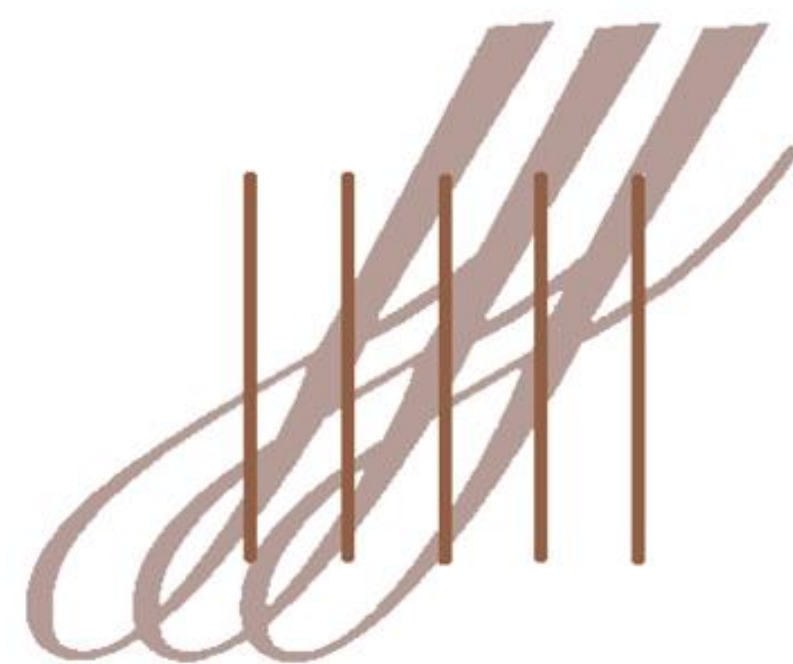


L'EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE ACCONCIATORE



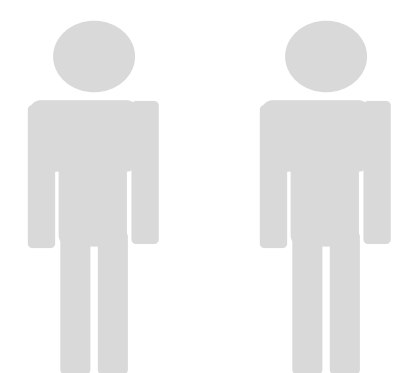
CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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

 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

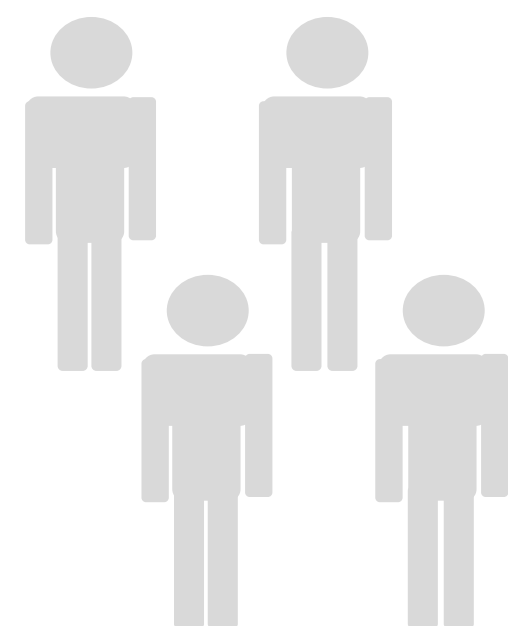
Elementi strutturali del salone: dal 2013* è diminuito il numero medio di persone che lavorano all'interno del salone mentre sono è aumentata la tipologia dedicata all'uomo

Numero di persone che lavorano, titolare incluso:



