

SALON

TM

INTERNATIONAL

Bb.

Bumble and bumble

DO N N A

VITALITY's

THE VEGAN* COLOUR



HIGH NATURAL INDEX



LA COLORAZIONE VEGANA CON UN ALTO INDICE DI NATURALITÀ
Il nostro impegno per il rispetto del pianeta e per la bellezza delle donne



Diamond
Skin Protection



Shine
Complex



Sweet
protection



Ammonia
free



With
PTD



Organic
extracts

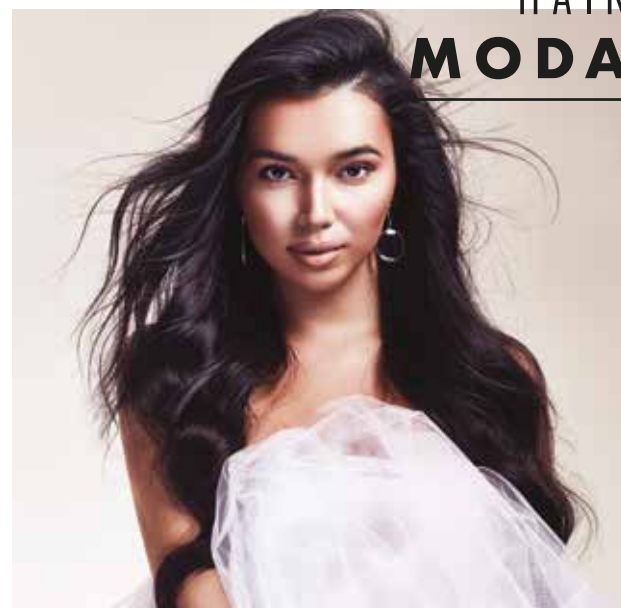


We love
pets

*Non contiene ingredienti di origine animale

vitalitys.it





Hair: Danyl Knox, Paige Cullum & Ellis Henry at Bad Apple using Bellami Extensions - Photo: Richard Miles - Makeup: Waj, Delight



Hair: Danyl Knox, Paige Cullum & Ellis Henry at Bad Apple - Photo: Richard Miles - Makeup: Waj - Delight



Hair: Kate Cobern at Bad Apple Hair
Photo: Richard Miles
Makeup: Abi Preece - Styling: Bad Apple Hair Group



Hair: Michelle Thompson at Bad Apple Hair
Photography: Richard Miles
Makeup: Jessica Williams



Curls & Curves
Hair: Gill Berry & Altin Ismaili
Artistic Director: Bruno Marc
Photo: Jamie Blanchard
Make up: Katie Moore
Products: JOICO
Concept Creator: JOICO Europe



Hair: Xavier Arcarons
Photo: Esteban Roca
Makeup: Nacho Sanz
Stylist: Visori FashionArt

JOICO
the **joi** of healthy hair

DEFYDAMAGE

**Prevenzione dei danni
dalle radici alle punte.
Per risultati mozzafiato,
bisogna vedere per credere:**

- 80% in meno di rotture*
- Capelli 5 volte più forti*
- Porosità equilibrata per un miglior deposito del colore
- Mantenimento di oltre il 90% della vivacità del colore**

* Rispetto alla rottura da spazzola su capelli danneggiati durante lo styling a caldo; quando si utilizza Defy Damage Shampoo e ProSeries 2 vs. uno shampoo non condizionante

**Dopo 10 shampoo; quando si usa Defy Damage Shampoo e ProSeries 2



- Protezione spray delle fibre
& perfezione del colore -
**nessuna misurazione,
nessuna miscelazione**

  #defydamage
www.joico.eu/it

Guardalo. Sentilo. **Credici.**

Framesi, innovativi nel DNA da 75 anni

Rispetto autentico per gli acconciatori e impegno per il loro successo, ma anche gestione di un momento difficile per dare nuovi impulsi all'attività d'impresa. Su questi obiettivi si regge il lavoro quotidiano di Fabio Franchina, presidente di Framesi, azienda lombarda che quest'anno celebra 75 anni.

Sono passati 75 anni dalla nascita di Framesi. Quali sono i vostri pilastri fondanti?

Quando mio padre Roberto Franchina, insieme ad altri soci, ha iniziato quest'avventura nel 1945, sicuramente non pensava ai prodotti professionali. In pochi anni, tuttavia, lavorando nel settore della cura personale, ha intuito quali grandi possibilità potevano venire dal mondo dei parrucchieri. Da allora, la nostra vocazione è, e rimarrà sempre, il canale professionale e la nostra mission il successo del parrucchiere. Questo orientamento è ciò che dà impulso a ogni nostra idea, progetto e servizio. Un altro valore cardine è il rispetto autentico per i nostri clienti, filo conduttore di ogni nostro rapporto.

Come coniugare i tempi di ricerca e di laboratorio con quelli del mercato e del consumatore sempre più "affamato" di novità?

Anche quest'anno, nonostante tutte le incertezze, abbiamo presentato un marketing plan 2021 con un programma ricco di novità. In molti si sono stupiti. Invece è proprio in questi momenti che bisogna premere intelligentemente sull'acceleratore. In questi mesi molte donne hanno provato a sostituirsi al parrucchiere e i capelli ne hanno risentito. Proprio in quest'ottica lanceremo un colore innovativo che, mentre colora, tratta e nutre la struttura. Anche con questa nuova specialità vogliamo offrire servizi e supporti che rispondono a un'esigenza reale del consumatore, ma sempre mirando al successo dell'acconciatore. La visione strettamente professionale ci dà coerenza, ci allontana dall'imitazione di altre aziende e ci rende altamente innovativi.

Tutti i nostri sforzi sono rivolti a far vivere al consumatore un'esperienza leggendaria in salone e ciò innesca un circolo virtuoso che porta all'affermazione del parrucchiere.

Quest'anno, com'è cambiato il rapporto tra Framesi e i parrucchieri? E di cosa c'è realmente bisogno?

Il nostro rapporto, a dispetto del Covid-19, si è rafforzato e consolidato. Durante il lockdown abbiamo realizzato 350 incontri on line con i nostri clienti, tra seminari e webinar. Abbiamo cercato di stare loro vicini. Era fondamentale attraversare insieme questa incertezza. E ce l'abbiamo fatta.

Il dato confortante è che nessuno degli acconciatori ha rinunciato alla formazione: quest'anno abbiamo organizzato solo un seminario in meno rispetto

all'anno scorso. Ovviamente on line.

Il desiderio che l'attività continui a crescere è nel DNA dei nostri clienti. Il post Covid lascerà chiusi molti saloni, secondo alcuni studi si parla di 10mila unità. Il nostro compito è di rassicurare tutti i nostri clienti offrendo idee, strumenti, servizi e prodotti che consentano loro di reagire e ritrovare fiducia nel ruolo sociale del loro lavoro.



Fabio Franchina

Perché scegliere Framesi?

Perché siamo una delle poche aziende storiche e diamo garanzia di solidità e di successo.

Come riuscire a mantenere salda la propria posizione sul mercato, in questo momento?

Sono due i concetti chiave per riuscire: responsabilità in salone attraverso la tutela della salute (attenersi ai protocolli) ed evoluzione digitale. Il primo punto – di questi tempi molto enfatizzato – è da sempre un caposaldo del negozio di parrucchiere, culturalmente attento all'igiene dell'ambiente e al comfort della persona.

Riguardo al secondo punto, dobbiamo convenire che il consumatore non sceglie più il salone solo basandosi sul passaparola. Oggi il cliente si documenta anche attraverso i canali social. I dati dal 18 maggio 2020 (data della riapertura) confermano proprio questa tendenza. È indispensabile, quindi, curare la comunicazione digitale: non più le foto delle vacanze sui profili social, ma una comunicazione che crei business. Questo è fondamentale per rafforzare la propria immagine.

E Framesi come parlerà ai suoi clienti?

Nel 2021 comunicherà attraverso diversi canali. In primis proprio i social, perché offrono una comunicazione smart, veloce e internazionale. Grande importanza avrà la nostra piattaforma di e-learning, strutturata per far conoscere tutte le potenzialità dei prodotti, delle tecniche di taglio, colore e styling, dei servizi e delle strategie di rivendita dei prodotti.

Un altro punto di contatto con i parrucchieri sarà la nuova collezione 2021 realizzata dal nostro gruppo stilistico Italian Style, che dal 1979 è fonte inesauribile di tendenze moda e stile. Anche la comunicazione sulle riviste professionali non mancherà.

Molti acconciatori acquistano o vendono i prodotti professionali sulle piattaforme e-commerce. Come reagite davanti a questo fenomeno?

Noi abbiamo deciso di non vendere attraverso questi canali perché, come dicevamo all'inizio, restiamo fedeli alla nostra vocazione. È una scelta. Ma se sono i nostri clienti a vendere Framesi attraverso il loro e-commerce non abbiamo nulla da dire. Framesi incoraggia sempre la rivendita, perché il risultato di un buon servizio professionale possa essere mantenuto anche a casa.

Lei è un grande comunicatore, se potesse parlare "a reti unificate" cosa direbbe alla categoria?

Stiamo vivendo una stagione di grande cambiamento. Il 2020 può essere considerato un anno da dimenticare o diventare il punto di partenza per sviluppare una nuova visione della propria attività. Gli acconciatori, consapevoli di offrire al pubblico un servizio essenziale, devono garantire una serietà professionale ancora maggiore e dare ancora più valore all'esperienza in salone. Questo è un momento difficile, ma non per forza negativo, anzi: sarà d'oro per chi saprà elaborare l'esperienza di questi mesi e riuscirà a reagire intelligentemente. Il che significa studiare il nuovo mercato, offrire servizi e prodotti di alta qualità e dare di sé un'immagine dinamica e moderna. Per molte vetrine il futuro sarà davvero luminoso.

Valentina Vacalebre





Hair: Italian Style Energy - Italian Style Framesi
 Project coordinator: Patrizia Caldera
 Photo: Karel Losenicky
 Makeup: Silvia Dell'Orto, Giuseppe Giarratana
 Art direction: Betti Bongiasca



Davines al via il programma Regeneration 20|30

Già dal 2006 Davines ha abbracciato il concetto di bellezza sostenibile e dal 2020, il brand si impegna a invertire l'attuale paradigma economico con il programma Regeneration 20|30.

Ci spiega brevemente cosa prevede questo programma il presidente Davines Davide Bollati

Siamo tra i fondatori del progetto **Regeneration 20|30**, una coalizione di leader globali che riunisce aziende, policy makers, istituzioni, mondo accademico, leader spirituali e società civile, per promuovere un dialogo, sottoscrivere impegni precisi e sviluppare piani d'azione su tre aree specifiche: economia circolare, emergenza climatica e felicità mondiale. Il programma è stato lanciato il 15 e 16 ottobre 2020 a Parma con un evento 'ibrido' (in parte fisico, in parte digitale) che verrà riprogrammato digitalmente sul sito www.regeneration2030.eco, in modo che anche chi non lo ha potuto seguire in diretta potrà rivedere tutte le sessioni di suo interesse. I partecipanti all'evento si sono impegnati nella firma di una pledge, impegnandosi a rispettarla, seguendo e misurando i propri progressi anno dopo anno fino al 2030 - e oltre. La governance di Regeneration2030 sarà garantita dalla Regenerative society foundation, di cui Davines è tra i soci fondatori io sono uno dei vicepresidenti. Rigenerazione significa sviluppare la capacità di rigenerare tutti gli ecosistemi - biologico, sociale, economico - e le comunità con le quali le attività economiche interagiscono e scambiano le risorse.

Il nostro modello economico passato e presente impiega le risorse del pianeta da secoli: ogni anno raggiungiamo il così detto 'Earth Overshoot Day' - il momento in cui abbiamo estratto e consumato le nostre risorse disponibili - intorno a quel momento, dobbiamo iniziare rifornimento e rigenerazione se vogliamo mantenere un equilibrio. Questo modello è ovviamente diventato insostenibile: dobbiamo trasformare l'attuale paradigma socioeconomico in un nuovo modello rigenerativo e circolare, se vogliamo ristorare l'equilibrio ecologico e l'armonia con il pianeta. Questo non è solo l'obiettivo principale delle nostre vite singole e collettive, ma l'unico modo per garantire la sopravvivenza della nostra specie!

In altre parole: dobbiamo proteggere l'ambiente trasformando la società

attraverso l'economia rigenerativa.

L'uomo sta vivendo un periodo speciale cosa vi ha spinto a partecipare? Siete un importante punto di riferimento per molti acconciatori che sposano la vostra filosofia.

Anche loro saranno coinvolti in questo cambio di rotta, di

sostenibilità ambientale? Come?

Per noi, gruppo Davines, la rigenerazione è l'unica evoluzione e sviluppo possibile della nostra idea di bellezza sostenibile: il vero significato della sostenibilità è la capacità di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità del futuro.

Oggi dobbiamo ripristinare e rigenerare ciò che è stato usato.

La bellezza è rigenerazione, intesa in modo olistico: quando parliamo del nostro pianeta e delle sue risorse, così come quando parliamo del nostro corpo, dei nostri capelli, della nostra pelle - e anche di noi stessi come persone nella nostra interezza.

Vogliamo percorrere la strada della rigenerazione anche attraverso i nostri prodotti professionali destinati ai saloni, in coerenza con il nostro impegno e attivismo in termini di bellezza sostenibile e rigenerazione: i nostri due ultimi lanci - la linea Skincare Sacred Nature e il lancio di a Single Shampoo per Davines - mettono insieme tutte le nostre conoscenze scientifiche e tecniche per offrire il meglio al pianeta e alla società nel nostro campo.



Davide Bollati





Hair & Art Direction: Tom Connell
Colour: Ashleigh Hodges
Photo: Stefano Galuzzi
Make Up: Victoria Martin
Stylist: Sylvester Yiu



Kemon piani strategici e creativi per il 2021

Francesca Nocentini, marketing manager e l'art director Mauro Galzignato svelano i programmi per supportare gli acconciatori nel business, nella formazione. Perché insieme è meglio.

Francesca, Kemon è un'azienda capace di coniugare tradizione e innovazione, scienza e natura, alto business e rapporti familiari. Quali sono in questo momento le vostre strategie, i punti cardinali, per restare ben saldi sul mercato italiano?

Sicuramente un equilibrio tra opposti simile a quello da te citato. In questo momento e per gli anni a venire tale equilibrio è fatto di vicinanza all'acconciatore anche tramite soluzioni di prodotto, marketing e education sempre più personalizzate e su misura, ma generalmente orientata ad una sempre maggiore professionalizzazione della categoria, ad una sua evoluzione e crescita.

Il 2020 è stato un anno complicato a causa della pandemia che vi ha visto capaci di rispondere prontamente alle esigenze concrete dei vostri clienti. Quali piani state attuando per supportare gli acconciatori nel business?



Francesca Nocentini, marketing manager
Mauro Galzignato, art director moda

I nostri piani sono all'insegna della flessibilità: sia dal punto di vista commerciale che education, puntiamo a fornire gli stessi servizi con modalità di fruizione sempre più elastiche e adattabili alle esigenze dei nostri clienti che in questo momento possono essere mutevoli almeno quanto lo sono gli scenari di business.

Da qualche anno inoltre portiamo avanti l'idea di sviluppare dei veri e propri canvass per il salone, delle iniziative marketing tese a coinvolgere le clienti finali all'interno del salone con materiali di comunicazione coordinati sia per il punto vendita che per i social network, e specifici programmi di redditività.

Mauro, pro e contro di comunicare la moda attraverso i social.

Esiste una diversa interazione quando si parla di una comunicazione moda via social/digital; sicuramente possiamo sfruttare numerosi vantaggi, l'ampia fruibilità e la comodità di potersi arricchire culturalmente comodamente da casa, sviluppare un concetto di "virtual community" all'interno della quale ci si può confrontare e condividere le proprie idee e punti di vista, ed infine l'ottimizzazione del tempo, a meno che non si tratti di una diretta, le modalità di accesso possono essere scelte da chi riceve la formazione. Di contro, potrebbe mancare la gestualità e l'empatia che a volte si sviluppano all'interno di un'aula, l'apprendimento legato ad approfondimenti specifici figli di confronti nati durante il lunch break o la pausa caffè, praticamente tutte quelle dinamiche che avvengono quando si mettono assieme più persone all'interno della stessa stanza.

Mauro, ci racconti la nuova collezione? Da quale ispirazione nasce? Perché nasce ora?

Dal 2020 anno abbiamo adottato delle dinamiche moda diverse dalle classiche collezioni semestrali; usciamo con quattro "Drop" all'anno che si posizionano e interpretano la stagione di riferimento. Nel caso del DROP 2 del "K-NOW #6", ci addentriamo nell'inverno, una stagione che sarà caratterizzata da due macro proposte che abbracciano due mondi contrapposti; da un lato troviamo contrasti cromatici decisi, figli di una contaminazione "Digital" che traspare da colori come l'ottanio o il biondo neve, addolciti da forme sinuose ed eleganti che ricordano, in chiave contemporanea, il French Bob e il fluido taglio alla Garçonne. Dall'altro, invece, domina una radice opulenta, espressione estetica di una femminilità contraddistinta da chiome con lunghezze importanti, libere di muoversi grazie a scalature e tessiture interne che contribuiscono inoltre a far trasparire eleganti giochi di luce che sovrapponendosi danno vita a colori avvolgenti e caldi. Per un anno vissuto, comunque, con stile.



Kemon Winter 2020 Hair fashion Collection
Art direction: Mauro Galzignato
Hairstylists: Davide Carlucci, Diego Comandulli, Maurizio Di Saverio, Riccardo Rogari for Kemon Crew
Photo: Gosha Pavlenko
Make up: Eleonora Juglair
Stylist & Fashion producer: Alessia Caliendo
Editor in chief: Alessandro Di Giacomo
Powered by Kemon.



Seminara e Goldwell per una visione di stile all'avanguardia

Angelo Seminara è diventato il Global Ambassador di Goldwell. Un grande nome, un famoso colorista per un'azienda che fa del colore il punto centrale e vitale. Con Angelo le chiome sembrano quasi tessuti dipinti, vere e proprie opere d'arte. Di questo connubio creativo ce ne parla Valeria De Fiore, General Manager Kao Salon Italia



Valeria De Fiore

Uno dei più grandi coloristi, Angelo Seminara, da luglio 2020 è entrato a far parte della squadra Goldwell. Cosa significa per il vostro brand?

Siamo orgogliosi ed onorati di aver accolto nella famiglia KAO salon, Angelo è uno degli stilisti più apprezzati al mondo. Il fatto che le sue origini siano italiane ci inorgoglisce ancora di più e rappresenta uno stimolo per tutta la nostra categoria in Italia come esempio per esprimere al massimo la propria maestria e creatività.

Per il nostro brand rappresenta un ulteriore elemento di crescita, perché Angelo già dai primi lavori ha iniziato un dialogo dal quale il marchio Goldwell prenderà spunto per nuovi

progetti e al tempo stesso anche lui è stato conquistato dal nostro heritage e dalla nostra filosofia, come ammesso recentemente da lui stesso: "L'intensità e la brillantezza del colore Goldwell è quello che mi ha attirato da subito. Quindi ho scoperto la tecnologia che ne è alla base e onestamente posso affermare di non aver mai visto nulla di simile prima. È il futuro della colorazione Performance semplicemente straordinaria, ho utilizzato in carriera molti brand, ma quando ho incontrato Goldwell ho subito percepito la sintonia con il mio modo di vedere il mondo con il suo colore e il suo stile".

Goldwell è da sempre un marchio all'avanguardia, un passo avanti, nel servizio colore e sostiene e stimola tecnicamente la creatività dei colorist. Come supportate la creatività degli acconciatori?

Crediamo fortemente nel ruolo che la nostra azienda ha nella comunità dei parrucchieri per supportarli nel loro percorso di crescita. Ogni cosa che realizziamo, la creiamo per i nostri stilisti. Perché desideriamo che abbiano successo in ciò che amano e solo offrendo il sostegno necessario potremo conquistare insieme nuovi traguardi. Abbiamo imparato a conoscere le esigenze dei parrucchieri e le sfide quotidiane anche in questa Pandemia che ha disegnato una nuova normalità, in cui la figura dello stilista ha acquisito una rilevanza ancora più importante nella pianificazione della cura della propria bellezza nel consumatore finale.

Grazie all'esperienza dei nostri stilisti e alla qualità dei nostri brand Goldwell, KMS e Oribe, ci impegniamo a offrire tutto il supporto necessario: dai programmi di formazione ai corsi sulle tendenze per arrivare all'assistenza business, sia dal vivo (quando è consentito) oppure virtualmente. Mettiamo

a disposizione tutto quello di cui i parrucchieri hanno bisogno per realizzarsi professionalmente e creativamente.

Le parole di Angelo, in una recente conversazione, vanno in questa direzione: "La comunità di parrucchieri, ha sempre bisogno di supporto, ho percepito subito come Goldwell sia sempre al fianco della nostra categoria, in particolare con un programma molto completo di Education.

Per non parlare del fatto che il brand ha un heritage, un'esperienza e una capacità di intercettare i brand davvero eccezionale.

Il portfolio prodotti è impressionante e soddisfa ogni bisogno".

La vostra comunicazione grazie all'acquisizione di Angelo Seminara è cambiata? Come?

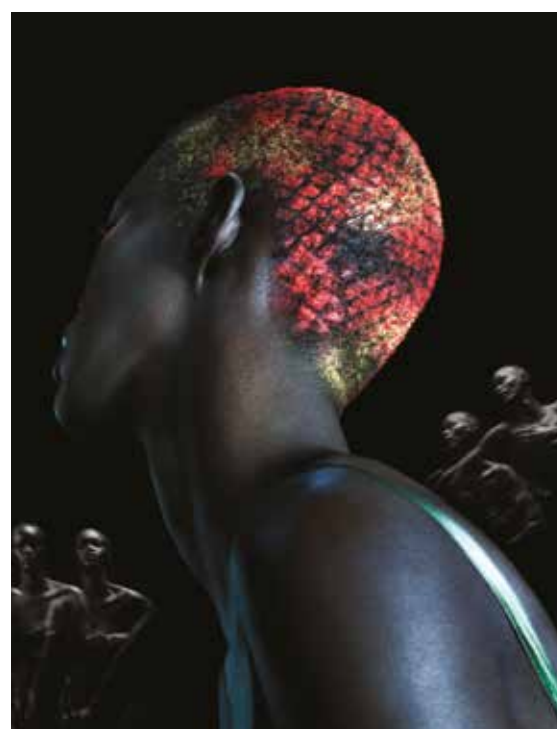
La nostra comunicazione evolve giorno dopo giorno anche a seguito della Pandemia che sta condizionando tutto il mondo. Sicuramente avere Angelo nel team permette di rispettare una linea di comunicazione in cui sia l'ispirazione ma anche la concretezza avranno un ruolo determinante.

Il fatto che Angelo abbia deciso di aprire il suo salone, durante una Pandemia globale, a Londra presso l'Urban Retreat at The White House (un concept building dedicato alla cura e alla bellezza della persona a 360°) rappresenta per noi la certezza di avere una guida stilistica che sia ancorata alla quotidianità dei parrucchieri, con l'intento di condividere sia gli aspetti di business (e quindi come migliorare la redditività dei propri servizi) ma anche come gioire di ogni singola magia che viene realizzata dalle mani di ognuno dei nostri artigiani che trasforma in bellezza i prodotti che mettiamo a loro disposizione.

Quali nuove prospettive/programmi/progetti ci sono per il 2021?

Il 2021 rappresenta un anno che per tutti e in tutte le categorie vuole essere l'anno della ripartenza e del riscatto, facendo tesoro di quanto imparato nel 2020. Dal punto di vista dei progetti KAO Salon ha una serie di novità che non vede l'ora di lanciare nel mercato per aiutare i parrucchieri a soddisfare le esigenze delle clienti in salone. In merito al contributo di Angelo, che parteciperà con delle capsule collection, abbiamo già avuto modo di vedere il lavoro Nocturnal che ha segnato il suo ingresso nella nostra famiglia, e per l'inizio del 2021 ha realizzato la collezione "Glance" di cui abbiamo avuto anteprima durante il KAO Salon Virtual Experience che si è tenuta con un evento online il 18 e 19 ottobre 2020. In questa ultima "limited edition" Angelo ha elaborato nuove tecniche e motivi straordinari che conferiscono brillantezza e lucentezza del colore dal quale i parrucchieri potranno prendere ispirazione per ampliare la loro offerta nel menu servizi.






Capelli, concept e creazione:
Angelo Seminara per Goldwell
Capelli, colore:
Angelo Seminara e Takashi Kurokawa con Elumen,
@Pure Pigments e Goldwell Colour
Fotografia: Txema Yeste
Make-up Artist: Daniel Kolaric
Stylist: Niccolo Torelli

www.exportmagazine.net

A QUALIFIED DIGITAL READERS
95,000
BUSINESS OPERATORS IN 121 DIFFERENT COUNTRIES



A direct line all year round between the manufacturers, brands and distributors of the cosmetics industry.

Export Magazine Beauty Distributor is the leading international B-to-B magazine in the beauty industry. Since 1983, Export Magazine is the meeting point for manufacturers and distributors all over the world.

MTE Edizioni - Via Romolo Gessi, 28/201-46 Milano tel. 02 48952305
e-mail: export.magazine@mteedizioni.it - www.exportmagazine.net

Daniele De Angelis ha vinto il London Hairdresser of the Year 2020 Collection



Daniele De Angelis

La collezione **"Memento Audere Semper"** di Daniele De Angelis, TONI&GUY, si è aggiudicata il premio **London Hairdresser of the Year 2020 Collection**. L'ispirazione nasce da una frase in latino, **"Memento Audere Semper"**, del poeta Gabriele D'Annunzio che incita a osare sempre, in ogni momento non importa se è buono o cattivo, è importante farlo sempre.

"I capelli non sono solo un'aggiunta, fanno parte della tua espressione, libertà, del tuo viaggio per essere chi vuoi essere.

Quando creo un'immagine, è sempre importante per me ritrarre una donna forte e indipendente, mantenendo sempre l'ideale in prima linea nella mia visione. Credo che tutto abbia una bellezza, ma non tutti possono vederlo. Volevo dimostrarlo attraverso una serie di immagini che hanno una vulnerabilità nei loro confronti, ma conservano una sensazione prepotente di potenziamento, pur consentendo alle mie capacità di essere viste ovunque" afferma con convinzione Daniele.

Hair: Daniele De Angelis, TONI&GUY, London

Colour: Stuart Matuska and Charley Hanery

Make-up: Lan Nguyen-Grealis, Kelly Mendiola, Carrie Leanne Jess

Styling: Dr Manrutt Wongkaew and Sara Dunn

Photographs: Kevin Luchmun, Jack Eames



STEP BY STEP



The guide consists of seven numbered steps showing a woman's hair being styled into a high bun. Step 1 shows the hair being pulled back. Step 2 shows the hair being tied into a ponytail. Step 3 shows the ponytail being split into two sections. Step 4 shows the hair being backcombed to create a 'froth'. Step 5 shows the hair being positioned on top of the head. Step 6 shows the hair being divided into three sections. Step 7 shows the final 'bowtie' structure being completed.



Hair- creative e art director: Filippo Sepe

Photo: Cesare Colognesi

Make Up: Kriss Barone

Italiano ACCONCIATURA

1. Realizzare una coda al centro della testa lasciando liberi i due laterali.
2. Dividere la coda in due parti uguali.
3. Cotonare energicamente una metà della coda e realizzare un rotolo grezzo.
4. Porre delicatamente l'altra parte della coda sopra il "rotolo" di capelli cotonati.
5. Con le ciocche laterali lasciate libere in precedenza realizzare una coda e separarla in tre parti.
6. Lavorare prima la ciocca di destra poi quella di sinistra.
7. Infine lavorare la ciocca al centro realizzando un "papiillon".

English HAIRDO

1. Secure a ponytail at the middle of the back of the head, leaving the two sides loose.
2. Divide the ponytail into two equal parts.
3. Backcomb one half of the ponytail to create a messy "froth".
4. Softly position the other half of the ponytail on top of the teased hair, for a full-bodied bun.
5. Return to the side sections left loose earlier, and create a ponytail - divide this into three sections.
6. Begin work first on the right-hand section and then on the left.
7. Finally, work on the middle section, creating a sort of "bowtie" structure.

Español PEINADO

1. Realizar una cola en el centro de la cabeza, dejando libres los dos lados.
2. Dividir la cola en dos partes iguales.
3. Cardar enérgicamente una mitad de la cola y realizar un "rollo" poco trabajado.
4. Colocar cuidadosamente la otra parte de la cola encima del "rollo" de cabello cardado.
5. Con los mechones laterales soltados previamente realizar una cola y separarla en tres partes.
6. Trabajar antes el primer mechón a la derecha y después el de la izquierda.
7. Por último trabajar el mechón del centro realizando una "pajarita".

Cosmoprof Worldwide Bologna sarà a maggio 2021



Nuove date per l'evento dell'industria cosmetica. **Cosmoprof Worldwide Bologna** è pronta a sbocciare di nuovo: è questo il messaggio che il network internazionale vuole dare per il lancio dei prossimi appuntamenti nel 2021. Il format di eventi b2b dedicati al settore beauty, riferimento di una community di oltre 600.000 operatori e più di 10.000 aziende da tutto il mondo, è pronto a confermare il proprio ruolo di supporto e partner per lo sviluppo del business. Il primo appuntamento è a **Cosmoprof Worldwide**

Bologna, la manifestazione internazionale di riferimento per l'industria cosmetica. La 53ma edizione si svolgerà dal **27 al 31 Maggio 2021**: inizialmente programmata a marzo, è stata posticipata accogliendo le richieste e le preoccupazioni di associazioni di categoria e addetti ai lavori. "Visto l'andamento imprevedibile dei contagi da covid19, non ancora stabilizzato in discesa, e le conseguenti misure restrittive adottate non solo in Italia, ma in tutto il mondo, abbiamo ritenuto indispensabile una nuova calendarizzazione," – dichiara Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere. "Sulla base della situazione attuale, la decisione di riprogrammare l'evento a maggio ci sembra quella più corretta per lo svolgimento di Cosmoprof nelle migliori condizioni possibili – sottolinea Enrico Zannini, Direttore Generale di BolognaFiere Cosmoprof. – Ovviamente continueremo a tenere monitorato l'andamento dell'epidemia, nell'ottica di assicurare a espositori e addetti ai lavori un'esperienza di qualità, in totale serenità e sicurezza". A seguire, gli appuntamenti del network a Las Vegas, Hong Kong, Mumbai e Bangkok. A promuovere gli eventi della piattaforma internazionale – **Cosmoprof Worldwide Bologna, Cosmoprof Asia, Cosmoprof North America, Cosmoprof India e Cosmoprof CBE Asean Bangkok** – sui principali media internazionali (digital, stampa trade e consumer, affissione, tv), la nuova campagna pubblicitaria realizzata dall'agenzia Heads Collective e a firma del fotografo Giulio Rustichelli, "**Blooming Beauty**".

Il colore diventa quasi un'illusione

Queste colorazioni ideate e realizzate da Marlon Hawkins, Brooks & Brooks, sono meravigliose. Non semplici da replicare, ma sicuramente di grande impatto e ispirazione.

Commentando queste "opere" Marlon dice:

“ Mi piace sempre quando un'immagine mi fa guardare e pensare e riguardando mi si accende la curiosità e mi fa dire: che cos'è? Durante la creazione del concetto, desideravo creare qualcosa fuori dagli schemi, che desse alle donne qualcosa di unico e interessante. Da intricate tavolozze e posizionamenti, volevo creare illusioni di colore all'interno dei capelli, dando un tocco d'avanguardia sui colori ”.



Hair: Marlon Hawkins, Brooks & Brooks, London
Photo: Hannah Lemon



BIOSIMPLY

COMPLY COLOR, per tutte le donne che cercano un nuovo modo di colorare i capelli, in maniera del tutto naturale, nel rispetto del capello e senza rinunciare ai risultati di una colorazione classica: **durata e copertura dei capelli bianchi**.

COMPLY COLOR NON CONTIENE:
Ammoniaca, Resorcina, PPD e profumi di sintesi.

