

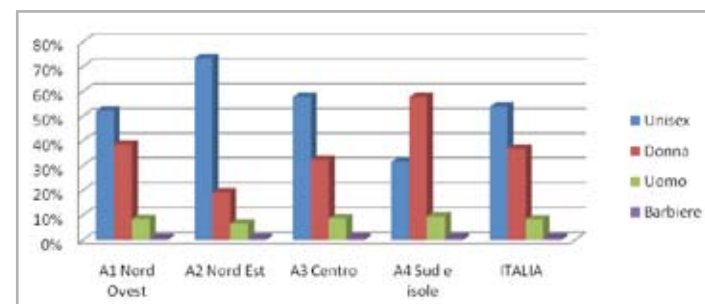
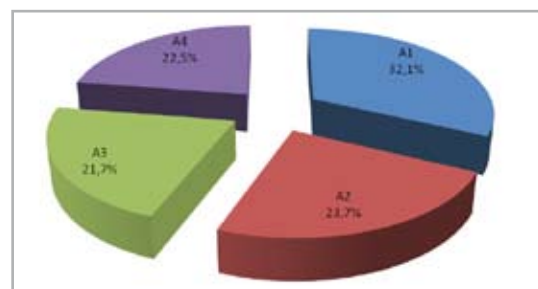
MARKETING & TELEMATICA

SALONI DI ACCONCIATURA: UN'ANALISI ATTENTA DEL SETTORE PER CONOSCERE IL MERCATO

Il ritratto aggiornato dei saloni italiani: ce lo propone ancora una volta Marketing & Telematica, con il suo Censimento MMAS Saloni di Acconciatura. In primo piano la tipologia di salone, il numero degli addetti e la dimensione degli esercizi.

Segmentazione territoriale

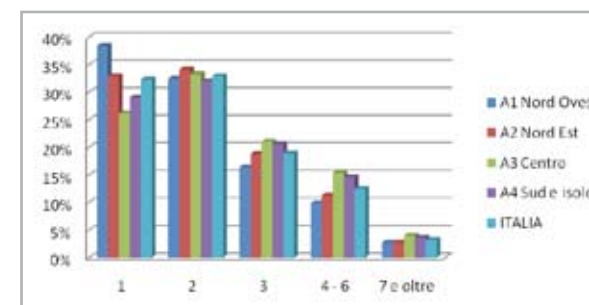
In base all'ultima rilevazione, aggiornata ai primi mesi di quest'anno, i saloni italiani sono poco meno di 60.000, maggiormente concentrati al Nord (oltre il 55%, di cui il 18,7% nella sola Lombardia e il 9,5% in Emilia Romagna e in Veneto) e per il resto suddivisi equamente tra le regioni del Centro (8% in Toscana e Lazio) e quelle del Sud (concentrazione maggiore in Campania e Sicilia, con il 5,5%).



Tipologia di salone				
	Unisex	Donna	Uomo	Barbieri
A1 Nord Ovest	52,2%	38,6%	8,5%	0,8%
A2 Nord Est	73,4%	19,2%	6,6%	0,8%
A3 Centro	57,8%	32,4%	8,7%	1,0%
A4 Sud e isole	31,6%	57,8%	9,6%	1,0%
ITALIA	53,9%	36,9%	8,3%	0,9%

Tipologia di salone

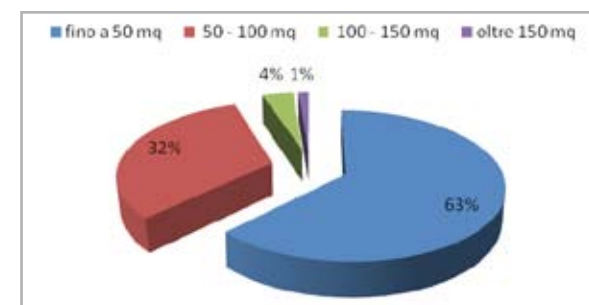
Rispetto alla rilevazione precedente, i saloni unisex sono in leggero aumento, non più il 50% ma il 53,9%, e quelli dedicati esclusivamente alla cura del pubblico femminile in lieve diminuzione, non più il 39,7% ma il 36,9%. Piuttosto stabili, invece, i dati relativi ai saloni per uomo e ai barbieri, rispettivamente l'8,3% e l'1% di quelli censiti. Resta confermata la prevalenza nel Nord Est dei saloni unisex (oltre il 73%), che bilancia la quota decisamente inferiore alla media dei saloni solo per donna (19,2%). La situazione si inverte diametralmente se scendiamo al Sud, dove solo il 31% dei saloni è unisex (comunque in leggera crescita rispetto alla rilevazione precedente) mentre quelli specializzati in cure per un pubblico esclusivamente femminile sono quasi il 58% (su una media nazionale del 37%).



Numero di addetti					
	1	2	3	4 - 6	7 e oltre
A1 Nord Ovest	38,4%	32,5%	16,4%	9,9%	2,7%
A2 Nord Est	32,9%	34,1%	18,8%	11,3%	2,8%
A3 Centro	26,2%	33,3%	21,1%	15,4%	4,0%
A4 Sud e isole	29,1%	32,0%	20,6%	14,6%	3,7%
ITALIA	32,4%	33,0%	18,9%	12,5%	3,2%

Numero di addetti

Il 65,4% dei saloni italiani dispone di 1 o 2 addetti, il 18,9% di 3, il 12,5% di 4-6 e il 3,2% di un personale più numeroso. Rispetto alla rilevazione precedente di Marketing & Telematica i saloni piccoli sono in leggero calo, pesano, cioè, sul totale dei saloni italiani per 3,5 punti percentuali in meno, a vantaggio soprattutto di quelli con 3 addetti. L'incidenza maggiore dei saloni più strutturati si riscontra nel Centro Italia, dove la quota sale al 4%. Nelle regioni del Nord Ovest si registra la maggiore incidenza di saloni piccoli (pari al 70,9%), situazione opposta a quella rilevata in Centro Italia, dove tale quota scende al 59,5%.



Dimensione dei saloni				
	fino a 50 mq	50 - 100 mq	100 - 150 mq	oltre 150 mq
A1 Nord Ovest	65,5%	30,4%	3,2%	1,0%
A2 Nord Est	62,4%	32,9%	3,5%	1,2%
A3 Centro	60,3%	33,8%	4,5%	1,4%
A4 Sud e isole	60,8%	33,1%	4,6%	1,4%
ITALIA	62,6%	32,3%	3,9%	1,2%

La dimensione dei saloni

Nessuna variazione di particolare rilievo negli ultimi mesi per quanto riguarda la grandezza dei saloni italiani, che in quasi due casi su tre dispongono di una superficie di meno di 50 metri quadrati. In leggero aumento la quota di saloni che raggiunge i 100 metri quadrati e stabile la quota di quelli più grandi. A proposito di questi ultimi, sono il Centro e il Sud le aree in cui l'incidenza di saloni più ampi è maggiore (6%).



Marketing & Telematica è una società specializzata in interventi di trade intelligence, realizzati da professionisti provenienti da diversi settori della consulenza aziendale, e in servizi di marketing e customer satisfaction, basati sui più avanzati strumenti informatici e su una puntuale conoscenza degli operatori dei canali distributivi, censiti con i database georeferenziati MMAS-Micro Marketing Analysis System.