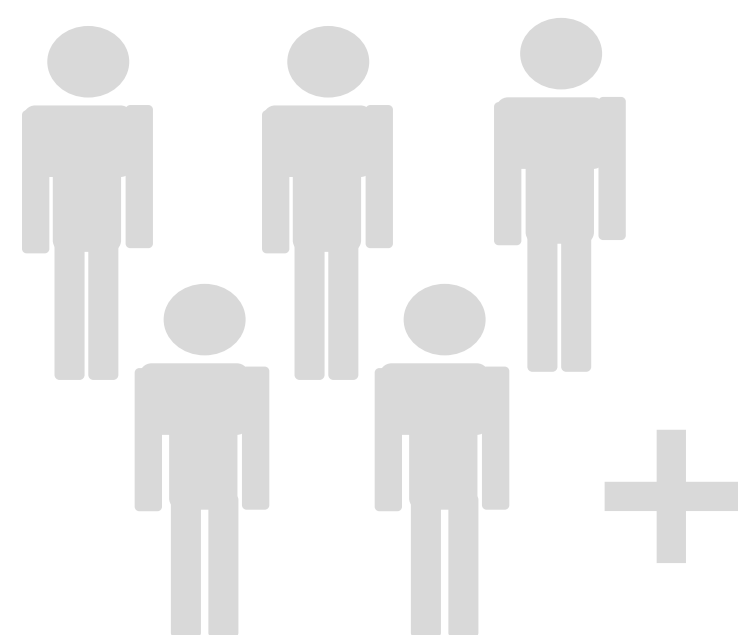
1-2 persone

57,6%



3-4 persone

33,3%



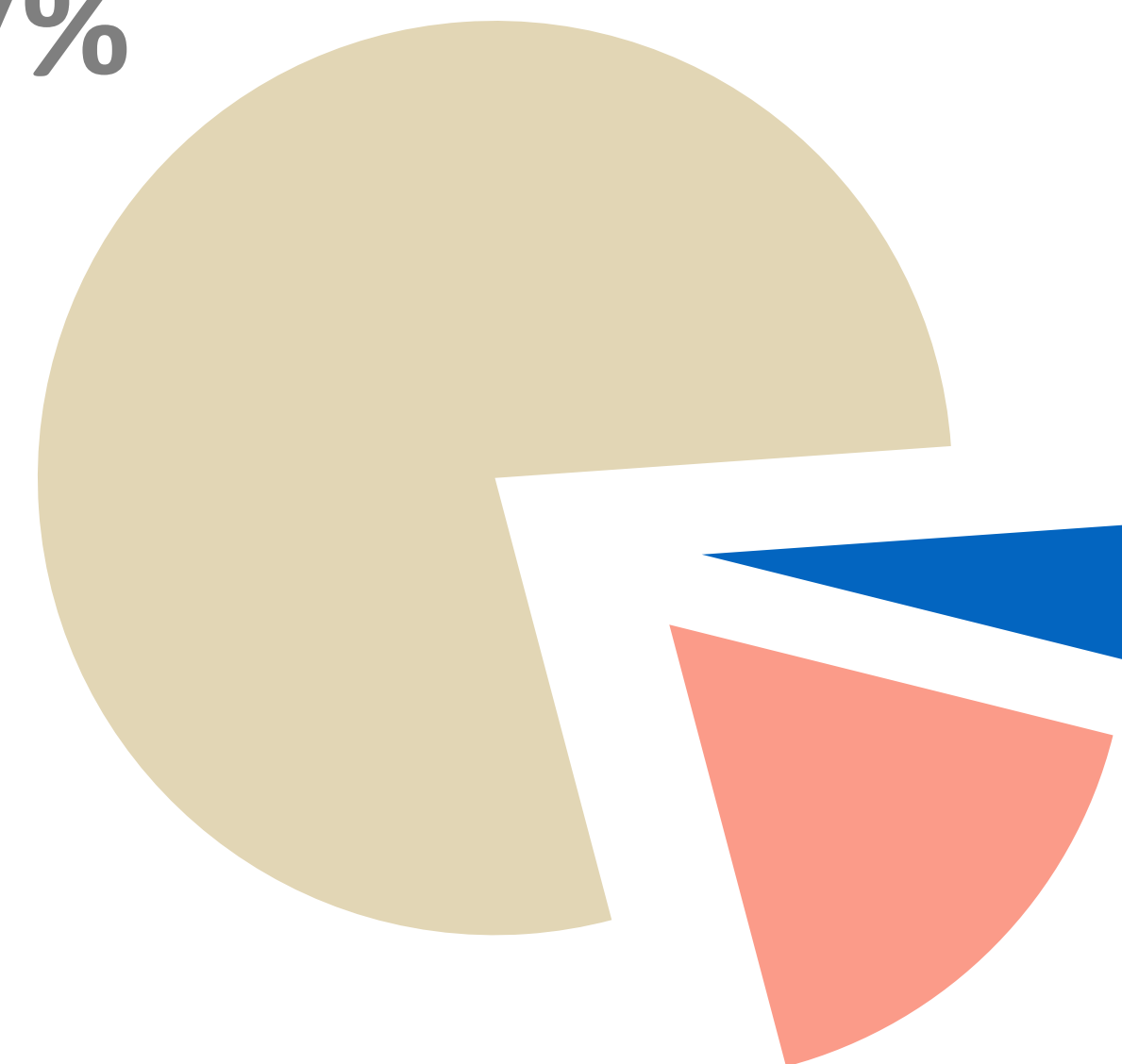
5 o più persone

9,1%

Tipologia di appartenenza del salone:

Unisex

77,7%



Uomo
5,1%

Donna
17,2%

Base: 500 rispondenti

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

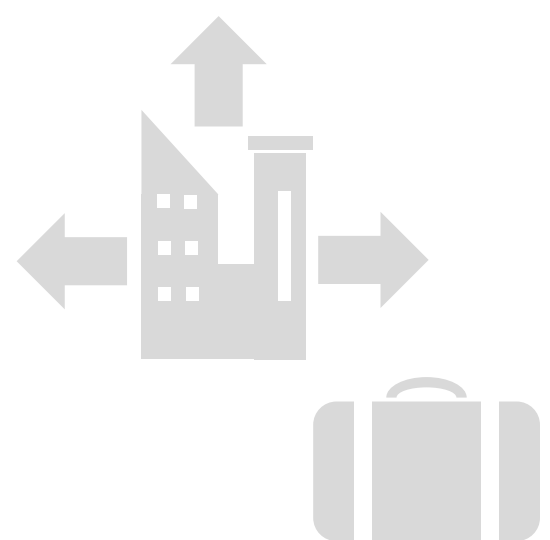
Elementi logistici del salone: *il ruolo del rappresentante veicola metà degli acquisti*

Gli acquisti di prodotti cosmetici vengono effettuati...



