendo nella formazione dei propri collaboratori.

Aree su cui essere supportati in futuro:



SVILUPPO BUSINESS SALONE



GESTIONE SALONE

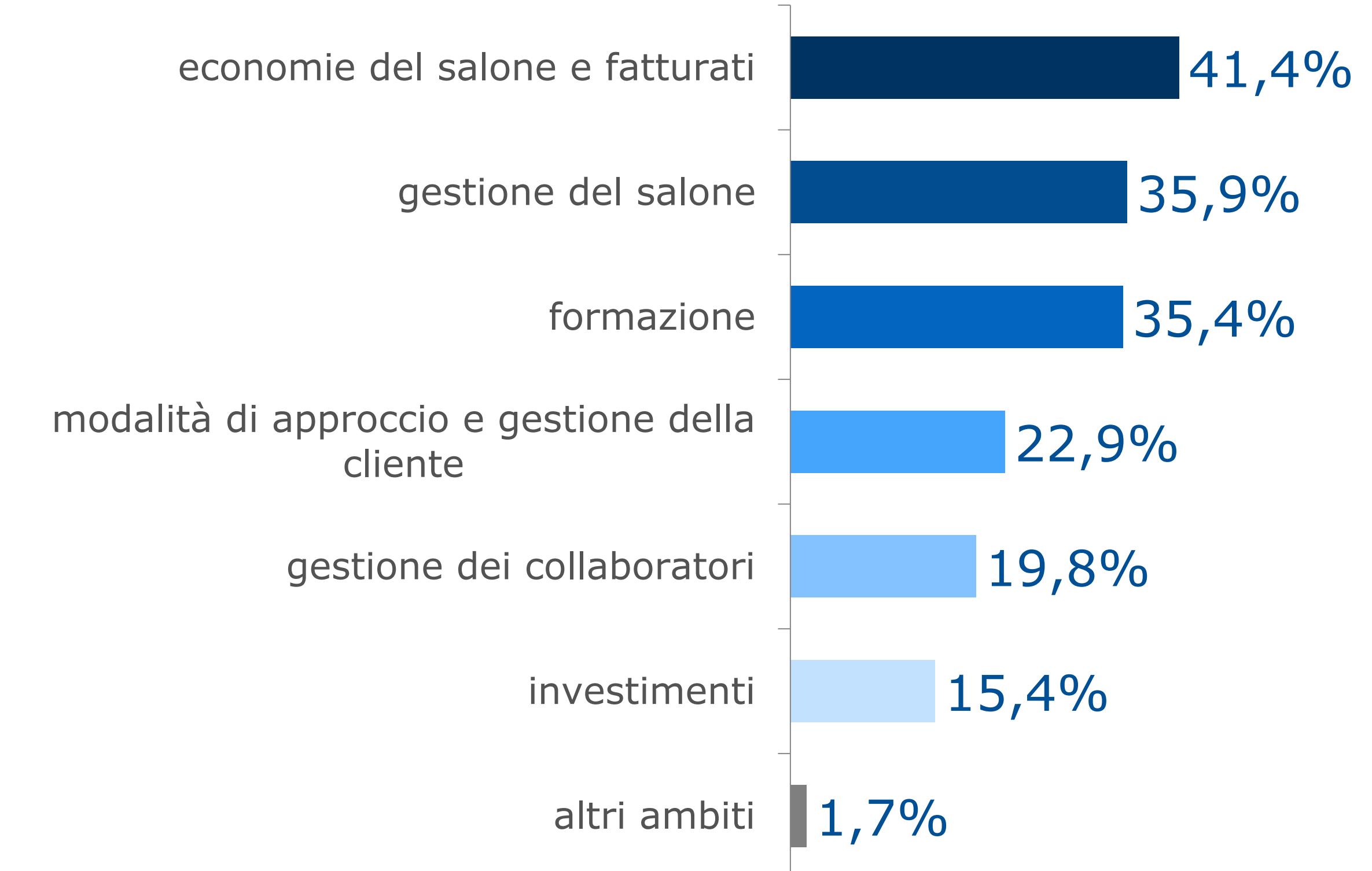


ALTRÉ AREA

Possibili più risposte

Elaborazione Centro Studi di Cosmetica Italia.
Valori percentuali.

Ambiti su cui intervenire per sostenere la ripresa:

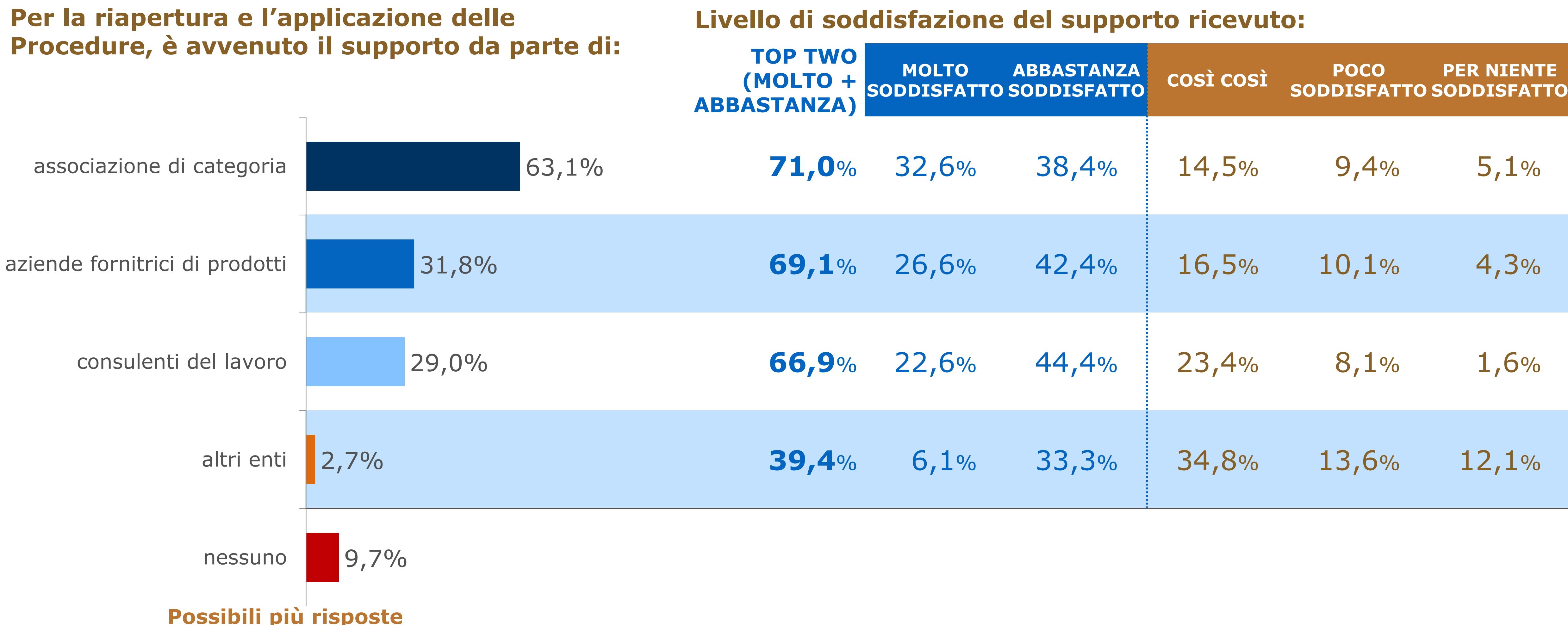


Possibili più risposte

Valutazioni e aspettative

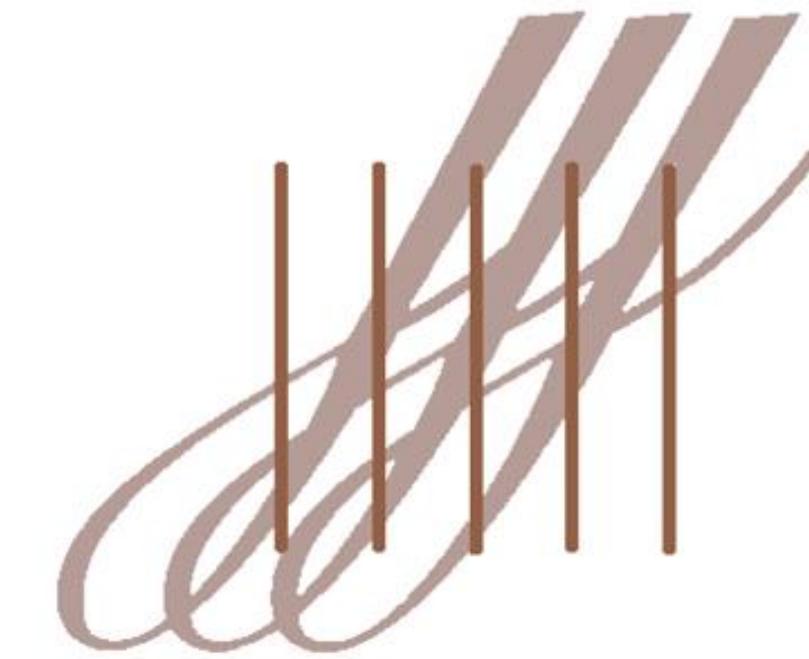
Per la riapertura e l'applicazione delle Procedure, il supporto è avvenuto in misura più diffusa dall'associazione di categoria di riferimento. Seguono le aziende fornitrici di prodotti e i consulenti, sia in termini di diffusione che nel livello di soddisfazione.

Per la riapertura e l'applicazione delle Procedure, è avvenuto il supporto da parte di:



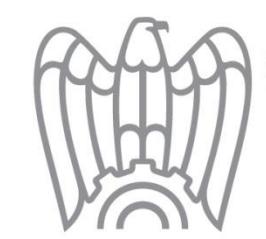
GRAZIE

Gian Andrea Positano



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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

 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche