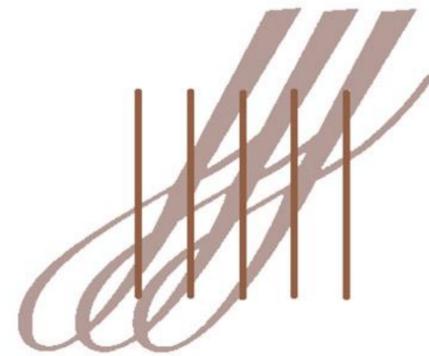


# **EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE dalla formazione alla sostenibilità**



**CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA**

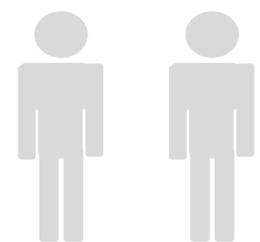
In collaborazione con il Centro Studi e Cultura d'Impresa di

 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche

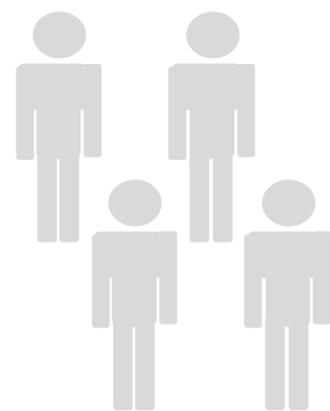
## Elementi strutturali del salone

*Si registra nell'ultimo anno un aumento del numero di persone che lavorano all'interno del salone e maggior diversificazione dell'offerta con un orientamento importante verso i saloni unisex.*

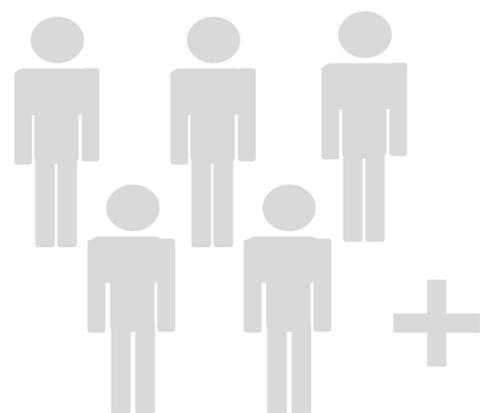
### Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



**1-2 persone**  
**56,4%**



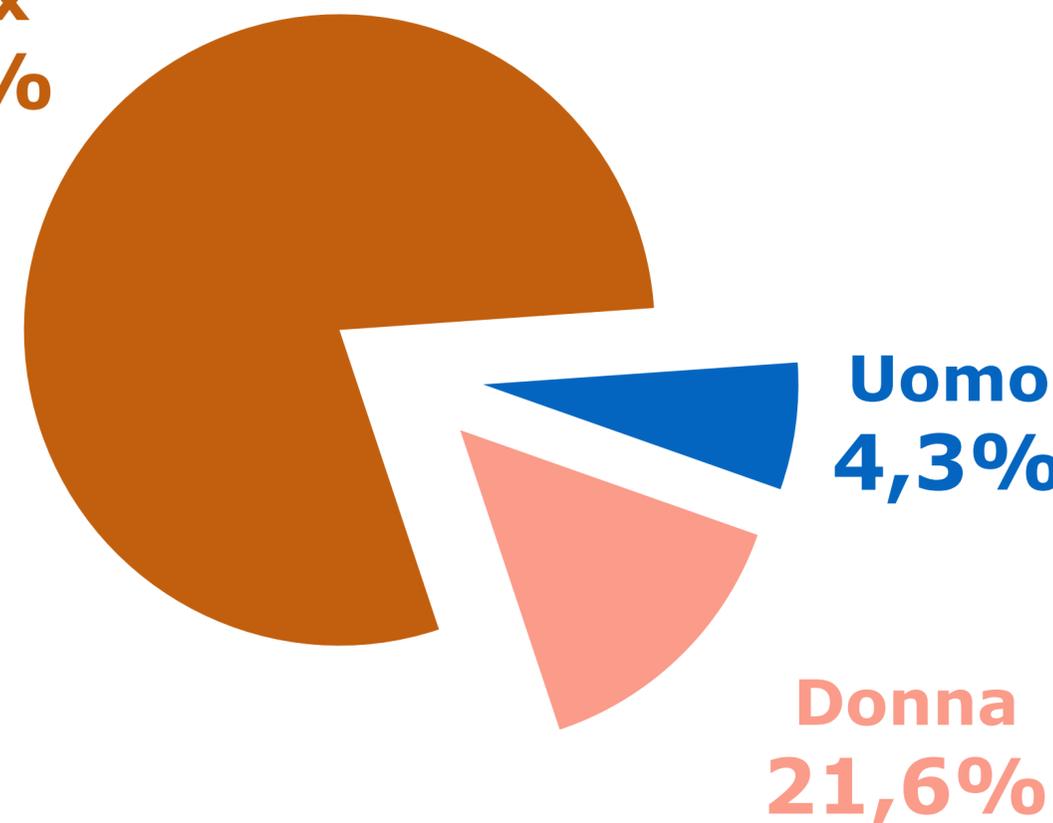
**3-4 persone**  
**33,0%**



**5 o più persone**  
**10,6%**

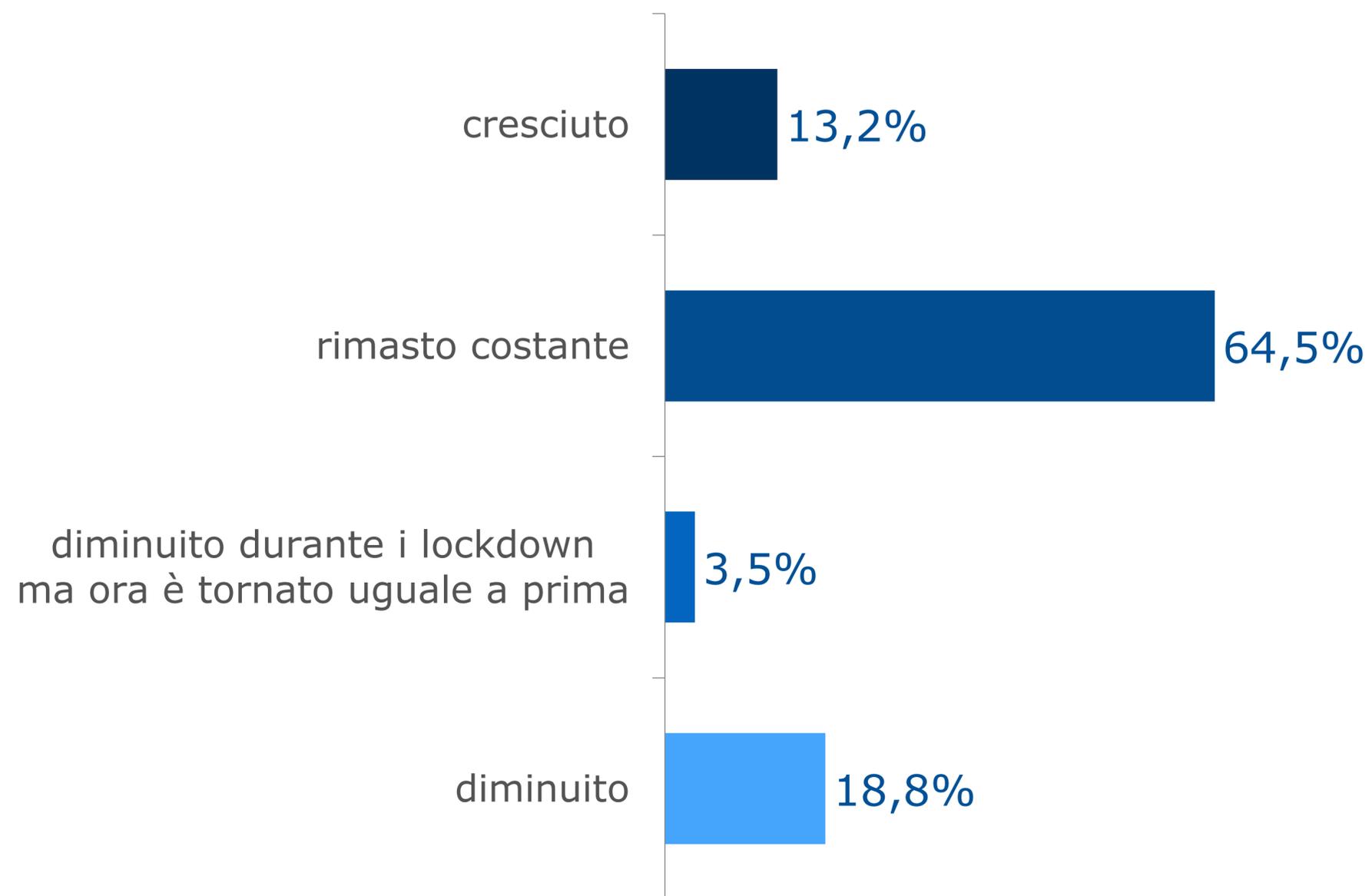
### Tipologia di appartenenza del salone:

**Unisex**  
**74,1%**



Base: 945 rispondenti

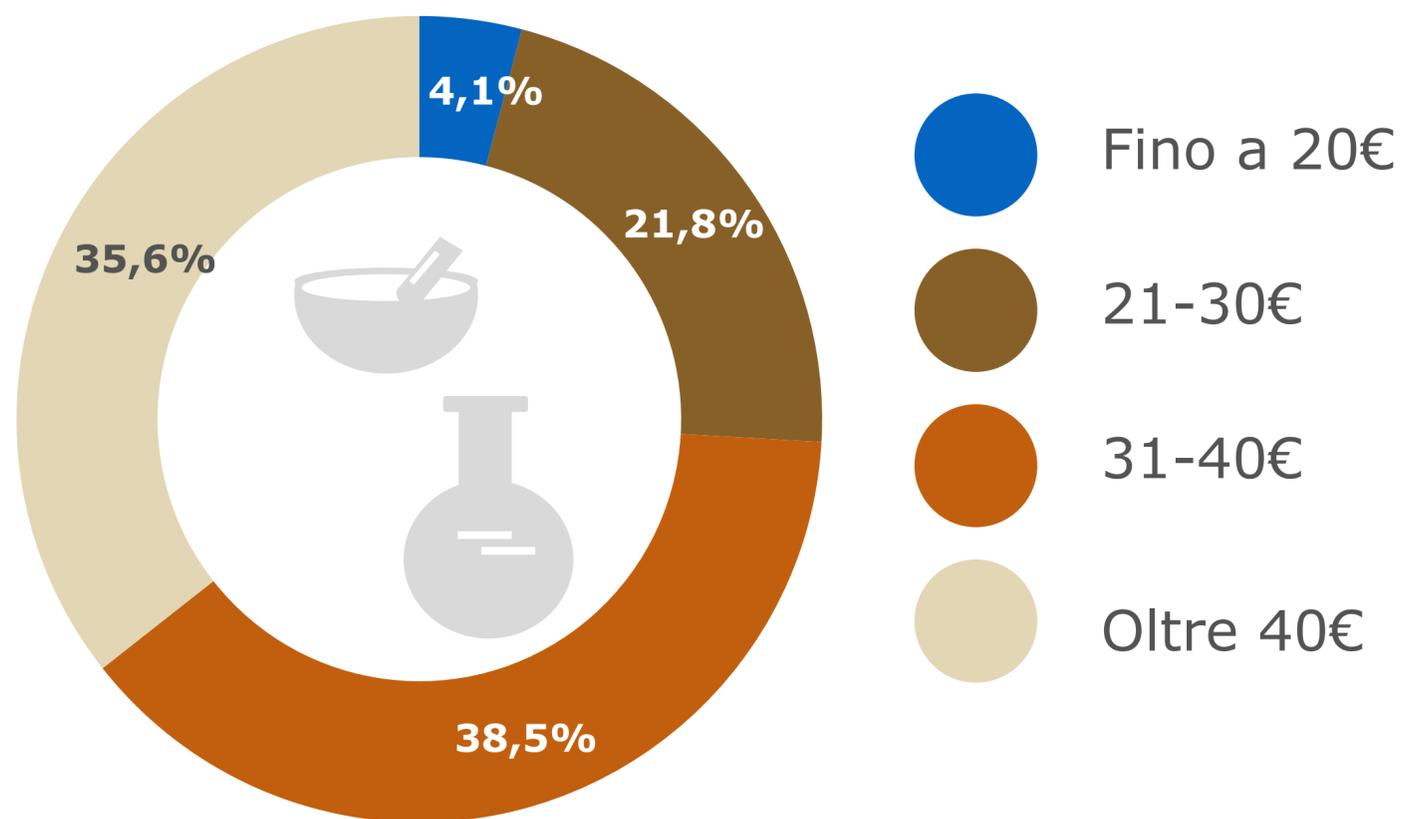
*Nell'ultimo anno, il numero degli addetti nel salone è ....*



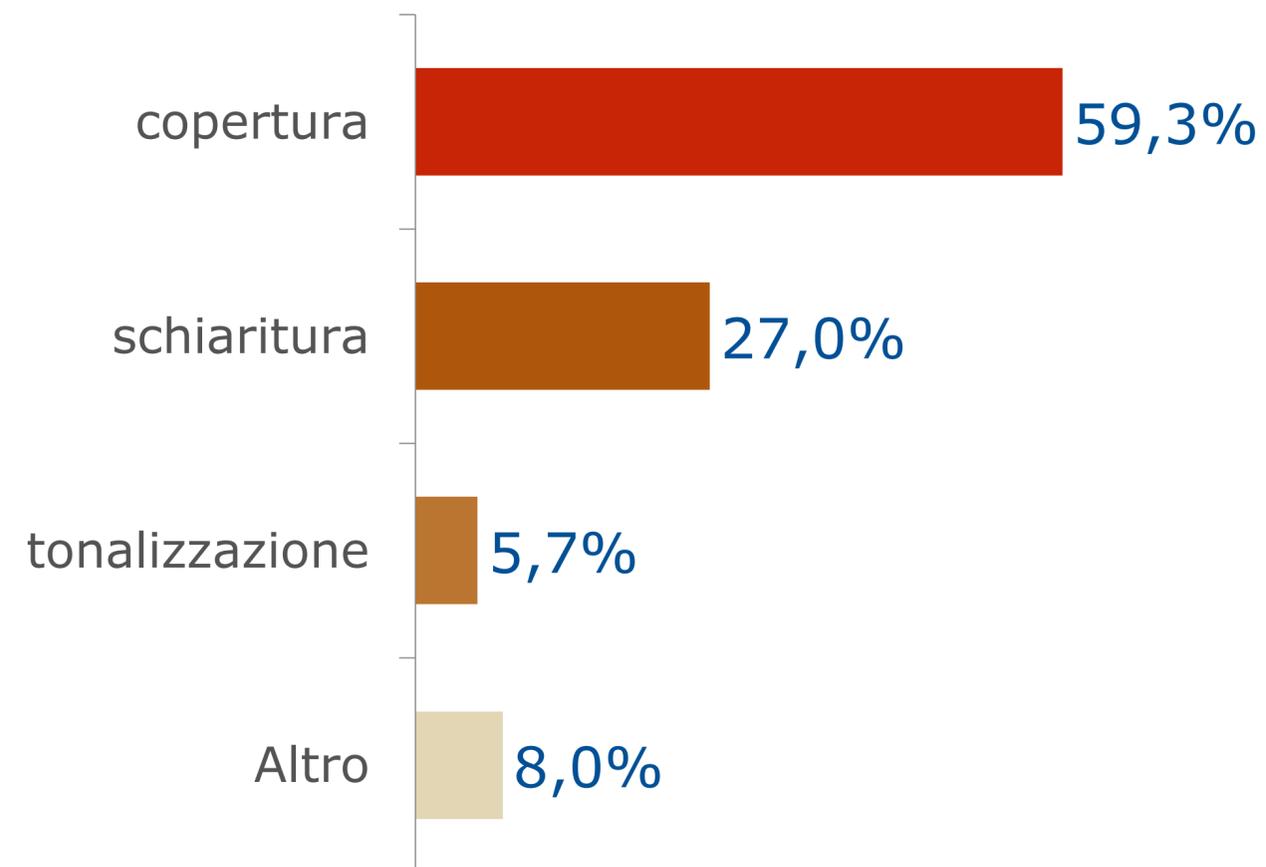
**Base: 945 rispondenti**

# I principali trattamenti legati alla colorazione

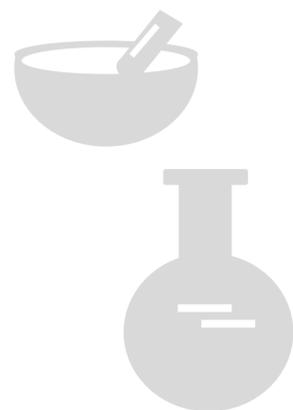
## Prezzo colorazione a testa intera su capelli di media lunghezza



## I servizi colore più effettuati nell'ultimo anno

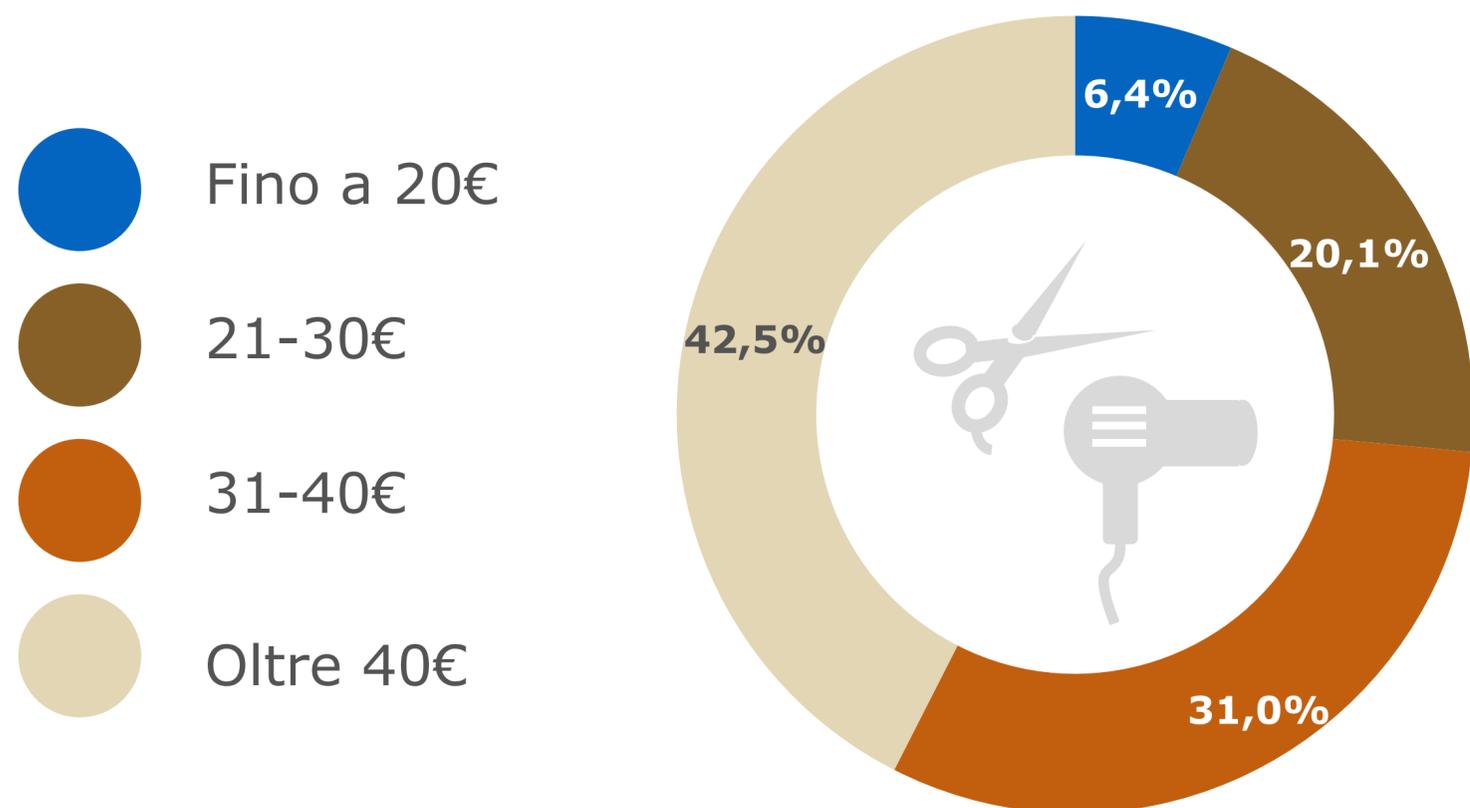


## Freuenza dei servizi colore rispetto al periodo pre-Covid



	Meno spesso	Uguale a prima	Più spesso
copertura	36,2%	48,3%	15,5%
schiaritura	29,2%	35,7%	34,5%
tonalizzazione	30,4%	39,2%	30,4%

