

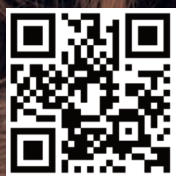
# SALON

TM

INTERNATIONAL

Hair: Cotril  
Photo: Joseph Cardo

n. 1 € 20



# D O N N A

**COTRIL**







# SOMMARIO



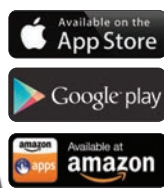
**Hair:** Cotril  
**Photo:** Joseph Cardo



**Hair:** Gandini Club  
**Photo:** Paulo Renfille  
**Make up:** Cristina Isac  
**Styling:** Giuseppe Dicecca



## iPhone SmartPhone Tablet



6	Cosmoprof Worldwide Bologna: da 49 anni hub di riferimento per l'universo beauty
8	Lavoro & Dintorni: qual è l'età più difficile per una donna?
10-11	Trucco & Trucchi: fatelo a colori
12	Mostre: Mucha, la Donna centro dell'universo
15	Marketing: Parola d'Ordine: comunicazione
16-17	Marketing: Donna Marketing: vincitrici e novità
18-19	Marketing: GfK, cura della persona
22-23	Beauty: Beautystreams, Live from Fashion Week
24-46	International Stylist
48-53	International Hairstylist: Cotril Collection 2016
54-55	International Hairstylist: The Italian Touch #19 by Kemon
58-71	Speciale Colore
72-75	Speciale Trattamenti
76-77	Novità Nails: Faby Joy, emozioni in punta di dita!
78	News: Fashion & Cocktailing
80	Intervista: Ti Amo Parrucche, un'azienda in forte crescita
82-84	Novità Prodotti
86	News
88-90	International Hairstylist: Balmain
92-94	International Hairstylist: Adalberto Vanoni per Aldo Coppola
96-101	AIPP Award 2015-2016: i finalisti
102 -103	International Hairstylist: Trizzi Team
110-111	Guida Acquisti
112	Calendario Fiere

Anno XLVII  
n. 1  
Redazione, Amministrazione, Pubblicità  
M.T.E. Edizioni S.r.l. - Via Romolo Gessi, 28 - 20146 Milano  
Tel. 02/48.96.23.05 - 42.39.443 - Fax 02/41.23.405  
Servizio Abbonamenti - Tel. 02/48968058 - 02/42290646

Direttore Responsabile - Giuseppe Tirabasso  
Direttore Editoriale - Claudia Stagno

Collaboratori: Alfredo Rubertelli, Beautystreams, GfK,  
Giorgio Radice, Franca Gorini, Joan Rundo, Luca Clara,  
Matilde Giannattasio, Roberta Leone, Stefano Anselmo  
Grafica: Massimo Albergoni  
Web Content Manager: Mauro Smerini

Edizioni Estere: Salon China - Salon India -  
Salon Middle East -

Salon International è diffuso nei seguenti Paesi esteri:  
Argentina, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cile, Cina,  
Danimarca, Francia, Giordania, Germania, Grecia,  
Inghilterra, Islanda, Israele, Libano, Messico, Norvegia,  
Olanda, Polonia, Portorico, Portogallo, Singapore,  
Spagna, Sud Africa, Svezia, Svizzera, Turchia, U.S.A.,  
Ungheria, Venezuela.

ASSOCIATO



A.N.A.M. - via Fra Bartolomeo, 1 - 20146 Milano  
tel. 02 42233585 fax 02 42235625  
Ufficio di Presidenza  
Alessandro Granai - Presidente Nazionale  
Salvatore Seccia - Vicepresidente Nazionale  
Iuri Patrino - Responsabile Commissione Economica  
ed Organizzativa - Catia Cividale - Responsabile Commissione  
Didattica - Antonio Coscia - Responsabile Commissione Tecnico-  
Artistica - Elio Vassena - Presidente INAI

MTE Edizioni s.r.l. Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano  
Stampo: Formagraphics s.r.l. Carpi (MO)  
Mensile - Spedizione in abbonamento postale -  
comma 26 - art. 2 Legge 549/95 aut. fil. E.P.I.  
Modena Autorizzazione del Tribunale di Milano n.86  
del 16/2/1991 - Articoli e fotografie, anche se  
pubblicati, non si restituiscono - Tutti i diritti sono  
riservati ed è vietata la riproduzione anche se parziale  
di fotografie - Anno XLIV

ABBONAMENTI  
NUMERO VERDE

800 102166

### Inserzionisti

Aestetica Napoli	106-107
Beautyworld Middle East	93
Capello Point	87
Cerioti	4-5
Cosmoprof Worldwide Bologna	7
Cosmoprof North America Las Vegas	9
Cotril	II-1
Cutique	20-21
Emsibeth	3
Faby	77
Fiera di Bari	95
Hantesis	73
Helen Seward	69
I Giannini	108-109
M.C.B.	91
Maxwelle	85
Kemon	IV
OMC	47- 104-105
Parlux	79
Parrucche Lanza	81
Purple Hair	65
Salon International London	56-57
Sensù	61
Tricosal	63-83
Trizzi	102-103
Vitality's	13

### Salon Moda Donna Supplemento Salon International 1/16

GA Giannantonio Negretti

II-III-IV



# Key Bond

EMSIBETH  
COSMETICS

FREE FROM  
FORMALDEHYDE - DEA - PARABENS - SULFATES - SILICON

L'ARMA SEGRETA PER CAPELLI  
RIGENERATI E PROTETTI  
DURANTE OGNI SERVIZIO TECNICO



DECOLORAZIONE  
COLORAZIONE  
PERMANENTE  
STIRATURA

FLUIDO RIPARATORE 1  
+ PERFEZIONATORE 2  
= Bellezza garantita!

RISULTATI PRIMA E DOPO



Instagram

# EMSIBETH

TAGGACI CON I TUOI LAVORI TECNICI PRIMA/DOPO  
CON KEY BOND, LE MIGLIORI 5 VERRANNO

PUBBLICATE SU FACEBOOK EMSIBETH OFFICIAL!



GUARDA IL  
VIDEO TUTORIAL KEY BOND

FOLLOW-UP



Emsibeth Official

CONTATTACI PER MAGGIORI  
INFORMAZIONI:

EMSIBETH SpA Via Murari Brà, 35/G  
37136 Verona (VR) - T +39 045 503044  
F +39 045 502773 - [www.emsibeth.it](http://www.emsibeth.it)

MADE IN





guarda **Bi<sup>TM</sup> 5000** **é** **Ceriotti<sup>®</sup>**  
MADE IN ITALY



**Bi<sup>TM</sup> 5000**  
MADE IN ITALY  
**2200W**

**Bi<sup>TM</sup> PLUS 5000**  
MADE IN ITALY  
**2500W**

Bi migliora e continua a stupire.  
Più forza, più controllo, più  
carattere e più... Vi aspettiamo  
al Pad. 33 Stand C26-D25 per  
provare con mano il futuro.

[www.ceriotti.it](http://www.ceriotti.it)

 **Ceriotti<sup>®</sup>**  
MADE IN ITALY



e, incredibile anche ... è **Bi 5000**



**VIENI  
VEDI  
PROVA  
SCOPRI  
perché si  
chiama...**

**Bi** PROFESSIONAL  
HAIRDRYER FOR  
HAIR STYLIST 

**COSMOPROF 2016  
VIENI al PAD 33  
STAND C26-D25**

**[www.ceriotti.it](http://www.ceriotti.it)**



**È POTENTE  
È LEGGERO  
È FORTE  
È TRYO™ SYSTEM  
È**

 **Ceriotti**  
MADE IN ITALY 





# Cosmoprof Worldwide Bologna, da 49 anni hub di riferimento per l'universo beauty

Dal 18 al 21 marzo Bologna diventa la capitale dell'acconciatura: tra le iniziative On Hair, United Pro Future Young Generation Hair Award di L'Oréal Professionnel e la primissima edizione di Cosmoprof Barber Show

**M**olte le iniziative nel settore Hair per la 49a edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione leader internazionale sulle tendenze beauty in programma a Bologna dal 18 al 21 Marzo 2016.

Tra gli appuntamenti più attesi sicuramente la settima edizione di On Hair, l'esclusivo format che accende i riflettori sui look e le tendenze di avanguardia, con uno sguardo al mondo del "fashion". In programma, un calendario ricco di dimostrazioni live, show, catwalk, tagli cult, colori shock e suggestioni ad altissimo impatto emotivo con i più importanti hair designer internazionali.

Novità assoluta il 1° Cosmoprof Barber Show, organizzato in collaborazione con la Camera Italiana dell'Acconciatura. La cura della barba oggi vive una nuova era, i rituali di una volta, i tagli retrò, i vanitosi baffi arricciati tipici degli anni che vanno dai Trenta ai Sessanta stanno rivivendo il loro periodo di gloria. Questo trend sta contribuendo ad alimentare l'economia del settore, con una crescita esponenziale dei cosiddetti barber shop, e Cosmoprof Worldwide Bologna, da 49 anni hub di riferimento per l'universo beauty, non poteva ignorare questo scenario di sviluppo per il settore.

Lunedì 21 Marzo sul palcoscenico di Hair Ring si esibiranno i 4 migliori talenti «barber», selezionati da una giuria d'eccellenza e supportati da un grande Master d'eccellenza, storico del mestiere, prezioso suggeritore dei migliori look maschili.

Di grande interesse l'appuntamento per il 2016 con IoSposa Bridal Hair & Nail Art Inspiration.

La scelta dell'acconciatura rappresenta per le spose un momento importante; per questo Cosmoprof Worldwide Bologna, dedica il focus IoSposa 2016 sulle nuove tendenze per la sposa. Dal raccolto classico al romantico spettinato, dall'acconciatura semplice e raffinata alle proposte arricchite con accessori glamour: tutte le possibilità di scelta per ogni donna, per farla sentire a proprio agio con un'acconciatura elegante e attuale.



## Cosmetica Italia a Bologna racconta il mondo beauty, un settore che vale 9.700 milioni di euro

Sarà il Centro Studi di Cosmetica Italia a coordinare diversi momenti di approfondimento sui dati economici del settore. «Accanto all'ormai consueta presentazione dei numeri della cosmetica e al contributo di Mintel nell'esplorazione dei principali trend in ambito cosmetico - ha commentato Gian Andrea Positano, Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia - l'intervento di alcuni partner quali Amazon e Netcomm permetterà di analizzare l'impatto di web e strumenti digitali sulle dinamiche del settore». Anche Camera Italiana dell'Acconciatura conferma la propria presenza con l'Hair Ring riservato alle esibizioni dei giovani acconciatori under 25 e il convegno L'evoluzione della professione acconciatore: sinergie tra numeri, formazione, normative e trend in programma lunedì 21 marzo alle ore 11 (Lounge Cosmetica Italia). Novità di quest'anno sarà inoltre il Barber Show, esibizione riservata ad una selezione di acconciatori eccellenti under 30 (lunedì 21 marzo all'interno di Hair Ring).

«Nel 2015 abbiamo registrato un dato record per il saldo commerciale del comparto che ha superato i 1.900 milioni di euro grazie allo sviluppo costante dell'export, vicino ai 3.700 milioni di euro (+10,5% rispetto al 2014) - fa sapere Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia - L'elevata competitività delle imprese italiane (il fatturato globale del settore nel 2015 ha superato i 9.700 milioni di euro) è data dalla capacità di intercettare e comprendere le evoluzioni del mercato: dai nuovi trend di prodotto (ad esempio il boom dei cosmetici multifunzione), all'individuazione di importanti cluster di consumatori come i millennials, all'intercettazione delle nuove possibilità offerte da strumenti digitali e social network».



# COSMOPROF

## WORLDWIDE BOLOGNA



**MARZO 2016**

**17-20 COSMOPACK**

**18-21 COSMOPROF**  
**BOLOGNA (ITALY)**

QUARTIERE FIERISTICO  
[www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

## UN NUOVO MONDO PER LA BELLEZZA

BOLOGNA

LAS VEGAS

HONG KONG

Organizzato da - BolognaFiere Cosmoprof S.p.a. - Milano  
ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - [info@cosmoprof.it](mailto:info@cosmoprof.it) - company of

**Bologna**  
**Fiere**

Official Partner

**EXPO**  
MILANO 2015

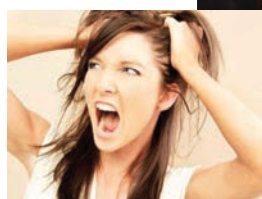
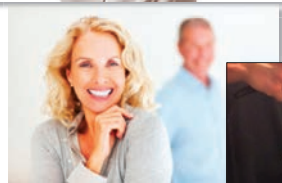
in collaborazione con:  **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche



Alfredo Rubertelli

# Qual è l'età più difficile per una donna?

Perché la riuscita di un servizio è decretata dalla soddisfazione della cliente che è legata a doppio filo alla sua vita privata, per questo il parrucchiere deve essere anche un buon confidente



**I**l salone del parrucchiere è un salotto dove è possibile leggere nei comportamenti delle clienti aspetti nascosti e inespressi quando si accingono ai nostri servizi. La cliente soddisfatta del servizio esterna in modo evidente il suo stato e questo succede quando è in buona armonia con se stessa; se ha un carattere estroverso lo manifesta in modo eclatante, gratificando il parrucchiere e alimentandone la sua passione per la propria professione. In questo comportamento concorrono non solo la professionalità e la creatività di un servizio ma anche fattori esterni legati alla vita privata della cliente, a un momento particolare o semplicemente ad un carattere gioviale ed equilibrato.

Purtroppo non sempre è così. Un buon servizio non rende automaticamente soddisfatta una donna; spesso intervengono fattori esterni legati a problemi personali, insuccessi nella sua vita pubblica o privata, aspettative che esulano dalla reale possibilità di intervento del parrucchiere.

La donna problematica è inconsciamente apatica e poco coinvolta nel servizio prestato; solo al termine del lavoro manifesta una ingiustificata insoddisfazione senza evidenti motivazioni.

Il parrucchiere più esperto sa interpretare questo stato d'animo e, se ha abbastanza esperienza e sensibilità, interviene durante il servizio a tamponare il malessere al suo insorgere. È noto l'aspetto confidenziale che si instaura fra parrucchiere e cliente dopo un certo periodo di frequenza, basandosi tale rapporto su un contatto fisico diretto (la manipolazione di capelli e testa). Proprio facendo leva su questo aspetto, è possibile stimolare sulla cliente un coinvolgimento.

L'insoddisfazione che spesso registriamo è relativo spesso ad una tipologia di donna con un'età variabile fra i 40 e 50 o anche, se portati bene, 60 anni. Parliamo quindi di una donna ancora bella e attraente, curata e con molte aspettative. Si tratta anche di una donna rimasta sola, con figli grandi e spesso separata dal marito, che le ha preferito una donna più giovane. Questa donna non trova facilmente un'alternativa e si ritrova in una affannosa ricerca di un nuovo amore. Nel perseguire questo obiettivo si impegna al mantenimento di un aspetto giovane: palestra, cure estetiche, chirurgia estetica, parrucchiere e abbigliamento spesso uguale a quello delle proprie figlie. Nonostante ciò, se non vuole restare sola, si deve adattare ad un uomo più anziano e abbandonare l'idea del coetaneo che si rivolge piuttosto alle donne più giovani.

Noi parrucchieri riceviamo le confidenze di questi insuccessi e cogliamo disagi e malumori; se siamo bravi, durante il nostro servizio di parrucchiere, possiamo far sì che le insoddisfazioni, trovato sfogo nella conversazione, non pregiudichino il giudizio finale del nostro lavoro.

Il disagio della donna di questa fascia di età ha varie sfaccettature. Per alcune la valvola di sfogo è rappresentata dal lavoro e dalla carriera, al quale si dedicano nevroticamente. Altre, per non cadere in depressione, instaurano un rapporto morboso con amiche aventi le stesse caratteristiche; quando va meglio gli interessi sono di tipo culturali o a scopo benefico; diversamente l'interesse è rappresentato dallo shopping terapeutico e compulsivo, alla ricerca di quello che non sanno e di cui non hanno bisogno. Alcune scoprono l'interesse di serate e vacanze con amici gay che compensano parzialmente un amore che non c'è.

Morale: a queste splendide signore consiglieri di rilassarsi e cercare sempre nuove amicizie sia maschili che femminili; per l'amore meglio lasciare al caso: se arriverà, meglio così, nel frattempo si può essere felici della bellezza della vita e amare le persone che ci circondano.

*Alfredo Rubertelli*



Leo Burnett

# COSMOPROF

## NORTH AMERICA LAS VEGAS



**JULY 2016**  
**24TH - 26TH**  
**LAS VEGAS**

MANDALAY BAY  
CONVENTION CENTER  
[www.cosmoprofnorthamerica.com](http://www.cosmoprofnorthamerica.com)



2015 SHOW

HIGHLIGHTS

### THE AWARD WINNING B2B BEAUTY EVENT:

- ✓ THE PLACE WHERE 'IN THE KNOW' DISTRIBUTORS FIND RESOURCES
- ✓ THE WORLD OF BEAUTY UNDER ONE ROOF - 39 COUNTRIES REPRESENTED
- ✓ LEADING CONFERENCES WITH KEY INFLUENTIALS

## A NEW WORLD FOR BEAUTY

BOLOGNA

LAS VEGAS

HONG KONG

**Sales Office US, Canada, Mexico:** PBA - Scottsdale, AZ - USA - ph. +1.480.281.0424 - fax +1.480.905.0708 - [info@cosmoprofnorthamerica.com](mailto:info@cosmoprofnorthamerica.com) | **Sales Office Europe, Africa, Middle East, Asia and South America:** BolognaFiere S.p.a. - Bologna - Italy - [international@bolognafiere.it](mailto:international@bolognafiere.it) - for info: ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - [international@cosmoprof.it](mailto:international@cosmoprof.it) | **Marketing and Promotion:** BolognaFiere Cosmoprof S.p.a. - Milan - Italy - ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - [info@cosmoprof.it](mailto:info@cosmoprof.it)

**Organiser - North American Beauty Events LLC**







Stefano Anselmo

# Fatelo a colori

Consigli di stile per celebrare una bella festa senza sacrificare stile e personalità all'altare della tradizione



**S**ul trucco per il matrimonio ho tenuto un numero infinito di corsi, scritti parecchi articoli e anche un libro da cui è tratto in parte questo articolo (Il Trucco per La Sposa Edizioni Meriwast, Milano 2014). Dalla mole di tale attività “matrimoniale”, si può comprendere facilmente che le sposine eburnee, immacolate, virginali e nivee, mi abbiano proprio stufato. E da parecchio. Insomma, il matrimonio è anche una “bella festa”, perciò, sacrificare abito, trucco e acconciatura (e magari anche allestimento, catering e annessi e connessi) alla tradizione, in genere noiosissima ma tanto amata da mamma, papà e qualche zia baffuta, è proprio un peccato. Intendo dire che la donna che si sposa investe tantissimo in termini di emozione: è la realizzazione del sogno, il coronamento dell'essere donna, il presupposto per procreare e diventare madre. Perciò, sacrificare tanto sentire

sull'altare della tradizione, fa venire voglia di cambiare le cose trasgredendo un pochino... Talvolta la sposa vive con difficoltà il rigore della tradizione e desidera spezzare la “monotonia” della cerimonia classica, con innovazioni e magari con qualche *coup de théâtre*. A cominciare dall'abito, che dovrà stupire, perlomeno un po'. Ecco che l'abito pur di fattura classica diventa rosso tramonto o verde smeraldo o giallo curcuma. Perciò, senza prenderla troppo sul serio, durante i miei corsi sul matrimonio ho, man mano pensato a soluzioni meno solite, immaginando spose colorate o eccentriche che, pur affrontando il matrimonio con tutto il trasporto e l'impegno del caso, non accettano di farsi imbrigliare dai dogmi borghesi e scelgono di vivere liberamente il loro “giorno più bello” non in conformità con la tradizione, ma col loro modo di sentire. Eccovi qualche esempio.

## LA SPOSA IN NERO

Con Vincenza Maria Cioffi abbiamo sperimentato più versioni. Il servizio fotografico di Vincenza Maria Cioffi nacque sull'idea di una “sposa in nero”: stufo delle solite spose eburnee, trovando il viso giusto che sdrammatizzasse una scelta così azzardata, mi ero ripromesso che alla prima occasione, avrei voluto tentare una sposa in nero.

Vedendo Vincenza, pensai subito al trucco che si faceva Mirella Petteni, celeberrima modella italiana degli anni '60/'70: niente linee, un gran gioco di chiaroscuri e ciglia finte a ciuffi, incollati a raggera, per ingrandire gli occhi e farli sembrare splendidi come stelle. Il trucco è molto semplice da eseguire, ma si adatta ad occhi regolari e abbastanza grandi.

Importante è l'applicazione delle ciglia a ciuffetti, ritagliate da frangia intera per ottenere l'effetto a raggera, come si vede nella figura sopra.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Sem più di Caserta; foto di Raffele Ferraro.

## LA SPOSA ARANCIONE

Una sposa in arancione e platino per Federica. Grazie all'aiuto di Alessandra Amabile che è arrivata in mio soccorso con una valigiona piena di accessori e alla rosa arancione comperata insieme la sera prima dietro piazza Garibaldi, è stato possibile realizzare questo allegro e vivace abbinamento cromatico.

Il maquillage è caratterizzato, graficamente da:

1. La linea della mezzaluna si snoda parallelamente rispetto al tratto di eye-liner superiore;
2. Il trucco della palpebra inferiore, sfumato solo nella parte e mantenuto nitido in quella superiore, proprio per evidenziare, con uno stacco netto, il disegno della mezzaluna.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Liliana di Napoli. Foto di Michele Cozzolino, aiuto trucco Alessandra Amabile e Maria Sorvino; modella Federica Scarlingi.





### LA SPOSA RETICOLATA

Grazie alla disponibilità di Isabel Caceres Carabajal eliminai le poche sopracciglia rimaste per creando un gioco di chiaroscuro che permette di intuire l'arco senza disegnarlo.

Eliminando le sopracciglia, ho potuto realizzare questo look molto sofisticato e inusuale, i cui punti chiave sono:

1. sopracciglia assenti, sostituite da un gioco di luce e ombra.
2. contorno con eye-liner che disegna gli angoli interni e resta aperto a quelli esterni.
3. il disegno del contorno è accentuato dalle ciglia artificiali, intere, superiori e inferiori.
4. matita chiarissima lungo il bordo inferiore.
5. rossetto color ghiaccio.
6. fard neutro applicato tra gli zigomi e le mandibole.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Liliana di Napoli. Foto di Michele Cozzolino, aiuto trucco Alessandra Amabile e Maria Sorvino; modella Caceres Carabajal; accessori e styling Alessandra Amabile.

### LA SPOSA IN ROSSO

Quando i cinesi portavano il codino, intrecciavano ai capelli dei fili rossi, per allontanare i maligni influssi, e le stoffe rigate di rosso erano le preferite. Per il medesimo motivo in Cina il rosso viene usato di frequente per le fodere delle tasche degli abiti, e tutti gli editti imperiali erano scritti con inchiostro rosso. Il Rosso è il colore più stimolante; è allegro e vivace. La Bibbia ne parla indicando la vita, il sangue, la terra (Ap 6,4). Ecco una serie di buoni motivi per scegliere il rosso come colore dominante per il matrimonio: un colore molto, molto benaugurante. Quindi rosso dappertutto: sugli occhi, sulla bocca e, ovviamente sull'abito.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Sem più di Caserta. Foto di Giulio Festa, modella Patrizia Amatullo.

### LA SPOSA IN FUCSIA

Il Fucsia prende il proprio nome dal fiore della pianta del Fuchsia. Esiste anche una variante più tendente al rosso chiamata *fucsia fashion* o *Fucsia Hollywood* oppure anche *Ciliegia Hollywood*; molto usato nella moda femminile per i vestiti, le scarpe e accessori. La prima volta che si è usato il termine *fucsia* per definire tale colore è stato nel 1892. Affine al fucsia è il color porpora nelle sue sfumature più chiare e brillanti. Nella Chiesa la porpora è il colore dell'Avvento, il simbolo della venuta di Cristo; ciò ricorda i tempi nei quali la porpora era sacra a Osiride e più tardi a Giove. La Bibbia riserva il rosso porpora ai ricchi ed ai principi (Giud. 8,26; Est, 8,15; Le, 16,19).

E noi, seppure con minore solennità, lo suggeriamo anche alle spose.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Sem più di Caserta. Foto di Giulio Festa, modella Patrizia Amatullo.

### LA SPOSA IN BIANCO (ma esotica)

Per chi ama qualche cosa di particolarmente decorativo e anche un po' esotico, ecco la proposta fatta a Stefania

Crispino. Questo trucco va eseguito su occhi grandi e abbastanza regolari.

I colori sono neutri, nero e marrone, ma l'insieme risulta particolarmente prezioso.

I punti chiave del maquillage sono:

1. Con un ombretto nocciola, e quindi neutro, ho sfumato le palpebre, le tempie e le guance, a mo' di fard.
2. Fondotinta bianco applicato ai lati degli occhi per "dividere" le due ali che si aprono agli angoli esterni.
3. Su di esso ho applicato un ombretto in polvere libera molto perlato, color ghiaccio.
4. Con lo stesso procedimento ho segnato l'"apertura" chiara agli angoli interni.
5. Sopracciglia spazzolate con cura e fissate in verticale.
6. Punto luce color ghiaccio sotto l'arco sopraccigliare
7. Un altro look mediorientale, questa volta più audace, eseguito con glitter e diamantini sulla fascia decorativa posta agli angoli esterni degli occhi.
8. Glitter in tinta applicati con del gel per capelli, all'apertura triangolare esterna.
9. Ciglia artificiali intere con disegno "a stella" sulla frangia superiore e a ciuffetti singoli su quella inferiore.

Trucco e styling eseguiti presso la Scuola Sem più di Caserta.

Stefano Anselmo





Alfons Mucha  
Les Arts (La Poesia), 1898  
Litografia a colori, cm 57,2 x 36,5  
Richard Fuxa Foundation  
Foto: © Richard Fuxa Foundation



Alfons Mucha  
Variante della Dame aux Camélias  
(Sarah Bernhardt / Farewell  
American Tour), 1905-1906  
Litografia a colori, cm 208 x 79,5  
Richard Fuxa Foundation  
Foto: © Richard Fuxa Foundation

# La Donna centro dell'universo

nell'opera cartellonistica di Alfons Mucha

**B**ellissime, radiose, avvenenti, dalle tenere forme armoniosamente proporzionate; atteggiate in pose di una sensualità stuzzicante e che tuttavia sa anche cedere al languido; oppure ritte nella altera posizione della fierezza. Le vesti cadono ampie, molli, doviziosamente fluenti o increspate in un sapiente gioco di pieghe. Le donne di questo grande ammiratore della bellezza femminile e superlativo grafico moravo, sempre avvolte di raffinata eleganza, fissano l'osservatore (a suo tempo il passante per strada) con sguardo fermo, a volte dolce, a volte vagamente intrigante o come in compiaciuta placida attesa, il volto quasi sempre circondato da nimbi splendenti di un decorativismo prezioso, e incorniciate da pettinature riccamente raccolte o graziosamente sciolte. Per Mucha (1860 – 1939), artista tra i più rappresentativi dell'Art Nouveau, è la donna il soggetto, l'elemento centrale del suo messaggio (e direi di tutta la sua opera), la fonte di ispirazione e simbolo di eccellenza, che fa sì da sostegno al prodotto reclamizzato, ma decisamente travalica la banale realtà del quotidiano e le sue urgenze per trascendere in un mondo atemporale, che si direbbe di sola beatitudine, di delizie, di solare bellezza dove lei, la donna, è la sovrana che domina incontrastata. Nel suo regno beato è attornita da una profusione di svariati elementi decorativi ispirati alla flora, avvolgenti, accarezzanti, e tra questi i fiori, un trionfo di fiori che incessanti le sbocciano intorno – quali elementi di bellezza che si aggiungono a bellezza – e sono gli iris, certamente i più raffigurati, seguiti da rose, gigli, ninfee...

E di fronte all'opera di questo geniale maestro non si può non rimanere meravigliati dall'imponente lavoro che ogni soggetto richiede alla sua bravura, e colpiti della sua eccezionale capacità di mestiere, della finezza di stile e del suo tratto di grande disegnatore: quei contorni neri, nitidi, rafforzativi delle forme, a cui si unisce una perfetta conoscenza anatomica (e si sente l'influsso classicheggiante), e infine del buon gusto nella intonazione e distribuzione dei colori.

Inevitabile il raffronto con Toulouse-Lautrec, artista questo, disceso dal cielo della pittura all'affiche quasi per gioco, per compiacere terrene esigenze. Tra loro una distanza interstellare. L'opera grafica di Mucha, con la sua specializzazione, il carattere stilistico e la capacità di esaltare il soggetto, è certamente su un ben altro livello di professionalità.

Nelle sale di Palazzo Reale la mostra si completa con vari oggetti, tutti appartenenti all'arte decorativa dello stesso periodo: mobili, vasi in vetro e ceramica, ferri battuti, lampade... Tra questi, occorre dire, ve ne sono alcuni un po' pesanti, non di eccezionale rilievo. Vi si possono incontrare anche opere di altri artisti. Ammirabili tra questi le illustrazioni di Beardsley, in bianco e nero, di un grafismo squisito.

Giorgio Radice



Alfons Mucha  
Gismonda, 1894-1895  
Litografia a colori, cm 210,8 x 68,2  
Richard Fuxa Foundation  
Foto: © Richard Fuxa Foundation



Alfons Mucha  
Job, 1896  
Litografia a colori, cm 54,2 x 41,5  
Richard Fuxa Foundation  
Foto: © Richard Fuxa Foundation





## ART ABSOLUTE

### STRAORDINARIA LUMINOSITÀ

GARANTITA DA UNA PREZIOSA COMBINAZIONE DI

### OLI ESSENZIALI

Effetto long lasting per una colorazione altamente professionale  
108 nuances per qualsiasi esigenza!







Hair: @ustom Collection by TiGi



### Parola d'ordine: Comunicazione

Audacia, investimenti, qualità e pensiero laterale:  
come cambia la comunicazione nella crisi

“**C**hi smette di fare pubblicità per risparmiare soldi è come se fermasse l’orologio per risparmiare il tempo” profetizzava quasi un secolo orsono Henry Ford. Una frase che, qualche anno fa al deflagrare della crisi economica, è stata disattesa e contrastata. La comunicazione era vista come un’appendice sacrificabile, forse solo un retaggio degli antichi fasti reaganiani ormai sepolti sotto il crollo delle borse. A fine 2008 i reparti di comunicazione cominciavano, anche in Europa, il loro ridimensionamento e i Social Network si affacciavano al mercato, prima come divertimento poi come big player tra i media. Ed è così che la comunicazione ha iniziato una lenta e inesorabile trasformazione, non è scomparsa e non si è ridimensionata, ha solo imparato a giocare con le carte che aveva in mano. Ed è stata proprio la comunicazione aziendale anti crisi l’oggetto del premio Donna Marketing, premio conferito dal Club del Marketing e della Comunicazione, a tutte le “manager in rosa” che ogni anno si distinguono per creatività, innovazione e talento. Tante le idee che le vincitrici del premio hanno espresso: da Laura Marchini di Carlsberg che ha dichiarato come solo il pensiero laterale ci possa salvare dalla crisi e la capacità di giocare con le parole per regalare un sorriso sarà la nostra luce in fondo al tunnel, a Laura Bettazzoli di

Bonduelle, che per reagire alla crisi ha addirittura aumentato gli investimenti in comunicazione e potenziato la comunicazione interna. Per Natalie Jaquet di San Carlo la parola d’ordine in questi casi è solo una: audacia, qualcosa che va ben oltre l’ottimismo. Federica Delachi di Chapter 4 consiglia di connettersi con lo *Zeitgeist* e segue la regola delle tre S: societing, semplificazione e (costruzione di senso. Il coinvolgimento del consumer e la sua trasformazione in ambassador è invece stata la strategia seguita da Patrizia Bandirali di Oregon Scientific mentre Francesca De Marco di Lindt & Sprüngli parla di lusso accessibile e insostituibile grazie alla costruzione di una fortissima Brand Identity.

Ma la comunicazione non è solo quella istituzionale, quella dei premi e delle agenzie: tutto ciò che facciamo per prenderci cura di noi stessi è comunicazione. Gfk, tramite un sondaggio online condotto in 22 Paesi e che ha coinvolto oltre 27.000 consumatori con più di 15 anni, ha dedotto che gli italiani dedicano più di 5 ore e mezza alla settimana alla cura del proprio aspetto. Esprimere la propria personalità, sentirsi bene con se stessi, avere il controllo della situazione e dare il buon esempio sono solo alcune delle ragioni emerse.

*Roberta Leone*

#### In questo numero

◆ GFK: Cura della Persona: italiani in testa con 5 ore e mezza a settimana

◆ Club del Marketing e della Comunicazione: Donna Marketing: vincitrici e novità





Da sx: Daniele Rosa Direttore Comunicazione Globale Bayer e Danilo Arlenghi Presidente Nazionale del Club del Marketing e della Comunicazione

# Donna Marketing: vincitrici e novità

Alla presenza di più di 150 manager, imprenditori e giornalisti della Mar-Com Community, premiate le 'manager in Rosa' che si sono distinte per creatività, innovazione e talento

## Ecco tutte le premiate della categoria:

### Donna Marketing:

- 1 Laura Bettazzoli Direttore Marketing di Bonduelle
- 2 Natalie Jacquet resp trade mark San Carlo
- 3 Francesca De Marco dir. Mark Lindt & Sprüngli

### Donna Comunicazione Aziende:

- 1 Laura Marchini Corporate Affairs Manager Carlsberg
- 2 Viviana Barozzi dir. comunicazione Edison Energia
- 3 Enrica Banti head of external relation Huawei

### Donna Comunicazione Agenzia:

- 1 Federica Delachi di Chapter 4
- 2 Camilla Costaguta di Inadv
- 3 Simona Gattoni di Attila & Co

Ma quest'anno sono stati istituiti tre nuovi premi e nello specifico le vincitrici:

### Donna Marketing & Comunicazione:

Cristina Condello fondatrice e direttore generale di Accademia del Benessere

### Donna Marketing Expo:

Simona Trabucco dir comunicazione Eataly

### Donna Marketing E-Commerce:

Patrizia Bandirali dir marketing & e-commerce Oregon Scientific

"La Comunicazione Aziendale Anti Crisi", questo il tema scelto per l'edizione 2016 del premio Donna Marketing, l'ambito riconoscimento al talento, alla creatività e alla professionalità delle manager in rosa.

La premiazione è stata preceduta dalla conferenza "La comunicazione aziendale anticrisi", tenuta dalle protagoniste del premio e con la partecipazione di Angelo Perrino direttore di affaritaliani.it e conclusa da Daniele Rosa, Direttore Comunicazione Globale

Bayern. A moderare l'intervento Danilo Arlenghi presidente nazionale del Club del Marketing e della Comunicazione ed editore del Marketingjournal.it. Le parole chiave - emerse durante il dibattito - delle intervenute, per una comunicazione aziendale efficace ed in grado di traghettarci fuori dalla crisi sono state: fiducia, entusiasmo, ottimismo, alta qualità, eccellente creatività, valore e coinvolgimento.



Da sx: Laura Marchini, Laura Bettazzoli e Natalie Jacquet

Questi gli interventi delle premiate:

### Laura Marchini, Corporate Affairs Manager Carlsberg

#### Il pensiero laterale salva dalla crisi

"Sono partita da quello che forse ci siamo detti tutti: crisi. In cinese questi due famosi ideogrammi che esprimo pericolo e opportunità e questi dovevano essere i due mantra per poter appunto uscire da questo momento. Il problema è che spesso ha vinto solo la prima, il pericolo la difficoltà.

Se pensiamo alla crisi le immagini che ci vengono in mente non lasciano spazio alle opportunità. Allora ho pensato che quello che ci salva in questi momenti, quello che ci porta a vedere opportunità è mantenere una sorta di scarto, la capacità di avere un sorriso, giocare con le parole, ed è proprio quel sorriso che scatta nonostante l'amarezza è quello che ci aiuta a pensare che c'è ancora qualcosa oltre al buio.

Il pensiero laterale salva dalla crisi. Si tratta di scegliere tra parole e termini, noi come azienda abbiamo avuto la grande opportunità di Expo dove abbiamo raccontato, fatto vivere il nostro mondo e fatto star bene la gente"

### Laura Bettazzoli, Direttore Marketing di Bonduelle Energia per la crescita

"Da gente di marketing abbiamo affrontato la crisi partendo dal consumatore e come Bonduelle ci siamo stretti intorno al claim "energia per la crescita", nel senso di trovare la benzina per investire, per ridare valore al mercato, ai prodotti e non pensare solo a fare promozioni. Quello che abbiamo fatto per reagire è stato aumentare i nostri investimenti in comunicazione, offline, online, abbiamo reinventato il sito e siamo ripartiti dai social ma questo non è stato sufficiente: l'altro punto sul quale ci siamo concentrati è stato come cambiare la nostra attitudine quando il rischio era quello di chiudersi. Abbiamo così investito tanto nella comunicazione interna, sulle persone:



formazione, open day che coinvolgessero anche le famiglie degli operai, puntando a maggior engagement e maggior impegno delle persone per affrontare la situazione in modo assertivo, con più ottimismo”.

**Natalie Jaquet, responsabile Trade Marketing San Carlo**

**Parola d'Ordine: Audacia!**

“San Carlo festeggia quest’anno gli 80 anni di vita, gli stessi del nostro presidente, ed è un’azienda familiare, peculiarità tutta italiana.

Una parola che descrive bene San Carlo – ma anche me stessa – è audacia, qualcosa che va oltre l’ottimismo. Si è portati a credere che fare una patatina sia qualcosa di banale, in realtà, per intercettare i gusti e i desideri dei clienti necessita - a monte - di grandissimi investimenti, una vera e propria ossessione. Siamo attentissimi nella selezione dei produttori di patate e alle esigenze nutrizionali dei consumatori: tutti i giorni lavoriamo per ridurre i grassi e per avere un profilo nutrizionale eccellente, non usiamo conservanti né glutini, il prodotto riveste una proposta nutrizionale molto positiva che in Italia fa del mercato degli snack salati non un mercato di Junk Food, un elemento importante per mantenere alti i consumi. Abbiamo voluto rivalutare la figura della patatina, proponendola come un’eccellente contorno, che

**Lusso accessibile per gratificare gli Italiani**

“Le tre parole chiave per Lindt sono state: passione, qualità maniacale e consumatore al centro, che sono anche le parole chiave della nostra azienda e del modo in cui operiamo. Lindt oggi è un’azienda da 3,6 miliardi di chf, che l’anno scorso è cresciuta quasi dell’8%, con tante fabbriche sparse per il mondo e che si concentra su una sola cosa: fare cioccolato di alta qualità. Anche noi abbiamo sentito questa crisi ma questa è stata anche un’opportunità per far conoscere Lindt a molti più consumatori: durante i periodi di crisi il consumatore infatti tendono a proiettarsi meno sul futuro e ad aver bisogno di gratificazioni quotidiane e il cioccolato Lindt è un piccolo lusso accessibile. Gli ultimi anni per noi sono stati caratterizzati da un’elevata crescita, sia in termini di fatturato che in quote di mercato, siamo cresciuti in tutti i segmenti nei quali operiamo. Questo grazie al fatto che abbiamo un brand molto forte, anche se in Italia competiamo con player molto radicati sul territorio, Lindt in Italia è sinonimo di categoria.

**Federica Delachi, Chapter 4**

**Societing, Semplificazione e costruzione di Senso**

“la crisi, iniziata nel 2008, temo che sia una situazione che ha molto poco di provvisorio tanto che l’autorevole

crisi bisogna almeno tenere alto il morale e reagire.

Abbatti gli sprechi e tieni alta la qualità: da noi in Eataly abbiamo dei cartelli che recitano “compra solo quando ti serve ma compralo buono”; si calcola che oggi il 35% della spesa viene buttato, lavoriamo su quello. Incontriamo la buona agricoltura da vicino: l’impegno di Eataly, da 9 anni a questa parte, è stato quello di comprare direttamente dai contadini, dagli affinatori, dai pescatori accorciando la filiera e potendo pagare un po’ di più il produttore, tagliando i passaggi intermedi puoi lavorare sui margini.

Ma non ci siamo inventati nulla, questi suggerimenti sono quelli che probabilmente le nostre mamme o le nostre nonne, quelle che dovevano amministrare la famiglia, ci hanno ripetuto fin da bambini.”

**Patrizia Bandirali, Direttore Marketing & e-commerce Oregon Scientific**

**Coinvolgere il consumatore per farne un tuo ambassador**

“Nella crisi bisogna avere coraggio. Il coraggio paradossalmente di comunicare anche più di prima, investire in comunicazioni, magari diverse dal passato. Comunicazioni mirate in cui c’è proprio il consumatore al centro in ogni aspetto del processo decisionale e del processo d’acquisto.

Un aspetto molto importante è l’attenzione alla qualità del servizio che gli offriamo insieme ad un valore aggiunto che lo faccia sentire coinvolto e soddisfatto del suo acquisto.

Ed è quello che abbiamo fatto quest’anno in Oregon Scientific, abbiamo trovato soluzioni smart per riuscire ad avvicinare il nostro consumatore e coinvolgerlo, andando a colpire dove voleva essere colpito, nel mondo in cui voleva essere colpito. Il consumatore felice è diventato quindi lui stesso comunicatore per Oregon. La parola chiave è coraggio”.

*Roberta Leone*



Da sx: Francesca De Marco, Federica Delachi, Simona Trabucco e Patrizia Bandirali

magari non compete con pasta e riso ma sono un ingrediente nobile, e Carlo Cracco ambasciatore della gastronomia italiana, ci scopre a Masterchef e comincia con noi un percorso di comunicazione, sdoganando la patatina dal mondo dello snacking integrando la patatina nelle ricette della gastronomia italiana. Tornatore ha firmato il nostro nuovo spot pubblicitario, bloccando la stazione centrale per tre giorni, uno spot che racconta l’Italia e la sua storia. L’azienda ha abbracciato anche la causa del web da tempo, l’anno scorso abbiamo chiesto ai consumatori di inventare un nostro prodotto: sono pervenute oltre 160 mila ricette, un numero stupefacente, la vincitrice ha firmato la “sua” patatina!

San Carlo ha 1400 agenti che ogni giorno consegnano a 200.000 punti vendita da nord a sud e questo ci rende diversi!”

**Francesca De Marco, Direttrice Marketing Lindt & Sprüngli**

Christine Lagarde – Direttore Operativo del Fondo Monetario Internazionale – ha dichiarato che è possibile che la mediocrità sia la nostra nuova normalità. Io sono sul fronte delle agenzie, mi confronto ogni giorno con brand importanti, credo che le aziende debbano essere il più possibile connesse con lo spirito dei tempi, lo *Zeitgeist*. La prima parola chiave è societing, poi c’è la semplificazione – cerchiamo di non porre troppi out out, senza l’ossessione alla scelta – la terza è costruire Senso per il ricevente”

**Simona Trabucco, Direttore Comunicazione Eataly**  
**Una strategia che arriva dal passato**

“I punti della nostra comunicazione sono 4: Risparmiare è godere: se si mangia un prodotto di alta qualità trattiene i sapori, la sensazione di sazietà arriva prima e alla fine, godi. Conviene quindi nutrirsi di alimenti buoni e conoscere ciò che mangi.

Almeno mangiamo e beviamo bene: in questi periodi di



# Cura della persona: italiani in testa con 5 ore e mezza alla settimana

Secondo un sondaggio condotto da GfK in 22 Paesi, gli italiani sono al primo posto per tempo dedicato al proprio look. Per il 69% degli intervistati curare il proprio aspetto serve innanzitutto per sentirsi meglio con se stessi

**I**taliani popolo di vanitosi? Secondo un'indagine online GfK - che ha coinvolto oltre 27.000 consumatori in 22 Paesi - il nostro Paese è al primo posto per tempo dedicato alla cura della persona. In media, ogni italiano impiega oltre 5 ore e mezza a settimana in attività finalizzate a migliorare il proprio look (6,2 ore nel caso delle donne, 5 ore gli uomini).

Seguono in classifica argentini e americani, che dedicano al proprio aspetto circa 5 ore e un quarto a settimana. In fondo alla graduatoria troviamo i cinesi, che dichiarano di spendere meno di tre ore a settimana per la cura della persona, seguiti dai sudcoreani con poco più di tre ore e un quarto e dai giapponesi con tre ore e mezza.

## Per quali ragioni le persone vogliono migliorare il proprio aspetto?

Sentirsi bene con se stessi: questa la ragione principale - citata dal 69% degli intervistati - per cui gli italiani curano il proprio look e cercano di

apparire al meglio. Nella classifica delle motivazioni, seguono nell'ordine la volontà di avere il controllo della situazione (39%) e quella di dare il buon esempio ai propri figli (30%).

La classifica varia leggermente a seconda della classe di età considerata. Infatti, se le prime due posizioni rimangono stabili, la terza è un specchio delle preoccupazioni tipiche di ciascuna fase della vita: gli intervistati tra i 15 e i 19 anni citano al terzo posto la volontà di esprimere la propria personalità; tra i 20 e i 40 anni emerge la volontà di compiacere il partner mentre dopo i 40 diventa più importante diventare un esempio per i propri figli.

La fascia di età che dedica più tempo alla cura della persona è quella compresa tra i 50 e i 59 anni, seguita da quella tra i 20 e i 29 anni.

## I risultati della ricerca a livello globale

Andando a vedere i risultati complessivi della ricerca, emergono alcune differenze rispetto all'Italia.

La volontà di sentirsi bene con se stessi rimane al primo posto, citata dal 60% degli intervistati a livello globale.

Al secondo posto c'è il desiderio di fare una buona impressione sulle persone che si incontrano per la prima volta (44%) e al terzo dare un buon esempio ai propri figli (40%).

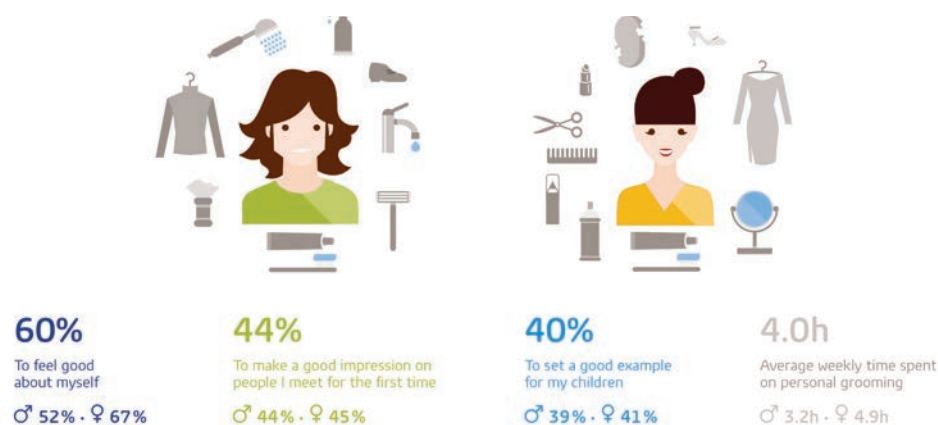
Queste motivazioni vengono citate ai primi tre posti sia dagli uomini che dalle donne, ma la volontà di sentirsi bene con se stessi risulta molto più importante per le donne, che la citano nel 67% dei casi (contro il 52% degli uomini). Al contrario, fare una buona prima impressione ed essere di esempio per i figli vengono menzionati da una percentuale quasi identica di uomini e donne.

## Uomini e donne si tengono curati per gli stessi motivi?

Andando a vedere le altre motivazioni citate, emergono alcune differenze a seconda del genere dell'intervistato.

Le tre ragioni per apparire al meglio e il tempo settimanale speso per la cura personale

Ricerca condotta in 22 paesi



Source: GfK survey among 27,000+ Internet users (ages 15+) in 22 countries - multiple answers possible - rounded

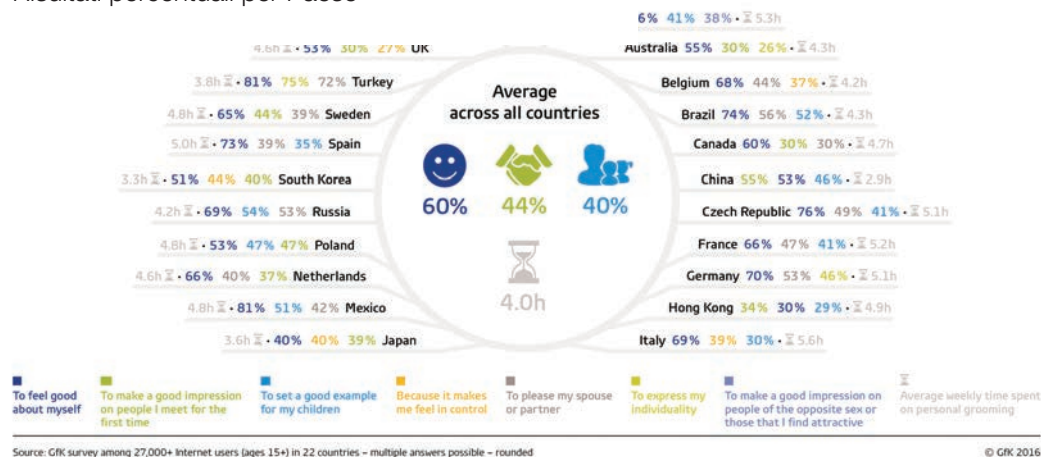
© GfK 2016





Le tre ragioni per apparire al meglio e il tempo settimanale speso per la cura personale

Risultati percentuali per Paese



Nel caso degli uomini, al quarto e quinto posto si trovano spiegazioni legate alla sfera dei sentimenti e della seduzione. Infatti, essi vogliono apparire al meglio per compiacere il coniuge o il partner (37%) oppure per fare una buona impressione sulle persone che trovano attraenti (36%).

Al contrario, le donne sono più motivate dal desiderio di esprimere la propria personalità e dall'idea di avere il controllo della situazione (entrambe queste ragioni vengono citate dal 40% delle intervistate).

Andando a vedere il tempo riservato alla cura personale, le donne intervistate dichiarano di impiegare quasi cinque ore a settimana, mentre gli uomini dedicano al proprio look poco più di tre ore.

#### Le motivazioni per apparire al meglio cambiano a seconda dell'età

Tutte le classi di età concordano sul fatto che sentirsi bene con se stessi è la motivazione più importante per prendersi cura del proprio aspetto. Emergono però delle sfumature diverse a seconda dell'età considerata.

Ad esempio, non stupisce che le persone con meno di

30 anni diano particolare importanza alla possibilità di fare una buona impressione con le persone che incontrano per la prima volta (secondo posto) e con quelle che trovano attraenti (terzo posto).

Tra i 30 e i 50 anni, rappresentare un buon esempio per i figli si posiziona sempre al secondo posto, mentre dopo i 50 anni compiacere il partner diventa la terza motivazione più comunemente citata.

#### A proposito della ricerca

GfK ha condotto un sondaggio online in 22 Paesi, coinvolgendo oltre 27.000 consumatori con più di 15 anni. La ricerca ha avuto un inizio sfalsato nei vari Paesi e si è conclusa nel mese di giugno 2015. I dati sono stati ponderati in modo da riflettere la composizione demografica della popolazione di età superiore a 15 anni presente in ciascun mercato. I paesi coinvolti nella ricerca sono: Argentina, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Hong Kong, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Polonia, Russia, Corea del Sud, Spagna, Svezia, Turchia, Regno Unito e Stati Uniti d'America.





CUTIQUE ... naturalmente



# CHROMA REVEALS

LUMINOSITÀ,  
TONALITÀ E  
PUREZZA  
DEL COLORE DEI  
CAPELLI COLORATI

Trattamenti specifici per  
esaltare gli elementi fondamentali  
della bellezza del colore .  
Cutique la scienza per la cura dei capelli.



## CHROMA REVEALS, UNA VERA E PROPRIA RIVELAZIONE.

Trattamenti Chroma Reveals con lipocromi estratti da mirtillo e uva rossa di Taurasi, per esaltare la luminosità, la tonalità e la purezza del colore dei capelli tinti.

Chroma Reveals Treatments with lipochromes extracted from bilberry and Taurasi red grape, to enhance the brightness, hue and purity of the color of dyed hair.

cutique.it





# Live from fashion week: tagli e colori per la primavera-estate 2016

Siamo lieti di annunciare una nuova collaborazione con Beautystreams, l'unica azienda al mondo specializzata nelle tendenze della bellezza.

Alcuni dei brand più importanti a livello mondiale consultano Beautystreams per anticipare tendenze, creare nuove linee

prodotto e migliorare la comunicazione marketing. Michele Superchi, marketing manager Italia, presenta le tendenze delle acconciature e del colore dei capelli individuate durante le sfilate della primavera-estate 2016 dagli esperti del settore di Beautystreams

## TENDENZE DEL TAGLIO DEI CAPELLI

Questa primavera gli stilisti, ispirati dagli chignon anni quaranta come dai ribelli tagli rock alla Joan Jett e Debby Harry, stanno adottando un approccio moderno e meno regolare per le acconciature. Le frange, un punto fermo della stagione, sono portate in avanti fino a sfiorare gli occhi, mentre code di cavallo e chignon appaiono volutamente spettinati. Le trecce mantengono la propria influenza, composte a corona sopra la nuca per le indossatrici di Hervé Léger, oppure futuristiche e sottili per le modelle di Esteban Cortázar. Considerando la tendenza

Kowalska offre una versione romantica dello stile afro anni settanta, con i ricci lasciati in libertà sulla testa delle modelle. KTZ propone un approccio più eccentrico che ricorda Siouxsie Sioux e il film "Blade Runner" di Ridley Scott, con acconciature dalle grandi punte in stile punk con sfumature di nero e di bianco.

**Effetto scalato.** Le modelle portano i capelli arruffati, anche se in modo deliberato, il che dona loro un'apparenza piuttosto combattiva. Guido Palau, nel suo look per Marc Jacobs, impiega la schiuma e la lacca per rendere l'aspetto bagnato. I capelli sono raccolti in uno chignon in disordine, riccioli spettinati ricadono sulla fronte. Da



generale, lo stile varia in misura molto ampia: si spazia dai grandiosi beehive di Maison Margiela alle capigliature mohicane rivisitate di Issey Miyake. Come contraltare a queste tendenze impetuose, c'è anche una vena romantica in questa stagione, che siano le code di cavallo sciolte di Oscar de la Renta, legate con un nastro di gros grain, oppure la dolce ondulatura di Lemaire nello stile dei Preraffaelliti. Insomma, una stagione di infinita varietà.

**Le sfilate.** Gli stilisti questa primavera attingono da un variegato filone di culture musicali. Le modelle di Baja East sfoggiano tutte la stessa capigliatura nera lucida molto corta con riccioli in stile mullet sul collo - à la Joan Jett - che fa da eco all'atmosfera degli abiti hippy. Da Issey Miyake i capelli vengono alzati con il gel e portati in ogni direzione, fino a far apparire una cresta mohicana in ordine sparso. Veronique Leroy presenta un look simile, con i capelli tirati all'indietro e spuntati alla fine. Per la collezione di Nicole Miller, ispirata allo stile stradaio di New York, le indossatrici portano i dread sciolti e disordinati. La stilista di A Détacher Mona

Vivienne Westwood Red Label le modelle appaiono come le vittime di un naufragio: gli chignon sono scompigliati e le ciocche di capelli rimangono appiattite sulle sopracciglia, in modo apparentemente casuale. Anthony Turner, per Kenzo, acconcia i capelli - più corti - con la schiuma e poi concede ad ogni modella un aspetto che la caratterizzi individualmente. Per Thakoon, Roberto Cavalli e Maiyet il look è più dolce. Per Roberto Cavalli Palau tratta con lo spray e la lacca la parte laterale della chioma portando i capelli sul viso, un accenno agli anni cinquanta ed ottanta. Per Mayiet i capelli sembrano mossi dal vento e sono portati all'indietro, una somiglianza con lo stile preferito da Thakoon che sceglie una capigliatura naturale e ondulata.

**Taglio della frangia.** Per quanto riguarda le frange, questa primavera c'è veramente di tutto: si va dalle quelle ben rifinite, a quelle più smussate, a quelle lucidate ai lati. Per Alexander Wang, Guido Palau taglia i capelli delle modelle in modo che le frange, un po' confuse, diano un'aria di nonchalance. Palau dice di voler rendere "una sensazione del tutto reale, quella di una ragazza ... appena scesa in strada".

Queste frangette corte, ispirate ad uno stile di strada, vengono evidenziate anche agli Acne Studios, dove le modelle le portano spuntate, e da Philippe Plein. Per Vera Wang, Eugene Souleiman propone uno stile più raffinato, con modelle dalle frange nere che arrivano a sfiorare gli occhi: l'aspetto è quello di donna dei quartieri alti. Le modelle di Rebecca Minkoff, con le loro frange anni sessanta a metà strada tra lo stile bohémienne e quello hippy, ricordano Marianne Faithfull. In Giorgio Armani, infine, folte frange dilagano sulla fronte delle modelle.

**Effetto mosso.** Gli stilisti scelgono una via di mezzo tra i riccioli e i capelli mossi, dando una forma increspata alla capigliatura delle modelle. Per Lemaire, la chioma delle indossatrici ricorda i dipinti dei Preraffaelliti, con la parte centrale piatta che apre la strada a riccioli sciolti. Nello stile di Creatures of Comfort e in quello di Trussardi è presente una sensibilità bohémienne più spiccatamente femminile. Nel primo caso i capelli delle modelle sembrano lasciati alla loro naturale consistenza, con i boccoli sciolti e ampi, in Trussardi sono intrecciati e poi lasciati sciolti per ottenere l'effetto ricciolo. Da Rodebjer la consistenza dolce e romantica dei lunghi capelli delle modelle va di pari passo al tenore languido della collezione.

#### TENDENZE DELLE Tinte DEI CAPELLI

La tendenza nei make-up per la primavera-estate 2016 è insolitamente scura: vale lo stesso discorso per le tinte dei capelli. Invece di adottare le tradizionali tonalità più delicate, chiare e tenui, in questa stagione gli stilisti scelgono colorazioni più forti ed intense. Con un cambiamento nelle tinte preferite per i mesi più soleggiati, le tonalità castano intenso vengono favorite rispetto al biondo, mentre un rosso acceso e vivace mostra quanta energia vitale possa trovarsi nelle tonalità naturali dei capelli. Le tinte assumono anche un aspetto più omogeneo rispetto alle scorse stagioni, con un colore che si uniforma dopo la radice oppure, semplicemente, con una singola scelta cromatica. Anche il pastello cede il passo a colori primari più intensi, e vengono impiegate tinture ancor più splendide per dare risalto ad una nuova brillantezza.

**Tendenza rossa.** Il colore rosso infiamma le sfilate, e le modelle lo impiegano più frequentemente rispetto alla scorsa stagione. Dal fragola dorato al ciliegia intenso, la vitalità delle tinte offre allo stile semplice un aspetto dinamico.

Per Victoria Beckham, Guido Palau presenta "un look pratico, sofisticato e moderno. Tutte le ragazze lo possono adottare".

I capelli lisci sono intrecciati in uno chignon annodato, con l'aggiunta di olio per la lucentezza, in modo da aggiungere spessore alla tonalità rame semplice. Per Badgely Mischka, Peter Gray impiega una miscela di sfumature di rossi che esalta lo stile "giovane, leggero e sensuale", la stessa tecnica di colorazione adottata per Giamba. James Pecis concede ai capelli della modella "un giorno di riposo" con una finitura rilassata, evidenziando la consistenza e il colore naturale scelti da Thornton Bregazzi per Preen. Per Emporio Armani, Roberta Bregazzi valorizza l'intensità del ciliegia lucido delle modelle, mentre la tonalità ruggine di Rebecca Minkoff ricorda il look di Marianne Faithfull.

**Biondo panna.** C'è invece un gusto retrò nella semplice tonalità biondo panna che le modelle stanno adottando per il sole dell'estate. Mentre in precedenza questo colore era limitato a parti della capigliatura scelte attentamente, in questa stagione si diffonde fino a coprire tutta la chioma. Il tema retrò viene completamente alla luce in Stella Jean: capelli lunghi color vaniglia vengono avvolti in una corona spillata, in stile anni quaranta, mentre la parte posteriore rimane sciolta. Eugene Souleiman per Roland Mouret promuove la classica eleganza biondo panna in un salone pop-up dove "per ogni ragazza la base è l'intramontabile piega, ma la messa in piega è personalizzata. In questo modo viene celebrata la diversità della bellezza". In John Richmond la tonalità bionda è più sommersa, per creare un contrasto con la vena hippy dell'abbigliamento. E per Christian Siriano, il cui tema è un viaggio in Marocco, Anthony Cole attinge dalla consistenza del copriletto matrimoniale rendendo i capelli leggeri, uniformi, e con una piega naturale che dà beneficio alla tinta delicata.



Allacciate le cinture, perché abbiamo davanti una stagione eccezionale!

**Castano intenso.** Con una tonalità che fa risaltare la capigliatura con splendore e lustro, il castano scuro promette molta passione per la primavera-estate di quest'anno. Lasciando i capelli sciolti, gli stilisti assicurano che il riflesso di luce e la profondità intensifichino tutto quel che la tinta già offre. Per Giorgio Armani, Roberta Bellazzi imprime alle "frange sensuali e compatte, un po' sbarazzine" una tonalità che, pur essendo uniforme, si rivela particolarmente brillante e luminosa. La frangia è al centro dell'attenzione anche in Marissa Webb, con parti più chiare che si intrecciano tra loro per creare una dimensione ulteriore. Da Anna Sui e Derek Lam troviamo leggeri tocchi ciliegia scuro, mentre Orlando Pita sceglie "capelli belli e sani, forti e arricciati", con accenni di colpi di sole e la parte finale ramata. Per le ragazze Brit Rock di John Galliano la parte finale dei capelli inclina giustamente verso il nero. Da Rodarte, invece, il look appare spettinato, con un'ondulatura in stile naturale che evidenzia sfumature di bruno.

**Nero mezzanotte.** Con il nero corvino, gli stilisti in questa stagione vogliono rendere la sensazione di spaesamento, rock chic, donando al taglio un aspetto sciolto e scarmigliato. Per Vera Wang il tema dominante è il "back to black", mentre Eugene Souleiman presenta modelle con un look aggressivo e frange a voler dire che "hanno un lavoro bellissimo ed escono con un musicista, il tipo di ragazza più cool. È uptown-downtown". Il taglio è ancora più estremo per Philipp Plein: tra gli accessori di pelle borchiate e l'aspetto 'appena sveglia' che contrasta con la brillantezza dei capelli, il tasto della ribellione è premuto.

Troviamo le frange anche da Alexander Wang, con Guido Palau che crea un effetto più tenue per la ragazza "appena scesa in strada", con la consistenza dei capelli più ampia a rifletterne lo splendore. Per Tadashi Shoji, infine, Rodney Cutler propone il contrasto tra l'atmosfera ribelle e la "sensibilità di giovane ragazza: capelli sani, sciolti, lisci come il raso sugli abiti", che permette al colore in stile mezzanotte di trasmettere uno scintillio raffinato ed elegante.





Hair: Robert Sieber  
Photo: Alberto Tolo  
Make Up: Noel Nichols  
Hair Colors: Aloxxi





# HAIRWORLD™



OMC WORLD CUP KOREA 2016

Sunday March 27 - Tuesday 29 2016

## NOT TO BE MISSED!

### OMC WORLD CUP

The olympics of beauty with Over 40 countries,  
1000 competitors & 100,000 spectators



*S. Fodera*

Salvatore Fodera  
OMC World President

KINTEX 2, EXHIBITION CENTRE SEOUL

OMC PLATINUM SPONSORS

L'ORÉAL  
Professional Products

WELLA  
PROFESSIONALS

TAKARA  
BELMONT



CREATE  
THE PROFESSIONAL CHOICE

OMC GOLD SPONSORS

pivot | point

YINGZEI HAIR

金达发  
Jinda Hair

Vitality's  
LIFE IN THE HAIR

Raphaël Terrier

Mundial®  
SILKEY  
PROFESSIONAL

[www.omchairworld.com](http://www.omchairworld.com)



# Spring summer 2016 Cotril collection



Esaltare il carattere, lo stile e l'individualità di ogni persona, interpretando i capelli in modo da incorniciare la sua più autentica bellezza.

Questo è il concetto chiave che ha guidato la nuova collezione Spring-Summer 2016 di Cotril, già acclamata come la migliore di tutti i tempi.

La donna Cotril interpreta, in questa nuova stagione, tre diversi mood:

Bold Romantic, Tribal 3.0 e Rock Rebel.

La donna Bold romantic è romantica ma in chiave moderna: una donna che va alla ricerca di una nuova femminilità, in cui la sensualità è forte ma espressa con dolcezza, in cui possono convivere garbo e determinazione, stile e gioia di vivere.



Hair & make up: Cotril  
Photo: Yuma Migliaccio









La donna Tribal 3.0 è metropolitana ma dalla bellezza primordiale e dalla sensualità istintiva. Viaggia alla scoperta di nuovi mondi e di nuovi stimoli ma al contempo è misteriosa, intrigante, esattamente come l'Africa, il continente a cui guarda con amore e rispetto.

Hair & make up: Cotril  
Photo: Chiara Giannoni







Hair & make up: Cotril  
Photo: Chiara Giannoni



La donna Rock Rebel, infine,  
è entusiasta e pulsante di vita,  
una donna dalla personalità  
trascinante e dalla sensualità  
aggressiva, quasi sfrontata.  
Sa esattamente cosa vuole:  
una vita anticonformista,  
battagliera, piena di musica  
e di amore.





# The Italian

Sfidare il modo in cui pensiamo.

Allontanarsi dalle abitudini.

Interrompere per innovare.

# Touch #19



## GRACELAND

La fusione di grace, grazia,  
e land, terra, propone una  
collezione ispirata all'elegante  
imperfezione della natura.

Leggiadre e delicate, senza  
contrasti, le sfumature di colore  
si fondono creando  
un'apparente monocromia  
di diverse venature.

Forme leggere e capelli in  
continuo movimento creano  
un effetto di raffinata sobrietà.

Graceland interpreta il colore  
in modo desaturato e con  
assenza di contrasti, ma  
piuttosto come sfumature che  
si fondono tra loro.

Forme leggere e mancanza  
di geometrie, alla ricerca di una  
estrema naturalezza.



Art Director: Mauro Galzignato  
Photo: Filippo Fortis  
Hair Stylist: Sara Azzimonti,  
Pierre Baltieri, Antonio Candido,  
Davide Carlucci, Diego Comandulli,  
Natxo Cuevas, Francesca Morelli,  
Fabrizio Pandolfi, Jasmine Papavero,  
Riccardo Rogari, Riccardo Piervittori,  
Damian Tworuschka  
Fashion Coordinator:  
Vittorio Masciarelli  
Make up & Stylist: Bookin Agency





**SALON**  
international

**2016**

15 – 17 October 2016  
ExCeL, London



**INSPIRING TODAY'S  
HAIRDRESSER...**



For exhibition and advertising enquiries contact:  
T: +44 (0) 207 351 0536 E: [salon.sales@hji.co.uk](mailto:salon.sales@hji.co.uk)  
[www.salonexhibitions.co.uk](http://www.salonexhibitions.co.uk)





## THE UK'S LEADING HAIR SHOW

Trends, top talent and  
a must-attend event to  
boost your business.

In association with:

**HJ**

#salon2016 |  Salon Exhibitions |  @salonexhibition





*Silvio Mora Srl è specializzata nella formulazione e produzione di colorazioni per capelli. Frutto dell'esperienza della famiglia Mora, operante nel settore dal 1913, lavora esclusivamente conto terzi, contribuendo a realizzare e produrre centinaia di brand italiani ed esteri, nel canale professionale, nella grande distribuzione, in farmacie, profumerie ed erboristerie. Negli anni si è dimostrata una delle maggiori realtà italiane del settore, riconosciuta a livello internazionale per la forte identità di terzista puro, senza marchi propri, e la capacità di coniugare un approccio sartoriale nella ricerca e sviluppo ad una produzione industriale di altissimo livello. L'azienda è certificata ISO 9001:2008 e ISO GMP 22716:2007. Simone Mora, Direttore generale di Silvio Mora Srl. Laureato in Chimica e Tecnologia Farmaceutiche si occupa direttamente di affari regolatori ed R&D.*

# Formulazioni, prestazioni e attenzione all'ambiente: come si prospetta il futuro della colorazione

Il colore da anni rimane in vetta ai servizi tecnici richiesti: un mercato che non conosce crisi, cresce esponenzialmente e si alimenta di continue nuove tendenze. La sfida è sempre quella di coniugare altissime performance a formulazioni sempre più naturali.

Ne parliamo con Simone Mora Direttore Generale di Silvio Mora Srl

## **Q**uali sono le ultime tendenze per le colorazioni?

Nelle formulazioni, la tendenza è verso maggior naturalità ed efficacia cosmetica, con l'utilizzo d'ingredienti dalle elevate prestazioni che garantiscano il miglior risultato, in termini di copertura, riflesso, durata, lucentezza, volume, protezione. I tecnici e la clientela finale sono sempre più attenti alla qualità dei prodotti e del servizio. Sul versante delle tendenze moda, gli ultimi anni ci hanno abituato ad una grande varietà di nuances; fondamentale è il ruolo degli acconciatori, con tecniche di colorazione sempre nuove ed originali: la nostra missione è realizzare strumenti perfetti per esprimere al meglio la loro creatività.

## **Attenzione all'ambiente: come sono cambiati i prodotti negli ultimi anni come formulazione e packaging?**

L'attenzione dei produttori e dei consumatori a questo aspetto è in costante e sensibile crescita. Ciò implica approfondite analisi lungo tutta la filiera di produzione: gli ingredienti ed il packaging sono valutati e selezionati anche in base al loro impatto ambientale. Le stesse aziende produttrici si sono evolute, tecnologicamente e culturalmente, aumentando l'efficienza energetica degli stabilimenti e riducendo gli sprechi, con ottimo impatto su ambiente e gestione.

## **Questa sempre maggiore sensibilità verso le tematiche ambientali e verso i prodotti con formulazioni naturali ha influito anche sul mercato delle colorazioni?**

### **C'è un cambio di rotta rispetto al passato?**

La sfida continua dei formulatori è di coniugare performance del prodotto e il desiderio di formulazioni sempre più "naturali". Per quanto riguarda le materie prime, la direzione è indubbiamente quella di prodotti dove possibile "green", ma anche di una maggiore caratterizzazione dal punto di vista del profilo di sicurezza. Le colorazioni raggiungono quindi gradi qualitativi sempre più alti ed aumentano

le componenti "naturali", utilizzando anche ingredienti che abbiano un profilo etico e certificato. La "naturalità" si abbina quindi a sicurezza ed efficacia.

**Negli ultimi anni la vostra cartella colori si è arricchita di nuove nuances? Quali sono quelle più richieste dal mercato?**

La Silvio Mora è un caso molto







particolare: lavorando esclusivamente per le aziende che commercializzano i prodotti, ha una cartella colore di oltre 6.000 nuances!

Nel colore gioca molto la soggettività: le aziende 'interpretano' sempre le cartelle e, la stessa nuance, a seconda del marchio, può variare significativamente, per riflessatura e copertura, a seconda della tipologia di prodotto e della clientela alla quale è destinato.

I colori più richiesti sono ovviamente i naturali e, a seguire, a seconda della clientela e delle mode, (con differenze significative tra i vari Paesi), gli altri riflessi. Rossi, marroni, biondi hanno andamento ciclico, il trend dei colori "fantasia" è in crescita, in più diverse nuances hanno arricchito tutti i livelli di tono. Ad esempio, abbiamo sviluppato nuovi biondi, tonalizzanti e super schiarenti ad elevata potenza, con riflessi modulati finemente, che consentono una grande varietà di scelta ed una straordinaria fedeltà. L'hairstylist, con semplicità ed efficacia, può quindi effettuare lavori tecnici, particolarissimi e personalizzati, questi ultimi aspetti fondamentali, per garantire quel plus del servizio di un professionista, rispetto al "fai da te".

#### **Si pone maggiore attenzione ai problemi di allergie cutanee o al danneggiamento dei capelli?**

Il grado di sicurezza raggiunto dalle colorazioni per capelli è estremamente elevato; la legislazione europea sui cosmetici è all'avanguardia, un modello di riferimento mondiale, che obbliga i produttori ad una valutazione di sicurezza del prodotto molto complessa ed approfondita, da parte di esperti. I coloranti per capelli sono stati studiati approfonditamente dal comitato scientifico europeo, con conclusioni che rassicurano sulla sicurezza di impiego. Il fatto che siano normati, con precise disposizioni sulle precauzioni per un corretto uso delle colorazioni per capelli, costituisce un ulteriore, importante elemento di tranquillità relativamente al loro utilizzo.



#### **Il Made in Italy è sempre trainante nel campo della colorazione? Perché?**

Certamente! L'economia globale ci ha abituati al trasferimento di modelli produttivi ma, nel nostro settore, contano ancora moltissimo la componente umana, l'esperienza ed il gusto tipicamente italiano. Il Made in Italy ha tuttora un fortissimo appeal in tutto il mondo, e funziona, anche per la capacità di ascoltare e proporre velocemente soluzioni per esigenze e culture completamente differenti.

*Roberta Leone*





1. **Aveda** Full Spectrum Protective Crème Hair Color è una colorazione permanente di derivazione naturale al 96%. Garantisce una colorazione che non sbiadisce nel tempo e risultati privi di danni per il capello grazie all'utilizzo di ingredienti di origine naturale. 2. **Color Head** di **Jalyd Professional** è una colorazione permanente in olio senza ammoniaca che assicura luminosità e naturalezza al capello. La linea è composta da 8 tonalità naturali, 7 colori concentrati ed 1 superschiarante, che permettono di creare nuances infinite. Copre perfettamente qualunque percentuale di capelli bianchi e schiarisce il colore naturale fino a quattro toni. 3. **Be.One** Multicolor Rich Permanent di **Pesonal Touch** by **Punti di Vista** è l'innovativo sistema di colorazione permanente con estratti biologici della frutta e proteine idrolizzate del frumento e della soia, miscelate in acqua termale. Be.One non contiene ammoniaca, ppd, resorcina e siliconi: garantisce la totale copertura dei capelli bianchi, nel rispetto del cuoio capelluto e della fibra capillare. 4. **Naturalia** è l'innovativa colorazione ad olio di **Giomat**, fatta con Aloe Vera e con agenti naturali che garantiscono azione emolliente, nutriente e condizionante. Dona lucentezza, uniformità e naturalezza del risultato, non provoca pizzicori o fastidiose irritazioni. La purezza dei suoi pigmenti garantisce ottima durata nel tempo e totale copertura dei capelli bianchi. La formulazione bi-fasica permette di modularne l'effetto ottenendo un risultato permanente o semi permanente. 5. **Oway Nectar** di **Rolland** il primo nettare colorante che si attiva con burro fluido, con un mix di ingredienti biodinamici, biologici, etici e fito-derivati, in una texture nutriente e piacevolmente vellutata. Assolutamente versatile per l'uomo e per la donna di tutte le età e per le cuti più sensibili, offre risultati cromatici completamente naturali, non artificiosi, grazie alle 34 raffinate nuances moda luminose e multi-sfaccettate. 6. Dalla ricerca scientifica dei laboratori **Kleral System** nasce **Magicolor**, una splendida colorazione permanente per

tutti i tipi di capelli, dalla texture cremosa e soffice. Disponibile in una ampia gamma di nuance - più di 105 meravigliosi colori - **Magicolor** è un vero e proprio trattamento di bellezza per i capelli: mentre li colora se ne prende anche cura in una perfetta fusione di performance e affidabilità.

7. **Supremacolor** di **Farmavita** è la colorazione permanente professionale che garantisce il 100% di copertura dei capelli bianchi. La sua formula, che vanta una base cremosa ricca di agenti condizionanti e lipidi, è arricchita da un complesso di olii prodigiosi - Argan, Macadamia, Avocado - per un risultato intenso, luminoso e vibrante. 8. **Colorly 2020** di **Itely Hairfashion** è un'esclusiva colorazione permanente di nuova formulazione, efficace e delicata. Garantisce protezione, capelli luminosi e un colore incredibilmente brillante grazie all'ACP Complex® in grado di aumentare la durata. Questo innovativo complesso molecolare, formulato con i più efficaci filtri UV e gli antiossidanti che combattono i radicali liberi, protegge, rafforza ed estende la durata e l'intensità del colore sia durante che dopo il servizio.

9. **Easy Absolute 3** di **Lisap** è un nuovo servizio colore nel quale Ammoniaca, Resorcina, PPD sono sostituiti da una nuova concezione che combina Anti-Age Microemulsion Complex, come complesso che previene l'invecchiamento della struttura capillare, HGL System come sistema di principi attivi ed estratti vegetali a base di Heliogenol che riduce la perdita del colore, protegge la struttura capillare e ripara dagli agenti esterni, Keratin Oil come supporto cosmetico e Argan Oil offrendo una maggiore idratazione durante il servizio colore.





# Sens.ùs Giulietta

the Bright  
hair color

“Una goccia di luce.  
Questo abbiamo chiesto alla nostra formulazione.  
Arricchita con *Luminescine*,  
*Olio di Argan* e *Cheratina Vegetale*  
per avere il “Bright Color” che tutti si aspettano e che  
nessuno sa come ottenere.”



ilovesensus.it



@Sens.ùs



@sensusitaly





10



11



12



13



**10.** Chromatigel è la colorazione gelatinosa ammonia free di **Hantesis** costituita da una ricca miscela di oli naturali che rendo il capello estremamente lucido. La componente cosmetica è la caratteristica principale di questo colore che assicura naturalezza. Nella formula sono contenuti: Olio di Jojoba, Argan, Macadamia e proteine vegetali, che garantiscono ottime performance alla colorazione nel completo rispetto del capello. **11.** Nasce dai laboratori **InterCosmetics**, Eneuè, colorazione senza ammoniaca con vitamina C e esclusive miscele di coloranti vegetali in 4 tonalità (marroni - rossi- dorati- scuri). La linea completamente senza ammoniaca copre perfettamente i capelli bianchi, tonalizza i capelli schiariti, riflessa intensamente i capelli naturali e schiarisce fino a 2-3 toni nella più naturale sicurezza. **12.** La nuova crema colorante Extremo Argan Extract by **Beauty Hair Style** colora, protegge e nutre in profondità i capelli, donando luminosità e setosità al capello. Copre il 100% dei capelli bianchi e ha una gradevole profumazione fruttata. Formulato con olio di Argan dona forza e idratazione ai capelli. Alimenta le fibre capillari conferendo ai capelli lucentezza e flessibilità, combatte le doppie punte e l'inacidimento. **13.** **Raywell** Vitamin C Color con oli vegetali ha una formula non aggressiva a bilanciamento molecolare che offre una copertura pari al 100% dei capelli bianchi. Dona riflessi naturali caldi e lucentezza nel pieno rispetto di cute e capelli. Il basso contenuto ammoniacale e l'ottima profumazione fruttata lasciano un buon profumo sui capelli e nell'ambiente di lavoro. La presenza delle vitamine del gruppo C migliorano l'azione antiossidante, garantendo così una maggiore presa e durata del colore. **14.** Axenia Extra Color è la nuova generazione di colore senza ammoniaca e senza parafenilendiamina di **SOCO**, una formulazione estremamente dolce che abbina alle performance di una colorazione permanente quelle di un trattamento ristrutturante e ricondizionante per i capelli. **15.** **Alfaparf Milano** presenta Pigments Colors Everything, la nuova linea che permette di aggiungere

colore ad un'incredibile varietà di servizi e prodotti. La linea è composta da 6 pigmenti puri ultra concentrati dall'utilizzo estremamente trasversale e da 6 basi di trattamento per prendersi cura sia della salute dei capelli che del colore. Pigments Color Everything è ideale per: creare nuove sfumature di colore, proporre alle clienti una prima colorazione su capelli naturali, ravvivare il colore tra un servizio di colorazione e un altro ed è il tool perfetto per ripigmentare dopo una decolorazione. **16.** Frutto dell'esperienza decennale e della costante ricerca in campo cosmetico e tricologico dei laboratori **G&P Cosmetics**, **Sens.ùs** Giulietta è un nuovo trattamento di colorazione cosmetica permanente. Giulietta è il perfetto connubio tra natura e tecnologia, rende particolarmente visibili e apprezzabili le proprietà idratanti e trattanti oltre ad offrire un'elevata azione cosmetica protettiva. **17.** I nuovi Aloxi Dimensions by **A-Vita Concept** sono perfettamente utilizzabili su capelli naturali o colorati, schiariscono e colorano in un solo passaggio tutti i tipi di capelli. Ogni nuances è arricchita con estratti di burro di Illipe idratante per aumentare la pettinabilità dei capelli e garantire una sorprendente luminosità, mentre l'estratto di semi di girasole svolge un'azione protettiva contro i raggi UV. **18.** Framcolor 2001 Light&Shine è la nuova colorazione **Framesi** che schiarisce e colora in un solo gesto; contiene olio di amaranto, che esalta il colore lucidando lo stelo capillare e intensificando il riflesso luminoso. L'olio di cocco, scientificamente riconosciuto come il più efficace nel proteggere i capelli durante la colorazione, assicura la massima delicatezza, mentre la vitamina C preserva la giovinezza e la vitalità dei capelli.



14



15



16



17



18



# IL NUOVO TRATTAMENTO COLOR PLUS



p-fenilendiammina  
e resorcina  
FREE

- COLORI DURATURI
- COPERTURA PERFETTA
- LUCENTEZZA E MORBIDEZZA
- NUOVA PROFUMAZIONE FRUTTATA
- PIGMENTI PURI CON ACIDO IALURONICO
- RIFLESSI PERFETTI E MULTISFACCETTATI
- FORMULAZIONE PIU' DELICATA SULLA CUTE

**La nostra missione:**

Trasformare il servizio colore  
in un trattamento benessere.

[www.fondonatura.it](http://www.fondonatura.it)

ITALIAN RESEARCH AND INNOVATION SINCE 1978





19

20



21



22



19. Pictura è la nuova colorazione altamente performante, senza ammoniaca e senza paraformaleina di **Hair Company** che garantisce un risultato eccezionale in copertura e offre riflessi dai colori intensi e vividi, permettendo di realizzare schiariture fino a 2/3 toni. 20. Yo Color System è il nuovo sistema di colorazione completo, dedicato alla cura e al benessere dei tuoi capelli, con formule delicate, senza ammoniaca e PPD di **Kemon**. Nayo Color System è ideale per colorare la ricrescita naturale del capello con una formula delicata e altamente tollerabile sulla cute. Disponibile in 84 nuances intermiscelabili suddivise in 18 serie colore. Una gamma completa per un risultato colore coprente, ricco e vibrante. 21. Color Craving è una gamma completa di 8 colori, quattro delicati pastello e quattro colori accesi, di Keune. È una formulazione pronta all'uso da utilizzare su base chiara. Si ottengono risultati velocemente con un tempo di posa di soli 15 minuti. I colori contengono una crema a base condizionante con proteine della seta per nutrire i capelli e solamer per proteggere dai raggi UV. 22. Dikson Color Anniversary è la crema colorante per capelli di nuova formulazione che celebra i 50 anni di fondazione dell'azienda Mùster & Dikson. Dickson Color Anniversary è una colorazione 2 in 1, colore più trattamento post colore. Grazie all'attivo Hydrafeel 3 assicura al capello protezione, idratazione, elasticità e resistenza alla struttura, il colore è più intenso e la copertura dei bianchi è perfetta. 23. Dal reparto ricerca e sviluppo di Emsibeth nasce Cromakey-In Multibenefit, una nuova generazione di colori-trattamento: l'Intense Color System, cuore della colorazione Cromakey-In, già noto per le sue elevate performance in termini di intensità e copertura, si arricchisce di un mix di nuovi principi attivi che idratano, riparano la fibra capillare, incrementando la tenuta e la stabilità del colore. I capelli diventano idratati, pettinabili e rigenerati. I Micropigmenti Essenziali puri al 98%, penetrano

ancora più in profondità ancorandosi alla struttura interna del capello garantendo colori duraturi e vibranti. 24. Color-Ton di **Tocco Magico** è un colore ad ossidazione che per la sua formulazione a base di sostanze vegetali restitutive lenisce gli effetti irritanti delle tinture comuni, lasciando i capelli lucidissimi e morbidi. È ricco di estratti vegetali come ortica, farfara, achillea, rosmarino, betulla, equiseto e salvia. 25. Nasce dai laboratori **Framasar** Multicomplex, l'evoluzione della colorazione che ha fatto la storia nella cosmesi tricologica italiana ed internazionale. Il nuovo colore risponde alle esigenze di un mercato sempre più attento alla necessità di mantenere una struttura viva, sana e resistente del capello. Il sistema in essa contenuta genera il cosiddetto effetto "RAP", ricostruzione, Anti Age e Protezione. 26. Freelux è l'innovativa colorazione priva di Ammoniaca, Prafenilendiaina, Resorcina, Petrolati e Allergeni di **Tocco Magico** che rispetta la struttura del capello e l'equilibrio della cute. I micro pigmenti coloranti che si distribuiscono facilmente all'interno della fibra capillare e i principi attivi selezionati garantiscono colori ultra brillanti, stabili e che durano a lungo. 27. TMT Luminacolor è una crema colorante con Inca Oil e Cheratina: permette di ottenere colori brillanti e uniformi con il 100% di copertura dei capelli bianchi. La cheratina e l'Inca Oil proteggono la struttura dello stelo e donano esterna lucentezza, lasciando i capelli setosi e morbidi. Le numerose tonalità e le molteplici combinazioni realizzabili evidenziano la creatività dell'acconciatore.

23



24



25



27



26





# The NEW Hair Colour SENSATION

Le formulazioni PURHAIR uniscono l'esperienza millenaria degli **attivi naturali** alla tecnologia più avanzata, per un prodotto sicuro ad altissima resa.

Elevate quantità di elementi nutritivi per garantire risultati perfetti e duraturi:

- **olio di crusca di riso** (condizionante, protettivo)
- **estratto di malva** (ammorbidente, protettivo)
- **estratto di achillea millefoglie** (idratante, antiseborroico)
- **acido palmitico** (nutriente)
- **acido ascorbico** (vit. C)

## BLACK LINE COLOUR

**PARABEN FREE, PPD FREE, RESORCIN FREE**

Altissima qualità e purezza.

Pigmenti di qualità superiore e naturali al 99%.

Massima copertura capelli grigi.

Colore più intenso e duraturo.

Mantenimento del capello condizionato, luminoso e protetto.

Black line include più di 80 diverse nuance.



## SENSITIVE COLOUR

**PARABEN FREE E AMMONIA FREE, ARRICCHITE CON ARGAN OIL**

Morbidezza e luminosità.

Una tinta delicata che garantisce una massima copertura dei capelli bianchi.

Disponibile in più di 40 nuance.



**COSMOPROF BOLOGNA**  
**18-21 MARZO 2016**  
**PAD.C73 / Hall 25.**





28

30



31



29



32



**28.** Veracolor di **TMT Milano** è una crema colorante senza ammoniaca con Olio di Argan: assicura colori intensi, brillanti, naturali ed una perfetta copertura dei capelli bianchi. Le caratteristiche dell'Olio di Argan, unite ai vantaggi di una delicata colorazione senza Ammoniaca, fanno di Veracolor una crema colorante che esalta il tono e la lucentezza. **29.** Color Tech è la colorazione **Cotril** zero difetti il cui risultato è un colore impeccabile e duraturo nel tempo e i capelli risultano incredibilmente più luminosi, più elastici, più sani e visibilmente ringiovaniti. Grazie alla sua formulazione, Color Tech ha un effetto rigenerante sul capello: riattiva e rigenera il colore nella fibra capillare regalando ai capelli nuova forza, nutrimento e vitalità. Si tratta di un trattamento profondo di riempimento colore, che condiziona la struttura del capello migliorando la resa e la tenuta della colorazione.

**30.** Maraes Color Nourishing Permanent Hair Color è il nuovo sistema di colorazione per capelli a ossidazione firmato **Kaaral**, senza ammoniaca e Ppd, particolarmente indicata per le clienti più esigenti, alla continua ricerca di novità per il benessere e la bellezza dei propri capelli e per cute sensibile. Un vero trattamento di ricostruzione e rigenerazione capillare grazie a materie prime preziose come il Monoi de Tahiti certificato Organic Ecocert® e alla cera d'api che proteggono il capello impedendo l'eccessiva perdita d'idratazione. La texture morbida della rema rende più facile l'applicazione del colore che grazie alla presenza di speciali sostanze emollienti veicola meglio i pigmenti all'interno della cuticola. La purezza dei pigmenti garantisce massima copertura e l'intensità del riflesso, lasciando i capelli morbidi, sani e luminosi. **31.** Cromya è la nuova colorazione permanente di **Roverhair**, colori in crema trasformabili in olio che garantiscono il 100% di copertura dei capelli bianchi. Priva di ammonia, ppd e parabeni contiene olio di cocco organico e olio di Argan. **32.** Feel easy di **Inco** offre la possibilità di creare le proprie tendenze e le proprie riflessature con enormi vantaggi di competitività verso i concorrenti e il "fai da te". A basso contenuto di ammoniaca riduce al minimo l'azione di rigonfiamento del capello con conseguente minore sollevamento delle cuticole, infatti una cuticola intatta riflette un colore più lucido trattenendo per più tempo il

pigmento all'interno del capello stesso. Disponibile in tonalità naturali neutre e con una particolare profumazione fruttata che rende piacevole lo sviluppo del colore. **33.** Schwarzkopf Professional si ispira al trend del nude per la sua nuova collezione Igora Royal Nude Tone con nuances che vanno ad arricchire l'assortimento Schwarzkopf Professional, dando al parrucchiere la possibilità di proporre un servizio colore ispirato ai più recenti trend visti in passerella. Le nuances, grazie al loro livello di copertura, rendono possibile l'applicazione su ogni tipo di base, dalle più scure alle più chiare: un look nude adatto a tutte in grado di esaltare il proprio colore di base, accendere i riflessi e regalare un tocco di eleganza e femminilità. **34.** Cromeearth, I Colori della Terra, è la novità **Rica** nel segmento colore: una gamma completa di 7 maschere pigmentate di ultima generazione contenente il 100% di pigmenti naturali mediterranei. Cromeearth con la sua gamma di 7 nuances cattura i colori della terra e permette di ricreare sui capelli colori e riflessi naturali che solo la natura è in grado di darci; grazie alla loro formula, che contiene il 100% pigmenti mediterranei naturali, estratto vegetale di Cheratina e Olio di Opuntia, riparano la struttura interna del capello, dando morbidezza e setosità, ottenendo brillantezza e ravvivando il colore dei capelli. **35.** Freedom Color è la colorazione cosmetica, delicata, brillante e priva di odore da **Waland**. Disponibile in 23 nuove nuances, garantisce un colore pieno, la totale copertura dei capelli bianchi e un'ottima tenuta. Senza ammoniaca, resorcina e fenilendiamina, contiene estratti di olio di Argan e Jojoba che hanno funzioni antiossidanti, nutritive e rinforzanti. **36.** Helen Seward presenta Lumia Perfect Color, la nuova serie di nuances naturali Color System calde e luminosissime. Nove nuances arricchite da luminescine, un estratto naturale mediterraneo che cattura e riflette i raggi solari, offrendo un colore cosmetico di eccezionale pienezza, vibrante e duraturo nel tempo.

33



34



35



36





37

39



38



40



41



37. Double You Color è la colorazione cosmetica, versatile, dolce e tenace di **Waland**, per effetti moda e classici che garantisce massima protezione durante e dopo il servizio, migliora la tenuta nel tempo, copre completamente i capelli bianchi e dona riflessi più intensi con una brillantezza estrema. 38. Megix 10 è la terza generazione della colorazione professionale in 10 minuti, fiore all'occhiello della linea Mowan di **Create Images**. Grazie all'uso di materie prime derivanti dallo skincare e al Fision Keraveg-18, una molecola di estrazione vegetale che ricrea perfettamente la struttura cheratinica della fibra capillare, Megix 10 regala ad ogni servizio di colorazione nutrimento e idratazione per capelli morbidi e setosi. Copertura eccezionale e lunga durata del colore fanno di megix 10 una colorazione ideale per l'esigente clientela di oggi. 39. Get the Color Dolce è la colorazione per chi non ama l'ammoniaca di **Elgon Cosmetic**. Permette di ottenere tutti i vantaggi di una colorazione classica, riducendo i rischi di reazioni allergiche. Contiene echinacee, piante con proprietà antinfettive e ripitelizzanti. 40. My Color di **Alter Ego Italy** è una colorazione permanente senza ammoniaca e parafenildiamina (PPD) in grado di rispondere efficacemente alle esigenze delle clienti che richiedono sempre più frequentemente un servizio colore più trattante, confortevole e delicato. My Color garantisce un'elevata performance per un colore senza tempo e con una formulazione delicata arricchita con preziosi attivi dal potere antiossidante. 41. Argan Treatment Black Professional di **Parisienne Italia** è un sistema di colorazione in crema innovativo e meno aggressivo per la struttura del capello. Permette di ottenere una schiaritura di 2-3 toni ed una colorazione intensa e brillante, grazie ai particolari principi attivi contenuti: è ricco di olio di Argan che rende i capelli estremamente morbidi e lucenti e di cheratina che penetra nella struttura del capello, aumentandone il volume e la corposità. La crema non cola e copre perfettamente i capelli bianchi. 42. Nat Color di **Calmar** è una tintura per capelli contenenti principi attivi specifici per la cura e la bellezza dei capelli. Oltre alla Pro-vitamina B5, Nat Color è arricchita con creatina, che svolge un'azione riparatrice e protettiva del capello donandogli un aspetto sano e lucente; poliquaternari e gomma guar aventi un elevato potere condizionante che aumenta

morbidezza e pettinabilità dei capelli e ceramidi, che svolgono un'azione fissativa del pigmento garantendo un colore duraturo e restituendo capelli sani e luminosi. 43. CC Color Cream di **Nevita** è l'unica colorazione con attivo antibatterico per un'azione di prevenzione anche sulle cuti più sensibili. Contiene estratto di castagna che rende la colorazione più intensa e Mallo di Noce che prolunga il colore e funge da filtro naturale contro gli agenti esterni. 44. pH Pure Hair Illuminating Color di **pH Laboratories** Haircare è una crema gel colorante senza ammoniaca, arricchita con Olio di Argan e Cheratina. Schiarisce il colore naturale fino a 4 toni, assicurando una lunga durata e tenuta del colore. La sua formula delicata la rende adatta anche a capelli molto sfruttati e sensibilizzati. La sua ricca gamma di nuances dona riflessi intensi di grande lucentezza per capelli sani, splendidi e illuminati. 45. Keeping Colour Shine di **Prevía Haircare** è una colorazione in crema facile da dosare e miscelare, con un potere schiarente fino a 4 toni, a basso contenuto di ammoniaca. Agisce nel Massimo rispetto di cute e capelli e le sue nuances di colore sono perfettamente miscelabili tra loro. 46. Art Absolute di **Vitality's** ha un'alcalinità controllata e una bassa percentuale di ammoniaca. La miscela colorante penetra in maniera progressiva e uniforme attraverso la fibra capillare e tinge la melanina. I capelli risultano integri, brillanti e uniformi.

45



46



42



43



44





# LUMIA PERFECT COLOR: Be Shiny, Be Lumia!

Capelli che sprigionano la luce del sole grazie ad un segreto custodito nel Mediterraneo

**E**sprimere se stesse: il colore è rivelare la propria personalità, non solo questione di gusto. Helen Seward presenta Lumia Perfect Color, la nuova serie di nuance naturali Color System per tutte le donne che vogliono comunicare la propria unicità, anche grazie al valore del proprio colore, con un tono più luminoso che mai! HP, High Performance: il colore nel mondo Color System è innanzitutto ultra-performante. Il segreto dei laboratori Helen Seward è selezionare i migliori ingredienti con particolare attenzione a combinare natura e tecnologia per ottenere attivi di ultima generazione, dai quali nascono le prestazioni più elevate. Ogni prodotto rappresenta, infatti, la perfetta unione tra gli ingredienti naturali provenienti dal bacino del Mediterraneo e attivi high-tech, un equilibrio tra tradizione e innovazione che punta a offrire la massima performance.

La filosofia Helen Seward continua anche in Lumia con una novità rivoluzionaria, Luminescine, un particolare estratto naturale mediterraneo che cattura e riflette i raggi solari assicurando un colore cosmetico di eccezionale pienezza, vibrante e duraturo nel tempo. L'ingrediente naturale, selezionato per la nuova serie di naturali perfetti, deriva dal fiore della pianta di Verbasco, il *Verbascum Thapsus*, presente in tutta l'area mediterranea e caratterizzata da fiori con petali di colore giallo. La sua sorprendente proprietà luminosa è insita nello stesso nome: dal greco *Phlomos* ha una radice riconducibile a *bhle*, che significa brillare. Le particolari proprietà del fito-complesso del fiore sono in grado, infatti, di aumentare significativamente la luminosità dei capelli per un risultato sorprendentemente brillante, in quanto diretta espressione dell'energia della luce.

**Lumia Perfect Color è caratterizzata inoltre da una formula ricca di altri preziosi attivi, quali:**

- TRIMETILGLICINA ad azione protettiva
- AMINOSILCOMPLEX ad azione corporizzante e nutriente
- PRO-VITAMINA B5 ad azione idratante

La nuova serie di naturali, composta da nove nuance, nasce dai laboratori R&D Helen Seward per rispondere a una chiara esigenza delle clienti in salone. La richiesta è quella di mantenere un colore che sia naturale ma più avvolgente, caldo e vibrante. Con Lumia Perfect Color, la serie Color System si completa e permette di realizzare in salone ogni desiderio.

**Lumia Perfect Color assicura:**

- Eccezionale brillantezza grazie a Luminescine Technology
- 100% copertura capelli bianchi
- Colore uniforme e intenso
- Massima tenuta
- Applicazione semplice e rapida
- Formula altamente protettiva sul capello

per maggiori info



[www.helenseward.it](http://www.helenseward.it)





# LUMIA

P E R F E C T C O L O R

Scopri la novità a  
**COSMOPROF**

PAD 25, B90-C89

**LUMIA, la nuova serie  
di nuance naturali Color System,**

grazie alla "TECNOLOGIA LUMINESCINE",  
che cattura e riemette i raggi solari,  
dona al colore una luminosità eccezionale.  
Il risultato è raffinato, caldo, mai così luminoso!

**BE SHINY, BE LUMIA**



*Helen Seward*  
hair products

[www.helenseward.it](http://www.helenseward.it)



48



50



47



49



**47.** Colore Re-Light di Fondonatura by **Tri-co-sal** è una colorazione diretta performante dai colori vibranti che crea riflessi luminosi e ravviva i capelli colorati o naturali, maschera i primi capelli bianchi. Si basa su un sistema di coloranti basici, a carattere cationico, che si legano al capello, senza penetrare in profondità, in ambiente acido. Questo permette al capello di non subire aperture della cuticola e di rimanere lucido e levigato. Colori senza ossidazione, senza ammoniaca, puri che lavorano a pH acido senza danneggiare il capello. Straordinaria la cosmeticità della fibra capillare dopo la colorazione grazie alla presenza in formulazione di Olio di Argan ed Acido ialuronico che donano ai capelli lucentezza, idratazione e nutrimento.

**48.** Fondonatura Color PLUS è la nuova colorazione dalla tecnologia innovativa. È una colorazione-trattamento, con Acido ialuronico, che oltre ad essere estremamente delicata nei confronti del cuoio capelluto perché priva di p-fenilendiamina e resorcina (principali coloranti responsabili delle sensibilizzazioni cutanee) è ricca di agenti protettivi e condizionanti che nutrono e proteggono il capello durante la colorazione. L'utilizzo di pigmenti coloranti puri di altissima qualità permette di ottenere colori pieni, brillanti, duraturi e multiriflessati. **49.** Naturcolor di **Everline** è colore puro, frutto di un'innovativa tecnologia e principi attivi delicati di origine naturale, uniti alla creatività di una palette colori eccezionale. Disponibile in 49 nuance. Luminosità, brillantezza estrema, cura e idratazione del capello, grazie alla nuova formulazione priva di ammoniaca, per ridurre al minimo il rischio di sensibilizzazione della cute. **50.** NACS di **Creattiva Professional** è una colorazione naturale senza ammoniaca e inodore, un colore cosmetico in gel che rispetta cute e capelli, in grado di coprire, scurire e schiarire fino a 4 toni garantendo un risultato sorprendente. Grazie alla sinergia di ingredienti naturali combinati a regola d'arte, Nacs ti regala una colorazione dolce e sicura dai risultati cromatici intensi, brillanti e materici.

**51.** Saphir Intense Color Cream di **Saphir Professional** ha una formulazione realizzata con criteri essenzialmente protettivi e ricostruttivi della struttura capillare, per ottenere una colorazione con caratteristiche molto naturali per brillantezza e luminosità garantendo al tempo stesso la totale copertura dei capelli bianchi. Gli estratti bio certificati in essa contenuti - germe di grano, olio di argan e aloe vera - assicurano una ricostruzione intensa e profonda del capello. Grazie alla protezione dei filtri UV, Intense Color risulta essere una colorazione a lunga durata. **52.** COT - Color di Trinity, distribuita in esclusiva da **Glemart**, è una colorazione che svolge un'azione ristrutturante del capello mentre lo colora, conferendo corposità e brillantezza sorprendenti. **53.** Mask with Vibrachrome™ di **Davines** è l'innovativo sistema di colorazione permanente in crema che impiega una tecnologia inedita nel mondo cosmetico in grado di offrire un elevato potere condizionante, un colore straordinariamente lucente e a lunga durata, grazie ad una più uniforme penetrazione del colore all'interno della struttura capillare. **54.** Native Hair Colour Cream di **Edelstein** l'innovativo sistema di colorazione permanente senza ammoniaca con Olio di Argan e Cheratina che assicura la totale copertura dei capelli bianchi rendendoli straordinariamente brillanti, morbidi, idratati e protetti. La sua formulazione cheratinica favorisce una più efficace penetrazione del pigmento colorante, assicurando una colorazione luminosa e duratura nel tempo, nel pieno rispetto del cuoio capelluto e della fibra capillare. **55.** TIGI copyright@colour

55



51



52



53



54





57



56

58



59



60



**56. Indola** presenta i PCC Blush Nudes, una linea dedicata a nuance cipria, interpretate con un'unica attitudine cool e ispirate allo street style. Le cinque nuove nuance naturali sono sbocciate con sottotoni tendenti al beige delicato per donare sfumature, offrire una lucentezza sobria e splendidi riflessi caldi. **57. Volumage**, la linea haircolor di **Tricologica** è la magia del colore unita all'inconfondibile sensazione di salute e benessere che rendono ogni donna soddisfatta e orgogliosa della bellezza della propria capigliatura. La formula high tech color dei suoi prodotti è arricchita da uno speciale complesso di attivi Volumiere Complex, a base di molecole multifunzionali: Volumax, Diamond Lumiere e DNA Protector, che lavorano in sinergia con il dispositivo VL-1 e permettono di ottenere performance di alto livello.

**58. Crema Kolor** di **Kosmodaff Cosmetica Italiana** è un colorante che a differenza di altri, non emette odori sgradevoli ma profuma piacevolmente. È un modo nuovo di concepire la colorazione dei capelli, rispettandoli e mantenendoli brillanti e vellutati. Assicura una perfetta copertura dei capelli bianchi e possiede un elevato potere schiarente. La base, ricca di principi attivi, assicura un'azione riparatrice sulla cuticola, in grado di garantire la naturale luminosità e setosità del capello. **59. AH** di **Action Hair Distribution** è un crema colorante ad alte prestazioni arricchita con proteine della seta. Garantisce massima copertura, ha colori vibranti e offre una tonalità duratura. **60. Kapera Kolor Oil** è ideale per un cuoio capelluto sensibilizzato in quanto il colore, depositandosi sulla parte superficiale della corteccia, garantisce un servizio di colorazione non invasivo e un'ottima tenuta nel tempo, grazie alla totale assenza di ammoniaca e all'utilizzo di nobili sostanze vegetali, che stimolano, proteggono e nutrono i capelli, donando corposità, morbidezza e luminosità. **61. Mokura Color Man** by **BioShine** 10 minuti senza ammoniaca garantisce la copertura totale del 100% dei capelli bianchi, lascia un colore naturale senza barrature ed è senza ammoniaca. Si applica su radici e lunghezze ed il tempo di posa è di 10 minuti. Si consiglia un ossidante a 10 volumi. **62. Krom** ha selezionato e racchiuso le ultime tendenze per il 2016, nella linea K-color. Luminose gradazioni di

castano, intense nuance per i biondi, fiammeggianti rossi e raffinati colori algidi; una gamma completa di coloranti diretti per creare istaneamente dinamici effetti colore personalizzati e cambiare look ogni volta che si desidera.

**63. Tahe** Lumiere Express Trionic Keratin è una colorazione professionale ad ossidazione che comprende 108 colori, 6 ultra biondi e 8 extra coprenti. I pigmenti di ultima generazione sono microincapsulati in BioCheratina Trionica. Il risultato è un colore così reale da sembrare naturale, così benefico sui capelli da sembrare un trattamento. Estremamente versatile, con basso contenuto ammoniacale, una crema fondente effetto confort con una profumazione gradevolissima. **64. Bleach & Color** della linea Ambition Color di **Shot** è un colore facile, sicuro, brillante e a lunga durata che decolora e colora in un unico step. 9 nuances disponibili per infinite possibilità di colore: Ash, Silver, Steel, Pearl, Purple, Pink, Yellow, Titian Red, Copper.



64

63



61



62





# Non solo Olaplex: gli upgrade irrinunciabili per i servizi tecnici

Addizionati ai servizi tecnici senza alterarne il risultato o utilizzati come trattamento rigenerante, una carrellata dei nuovi prodotti per la rinascita della chioma

**C**herry Bombe, Ombre Hair, Bronde, Beach Waves, Ultra liscio: la moda è in continuo divenire e le clienti – sempre più fashion addicted - non vogliono perdere neanche una tendenza.

Si rischia così di danneggiare i capelli a tal punto che l'unica e ultima soluzione sarebbe quella di dare un taglio netto. Ma con l'avvento di

questi nuovi trattamenti additivi - compatibili con tutti i trattamenti tecnici come schiaritura, colore, decolorazione e permanente - finalmente i capelli sono salvi e le clienti soddisfatte. Una serie di tool indispensabili che ripristinano le fibre cheratiniche, nutrono e proteggono i capelli per dare loro un aspetto più sano e più forte.



## Tech K-Plex by Cotril

Tech K-Plex è la soluzione ideale per proteggere i capelli dalla colorazione (ma anche decolorazione, permanenti, trattamenti liscianti ecc.) e poter cambiare stile e colore ogniqualvolta lo si desidera senza danneggiarli. TECH K-PLEX, protegge e ristruttura il capello proprio durante la colorazione riducendo drasticamente i danni e le rotture dei capelli.

Quali sono i vantaggi di K-PLEX per il parrucchiere? Non modifica il modo di lavorare. Non allunga i tempi dei trattamenti. Garantisce il miglior risultato possibile a ogni lavoro tecnico. Rende possibile il servizio tecnico anche in presenza di capelli molto rovinati. Grazie a K-PLEX i capelli saranno più forti e più sani, la durata del colore sarà maggiore e lo stato di salute generale della chioma tornerà ottimale.

Come funziona con la colorazione? Basterà aggiungere Bond Enhancer alla miscela colorante e mescolare bene. Applicare e lasciare in posa come di consueto. Risciacquare, tamponare i capelli e, senza effettuare lo shampoo, applicare una buona quantità di Bond Refiner su lunghezze e punte. Lasciare in posa per almeno 10 minuti. Risciacquare accuratamente e procedere con lo shampoo e la piega come di consueto.

## Sealplex Hair Defender by Helen Seward

In pochi gesti e in due soli step, SEALPLEX consente di realizzare qualsiasi tipo di servizio tecnico proteggendo la fibra capillare senza pregiudicare il risultato, prevenendo ogni eventuale danno conseguente al servizio tecnico e riparando il capello danneggiato esaltandone forza e pienezza. Il kit contiene: Concentrato Rigenerante: N.1 BOND REGENERATOR.

Aggiunto al preparato tecnico, agisce attivamente sulla corteccia e sulla cuticola della fibra capillare, con azione protettiva, preventiva e riparatrice.

Perfezionatore Sigillante: N.2 BOND PERFECTOR.

Applicato dopo il servizio tecnico a capelli lavati e tamponati, completa e perfeziona l'azione del concentrato rigenerante esaltando la lucentezza e la pienezza della fibra capillare.

Sealplex Hair Defender è ideale su tutti i tipi di capelli.



## Pro Colorist by Itely Hair Fashion

Pro Colorist è la linea sinergica formulata per offrire all'acconciatore il supporto perfetto al servizio tecnico, garantendo la massima cura e qualità del risultato per la cliente che si affida al professionista. Pro Colorist agisce in tre fasi: prepara, protegge, valorizza. Fase dopo fase la cute è protetta e idratata; il colore è brillante e duraturo; i capelli sono luminosi, corposi e facili da pettinare. Pro Colorist è l'innovativo sistema integrato specificatamente dedicato al servizio tecnico: colorazione, decolorazione, permanente o stiratura che garantisce risultati straordinari. È infatti una speciale linea trasversale a supporto di tutte le linee tecniche Itely Hair Fashion. Prima, durante e dopo, Pro Colorist si prende cura del colore, della cute e dei capelli, garantendo risultati straordinari. I capelli sono più forti, brillanti e facili da pettinare, il colore è vibrante e duraturo e la cute protetta e idratata. La linea Pro Colorist è formulata con ingredienti altamente performanti, che non solo proteggono la cute e il capello dallo stress del servizio tecnico, ma favoriscono risultati impeccabili.





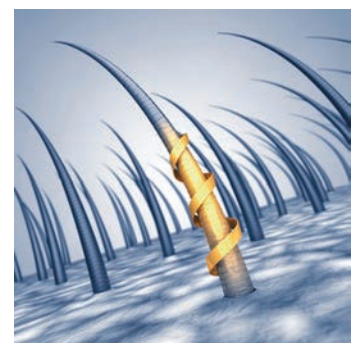


# Nutriker, protegge il benessere dei capelli dai servizi tecnici

La novità di Hantesis per proteggere i capelli dai trattamenti chimici in salone, garantisce risultati istantanei rispettando le compatibilità con i servizi tecnici

**N**utriker è lo speciale trattamento nutritivo ricco di proteine ed amminoacidi della cheratina per rivitalizzare e proteggere la fibra cheratinica del capello durante i servizi tecnici, colorazione, decolorazione e permanente. Un risultato immediato per un'integrazione attiva e profonda che agisce sulla struttura del capello, rigenerando e ricostruendo i legami cheratinici. Un'evoluzione del servizio tecnico nel salone, che garantisce un ripristino immediato del naturale benessere dei capelli ed assicura una prevenzione dai trattamenti chimici simultaneamente.

La facilità di applicazione e l'efficacia istantanea del trattamento Nutriker, lo rendono un servizio indispensabile che non altera i tradizionali metodi di lavoro, garantendo risultati eccezionali.



Nutriker è composto da tre prodotti, per un risultato sorprendente: Nutricomplex, Nutribath e Nutricream.

Il grandissimo vantaggio del trattamento Nutriker è il rispetto della compatibilità con i trattamenti tecnici (alcalini), senza il rischio di alterarne il risultato. Il pH alcalino di Nutricomplex infatti, garantisce una conciliabilità con tutti i trattamenti tecnici del salone. Nutribath e Nutricream successivamente grazie al loro pH acido agiscono per la chiusura della squama, ricompattando la cuticola e salvaguardando il risultato del trattamento.

## Nutricomplex

Nutricomplex è un complesso proteico che protegge e ripristina le fibre cheratiniche durante i trattamenti chimici (colorazioni, decolorazioni, permanenti ecc.) con un pH 8-9. Contiene proteine e amminoacidi della cheratina a peso molecolare bilanciato, che attraversano la struttura molecolare del capello e penetrano profondamente nella corteccia, riallacciando i legami cheratinici. Contiene inoltre olio di Jojoba biologico che dona lucentezza.

## Nutribath

Nutribath è il bagno purificante acido che deterge delicatamente la cute e i capelli migliorandone la struttura e la tonicità. Appositamente studiato per esaltare gli effetti del trattamento, ha un pH di 4-5. Contiene complessi cheratinici e polimeri di ultima generazione per integrare la ricostruzione delle fibre cheratiniche. Contiene inoltre tensioattivi delicati e compatibili con i trattamenti tecnici. Non contiene Sles, sls e parabeni.

## Nutricream

Nutricream è una crema nutriente intensiva che agisce sinergicamente con gli altri prodotti per ripristinare la salute delle fibre cheratiniche, restituendo al capello un aspetto sano e forte. Ha pH 3-4. Oltre alle proteine e amminoacidi della cheratina contiene olio di Argan biologico che protegge e nutre grazie alla sua forte azione ristrutturante.





## Wonderplex Forever Blonde by Medavita

Le decolorazioni aggressive possono danneggiare i capelli, soprattutto in caso di cute e capelli più sensibili: i legami disolfuro si rompono a causa delle frequenti esposizioni a stress chimici e meccanici e, come conseguenza, i capelli rimangono secchi, fragili e deboli. Wonderplex nasce con la promessa di proteggere il capello durante le decolorazioni attraverso le molecole attive che si depositano sullo stelo, filmandolo e proteggendolo. In particolar modo, la molecola principale di Wonderplex aiuta a proteggere il sollevamento delle cuticole durante i trattamenti tecnici e le aiuta a tornare adese allo stelo, in modo tale da creare una barriera protettiva che preservi lo stelo da un indebolimento strutturale e dalla conseguente rottura. Il sistema Wonderplex, aggiunto alle decolorazioni, protegge e ripara il capello. Qualsiasi decolorazione può essere effettuata e ripetuta in tutta tranquillità se si utilizza Wonderplex, perchè il capello è protetto, il risultato è ottimale e si previene qualsiasi deterioramento futuro. Il sistema Wonderplex è composto da 2 prodotti complementari, indicati per tutti i tipi di capelli, il primo da aggiungere alla miscela colorante/decolorante, il secondo da applicare dopo il risciacquo della miscela e prima di procedere con lo shampoo:



## Perfectionex by Hair Company Professional

Il sistema Perfectionex Bleaching Protector, è un trattamento rivoluzionario che protegge e ricostruisce il capello in concomitanza di trattamenti tecnici particolarmente aggressivi. Si compone di DUE trattamenti: Con TREAT 1 aggiunto alla decolorazione, il capello viene protetto grazie a due attivi



esclusivi di ultima generazione: Vibrariche e X-HP che avvolgono il capello dall'interno, lo difendono e ricostruiscono i legami interni della fibra. Con TREAT 2 usato immediatamente dopo la decolorazione, il capello viene profondamente ricostituito grazie anche ad un concentrato vitaminico altamente performante.

## MixablePlus+ by Sens.ùs

Il Blend di Aminoacidi ripara e rimpolpa la Keratina capillare che durante i servizi tecnici viene facilmente alterata, sottoposta a stress chimici e termici. Il complesso di elementi organici invece, ha il compito di proteggere idratando in modo uniforme il fusto del capello, rigenerandolo e donando nuova vitalità. Il Blend di aminoacidi è in grado di penetrare in profondità raggiungendo la corteccia della fibra capillare, dove con i più piccoli elementi organici (a basso peso molecolare) sedimentano andando a riparare le parti cheratiniche danneggiate e proteggendo quelle integre. Gli elementi organici ad alto peso molecolare invece avvolgono la parte esterna del capello compattando la cuticola uniformando la struttura dalla radice alle punte. MixablePlus+ può essere usato – oltre che in aggiunta ad ogni servizio tecnico – come trattamento ristrutturante protettivo: dopo aver eseguito lo shampoo preparatore e aver tamponato i capelli rimuovendo l'eccesso d'acqua, si applica Mixable Plus+ Ammino Integrator Filler con MixablePlus+ Ammino Integrator Balm in proporzioni variabili in funzione dello stato di sensibilizzazione dei capelli.





## Fibreplex di Schwarzkopf Professional

Il processo chimico della colorazione può causare danni di lunga durata ai capelli, che possono causarne la rottura. Tuttavia, i coloristi possono ora tirare un sospiro di sollievo e dare ai propri clienti il coraggio di provare un nuovo colore senza timore. Il sistema Fibreplex di Schwarzkopf Professional rinforza e nutre i capelli, ed è adatto ai servizi colore in salone e come trattamento a casa. Il sistema Fibreplex aumenta la performance della colorazione per capelli, riducendo la rottura del capello fino al 94% in tre semplici step, facili da utilizzare. Fibreplex può essere

aggiunto a qualsiasi colorazione in salone, proteggendo la struttura del capello durante il processo di colorazione, schiaritura e decolorazione. Il risultato? Rottura del capello minimizzata e nessuno sforzo extra, pur lasciando inalterata la qualità del colore.

Fibreplex si articola in tre semplici step:

Step 1: miscelare Fibreplex n°1 Bond Booster con la crema colore e il developer, indipendentemente dal fatto che si stia colorando, decolorando o schiarendo. Il colore entra in azione – aprendo le cuticole del capello per permettere alla parte ossidativa e ai pigmenti di colore di penetrare nel capello. I capelli appaiono e sono subito forti e sani dopo la colorazione – con una rottura del capello ridotta, già dal primo step. I risultati colore non vengono alterati e il prodotto non influenza la copertura o il livello di schiaritura.

Step 2: Dopo il risciacquo applicare Fibreplex n°2 Bond Sealer, lasciare agire fino a 10 minuti e risciacquare.

Step 3: Fibreplex Bond Maintainer, pensato appositamente per il trattamento a casa, assicura un risultato colore duraturo e una struttura forte del capello, proteggendo da ulteriori danni, specialmente dal calore.



## Joinex by Jalyd Professional®

Joinex è un trattamento protettivo multifunzione, preserva l'integrità delle strutture lamellari, ristruttura la cheratina danneggiata. Protegge i capelli durante i trattamenti tecnici, non interferisce sulla durata del trattamento, sull'utilizzo dei prodotti e sui risultati, garantendo capelli più forti, sani e lucenti.

Joinex contiene un'innovativa formula professionale per proteggere i capelli durante i trattamenti tecnici. Formulato con attivi di origine naturale utili a ricostruire i ponti di zolfo ridotti da trattamenti chimici, arricchito da 18 aminoacidi e acido ialuronico a protezione di cute e capelli.

Joinex ristruttura e ripara i capelli sensibilizzati durante il tempo di posa dei trattamenti tecnici aumentando la resistenza, l'elasticità, il volume, la lucentezza dei capelli oltre ogni aspettativa.

Elimina sin dalla prima applicazione la sensazione di secco e ruvido dai capelli creata dai trattamenti tecnico-chimici. Previene qualsiasi sensibilizzazione durante i trattamenti maggiormente aggressivi.

Rigenera la struttura dei capelli fragili rivitalizzandoli.

Joinex. Rigenera, ricompatta, ricostruisce le fibre dei capelli.



## Key Bond Monodose by Emsibeth

Key Bond di Emsibeth è l'arma segreta di ogni parrucchiere, per capelli rigenerati e protetti durante ogni servizio tecnico. Key Bond è il sistema professionale che protegge, ripara e ristruttura la fibra capillare durante i servizi tecnici. Permette di ridurre la perdita di elasticità e di forza garantendo un capello più in salute. Grazie agli ingredienti pregiati che contiene Key Bond, il capello, colorazione dopo colorazione, decolorazione, stiratura e permanente, ritrova resistenza, corposità, setosità e lucentezza.

Il trattamento si compone di due prodotti:

Key Bond 1, il trattamento perfezionatore che si presenta in un pratico e sicuro formato monodose. È un mix di aminoacidi che penetrano in profondità all'interno del capello. Grazie ad agenti altamente condizionanti, svolge un'azione ristrutturante e riparatrice delle fibre.

Key Bond 2 è invece il trattamento perfezionatore che completa le performance di Key Bond Repair Hair Fluid 1. Fortifica il capello donando brillantezza, sofficità ed un effetto setoso. Nutre, rivitalizza e restituisce ai capelli danneggiati il loro movimento naturale riallineando le fibre capillari. Lo straordinario trattamento Key Bond è senza parabeni, senza fosfati, senza siliconi e senza formaldeide per garantire la naturale bellezza della chioma senza danneggiare l'ambiente. Key Bond è inoltre adatto a tutti i tipi di capello, sia naturali che trattati chimicamente e può essere utilizzato in combinazione con trattamenti chimici di qualsiasi azienda e marca. Dona risultati immediati proteggendo le fibre capillari durante ogni

tipo di lavoro tecnico; i capelli appariranno immediatamente più robusti e corposi, la loro elasticità sarà ripristinata e eliminerà il fastidiosissimo effetto crespo che spesso accompagna i servizi tecnici più diffusi.





# Faby Joy, emozioni in punta di dita!

12 nuovissime nuance di tendenza Big 5 Free, nel segno dell'allegria, della speranza e della serenità



**S**in dai tempi antichi i grandi filosofi hanno rivendicato il “diritto alla felicità”, rendendo la gioia il primo oggetto del pensiero di una vita piena di significato. La felicità e la libertà di vivere, o comunque la ricerca di esse, appartengono all'esistenza umana.

Faby Joy riparte dall'essenza stessa della Vita, dalle piccole cose che riempiono la giornata, da allegre emozioni legate al colore. Le stesse cromie da cui scaturiscono i più profondi significati emozionali, che trovano espressione nelle varie manifestazioni rituali di ogni nostro gesto. Non a caso siamo attratti da un colore piuttosto che da un altro e ogni nuance della collezione “Joy” regala allegria, con la possibilità di scegliere la più affine al nostro linguaggio, per comunicare e trasmettere il proprio essere più profondo. Faby Joy tocca tematiche importanti della Vita come speranza, felicità, amicizia, amore e serenità; ogni colore ha una propria storia, un'essenza, una propria anima e un messaggio.

Tutti gli smalti Faby sono Big 5 Free (No Formaldeide, DBP, Toluene, Resina di Formaldeide, Canfora) e Cruelty Free.



## Faby e Karim presentano Steel + Love, una collezione ispirata dalla Big Apple

Curiosità, fantasia e ingegno sono le fonti inesauribili del rinnovamento di Faby con il guru del design Karim Rashid. Dopo un lungo periodo di forme coloratissime inizia un percorso più luminoso e digitale dal Cultural Shaper Newyorkese per Faby, in una nuovissima collezione dedicata sempre alla Big Apple americana. Sei cromie inedite dedicate alla città dai molteplici giochi di luci ed ombre esaltando i colori scuri e metallizzati tendenti ai viola taupe per scivolare poi verso i toni grigi, ma vivi.

Ancora una volta lo smalto si propone come accessorio di ultima tendenza per la vita quotidiana di donne e uomini sempre alla ricerca di nuove percezioni. Faby in questo percorso si ispira ai grattacieli di vetro dai

toni scuri e scintillanti che evocano ritmi in continuo movimento della città che non dorme mai. Dal grigio scuro metallizzato tipico dei grattacieli di Museum Mile per tramutarsi poi nel rivoluzionario Viola Taupe di Marquee Moon, l'album simbolo del New Wave. L'acciaio vivo dell'Empire State, risvegliato dalle luci che non si spengono ma come il bianco di Bright Lights, Big City.





# FABY LACQUERING gel



*Bello, facile, veloce e sicuro.*



## FABY





# Fashion & Cocktailing

Marco Iafrate, Tigi Italy Creative Director, ha realizzato l'hairstyling per Damir Doma utilizzando prodotti Bed Head for Men

**L**a collezione Menswear A/I 16- 17 di Damir Doma si sviluppa grazie ad eleganti dialoghi tra concetti a prima vista opposti, che raggiungono l'equilibrio perfetto una volta trasformati in materia e delineano la figura di un uomo



misterioso alla ricerca di una bellezza quasi poetica. Costruzione e decostruzione, maschile e femminile, semplicità e ricercatezza, tangibile ed intangibile. Duelli di creatività, che raccontano forza e cultura e definiscono tutti gli elementi chiave della collezione. Marco Iafrate, TIGI Creative Director e Educational Manager Italia e Head Hair Stylist dello show, ha spiegato il concept dei look: “abbiamo creato due look molto simili, uno per la donna e uno per l'uomo. Entrambi i look sono stati ideati per mantenere la forma e controllare il look finale, come se fossero stati pettinati il giorno prima: un vero e proprio Bed Head style. Il risultato è naturale ma disciplinato, come se i modelli si fossero modellati il look con le proprie mani, poco prima di uscire in passerella”.

Il brand TIGI è stato fondato dai fratelli Mascolo, una famiglia di parrucchieri che ha saputo interpretare al meglio la quotidianità del salone.

La mission del marchio è infatti ideare e creare prodotti e servizi per i parrucchieri. Il TIGI International Creative Team guidato

da Anthony Mascolo lavora a stretto contatto con il team di Ricerca & Sviluppo nell'ideazione di nuovi prodotti, così da aumentare la professionalità dei parrucchieri nel mondo. I prodotti nascono per migliorare, amplificare e intensificare ogni acconciatura, dando la perfetta base per lavorare con libertà e creatività.

Il plus di TIGI è il cocktailing, la possibilità di unire nell'utilizzo più prodotti per potenziarne le caratteristiche in base allo stile unico di ogni persona.

Marco Iafrate per l'uomo ha utilizzato Pure texture Molding Paste per creare texture e donare flessibilità. Il look è stato poi completato con Slick Trick Firm Hold Pomade per offrire tenuta e resistenza ai capelli senza ungerli. I modelli sono stati pettinati con una riga naturale e le lunghezze da un lato sui capelli medio-lunghi in modo da avere un look individuale per ciascun outfit. In alcune zone sono state utilizzate trecce finissime per dare controllo alla ciocca ed è stato ricreato il concetto proposto nella collezione di Damir Doma ossia pezzi di materiale che vengono intrecciati negli abiti e si muovono mentre i modelli camminano, ricostruendo la stessa sinergia.

Per creare questo effetto è stata utilizzata sui capelli asciutti BED HEAD Superstar Queen For a Day, spray volumizzante e texturizzante, per controllare la forma.



## Marco Iafrate

Dopo essersi formato in Italia, Marco si trasferisce in UK dove lavora con Anthony Mascolo presso il salone di Mayfair. Nel 2006, Anthony Mascolo lo invita a diventare uno dei membri fondatori del TIGI Creative Team, fino a diventare Creative Director dell'Accademia Europea di TIGI a Londra. Durante questo periodo ha

tenuto diversi seminari TIGI e ha partecipato a diversi hair show nel mondo. Nel 2011, con il lancio dell'Accademia TIGI a Milano, Marco è stato nominato TIGI Creative Director and Educational Manager Italia, mantenendo il suo ruolo durante gli hairshow di TIGI e partecipando alle fashion weeks internazionali.

Parlando delle sue esperienze con il Team Creativo di TIGI Marco afferma: “Far parte del Team Creativo Internazionale è un'esperienza dura ma incredibilmente motivante. Siamo sempre impegnati per migliorare la nostra performance come team e ci supportiamo a vicenda. Condividiamo le nostre idee e creatività per sviluppare nuovi trend e raggiungere traguardi sempre più alti.”





LET'S LOOK  
FORWARD



THE HAIR CHOICE

**NEW** PARLUX ADVANCE®

NUOVO MOTORE K-ADVANCE® - MAGGIORE POTENZA - MAGGIORE DURATA





Cristiano Rocchi e il suo staff

# Ti Amo Parrucche, un'azienda in forte crescita

Incontriamo Cristiano Rocchi, titolare di Ti Amo Extension e Ti Amo Parrucche, una Start Up romana in piena espansione



**Cristiano, la sua Azienda è una Start Up innovativa nel mondo dell' Hair Styling romano: soddisfatto?**

Certamente. Stiamo incrementando a ritmi esponenziali fatturato e numero di clienti, con ampi attestati di gradimento, come potremmo non essere pienamente soddisfatti? Abbiamo appena rinnovato i nostri locali, per accogliere le nostre clienti in un ambiente sempre più raffinato e stimolante

**Il segreto del vostro successo?**

Sicuramente la competenza degli operatori front line con la cliente, unitamente ad un servizio sempre orientato a soddisfare i bisogni di chi si rivolge a noi e a dei prodotti di altissima qualità.

**Parliamo di parrucche: chi sono i vostri partner?**

Nel campo delle parrucche, il nostro partner principale è Parrucche Lanza, un'azienda da sempre votata alla qualità del prodotto e all'efficienza del servizio. Siamo loro esclusivisti per due linee di grande successo, quali Lanza Jewels, e la tedesca Stimulate, di Ellen Wille. Possiamo fornire sia parrucche in fibra di ottima qualità, che parrucche in capello naturale. Per non parlare del servizio cosiddetto di extreme extension, che consiste nell'allungamento e nell'infoltimento dei capelli su una base di capelli della cliente anche di soli 2 centimetri, con un effetto finale molto realistico e naturale.

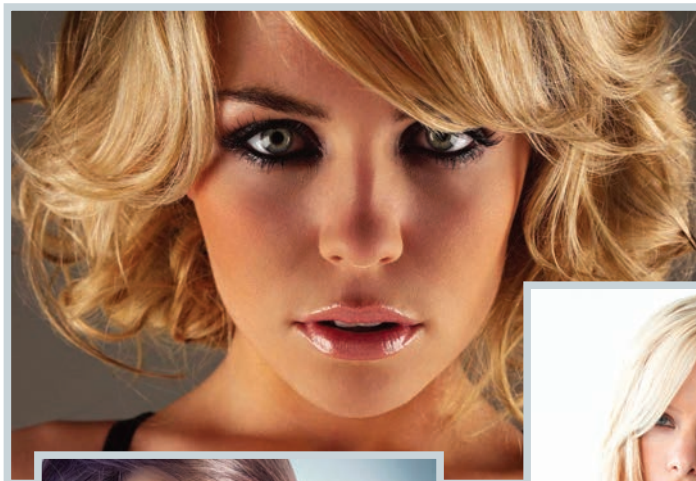
**Altri servizi che vi contraddistinguono?**

Il nostro lavoro consiste anche e soprattutto nel seguire la cliente e assisterla nella scelta della parrucca più adatta a lei, sia che il suo problema sia solo temporaneo – consigliamo quindi una parrucca in fibra, adattandola alle sue specifiche esigenze- sia che la cliente soffra di alopecia, nel qual caso interveniamo solitamente con il capello naturale di altissima qualità, con il quale ci si può anche divertire a giocare con nuovi stili e colori. Nel momento in cui la cliente lo desidera, ed il suo caso lo permetta, possiamo anche intervenire con semplici infoltimenti o, come dicevo, con l'applicazione di extension assolutamente realistiche e naturali. Tutti questi (sia quelli connessi

con le parucche, che le varie forme di infoltimento e di extension) sono servizi in forte espansione, ed è quindi giusto che l'acconciatore sia in grado di gestirli e controllarli.

**Cosa proponete a questo proposito?**

In questo campo stiamo approntando dei corsi specialistici, destinati agli acconciatori desiderosi di approfondire le loro conoscenze specifiche. Le assicuro che sono molto numerosi e motivati!



In alto a sx un esempio di "prima e dopo" l'applicazione delle extension, un esempio di tessitura cucita e, a dx, alcuni modelli di parrucche naturali e a taglio lungo



*Dai un nuovo valore alla tua professionalità  
e fai felici tante donne che  
hanno bisogno di te*

**Entra nel mondo delle  
parrucche di alta qualità**



Altissima qualità

Professionalità

Spirito di collaborazione

Collezioni esclusive

**Vieni a far parte dei nostri rivenditori esclusivi**

☎ 0481 240009 ✉ [info@parrucchelanza.com](mailto:info@parrucchelanza.com)

Contattaci, saremo a tua disposizione



Ecco i saloni, i negozi, le profumerie,  
che già sono nostri rivenditori esclusivi:

**Piemonte:**

**Acconciature Fanni**  
Acqui Terme (AL) - 0144 320628

**Forniture Parrucchieri SOAL**  
Asti (AT) - 0141 213244

**B & B Line**  
Piosasco (TO) - 349 1059978

**Parafarmacia Sari**  
Bra (CN) - 0172423292

**Parrucche Toup Francolini**  
Racconigi (CN) - 0172 85666

**Lombardia:**

**GMP Prodotti per Capelli**  
Bollate (MI) - 02 38302427

**Hairstyle by Anna**  
Parabiagio (MI) - 02 38302427

**Pegaso di F. Cavalluzzi**  
Vigevano (PV) - 038 183648

**Veneto:**

**Capelli e vanità**  
Belluno (BL) - 328 1027916

**Acconciature Donatella**  
S. Ambrogio di V. (VR) - 338 8832581

**Hair Team Orchidea**  
Bassano del Grappa (VI) - 0424 227656

**Trentino - Alto Adige:**

**Coiffeur Service**  
Bolzano - Bolzen (BZ) - 0471 203641

**Coiffeur Service Show**  
Trento (TN) - 0461 925701

**Friuli Venezia Giulia:**

**Lanza Cosmetici per Capelli**  
Gorizia (GO) - 0481 240009

**Il Bello delle Donne**  
Codroipo (UD) - 0432 815336

**Emilia Romagna:**

**Tutto capelli fai da te**  
Mirandola (MO) - 0535 26238

**Sammy un diavolo per capello**  
Fidenza (PR) - 0524 526352

**Acconciature B YOU T**  
Traversetolo (PR) - 0521 848623

**Bayermann M & G**  
Ravenna (RA) - 0544 403014

**Marche:**

**SD Hair Center**  
Ancona (AN) - 071 8237894

**Profumeria Althea**  
Senigallia (AN) - 347 8237894

**Hairess Parrucche**  
Macerata (MC) - 0733 231538

**Parrucchiera Roberto Equipe**  
San Severino M. (MC) - 0733 638320

**Toscana:**

**Toupets**  
Scandicci (FI) - 055 255191

**Forniture Cosmesi 88 snc**  
Follonica (GR) - 0566 45002

**Acconciature Namlov**  
Lucca (LU) - 0583 467873

**Salon Service Carrara sas**  
Avenza (MS) - 0585 855683

**Atelier 68**  
Siena (SI) - 0577 280763

**Lazio:**

**Ti Amo Parrucche**  
Roma (RM) - 065 884008

**Beauty Shop**  
Albano Laziale (RM) - 06 31057960

**Frosinone**  
per informazioni: 328 1861912

**Campania:**

**Acconciature Linea Naturale**  
Salerno (SA) - 089 724747

**Italcapelli**  
Mercogliano (AV) - 0825 681337

**Inpar - Forniture per parucchieri**  
Benevento (BN) - 0824 310130

**Molise:**

**Forniture Parrucchieri Profesionali 2**  
Termoli (CB) - 0875 702326

**Puglia:**

**Nuova Estetica,**  
Corato (BA) - 080 872 4128

**Egidio Studio di C. Ventola**  
Lucera (FG) - 0881 520971

**Basilicata:**

**Enzo Roma Coiffeur Studio**  
Potenza (PZ) - 0971 445370

**Salone FLS Hair Fashion**  
Potenza (PZ) - 097146730

**Calabria:**

**Petite Poupée Cosmétiques**  
Reggio (RC) - 320 0506989

**Sicilia:**

**Agrigento**  
per informazioni: 347 9416116

**Salone Maria Trupia**  
Canivatti (AG) - 0922 853756

**Mondo Parrucche**  
Catania (CT) - 346 2146685

**Salone Paola Romano**  
Alcamo (TP) - 092 421343

**Sardegna:**

**Profumeria Barlini**  
Carbonia (CI) - 0781 62590

**Salone Cristina Ortu**  
Sassari (SS) - 349 4954702



## Parlux Advance®, il phon del futuro

Parlux ha progettato un nuovissimo phon dalla tecnologia avanzata e dalle prestazioni superiori, vera innovazione nel settore asciugacapelli professionali per i prossimi anni. Elaborazione qualitativamente migliorativa del famoso modello Parlux 385, questo apparecchio presenta K-Advance®, un motore di nuovissima concezione, leggero e molto potente (2200 Watt) che assicura circa 2500 ore di lavoro ed una portata d'aria di 83 metri cubi l'ora! Dal design moderno ed ergonomico e dalle misure ideali per il parrucchiere che lo usa quotidianamente in salone, questo modello, oltre ad essere leggerissimo, presenta



un innovativo corpo anteriore "anti-riscaldamento" ed interruttori SOFT (ridisegnati) per una migliore presa, maneggevolezza ed utilizzo dell'operatore. La già sperimentata tecnologia Ionic&Ceramic è qui migliorata e consente asciugature efficaci e velocissime; i materiali di produzione, realizzati con la filosofia Eco-Friendly da parecchi anni adottata da Parlux per la produzione di tutti i suoi modelli, permettono di risparmiare energia, non emettere ozono e rispettare l'ambiente. Il nuovo PARLUX ADVANCE® totalmente "made in Italy", è disponibile nella nuova, futuristica nuance "ghiaccio" e in ben altre nove diverse colorazioni, grazie alle numerose citate peculiarità estremamente tecnico-professionali, rappresenta il compagno di lavoro ideale di qualsiasi professionista di oggi e degli anni a venire. Info: [info@parlux.it](mailto:info@parlux.it)



## Chroma Reveals, luminosità tonalità e purezza del colore dei capelli colorati

Dai laboratori Cutique nasce Chroma Reveals, una gamma di trattamenti specifici per esaltare i tre elementi fondamentali della bellezza del colore dei capelli. Cutique Chroma Reveals con lipocromi estratti da mirtillo e uva rossa di Taurasi esalta la luminosità e la purezza del colore dei capelli tinti. Un trattamento unico nel suo genere per esaltare la bellezza del colore. La gamma è composta da shampoo, maschera e spray trattamento.



## Essential Hair Care, essenzialità e cosmetica per la bellezza dei capelli

Essential Hair Care è la linea professionale Cp Professional Milano basata su ingredienti vegetali naturali, selezionati per le loro proprietà essenziali, per garantire alte performance.

Essenzialità e Cosmetica lavorano insieme per prendersi cura del capello e del cuoio capelluto, con trattamenti specifici e ingredienti mirati.

La linea Daily, studiata per donare vitalità e morbidezza, è ideale per un uso frequente ed è adatta a tutti i tipi di capelli. Idrata e protegge la fibra

capillare, donando ai capelli nuova energia, immediata morbidezza e lucentezza grazie all'olio di argan e al burro di karité.

Il trattamento Essential Hair Care Daily è composto da Essential Hair Care Daily Shampoo, Essential Hair Care Daily Balm e Essential Hair Care Daily bi-phase.

La linea è disponibile in tutti i punti vendita Capello point e su [www.capellopoint.it](http://www.capellopoint.it)





# OMNIA **fondonatura**

## EQUILIBRIO, BENESSERE E BELLEZZA

PROGRAMMI SPECIFICI  
DALL'IMPRONTA NATURALE  
PER RIDARE VITALITA'  
ALLA FIBRA.

OMNIA, LA NUOVA LINEA FEMMINILE DI FONDONATURA, È UNA COMPOSIZIONE DALL'IMPRONTA NATURALE CHE MIRA A STABILIRE UN EQUILIBRIO PERFETTO TRA BENESSERE E BELLEZZA. FORMULATA CON MATERIE PRIME SAPIENTEMENTE SCELTE TRA LE PIÙ PURE ED ECO-COMPATIBILI, È PRIVA DI SLES E PARABENI. RACCHIUDE PROGRAMMI SPECIFICI IN GRADO DI RISPONDERE IN MODO MIRATO ALLE DIVERSE ESIGENZE DI CUOIO CAPELLUTO E CAPELLI.

[www.fondonatura.it](http://www.fondonatura.it)





## Maschera Luminosità trattamento profondo Kromacare di Erilia Therapy, proteggi ed esalta la lucentezza dei capelli colorati

Erilia Therapy di Creativa Professional, da anni specializzata in prodotti professionali per la bellezza e la cura dei capelli, propone Kromacare, la risposta specifica per la cura dei capelli colorati, grazie a formulazioni ricche di principi attivi per proteggere, esaltare la lucentezza, la morbidezza ed il vigore dei capelli. La linea è composta da Bagno Luminosità Cosmestica Profonda, Crema Luminosità Senza Risciacquo ad azione levigante e la novità di quest'anno, la Maschera Luminosità Trattamento Profondo. La maschera è dedicata ai capelli colorati, spenti ed opachi, in una nuova versione in legante vaso, con una formula ancora più efficace. Grazie alla presenza di condizionanti di ultima

generazione ad alto effetto luce, protegge i capelli prolungando la durata del colore. La sua formulazione a base di Vitamina E e Olio di Riso consente un alto potere riflettente, per un colore più brillante e resistente nel tempo. Ideale come post-trattamento del colore. Si applica sulle lunghezze leggermente umide, dopo una posa di 4-5 minuti si risciacqua con abbondante acqua, conferendo un colore vivo e capelli luminosi.



## Thermal Hydra, la nuova maschera idratante senza risciacquo firmata Emsibeth

Thermal, la linea di trattamento per il benessere dei capelli secchi e sfibrati a base di acqua termale, aggiunge alle sue referenze Thermal Hydra, la maschera superidratante senza risciacquo. Thermal Hydra è un trattamento termale rivitalizzante ed idratante adatto a tutti i tipi di capelli. Una maschera multifunzione da non risciacquo a base di Acqua Termale, Pantenolo, Aloe ed un Fattore Idratante che riproduce il complesso naturale NMF (Natural Moisturizing Factor). Dall'effetto anti-crespo, nutre e ripara, donando pettinabilità, setosità, lucentezza e morbidezza. Ripristina l'idratazione ottimale dei

capelli dalle radici alle punte. Una formula perfettamente bilanciata in funzione del grado di secchezza del capello, apportando il giusto livello di idratazione. Si vaporizza sui capelli lavati e tamponati, dosando la quantità in base alla porosità ed alla lunghezza del capello, si pettina e si procede all'asciugatura senza risciacquare. Thermal di Emsibeth è una gamma di trattamenti a base di Acqua Termale bioattiva delle terme di Giunone (Caldiero, VR) ed oligoelementi sapientemente dosati per apportare la massima idratazione a cute e capelli. Su capelli fini e privi di corpo svolge un'azione remineralizzante in sinergia con una profonda nutrizione necessaria per la fisiologia del capello. Su capelli porosi, crespi, con cuticola fortemente danneggiata e con problemi di struttura capillare svolge una profonda azione idratante, eliminando l'elettricità statica dei capelli rendendoli estremamente pettinabili.



## Dalla ricerca Jean Paul Mynè la rivoluzione continua con Oxilock plasma Reset

Dai laboratori Jean Paul Mynè nasce Oxilock Plasma Reset: una formulazione innovativa e rivoluzionaria per semplificare il lavoro quotidiano in salone e raggiungere performance straordinarie dei trattamenti professionali. Proprio come un reset, questo trattamento peeling delicato, naturale ed efficace, garantisce risultati straordinari ed equilibra immediatamente la struttura dei capelli rivitalizzandoli e liberandoli dagli accumuli di metalli pesanti e dei residui di tutti i trattamenti chimici che li rendono spenti e danneggiati. Oxilock Plasma Reset, si presenta come un gel di cristalli e si applica prima di ogni servizio professionale miscelato con acqua, forma un gel omogeneo in 4/5 minuti, va applicato dopo lo shampoo Enhancing, applicato su cute e lunghezze, lasciato in posa sotto fonte di calore dai 10 ai 45 minuti a seconda dell'entità degli accumuli. Al termine della posa va ripetuto un altro shampoo Enhancing. Dopo aver sciacquato il parrucchiere potrà procedere con il trattamento chimico di consueto utilizzando OXILOCK PLASMA MIRACLE COME TRUE.

Oxilock Plasma Reset è sano, sicuro e naturale. Al suo interno ci sono pochi semplici ingredienti usati abitualmente come additivi alimentari o come base per cosmetici cutanei ad azione esfoliante ed anti-aging come il Gluconalattone, la Vitamina C, la Gomma di Xantano. Si tratta di una soluzione veloce ed efficace che permette al parrucchiere di superare tutti quei limiti che incontra nel momento in cui esegue un qualsiasi servizio in salone. Un trattamento adatto a tutti soprattutto a chi abitualmente vive trattamenti chimici, come colorazioni permanenti, tonalizzanti o stirature chimiche o anche semplicemente per chi lava i capelli con acqua dura, frequenta piscine e subisce stress di vario genere sui capelli.





# BIO SYSTEM CONGRESS

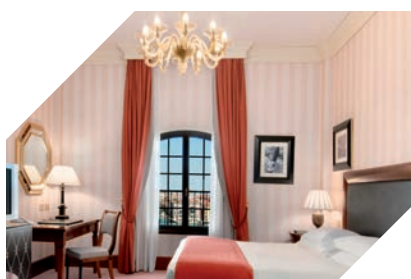
MAXWELL

6/7 NOVEMBRE 2016

Hilton Molino Stucky Venice - VENEZIA

Bio system congress nasce con l'intento di farvi vivere un'esperienza unica nel mondo del benessere. Venezia ed il suo fascino saranno sede del secondo congresso MAXWELL dedicato alla salute dei capelli.

Una due giorni di education storia e relax dove l'approfondimento della linea Bio system incontra il piacere del corpo e della mente.



HILTON MOLINO STUCKY  
VENICE



## bio system T R E A T M E N T

### L'essenza della natura sui tuoi capelli.

È dai pregiati e ricchi elementi che madre natura ha messo a disposizione, che derivano gli ingredienti più efficaci per la bellezza e la cura dei capelli. Le linee BIO SYSTEM TREATMENT nascono infatti grazie a piante aromatiche, fiori, radici e minerali, da cui si estraggono oli essenziali, vitamine e proteine che vengono accuratamente dosati e bilanciati in ogni prodotto. L'obiettivo delle linee BIO SYSTEM TREATMENT è quello di dedicarsi alla salute dei capelli, attraverso prodotti che, utilizzati in sinergia tra loro, possano creare un perfetto equilibrio tra bellezza, salute e benessere.



SENZA PARABENI



oli essenziali

daily treatment

hydra

MAXWELL

Via Bionzo, 2 - 14055 Costigliole d'Asti (AT) - Italy  
Tel. +39 0141 968511 - [contatti@maxwellitalia.com](mailto:contatti@maxwellitalia.com)  
[maxwellitalia.com](http://maxwellitalia.com)



## Natasha Stefanenko, testimonial d'eccellenza per Jean Paul Myné

Il 2016 si apre con un'importante novità in casa Jean Paul Miné: l'ingegnere metallurgico Natasha Stefanenko sarà infatti il nuovo volto del brand marchigiano, eccellenza italiana nel settore cosmetica per capelli e tricologico, per rappresentare al meglio i propri valori: bella, elegante, sofisticata, intelligente, Natasha ama il Made in Italy. La campagna Jean Paul Myné ha interpretato il suo profilo naturale ma sofisticato ritraendola fiera e sorridente, in scatti dal look e styling differenti, a testimoniare i diversi mondi e trattamenti



del brand; dal liscio perfetto al mosso definito. Il claim "Ho in testa solo te" rispecchia la mission del brand, ovvero quello di rivoluzionare lo stile di vita della cliente nella gestione dei capelli sempre nel rispetto della salute, attraverso la scrupolosa selezione di ingredienti di origine naturale, l'eliminazione di ingredienti vietati o pericolosi e l'uso di materie prime non testate sugli animali.

## La moderna Ponytail al Victoria Beckham A/W16

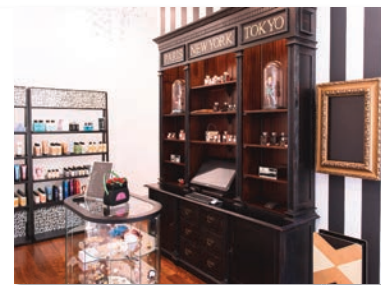
Durante la sfilata Victoria Beckham AW16 tenutasi ieri a New York, l'iconico brand dell'hair styling ghd, è stato partner della fashion designer Victoria Beckham e del session stylist Guido Palau per creare gli hair look dello show autunno/inverno 2016. "Nel corso delle ultime stagioni, Victoria ha sviluppato e definito la sua visione della donna Victoria Beckham e, per adattarci a questa estetica, abbiamo creato una ponytail essenziale ma sofisticata con doppia tessitura" ha dichiarato Guido Palau. Utilizzando l'asciugacapelli ghd air® e la punta delle sue dita, Guido ha asciugato i capelli all'indietro rispetto al viso delle modelle per creare una base di capelli pulita e priva di crespo; ha poi fermato la chioma con un elastico, in una coda bassa all'altezza della nuca. Per ottenere un movimento un po' più naturale nella ponytail, Guido ha liberamente "incurvato" delle sezioni di capelli intorno al ghd curve® soft curl tong.



## Bumble & Bumble apre "Suite 01" il suo primo salone in Italia nel cuore della capitale della moda

Apre a Milano, in via Spartaco 4, di fronte allo spazio Etro e a pochi passi dalla maison Prada, il primo salone in Italia firmato Bumble&Bumble. Ideato da Luca di Prima e da Patrizia Leo con l'obiettivo di conquistare una clientela curiosa di provare un'esperienza esclusiva in uno spazio unico nel suo genere. Luca, hairstylist affermato e Direttore Artistico di Suite 01, ha alle spalle un'esperienza pluridecennale acquisita nell'ambito della moda, attraverso numerose collaborazioni per backstage di importanti sfilate e per shooting di campagne pubblicitarie e – nell'ambito dello spettacolo – rappresenta tutt'ora un punto di riferimento per alcuni personaggi noti. Patrizia vanta invece un

background importante nel mondo fashion e oggi è manager presso il suo studio creativo di accessori e coordina Suite 01 con sua figlia Roberta Franco. Suite 01 è caratterizzato da un arredo di design minimalista con mobili, specchi e sedute bianche e l'ingresso si apre con un'ampia zona di rivendita dei prodotti Bumble & Bumble, riconoscibili per il loro design unico.



## Matrix Color Lounge, la nuova App per la Digital Color Revolution

Consente di trovare l'ispirazione colore e provare sulla propria immagine ogni risultato possibile. Con Matrix Colour Lounge è possibile scegliere tra centinaia di nuances diverse, ispirandosi ai trend colore più hot di stagione. Basta caricare la propria foto, scegliere la tonalità colore desiderata ed aggiungere un effetto moda. Ombres, mecs e splashlight nel tempo di un click! Ovviamente il look è condivisibile anche sui social per avere un parere anche dagli amici. In più tips e consigli di utilizzo sui prodotti haircare Matrix e Biolage da utilizzare a casa per mantenere più a lungo la brillantezza del colore realizzato dal parrucchiere Matrix di fiducia. Disponibile per Android su Google Play e iPhone su Apple Store.



*noi Vi consigliamo, Voi scegliete*

Capello<sup>®</sup>  
point

# STANCO DEL SOLITO GROSSISTA?

CAPELLO POINT È UNA CATENA DI NEGOZI CHE TI OFFRE PIÙ DI 2.000 PRODOTTI PROFESSIONALI PER LA CURA DEI CAPELLI E DELL'ESTETICA GRAZIE AD UN'AMPIA SCELTA DI BRAND PROFESSIONALI E MARCHI IN ESCLUSIVA, GARANTENDO SERVIZI UNICI CON UN'AMPIA MARGINALITÀ.

VIENI A SCOPRIRE TUTTI I PRODOTTI  
IN UNO DEI NEGOZI CAPELLO POINT  
OPPURE COLLEGATI AL SITO  
[WWW.CAPELLOPOINT.IT](http://WWW.CAPELLOPOINT.IT)

I NOSTRI SERVIZI:

- PROFESSIONAL MONDAY, NEI NEGOZI, TUTTI I LUNEDÌ OFFERTE SPECIALI PER I PROFESSIONISTI
- CONSULENZA PERSONALIZZATA
- ACQUISTI FACILI E VELOCI, ORDINA IN NEGOZIO E RITIRA DIRETTAMENTE LA TUA MERCE
- POSSIBILITÀ DI ORDINE TELEFONICO, ONLINE, VIA E-MAIL CON CONSEGNA GRATUITA DIRETTAMENTE IN SALONE
- SERVIZIO POST-VENDITA

[ORDINE MINIMO DI 100€, ONLINE, TELEFONICO E VIA E-MAIL, ORDINE MINIMO DI 50€ IN NEGOZIO]



ORDINA IN NEGOZIO  
E RITIRA DIRETTAMENTE  
LA TUA MERCE



ORDINE ONLINE  
PAGAMENTO 100% PROTETTO



ORDINE TELEFONICO  
02784800



ORDINE VIA E-MAIL  
[SHOPONLINE@CAPELLOPOINT.IT](mailto:SHOPONLINE@CAPELLOPOINT.IT)



SPEDIZIONE GRATUITA E  
CONSEGNA IN SALONE  
PER GLI ORDINI WEB, TELEFONICI E VIA E-MAIL

C.C. FIORDALISO Via Curiel, 25 20089 tel. 02/89268268 Rozzano [MI] • C.C. GLOBO Via Italia, 197 20874 tel. 039/6822541 Busnago [MB] • C.C. CENTROSARCA Viale Sarca ang. Via Milanese 20099 tel. 02/2440518 Sesto San Giovanni [MI] • C.C. CARREFOUR Ex SS 527 ang. Via Garibaldi snc 20812 tel. 02/99692105 Limbiate [MB] • PAVIA C.so Strada Nuova, 11 27100 tel. 0382/303737 Pavia • C.C. IL LEONE Via Mantova, 36 25017 tel. 030/9158352 Lonato del Garda [BS] • C.C. ORIO CENTER Via Portico, 71 24050 tel. 035/4596260 Orio al Serio [BG] • C.C. SAN MARTINO Via Porzio Giovanola, 7 28100 tel. 0321/499611 NOVARA • C.C. SHOPVILLE LE GRU Via Crea, 10 10095 tel. 011/705556 Grugliasco [TO] • C.C. LE BEFANE Via Caduti di Nassiria, 20 47924 tel. 0541/307220 RIMINI • C.C. ROMAEST Via Collatina n. 858/860 - km 12.800 00155 tel. 06/22511300 Roma Lunghezza ROMA • C.C. PORTA DI ROMA Via Alberto Lionello, 201 00139 tel. 06/87140106 ROMA • C.C. NAVE DEVERO Via Arduino, 1 30175 tel. 041/930630 VENEZIA • MILANO Via S.M. Valle n. 1 ang. Via Torino 20123 tel. 02/86998278 MILANO



INTERNATIONAL  
HAIRSTYLIST

# Balmain Paris Hair Couture

Collezione Primavera Estate 2016



Balmain Paris Hair Couture presenta la Collezione Primavera Estate 2016 che vedrà la partecipazione di vere icone di Balmain: Noémie Lenoir, Cindy Bruna e Devon Windsor. Il direttore creativo della campagna sarà Nabil Harlow, Master Hair Designer di Balmain.

La Collezione Primavera Estate 2016 di Balmain Paris Hair Couture sarà all'insegna della diversità, l'elemento distintivo di Balmain. Questa campagna mira a potenziare la bellezza naturale mettendo in scena la diversità. La donna di Balmain Hair è sicura di sé e forte e la vasta gamma di prodotti la aiuterà a scolpire e creare acconciature iconiche e senza tempo. Tutti i modelli presenteranno la Collezione Primavera Estate 2016 di Balmain.

“Ho voluto reinventare le basi partendo dal principio e usando i capelli nella loro naturalezza per creare senza limiti.

Per questa campagna mi sono ispirato ad acconciature classiche: simbolo di eleganza, ordine e innovazione”, afferma Harlow.

Questi look iconici e indossabili sono stati acconciati con la Collezione Balmain Paris Hair Couture.

La coda Catwalk Ponytail, musa di Balmain, è un classico delle acconciature Balmain Hair. Questo look iconico, introdotto negli anni settanta, è stato scelto da donne in tutto il mondo e costituisce il gran numero della Collezione Primavera Estate 2016 di Balmain. Harlow ha reinterpretato questo look classico in chiave moderna per tutte le donne.

Hair: Nabil Harlow  
for Balmain Paris  
Photo: Terry Tsiolis  
Make up: Frankie Boyd









# MICB

by Beauté Sélection

PARIS EXPO

11 & 12 SEPT 016

PORTE DE VERSAILLES

Photo : Guillaume Malheiro • Make Up : Morgane Hilgers • Coiffure : Jean Michel Faretra



EUROPE CUP™

PARIS 2016

THE INTERNATIONAL HAIR AND BEAUTY EVENT

[www.mcbbybeauteselection.com](http://www.mcbbybeauteselection.com)

**Bibland**

**BEAUTÉ**

**COIFFURE**

**SALON**

**ESTETICA**

**EXPORT**  
MAGAZINE

**L'ECLAIREUR**

**DELUQUERIAS HAIR STYLES**

**ECHOScoiffure**

**TRIBUTE**

**Queen**





Hair: Adalberto Vanoni  
direttore artistico Aldo Coppola





# *beautyworld*

## MIDDLE EAST

The Largest International Trade Fair for  
Beauty Products, Hair, Fragrances and  
Wellbeing in the Middle East

**May 15 – 17, 2016**

Dubai International Convention  
and Exhibition Centre, UAE

### **Realise the beautiful potential of your business**

Infused with the latest innovations,  
Beautyworld Middle East holds the  
formula to maximise your company's  
profitability and delivers tremendous  
opportunities at every turn.

→ Pre-register online today at  
[www.beautyworldME.com/AD8](http://www.beautyworldME.com/AD8)

Tel: +9714 389 45 00  
[beautyworld@uae.messefrankfurt.com](mailto:beautyworld@uae.messefrankfurt.com)  
[www.beautyworldME.com](http://www.beautyworldME.com)





Hair: Adalberto Vanoni  
direttore artistico Aldo Coppola





# BARI BEAUTY SHOW®

FIERA DELL'ESTETICA E DEL  
BENESSERE  
10 - 18 SETT. 2016



80ª FIERA DEL LEVANTE

CONCORSI, GARE, SHOW, CONVEGNI, BIO-NATURALE,  
OLISTICO, ERBORISTERIA, COSMETICA FARMACEUTICA,  
MAKE UP, TRUCCO CINEMATOGRAFICO,  
BODY PAINTING, SHOTING  
E MOLTO ALTRO...



EUROMETING GROUP S.R.L.

Iperclub

PER INFO CONTATTARE  
WWW.EUROMETINGGROUP.IT  
TEL: 06.27.85.8454  
DOTT. VINCENZO LEMMA 339.79.33.964  
E-MAIL: INFO@EUROMETINGGROUP.IT

Torna il Bari Beauty Show con la sua 5ª edizione che si svolgerà all'interno della 80ª Fiera Internazionale del Levante dal 10 al 18 Settembre 2016. Quest'anno presenta inoltre, in forma smagliante ed esclusiva, il "Bari Hair Show", sezione dedicata all'acconciatura e al tricologico con relativi convegni di interesse clinico - estetico.

Il Bari Hair Show, Salone dedicato all'acconciatura a cui fanno da cornice l'estetica professionale, il benessere e il fitness, si rivolge agli operatori del settore e si relaziona anche con il consumer, confermandosi esempio di innovazione e qualità.



eurometing  
group

# BARI HAIR SHOW®



80ª FIERA  
DEL  
LEVANTE



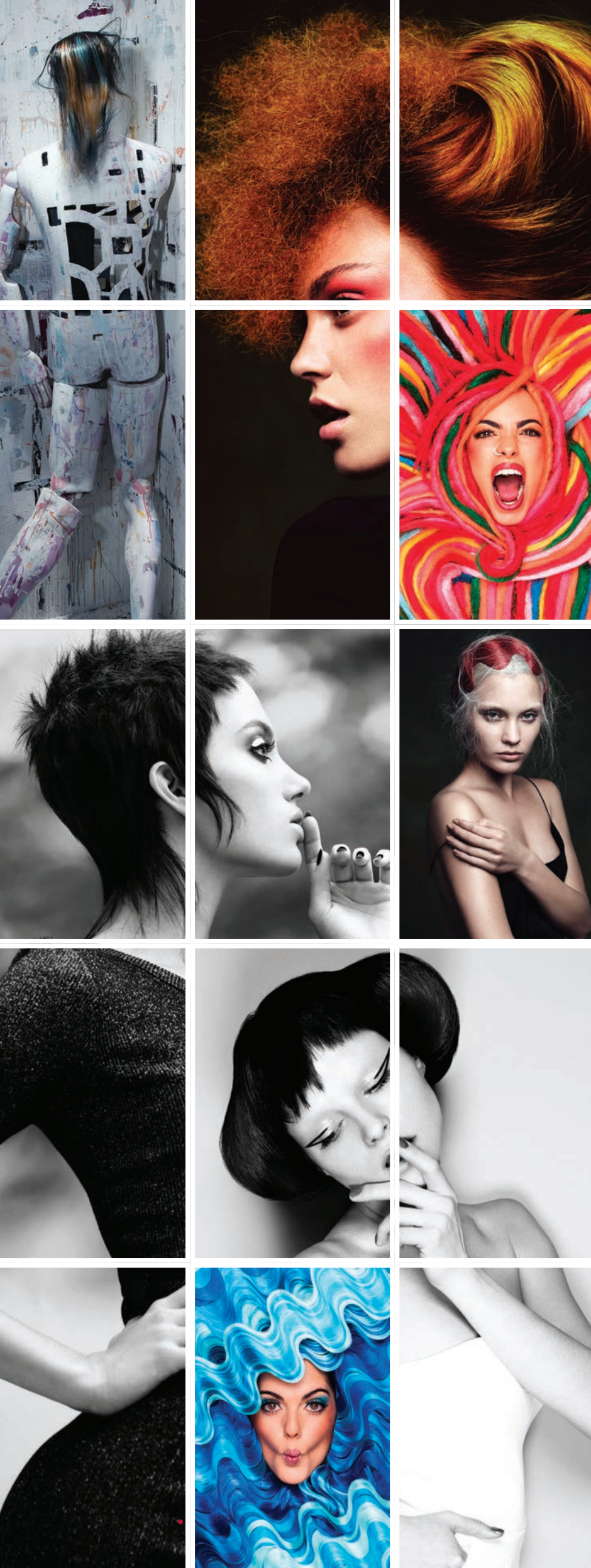
FIERA DELL'ACCONCIATURA  
10 - 18 SETT. 2016  
EVENTI: HAIR STYLIST  
MODA CAPELLI  
CONCORSI  
TRICOLOGIA



EUROMETING GROUP S.R.L.

PER INFO CONTATTARE  
WWW.EUROMETINGGROUP.IT  
TEL: 06.27.85.8454  
DOTT. VINCENZO LEMMA 339.79.33.964  
E-MAIL: INFO@EUROMETINGGROUP.IT





# a i p p AWARDS 2015·2016

## **Tutti i colori di una Donna**

In queste pagine presentiamo le collezioni finaliste

in gara per l'AIPP Awards 2015/2016, categoria Women.

Il lavoro degli stilisti, anche per questa edizione,

è stato davvero eccezionale ... ma solo uno di loro potrà

diventare il vincitore del Gran Trofeo AIPP, il tanto ambito

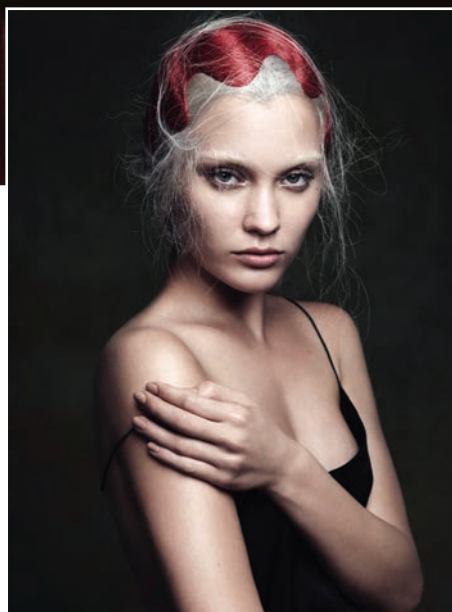
premio della stampa internazionale di categoria.

Non sarà facile il compito di eleggere il vincitore

sia per il numero delle collezioni presentate sia per la varietà

di proposte che non conosce confini.





**Angelo Seminara**

Hair: Angelo Seminara  
Make-up: Lynsey Alexander  
Photo: Andrew O'Toole





**Carol Bruguera**

Artistic Direction: Mia Carol  
Hair: Alberto Moreno, Brugués Vilaró, Clara Cámara, Eva Conca, Jesica Alcalá, Mercè Pujol, Montserrat Permanyer, Sandra Vasco, Susana Moreno, Yolanda Casademunt  
Make-up: Anna Carol, Ester Garrido, Judit Illamola  
Photo: Xevi Abril





**Marvin Lin**

Hair: Marvin Lin  
Photo: Naga Chang  
Colorist: Ann chen  
Make up: Stanley Su  
Special Effect Makeup: CC Tasi  
Fashion styling: Jason Lin  
Model: Chinchin Hsu, Kiki Chen, Hsiao-Tung Liao  
Set Design: Ta-Wei Huang  
Sculpture: Huai-De Hsieh

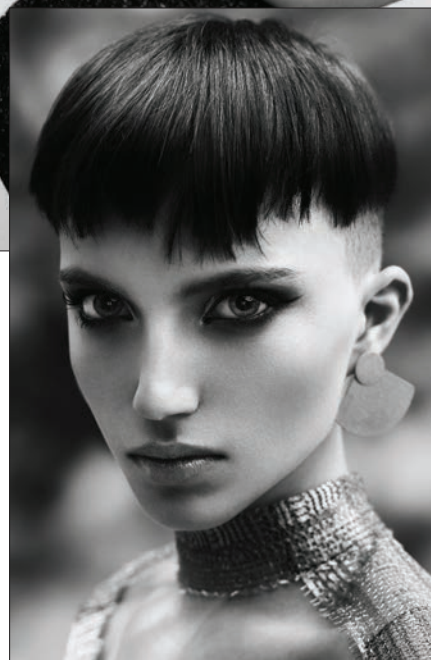
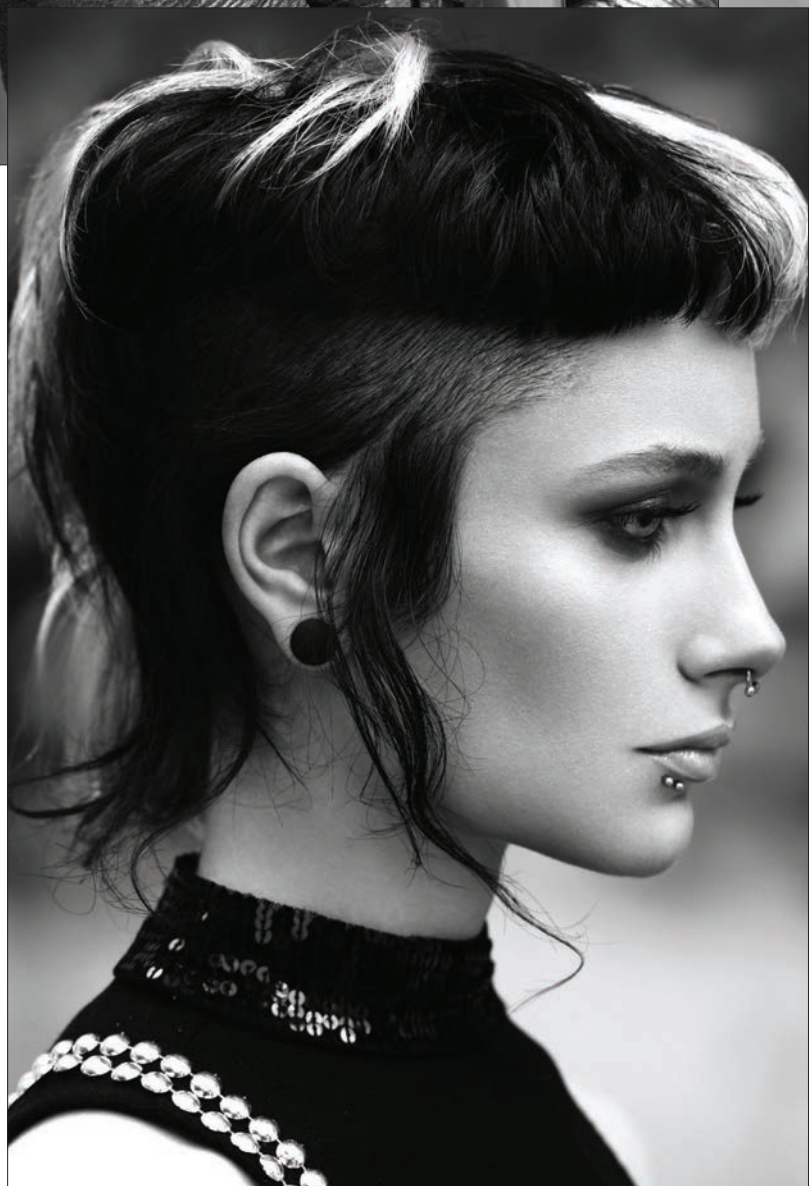




**Philip Bell**

Hair: Philip Bell @ Ishoka Hair and Beauty  
Photo: Andrew Vincent  
Make-up: Denise Rabor  
Clothes Styling: Thea Lewis-Yates





**Uros Mikic**

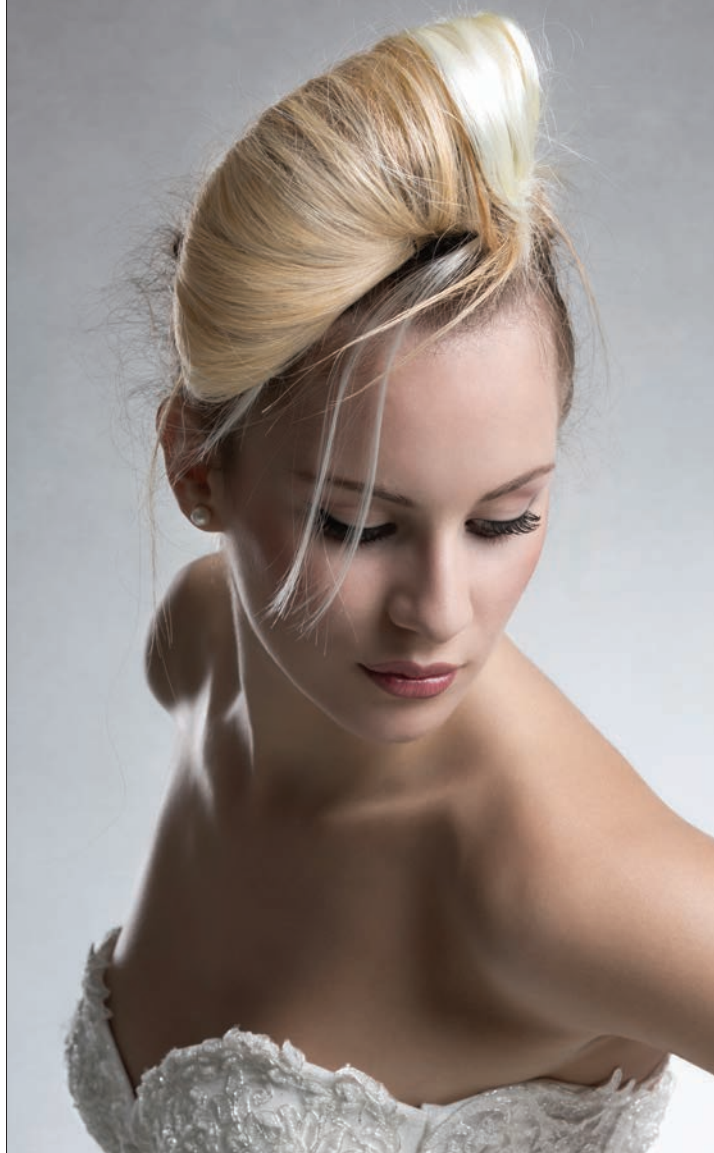
Hair: Uros Mikic, Kinky Curly Straight  
Photography: Andrew O'Toole  
Make up: Empera Artizz  
Styling: Vesna Mirtelj



# Trizzi team presenta Ajour

Collezione Sposa 2016





La sposa della collezione Ajour 2016 di Trizzi Team

è romantica e originale. Ostenta con eleganza la raffinatezza

e la ricchezza di tessuti preziosi, fatti di pizzi e ricami.

La collezione sposa Ajour 2016 Trizzi team, in un gioco

di intrecci e volute, ripropone gli orditi di tessuti di pregio,

evocando la ricercatezza e l'originalità di dettagli che si

innestano nella tradizione e al contempo la attraversano.



Hair stylist: Trizzi team  
Make-up: Oriana Chiarenza  
Photo: Carlo Giunta  
Abiti: Adesso Sposami - Atelier Acate



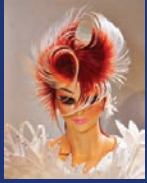


# HAIRWORLD™



OMC WORLD CUP KOREA 2016

**Sunday, March 27, 2016**



## Creative MH

Sr Ladies - Test 1

09.00am Sunday, March 27



## Fashion Trend MH

Sr Gents - Test 1

09.00am Sunday, March 27



## Bridal Make-up LM

Aesthetics - Test 1 - Comb. & Ind.

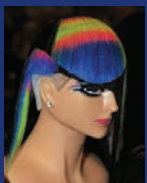
09.00am Sunday, March 27



## Fashion Trend MH

Jr Gents - Test 1

11.30am Sunday, March 27



## Progressive Cut MH

Sr Ladies - Ind.

11.30am Sunday, March 27



## Creative MH

Sr Gents - Test 1

11.30am Sunday, March 27



## Jr Bridal MH

Jr Ladies

11.30am Sunday, March 27



## Full Fashion Look LM

Sr Gents - Test 1 - Comb. & Ind.

02.00pm Sunday, March 27



## Day Style MH

Sr Ladies - Test 1

02.00pm Sunday, March 27



## Creative MH

Jr Ladies - Test 1

02.00pm Sunday, March 27



## Creative MH

Jr Gents - Test 1

02.00pm Sunday, March 27



## Day Style LM

Sr Ladies - Test 1

04.00pm Sunday, March 27



## Progressive Cut LM

Sr Ladies - Test 1

04.00pm Sunday, March 27



## Evening MH

Jr Ladies - Test 1

04.00pm Sunday, March 27



## Progressive Cut MH

Jr Gents - Test 2

04.00pm Sunday, March 27



## Stage Make-up LM

Aesthetics - Test 2 - Comb. & Ind.

04.00pm Sunday, March 27



## Free Nails Painting

Nails - Test 1 - Box Comb. & Ind.

04.00pm Sunday, March 27



# OMC WORLD CUP TIME TABLE

Monday, March 28, 2016



## Bridal LM

Sr Ladies

09.00am Monday, March 28



## Classic MH

Sr Gents - Test 2

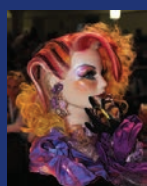
09.00am Monday, March 28



## Classic MH

Jr Gents - Test 2

09.00am Monday, March 28



## Day Style MH

Student Ladies - Test 1

09.00am Monday, March 28



## Progressive Cut LM

Sr Gents - Test 2

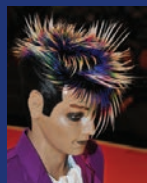
11.30am Monday, March 28



## Hair By Night MH

Sr Ladies - Test 2

11.30am Monday, March 28



## Trend Cut MH

Student Gents - Test 2

11.30am Monday, March 28



## Hair By Night MH

Jr Ladies - Test 2

11.30am Monday, March 28



## Fantasy Nails

Nails - Test 2 - Mannequin Hand & Ind.

11.30am Monday, March 28



## Evening LM

Sr Ladies - Test 2

01.30pm Monday, March 28



## Progressive Cut MH

Sr Gents - Test 2

01.30pm Monday, March 28



## Evening Style MH

Sr Ladies - Test 2

01.30pm Monday, March 28



## Full Fashion Look LM

Sr Ladies - Test 2 - Comb. & Ind.

03.30pm Monday, March 28



## Fantasy LM

Sr Ladies

03.30pm Monday, March 28



## Progressive Cut MH

Jr Ladies - Test 2

03.30pm Monday, March 28



## Body Painting LM

Aesthetics

03.30pm Monday, March 28



## Progressive Cut MH

Master Ladies - Ind.

03.30pm Monday, March 28



## Progressive Cut MH

Master Gents - Ind.

03.30pm Monday, March 28



EVENTO ORGANIZZATO DA:

**FVN**  
**TASTIC**  
SRLS

NAPOLI

MOSTRA D'OLTREMARE



20°

ANNIVERSARIO

SALONE MEDITERRANEO  
DEI PROFESSIONISTI

DELLA BELLEZZA  
DEL BENESSERE  
E DELL'ACCONCIATURA



# BEAUTY CELEBRATION

12 . 13 . 14  
NOVEMBRE



✉ [INFO@AESTETICA.IT](mailto:INFO@AESTETICA.IT) . 🌐 [WWW.AESTETICA.IT](http://WWW.AESTETICA.IT) . ☎ 0815922946





iGiANNiNi  
hair diffusion

IL METODO, LO STILE



## • Total Look

Seminar full immersion sulle ultime tendenze fashion e lifestyle, identificazione degli stili guida e presentazione proposte colore, taglio, styling e make up abbinate ai trend stagionali.

## • Cut&Color

Seminar di aggiornamento tecnico stilistico sulle nuove tendenze di taglio, colorazione e messa in forma, realizzazione di 4 tecniche step by step su modelle e successiva ripetizione su poupettes.

## • Acconciatura Moda e sposa

Seminar dedicato alle nuove tendenze di raccolti, intrecci ed ondulazioni, utilizzo di ferri, piastre, extensions e accessori. Gestione del servizio sposa ed eventi speciali. Step by step su modelle e ripetizione dei lavori su poupettes.

## • Look&Learn

Esperienza visual nel salone pilota de I Giannini ad Arezzo, a contatto diretto con gli stilisti e il loro team, per scoprire come gestire il proprio salone con la filosofia ed il metodo Fast Cut.

## • Il Metodo

Lo STILE de I GIANNINI è inconfondibile e si basa su tre elementi chiave:

- **VELOCITÀ** di taglio
- **METODO** specifico di realizzazione
- **STUDIO** delle tendenze internazionali

Il gruppo I GIANNINI offre al parrucchiere una tecnica di taglio rivoluzionaria: FAST CUT.

Questo METODO semplifica la tecnica di taglio in 3/4 passaggi base, ottimizzando il servizio all'interno del salone e ottenendo un risultato perfetto in poco tempo.

Il metodo FAST CUT è rapido, efficace e facile da apprendere.

UNA GRANDE  
OPPORTUNITÀ  
DI CRESCITA  
PROFESSIONALE  
A 360°,  
CHE PERMETTE  
UN CONTINUO  
AGGIORNAMENTO  
SULLE TECNICHE  
E SULLE  
TENDENZE  
MODA

**iGiANNiNi**  
hair diffusion

## • Chi sono

Giancarlo Giannini, fondatore e leader del gruppo, ideatore del metodo e della filosofia de I GIANNINI, da oltre 30 anni nel campo della formazione professionale, nel 1997 crea, con il supporto dei figli BARBARA, FIORELLA e GIANLUCA, l'Accademia "DIFFUSION".

## • Obiettivo

L'obiettivo de I GIANNINI è quello di trasferire ESPERIENZA e il proprio KNOW-HOW a tutti gli acconciatori, per dare loro la possibilità di gestire facilmente e con successo la propria clientela.

La presenza de I GIANNINI nei servizi fotografici, nelle più importanti sfilate di moda e nelle pedane più significative ne fanno uno dei gruppi più affermati nel panorama dell'hairstyling.



I Giannini Hair Diffusion  
Via Madonna del Prato, 146/b  
AREZZO (Italy)  
Tel. e Fax +39 0575 323632  
info@igiannini.com  
www.igiannini.com



Sceglie

**REVLON**  
PROFESSIONAL BRANDS



# GUIDA AGLI ACQUISTI E AI VOSTRI ANNUNCI

## ABRUZZO

COSMOLINE SRL  
Corso Garibaldi 63  
66050 San Salvo (CH)

ORINI DI TRINCHINI FILOMENA  
Via Romana 91  
67058 San Benedetto Dei Marsi (AQ)

## CALABRIA

BORRUTO ANDREA  
Via Roma 79  
89018 Villa S. Giovanni (RC)

CENTRO COSMETICA JONICA SNC  
DI CALABRETTA P. E MAE  
Via Capuccini 10-12  
88074 Crotona (KR)

BEAUTY FASHION DI COFONE EUGENIO  
Via Anna Frank 8-10-12  
87041 Acri (CS)

FERRARO SONIA  
Via Serricella 49  
87041 Acri (CS)

CENTRO A.N.A.M. DI CATANZARO  
Traversa Crotona, 18  
88063 Catanzaro Lido (CZ)  
tel. 0961.738222



MAZZA RAG. SAVIANO  
Contrada Serra  
89863 Monteporo di Joppolo (VV)  
tel. 0963.883230

## CAMPANIA

ALDO FORTE & C. SRL  
C.so A.Lucci 193  
80142 Napoli (NA)

ASSOCIAZIONE F.R.A.U.  
Formazione Regionale  
Acconciatori Unisex  
Via Appia, 119  
81028 S. Maria a Vico (CE)  
tel. 081.5027405

CAPASSO RAFFAELLA  
Via Janfolla 445-is.E  
80145 Napoli (NA)  
cel. 333.6660001



CENTRO A.N.A.M. DI AVERSA  
La Normanna  
Sig. Nappa Paolo  
Via Roma, 142 2° piano  
81031 Aversa (CE)  
tel. 081.8112776



CENTRO A.N.A.M. DI CASERTA  
Sig. Andrea Romano  
Via Verdi, 42  
81100 Caserta (CE)  
tel. 0823.325249  
fax. 0823.325249



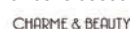
CENTRO A.N.A.M. DI NAPOLI  
Via Carlo Pisacane 29  
80100 Napoli (NA)  
tel/fax 081.299627



FULVIO FUSCO & C  
Ingrosso articoli per parrucchieri  
ed estetiste  
Via F. Imparato, 198 CM2  
80146 S. Giovanni a Teduccio (NA)  
tel. 081.5591850 - 081.5592545  
fax 081.7527358  
e-mail: charme.beauty@libero.it



OLY  
Via Sant'Agata, 33  
81033 Sessa Aurunca (CE)  
tel. 0823.938062



P. H. L.  
di Carbone R.  
Via Statale, 7  
84018 Scafati (SA)  
tel. 081.850382

PASQUALE BRUNO srl  
Articoli per Parrucchieri  
Via Sonrisa, 1  
80035 Nola (NA)  
tel. 081.512129

## EMILIA ROMAGNA

BETRIX S.A.S. DELLA 3C DIFFUSION S.R.L.  
Via Dell' Industria 4/O  
40012 Calderara Di Reno (BO)

CARISMA DI NOBILI  
Via Larga 51  
47843 Misano Adriatico (RN)

MORELLI PAOLO  
Via Marecchiese 852  
47822 Sant'ermite Di Santarcangelo (RN)

OM SYSTEM DI SCALAMBRA ING. OMAR  
Via Lovara 23  
44021 Pomposa Di Codigoro (FE)

PUNTO 3 SNC DI VENNARUCCI  
E ROSSETTI D.  
Via M.M.Plattis 2 Interno 2  
44100 Ferrara (FE)

CENTRO A.N.A.M. DI BOLOGNA  
Via Valparaiso, 3  
40127 Bologna (BO)  
tel. 051.6330491



CENTRO A.N.A.M. DI MODENA  
Via Cabassi, 10  
41100 Modena (MO)  
tel. 059.311407



CENTRO A.N.A.M. DI PIACENZA  
Via Beati, 26  
29100 Piacenza (PC)  
tel. 0523.591281



CENTRO A.N.A.M. DI RAVENNA  
V.le Farini, 71  
48100 San Pietro in Vincoli (RA)  
tel. 0544.550069



DOLDEA S.R.L.  
Via Pomposa, 64  
44123 Ferrara (FE)  
tel. 0532.904045

PROFESSIONAL LINE  
di Gargano Sofia  
Articoli per parrucchieri  
ed estetiste  
Via Cesare Battisti, 167  
47023 Cesena (FO)  
tel/fax 0547.600388



## FRIULI VENEZIA GIULIA

HAIR STORE DI ORTIS TARCISIO  
Via Nazionale 66  
33030 Cisterna Del Friuli (UD)

CENTRO A.N.A.M. DI PORDENONE  
Via del Bersagliere, 6  
33170 Pordenone (PN)  
tel. 0434.361575



IL CENTRO DEL PARRUCCHIERE  
Via Buonarroti, 12  
34100 Trieste (TS)  
tel. 040.638813

MPERRE DISTRIBUZIONE  
Via Molino a Vento, 2  
34137 Trieste (TS)  
tel. 040.9881553



## LAZIO

DESIGN & COMPANY SRL  
Via Alba 33  
00182 Roma (Rm)

BLUE STORE  
Articoli per parrucchieri, arredamenti  
Via S. Angelo in Villa, 25/27  
03029 Veroli (FR)  
Via Ugo Foscolo, snc Sora (FR)  
tel. 0776.833087  
e-mail: info.bluestore@libero.it



## LOMBARDIA

CLUB DEL PARRUCCHIERE SRL  
Via Pasquale Paoli 37  
22010 Gera Lario (CO)

DUEZETAGI DISTRIBUTION SRL  
Via Sorbanella 18  
25125 Brescia (BS)

GILDESIGN DI GIROLA GEOM. FABIO  
Corso Matteotti 40/A  
21053 Castellanza (VA)  
C.A.P.A.M. di Monza  
Viale Lombardia, 4  
20052 Monza (MB)  
tel. 039.367236

CENTRO A.N.A.M. DI BERGAMO  
Via Torretta, 12  
24125 Bergamo (BG)  
tel. 035.223689 - 274321



AURA COSMETICS s.r.l.  
Via Bramante, 25  
27100 Pavia  
tel. 0382.22288

ESPAM MILANO  
Via Ciriè, 9  
20162 Milano (MI)  
tel. 02.782675



M. C. M.  
di Maggioni Michele  
Via Trento, 21  
23875 Osnago (LC)  
tel. 039.58104

OTTONETTI ROBERTO  
Ingrosso Parrucchieri  
Via Nazionale, 2872  
23010 Berbenno in Valtellina (SO)  
tel. 0342. 350410

PAMAG srl  
P.zza Pontida, 14  
24100 Bergamo (BG)  
tel. 035. 244637

PARMARKET srl  
Prodotti per Parrucchieri  
C.so Vittorio Emanuele, 72  
26100 Cremona (CR)  
tel. 0372. 31052

PAVONE GIOVANNI  
Via San Martino, 10  
20092 Cinisello Balsamo (MI)  
tel. 02. 66040938

PEGASO  
di Cavalluzzi Franco  
Via Madonna degli Angeli, 3  
27029 Vigevano (PV)  
tel. 0381. 83648

PENSIERO STUPENDO  
di Maiavacca  
Via Persico, 20/1  
26100 Cremona (CR)  
tel. 0372.432373

PHS Forniture Parrucchieri  
Via Amoretti, 18  
20157 Milano (MI)  
tel. 02. 3570279

## LIGURIA

SBRACCIA & C. SRL  
Via Staglieno 10/F  
16129 Genova (GE)



Centro A.N.A.M. di Genova  
Via XX Settembre, 21/5  
16126 Genova (GE)  
tel. 010.7455105



CENTRO A.N.A.M. DI LA SPEZIA  
Via G. Della Torre, 78  
19100 La Spezia (SP)  
tel. 0187.770522



## MARCHE

CALEN S.R.L.  
via Monte Grappa, 62  
63013 Grottammare (AP)  
tel. 0735.735880 - fax 0735.735136

HAIRBEAUTY  
Forniture per parrucchieri  
Via Cesare Battisti, 12  
Chiaravalle (AN)  
tel/fax 071.948111

MORRESI COSMETICA  
Via Trentino 6/b  
63018 Porto Sant'Elpidio (AP)  
tel. 073.4909128  
fax 073.4998998  
e-mail: morresi.srl@tiscalinet.it



## MOLISE

CENTRO A.N.A.M. CAMPOBASSO  
Salvatore Ruffino  
Via Firenze, 106  
86100 Campobasso  
tel. 095.441905



## PIEMONTE

ACCORNERO SNC  
DI ACCORNERO R.P. & C.  
Strada Valcossera 29  
14100 Asti (AT)

3B COSMETIC PRODUCT  
& S. CONSULTING SRL  
Via Del Viadotto 15/A  
12084 Mondovì (CN)

F.LLI VILLA DI TERENCE SNC  
DI VILLA PAOLO E VILLA  
Via Andrea Costa 1H/11  
28100 Novara (NO)

INGROS ZANOTTO  
Via Vigone 36  
10139 Torino (TO)

CENTRO A.N.A.M. DI TORINO  
Sig. Lovalente Angelo  
Via Garibaldi, 9  
10122 Torino (TO)  
tel. 011.543898



CENTRO PROFUMI  
di Coluccio Attilio  
Via Bologna, 2  
10154 Torino (TO)  
tel. 011.24260088

OMAR SNC  
di Orsi Massimo & C.  
C.so Duca degli Abruzzi, 88  
10129 Torino (TO)  
tel. 011. 5097031

SLY & CO  
di Accardo Silvio  
Via C. Battisti, 77  
10010 Lessolo (TO)  
tel. 338.9598100

## PUGLIA

CIPRIANI & NANCY SRL  
Via G. Di Vittorio 7/9/11/16  
70033 Corato (BA)

GESTRICO  
Via Albanese 63/65  
70124 Bari (BA)

HABITAT DESIGN  
DI FAVIA PIERLUIGI MARIA  
Via Moravia 33-35  
70056 Molfetta (BA)

SOLE SANO GROUP SRL  
Via Della Bella 41  
71100 Foggia (FG)

FREE SPACE SRL - PROFUMERIE  
Viale Istria, 112  
70031 Andria (BA)  
tel/fax 0883.561489  
e-mail: freespacesrl@libero.it



## SARDEGNA

CHERCHI DIFFUSION  
Via Goldoni 11a/11b-13  
09131 Cagliari (CA)

Centro A.N.A.M. di ORISTANO  
Via Salvo d'Acquisto, 6  
01970 Oristano (OR)  
tel. 0783.217031



## SICILIA

D'ANGELO MICHELE  
Via Principe Di Paternò 230  
90145 Palermo (PA)

BEAUTY FREE  
Distribuzione Prodotti Parrucchieri  
e Centri Estetici  
C.so Butera 134/135  
90011 Bagheria (PA)



Dimensione Bellezza Global Look  
di Lo Chiano Daniele  
Via Recanati, 14



BEAUTY FREE  
Distribuzione Prodotti Parrucchieri  
e Centri Estetici  
Piazza Umbero I, 22  
90018 Termini Imerese (PA)



BIDDIZZI di David Ioppolo  
Via Consolare Antica, 383  
98071 Capo d'Orlando (ME)  
e-mail: info@biddizzi.it  
tel. 0941.902993- cell. 3343612534



Centro A.N.A.M. di Palermo  
Francesco Venturini  
Via Fiume, 6  
90100 Palermo  
Cell. 368.7521349



Centro A.N.A.M. di Catania  
Via Firenze, 106  
95128 Catania (CT)  
tel. 095.441905



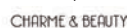
CENTRO A.N.A.M. DI RAGUSA  
C.so Italia, 90  
97100 Ragusa (RG)  
tel. 0932.625119



CENTRO A.N.A.M. DI MESSINA  
Via Cavalluccio, 3a Isol. 247/b  
98040 Giamporo (ME)  
tel. 090.671332



FEPAR  
Profumeria e forniture per parrucchieri  
ed estetiste e arredamenti  
Prof.: Via Vittorio Emanuele, 343/A  
Arred.: Via Gianbattista Nicolosi, 272  
95047 Paternò (CT)  
tel/fax 095.859823  
e-mail: fepar@live.it



LA COGNATA GIUSEPPE  
Via L. da Vinci, 20  
97100 Ragusa (RG)  
tel. 0932.229082

LEADER COSMESI  
Via Marconi, 18  
91016 Erice (TP)  
tel. 0923.555588

PARFUM & BEAUTÉ  
di Daniele Leonino  
Contrada Marmaro, 20/21  
98071 Capo D'orlando (ME)  
tel/fax 0941.901837  
e-mail: parfumbaute@inwind.it  
e-mail: davidopinwind.it



VACCARO FRANCESCO  
P.zza Firenze, 4/7  
90133 Palermo (PA)  
tel. 091.329344

## TOSCANA

B.C. TRADING SRL  
Via Montalbano 191  
51030 L.Case Nuove Di Masiano (PT)

A. TOMEI & C. SNC  
Articoli e arredamenti per parrucchieri  
Via Montramito, 431/C 55054 Massarosa (LU)  
tel. 0584.942044  
fax 0584.432587

PROFESSIONAL STYLE S.R.L.  
Via Ponte a Greve, 68  
50018 Scandicci (FI)  
tel. 055.2578999

## TRENTINO ALTO ADIGE

PARFUMERIE WERTH KG SAS  
DES WERTH ALEXANDER & CO.  
Petrarcastrasse 39  
39012 Merano (BZ)

## UMBRIA

CAP DIFFUSION SRL  
Via Gustavo Benucci 151/D  
Zona Ind. Molinacci  
06135 Ponte San Giovanni (PG)

## VENETO

LINEA CAPELLI DI DALLA CORTE FABIO  
Viale Farra 37/C  
32032 Feltre (BL)

AUSONIA SRL  
C.So Milano 10/12/14  
35139 Padova (PD)

DREAM HAIR FORNITURE  
DI ELENA BISSACCO  
Via Buzzacarina 624  
35040 Santa Margherita D'adige (PD)

360 SRL  
Viale Svezia 22  
35020 Ponte San Nicolò (PD)

CENTRO A.N.A.M. DI VERONA  
Sig. Fedrigo Pier Bruno  
Via Merano 17/19  
37135 Borgo Roma (VR)  
tel. 045.585886



CENTRO A.N.A.M. DI PADOVA  
Sig. Lino Fabbian  
P.le della Stazione, 1  
35131 Padova (PD)  
tel. 049.8751081



PARMARKET srl  
Via G. Pascoli, 48  
37010 Affi (VR)  
tel. 045. 6269199

PENTAMORFY  
di Restigian Claudio  
C.da San Tommaso, 48  
36100 Vicenza (VI)  
tel. 0444.325643

ABBONAMENTI  
NUMERO VERDE

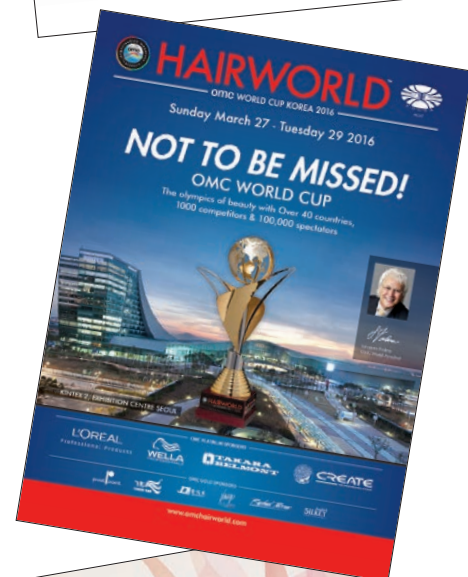
800 102166



# I prossimi appuntamenti fieristici

Salon International partecipa alle principali manifestazioni fieristiche internazionali.  
Qui sotto il calendario dei prossimi mesi

Cosmopack	Bologna	Italia	Marzo	17/20
Cosmoprof Worldwide	Bologna	Italia	Marzo	18/21
International Beauty Fair OMC	Seoul	Corea del Sud	Marzo	27/29
Expocosmetica	Porto	Portogallo	Aprile	2/4
In-Cosmetics	Parigi	Francia	Aprile	12/14
Intercharm Professional	Mosca	Russia	Aprile	14/16
Cosmofarma	Bologna	Italia	Aprile	15/17
Hair Brazil	San Paolo	Brasile	Aprile	16/19
Cosmobeauté Vietnam	Ho Chi Minh City	Vietnam	Aprile	21/23
Beauty Eurasia	Istanbul	Turchia	Aprile	21/23
Cosmobeauty Seoul	Seoul	Corea del Sud	Aprile	28/30
Look & Beauty Vision	Poznan	Polonia	Maggio	7/8
IBE	Kuala Lumpur	Malesia	Maggio	7/9
Cosmopack New York	New York	U.S.A.	Maggio	11/12
Beautyworld Middle East	Dubai	Emirati Arabi	Maggio	15/17
Beautyworld Japan	Tokyo	Giappone	Maggio	16/18
China Beauty Expo	Shanghai	Cina	Maggio	18/20
Cosmobeauté Myanmar	Myanmar	Birmania	Giugno	1/3
Premiere	Orlando	U.S.A.	Giugno	5/6
MakeUp In Paris	Parigi	Francia	Giugno	9/10
HBA Global Expo	New York	U.S.A.	Giugno	14/16
Alternative Fragrance & Beauty	Parigi	Francia	Giugno	16/18
IBS Las Vegas	Las Vegas	U.S.A.	Giugno	25/27
Cosmobeauté Asia	Kuala Lumpur	Malesia	Luglio	18/21
Cosmoprof North America	Las Vegas	U.S.A.	Luglio	24/26
Professional Beauty	Nuova Delhi	India	Agosto	8/9
Professional Beauty	Johannesburg	Sudafrica	Agosto	28/29
Canton Int'l Beauty Expo	Guangzhou	Cina	Settembre	4/6
MakeUp In New York	New York	U.S.A.	Settembre	7/8
World of Beauty & Spa	Praga	Repubblica Ceca	Settembre	9/10
Beauty Fair	San Paolo	Brasile	Settembre	10/13
MCB by Beauté Sélection	Parigi	Francia	Settembre	11/12
Sana	Bologna	Italia	Settembre	9/12
Beauty Azerbaijan	Baku	Azerbaijan	Settembre	19/21
Luxe-Pack	Monte Carlo	Principato di Monaco	Settembre	21/23
Intercharm Ukraine	Kiev	Ucraina	Settembre	22/24
Bangkok Beyond Beauty Asean	Bangkok	Tailandia	Settembre	22/24
Professional Beauty	Mumbai	India	Settembre	26/27
Beauty Forum	Parigi	Francia	Ottobre	9/10
Wabel Household & Pers.Care	Parigi	Francia	Ottobre	12/13
Cosmobeauté Indonesia	Giacarta	Indonesia	Ottobre	13/15



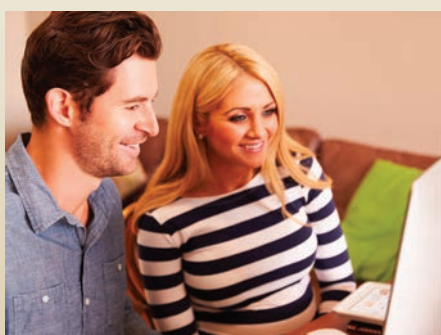


**BEAUTIFUL**  
@MAGAZINE

**SALON**™ M O D A  
HAIR • MAKEUP • FASHION  
D O N N A  
INTERNATIONAL

**17.200.000 lettori**  
*le riviste della bellezza  
rivolte ai consumatori*

## **La bellezza per il grande Pubblico**



Comunicare i vostri prodotti e le vostre iniziative è immediato e produttivo: siamo in grado di personalizzare l'invio suddiviso per genere, età e titolo di studio di 17.200.000 newsletter di cui 1.200.000 rivolte agli esercenti, in modo da incrementare e fidelizzare i vostri clienti.

**[www.beautifulmagazine.it](http://www.beautifulmagazine.it)**



kemon.com

sicuro e delicato



YO  
COLOR  
SYSTEM

Yo Color System è un sistema sicuro e delicato per colorare e prendersi cura dei capelli: un tocco naturale per chiome sane, riflessi intensi e duraturi. Un vero e proprio trattamento benessere completo, un morbido composto a base di yogurt con ingredienti certificati provenienti da agricoltura biologica. L'armonia della natura al servizio dei tuoi capelli.

kemon  
TRUE · VISIONARY · BEAUTY

#YOCOLORSYSTEM