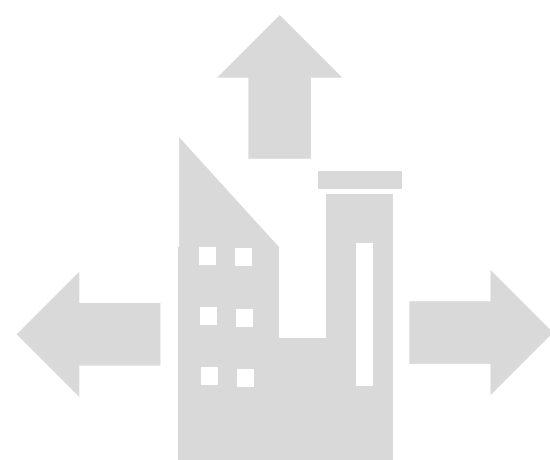
Prevalentemente o esclusivamente dal rappresentante

54,1%



In egual misura sia dal grossista / distributore che dal rappresentante

31,6%

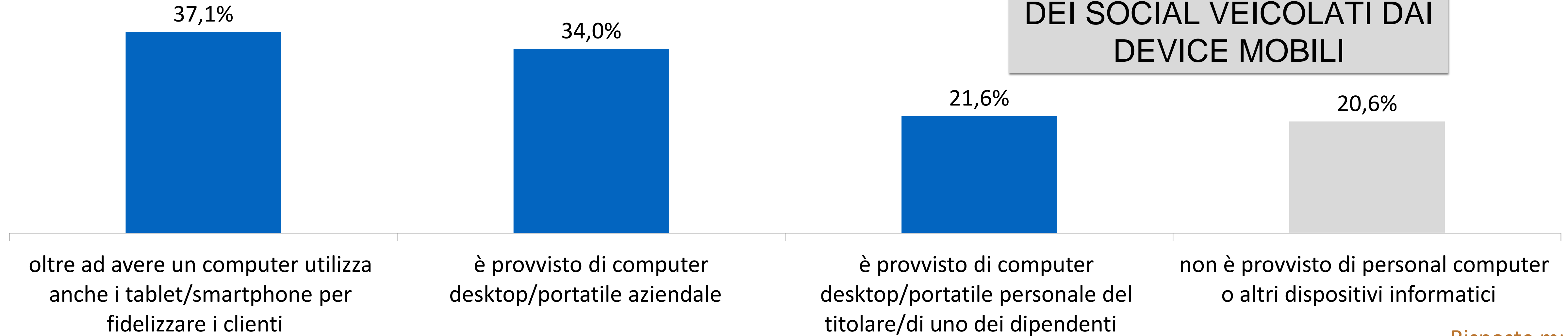


Prevalentemente o esclusivamente dal grossista / distributore

14,3%

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 ...



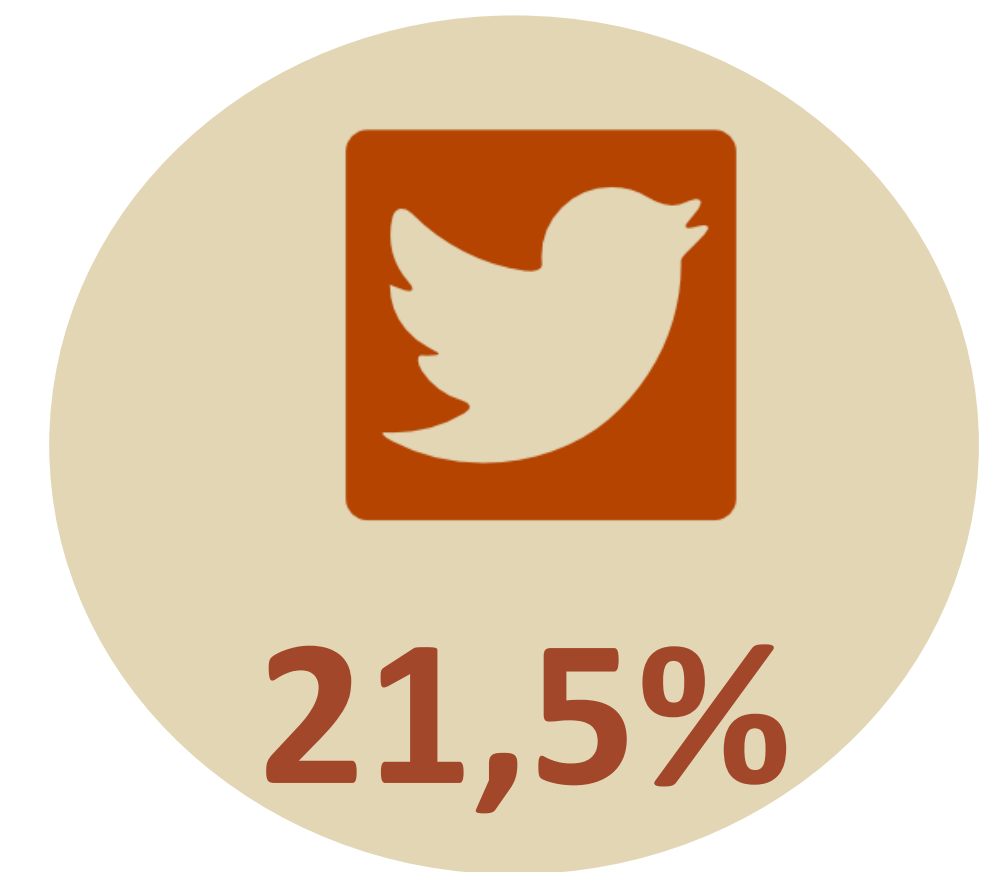
FACEBOOK



SITO WEB



FORUM E BLOG

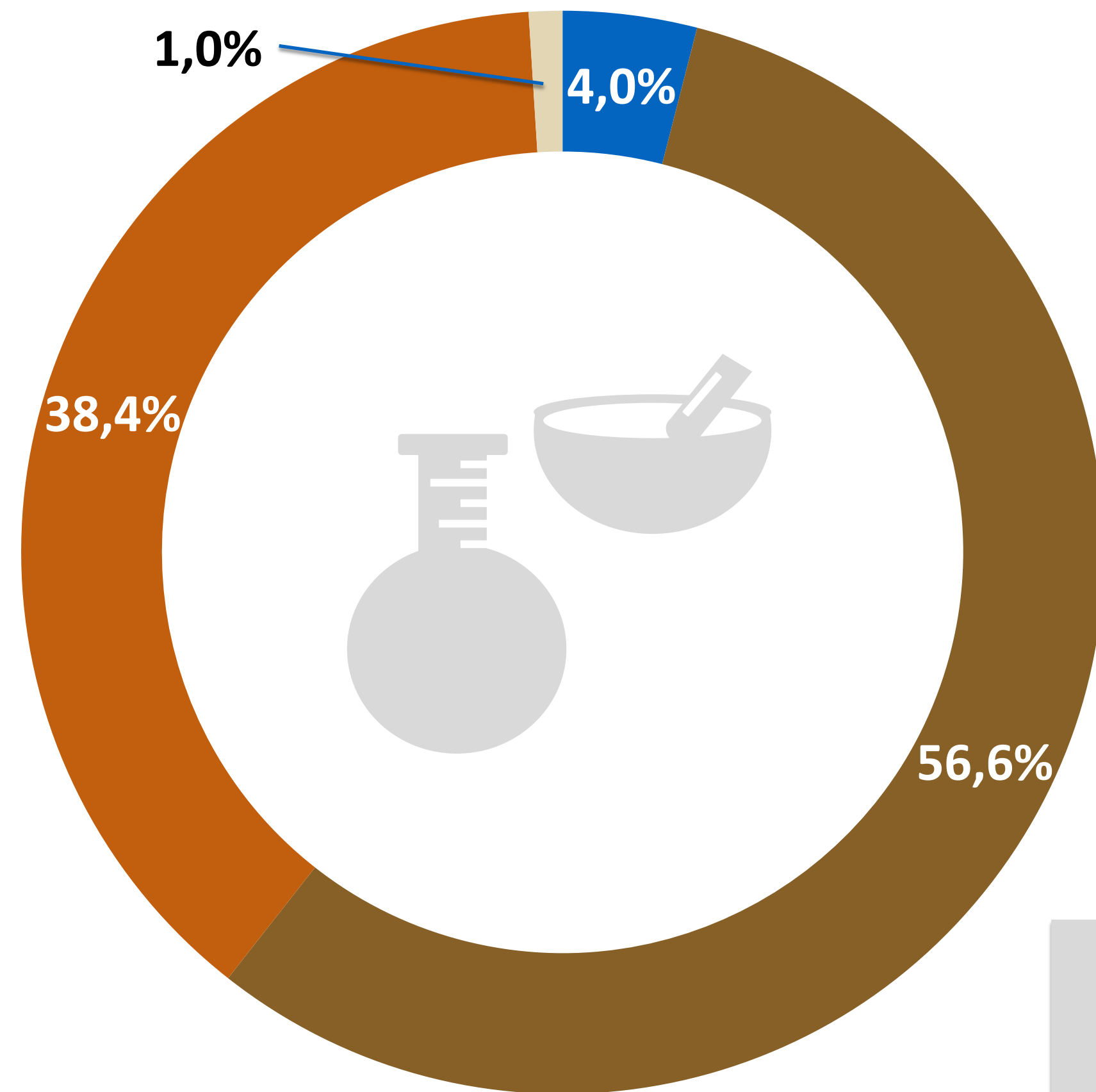


TWITTER

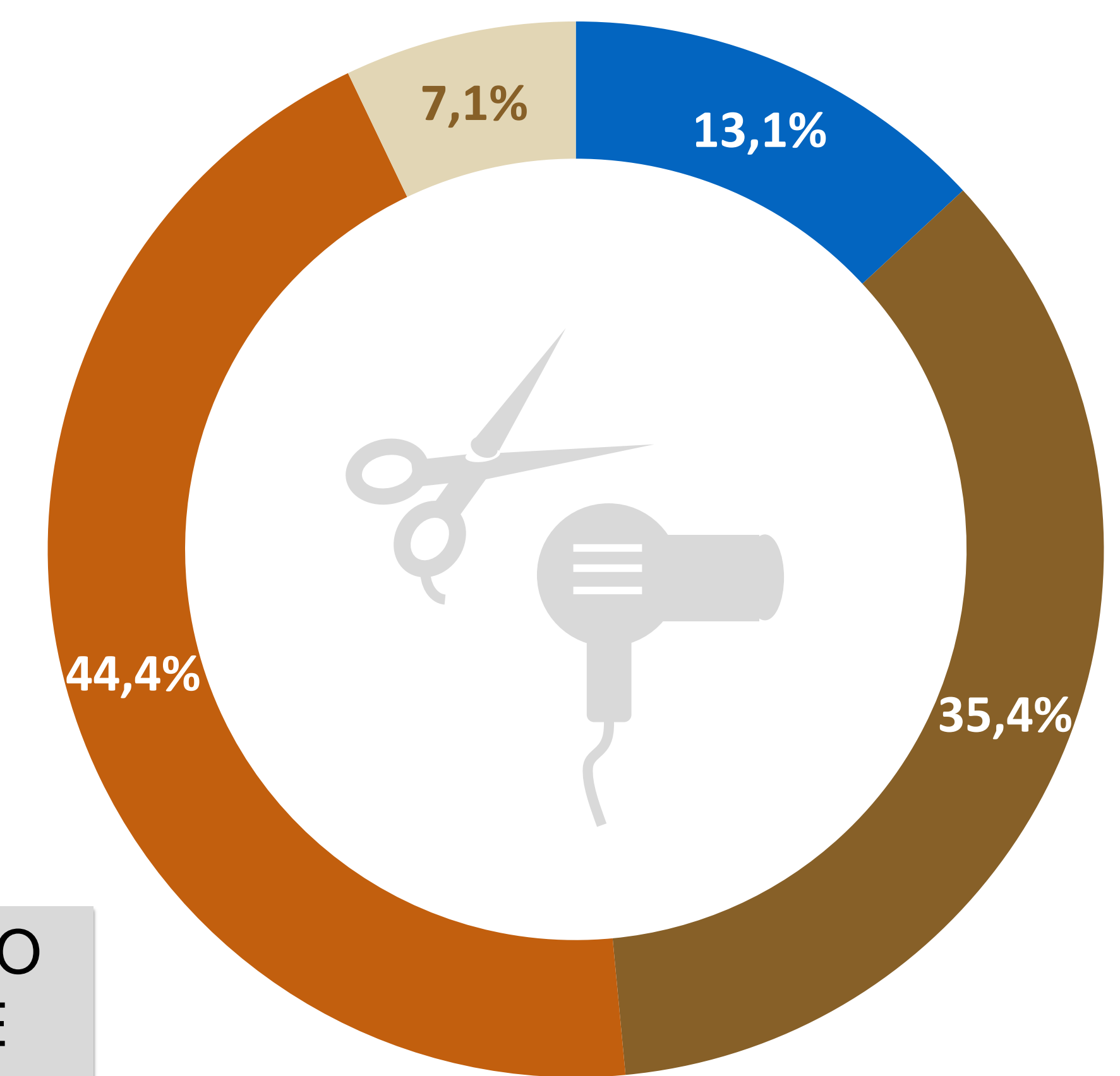
Risposte multiple

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

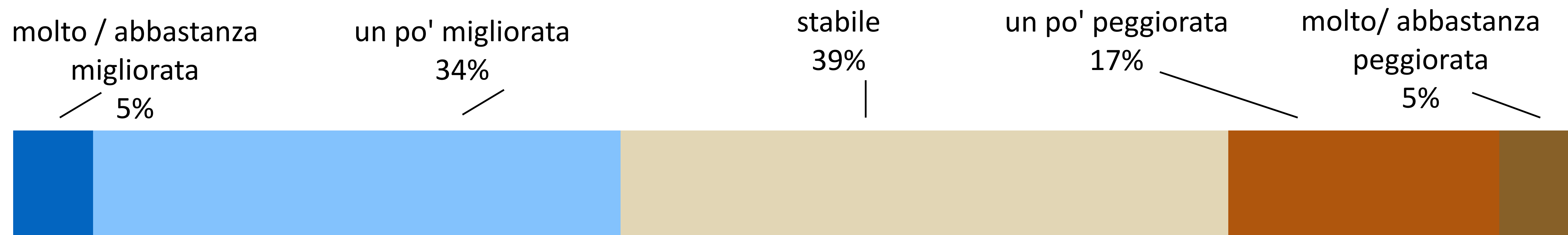