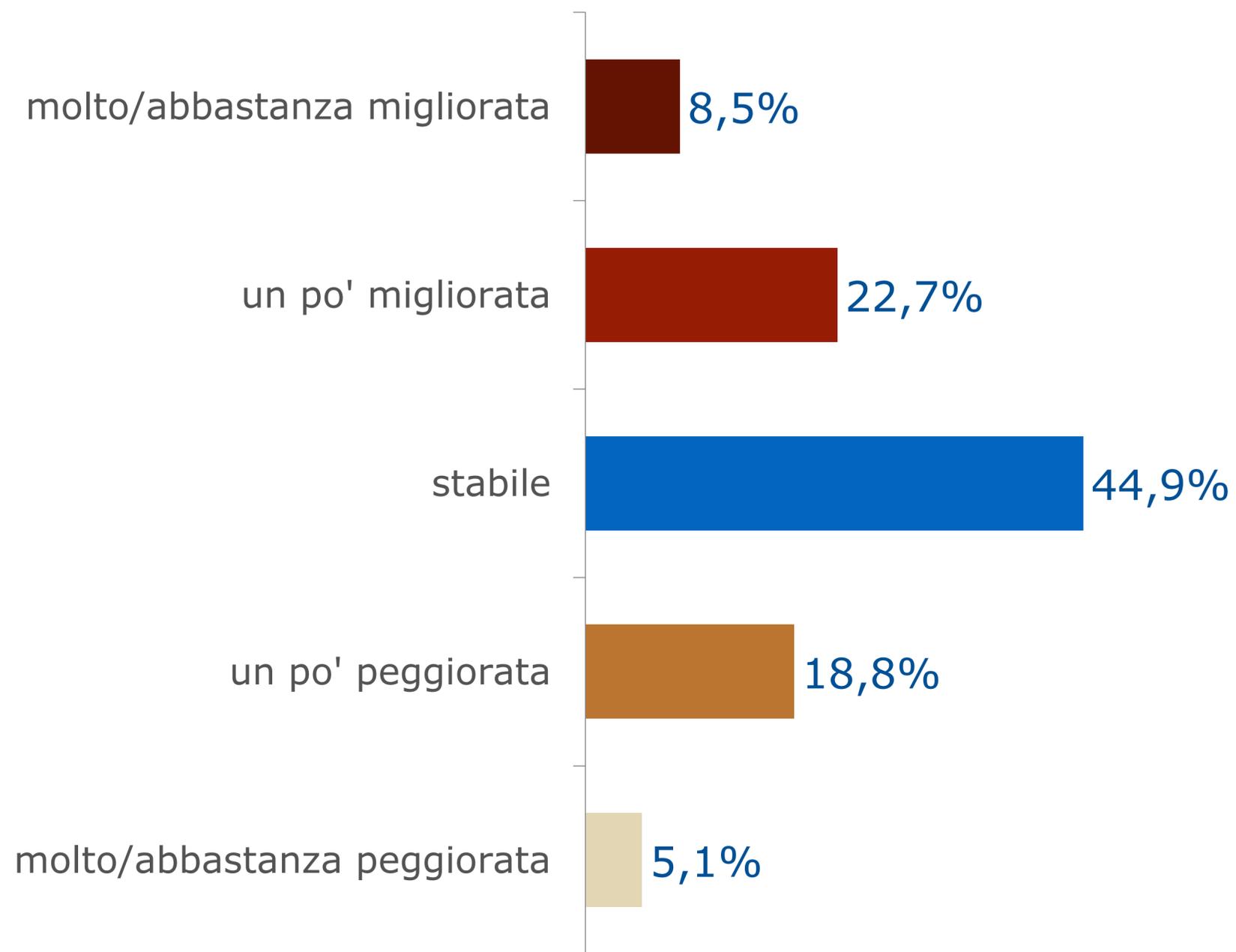
## Prezzi applicati su taglio e messa in piega



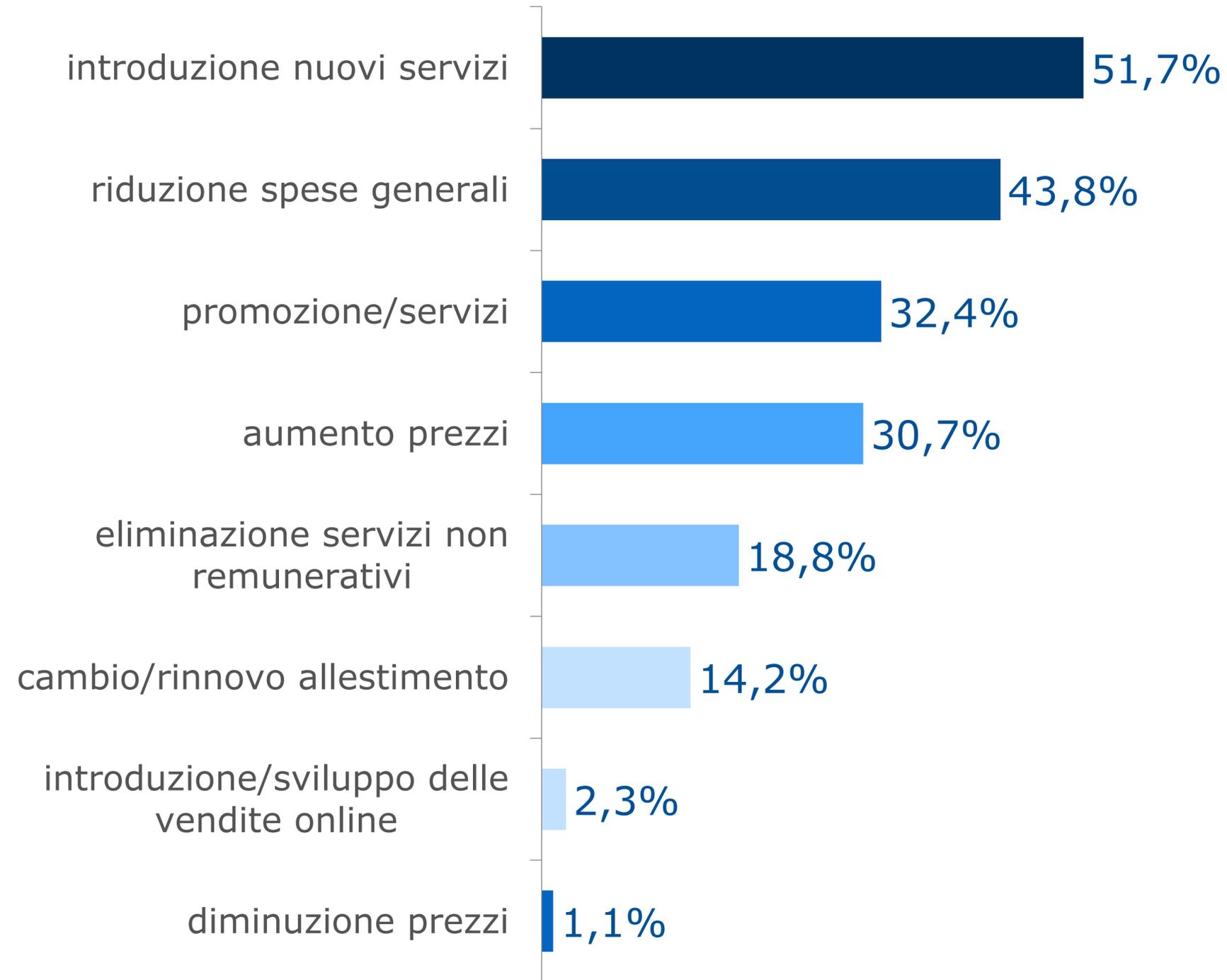
### Frequenza rispetto all'anno precedente

	Meno spesso	Uguale a prima	Più spesso
taglio	20,3%	59,9%	19,8%
messa in piega	49,1%	34,7%	16,2%