COMPLY COLOR
UNA TERAPIA VEGETALE PER I TUOI CAPELLI





Biodefence, spray igienizzante con estratti vegetali

In questo particolare periodo storico è diventato necessario prestare particolare attenzione all'igiene sia delle mani che degli strumenti di lavoro.

Per questo **Biocomply** ha creato una lozione con il 70% di alcool per permettere ai professionisti del settore di lavorare in tutta sicurezza. Inoltre la formula di Biodefence è stata arricchita con Tea Tree Oil, Estratto dei fiori di Calendula ed Estratto di Camelia; oltre alle proprietà antisettiche e disinfettanti, questi particolari oli essenziali hanno proprietà emollienti. Biodefence si assorbe rapidamente e lascia le mani fresche, morbide e gradevolmente profumate.

Biodefence può essere nebulizzato anche sulle superfici e piani di lavoro da detergere e igienizzare.

DISPONIBILE IN FLACONE DA DIVERSI FORMATI:

1000 ml – 500 ml – 300 ml – 100 ml - 10 ml

sens.ùs
HAIRLOVERS

.12 ROVERE / ASH BROWN

Indossa i colori
della Natura

Cinque nuance glamour,
ispirate alle sfumature eleganti del Rovere

@sens.ùs @sens.ùs_hairlovers

www.ilovesens.ùs

Minimalismo, eleganza e ricercatezza



Sara Vaccarecci, Art Director Sens.ùs

Il fashion diktat arriva dalle passerelle di tutto il mondo e l'universo make up e hair beauty ne seguono la scia in maniera indissolubile. La creazione di immagini moda, eleganti e glamour, è frutto di una ricerca attenta e articolata e i toni neutri sono quest'anno i protagonisti assoluti dell'autunno/inverno 2020/21.

Il marrone sfoggia le sue nuance più belle, dai toni freddi del rovere, ai toni caldi della sabbia al miele e caramello, tutti declinati su meravigliose sfumature di make up e hair style.

Sens.ùs al passo con le tendenze, lancia una nuova palette di marroni freddi, ispirandosi ai toni della natura. Il .12 Ash Brown di Sens.ùs è tra i più richiesti tra gli hair color del momento. Per un hair look naturale e bellissimo.

STEP BY STEP



Italiano INTRECCI

1. Creare una separazione sulla parte sinistra, da metà sopracciglio fino all'attaccatura posteriore e fermare bene con un elastico [fig. 1-2].
2. Eseguire la stessa separazione sul lato opposto [fig. 2].
3. Creare la texture utilizzando una piastra minifrisé su tutta sezione centrale [fig. 3].
4. Iniziare ad annodare sezioni di medi spessore nella parte frontale [fig. 4/5].
5. Continuare fino ad arrivare sulle attaccature posteriori [fig. 6/7].
6. Concludere fissando con un elastico, nella parte posteriore centrale, la coda dei nodi e le code precedentemente isolate. Avvolgere l'elastico con una piccola ciocca di capelli per nascondere e fissarla.
7. Con una ciocca di capelli posticcia creare una catena intrecciata come in figura [fig. 9].
8. Applicare la catena di capelli appena creata sulla separazione sinistra dell'acconciatura [fig. 10].

English HAIRDO

1. Create a section on the left that goes from halfway along the eyebrow to the back hairline and secure with an elastic band [fig. 1-2].
2. Create the same section on the opposite side [fig. 2].
3. Use a mini crimping iron over the whole of the central section to create texture [fig. 3].
4. Start knotting medium width sections at the front [fig. 4/5].
5. Continue until you get to the back hairlines [fig. 6/7].
6. Finish off by securing the ponytail of knots and the previously isolated ponytails with an elastic band at the back in the middle. Wrap a small strand of hair around the elastic band to conceal it and fix into place.
7. Take a strand of false hair and create a knotted chain as shown in the figure [fig. 9].
8. Place the hair chain you have just made on the left-hand side of the hairdo [fig. 10].

Español PEINADO TREZADO

1. Crear una separación en el lado izquierdo, desde el centro de la ceja hasta la línea del cabello posterior y sujetar bien con una goma de pelo [fig. 1-2].
2. Realizar la misma separación en el lado opuesto [fig. 2].
3. Crear textura usando una plancha mini frisé en toda la sección central [fig. 3].
4. Comenzar a anudar secciones de anchura media en la parte delantera [fig. 4/5].
5. Continuar hasta llegar a la base de la nuca [fig. 6/7].
6. Concluir fijando con una goma para cabello, en la parte trasera central, la cola de los nudos y las colas previamente aisladas. Envolver con el elástico con un pequeño mechón de cabello para ocultarlo y asegurarlo.
7. Con un mechón de cabello, crear una cadena trenzada como en la figura [fig. 9].
8. Aplicar la cadena de cabello recién creada a la separación izquierda del peinado [fig. 10].





Ceriotti[®]
MADE IN ITALY



SCONTO
-40%
DISCOUNT

CAPRI  **MODA**
real Italian collection

€ 1.528,00

~~€ 2.546,00~~

con alzagambe elettrico

€ 1.988,00

~~€ 3.313,00~~

OPTIONAL

Capote removibile +
2 Cuffie protettive removibili
KIT € 160,00



KIT PROTEZIONI  PROTECTION KIT



ANNA  **MODA**
real Italian collection

cod. 412806

€ 552,00

~~€ 920,00~~

COMPLETA DI
BASE CON POMPA e FRENO

SCONTO
-40%
DISCOUNT



Ceriotti srl - 20017 RHO (MI) Italy - via Moscova, 21
Tel. +39.02.93561413 - Fax +39.02.93561646 - Mail info@ceriotti.it
Web www.ceriotti.it

MOSER

STEP BY STEP



MOSER Hair: Enes Dogan Photo: Miriam Nickel

Italiano TAGLIO

1. Spazzolare i capelli verso il basso e con LI+PRO² (testina Diamond Blade), top di gamma tra le clipper MOSER, realizzare una linea guida chiara a livello delle spalle.
2. Sostituire la testina con All-In-One Blade e impostarla in modalità Point Cut (posizione 3, impostabile con la levetta sulla testina) e sfoltire delicatamente le punte.
3. Se necessario, rifinire con la testina Diamond Blade, ideale per tutti i tipi di capelli e rivestita al carbonio come i motori delle Formula 1.
4. Lavorare tutte le lunghezze con All-In-One Blade in modalità Texture (posizione 1).
5. Per questo passaggio, far partire la testina da circa metà lunghezza e tirare in direzione delle punte con movimenti brevi e delicati.
6. Se i capelli sono naturalmente molto folti, le lunghezze possono essere ulteriormente texturizzate con All-In-One Blade in modalità Slice (posizione 2).
7. Definire ciocche fini sulla sommità della testa a un angolo di 90° con All-In-One Blade in modalità Point Cut (posizione 3) per ottenere una texture il più naturale possibile.
8. La procedura può essere ripetuta anche sulle punte dei capelli più folti, come rifinitura.

English CUT

1. Comb the hair downwards until straight and use the Li+Pro2 to style a guide line at shoulder level.
2. Set the All-in-One Blade to point cut mode and work gentle slices into the tips.
3. Where necessary finely define using the classic blade.
4. Work through all the lengths with the All-in-One Blade in texture mode.
5. Start with the blade around halfway down the lengths and pull towards the ends in short, gentle movements.
6. If the hair is naturally strong, the lengths can be additionally structured or natural accents put into the top hair using the All-in-One Blade in slice mode.
7. Define narrow sections on the top of the head at a 90° angle using the All-in-One Blade in point cut mode to achieve an overall natural-looking texture result.
8. In the case of strong hair, the procedure can also be repeated at the tips to finish.

Español CORTE

1. Peina el cabello hacia abajo hasta que quede liso y usa el Li + Pro2 para peinar una línea de guía al nivel de los hombros.
2. Establezca la cuchilla todo en uno en el modo de corte puntual y trabaje rebanadas suaves en las puntas.
3. Cuando sea necesario, defina con precisión utilizando la cuchilla clásica.
4. Trabaje en todas las longitudes con la cuchilla todo en uno en modo textura.
5. Comience con la cuchilla a la mitad de la longitud y tire hacia los extremos con movimientos cortos y suaves.
6. Si el cabello es naturalmente fuerte, las longitudes se pueden estructurar adicionalmente o se pueden poner acentos naturales en la parte superior del cabello con la All-in-One Blade en modo de corte.
7. Defina secciones estrechas en la parte superior de la cabeza en un ángulo de 90 ° utilizando la cuchilla todo en uno en el modo de corte de punto para lograr un resultado de textura general de aspecto natural.
8. En el caso de cabello fuerte, el procedimiento también se puede repetir en las puntas para terminar.

SALON[®]

INTERNATIONAL

**Tutti i saloni italiani hanno ricevuto
Salon Donna *grande formato***

La rivista con 32 pagine
moda capelli - novità prodotti - marketing - interviste, ecc.
5 numeri in un anno per informare a rotazione
50.000 acconciatori professionisti
una media di 3 collaboratori per salone.
Salon Donna *grande formato*, l'unico mezzo di informazione
che garantisce una diffusione nazionale capillare



ELETTRA 

cod. 412605

€ 612,00

~~€ 1020,00~~

COMPLETA DI
BASE CON POMPA e FRENO

SCONTO
-40%
DISCOUNT



SCONTO
-40%
DISCOUNT

€ 1100,00

~~€ 1833,00~~

CON ALZAGAMBE ELETTRICO

€ 1590,00

~~€ 2650,00~~

DANUBIO 

UGO 

€ 420,00

~~€ 700,00~~

SCONTO
-40%
DISCOUNT

DELTA 

€ 69,00

~~€ 138,00~~

SCONTO
-50%
DISCOUNT



MODA
real italian collection



Ida Fuga amministratore delegato di Emsibeth S.p.A.

Le novità Emsibeth per il 2021 ce le rivela Ida Fuga.

La formazione si innova. Ci può raccontare il vostro importante progetto EMACademy?

EMACademy di Emsibeth nasce dall'esperienza della formazione digital fatta a primavera 2020 durante il primo lock-down. Da quella sperimentazione ha preso vita la nostra **EMACademy**: si tratta della digital learning Meeting Academy. Accessibile dal Sito Emsibeth Company. È un nuovo strumento pensato per professionisti, titolari o collaboratori dei Saloni. Consultabile da computer o anche semplicemente dallo smartphone, che mette a disposizione tanti corsi e tutorial. Contrerà molti corsi gratuiti (i fondamentali) e alcuni a pagamento (es. la Collezione Flowing Evolution) acquistabili attraverso le promozioni di canvass o direttamente sulla piattaforma con carta di credito.

Avete lanciato questa nuova piattaforma, come l'hanno accolta i vostri clienti?

Abbiamo lanciato la nostra digital EMACademy ad ottobre 2020, è un progetto innovativo nel quale ci siamo impegnati, perché vogliamo offrire sempre nuove opportunità ai saloni di crescere ed essere professionali. I nostri clienti si sono entusiasmati: hanno scoperto che dal proprio cellulare possono accedere alla piattaforma e guardando tutorial da pochi minuti (8/20 minuti), sia il titolare che i collaboratori possono imparare conoscenze davvero utili per aumentare la qualità dei servizi in salone. (<https://emacademy.emsibeth.it/>)

I plus della vostra formazione on line. Perché piace?

È sempre accessibile e ha tanti contenuti disponibili gratuitamente, perché noi crediamo che i contenuti di valore che mettiamo a disposizione siano strumenti di crescita per chi ci segue e se cresce il nostro pubblico, allora cresciamo noi. È una sinergia che si crea e il vantaggio è per tutti.

Quali sono le strategie pensate per il 2021 per ricominciare con slancio?

Bisogna puntare al cuore, quindi via libera a mettere al centro la professionalità e le proprie unicità, ad esempio saper offrire benessere alla clientela può diventare l'ingrediente speciale, per fare la differenza, in particolare con la nostra linea THERMAL, che è completamente rinnovata e ci fa dire che il futuro nel salone è nell'Aqva (www.thermalhaircare.it).

In questo momento qual è la cosa più importante per stare vicini agli acconciatori? Di cosa hanno bisogno?

Noi gli stiamo vicino offrendo la formazione anche on-line grazie alla **EMACademy**, supporti per migliorare l'immagine e la gestione del salone, sia prodotti di altissima qualità sia per i servizi tecnici sia per i trattamenti.



Cinque mosse per diventare un parrucchiere migliore

Che tu sia un assistente, uno stilista o un manager, è facile prendere cattive abitudini nel corso degli anni. "Ma identificarle e archiviarle definitivamente è più facile di quanto pensi" incoraggia così **Akin Konizi, direttore creativo internazionale di HOB Academy**. E continua: "Questo 2020 ci ha messo in pausa e ha dato l'opportunità di pensare iniziare qualcosa di nuovo, iniziamo a togliere i rami secchi. Non tutte le abitudini sono cattive, ma lo sono quelle che tendono a derivare dalla noia o dallo stress", dice Akin. "Possono sembrare innocue, ma influenzano il modo in cui

lavori, la qualità del tuo lavoro e il rispetto che ricevi dai clienti e dal tuo team, dagli altri. Identificarle è il primo passo e romperle non lo è difficile come pensi.

Cinque cattive abitudini che i parrucchieri possono eliminare, secondo Akin Konizi.

- 1 Abitudine: noia. Sostituisci con: vigore.** Annoiarsi è l'abitudine più grande da eliminare. Pensa al motivo per cui sei annoiato: spesso è perché quello che fai è diventato ripetitivo. Lavorare "consapevolmente" piuttosto che seguire i movimenti.
- 2 Abitudine: evitare la responsabilità. Sostituisci con: consapevolezza.** Dobbiamo tutti essere responsabili di ciò che facciamo, dalle decisioni che prendiamo alle acconciature che creiamo. Assumiti la responsabilità di ciò che stai creando e questo incoraggerà il tuo sviluppo.
- 3 Abitudine: pause per il personale. Sostituisci con: uscire da lì.** Stare seduti nella sala al telefono è una perdita di tempo. Usa il tuo tempo libero con il tuo team, guardando cosa stanno facendo, conversare con i clienti e i membri del team.
- 4 Abitudine: mancanza di comunicazione. Sostituisci con: condividi la tua esperienza.** Non chiedere mai al tuo cliente "cosa facciamo oggi?" Sei tu l'esperto, ispira i tuoi clienti! Ti stanno visitando per il beneficio della tua esperienza, delle tue conoscenze e dei tuoi consigli. Fai domande aperte su come si sentono sui loro capelli, dai consigli e spiega perché li hai fatti raccomandazioni, raggiungendo infine un accordo tra voi due.
- 5 Abitudine: usare clippers. Sostituire con: forbici.** Non essere tentato di usare le clippers solo perché sono facili e veloci. Continua a dare la priorità alle tue abilità di forbice su pettine; sviluppa la tua azione a forbice e apre un mondo di opportunità di taglio.

Phon Parlux: efficacia e sicurezza sempre testate

I parrucchieri che scelgono gli asciugacapelli Parlux sanno a priori, di poter disporre di prodotti professionali di qualità, tecnologicamente avanzati, studiati e creati per migliorare la loro professione. Tanti di loro forse non sanno che tutto ciò è il frutto di accurati studi e sperimentazioni che vedono coinvolti diversi esperti, in vari campi del suo laboratorio ricerche interno all'azienda stessa. Un esempio è rappresentato dal cosiddetto "parrucchiere meccanico" che opera da oltre vent'anni. Ma cosa è il "parrucchiere meccanico"? Si tratta di un braccio meccanico sul quale viene montato il phon da testare e che simula perfettamente per molte ore e in modo continuo, i movimenti a cui il phon viene sottoposto in realtà quando il parrucchiere lo utilizza quotidianamente in salone.

Tra i prodotti più recenti, sicuramente il phon **Parlux ALYON®** nella versione Blu Notte, "Antibacterial". Un concentrato di potenza e tecnologia che racchiude due sistemi esclusivi: la tecnologia Air Ionizer Tech (il dispositivo che emette ioni negativi e rende i capelli morbidi e lucidi) e l'innovativo sistema HFS "Hair Free System" (filtro cattura capelli) nonché il motore professionale K-ADVANCE® Plus, dalla eccezionale potenza e lunga durata (3000 ore).

A questo ottimo gioiello per asciugature efficaci e velocissime, - nell'attuale periodo di emergenza sanitaria- si è aggiunta anche una verniciatura della scocca con uno speciale trattamento antimicrobico, arricchito con polvere d'argento, testato e garantito da un ente certificato. L'utilizzo di questo asciugacapelli, risulterà quindi igienicamente sicuro (il trattamento antimicrobico sfavorisce la proliferazione dei batteri, ma non protegge dai virus come nel perdurare dell'emergenza sanitaria).

Un altro accessorio **Parlux**, nuovo e particolarmente utile, testato in azienda e direttamente presso i parrucchieri è il **MagicSense**. Un diffusore di nuova concezione che, senza spettinare, rivoluziona l'asciugatura dei capelli ricci, grazie al design innovativo e ai suoi 15 fori massaggianti, che risultano estremamente delicati anche sulla cute della cliente.



Tutti gli asciugacapelli e gli accessori Parlux vengono sottoposti a specifici test valutativi al fine di assicurare la produzione e il successivo utilizzo di prodotti sicuri, altamente professionali, efficienti ed affidabili nel tempo.

Queste prerogative hanno sicuramente contribuito a far sì che i phon Parlux "siano probabilmente i migliori al mondo" come recita uno dei suoi slogan aziendali e che siano conosciuti ed apprezzati in più di 60 Paesi al mondo.





**NUOVO diffusore MagicSense®
e Parlux ALYON® Blu Notte Antibacterial
l'accoppiata vincente
per pieghe e ricci perfetti**



**ANTIBACTERIAL
TECHNOLOGY**

La speciale verniciatura del Parlux ALYON® BLU NOTTE Antibacterial, arricchita con polvere d'argento, crea una **superficie sfavorevole alla proliferazione dei microrganismi** e aiuta a mantenere l'igiene durante l'utilizzo.

Il trattamento antimicrobico sfavorisce la proliferazione dei batteri ma non protegge dai virus come nella attuale emergenza sanitaria.

Il trattamento antibatterico è disponibile solamente nella colorazione blu notte.

parlux
ALYON®
AIR IONIZER TECH
ANTIBACTERIAL

- Tecnologia Antibatterica
- Motore professionale K-ADVANCE PLUS®
- Durata: 3000 ore
- Potenza ideale 2.250 Watt - 84 m³/h
- Tecnologia "Air Ionizer Tech"
- Dispositivo HFS - Hair Free System

MagicSense®
SPECIAL DIFFUSER

- Maggiore dimensione, ideale per asciugature più veloci
- 15 punte "effetto dita" di nuovo design
- Universale, adatto a tutti gli asciugacapelli Parlux*
- Sistema DFO - Dynamic Flow Optimizer che ottimizza il flusso d'aria e non spettina durante l'asciugatura

* adatto a tutti gli asciugacapelli Parlux esclusi i modelli Parlux 3500 e 385

parlux
THE HAIR CHOICE



FISSATORE PER SMALTI - CALMAR

Asciuga smalto. Accorcia notevolmente il tempo di essiccamento, aumentando la brillantezza e la durata dello smalto. Rinforza le unghie.

Modo d'uso: Dopo aver applicato lo smalto, spruzzare sulle unghie una piccola quantità di prodotto tenendo la bombola ad una distanza di circa 15 cm.

Dries nail polish. Significantly shortens the drying time by increasing the brightness and durability of the glaze. Strengthens nails.

How to use: After applying the glaze, spray nails a small amount of product into the tank at a distance of about 15 cm.

Bombola 150 ml | 150 ml bottle

CALMAR

CALMAR Professional s.r.l.
Via Bizzozzero n. 104 - 20032 Cormanò (MI)
Tel./Fax 02.39322699 - E-mail: info@calmarprofessional.com
www.calmarprofessional.com

Nails, piccole ma di grande stile

Colorarle è un dovere per contrastare il malumore e il grigiore dell'autunno. Poche pennellate danno tocco di colore, di stile alle mani e non solo. Ecco alcune novità da sfoggiare con disinvoltura.

In sintonia con la natura

La linea smalto di **Andy Maid** si arricchisce di 5 nuovi colori moda, effetto gel, della linea autunnale 2020 Amazzone: ispirata ad una figura femminile audace e amante della natura. Le tonalità per questa stagione sono: lilla pastello (AM 371), rosa antico elegante e romantico (AM 369), un rosso bordeaux brillante (AM 368), un sensuale malva talpa (AM 370) e infine un purple deciso (AM 372), per non passare inosservati.



Unghie ultra brillanti, da sogno

Per **RobyNails** quest'anno non mancherà comunque la voglia di glitter grazie alla collezione **Sparkle Dream**. Ecco i colori da poter sfoggiare: Red Sparkle, un classico rosso illuminato da glitter tono su tono (240); Platinum Sparkle, un metallo prezioso (241); Green Sparkle, un verde luccicante (242); e Ice Sparkle (243), bianco ultra brillante e iridescente per un look fresco ed elegante.



Per un effetto "sparkling"

Faby per dare brillantezza alle unghie propone sei Lacquering Gel. Like a Diamond! Un glitter brillante con pagliuzze che richiamano i colori dell'arcobaleno; Dark Party, un raffinato bordeaux scuro; Pecados De Una Noche, un misterioso nero; Touch Me, Please, un nude classico impreziosito da micro pagliuzze luminose. Perlage, un bianco quasi trasparente ricchissimo di micro perle. Dance With Me My Love, un glitter prezioso, un argento rosato con un effetto "paillettes".




