



L'ANDAMENTO DEI CANALI DISTRIBUTIVI: 2005 (in %)

consumi quantità prezzi

Farmacia

Profumeria

Mass market

*Totale canali
tradizionali*

Vendite porta
a porta e per
corrispondenza

Vendite a istituti
di bellezza
ed estetiste

Consumi e vendite
acconciatori donna

Consumi
acconciatori uomo

Totale generale

Fonte: Unipro

Largo Consumo