- Fino a 20€
- 21-30€
- 31-40€
- Oltre 40€

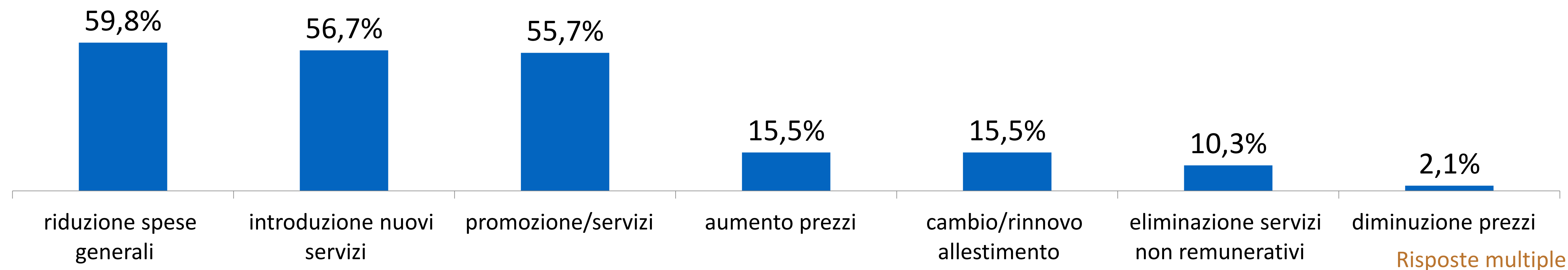
AUMENTA IL PREZZO MEDIO
SIA DI COLORAZIONE CHE
TAGLIO E MESSA IN PIEGA

Negli ultimi 3 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 2015 la situazione economica dei saloni è ...