LAS VEGAS
MB/PL52 €799
€599

NATALIE
MB/P15 €1.299
€969



MB/C51 €599
€449

WALLIE
MB/C50 €799
€599

MB/C52 €499
€369

FORM RD/254 €1.629
€1.219

BEAUTY PROMO
VALIDA FINO AL 31.12.20

Numero Verde
800-144552



TUTTI I PRODOTTI SONO
DISPONIBILI IN UNA **VASTA
SCELTA DI COLORI SENZA
COSTI AGGIUNTIVI!**

0522 276740 - 0522 276747
www.medicalandbeauty.com
info@medicalandbeauty.com
medicalandbeautydesign

REHUB + specialist

KERATIN MULTILEVEL TECHNOLOGY

Scopri REHUB + Specialist, guarda il video.



NUOVA FORZA E BELLEZZA AI CAPELLI DANNEGGIATI

Sole, mare, vento, un eccessivo e non corretto utilizzo di phon e piastra e trattamenti chimici possono determinare alterazioni della struttura dei capelli che diventano opachi e secchi, deboli e con doppie punte.

Helen Seward lancia la soluzione: nasce REHUB+ SPECIALIST, l'efficace trattamento professionale di riparazione istantanea della fibra capillare danneggiata che agisce con azione fortificante e rigenerante.

In solo 3 step, grazie a REHUB+ Specialist è possibile agire in modo mirato e immediato sulla fibra capillare danneggiata: la rigenera profondamente con formazioni di nuovi legami interni, ne trasforma qualità e aspetto sigillando cuticola e doppie punte, restituisce corpo ed integrità per un nuovo capello forte, resistente alla rottura, straordinariamente morbido e luminoso. L'azione ultra-performante delle formule si basa su potenti attivi di origine naturale che agiscono in progressione sinergica con Cheratine e Olio di Argan.

Step n. 2 REGENERATING TREATMENT

Tattamento rigenerante sigillante doppie punte. Ricompatta cuticola e doppie punte con azione levigante long-lasting. Dona pienezza e morbidezza estreme senza appesantire, restituendo alla fibra capillare danneggiata l'integrità del capello sano.

Step n. 1 REBUILDING FILLER

Filler di ricostruzione istantanea anti-rottura. Penetra all'interno della fibra capillare e la fortifica generando nuovi legami multipli. Restituisce al capello danneggiato il corpo e la resistenza del capello sano.



Step n. 3 FINISHER OIL

Filler di ricostruzione istantanea anti-rottura. Olio perfezionatore termo-protettivo. Ad azione anti-crespo, dona uno speciale ed unico finish vellutato, esaltando straordinariamente la lucentezza dei capelli.



LIVELLO 1

Genera istantaneamente nuovi legami multipli all'interno della fibra capillare, esercita un'azione anti-rottura, ricostruisce la fibra dall'interno fortificando e ridonando corpo.



LIVELLO 2

Svolge un'azione rigenerante levigante esterna e sigillante long-lasting su cuticola e doppie punte, riportando il capello alla sua struttura originale.



LIVELLO 3

Ad azione termo-protettiva anti-crespo, con effetto finishing vellutato, esalta la lucentezza del capello rigenerato.

Helen Seward Milano

helenseward_official

Maggiori info: www.helenseward.it

REHUB+ specialist

KERATIN MULTILEVEL TECHNOLOGY



RIGENERAZIONE ISTANTANEA DELLA FIBRA CAPILLARE, PER CAPELLI FORTI, RESISTENTI E STRAORDINARIAMENTE LUMINOSI

Nasce **REHUB+ SPECIALIST**, il nuovo trattamento professionale di riparazione istantanea della fibra capillare danneggiata. Capelli più forti, luminosi e morbidi in tre soli step.

Scopri di più su www.helenseward.it

Helen Seward
MILANO

Must-have in Salone

Ricostruzione capelli fini, danneggiati

Aldo Coppola propone **AMO REBUILD** un trattamento rigenerante e ricostituente per capelli danneggiati, trattati e fini. È efficace fin dalle prime applicazioni e richiede poco tempo. Si parte con la detersione con lo **Shampoo Rebuild**. Applicare sui capelli tamponati la **Mask Rebuild** e lasciare in posa qualche minuto. La fase successiva è quella ricostruttiva con l'applicazione e la posa di **Rebuild Treatment** con un olio essenziale Hair Terapy per 20 minuti. Dopo il risciacquo vaporizzare il latte alla Buganvillea o **Rebuild Treatment** distribuendolo sulle lunghezze.



Colore radioso e a lunga durata

La linea **Erilia Therapy Lumicolor** è dedicata ai capelli colorati e contrasta il processo di ossidazione del colore e lo protegge dagli agenti esterni.

La sua formula è ricca della tecnologia Luxentia a pH acido che avvolge la fibra capillare creando una superficie levigata e lucida. **Lumicolor** ha al suo interno principi attivi in grado di proteggere

il colore, donare idratazione allo stelo ed evitare lo scolorimento tra un lavaggio e l'altro. L'Olio di Geranio e la Moringa, dalle proprietà antiossidanti e protettive, preservano il capello dall'invecchiamento biologico e lo proteggono dagli agenti esterni. Il Caviale e l'Olio di Acai idratano il capello e mantengono il colore vivo, luminoso e vibrante. La tecnologia Luxentia ad effetto lamellare, unita ai principi attivi lucidanti e protettivi, dona brillantezza al colore, ne prolunga la durata e garantisce cosmeticità elevata al capello. Erilia Therapy Lumicolor prevede il **Bagno Rivelatore di Luminosità**, le **Crema Rivelatrici di Luminosità** specifica per capelli fini o grossi.

Anti umidità

Milk shake® lifestyle amazing è uno spray di styling protettivo anti-umidità per capelli. Questo prodotto pre-piega è in grado di eliminare il crespo. Gli speciali polimeri al suo interno si attivano con il calore e svolgono un'azione filmante sui capelli capace di proteggerli dall'umidità, difendono il colore e prolungano la durata della piega. La sua formula, arricchita di estratti di frutta, dona un finish luminoso e brillante effetto specchio. Inoltre, riduce i tempi di asciugatura e protegge dal calore degli strumenti termici. Per vedere ottenere i massimi risultati con milk shake® lifestyle amazing, soprattutto su capelli molto crespi e porosi, è consigliato l'uso continuativo (partendo da un minimo di 2/3 applicazioni). L'effetto anti-crespo e anti-umidità può durare fino a 2 o più lavaggi.



Effetto detox per il cuoio capelluto

Nativ di System Professional è il trattamento per rinvigorire il cuoio capelluto ed energizzare i capelli. Combina sinergicamente ingredienti naturali e potere della scienza per contrastare gli effetti dell'inquinamento urbano e degli altri fattori ambientali nocivi. Con Estratto di Cellule Staminali di Açai, Estratti di Corteccia di Salice Bianco e Argile



la ricca di Sali Minerali, in grado di assorbire l'eccesso di sebo e le impurità presenti su capelli e cuoio capelluto. La linea si compone di tre prodotti: **Argilla Pre-Shampoo**, **Shampoo Micellare** e **Scalp Fluid**.

Per capelli disciplinati e idratati



La linea **Shewonder di Alter Ego Italy** è l'innovativo rituale di bellezza dall'efficacia istantanea per capelli disciplinati, sani e lucenti. Nato dal cuore della terra e dalla forza delle lave vulcaniche, è una trilogia di prodotti materici pensati per donare nutrizione, tenuta e disciplina a capelli medio-grossi, trattati, secchi, crespi e ribelli.

Restorative Shampoo dal pH 5.0 - 5.5 composto fino al 92% da ingredienti di origine naturale, è un blend di Oli Naturali (Olio di Pataua, l'Olio di Tsubaki, l'Olio di Cumino Nero); **Shine Oil Elixir** Olio illuminante perfezionatore, rende i capelli istantaneamente radiosi e morbidi. **Instant Shaping Mask** Maschera intensiva dotata una tecnologia con brevetto depositato, rappresentata dal marchio Active Miracley Technology™, che agisce sulla parte esterna del capello, interagisce con le cariche elettrostatiche dello stesso, allineando le fibre e riducendo in modo immediato l'effetto crespo.

Più lunghi e più colorati con le extension



Two Tones

Great Lengths per dare volume, lunghezza e colore propone propone **GL Tape Piano** extension disponibili in 9 differenti tonalità, con alternanza di chiari e scuri. Sono applicate grazie a una tecnica detta a "Sandwich", possono essere riposizionate fino a tre volte. Ogni applicazione dura circa 6/8 settimane. Le **GL Pre-Bonded Two Tones** offrono una scelta cromatica di 9 tonalità in cui, in ogni ciocca, vengono miscelati due colori. L'effetto è quello di ottenere delle ciocche "double face", sopra il colore più scuro e sotto quello più chiaro. Sono disponibili in tre lunghezze (30, 40 e 50 cm), sono adatte a tutti i tipi di capelli. Sono applicate con il sistema GL Keratin, un polimero esclusivo attivato grazie ad una specifica tecnologia, che unisce le ciocche ai capelli veri, per un risultato naturale e resistente. L'applicazione invisibile ha una durata di 4-6 mesi (con cura e manutenzione adeguate).

Ricostruzione, nutrimento e forza



b.ju è la nuova linea di trattamenti haircare 4.0 nata nei laboratori **Jean Paul Mynè** con l'obiettivo di dare ai capelli ricostruzione, nutrimento e forza ai capelli sfibrati, spenti e "visutti". La linea si compone di tre famiglie - Plumping, Blooming, Revamping - e di Supreme, un prodigioso leave-in multi-funzionale. Plumping rimpolpa e restituisce corpo e struttura alle fibre del capello. Blooming si caratterizza per il forte poter rinforzante e fortificante. Revamping è l'age-booster dei capelli per definizione. Supreme è il leave-in prodigioso trasversale alle tre famiglie, il "must have" per completare ciascun trattamento.

Programma lisciante e disciplinante

Hstraighten di Oway dona ai capelli un effetto liscio naturale di lunga tenuta, riducendo gli eccessi di volume indesiderati ed eliminando lo spiacevole crespo, spesso causato da trattamenti sbagliati effettuati con prodotti aggressivi, un uso massiccio di phon e piastre, fattori legati al clima, come umidità, vento, eccessiva esposizione al sole, salsedine, cambi di stagione o connessi alla salute fisica e psicologica, come carenze alimentari o stress emotivi. In tutti questi casi è comunque la carenza di idratazione a rendere i capelli secchi e sciupati.



Ideali per la rivendita

Trattamento di ricostruzione

Schwarzkopf Professional lancia la nuova gamma **Fibre Clinix**, il sistema esclusivo di riparazione del capello iper personalizzato da continuare a casa. Il segreto di Fibre Clinix risiede nell'innovativa Triple Bonding Technology, frutto di oltre 10 anni di ricerca, che crea una rete tridimensionale all'interno della fibra capillare grazie ad uno ione trivalente. La Triple Bonding Technology è inoltre combinata alla C21 Technology. Un agente condizionante altamente efficace usando il principio biomimetico del riforni-



mento lipidico, agisce sulla superficie dei capelli ricreando tutti i C21-Lipidi presenti naturalmente nei capelli vergini, restituendo così ai capelli danneggiati lo strato protettivo originale. Sono disponibili: Fibre Clinix Vibrancy Booster, per capelli colorati; Fibre Clinix Fortify Booster, per capelli trattati; Fibre Clinix Hydrate Booster per capelli secchi e fragili; Fibre Clinix Volumize Booster per capelli fini e deboli; Fibre Clinix Tame Booster per capelli crespi e ingestibili.

Maschera colorante e idratante

Wella Professionals presenta **Color Fresh Mask** nove maschere pigmentate, ad alto potere condizionante, a base di oli e dalla formula delicata - zero siliconi e zero ingredienti di origine animale - per ravvivare il colore e idratare profondamente i capelli, comodamente a casa. La linea prevede 9 tonalità, 5 nuance Natural (Golden Gloss, Chocolate Touch, Copper Glow, Rose Blaze, Lilac Frost) e Crazy Chic (Red, Pink, Mint e Blue).



Zero Colour la colorazione vegana di Vitality's.



Vitality's approda al mercato vegano con **Zero Colour**, una nuova gamma di colorazione sostenibile. La sua formula contiene estratti Bio (altea officinale, aloe, tè verde, equiseto e timo: specie vegetali con proprietà antiossidanti ed emollienti, per proteggere il colore mantenendo setosi i capelli) e soprattutto non contiene sostanze animali o sostanze OGM, potendo garantire un indice di naturalità tra l'80 e l'83%. Ha sostituito la PPD (parafenilendiamina) con la PTD (paratoluenediamina) per una colorazione più tollerata anche dai

soggetti più sensibili. Zero Colour offre all'acconciatore una texture morbida e cremosa e priva di ammoniaca che offre fino a quattro toni di schiaritura in totale sicurezza, basandosi su tre pilastri.

Ridotto rischio di irritazioni e allergie: grazie al **Diamond Skin Protection**, composto organico con proprietà idratanti che protegge la cute ma non altera l'efficacia dei coloranti.

Colore multifaccettato, pieno e luminoso: **Shine Complex** è un mix di principi attivi per capelli lucenti e con una straordinaria tenuta del colore.

Ristrutturazione delicata: con il complesso di proteine vegetali **Sweet**

Protection, che forma una pellicola sul capello, con proprietà ristrutturanti e tensioattivi delicati.

Made in Italy da Vitality's, che ha la gestione della filiera produttiva dalla formulazione alla produzione, Zero Colour è il risultato di un processo di produzione con test in vitro, oltre mille prove colore e 250 formule che bilanciano coloranti e ingredienti. La gamma si completa con gli Activator, tre formulazioni per coprire perfettamente i capelli bianchi con un colore luminoso, a limitato rischio di allergie e irritazioni. Il mix tra i due prodotti ha un rapporto 1:1 e tempi di posa tra i 30 e i 45 minuti. Dalle diverse combinazioni Zero Colour, risultano ben 46 nuance ispirate alle luci e ai riflessi della natura: dalle tonalità cenere ai dorati rame, dalle tinte ramate ai viola iridescenti.

Colorazione vegana con un alto indice di naturalità

VITALITY'S



JOICO

Un mondo di capelli sani

JOICO brand premium dell'haicare professionale, da oltre 40 anni offre soluzioni tecnologiche e mirate sia nell'ambito della cura e protezione del capello che in quello della colorazione. Ecco alcune delle linee must have a cui il professionista non può rinunciare.

Blonde Life per valorizzare e personalizzare il biondo

JOICO dedica alla salute e alla brillantezza dei capelli biondi la linea Blonde Life che, mentre contrasta l'assottigliamento della fibra capillare e dei danni quotidiani, lascia le chiome bionde leggere, nutrite, ultra-riflettenti, rimpolpate e sane.

Nell'ambito care, **Con Blonde Life Brightening** la nuance è brillante, piena, intensa, luminosa e mantiene stabile i riflessi, evitando sgradevoli viraggi. Con **Blonde Life Violet**, invece, la nuance è protetta, lucente, neutralizzata e raffreddata.

Crème Lightener è il decolorante in crema che schiarisce fino a 9 livelli. La sua formula contiene: Arginina, Olio di Monoi e Tamanù Oil.

Quick Toner permette di creare velocemente colorazioni bionde di tendenza come Argento, Sabbia, Viola e Chiaro e grazie alla tecnologia antirottura e di oli esotici nutrienti offre splendore massimo. L'esclusiva formula "Liqui-Crème" semplifica l'applicazione. **Blonde Life Hyper High Lift Permanent Crème Color** è la colorazione permanente in crema che ricostruisce la struttura dei capelli con Arginina, Tamanu&MonoiOils e il brevetto Hyper Lift Technology.



Defy Damage contro i danni esterni

JOICO grazie alla linea **Defy Damage** difende la capigliatura dagli effetti esterni aggressivi come il calore di phon e piastra, l'esposizione ai raggi UV e dall'inquinamento ambientale. **Defy Damage ProSeries** è un trattamento salone che si sviluppa in due semplici step. La prima fase prevede il **ProSeries 1**, uno spray ottimizzatore di colore. Basta spruzzare il prodotto per proteggere e rafforzare i legami dei capelli prima, durante e dopo ogni servizio chimico. Il secondo passaggio prevede **Defy Damage ProSeries 2** un trattamento colore intensivo che rafforza i legami, idrata, in un solo passaggio. Per continuare a proteg-

gere i capelli anche a casa, c'è il **Defy Damage Home Care System** che difende dai danni dello styling a caldo quotidiano e dell'esposizione ai raggi UV. Il segreto di **Defy Damage** è la nuova Smart Release Technology un veicolante con 3 ingredienti fondamentali per il mantenimento della salute del capello - Arginina e Keratina per rafforzare la fibra capillare dall'interno e Rosa Canina per proteggerne lo strato superficiale - in un invisibile liposoma protettivo che rilascia il suo contenuto con straordinarie capacità di riparazione, rinforzo e protezione del capello.



LumiShine per capelli sani e baciati dal sole!

Il fiore all'occhiello della gamma colori JOICO è la linea **LumiShine**® con la rivoluzionaria tecnologia ArgiPlex™ e un basso livello di ammoniaca.

LumiShine Permanent Crème Color trasforma i capelli dall'interno verso l'esterno con la rivoluzionaria tecnologia ArgiPlex, offrendo lucentezza eccezionale, la longevità del colore e, nel complesso, un aspetto più sano e garantito.

LumiShineYouthlock è il primo colore ad ossidazione permanente con collagene infuso che stimola il potenziale di giovinezza dei capelli avvalendosi delle proprietà ringiovanenti del Collagene.

LumiShine DD Dimensional Deposit Demi-Permanent Crème Color permette un colore ricco di luce e ripristinando la salute dei capelli. Disponibile in 25 tonalità che illuminano, creano le sfumature e coprono i capelli grigi.

LumiShine Nude Glow Natural Warm Series

Linea di toni attuali per una colorazione dall'aspetto super naturale e la massima flessibilità in tutte e tre le categorie cromatiche per un biondo prezioso e affascinante.



SOS capelli

Maschera illuminante e dal nutrimento profondo

Ha una texture leggera il nuovo trattamento **Essence Absolu Nourishing Illuminating Treatment** per capelli secchi di Shu Uemura che, arricchito di "perle" dorate con complesso oleoso dorato, unisce e olio di camelia e brillantini dorati per nutrire in profondità e illuminare con un tocco leggero.



Idratati, disciplinati e luminosi

Alterna Hair Care propone Smoothing Anti-Frizz Collection che contiene una miscela di oli nutrienti che idratano e disciplinano, eliminano l'effetto crespo fino a 72 ore. Smoothing Anti - Frizz Shampoo & Conditioner Formulati con la tecnologia brevettata Climate Shield Complex,



garantiscono una riduzione dell'effetto crespo fino all'80 % per una durata massima di 72 ore. Smoothing Anti - Frizz Blowout Balm questo butter, grazie alla formula crème-to-oil, una volta applicato sui capelli diventa un olio leggerissimo, perfetto per domare i capelli folli, ribelli e contrastare l'effetto crespo. Smoothing Anti - Frizz Nourishing Oil olio leggero perfetto per restituire idratazione e lucentezza ai capelli disidratati. Smoothing Anti - Frizz Dry Oil Mist, Olio vaporizzato anticrespo con Olio di Abissinia e di Avocado; contrasta l'effetto crespo e combatte gli effetti della staticità.

Per creare volume extra e texture

Maria Nila propone quattro prodotti styling in polvere che rinfrescano e valorizzano tutti i tipi di hair look. La loro formula in polvere ultra fine impalpabile elimina il sebo in eccesso dalla cute e rende i capelli morbidi, freschi e leggeri, in una spazzolata! **Dry Shampoo**, Polvere spray che rinfresca e dà volume e tenuta ai capelli sottili. **Invisidry Shampoo**, Polvere spray invisibile che rinfresca all'istante ed elimina il sebo. Il Colour Guard Complex protegge dai raggi UV e dai radicali liberi. **Cleansing Powder**, Shampoo secco in polvere che rinfresca all'istante. Applicare sul capello asciutto. Senza solfati e parabeni, 100% ingredienti vegani. **Power Powder** Polvere volumizzante. Applicare sui capelli asciutti, sulle radici per un effetto matte e voluminoso. Senza solfati e parabeni, 100% ingredienti vegani.



SALON
INTERNATIONAL

Anno LI n.10 2020
www.salon-international.net

Biocomply- Bka	19
Calmar	26
Cerioti	21-23-31-IV
Export Magazine	18
Helen Seward	27
JOICO	9
Medical Beauty	26
Parlux	25
Salon International	22
Sens.ùs	20
Vitality's	2

Redazione, Amministrazione, Pubblicità - M.T.E. Edizioni s.r.l.
Via Romolo Gessi, 28 - 20146 Milano - Tel. 02/48.95.23.05 - 42.39.443
Fax 02/41.23.405 Servizio Abbonamenti - Tel. 02/48.95.8058 - 02/42.29.0646
Direttore Responsabile - Giuseppe Tirabasso
Direttore Editoriale Claudia Stagno / **Collaboratori**: Valentina Vacalebre, Matilde Giannattasio, Rebecca Lazzari, Joan Rundo, Alfredo Rubertelli
Grafica: Michela Valentina Veneroni - **Web Content Manager**: Mauro Smerini
Marketing & Pubblicità: Raffaella Chiolo



A.N.A.M. - via Fra Bartolomeo, 1 - 20146 Milano tel. 02 42293585 fax 02 42295625
Ufficio di Presidenza Presidente: Fabbian Lino Vice Presidente: Salvatore Seccia Pres. Comm.ne Economica: Preo Andrea Pres. Comm.ne Didattica: Giuseppe Gambino Pres. Comm.ne Tecnica-Artistica: Di Simone Vincenzo Tesoriere: Ruffino Salvatore Direttore Didattico Nazionale: Nevio Villa Direttore Tecnico Naz. Maschile: Pierfilippo Francia Segreteria: Erisilia Soliievo MTE Edizioni s.r.l. Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano Stampa: Faenza Group Spa 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

ABBONATI A SALON

- SALON INTERNATIONAL UOMO (4 numeri)
- SALON INTERNATIONAL DONNA GRANDE FORMATO (5 numeri)

OMAGGIO
FORBICI + UNA COLLECTIONS DI TAGLI CORTI - MEDIO - LUNGI

ABBONATI AL NUMERO VERDE
800 102166

ABB. ANNUALE 70 € ANZICHÉ 140

post@4pro
Aut. n. LOMBARDIA/0079055.2018
Valido dal DAL 09/03/2018

Posteitaliane
Non Affrancare
n. CONTO 36035929-010
M.T.E. Edizioni
Via Favretto 7
20146 Milano

Spettabile MTE

Sottoscrivo un abbonamento annuale alle riviste Salon Donna Grande Formato (5 numeri l'anno) + Salon Uomo (4 numeri l'anno) per un totale di 9 riviste al prezzo di 70 euro comprese le spese di spedizione. Pagherò con contrassegno, al ricevimento del primo numero.

Nome e Cognome _____
Salone _____
Indirizzo _____ Località _____ Prov. _____
Cap _____ Telefono _____
E-Mail _____

Firma e timbro _____

(È severamente vietata la contraffazione della firma)

M.T.E. Edizioni S.R.L.
Presso Ufficio Postale
Milano Recapito Baggio
Via Benozzo Gozzoli 51
20152 Milano (MI)

Cosmetica: impatto della pandemia.

Canale acconciatori: più ombre che luci

Pandemia e lockdown stanno avendo un importante impatto sul PIL e sui numeri del comparto cosmetico. Ecco la “fotografia” scattata da Cosmetica Italia del mondo beauty e con un focus sul settore professionale.

In questo scenario di grande incertezza e instabilità la risposta dell'industria cosmetica all'emergenza Covid-19 è stata pronta e energica, ma l'andamento economico è stato inevitabilmente condizionato. Straordinari i cambiamenti della domanda, con un mercato ovviamente in generale, pesante, contrazione, ma mettendo anche in luce la reattività dell'industria cosmetica italiana. Un'industria che da subito ha saputo mettere in atto strategie correttive, come, in alcuni casi, la rimodulazione della produzione verso gli igienizzanti, fondamentali per il contrasto dei contagi, oppure, in altri casi, ha sostenuto i canali con azioni a supporto del repentino mutamento delle abitudini di acquisto. Sono proprio i nuovi atteggiamenti di consumo il tema che caratterizza il passaggio alla fase successiva al lockdown, difficilmente i consumatori ritorneranno alle precedenti abitudini, dando vita alla “nuova normalità”, anticipando trend e modalità di scelta che venivano proiettati nel medio periodo e che sono diventati attuali. Per il settore della cosmetica il 2020 è iniziato con una sostanziale tenuta degli indicatori economici che confermavano la realtà di un comparto con costante dinamica positiva, anche consistente, sul piano della produzione e del presidio della domanda sia interna che internazionale, ma da marzo tutto è cambiato: la chiusura degli esercizi professionali, la desertificazione dei centri urbani per il generale passaggio allo smart working, il crollo delle esportazioni e le tensioni sulle materie prime hanno pesato sui fatturati delle imprese. Infatti, i dati previsionali di chiusura esercizio segnano una contrazione dell'11,6% dei fatturati, che toccano, nelle stime, i 10.500 milioni di euro, condizionati dal calo della domanda interna, -9,3%, ma soprattutto dalla contrazione delle esportazioni, -15%, ricordando che già alla fine del 2019 i mercati esteri avevano ridotto la domanda di prodotti cosmetici dall'Italia.

Anche nel pieno della crisi, tuttavia, il comparto cosmetico ha dimostrato capacità di reazione e di incorporazione della congiuntura negativa, ben più virtuoso di altri comparti del made in Italy, sia nella tenuta dei saldi della bilancia commerciale, sia nella ripresa degli indicatori: infatti, all'andamento del primo semestre, in pesante contrazione, gli imprenditori del settore, fanno seguire una previsione per il secondo semestre 2020 ancora negativa ma in netto recupero, evidenziando flessibilità di adattamento e volontà di investimento.

Focus canale professionale acconciatori

Nel canale professionale acconciatura dopo l'euforia della riapertura del 18 maggio 2020 (a seguito di quasi tre mesi di chiusura forzata) si contano le difficoltà per molti saloni, legate alla perdita economica, alla scarsa liquidità e al calo degli investimenti, con situazioni disomogenee sul territorio. Preoccupano alcuni scenari: si stanno registrando alcune chiusure definitive dei saloni, si stima il 10% degli esercizi; con evidenti rischi di nuove e più dilatate forme di abusivismo. Per le aziende specializzate, nonostante enormi sforzi per sostenere i saloni, si prevedono grosse perdite legate alla scarsa liquidità e alla ripresa rallentata delle frequentazioni. Migliorano i livelli della rivendita. Sul fronte delle opportunità si auspica il ritorno del consumatore finale nel salone dopo un primo impatto condizionato anche da alcune paure. Possibilità di una migliore profilazione e fidelizzazione della clientela. La rilevazione congiunturale evidenzia per il canale una contrazione nel primo semestre del 47% rispetto allo stesso semestre del 2019, con la previsione nel secondo trimestre di un calo più limitato, prossimo all'11%, con un valore dei cosmetici usati che a fine anno si ferma a 420 milioni di euro.

	Ripartizione % 2019	Proiezione var. % '20-'19	Stima ripartizione % 2020
Acconciatura	5,6	-29,0	4,3 ▼
Erboristeria	4,2	-25,0	3,5 ▼
Estetica	2,3	-28,3	1,8 ▼
Farmacia	17,8	-2,0	19,1 ▲
Mass market	41,2	-1,7	44,4 ▲
Profumeria	19,7	-24,0	16,4 ▼
Vendite dirette: porta a porta e corrispondenza	4,5	-30,0	3,5 ▼
E-Commerce	4,7	35,0	7,0 ▲
Totale mercato Italia	10.558	-9,3	9.600

	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2020	PREVISIONI II SEMESTRE 2020	STIMA CHIUSURA 2020/19
Acconciatura	-47,0	-11,0	-29,0
Erboristeria	-40,0	-14,0	-25,0
Estetica	-47,0	-9,5	-28,3
Farmacia	-3,0	-2,0	-2,0
Mass market	-3,5	-1,0	-1,7
Profumeria	-38,5	-15,0	-24,0
Vendite dirette: porta a porta e corrispondenza	-35,0	-25,0	-30,0
E-Commerce	38,8	33,0	35,0
Terzismo	-22,0	-6,0	-14,0

Fonte: Cosmetica Italia, settembre 2020

Collutori e Dentifrici

Anno Terminante 28 giugno 2020 a cura di Alice Ferrarese, Nielsen

COLLUTORI

Performance positive per la categoria dei collutori rispetto all'anno precedente, in aumento sia volume (+5,4%) che a valore (+5,0%). Si registra anche una diminuzione del prezzo medio al litro della categoria (-0,3%), ma un aumento del prezzo medio a confezione (+0,7%). Ciò suggerisce un aumento delle vendite dei formati più grandi.

A livello di Area, per i collutori si osserva un trend positivo e generalizzato sia a valore che a volume in tutte le Aree. In particolare l'Area 2 registra un incremento del +8,8% delle vendite a volume e +6,2% a valore.

In termini di Canali, il trend positivo sia a volume che valore è generalizzato, fatta eccezione per gli Ipermercati che registrano un andamento negativo a valore (-1%) e confezione (-0,5%) con diminuzione del prezzo legata alla crescita di marche a più basso posizionamento.

Buona performance dei Discounts (+11,9% a valore, +7,6% a volume), sostenuti da una diminuzione della promozionalità che non ha intaccato le vendite a confezione (+3,8%).

DENTIFRICI

Positivi i valori della categoria Dentifrici rispetto all'anno precedente (+1,7% a valore), mentre le vendite a volume e confezione registrano un trend negativo dato del prezzo medio confezione (+4,1%), facendo ipotizzare una certa sensibilità alle promozioni da parte del consumatore per la categoria in oggetto.

A livello geografico, l'Area 4 risulta essere l'unica negativa in termini di performance sia a volume (-3,4%) che a valore (-1,2%), mentre le restanti aree mostrano performance positive.

A differenza dell'anno scorso, quando erano sostanzialmente i Drug Stores a sostenere la crescita della categoria, quest'anno il merito va soprattutto al canale dei Supermercati dove la categoria dei dentifrici registra una crescita di +5,5% a valore e di +1,3% a volume. Il Discount è l'unico canale dove le promozioni non sono diminuite per la categoria dei dentifrici.

fonte: Nielsen



Ceriotti
MADE IN ITALY

20017 RHO (MI) Italy - via Moscova, 21 - Tel. +39.02.93561413 - Mail info@ceriotti.it

Prezzi Super Scontati

www.ceriotti.it



BI 5000

*Superleggero*TM

COMPATTO



NEW ENERGY 3000

Cod. B23212

€ 460,00

con piede



VAPO SOFFIO 3000

Cod. B22102

€ 290,00

con piede



ATOMIC

Cod. B13802 Automat.

€ 169,00

con piede

1400W ULTRA POWER



ATOM

Cod. B3112

€ 74,00

KILLING VIRUS
UVC PROFESSIONAL

UV-C GERMICIDA
GERMICIDE

UV-C BULB BY
OSRAM PHILIPS



GX4

Cod. 3110

€ 96,00

UV-C GERMICIDA
GERMICIDE

LAMPADA UV-C
UV-C BULB BY

OSRAM PHILIPS SANKYO



SERVICE PLUS



CARRELLO IN
MATERIALE ANTIMACCHIA

NO HAIR



Ceriotti®
MADE IN ITALY

TTX 5000 DIGITAL TURBO

**ULTRA
POWER
2000W**



Accensione



Multilingua



Programma



Avvio veloce



In lavorazione



Impostazioni generali



IL POTERE DELLA NATURA
AL TUO SERVIZIO

TORMALINA

Ceriotti srl - 20017 RHO (MI) Italy - via Moscova, 21
Tel. +39.02.93561413 - Fax +39.02.93561646 - Mail info@ceriotti.it
Web www.ceriotti.it