## Nel 2023 la situazione economica del salone è...



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

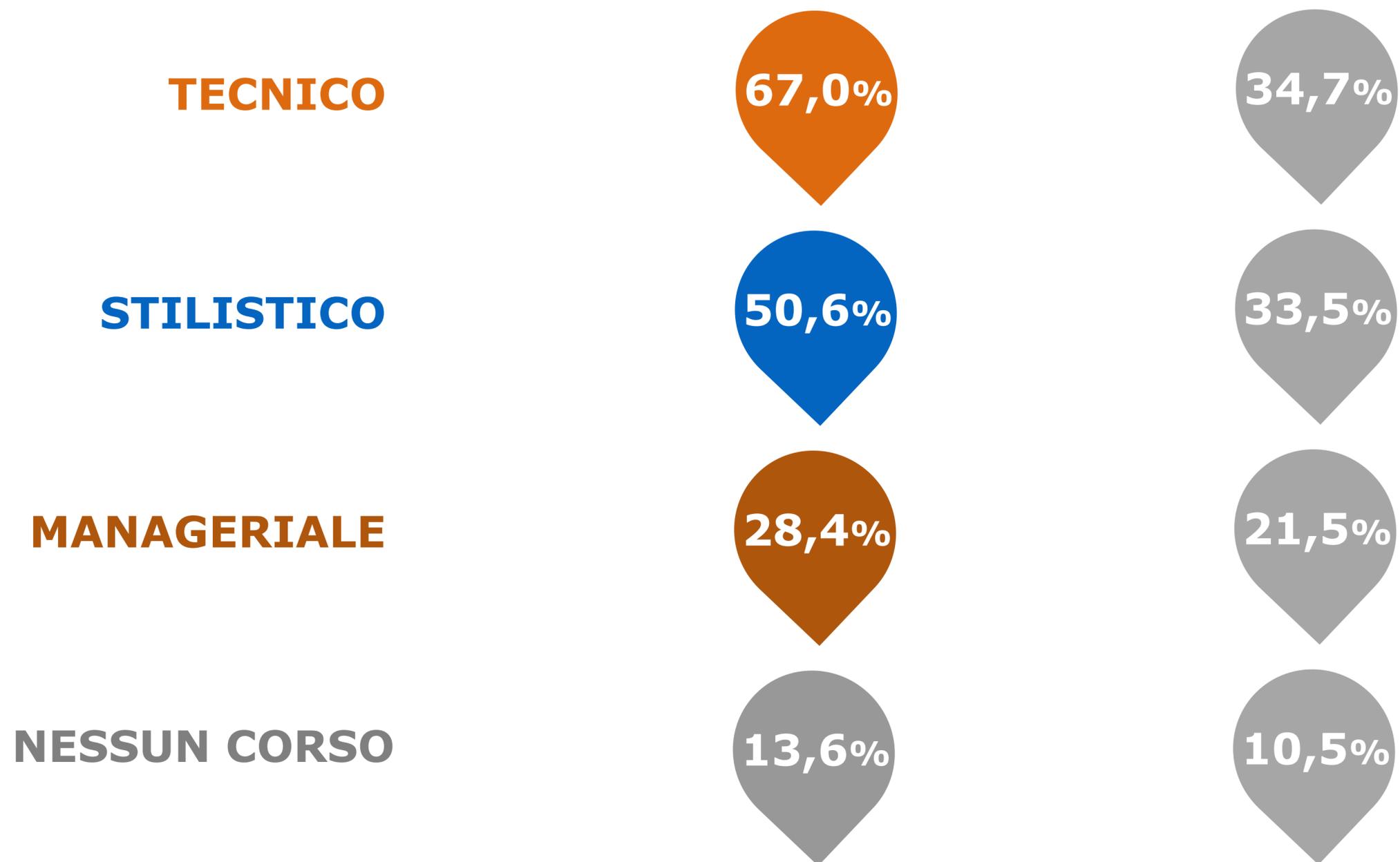


**Possibili più risposte**

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

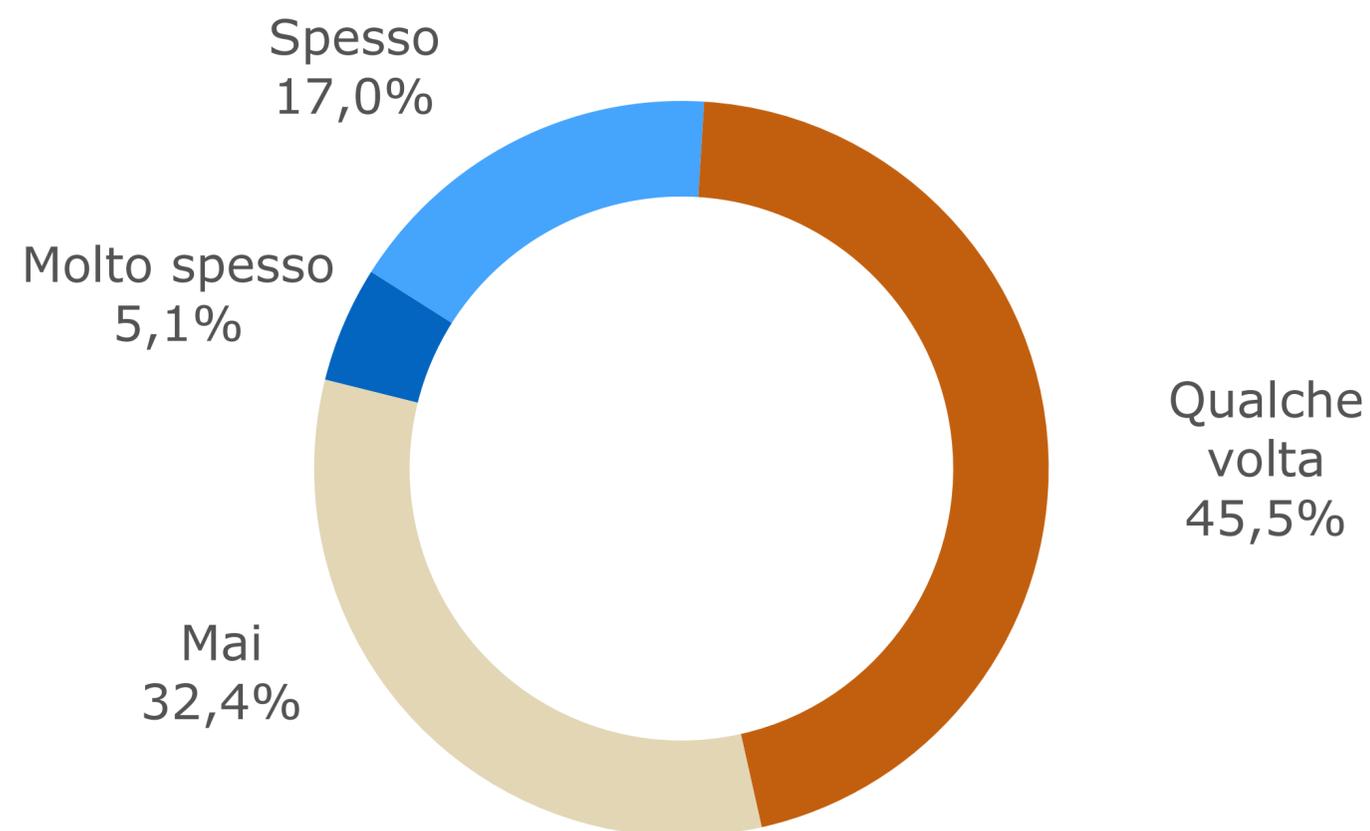
## Partecipazione a corsi di tipo:

### CONFRONTO CON IL 2020

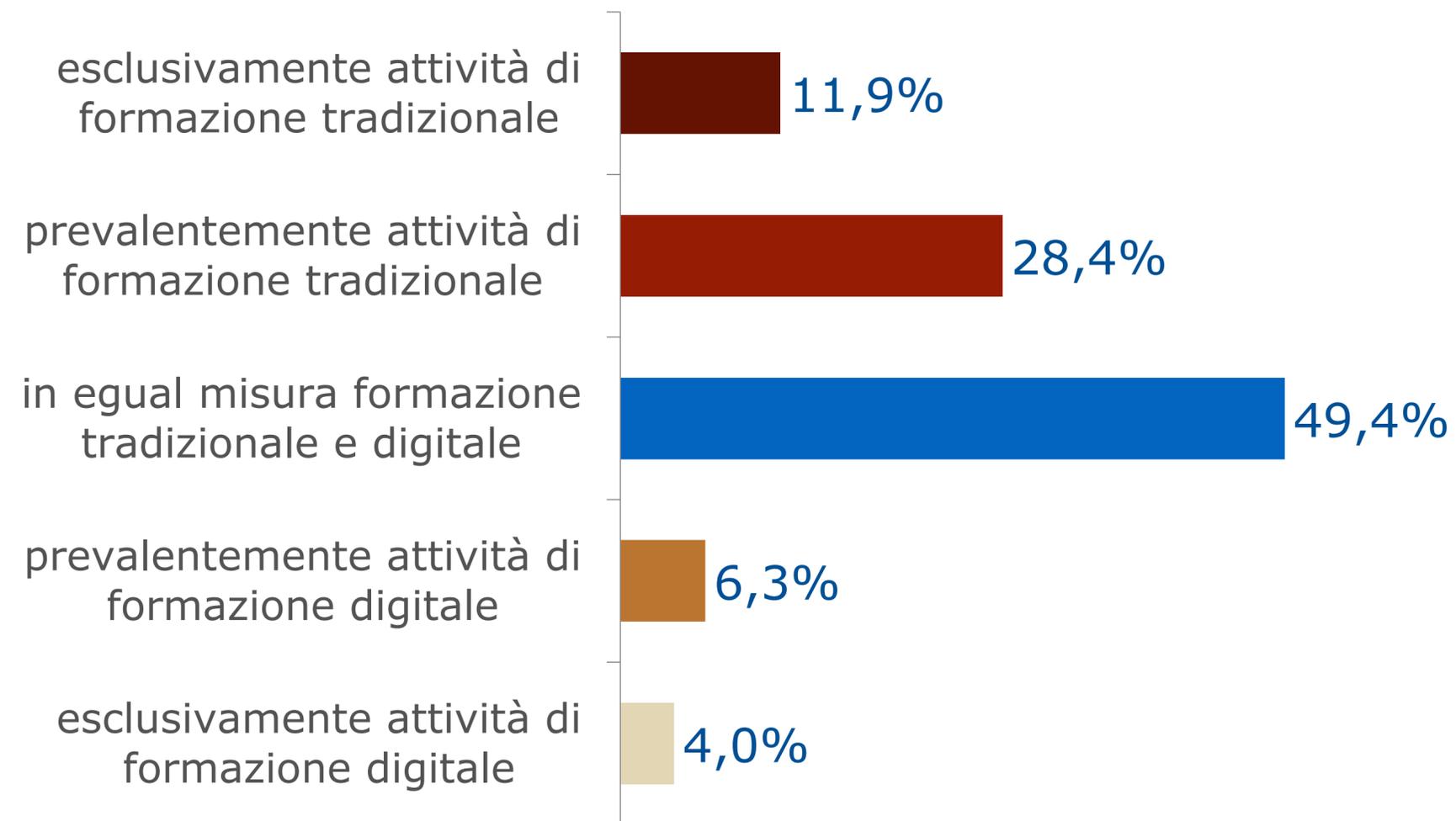


# Attività di formazione

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

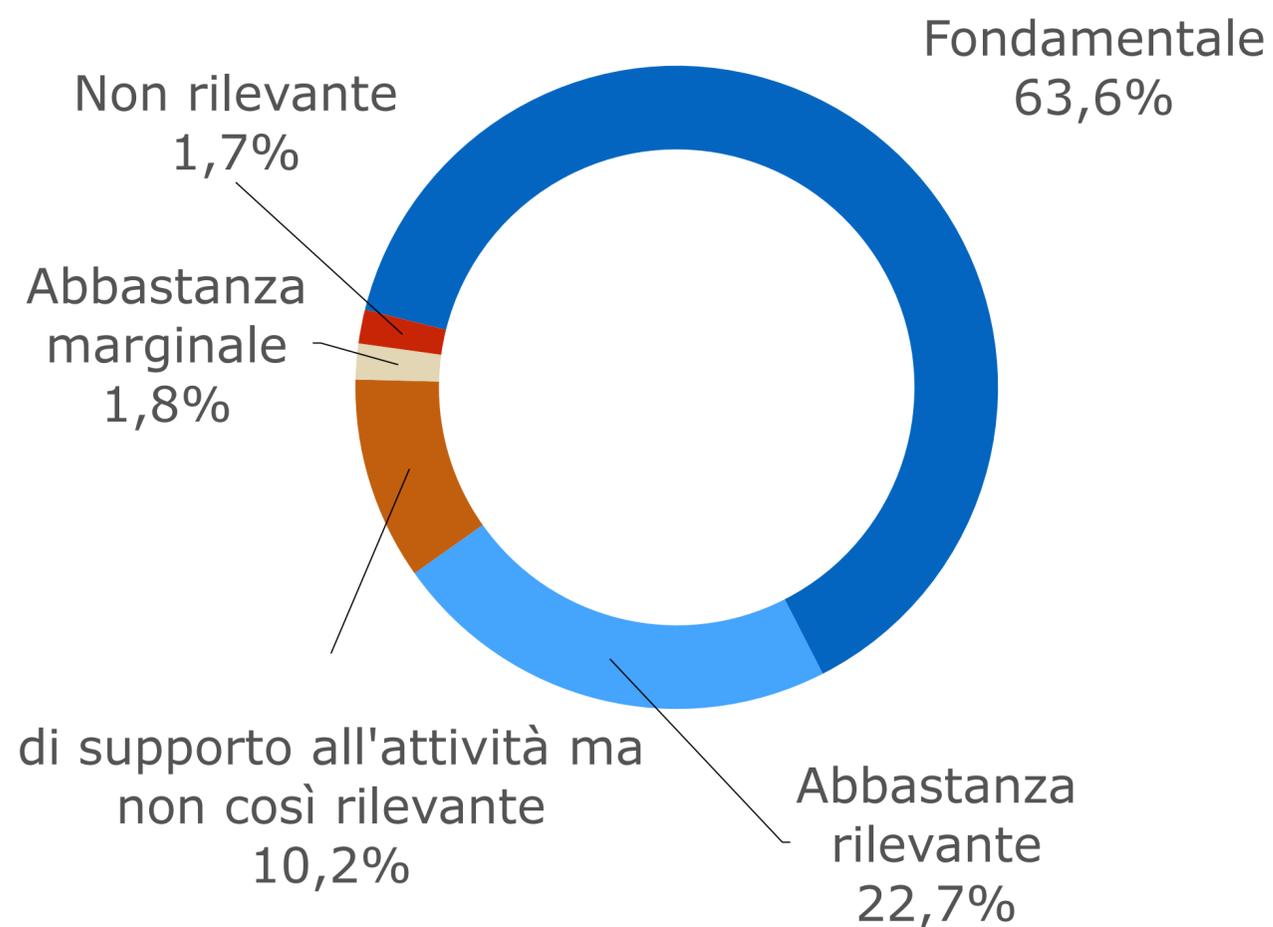


## ...e in futuro verrà svolta:

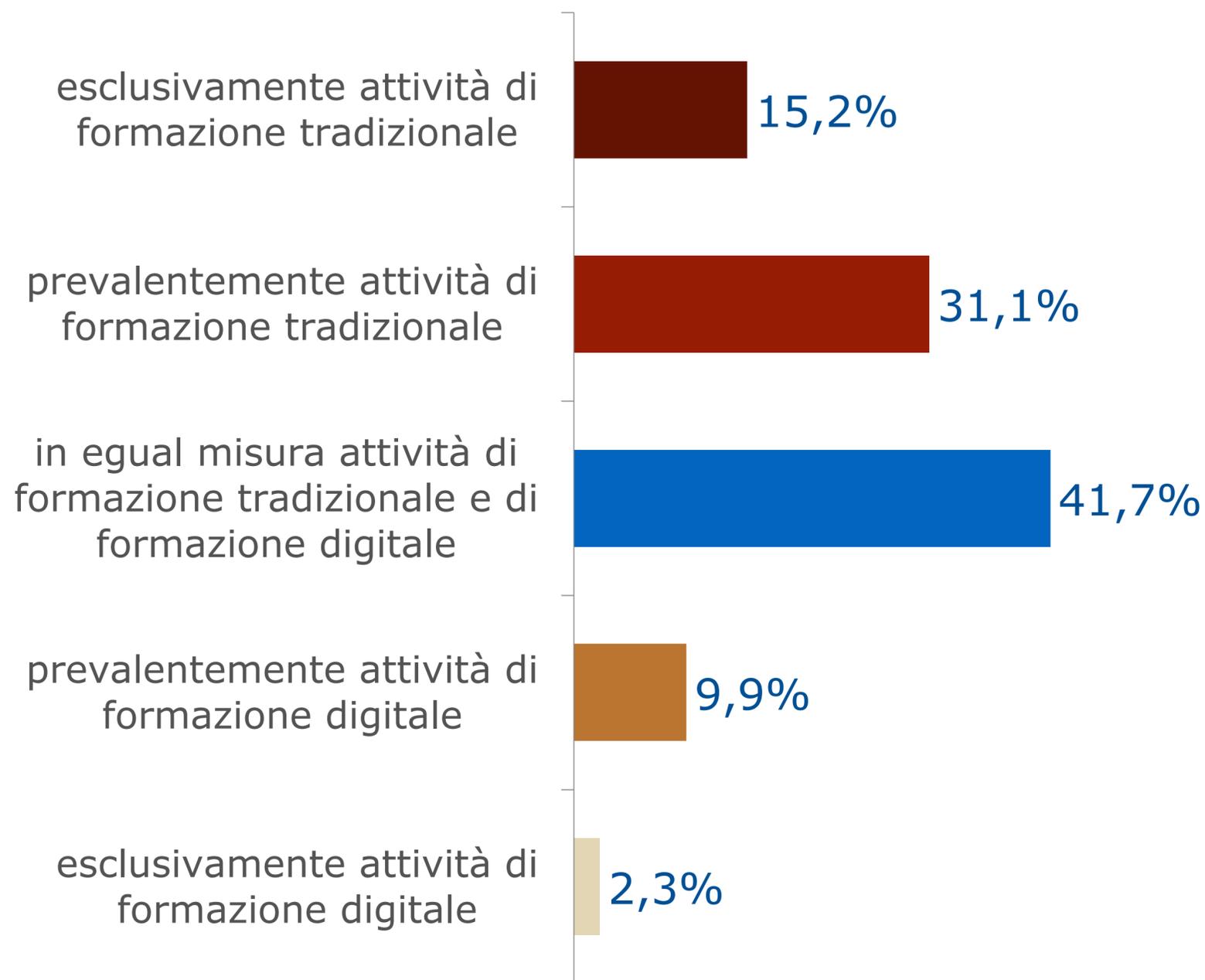


# Attività di formazione

## Il ruolo della formazione per il salone:



## Tipologia di formazione svolta:



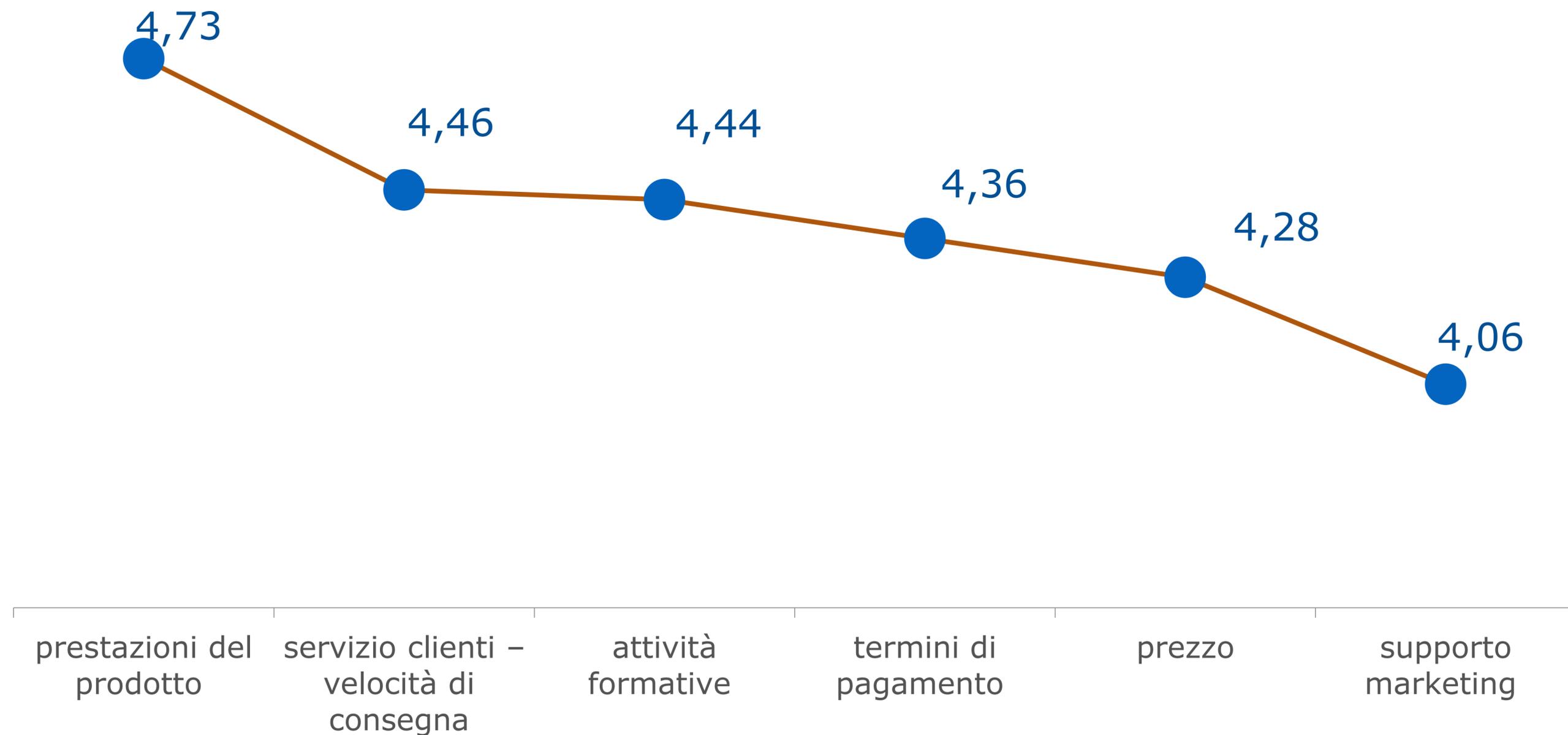
*L'approvvigionamento di prodotti cosmetici per il mio salone avviene...*

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

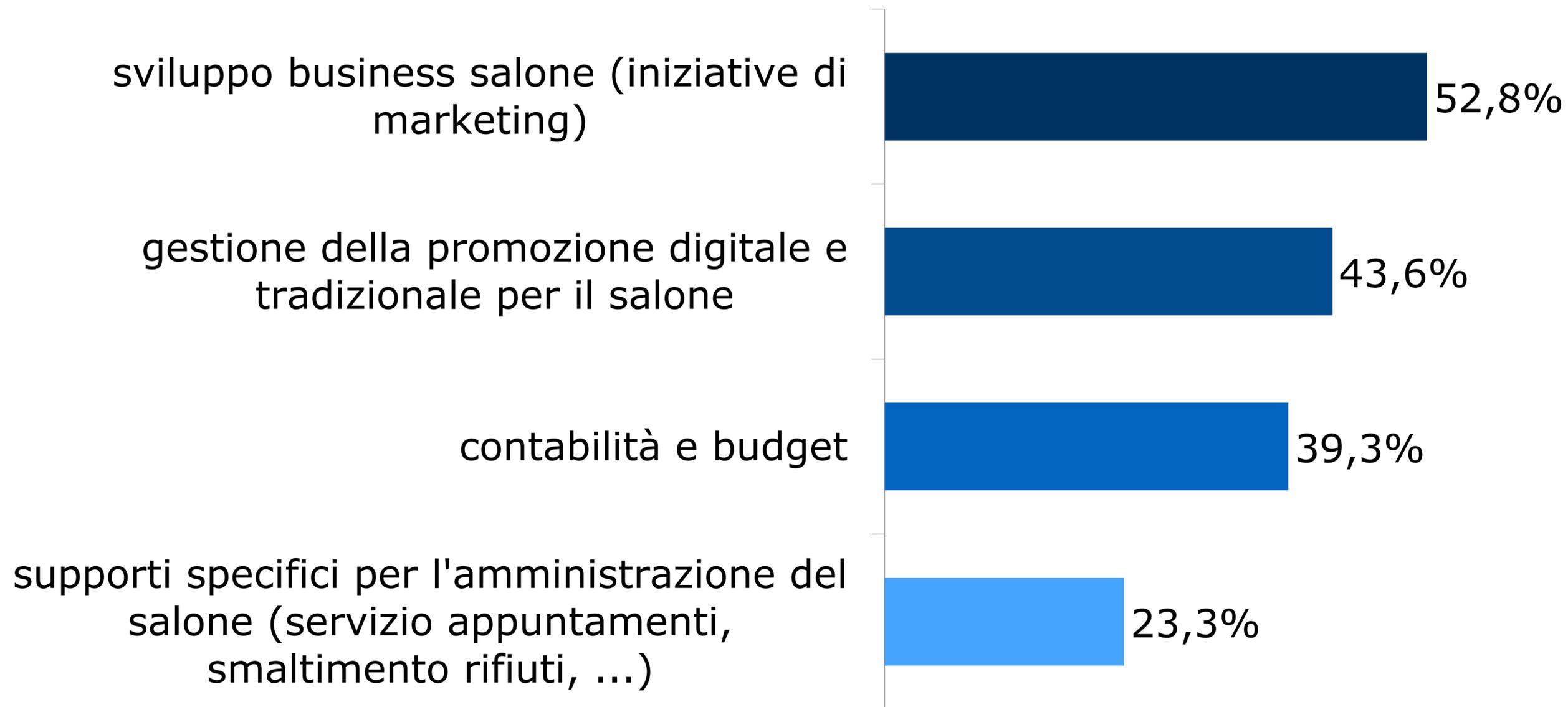
**CONFRONTO CON IL 2020**

Prevalentemente o esclusivamente dal <b>rappresentante</b>	<b>41,5%</b>	<b>33,8%</b>
In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante	<b>33,0%</b>	<b>25,4%</b>
Prevalentemente o esclusivamente dal <b>grossista / distributore</b>	<b>13,1%</b>	<b>17,4%</b>
Aziende <b>produttrici</b> con <b>brand</b>	<b>8,0%</b>	<b>16,6%</b>
Canale <b>e-commerce</b>	<b>4,0%</b>	<b>4,9%</b>
Aziende <b>produttrici conto terzi</b> (nessun brand)	<b>0,4%</b>	<b>1,9%</b>

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



## Aree di supporto l'attività del salone



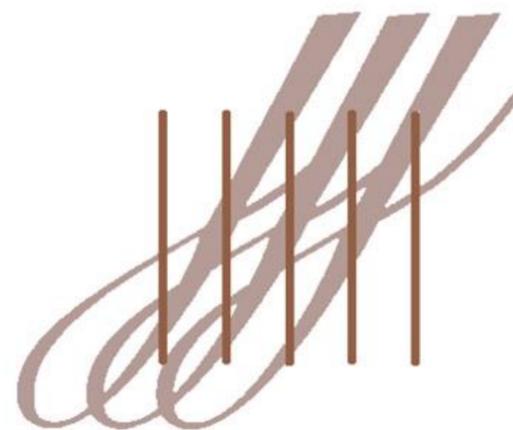
**Possibili più risposte**

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

<b>INTRODUZIONE PRODOTTI CON MINOR IMPATTO ECOLOGICO E/O DERIVANTI DAL RICICLO</b>	<b>43,6%</b>
<b>MIGLIORAMENTO DEL CONTESTO LAVORATIVO NEL SALONE (WELFARE AZIENDALE)</b>	<b>27,0%</b>
<b>EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DEI LOCALI (COIBENTAZIONE, CLIMATIZZAZIONE, ILLUMINAZIONE)</b>	<b>23,3%</b>
<b>INSTALLAZIONE DI IMPIANTI DI AUTOPRODUZIONE ELETTRICA O DERIVANTI DA ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI</b>	<b>3,7%</b>
<b>NESSUN INTERVENTO SPECIFICO</b>	<b>31,3%</b>

# 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