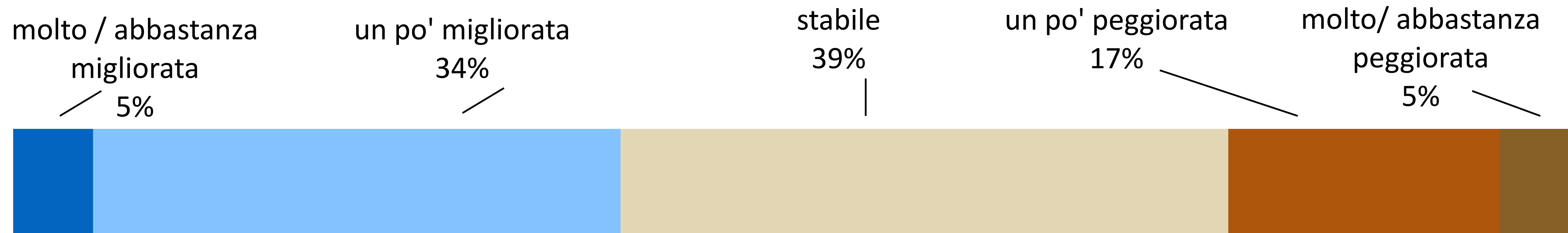
Principali misure adottate nel 2015 per superare la crisi ...



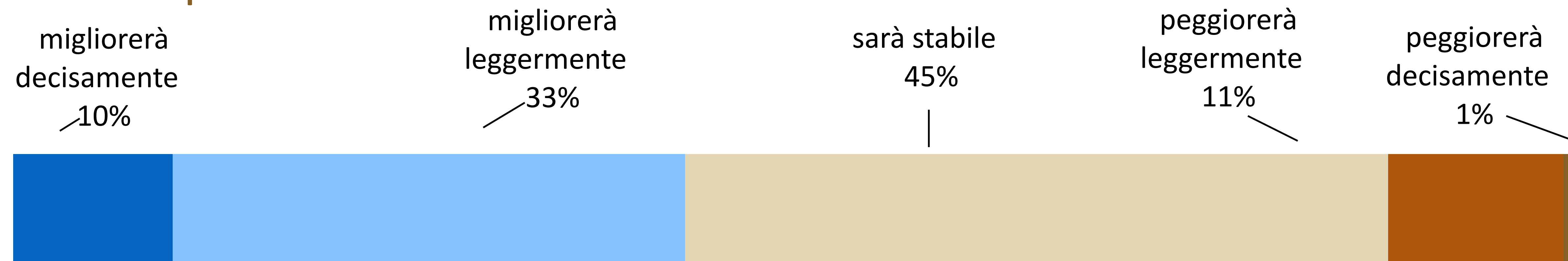
L'anno in corso porterà a un consolidamento della positività manifestata dal canale nel 2015

LA PREVISIONE DELLA
SITUAZIONE ECONOMICA È
OTTIMISTICA

Nel **2015** la situazione economica dei saloni è ...

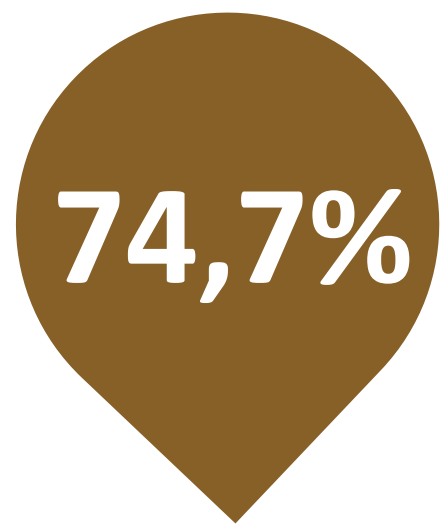


Nel **2016** prevedo che la situazione economica ...

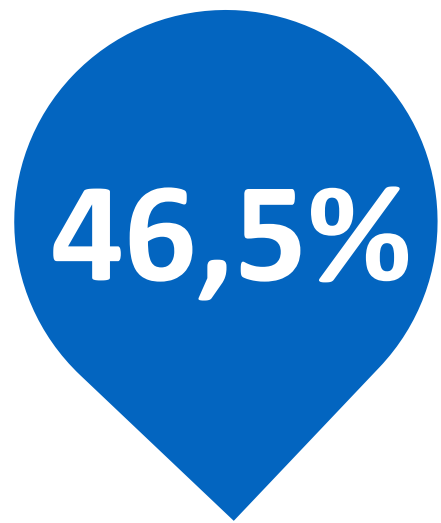


Affrontare la crisi investendo nella propria figura professionale e nei collaboratori grazie a corsi di formazione

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



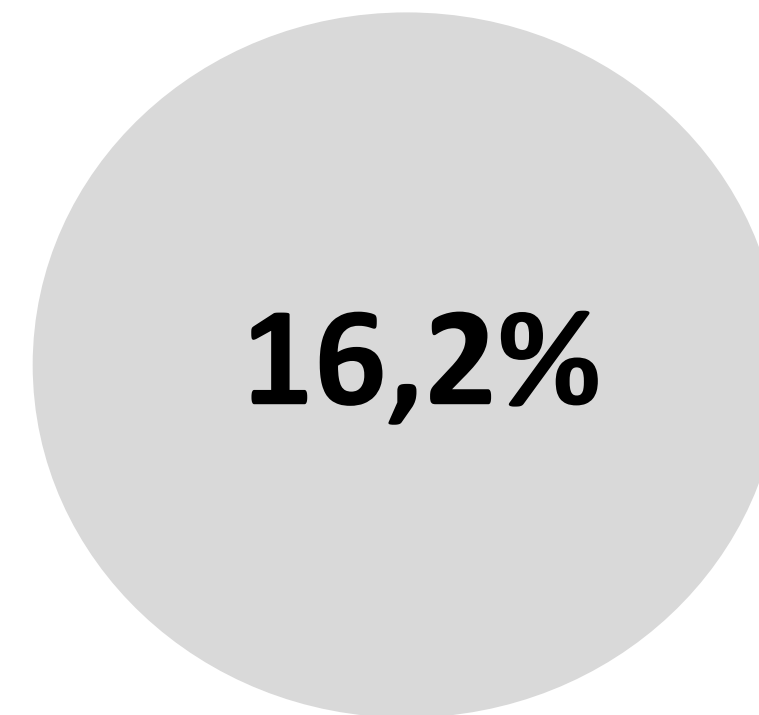
TECNICO



ARTISTICO



MANAGERIALE



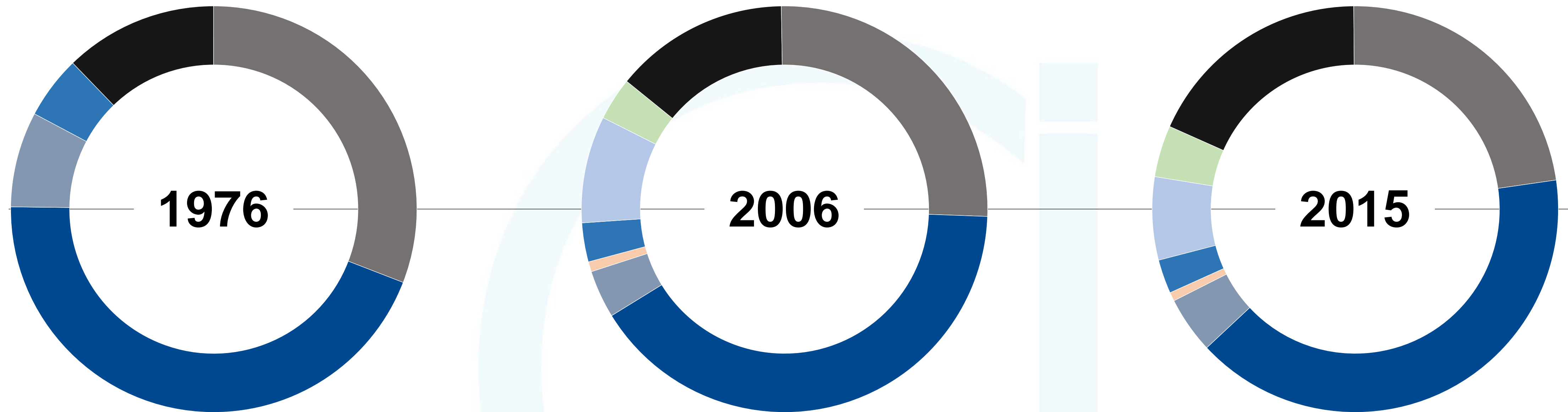
DIMEZZATO IL NUMERO DEI PROFESSIONISTI CHE NON INVESTE NELLA PROPRIA FORMAZIONE

NESSUN CORSO DI FORMAZIONE

Risposte multiple

Lo storico dei consumi - i canali

Il sistema cosmetico italiano

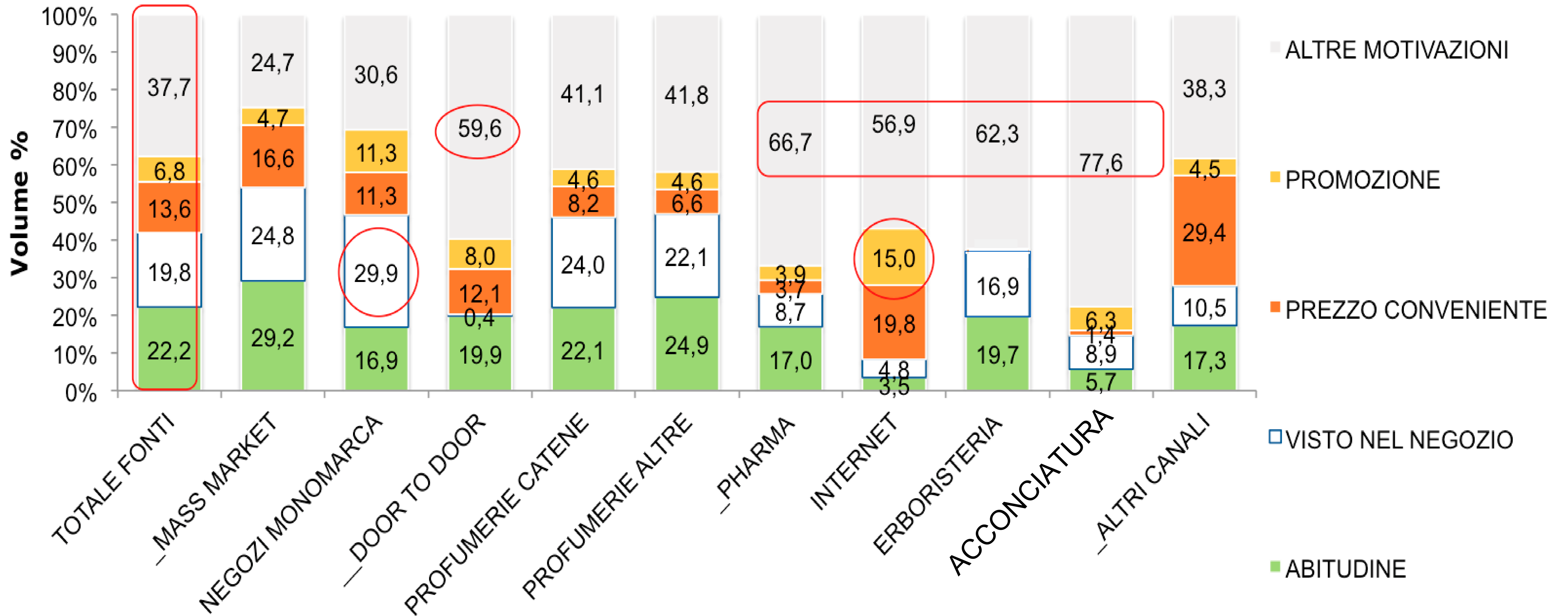


| | 1976 | 2006 | 2015 |
|----------------------|------|------|------|
| ● Farmacia | 12,2 | 13,9 | 18,6 |
| ● Profumeria | 30,9 | 25,8 | 21,4 |
| ● GDO e altri canali | 44,3 | 40,6 | 40,1 |
| ● Domicilio | 7,6 | 3,8 | 5,0 |
| ● Corrispondenza* | / | 0,8 | 2,5 |
| ● Saloni di bellezza | 5,0 | 3,1 | 2,3 |
| ● Acconciatura | / | 8,5 | 5,7 |
| ● Erboristeria | / | 3,4 | 4,4 |

Ripartizione % sul totale mercato Italia
 * Dal 2010 il canale comprende anche le vendite e-commerce

Le principali motivazioni d'acquisto

Il sistema cosmetico italiano



Le principali motivazioni d'acquisto - evidenze

Il sistema cosmetico italiano

ACCONCIATORI

| |
|----------------------------|
| PROFESSIONISTA 36,6% |
| VISTO IN NEGOZIO 8,9% |
| PROMOZIONE 6,3% |
| PUBBLICITÀ IN NEGOZIO 4,8% |
| NOVITÀ 3,5% |

INTERNET

| |
|---------------------------|
| SITI E NEWSLETTER 16,1% |
| INGREDIENTI 13,9% |
| AMICI CON CONOSCENTI 8,2% |
| NOVITÀ 5,4% |
| ADV TV 2,5% |

FARMACIE

| |
|---------------------------|
| FARMACISTA 22,8% |
| MEDICO/DERMATOLOGO 14,0% |
| INGREDIENTI 7,8% |
| COMMESSA 6,6% |
| AMICI CON CONOSCENTI 3,0% |

PROFUMERIE CATENE

| |
|-----------------------------|
| COMMESSA 19,0% |
| NOVITÀ 4,9% |
| AMICI CON CONOSCENTI 4,4% |
| PUBBLICITÀ NEL NEGOZIO 2,5% |
| CAMPIONE OMAGGIO 1,2% |

ERBORISTERIE

| |
|---------------------------|
| COMMESSA 23,4% |
| INGREDIENTI 15,1% |
| CAMPIONE OMAGGIO 7,9% |
| AMICI CON CONOSCENTI 3,1% |
| NOVITÀ 2,9% |

VENDITE DIRETTE

| |
|----------------------------|
| AMICI CON CONOSCENTI 26,3% |
| NOVITÀ 10,0% |
| INGREDIENTI 7,6% |
| VENDITORE 2,7% |
| VOLANTINO 2,7% |

L'importanza del consiglio della commessa è evidente nelle profumerie, erboristerie ed in farmacia (canale dove anche il medico è determinante)



I nuovi trend di prodotto

Il sistema cosmetico italiano

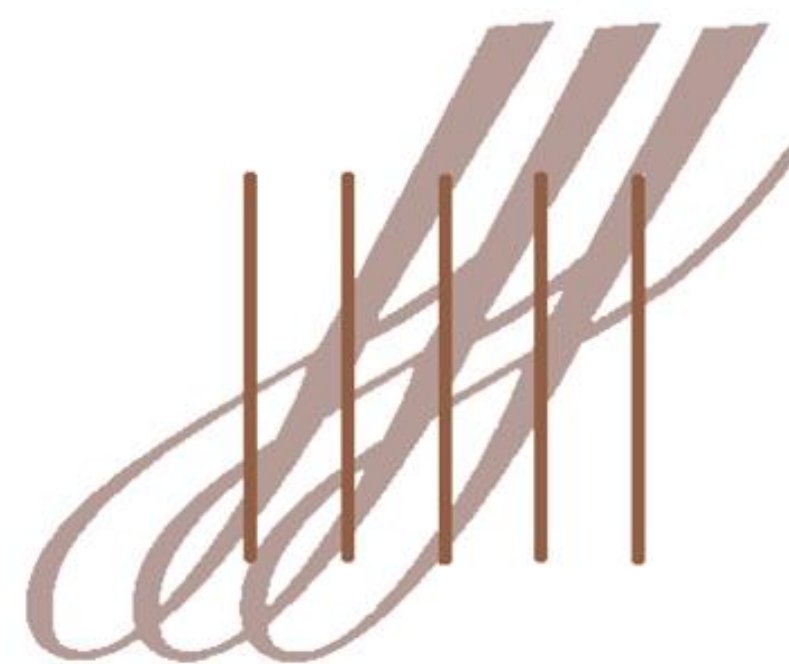
stile

Nuovi trend nei prodotti cosmetici per il 2015-'17 in Italia
(opinione degli operatori)

| Make-up | Viso | Corpo | Capelli | Profumeria |
|------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------|
| prodotti multifunzione | prodotti multifunzione | prodotti multifunzione | all-in-one e stagionali | narrazione prodotto |
| cure & care | anti-age | snellenti + tonificanti | bio e naturale | nicchia |
| texture + performanti | bio e naturale | bio e naturale | colorazioni - aggressive | nuove molecole |

energia *passione*

GRAZIE



CAMERA ITALIANA dell'ACCONCIATURA

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



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche