

SALON

TM

n. 3 € 20

INTERNATIONAL

Antoinette Beenders, Global Creative Director - Janell Geason,
Global Artistic Director, Makeup - Ian Michael Black, Global Artistic
Director, Hair Color - Allen Ruiz, Global Artistic Director, Hair
Styling - Ricardo Dinis, Global Artistic Director, Hair Cutting



DONNA



SCOPRI L'ARTISTA CHE È IN TE con gli infiniti colori di Aveda

aveda full spectrum™ hair color
Colore di derivazione naturale fino al 99%*.

Chiamaci al numero 800.301177

*Proveniente da piante, acqua o minerali senza petrolio.

AVEDA

THE ART AND SCIENCE OF PURE FLOWER AND PLANT ESSENCES



SOMMARIO



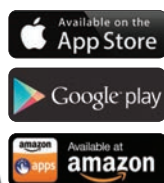
Hair: A. Beenders, Global Creative Director Aveda International
Make up: Janell Geason, Global Artistic Director



Hair: Jacky Chan
Photo: Andrew O'Toole
Make Up: Kylie O'Toole
Stylist: Elaine Marshall



iPhone
SmartPhone
Tablet



4	Lavoro e dintorni: La donna: ieri, oggi e domani
6-7	Intervista: Formazione Professionale
8-16	Speciale Cosmoprof: un successo da overboking
10-11	Cosmetica Italia: settore cosmetico da 10 mld di euro
12	Innovation Salon
13	Parlux, progetto comunicazione
14-15	Cresce il settore health & beauty
16	eCommerce: il settore della cosmesi vale 170 mln di Euro
17-48	Stylist
54-61	Speciale solari
62	News
64-65	Show: Riflessi multipli
66, 86, 96	Novità prodotti
68-71	International stylist: Stardust
72-75	Show: Style Masters
76-77	News: Love Your Color
80-81	International stylist: Icon Collection
82-84	International stylist: Cutique Club
88-89	Show: Kemon Days
100-101	Guida Acquisti
102	Calendario fiere
105-128	Salon Moda Donna
129-136	Step by step
137-144	Gallery nails & make up

Anno XLVII
n. 3

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, Giorgio Radice, Franca Gorini,
Joan Rundo, Luca Clara, Matilde Giannattasio, Stefano Anselmo,
Roberta Leone, Patrizia Tavasani
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 Paltrinieri - 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: Formagrafica 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	92-93
Aveda	cover, II-1
Bari Beauty Show	104
Beautyworld Middle East	87
Capello Point	85
Cosmoprof Asia	9
Cosmoprof North America	III
Cutique	50-51
EBS	97
Emsibeth	3
Helen Seward	49
I Giannini	98-99
Kaaraal	67
Kemon	IV
MCB	103
Parlux	63
Parrucche Lanza	90-91
Rastelli Team	78-79
Salon International	52-53
Trizzi	94-95
Vitality's	5

Salon Moda Donna

Salon International on-line	II
-----------------------------	----

Gallery

Fabyline	5
Medical Beauty	II
On Hair	7
Thuya	cover

EMSIBETH
COSMETICS



★ ★ ★
— THE PAST INSPIRES THE NEW HAIR —
Styling & Finishing

Scopri la linea completa

VERONA - ITALY - WWW.EMSIBETH.IT - VISITA LE NOSTRE FAN PAGE EMSIBETH OFFICIAL



—VOLUMIZZARE—
VOLUME

—OPACIZZARE—
MATT

—FISSARE—
FIX

—LUCIDARE—
SHINE

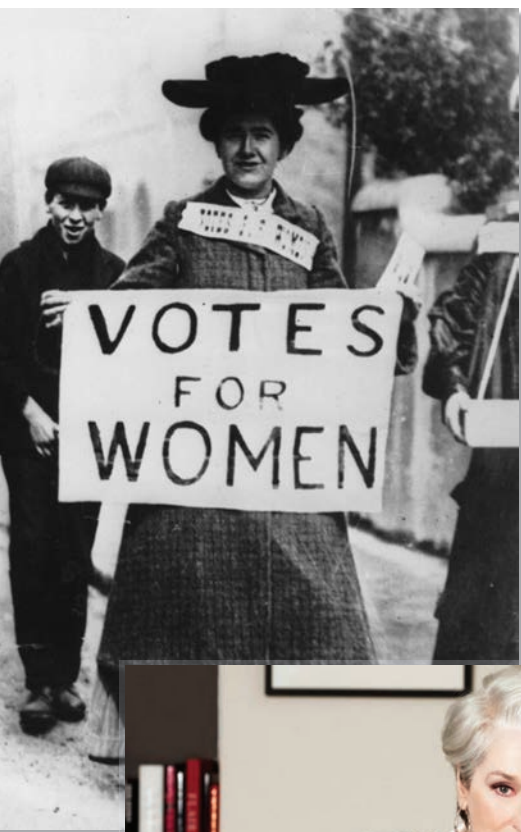
—MODELLARE—
SHAPE



Alfredo Rubertelli

La donna: ieri, oggi e domani

Dall'immagine della donna salvifica o tentatrice alla riscoperta della sensualità che non va a scapito del successo lavorativo



Nei tempi antichi, ma ancora oggi in molte culture, la libertà e le scelte della donna erano affidate al capofamiglia, il quale arrogava a sé il diritto di decidere del destino di tutti i componenti della famiglia. Persino la cultura era prerogativa maschile e veniva negata alla donna, così da poterla facilmente controllare e sottomettere. Facevano eccezione le etere dell'antica Grecia, cortigiane colte e raffinate, le uniche che potevano svolgere relazioni sociali.

Col progredire della società il ruolo della donna rimane strettamente subordinato a quello dell'uomo, ed alimenta i due opposti stereotipi della donna salvifica, come Arianna o Beatrice, o dannatrice, come Elena o Medea. Sempre comunque a servizio dell'uomo, angelo o demone, musa o tentatrice, sono veramente poche le donne che hanno potuto emergere nel campo dell'arte e della cultura: la matematica Ipazia (che pagò con la vita la propria indipendenza), la poetessa Saffo, le pittrici Sofonisba Anguissola e Artemisia Gentileschi, Madame Curie, per fare alcuni esempi, ma l'elenco è poco più ampio.

Nel campo della politica posso citare, a memoria, Matilde di Canossa ed Elisabetta I.

Bisogna attendere il XIX secolo per vedere i primi passi verso l'emancipazione femminile: il movimento delle suffragette nacque nel Regno Unito nel 1869 e in Italia solo nel 1946 si ottenne il voto per le donne.

Nell'iconografia tramandata è ricorrente l'immagine della donna tentatrice, da Eva in poi, nella quale fra l'altro la capigliatura è indenticata come strumento di seduzione: non a caso viene imposto il velo dalle religioni (la stessa immagine della Madonna è velata) e non a caso il capello corto, introdotto da Coco Chanel, stilista rivoluzionaria e indipendente, può essere letto come un gesto di emancipazione e di affrancamento da un ruolo meramente seduttivo.

Nel mondo occidentale, oggi, la donna ha finalmente conquistato, almeno sulla carta, la parità e dimostra in tutti i campi pari abilità dell'uomo. Non stupisce più vedere donne capi di stato o d'azienda e, a parte alcune situazioni di degrado sociale, l'uomo non la considera più un "bene" a propria disposizione. Anche l'istituzione della dote, il patrimonio portato dalle spose al marito, che passava direttamente dalla famiglia di origine al marito, è caduta definitivamente in disuso.

La donna in carriera ha cambiato il suo aspetto nello spazio di alcuni anni: in un primo tempo il suo look era ispirato al modello maschile, con giacca-tailleur e camicia abbottonata con fiocco, capelli raccolti. Oggi, invece, accade spesso di vedere dirigenti e donne di potere con tacchi alti e scollatura: la donna ha quindi recuperato, a proprio beneficio, quegli strumenti di sensualità e seduzione che aveva rinnegato al momento della conquista dell'indipendenza.

Nel gioco dell'intercambiabilità dei ruoli, una prerogativa rimane di dominio esclusivo della donna: la maternità, giocoforza rinviata ad una età più matura, per esigenze di studio e di carriera. Non si esclude tuttavia, per il futuro, un'inversione di tendenza, con un recupero di priorità del ruolo di madre anche in età più giovane, rispetto alle esigenze di affermazione sociale e di carriera.

Alfredo Rubertelli



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!





Valentina Aprea, Assessore Istruzione, Formazione e Lavoro

Formazione Professionale, la Lombardia fa “scuola”

Talento, passione e devozione sono doti necessarie ma la formazione è il punto di partenza dove muovono i primi passi i professionisti di successo di domani. Ne abbiamo parlato con Valentina Aprea, Assessore all'Istruzione, Formazione e Lavoro di Regione Lombardia

La formazione professionale viene troppo spesso vista e percepita come un “rifugio” per i ragazzi che non hanno avuto voglia di studiare o successo negli altri ambiti, un marchio che nemmeno la recente situazione economica - che seppur involontariamente ha rispolverato le professioni - è riuscita a togliere. Cosa c'è di sbagliato nella formazione professionale, perché ci si ostina ad avere questa percezione? Come Regione Lombardia interviene in merito?

Lo sbaglio non è nella formazione professionale ma nel modello di istruzione nazionale, che è un modello statale e ha sempre visto prevalere l'istruzione formale a quella “On the Job”. Fortunatamente in Lombardia non è così e dalla legge Moratti in avanti, la legge 53 del 2003, l'istruzione e formazione professionale è stata riconosciuta. La Lombardia ha invece sempre investito sui sistemi di formazione professionale e quindi ad oggi - complice la cornice nazionale data da “La buona Scuola” e il “Job Acts” - può vantare un vero sistema educativo. C'è da augurarsi che, d'ora in avanti, tutte le iniziative di investimento e formazione possano riguardare la formazione professionale.

In che percentuale i giovani lombardi scelgono il percorso di studi professionale?

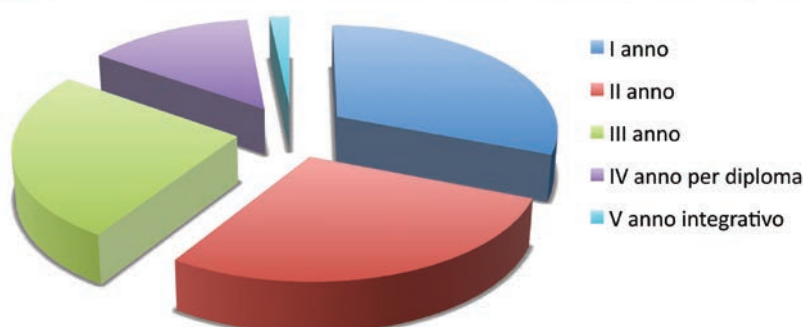
È un dato che varia di anno in anno e che va assestandosi: complessivamente chi sceglie un percorso professionale è un numero consistente di giovani, che si aggira a circa 50.000 ragazzi ogni anno nei percorsi triennali, quindi orientati al conseguimento delle qualifiche professionali. Al quarto anno c'è una riduzione che aumenta e solo in pochissimi vengono traghettati al conseguimento del diploma del quinto anno.

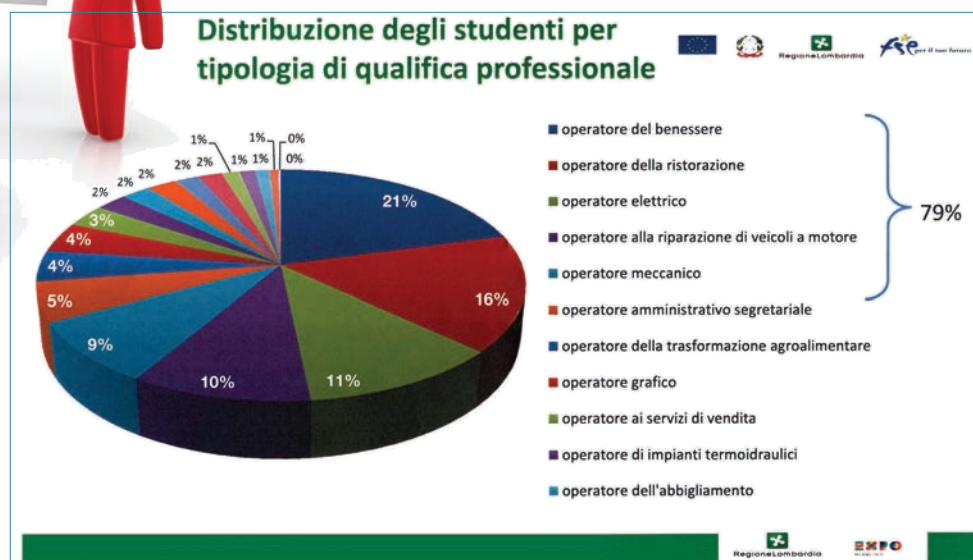
Come si divide la formazione professionale?

Ci sono i 3 anni iniziali che rappresentano la formazione base per conseguire un primo titolo, un quarto anno

Distribuzione studenti per annualità

	I anno	II anno	III anno	IV anno per diploma	V anno integrativo	Totale
N° studenti	15.497	14.128	12.859	6.850	819	50.153





opzionale che dà un titolo aggiuntivo e - ai pochi che durante il percorso scelgono di continuare a studiare - diamo la possibilità di affrontare un quinto anno ponte per conseguire un titolo di diploma che consente l'ingresso o all'università o ad una formazione terziaria come ITS.

Qual è la percentuale di giovani che terminata la scuola prosegue nella professione?

Grazie all'attuale normativa sugli stage questo inserimento è molto aiutato ma rimane comunque un dato difficilmente monitorabile.

Gli insegnanti in che modo vengono abilitati? C'è qualcuno che sovrintende alla loro preparazione?

Nei percorsi di formazione e istruzione professionale c'è un numero di docenti per le discipline cosiddette "formali" ma tutti gli altri sono veri e propri esperti e noi diamo molta importanza alla loro presenza nei percorsi di formazione.

Con esperti intendo chi ha o ha avuto esercizi commerciali o aziende e che prestano anche la loro esperienza e competenza nelle ore di lezione. Non esistono docenti teorici nei percorsi di formazione professionale.

Non sarebbe più appropriato far provare subito ai ragazzi l'esperienza del negozio e non al termine del ciclo di studi, per sincerarsi che sia quello l'ambiente che fa per loro?

Con la legge 30 regionale noi abbiamo portato a 450 le ore di alternanza scuola/lavoro già nel primo anno di istruzione/formazione professionale. Già dal primo anno, quindi, i ragazzi possono verificare le proprie attitudini e aspirazioni ma anche il gradimento per il mestiere che hanno scelto che può poi diventare apprendistato già dal secondo anno.

Quando si progetta di solito si cerca ispirazione da modelli esistenti, qual è stato il vostro?

In Lombardia abbiamo ben chiaro il sistema Duale tedesco e il sistema della formazione professionale BET europea, un sistema che consente di conseguire qualifiche professionali con molte ore di alternanza scuola/lavoro, meglio se con contratti di apprendistato.

Quindi una scuola laboratorio dove sia più facile conoscere i luoghi di lavoro e soprattutto dove sia effettivamente facile trovarlo.

Il nostro slogan potrebbe essere "studiare in azienda e trovare lavoro a scuola" perché questi ambienti di formazione non siano fatti solo per apprendimenti teorici ma pratici con una base che possa giustificare e orientare una buona formazione pratica.

Campionati e competizioni: lo spirito competitivo (e in un certo senso di rivalità) potrebbe invogliare i ragazzi a scegliere questa professione? Si potrebbe incentivarli?

Noi vantiamo il 18% di prima scelta da parte dei nostri studenti:

i ragazzi di terza media che devono scegliere quale percorso di studi intraprendere sono sempre più orientati e attratti dai percorsi di istruzione professionale in Lombardia, quindi difficilmente è solo una seconda scelta.

Però io credo molto nelle manifestazioni, dovremo fare anche molti concorsi internazionali e globali.

Per fare un esempio, il programma "masterchef" ha creato una vera e propria vocazione verso il percorso alberghiero che è cresciuta esponenzialmente.

Molte bambine passano l'infanzia giocando a pettinare e truccare bambole, questo accade anche nella modernità con le varie app dedicate, ma la percentuale di acconciatori di successo è a maggioranza maschile, come mai?

La percentuale di donne è in aumento ma sicuramente dobbiamo vincere una sfida in più e conquistare questa fetta di mercato!

Roberta Leone



I NUMERI DI COSMOPROF '16

- 250.000 VISITATORI
- 2.510 AZIENDE ESPOSITRICI
- + 5% RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE
- 20.000 I MQ ESTERNI AGGIUNTI PER OVERBOOKING
- 21.900 VISITATORI DI COSMOPACK
- + 22,15% SETTORE GREEN
- +8,20% SETTORE HAIR E ARREDI
- +4% NAILS
- +39,09% EXTRAORDINARY GALLERY

250.000 visitatori e 20.000 mq di strutture esterne in più decretano un successo difficile da oscurare per l'Hub più importante dell'industria cosmetica mondiale

Si è chiusa a Bologna con grande successo la 49esima edizione di Cosmoprof Worldwide, la più grande fiera internazionale dedicata al mondo del Beauty, visitata il giorno dell'inaugurazione dall'Onorevole Ivan Scalfarotto.

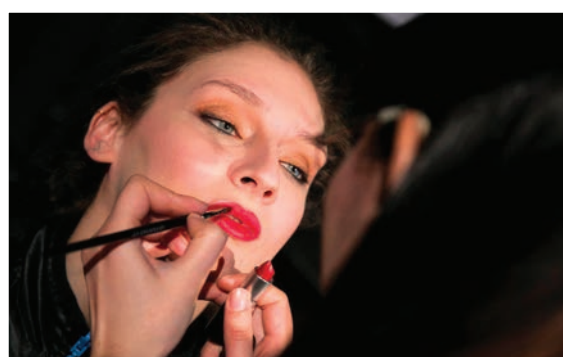
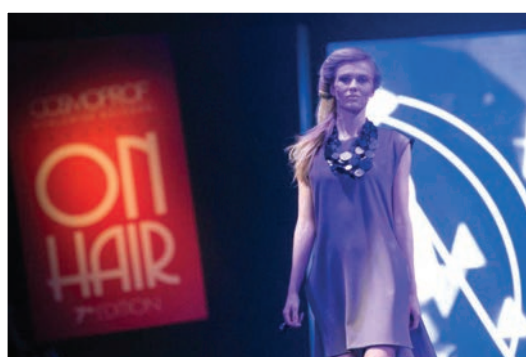
Il Ministero per lo Sviluppo Economico ha inserito Cosmoprof Worldwide Bologna tra le "Fiere di rilevanza internazionale" da promuovere e sostenere in collaborazione con l'ICE-Italian Trade Agency.

"La vera novità di Cosmoprof - ha detto Duccio Campagnoli Presidente di BolognaFiere Cosmoprof - è che è una fiera che non smette di crescere: quest'anno i visitatori sono stati 250.000, 2.510 le aziende espositrici (+5%). Bologna ha vissuto giornate straordinarie: senza presunzione ma con orgoglio e soddisfazione possiamo dire di aver fatto diventare Cosmoprof la più grande fiera italiana nel mondo e la piattaforma più importante per l'industria cosmetica, italiana e mondiale, con le edizioni di Las Vegas e Hong Kong. Siamo stati gli artefici di una vera e propria rinascita di Cosmoprof Worldwide che oggi, in Italia e all'estero è una formidabile impresa internazionale da oltre 60 milioni di ricavi annui. Quest'anno overbooking dei 110 mila mq netti di area espositiva, cui abbiamo dovuto aggiungere 20.000 mq di strutture esterne. Bologna ha ospitato migliaia di persone, dando vita a un indotto di grandi numeri nel campo dell'accoglienza e dei servizi".

Nuovo grande successo anche per Cosmopack. L'evento dedicato alla filiera produttiva del beauty è cresciuto del 5,42% e ha visto la partecipazione di 21.900 visitatori professionisti dell'industria. È stata inoltre apprezzata la concomitanza con NUCE - Health World Expo, la manifestazione dedicata ai nutraceutici, cosmeceutici, functional foods e beverages, che giovedì 17 e venerdì 18 marzo ha raccolto a Bologna l'intera catena produttiva della cosmeceutica.

"Sempre più il comparto cosmetico nazionale, con oltre 10 miliardi di euro di fatturato (+6,5% nel 2015), riesce a trasmettere i valori del Made in Italy con un mix vincente di creatività, innovazione e attenzione costante alle esigenze di un consumatore evoluto - ha detto Fabio Rossello, Presidente di Cosmeceutica Italia - L'edizione 2016 di Cosmoprof Worldwide Bologna ha offerto una nuova occasione per confermare la positiva collaborazione che da ben 49 anni ci lega al Gruppo BolognaFiere in un crescente successo di pubblico e servizi alle imprese espositrici. La visita in fiera del Sottosegretario al Ministero delle Riforme Costituzionali e dei Rapporti con il Parlamento, Ivan Scalfarotto, è stata una testimonianza dell'attenzione crescente che anche le istituzioni rivolgono ad un settore sì è distinto sui mercati esteri per un export in crescita a doppia cifra (+14,3%) e una bilancia commerciale di oltre 2 miliardi di euro. È grazie a queste sinergie che possiamo consolidare una strategia di sistema vincente». Alcuni ulteriori dati inquadrano significativamente questa edizione di Cosmoprof: il settore "Green" ha registrato un aumento di espositori pari al 22,15%, i settori Capelli e Arredi sono cresciuti del 8,20%, Cosmopack, la sezione dedicata alla filiera industriale, è cresciuta del 5,42%, il settore Nail ha registrato un +4% e, infine, l'Extraordinary Gallery, la sezione che ospita le aziende di nicchia, quelle che presentano prodotti all'avanguardia e segnalano le tendenze del futuro, è cresciuta addirittura del 39,09%.

Cosmoprof Worldwide Bologna dà appuntamento nel 2017 per festeggiare il 50esimo anniversario, dal 16 (con l'apertura di Cosmopack) al 20 marzo 2017.



Las Vegas

COSMOPROF

ASIA HONG KONG
亞太區美容展

NOVEMBER 2016
HONG KONG

15TH - 17TH
ASIA WORLD - EXPO

Ingredients, Machinery & Equipment,
Packaging, Contract Manufacturing
and Private Label.

16TH - 18TH
**HONG KONG CONVENTION
& EXHIBITION CENTRE**

Extraordinary Gallery (all sectors),
Cosmetics & Toiletries, Natural
Health, Beauty Salon, Hair Salon,
Nail & Accessories.

www.cosmoprof-asia.com

A NEW WORLD FOR BEAUTY

BOLOGNA

LAS VEGAS

HONG KONG

Sales Office Asia Pacific: UBM Asia Ltd - Hong Kong - ph. +852.2827.6211 - fax +852.3749.7345 - cosmasia-hk@ubm.com
Sales Office Europe, Africa, Middle East, The Americas: BolognaFiere S.p.a. - Bologna - Italy - international@bolognafiere.it -
for info: ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - 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

Organiser - Cosmoprof Asia Ltd





Fabio Rossello
presidente di Cosmetica Italia

Cosmetica Italia: settore cosmetico da 10 mld di euro e clima di stabile ripresa

I livelli di consumo sono superiori al 2010, il cosmetico si afferma un bene di consumo “fisiologico” nonostante la propensione dei consumatori a trovare equilibrio tra la disponibilità economica e l’attenzione al proprio benessere. Ancora negativo ma in rallentamento il trend nei saloni d’acconciatura

È con un segnale positivo che si aprono le rilevazioni del Centro Studi di Cosmetica Italia sul fronte del mercato interno: il 2015 segna infatti una crescita del 2,2%. In aumento il fatturato globale del settore che oltrepassa i 10 miliardi di euro (+6,5%) sostenuto anche dalle esportazioni che confermano l’andamento fortemente in crescita degli ultimi esercizi (+14,3% per un valore di oltre 3.800 milioni di euro). «La crescita delle esportazioni incide positivamente sulla bilancia commerciale che registra un dato record: 2.000 milioni di euro - commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - in un clima che prevediamo di stabile ripresa per i prossimi esercizi, risulta strategica l’analisi dell’ecosistema digitale per intercettare nuovi trend, avvicinare i consumatori e analizzare le reali necessità delle aziende».

Proprio la rilevazione delle vendite di cosmetici online tocca i 170 milioni di euro nel 2015, analogamente agli andamenti positivi registrati dalle vendite dirette (oltre 720 milioni di euro, +11%) che testimoniano un’evoluzione nelle modalità di acquisto dei consumatori.

Anche la farmacia mostra un andamento positivo con un valore superiore ai 1.800 milioni di euro (+1,5% rispetto al 2014); l’attenzione dei consumatori verso i prodotti a connotazione naturale è invece evidenziata dal +4,9% del canale erboristeria che nel 2015 supera i 430 milioni di euro.

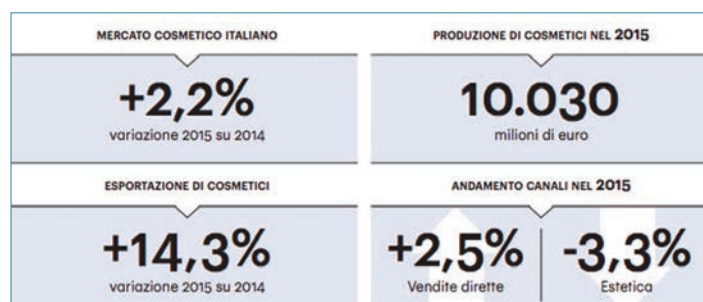
Dopo alcuni esercizi in sofferenza,

torna a crescere la profumeria, secondo canale in termini di ripartizione del fatturato: il 2015 registra una ripresa di circa un punto percentuale per un valore di 2.078 milioni di euro.

La grande distribuzione, che copre il 40% dei cosmetici venduti in Italia, vede un andamento a due velocità caratterizzato da una diminuzione dei volumi di vendita nelle grandi superfici e da una crescita negli spazi specializzati “casa-toilette”. Nel 2015 il suo valore è di quasi 3.900 milioni di euro in crescita del 2,5%.

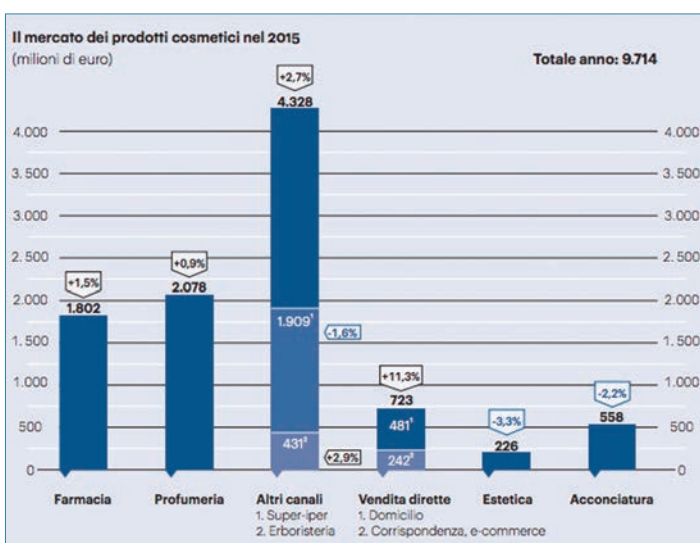
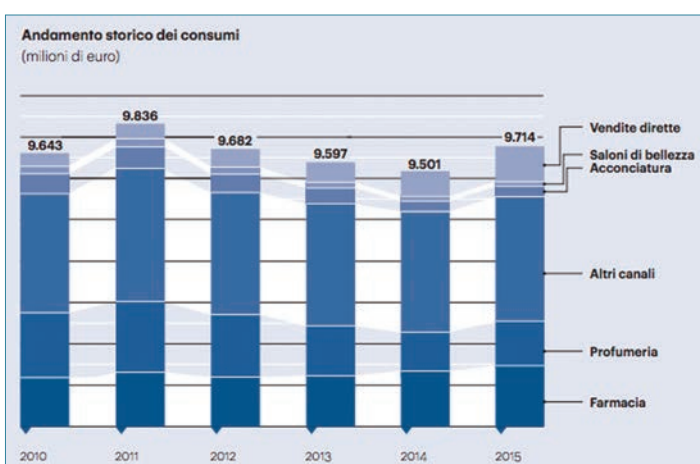
Prosegue la contrazione dei canali professionali, seppur con alcuni segnali di rallentamento; gli istituti di bellezza registrano infatti un -3,3%.

Ancora negativo - ma non più in caduta libera - il trend nei saloni d’acconciatura, con una diminuzione del 2,2% e un valore pari a 560 milioni di euro: la generalizzata diminuzione dei passaggi in salone da oltre cinque anni condiziona negativamente il settore, anche se molti professionisti hanno saputo reagire proponendo strategie di segmentazione sia nei servizi che nei trattamenti.



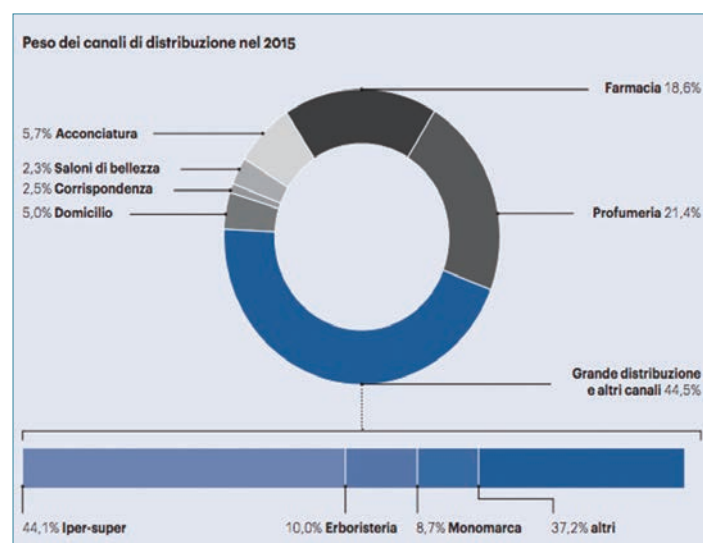
Mercato: prodotti per capelli

Il Centro Studi e Cultura d’Impresa di Cosmetica Italia propone una dettagliata analisi dei consumi per le famiglie di prodotto e i relativi sottogruppi, grazie all’incrocio dei dati rilevanti dai vari istituti di ricerca con i database storici e con le analisi derivate da statistiche interne, in continuo aggiornamento per ogni canale di vendita. Si conferma l’evoluzione all’interno dei canali e l’attenzione delle imprese alle modificazioni dei mercati e - parallelamente - all’impegno in qualità, servizio, ricerca e innovazione. L’ampliamento del mix, la segmentazione dell’offerta, la non-fedeltà di canale e la polarizzazione dei consumi sono le nuove condizioni



che influenzano le strategie d'impresa. Il 2015 ha inoltre visto una nuova accelerazione della comunicazione e promozione aziendale tramite web, social media e dinamiche di ramificazione, ormai ritenuti strumenti irrinunciabili all'interno delle imprese.

Entrando nello specifico settore dei prodotti per capelli, oltre ai prodotti di rivendita e a quelli utilizzati in salone, si segnalano i prodotti per capelli e cuoio capelluto venduti nei canali al consumo: questi ultimi nel 2015 calano di un punto percentuale per un valore prossimo ai 1.100 milioni di euro, al terzo posto col 13,3% delle vendite nei canali tradizionali. Gli shampoo, con 480 milioni di euro venduti chiudono l'anno con il calo di un punto percentuale bilanciato dalla crescita dell'1% di dopo-shampoo (balsami e maschere), con 145 milioni di euro e una flessione del 2,4%.



Fast Facts

Alcuni dati possono aiutare a meglio inquadrare il valore del comparto: il nostro Paese è il quarto sistema economico della cosmetica dopo Germania, Francia e Regno Unito con 35mila occupati, che salgono a 200mila con l'indotto.

Le donne impiegate nel settore rappresentano il 54% (circa 19.000), mentre la media dell'industria manifatturiera è ferma al 28%. I laureati totali sono pari all'11% degli occupati, contro una media nazionale del 6% e le donne laureate sono circa 1.700, il 45% dei laureati nel settore. Oltre agli specializzati in chimica farmaceutica e cosmetologia, sono numerosi gli addetti specializzati in economia e marketing di canale.

Per l'innovazione e la tecnologia, la ricerca e lo sviluppo le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 7% del fatturato, contro una media nazionale stimata attorno al 3%.

Non si dimentichi, inoltre, che la cosmetica copre il 44% degli investimenti in comunicazione dei beni "non food" e che oltre il 60% del make-up distribuito nel mondo è fabbricato in Italia a testimonianza del ricco e dinamico tessuto produttivo che vede la più importante concentrazione di imprese cosmetiche nel nord Italia (82%).

In particolare, la Lombardia si conferma la regione con la più alta densità di imprese cosmetiche con oltre il 51% (il 54% delle aziende cosmetiche lombarde si trova nella provincia di Milano), seguita da Emilia Romagna, Veneto e Piemonte.

Il rapporto export/produzione è pari al 38% a fine 2015, ma esistono ancora ampi margini per i processi di internazionalizzazione del comparto. Dal 2000 la crescita delle esportazioni è superiore all'incremento della domanda di cosmetici, a testimonianza dell'aumento della competitività italiana nel settore.



Innovation Salon, il salone del nuovo millennio

“Cambiare prospettiva e smettere di attendere un passato che non tornerà” così Giannantonio Negretti, Presidente di Universal Beauty Innovation, ha esortato gli operatori della cosmetica al fine di creare maggiore dialogo tra la formazione professionale e il mercato del lavoro

Domenica 20 marzo si è svolta, presso il Centro Servizi del Cosmoprof Bologna 2016, la conferenza “Innovation Salon- Il salone del nuovo millennio”. L’evento, dedicato alla formazione professionale, è stato organizzato dalla Camera Italiana dell’Acconciatura e Parrucchierando, in collaborazione con Universal Beauty Innovation e Parlux.

Giannantonio Negretti, Presidente di NG GROUP, ha partecipato all’organizzazione dell’evento che si è tenuto nella sala Notturmo offrendo il suo contributo anche come relatore.

La conferenza ha visto il susseguirsi di sei interventi tenuti da altrettanti relatori.

Il benvenuto alla platea è stato dato da Luca Stella, Presidente della Camera Italiana dell’Acconciatura.

Il Direttore del Centro Studi Cosmetica Italia, Gian Andrea Positano, ha presentato i nuovi dati riguardanti il settore cosmetico per l’anno 2015. Il fatturato globale ha toccato, nel corso dell’anno che si è concluso, i 10.000 milioni di euro, confermando una crescita costante e stabile. Rimangono in calo i canali dell’acconciatura e dell’estetica, con un trend negativo che conferma questo andamento da alcuni anni.

Giannantonio Negretti, Presidente di Universal Beauty Innovation- UBI, ha focalizzato il suo intervento sulla formazione professionale. Partendo dai dati di mercato, ha sottolineato un progressivo distacco, destinato ad aumentare, tra le esigenze dei consumatori e l’offerta dei prodotti e dei servizi professionali.

Il problema prende vita dalla categoria stessa: gli acconciatori e gli operatori estetici comprendono sempre meno le esigenze e i bisogni dei consumatori. Questi sono stati i motivi che hanno spinto e motivato Negretti ad esplorare nuovi orizzonti e lo ha convinto del fatto che:

“Non esiste crisi bensì mutazione. Una mutazione che avrà una sinapsi sempre più ripida e rapida, ma che è la vera opportunità per chi vuole cambiare prospettiva e smettere di attendere il passato che non tornerà mai più”.

Il progetto Future Beauty Lab, presentato al pubblico in questa sede per la prima volta, si pone l’obiettivo di realizzare un sistema di rete efficace che porti gli stakeholders a creare una nuova relazione tra operatori del benessere e consumatore per allineare in modo concreto, professionale ed etico tutti i protagonisti.

Ma anche far dialogare il mondo della formazione professionale e il mercato del lavoro, fare incontrare il campo della ricerca e innovazione con il mondo della formazione.

A conclusione dell’intervento di Giannantonio Negretti ha portato un’importante testimonianza Gianluigi De Silvi, preside della scuola Educo di Brescia. Proprio De Silvi, insieme ai suoi alunni, è stato il primo che ha deciso di partecipare al progetto Future Beauty Lab, instaurando una collaborazione, ancora in corso, con Negretti e i suoi Pionieri della Bellezza, che ha già ottenuto risultati positivi e si augura di fare sempre meglio. Romano Romagnoni, titolare di Parrucchierando e specialista in social media ha proposto un vero e proprio corso breve per imparare ad utilizzare al meglio Facebook permettendo così, ai parrucchieri in particolare, di portare nuove persone nel proprio salone.

Paolo Dolcetti, “il Ficcanso” di Parrucchierando, ha concluso i lavori con un intervento sul marketing ingannevole. Un’analisi puntuale riguardo ai prodotti cosmetici ed in particolare sui messaggi fuorvianti che le differenti aziende utilizzano per attirare i consumatori dimenticandosi dell’etica.

Il convegno ha visto la partecipazione di un pubblico numeroso ed attento. Un grande successo per un progetto che ha l’obiettivo di proporre un modello di formazione alternativo, capace di creare futuri professionisti attenti ai bisogni e alle necessità reali del consumatore.



Parlux, progetto Comunicazione: per essere sempre più al fianco dei migliori acconciatori!

Per Parlux è iniziata una nuova era fatta di comunicazione e contatto diretto con i migliori acconciatori.

D sempre la filosofia Parlux è quella di innovare; testimoni sono stati i suoi famosi asciugacapelli che, nel corso degli anni, sono sempre stai “un passo avanti” rispetto alla concorrenza, come lo dimostra, l’ultimo ed innovativo Parlux ADVANCE® recentemente presentato a Cosmoprof Bologna 2016, esempio di quanto di meglio la tecnologia Parlux può offrire agli acconciatori.

Oggi, la strategia Parlux prevede di essere sempre più vicini alle esigenze dei clienti e, per questo motivo, è stato scelto di investire per implementare, non solo i prodotti, ma anche le forme di comunicazione più avanzate e moderne, testimone la presenza, sempre più “importante” di Parlux sui principali Social Network. Non solo, l’azienda milanese è sempre più presente direttamente sul campo, in primis ai Campionati del Mondo di Acconciatura, Korea 2016 e come sponsor tecnico della nazionale italiana ANAM.

Altro passo importante è la cooperazione in progetti di comunicazione in co-marketing con i migliori brand del settore. La prima di queste operazioni, ha visto Parlux protagonista al Cosmoprof Bologna 2016 al fianco di Camera Italiana dell’Acconciatura, Parrucchierando.com e Beauty Pioneers, il progetto legato alla formazione del nuovo millennio ideato da GianAntonio Negretti. Future Beauty Lab, il titolo della conferenza alla quale hanno partecipato nomi illustri del settore, da Luca Stella e Gian Andrea Positano, rispettivamente Presidente e Segretario Generale di Camera Italiana dell’Acconciatura a Lino Fabbian, presidente di Confartigianato e Antonio Stocchi, presidente di CNA, a Elisa Parodi, Vice Direttore generale Parlux, oltre ad un centinaio di addetti ai lavori, acconciatori e rappresentanti di scuole di formazione professionale. Indubbiamente un grande successo che mette le basi per avvicinare sempre di più Parlux ad acconciatori e futuri hairstylist, alunni oggi dei più importanti istituti formativi italiani.

Il Phon del futuro è Parlux ADVANCE®

Al recente Cosmoprof Worldwide, Bologna 2016, grande successo per il nuovissimo Parlux ADVANCE®, un phon dalla tecnologia avanzata e dalle prestazioni superiori, vera innovazione nel settore asciugacapelli professionali per i prossimi anni. Parlux ADVANCE® incorpora un innovativo motore K-Advance®, progettato con una nuova concezione per durare ancora più a lungo (circa 2500 ore di lavoro per una portata d’aria di 83 metri cubi l’ora) e fornire quindi altissime prestazioni.

Leggero e molto potente, dal design moderno ed ergonomico e dalle misure ideali per il parrucchiere, questo asciugacapelli presenta un innovativo corpo anteriore “anti-riscaldamento” ed interruttori SOFT (ridisegnati) per una migliore presa, maneggevolezza ed utilizzo dell’operatore. Con la sperimentata tecnologia Ionic&Ceramic, già presente in altri modelli Parlux, il Parlux ADVANCE® consente asciugature efficaci e velocissime; i materiali Eco-Friendly con cui è prodotto, permettono di risparmiare energia, non emettere ozono e rispettare l’ambiente; totalmente “made in Italy”, è disponibile nella innovativa, futuristica nuance “ghiaccio” nonché in ben altre nove diverse colorazioni. Grazie a tutte queste particolari caratteristiche tecniche, il Parlux ADVANCE® rappresenta quindi il compagno di lavoro ideale di qualsiasi professionista di successo.





Cresce il settore health & beauty nel commercio digitale

In occasione della 49esima edizione del Cosmoprof di Bologna, Demandware pubblica i dati del suo Shopping Index relativi al quarto trimestre del 2015 con un focus sul comparto della bellezza. Nel beauty la crescita del 10%

delle visite ha portato a un aumento del 25% dei carrelli e a un incremento del 19% degli ordini. Nel commercio digitale i settori bellezza e cura della persona sono quelli che, insieme all'abbigliamento sportivo, registrano i più alti tassi di sconto



Demandware, azienda leader (globale) nelle soluzioni cloud commerce per le imprese, consente ai maggiori retailer mondiali di innovare costantemente nell'attuale contesto sempre più complesso e orientato al cliente. La piattaforma cloud aperta di Demandware offre importanti vantaggi, incluso un alto livello di innovazione continua, l'ecosistema LINK che riunisce e integra i migliori partner per ogni ambito di attività e le conoscenze acquisite da tutta la community per ottimizzare le esperienze dei clienti. Questi vantaggi consentono ai clienti di Demandware di diventare leader nei loro settori e di crescere più velocemente.

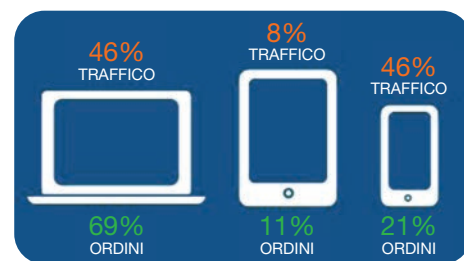
Per ulteriori informazioni, visitate il sito <http://www.demandware.it> chiamare +39 335 7828245 oppure scrivere a info.it@demandware.com

Il settore health & beauty nell'eCommerce a livello mondiale ha registrato un aumento del 25% dei carrelli che ha portato a una crescita del 19% degli ordini. Questi i dati dello Shopping Index relativi al quarto trimestre del 2015 rilasciati da Demandware, azienda leader globale nelle soluzioni cloud commerce per le imprese di moda, lusso, bellezza e food, in occasione della 49esima edizione del Cosmoprof di Bologna. Nell'ultimo trimestre del 2015 il commercio digitale ha registrato un aumento del 26%: per quanto riguarda la crescita del brand, la variazione nel numero di acquirenti che hanno visitato un sito ha contribuito per il 98% (attrattiva), mentre il prodotto della frequenza, della conversione e del valore medio degli ordini per il 2% (spesa). L'attrattiva contribuisce ad alimentare la crescita del commercio digitale. Sia che i retailer cerchino di trovare nuovi acquirenti o di coinvolgere nuovamente i vecchi, l'attrattiva rimane fondamentale per raggiungere il successo e una sana crescita.



Tendenze per dispositivi

A livello globale, dalla riduzione di traffico e dalla quota di ordini, in calo rispettivamente del 19% e 10%, è evidente come il tablet stia vivendo un momento di crisi. Gli smartphone, per contro, continuano a registrare un aumento del traffico del 30% e una crescita degli ordini del 50% anno su anno. Non bisogna però sottovalutare l'impatto che la riduzione nell'uso del tablet avrà sui computer. Le edizioni "pro" dei tablet daranno del filo da torcere ai pc: è dunque importante che l'interfaccia utente sia ottimizzata per tutti i dispositivi capaci di integrare tecnologie touchscreen.



Tempo di permanenza sul sito



Il coinvolgimento standard nel digitale sta cambiando. Le visite da sito stanno vivendo un calo e un momento di impasse. Se le visite diventano più efficienti nel coinvolgere i consumatori, saranno più lunghe o più brevi? Stando alle tendenze attuali sembrerebbe che in futuro la navigazione e gli acquisti saranno più veloci (L'analisi mette a confronto i siti di digital commerce che hanno transitato nel Q4 del 2015 con quelli dello stesso periodo del 2014. Le percentuali sono arrotondate e la loro somma potrebbe non corrispondere a 100). Infatti, gli acquirenti continuano ad accorciare il tempo di permanenza sul sito: mentre il traffico si sposta verso gli smartphone e le visite da dispositivi mobili durano sempre meno, ci si aspetta che questa tendenza continui. Nel beauty, il tempo medio di permanenza per visita nel corso del Q4 del 2015 è diminuito del 10% (7,2 minuti); da smartphone la diminuzione è stata del 16%, pari a 6,3 minuti.

Attività di acquisto

Durante il periodo preso in esame, è emerso un aumento generale del tasso di conversione dei carrelli che fa ben sperare per i retailer dell'omnicanalità che si basano sui carrelli per colmare il divario tra negozio fisico e digitale.

Nel beauty la crescita del 10% delle visite ha portato ad un aumento del 25% dei carrelli e, conseguentemente, ad un incremento del 19% degli ordini. È però l'abbigliamento il settore che nel quarto trimestre ha registrato una crescita degli ordini molto maggiore rispetto agli altri segmenti.



Le nuove tecnologie hanno cambiato per sempre il tradizionale percorso di acquisto, oltre ai consumatori stessi e l'acquisto omnicanale. Questa rivoluzione ha comportato anche l'aumento dei carrelli e del tasso di conversione degli stessi. I retailer che utilizzano meglio il carrello come strumento di acquisto e veicolo di *marketing engagement* cresceranno; al contrario, coloro che prestano attenzione alle metriche tradizionali, come la percentuale di abbandono, perderanno di vista molti aspetti di un settore in evoluzione. Sono infatti i carrelli la chiave del coinvolgimento cross-channel.

Valore degli ordini e sconti

Nel commercio digitale sono i settori bellezza e cosmesi a registrare i più alti tassi di sconto, insieme all'abbigliamento sportivo. La spedizione gratuita è uno strumento universale utilizzato in diversi segmenti e Paesi: ormai gli acquirenti se l'aspettano sempre di più, anno dopo anno. Nel settore beauty la spedizione gratuita è applicata nell'84% dei casi e su un valore medio di ordine di 82\$, mentre il tasso medio di sconto



è pari al 19%. Se la combinazione spedizione gratuita + scoutistica può sembrare la conclusione più ovvia, i brand di spicco rompono gli schemi offrendo prodotti personalizzati ed esclusivi. Queste offerte permettono una comunicazione più intima con il cliente e l'aumento del valore d'acquisto (l'analisi mette a confronto i siti di digital commerce che hanno transitato nel Q4 del 2015 con quelli dello stesso periodo del 2014. La percentuale di sconto viene calcolata come sconto sulla merce acquistata e non include gli articoli precedentemente scontati).

Sistema operativo: smartphone

L'iPhone è il dispositivo più usato per gli acquisti online: ha guadagnato quote di traffico e ordini in ogni



segmento analizzato, registrando un aumento di 5 punti percentuali solo nell'ultimo anno e fino a 3 punti percentuali rispetto al trimestre precedente. Nel beauty i dispositivi Android hanno registrato il 37% di quota di traffico e il 30% di quota degli ordini, contro il 63% di quota di traffico e il 70% di quota degli ordini dei devices iOS. A guardare i numeri è l'iPhone a farla da padrone. Ciò nonostante, la quota registrata per i dispositivi Android è ancora troppo significativa per non essere presa in considerazione. A prescindere dal dispositivo, lo sviluppo di un'interfaccia per smartphone realmente all'avanguardia è l'obiettivo numero uno per ogni retailer.



Roberto Liscia
Presidente di Netcomm

eCommerce: il settore della cosmesi vale 170 mln di Euro



Comodità, convenienza e disponibilità le chiavi del successo del Net Retail cosmetico che cresce del 22% con oltre 2 mln di clienti abituali



Continua a crescere l'eCommerce in Italia, trainato da una predominanza dello smartphone come nuovo dispositivo preferito per fare acquisti (+10%). Alla fine del 2015 sono stati 18,8 milioni gli acquirenti online italiani, +19,3% rispetto al 2014, che hanno generato un valore di quasi 21 miliardi di euro per l'intero anno, dei quali oltre 18 transati sulle carte. In occasione della 49esima edizione del Cosmoprof Worldwide Bologna, Netcomm svela i dati relativi al settore pubblicando "Acquisti online di cosmetica - Key Findings", in uno studio svolto dal Consorzio del Commercio Elettronico e da Cosmetica Italia con L'Oréal e Mediterranea Fratelli Carli e con il supporto di Human Highway. I dati salienti saranno presentati da Netcomm durante il panel dal titolo "I numeri della cosmetica e la sua evoluzione digitale".

"In Italia l'eCommerce continua senza sosta la propria crescita - ha dichiarato Roberto Liscia, Presidente di Netcomm.

Una fetta di questo aumento si deve anche all'industria della cosmesi. Come Consorzio il nostro impegno per la diffusione della cultura digitale nei confronti delle aziende di questo settore è un passo importante, anche nel solco del protocollo d'intesa siglato lo scorso anno con Cosmetica Italia, l'Associazione nazionale imprese cosmetiche, aderente a Confindustria. Ad oggi sono 29,3 milioni gli individui maggiorenni che accedono alla Rete almeno una volta a settimana e 18,2 milioni (61,2%) fanno acquisti online. Di questi, 4,7 milioni (il 16,1% della popolazione presa in esame) ha acquistato almeno una volta negli ultimi sei mesi un prodotto di cosmetica".

Nel 2015 il valore degli acquisti online di prodotti di cosmetica ha registrato un aumento del 22%, un ritmo superiore a quello dell'intero Net Retail italiano (+19% nel 2015 rispetto al 2014), per un valore di 170 milioni di euro, in crescita rispetto ai 144 milioni del 2014. Gli acquirenti online di cosmetica sono il 16,2% degli utenti Internet italiani maggiorenni (quasi 5 milioni di persone), vale a dire poco più di due milioni di acquirenti. Due acquirenti online di cosmetica su tre sono donne (65,4%) e in metà dei casi hanno un'età compresa tra 25 e 44 anni e in media più elevata del totale degli acquirenti online.

Gli acquirenti online di prodotti di cosmetica sono cresciuti del 18% nell'ultimo anno, raggiungendo i 4,7 milioni di individui, 2 milioni dei quali sono acquirenti abituali, ovvero hanno acquistato più di una volta un prodotto di cosmetica negli ultimi sei mesi.

Nel 2015 ogni 100 euro spesi in Italia in prodotti di cosmetica, 2,2 sono passati attraverso il canale online. L'acquisto online di prodotti cosmetici avviene nell'89% dei casi su un sito Web del merchant e solo in 11 casi su 100 via App.

I merchant più utilizzati nell'acquisto online sono gli eRetailer, ovvero soggetti nati con la Rete e che non esistevano prima dell'avvento di Internet, seguiti dai produttori che trovano nell'online il modo per raggiungere direttamente i propri clienti.

A guidare lo shopping online è soprattutto un sentimento di comodità che comprende la convenienza (risparmio, offerte) e la disponibilità (prodotti difficili da trovare, ampio catalogo disponibile), come dimostra il grafico sottostante.

Per i consumatori dei prodotti beauty, consegna gratuita e prezzo conveniente rispetto al negozio sono parametri di garanzia per un servizio di acquisto online perfetto, insieme a sicurezza, affidabilità, serietà e ottime recensioni.

"È con un segnale positivo che si aprono le rilevazioni del Centro Studi di Cosmetica Italia in occasione del Cosmoprof di Bologna - ha dichiarato Gian Andrea Positano, Responsabile del Centro Studi di Cosmetica Italia. Sul fronte del mercato interno il 2015 segna infatti una crescita del 2,2% per un valore che supera i 9.700 milioni di euro. In questo contesto la rilevazione delle vendite di cosmetici online è prossima ai 170 milioni di euro nel 2015, analogamente agli andamenti positivi registrati dalle vendite dirette (oltre 720 milioni di euro, +15%), che testimoniano un'evoluzione nelle modalità di acquisto dei consumatori cui la ricerca coordinata con Netcomm offre un significativo quadro di analisi".

international Stylists

- Mixart Diffusion
- Gjoko Shkreli
- Andrea Filthaus
- Laetitia Guenaou
- loft parrucchieri
- Diadema
- Jason Hall and Desmond Murray

Hair: Mixart Diffusion for Framesi
Photo: Karel Losenicky
Styling: Re.Styling
Make up: Giuseppe Giarratana



Hair: Mixart Diffusion for Framesi
Photo: Karel Losenicky
Styling: Re.Styling
Make up: Giuseppe Giarratana





Hair: Mixart Diffusion for Framesi
Photo: Karel Losenicky
Styling: Re.Styling
Make up: Giuseppe Giarratana

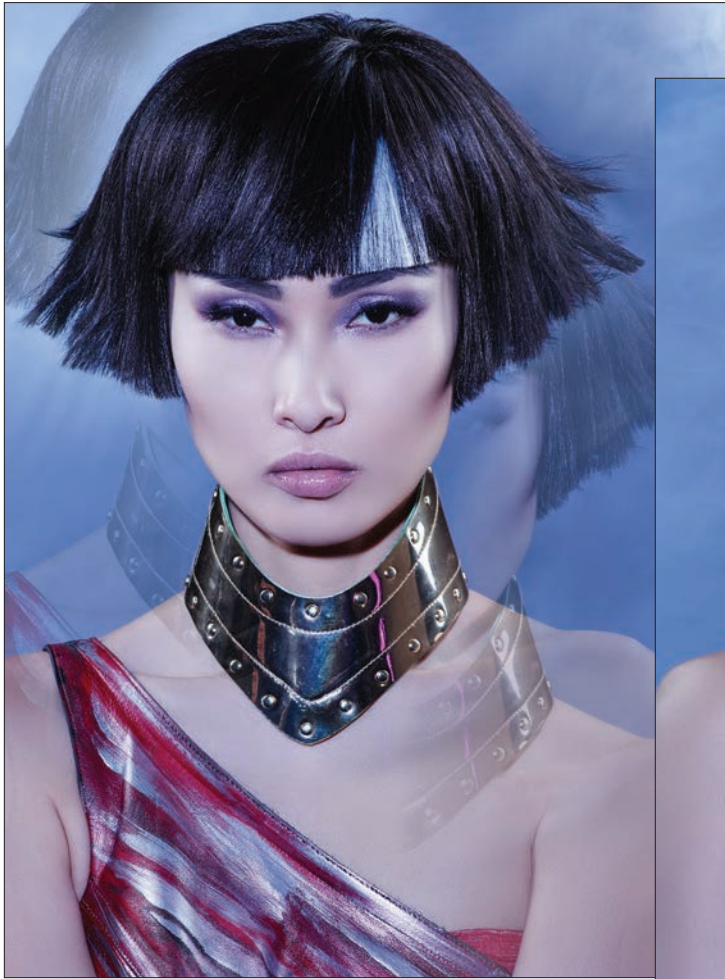




S Hair: Gjoko Shkreli, Gjoko Shkreli Salon & Spa, New York
Photo: Roberto Ligresti
Make up: David Maderich



S Hair: Gjoko Shkreli, Gjoko Shkreli Salon & Spa, New York
Photo: Roberto Ligresti
Make up: David Maderich



Hair: Gjoko Shkreli, Gjoko Shkreli Salon & Spa, New York
 Photo: Roberto Ligresti
 Make up: David Maderich



Hair: Gjoko Shkreli, Gjoko Shkreli Salon &
Spa, New York
Photo: Roberto Ligresti
Make up: David Maderich



S Hair and photo: Andrea Filthaus







S Hair and photo: Andrea Filthaus



S Hair and photo: Andrea Filthaus





Hair: Luc Pesant International Technical
Manager Revlon Professional VP Global
Executive Creative Director: Miquel Garcia
Photo: Jonas Bresnan



Hair: Luc Pesant International Technical
Manager Revlon Professional VP Global
Executive Creative Director: Miquel Garcia
Photo: Jonas Bresnan


Hair: Mixart Diffusion for Framesi
Photo: Karel Losenicky
Styling: Re Styling
Make up: Giuseppe Giarralano



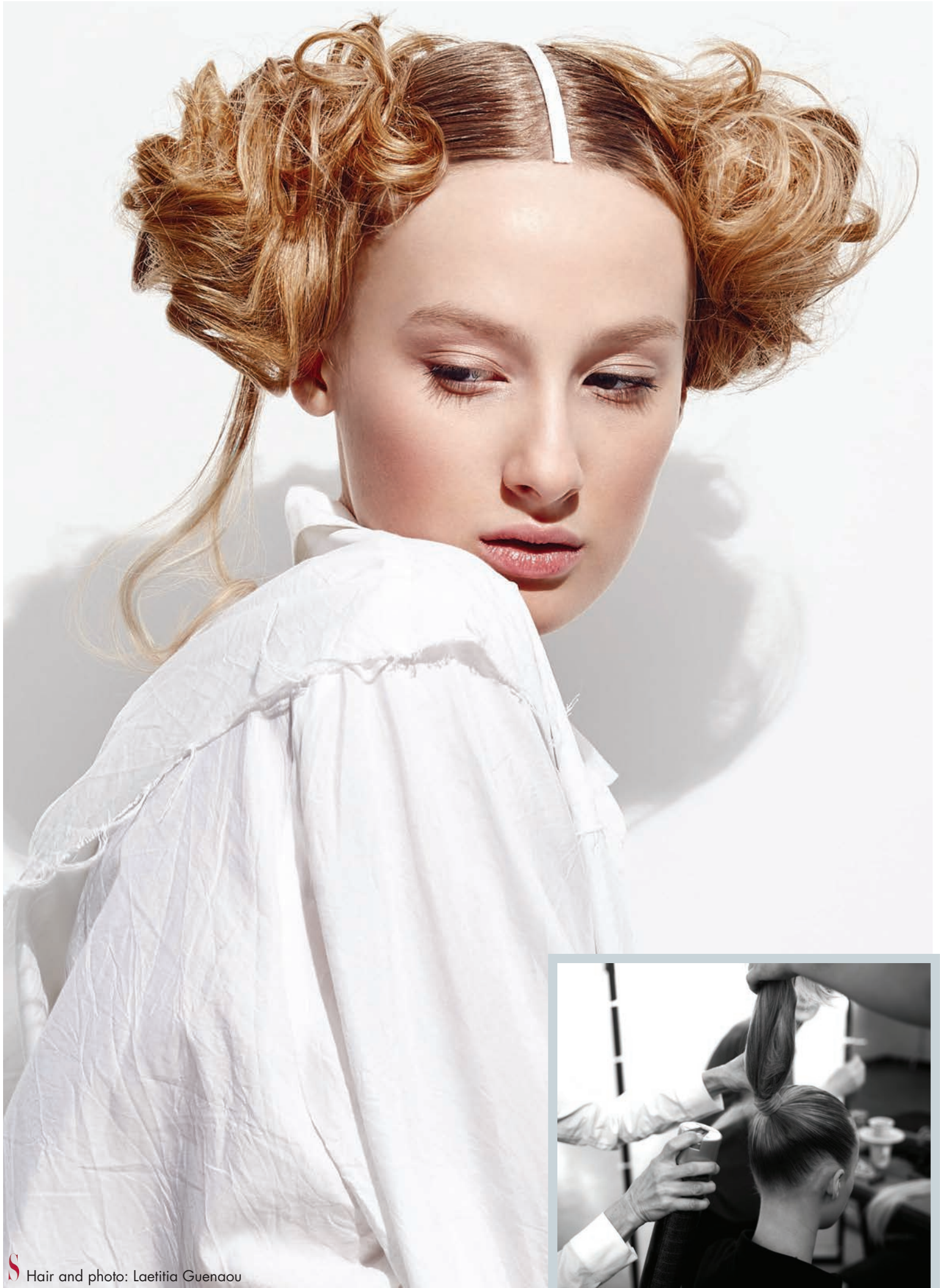
S Hair and photo: Laetitia Guenaou






 Hair and photo: Laetitia Guenaou

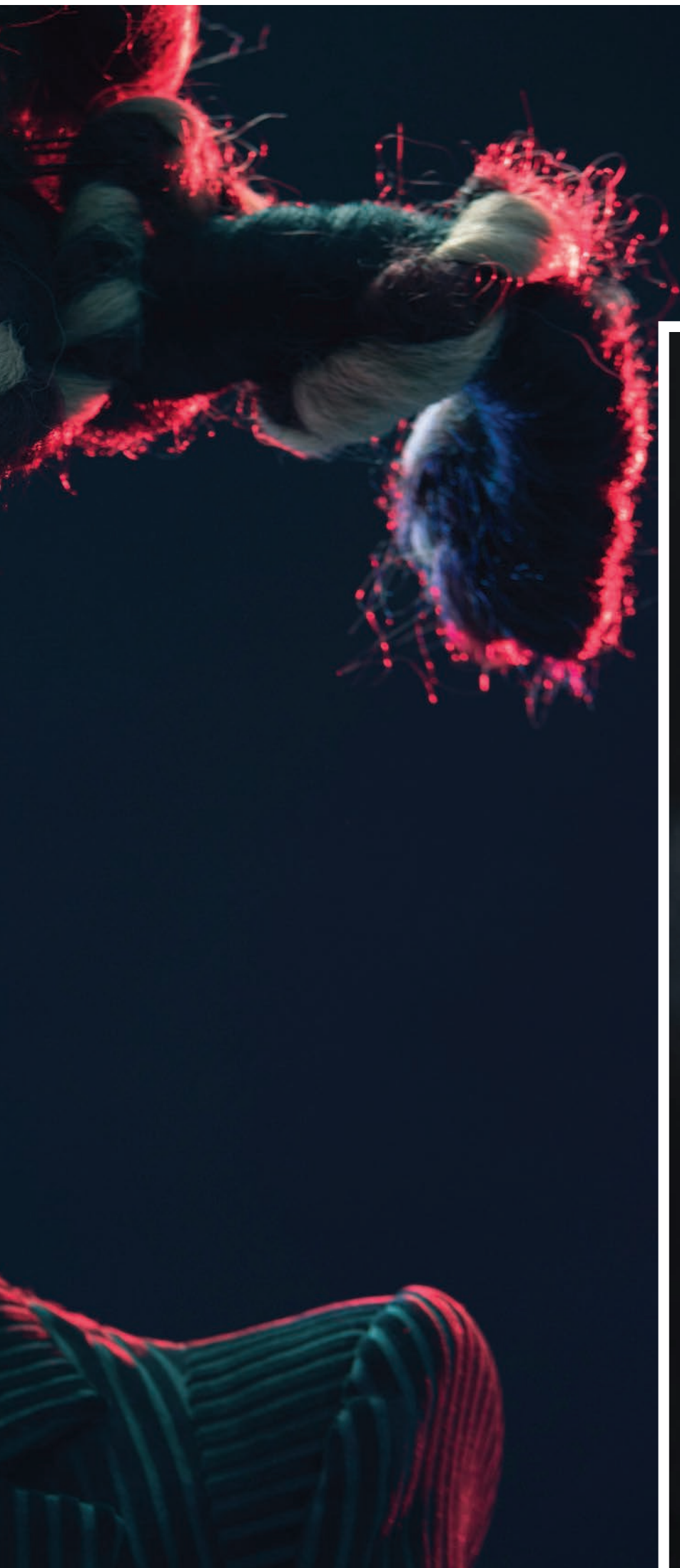




 Hair and photo: Laetitia Guenaou



S Hair: loft parrucchieri
Photo: Davide Ambroggio
Make up: Brenda Lenzi
Stylist: Valentina Cortesi





S Hair: loft parrucchieri
Photo: Davide Ambroggio
Make up: Brenda Lenzi
Stylist: Valentina Cortesi



S Hair: loft parrucchieri
Photo: Davide Ambroggio
Make up: Brenda Lenzi
Stylist: Valentina Cortesi

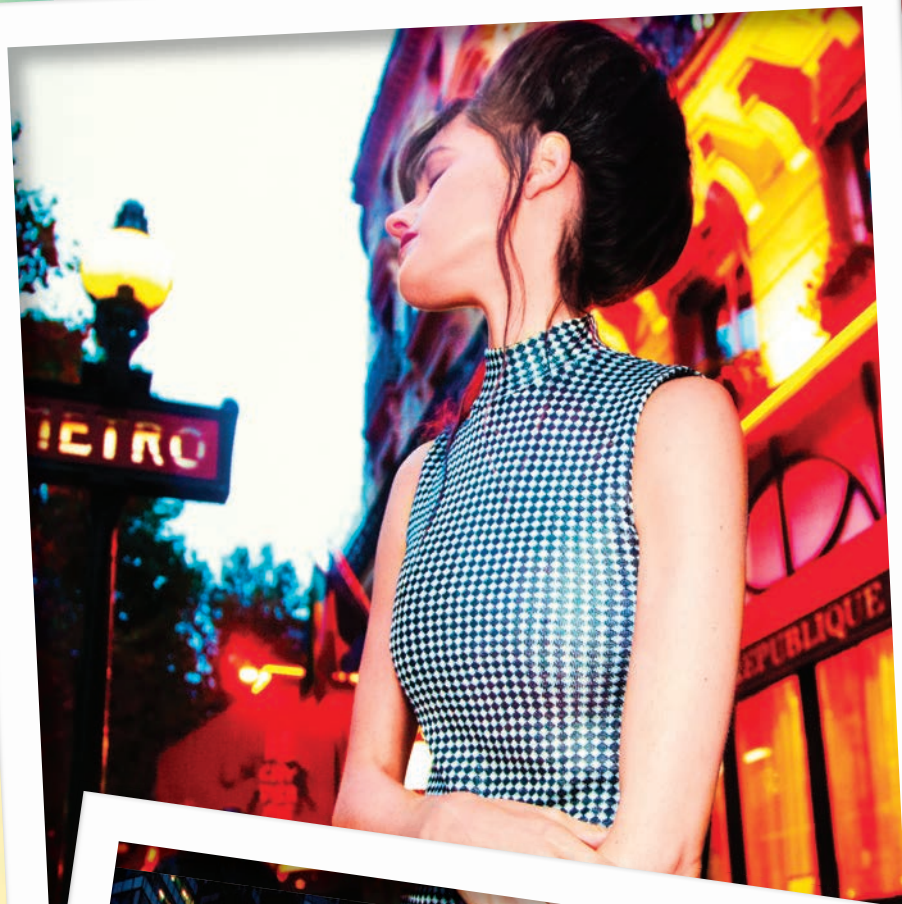


Hair: Diadema
Art Director: Fabio Messina
S Photo: Stefano Bidini
Make up: Gergana Tihova per Diadema



Hair: Diadema
Art Director: Fabio Messina
Photo: Stefano Bidini
Make up: Gergana Tihova per Diadema





S Hair and photo: Jason Hall and Desmond Murray







LUMIA

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



**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



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.

cutique.it



info@cutique.it

REGISTRATI ORA

Tel +44 (0) 844 581 4915

salonexhibitions.co.uk/booktickets

USA IL CODICE PROMO **SMW1** PER VINCERE
2 BIGLIETTI PER IL BACKSTAGE

HJ STAGE

CENTINAIA DI ESPOSITORI

ARREDAMENTO E ACCESSORI PER PARRUCCHIERI

HAIR HEALTH VILLAGE

TECNICHE E TRENDS



In association with



LONDON CALLING

RISPONDI ALLA CHIAMATA E
SCOPRI NUOVI TRENDS, PRODOTTI E
TECNICHE DAL VIVO

15 – 17 ottobre 2016, ExCeL London

salonexhibitions.co.uk/international

Kieron Fowles – Hair
Jack Eames – Photographer
Oriella Paganuzzi – Stylist
Karin Darnell – Make Up

MEN'S STAGE

BRITISH HAIRDRESSING AWARDS GALLERY

BUSINESS BUBBLE

NUOVI PRODOTTI

LEGENDS LOUNGE



Let the Sunshine: come proteggere la chioma dal sole

Capelli porosi, inariditi, ossidazione del colore naturale o cosmetico: l'effetto dei raggi solari nocivi può determinare modificazioni chimiche e strutturali al fusto dei capelli ma anche danni significativi al bulbo. Educare la clientela sui rischi e su come proteggersi può però rappresentare anche un'ottima leva di marketing

Negli ultimi anni, complice l'aggravarsi della situazione atmosferica, le informazioni su come proteggere al meglio la pelle dai raggi del sole nocivi sono sempre più accurate, stop quindi al ricorso selvaggio ai lettini solari e ad interminabili giornate esposti al sole.

L'abbronzatura eccessiva, oltre ad essere ormai démodé, non danneggia solo l'immagine, aumenta esponenzialmente il pericolo di melanoma e danni irreversibili.

Nessuna donna che abbia a cuore la salute e la bellezza della propria pelle si esporrebbe al sole senza prima essersi adeguatamente preparata e protetta preventivamente e, a fine giornata, passarsi una crema lenitiva. Queste premure permettono inoltre di ottenere un'abbronzatura migliore e più duratura.

La percezione di pericolo e la conseguente attenzione riposta nel proteggere la pelle è però comunemente molto più evoluta rispetto a quella che si riserva alla chioma.

I capelli non si arrossano, non bruciano e non sono soggetti a fastidiosissimi eritemi, per questo vengono ancora ingiustamente trascurati. Ma i capelli, come la pelle, sono annessi cutanei; entrambi necessitano quindi delle stesse attenzioni e possono essere irrimediabilmente danneggiati da un'errata esposizione al sole, al cloro e alla salsedine.

I pericolosi raggi ultravioletti danneggiano il fusto dei capelli, causandone modificazioni chimiche e strutturali, che siano essi vergini o sottoposti a trattamenti cosmetici: nel caso di capelli trattati chimicamente il rischio di ingiallirsi e sbiadire rapidamente è ancora più elevato.

I danni causati da mancanza di protezione si estendono fino ad alterare le proprietà fisiche del capello stesso: la resistenza alla trazione è minore, i capelli tendono a spezzarsi con più facilità e - al ritorno dalle vacanze - l'efficacia di qualsiasi trattamento estetico diminuisce, causando anche insoddisfazione alla cliente.

Recenti studi in campo tricologico hanno inoltre dimostrato come l'esposizione massiva ai raggi UV sia causa di seri danni anche al bulbo: le radiazioni solari provocano la morte delle cellule - specialmente in quelle che proliferano maggiormente, come quelle del bulbo del capello - causando un tangibile incremento nella perdita dei capelli.

Prestare attenzione anche all'acqua del mare e a quella delle piscine: nel primo caso possono sedimentarsi piccoli cristalli di sale tra i capelli che - agendo come piccole lenti arroventate - attirano i raggi del sole.

Il cloro e i disinfettanti presenti nelle piscine invece, possono creare reazioni cromatiche sui capelli.

In tutti questi casi i capelli più a rischio sono quelli biondi, naturali o trattati, e quelli grigi.

Detergere i capelli con prodotti specifici e sciacquarli con acqua dolce è quindi uno step obbligatorio per liberare i capelli e rigenerarli.

Nonostante le controindicazioni siano notevoli, come si diceva, la vendita di prodotti solari per la cura dei capelli necessita ancora di incentivi. E' quindi dovere dell'hairstylist, con il quale la cliente ha stabilito un rapporto di fiducia tale da affidargli il suo look, consigliare il trattamento più adatto al proprio fototipo. Come per la pelle, capelli sani e luminosi hanno un impatto positivo sulla percezione della donna e la loro brillantezza contribuisce ad aumentarne il fascino.

Dal canto loro le aziende offrono prodotti sempre più performanti, customizzati, in pratici formati da viaggio e multitasking, referenze pratiche adatte sia alla cura del corpo che a quella dei capelli, che alleggeriscono il bagaglio ma non il portafogli.

Roberta Leone

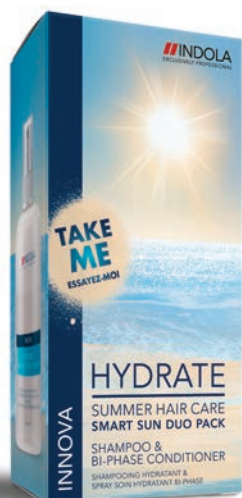


1. Il Conditioning Detangler di **Aloxxi** è un districante e leggero che aiuta a rinforzare, rivitalizzare e proteggere il colore senza appesantire il capello. Conditioning Detangler è un prodotto multitasking indicato per proteggere la pelle durante l'esposizione al sole poiché i suoi filtri UV permettono di ottimizzare l'effetto di qualsiasi crema solare. 2. Lo spray al The Verde e Calendula di **John Masters Organics** è formulato con 10 estratti organici e oli biologici certificati. Le sue componenti organiche lo rendono il prodotto perfetto da usare durante la bella stagione per proteggere i capelli dallo sbiadimento dovuto ai raggi UV. 3. La crema schermo all'Aloe Vera della linea Essentials Hair Care - Vegetal Extract di **Artwork Moda**, è allo stesso tempo un curativo e un finishing. La presenza dell'Aloe Vera assicura il naturale equilibrio idrolipidico del capello donando un aspetto morbido e lucido. Grazie alla sua particolare formulazione, protegge i capelli dall'azione nociva dei raggi solari (filtro UV), salsedine e cloro della piscina. Protegge i capelli prima e durante l'esposizione al sole assicurando idratazione, morbidezza e lucentezza. Sui capelli umidi condiziona e crea un look lucido-bagnato. 4. **Solaria Sun Shower** è uno Shampoo doccia con Aloe Vera, arricchito con vitamina E e C. Dopo una giornata passata in spiaggia corpo e capelli hanno bisogno di essere reidratati in profondità. I principi attivi di Sun Shower hanno un'azione emolliente ed idratante. Sun Shower è arricchito con filtri UV e contrasta le cause di inaridimento, secchezza e disidratazione provocati dall'esposizione al sole, al sale marino e al cloro. 5. Il Latte Dopusole Rigenerante con bacche di Goji di **Breil** è un'emulsione leggera che restituisce alla pelle la corretta idratazione e freschezza dopo una giornata di sole. Dona sollievo immediato alla pelle arrossata dai raggi solari e la rigenera ristrutturando la barriera cutanea indebolita dalla prolungata esposizione. Contrasta inoltre la formazione dei radicali liberi, principali responsabili dell'invecchiamento precoce. Dermatologicamente

testato, nickel tested, senza parabeni, senza oli minerali e senza coloranti. 6. Color Protector di **Calmar** è una linea specifica per capelli tinti che grazie al complesso naturale contenuto protegge i capelli dallo sbiadimento del colore, mantenendo il capello sano forte e vibrante. Il complesso naturale di melanina, SOD e perossidasi, derivato da Wasabi Japonica, svolgono un ruolo fondamentale per la protezione del colore. La linea Color Protector è composta da uno shampoo specifico per il lavaggio di capelli tinti, una maschera rigenerante e ristrutturante ed uno spray protettivo districante senza risciacquo. 7. SOS & Protection by **Shot**, grazie i suoi filtri solari, è una linea specifica per l'estate, ma risulta un valido alleato di bellezza anche per i capelli stressati da trattamenti termici, per questo può essere utilizzata nel corso di tutte le stagioni, inverno compreso. I principi attivi di SOS & Protection sono l'Olio di Argan, elisir di giovinezza grazie alle sue proprietà antiossidanti, emollienti, idratanti e anti-age e l'Aloe, il vegetale più ricco di sostanze benefiche per l'organismo grazie ai 160 minerali e vitamine che lavorano in una straordinaria sinergia naturale. 8. La linea Creative Walk Beach di **Cotril**, composta da Protective Oil, Shower Shampoo e Hydrating Cream - la crema per capelli idratante e rivitalizzante- torna ad essere connotata dalla sua storica profumazione che si combina a nuove formule a base di estratti vegetali di derivazione mediterranea dalle molteplici proprietà benefiche, per enfatizzare le piacevoli caratteristiche di morbidezza e appagare i sensi.



9



10



11



12



9. La proposta per l'estate 2016 di **Indola** è Smart Hydrate Duo Pack, per poter nutrire i capelli in estate scegli uno shampoo e conditioner idratanti. Questi prodotti permetteranno di recuperare l'idratazione persa a causa all'esposizione al sole, al sale e al cloro. A base di Latte di Bamboo, Olio di Mandorle e Proteine del Grano. **10.** SU/Milk di **Davines**, è una crema spray leave-on per capelli, ideale sia durante che dopo l'esposizione al sole. Trattamento senza risciacquo che offre tutti i benefici di una crema e la leggerezza di uno spray. Contiene dei filtri protettivi, che preservano l'integrità dei capelli durante l'esposizione al sole e ha una texture leggera, in grado di condizionare, senza appesantire, i capelli. **11.** Sun Protection Oil di **Emmediciotto** è un olio ristrutturante protettivo e schermante per tutti i tipi di capelli. Contiene filtri solari che assicurano ai capelli una protezione ad effetto "schermo totale" dal sole, dalla salsedine e dal cloro mantenendo il colore dei capelli più a lungo. Olio di palma, vitamina E, apportano energia, idratazione e protezione ai capelli. Non unge. **12.** Argan Oil Absolute Doposole by Farmavita è un olio secco multifunzionale profumato per corpo-viso-mani. Tocco finale di elegante sensualità per avvolgere il corpo in una morbidezza suprema. Argan Sublime Absolute oil emana una fragranza preziosa ed avvolgente. Un profumo lussuoso e sofisticato dove si intrecciano note di Bergamotto, Rosa Damascena e Gelsomino. Ideale per after sun. **13.** Morphosis Sun Protective Cream by Framesi è una crema fluida protettiva, idratante e nutriente. Applicata prima dell'esposizione al sole e dopo ogni bagno, ripara i capelli dal calore e dalla luce, mantenendoli elastici e prevenendo lo scolorimento del colore. La sua formulazione vanta l'estratto di fiori di Hibiscus antiossidanti, filtri UV e vitamina E anti radicali liberi, olio di crusca di riso idratante e sostantivante e agenti filmogeni che respingono le

aggressioni di sale e cloro. **14.** Giomat Research Sunfeel è un efficace rimedio alle aggressioni e allo stress che i capelli subiscono con l'esposizione al sole, al cloro, alla salsedine e al vento. Ingredienti naturali di altissima qualità, come il prezioso segreto di bellezza della Polinesia, l'olio di Monoi, per una delle formulazioni più efficaci e moderne mai concepite dai nostri laboratori. **15.** La linea Soleado di **Hantesis**, con burro di Muru Muru, Olio di Macadamia, estratto di Dattero, filtro solare e principi attivi lenitivi, si articola in tre prodotti - doccia shampoo, maschera e spray protettivo - studiati per sopperire alle esigenze dei capelli esposti al sole. Tutti i prodotti contengono Acqua Termale, ricca di elementi ad azione tonico-lenitiva. **16.** Mediter Suncare Beauty di **Helen Seward** è la linea di prodotti specifici che assicurano protezione dalle micro-aggressioni di sole, vento, salsedine e cloro che possono danneggiare i capelli e il loro colore naturale o cosmetico. Il programma solare, arricchito da Olio di Argan e PhytoDefence-Complex, si presenta in un kit composto da tre pratiche mini taglie: defence Shower Shampoo, Defence Mask e Defence Spray.

15



13



14



16



17



18



19



20



17. I prodotti della linea Pro Sun di **Inco** sono piacevoli come trattamenti di bellezza. Formulati secondo principi professionali ed in conformità con le più recenti normative europee, che garantiscono un'abbronzatura perfetta danda alla pelle protezione, idratazione e tonicità. Lo shampoo Protezione Colore con complesso Antiossidante Vegetale e Vitamina A protegge e previene la perdita di colore, sia su capelli tinti che naturali, dovuta all'esposizione ai raggi solari, con in più un gradito effetto volume. Distribuire su capelli bagnati massaggiando delicatamente, lasciare in posa pochi minuti e risciacquare abbondantemente. 18. Sun Shield Mist di **Itely Hair Fashion** è uno spray bifasico idratante ed anti-ossidante a base di estratto di Acai, olio d'Argan e Miele. Difende i capelli dai raggi UV lasciandoli leggeri e luminosi. 19. Per l'estate Kemon propone la nuova linea Sunny Touch di Liding con estratto di elicrisio. La linea è composta da Sunny touch Hair&Body, shampoo doccia dopo sole, Sunny Touch Magic Spray, spray protettivo bifasico e Sunny Touch Conditioner, crema condizionante dopo sole che rende il capello morbido, leggero e facile alla piega svolgendo anche una profonda azione protettiva, ristrutturante e riparatrice. 20. La nuova Linea **Lisap Summer Care** è stata studiata per tutti coloro che desiderano ottenere capelli sani e lucenti anche durante l'esposizione al sole e una pelle sempre perfettamente idratata. La formulazione innovativa e rispettosa dei consumatori e dell'ambiente è totalmente Paraben & Silicon Free* ed arricchita di Olio di Babassu, Estratto di Melograno e Aloe Vera per detergere, idratare e proteggere pelle e capelli. 21. L'olio spray protettivo solare water resistant Solarich di **Medavita** è protettivo per capelli con filtri UVA/B, effetto bagnato, preserva la struttura e il colore della fibra capillare dall'esposizione ai raggi solari.

La sua texture, al contempo ricca e leggera, apporta nutrimento intenso alla capigliatura senza appesantire, donando inoltre un brillante effetto bagnato. Resistente all'acqua. Contiene olio di Baobab, che nutre intensamente e protegge la fibra dai danni ossidativi grazie alle sue proprietà antiossidanti, emollienti e leviganti. Per tutti i tipi di capelli.

22. **Hair Company Professional** presenta Glacial Shampoo After Sun, Shampoo doposole con ArcticCare, complesso di attivi ad alto potere anti-age. Deterge delicatamente dopo l'esposizione al sole eliminando ogni residuo di salsedine e cloro. Grazie alle sue proprietà emollienti e alla gradevole profumazione apporta inoltre una immediata sensazione di "Glaciale Freschezza". 23. La crema doposole rigenerante e rivitalizzante ad effetto soft touch **Nashi Argan After Sun Milk**, grazie alla sua texture fresca non grassa e di facile assorbimento, è formulata con una combinazione di principi attivi nutrienti, idratanti e lenitivi. Arricchita inoltre di preziosi antiossidanti che esercitano un'azione anti-age e prolungatrice dell'abbronzatura. 24. **Nevita** si immerge nella cultura del mondo orientale per trarre nuove ispirazioni e prodigiosi principi attivi. L'obiettivo di questa nuova esplorazione è creare una linea costituita da pochi prodotti essenziali ma che soddisfino tutte le esigenze. Ecco allora 3 prodotti multifunzione rivolti sia alla cura dei capelli che del corpo da utilizzare in molteplici situazioni: al mare, grazie alle proprietà nutritive, elasticizzanti e lenitive; in piscina, come protezione dai danni del cloro, ma soprattutto a casa per una coccola di benessere e piacere. La linea è composta da: Sintonia, Olio Ayurvedico 3 in 1, Energia, Bagnodoccia Ayurvedico e Armonia Fluido Ayurvedico senza risciacquo.

21



22



23



24





25

26



27



28



25. Argan & Keratin Nectar Summer Edition di **pH laboratoires** è un trattamento spray condizionante che ripara i capelli danneggiati, protegge dal calore e dai raggi UVA-UVB mantenendo il colore brillante e setoso, dona estrema lucentezza e pettinabilità ai capelli, previene le doppie punte e conferisce corpo e volume. 26. Bio Sun Sun Care di **bioBotanic** by Polverini Group è la nuova linea 100% made in Italy che protegge i capelli dai danni di esposizione a sole, salsedine, sabbia e cloro, offrendo allo stesso tempo tutti i benefici dei prodotti rivoluzionari Biobotanic realizzati a base di ingredienti derivati da agricoltura biologica insieme ai migliori filtri solari UV. 27. Sun First Aid di **Prevía Haircare** è uno spray protettivo del colore che preserva ed esalta il colore dei capelli. Protegge dagli effetti dannosi di sole, vento, sale e cloro. Idrata e districa senza appesantire e non unge. 28. Bonacure Sun Protect di **Schwarzkopf Professional** trasforma i capelli stressati dall'esposizione ai raggi UV in un capolavoro baciato dal sole. BC Sun Protect è il regime perfetto per i capelli provati dal sole, che grazie all'azione del filtro UV-A e UV-B, del Pantenolo e del complesso Amino Cell Rebuild sono rinnovati, protetti e riparati. 29. **Sens.ùs** Tabu Travel Luminescine Effect è così composta: Shampoo After Sun, deterge delicatamente i capelli esposti al sole, contrasta gli effetti della salsedine e del cloro ed è arricchito con passion fruit e cheratina.

Luminescine Effect Conditioner, è invece un trattamento protettivo per capelli foto sensibilizzati che apporta nutrizione e leggerezza. Infine, Luminescine Effect Dry Oil è uno spray protettivo per capelli da vaporizzare prima dell'esposizione al sole. 30. Sun Shine Biomed Tweet è la linea dedicata all'estate di **SOCO Professional**. Coccole per il corpo e per i capelli anche sotto il sole grazie agli oli naturali ad alto potere idratante, nutriente e protettivo contenuti nella nuova Linea Sun Shine. L'olio di crusca, l'olio di riso e l'olio di cotone idratano e nutrono la cute, svolgendo un'azione anti-age. L'olio di argan e l'olio di macadamia proteggono e ristrutturano il capello conferendogli nuova bellezza. 31. Botanic Solar di **Tahe** si compone di: Protection, crema protettiva che contrasta la foto-degradazione della fibra capillare, Infusion pro, infusione foto-protettiva ultra-leggera ideale per proteggere capelli colorati e sensibilizzati sotto il sole, Sensitive Shampoo, un balsamo detergente anti-degradazione del colore e termo protettore, Hydra Sun, un fluido reidratante dopo sole appositamente formulato per reidratare i capelli. 32. Linea Sole & Sport di **TMT Milano**, composta da prodotti per proteggere i capelli dopo l'esposizione ai raggi solari e da prodotti per il corpo per un abbronzatura sempre perfetta.



29



31

30



32



33

35



34



36

33. Solair è la linea di **Fondonatura** creata per l'estate. Idrata e nutre la pelle conferendo morbidezza ed elasticità. Protegge dalle aggressioni esterne svolgendo nello stesso tempo un'intensa azione abbronzante grazie alla combinazione di filtri UVA/UVB ed agenti condizionanti. **34.** Con Lymphe Sun&Sport di **Waland**, la passione per il sole non è più un problema, grazie ai suoi tre prodotti professionali per rispondere ad ogni tipo di esigenza: Olio Protettivo, protegge i capelli dalle aggressioni che causano disidratazione e opacità, Formula Detergente, dedicata al corpo e ai capelli deterge delicatamente ed è arricchita con estratti di Malva e Aloe Vera e Crema Solare, una crema senza risciacquo ad alto potere nutriente ed idratante. **35.** La gamma Arganikare Day Therapy Tropical di **Alter Ego Italy** offre una routine di bellezza pratica e facile per proteggere, detergere e nutrire tutti i tipi di capelli anche sotto il sole. Arganikare Day Therapy ha inoltre una preziosa formulazione eco-friendly: senza parabeni, sles, sls, lanolina, coloranti, nickel, cromo e testato cobalto. **36.** Nuance Color Protection è la nuova linea di protezione del colore by **Punti di Vista**, ottima per combattere lo sbiadimento e l'ossidazione provocate dai raggi UV. È composta da Shampoo dopo colore, che ridona il naturale equilibrio a cute e capelli dopo ogni applicazione e Maschera dopo colore, che svolge un'azione anti-ossidante e riequilibrante preservando l'intensità e la luminosità del colore, soprattutto da raggi U.V., salsedine e cloro. Districa e nutre profondamente i capelli rendendoli morbidi e docili al pettine. **37.** **Dikson Sun** è una linea solare ultra-moderna che offre una gamma di prodotti per un benessere totale: capelli protetti e splendidi sotto i raggi più abbronzanti dell'estate. Quattro prodotti top per la cura

e l'attenzione del proprio corpo e capelli: trattamento rigenerante, oil non oil, shampoo-doccia e elisir fluente rigenerante doposole. L'efficacia di Dikson Sun è assicurata da una formulazione pensata ad hoc per contrastare le conseguenze di cloro, salsedine e sole: grandi performances per effetti rigeneranti immediati, protezione delicata, energia e splendore. Il "programma a tutto sole" di Dikson Sun svolge più azioni: antiossidante, filmante protettiva, setificante, lucidante-illuminante. Ottima districabilità, processo anti-inaridimento, potere nutritivo: l'ideale su ogni tipo di capello. **38.** Happy Sun Hair Protection by **Kaarel** è la linea solare per proteggere, idratare, e nutrire corpo e capelli. Una gamma completa di prodotti formulata nei laboratori Kaarel con una speciale combinazione di Olio di Mandorle Dolci, Estratto Vegetale di Bamboo, Olio di Semi di Girasole, Estratto di Carota, Olio di Cocco e Filtri UVB per la protezione di corpo e capelli. **39.** Inti Sun di **UBP** è la linea di prodotti con formule all'avanguardia che garantiscono elevate performance di nutrimento e protezione per capelli e per il corpo. È composta da: Essential Hair & Body Oil, Essential Shampoo & Body Wash, Essential Hair Masked Essential After Sun Body Lotion. Tutti i prodotti sono arricchiti da Olio di Sacha, Burro di Karité ed estratto di Litchi Chinensis. **40.** I prodotti **The Sense** sono una vera e propria coccola per i tuoi capelli tutto l'anno, garantendo un risultato perfetto grazie all'evoluzione del brand, che permette di lasciare i capelli liberi durante il giorno e in soli tre gesti, alla sera, i tuoi capelli resteranno ancora più lucenti, morbidi e forti con lo shampoo Energizing, la maschera Energizing e lo spray Pik Keratin.

38



37

39



40



41



41. Aveda per la prossima estate propone il nuovo Daily Light Guard™ Defence Fluid SPF 30 per difendere la pelle ogni giorno dall'impatto dei raggi solari, da utilizzare come ultimo step nella beauty routine mattutina, una crema solare derivata esclusivamente da minerali naturali - ossido di zinco e diossido di titanio - che aiutano a proteggere la pelle dai raggi UVA e UVB e da ingredienti provenienti da piante e fiori che aiutano a proteggere e rafforzare la pelle dai radicali liberi e dai molteplici altri agenti esterni. Oltre a Daily Light Guard™ Defence Fluid SPF 30, Aveda propone per la prossima estate i suoi prodotti solari della linea Aveda Sun Care: Sun Care Protective Hair Veil, Sun Care Hair & Body Cleanser e Sun Care After-Sun Hair Mask. **42.** I laboratori **Elgon** hanno sviluppato una nuova linea haircare che rispondesse al desiderio di ogni donna di avere una chioma radiosa come se illuminata dal sole tutto l'anno. Una risposta sicura e professionale per i nostri capelli. Solarea è la linea di haircare schiarente ed illuminante creata per garantire capelli radiosi, pieni d'estate tutto l'anno e comprende: Gel Schiarente, Shampoo Illuminante e Conditioner Illuminante. Con estratto di Camomilla coadiuvante naturale della schiaritura, e olio di Rosa Mosqueta emolliente e antiossidante. Senza ammoniaca, tutta la linea è paraben free. **43.** Shampoo Doccia Marino di **EKSperience** è un bagno delicato per corpo e capelli che libera da ogni traccia di salsedine, cloro e prodotti solari. Parte integrante della linea solare Sun Pro, che si completa con la Crema Marina Protettiva, il Filler Cheratinico BI-Fase e la Cera ad Acqua, i cui prodotti si avvalgono di alghe specifiche, acqua purissima di sorgente marina ed oligoelementi. **44.** Sunway è il programma **OW** che fornisce al corpo e ai capelli i nutrienti e gli antiossidanti necessari durante il periodo estivo. La linea si compone di: Sun Protective Elixir, nutre e lucida lo stelo capillare grazie agli oli di Baobabbio, Maracuja etico, Avocado



42



43

e contiene filtri UV, After Sun Hair Mask, con azione antiossidante e nutriente, protegge la brillantezza del colore e After Sun Hair & Body Bath, svolge un'azione rigenerante, tonificante e rinfrescante grazie agli oli essenziali di Bergamotto, Arancio dolce, Limone e Finocchio. **45.** Soleil di **Barex Italiana** è una collezione completa di prodotti a base di Olio di Argan, Olio di Macadamia e altri preziosi Oli naturali per il benessere di corpo e capelli al mare, in montagna, in piscina, prima e dopo l'esposizione al sole. Per capelli protetti e brillanti, non solo in vacanza! La linea si compone di: Olio Protettivo per capelli - olio protettivo per capelli, setoso e scintillante, Shampoo-Crema Doposole - shampoo delicato dalla texture ultra cremosa, Olio-Spray per il Corpo - olio lenitivo e idratante per il corpo - Maschera Ristrutturante Doposole - trattamento riparatore per capelli ultra-nutriente. **46.** Its Sun di So Material by **Roverhair** è la linea perfetta per il rituale dell'estate. I prodotti, con componenti di derivazione vegetale, sono specifici per capelli secchi, demineralizzati ed esposti al sole, salsedine e raggi UV. **47.** È Pura Sun Care di **Capello Point** è una linea innovativa dedicata ai capelli esposti a sole, sabbia, salsedine e cloro, totalmente realizzata con principi attivi naturali appositamente selezionati per l'efficacia delle loro proprietà, con formule innovative studiate per rispettare la salute e l'ambiente No SLS, No allergeni, No parabeni e acqua osmotizzata microbiologicamente pura. La linea è composta da Shampoo, Maschera e Spray Solare.



46

44



45

47



48



48. La nuova linea everline solare di **Everline** è composta da: After Sun Hair Bath, shampoo vegetale idratante, deterge delicatamente e rimuove ogni residuo di sabbia, sale e cloro dai capelli. Arricchito con Marula Oil, nutriente e riequilibrante, adatto a tutti i tipi di capelli esposti al sole, ideale per un uso frequente. SLS free. After Sun Hair Mask, trattamento ristrutturante e idratante. Nutre, ripara e riequilibra in profondità le cuticole dopo l'esposizione al sole e Sun Protection Hair Filler, trattamento ristrutturante e idratante che nutre, ripara e riequilibra in profondità le cuticole dopo l'esposizione al sole. **49.** Per l'estate 2016 **System Professional** propone due nuove referenze: System Professional Hydro-Repair Conditioner - Crema estiva ricostituente, balsamo con HelioRestore complex, aiuta a riparare i danni solari e ripristina l'idratazione persa a causa del sale e dell'acqua clorata che aumenta all'istante la pettinabilità e System Professional Helio Spray - Protezione dai raggi UV resistente all'acqua che protegge i capelli dai danni del sole. Lo spray resistente all'acqua, con la sua formula non unta, riduce gli effetti dei raggi UV sui capelli e previene il danno proteico, lo sbiadimento e la disidratazione. **50.** Colorsave Bi-Phase Lux Hair Complex di **Euphytos** è uno spray bifasico istantaneo per capelli colorati che difende i capelli dal sole e dai danni del foto invecchiamento che indeboliscono la struttura del capello e impoveriscono il colore. **51.** Le novità solari di Bed Head by **TIGI** per l'estate sono: Beach Bound™ Protection Spray, spray specifico per l'estate che protegge e ripara i capelli dagli effetti dannosi del calore e dell'umidità,

49



50



mantenendo vivaci e vibranti i capelli colorati, Totally Beachin™ Cleansing Jelly Shampoo, dalla texture in gel per detergere i capelli liberandoli dai residui dell'estate: sudore, salsedine e sabbia, Totally Beachin™ Mellow After Sun Conditioner, un conditioner per ripristinare l'idratazione persa, rafforzare e riparare le ciocche rovinate e Beach Freak™ Moisturizing Detangler Spray, con una texture cremosa e districante per capelli secchi.

52. **RICA** propone Opuntia Oil Treatment: un trattamento unico a base di olio di Fico d'India (Opuntia ficus-indica). Una formula speciale che, grazie al principio attivo del potente Stigmasterolo Delta 7 ed al contenuto di Omega 6, vitamine e minerali, protegge e vitalizza i capelli. Anti-ossidante, idratante e nutriente l'opuntia oil treatment è il must-have da portare in vacanza per proteggere ed esaltare la bellezza dei capelli anche sotto il sole. Applicare sui capelli prima dell'esposizione al sole per creare il film protettivo anti-salsedine ed avere capelli morbidi e lucidi anche dopo una giornata in spiaggia. Disponibile anche in travel size da 50ml.

53. Solarium by **Alfaparf** diventa il nuovo punto di riferimento per la protezione professionale sotto il sole. Una gamma completa, e interamente rinnovata, di prodotti per un'abbronzatura perfetta: sicura, intensa e duratura, con prodotti specifici anche per i capelli. Sun Good: concedersi il sole con la protezione perfetta per la tua pelle. Sun Boom: sublima e prolunga la tua abbronzatura con gli specifici intensificatori. Sun After: coccola la tua pelle dopo l'esposizione e ritrova comfort e idratazione grazie alle referenze doposole.

51



52



53



Chroma Reveals la colorazione all'estratto di mirtillo e uva rossa

È sempre molto difficile trovare la tonalità esatta che è nei desideri della cliente. Una percentuale di successo è nella risposta del capello dovuta alla sua porosità, alla sottigliezza o alle precedenti colorazioni. I capelli rispondono in modo diverso e i tempi di posa sono delicati da stabilire. Per risolvere questi problemi Cutique ha elaborato Chroma Reveals BHP color guide, l'unico e nuovo standard per il professionista del colore, specificatamente sviluppato per le speciali colorazioni Chroma Reveals. Con Chroma Reveals infinite colorazioni di colore diventano possibili e con una precisione unica, calibrando i tre elementi fondamentali del colore: Luminosità, Tonalità e Purezza. Chroma Reveals BHP è uno strumento nuovo ed efficace per le mani abili del professionista del colore. E ogni donna potrà avere il colore dei suoi desideri senza rischi di indesiderati viraggi. La gamma Chroma Reveals con Lipocromi estratti da mirtillo e uva rossa di Taurasi esalta la luminosità e la purezza del colore dei capelli tinti. Shampoo, maschera, spray completano il trattamento di colorazione permanente.



Parlux al Nevskie Berega Intl. Beauty Expo di SanPietroburgo



Fulvio Furcas, da diversi anni testimonial Parlux presso lo stand organizzato al Nevskie Berega International Beauty Expo a San Pietroburgo, lavorando con i più recenti asciugacapelli Parlux, tra i quali il Parlux 385 PowerLight® LightGold ha presentato la sua collezione per la primavera/estate 2016, facendo anche interagire il pubblico di professionisti in visita. Essi hanno potuto impugnare il modello di asciugacapelli Parlux preferito e proporre il proprio personale hairstyle realizzato esclusivamente con l'utilizzo di quello specifico modello Parlux. I professionisti che già preferiscono utilizzare Parlux nei propri saloni in Russia sono molto numerosi proprio perché questi asciugacapelli rappresentano il top degli strumenti professionali di qualità.

Parlux a Barcellona per la fiera STS Beauty Show



STS Beauty di Barcellona quest'anno alla sua 4a edizione ha registrato un interessante numero di visitatori professionali. Aspiranti stilisti del capello hanno appreso tecniche, trucchi e novità prodotto per il futuro della loro professione. Particolare attenzione è stata posta agli asciugacapelli e, quindi meta obbligata, lo stand Parlux, organizzato dal distributore locale, Fama Fabrè, che ha accolto i visitatori con grandi immagini ed esemplari da "toccare con mano" del più recente modello, il Parlux385

PowerLight® LightGold, moderno, potente e leggero: un vero tocco di leggerezza. Potevano essere testati anche modelli di phon Parlux precedenti - con e senza l'innovativo accessorio, Melody Silencer - strumenti sempre efficienti e studiati per un uso prettamente professionale e dalla qualità che contraddistingue tutti i prodotti Parlux, molto apprezzati anche in Spagna.





LET'S LOOK
FORWARD



THE HAIR CHOICE

NEW PARLUX ADVANCE®

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



SHOW &
MANIFESTAZIONI

Riflessi Multipli per la P/E firmata Gandini Club

Inesauribile passione per la ricerca, armonia come paradigma di stile, innovazione e sperimentazione. Tagli nei quali la geometria si trasforma e colori declinati in riflessi multipli per la donna contemporanea

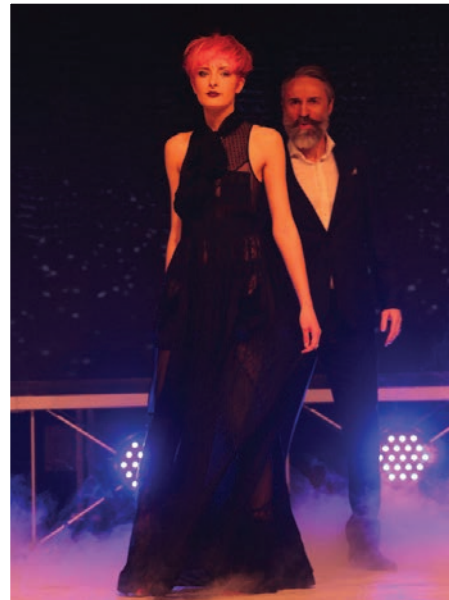
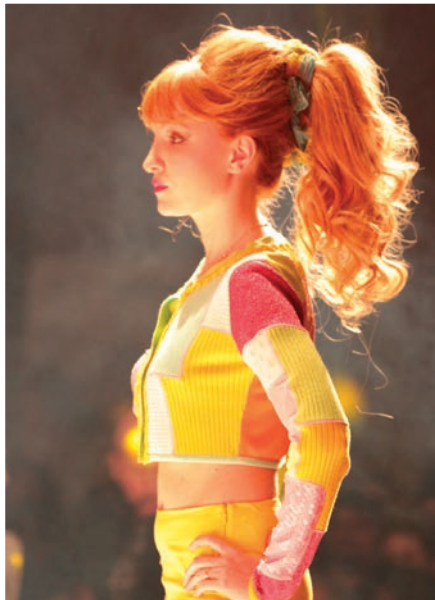


La storica sede del Gandini Club di Bussolengo è stata la cornice per la presentazione della sua nuova collezione primavera – estate.

All'interno dell'Hotel Montresor oltre 700 acconciatori provenienti da tutto il mondo hanno assistito ad uno show innovativo, un gioco di specchi che riflette atteggiamenti ed emozioni di una donna vivace e curiosa e vuole provare nuove identità.

A coordinare i lavori sul palco e nel backstage lo stesso Gigi Gandini, che per la p/e 2016 si ispira ad una donna curiosa, che si mette in gioco e vuole provare nuove identità. Nei tagli la parola d'ordine è geometria che si trasforma. Volumi che danno forma a tagli scalati nella sommità e su vari livelli. Per i tagli corti sono invece state proposte nuche e lati morbidi su geometria medio corta con frangia lunga laterale per dare enfasi alla scalatura per un look deciso e grintoso.





Il taglio medio parte da una geometria degradata all'altezza del mento proseguendo con un ciuffo asimmetrico che si esprime con una scalatura su forma piena. Il taglio, lungo decisamente grintoso e femminile, mantiene un perimetro all'altezza spalle su forma morbida e scalatura piramidale che si collega al ciuffo per poi scendere nei laterali.

Per quanto riguarda i colori sono invece stati esplorati due mondi, Terra e Luna, che il team Gandini ha interpretato con castano chiaro, beige biondo, oro sabbiato declinati in riflessi multipli

accostati per le personalità più morbide, attente ai codici dello stile e alla versatilità del proprio look. Il Marsala saturo dell'autunno cede il passo alle sfumature della terra per i mesi estivi. In alternativa alla Terra ecco il fascino della Luna. Biondi chiarissimi silver grey accessoriati da riflessature marcate blu o pink orange per le donne che amano andare controcorrente e capovolgere gli archetipi dello stile in base al carattere personale. Per loro ecco il fascino dei nuovi toni freddi lunari per accendere incantesimi inediti di colore.





Riscrivi le regole dello styling con Style Perfetto!

Kaarl stravolge il concetto di Individualità, Creatività ed Evoluzione nel settore dell'hairdressing con una linea di prodotti Styling e Finishing dalle potenzialità creative infinite, adattabile ad ogni cambiamento e stile di vita: Style Perfetto

Kaarl presenta Style Perfetto la nuova linea di prodotti Styling & Finishing dalle potenzialità creative infinite, adattabile ad ogni cambiamento e stile di vita.

Guardarsi intorno per trovare l'ispirazione allarga i propri orizzonti mentali e permette di creare qualcosa di nuovo e di diverso ogni giorno. Basta solo miscelare i prodotti e trovare il mix vincente.

Quando si parla di capelli, Creatività è inventare, sperimentare, migliorare, rompere le regole e divertirsi! Un processo lento e graduale che permette di creare con l'intelletto, la fantasia e le mani nuove forme e look contemporanei.

I capelli rappresentano la personalità dell'individuo e quando si decide un cambio di look c'è sempre un'Evoluzione in corso che può essere più semplice da raggiungere con Style Perfetto.

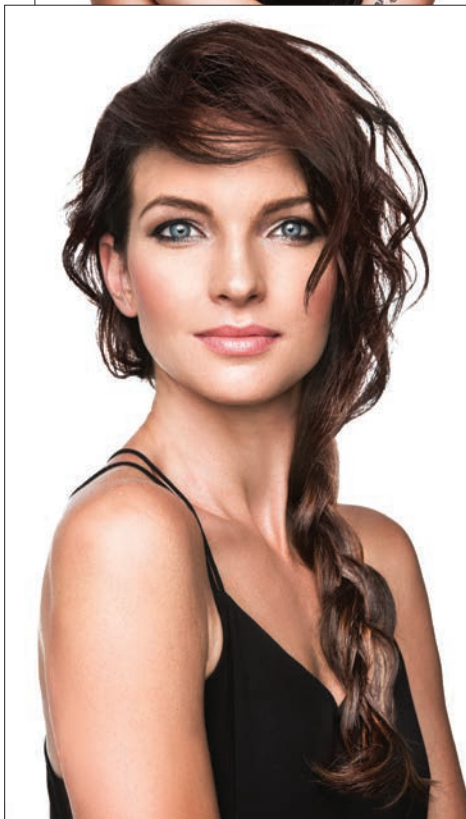
Style Perfetto rappresenta soprattutto un'esortazione per il parrucchiere a ricercare, attraverso l'ispirazione, nuovi stimoli e a ricreare con la propria creatività hair look esclusivi e personali che evolvono con il cambiare delle mode.

L'ampia gamma di prodotti è stata studiata per offrire agli acconciatori degli ottimi strumenti di lavoro per esprimere la propria professionalità e al consumatore finale la possibilità di utilizzare dei prodotti styling e finishing performanti con ingredienti innovativi che permettono di proteggere i capelli durante lo styling con risultati duraturi.

Style Perfetto si adatta ad ogni tipo di lunghezza e texture con risultati sorprendenti.

L'utilizzo d'ingredienti chiave come Olio di Jojoba per donare luminosità, Kakadu Plum ricco di Vitamina C dalle proprietà antiossidanti, Estratto di Noce Verde elasticizzate e ristrutturante per proteggere i capelli dai danni dei radicali liberi, Filtri Solari e Vitamina E per preservare i capelli di Raggi UV preservando il colore, impreziosisce la linea aumentando i benefici dei prodotti che modellano i capelli proteggendoli.

Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma: Style Perfetto!



STYLE

PERFETTO

Italia's
Got Style

BEACHY HAIR

SEA SALT SPRAY

Spray texturizzante per
onde naturali effetto
mare o modellante
per onde definite.



COMING
SOON

Beachy



kaaral.com

KAARAL
PASSION IS AT THE HEART OF BEAUTY

STARDUST

la facoltà dello stupore

Stardust è la nuova collezione creata dal Direttore Artistico Luigi Martini e dal Creative Team di Sens.ùs. Un bellissimo ed eclettico viaggio verso il futuro.

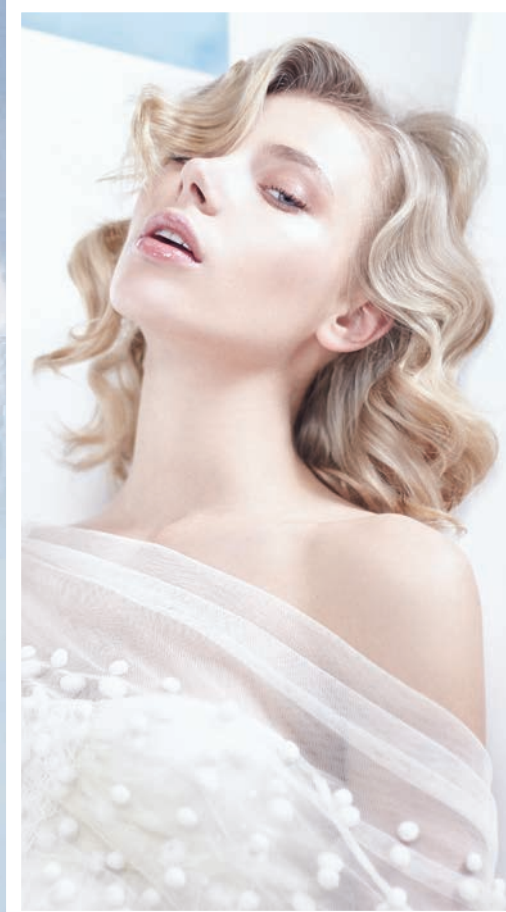
Una collezione fatta di look iconici dai nuovi codici estetici, dove si ibridano e amalgamano contrasti di donne dai vaghi ricordi di antiche culture e tradizioni, con nuove immagini di femminilità, fragili e sensibili, che esaltano al massimo il concetto di purezza e delicatezza. Stardust è creatività e innovazione, ispirazione e contaminazione, una collezione dove Luigi Martini ed il suo Team hanno creato tecniche avanzate di taglio e colore facilmente trasmissibili all'hairstyle. Stardust è sicuramente il punto più avanzato della tendenza Moda Sens.ùs.

Immaginatevi di trovarvi in una fantomatica era post atomica, un po' in stile Hunger Games o Elisium dove abitanti discendenti da due etnie differenti, vivono una realtà tecnologicamente avanzata in cui si mischiano vaghi ricordi delle loro



Artistic Director: Luigi Martini and International Creative Team
Creative Director: G. E. Barbagli
Hair stylists: Luigi Martini, Chiara Pirrone, Chiara Bonacina, Jude Rizzo, Mayla Fabbriani, Enrico Franci Technical Team: Giacomo Zanelli, Stefano Gagnoli
Stylist: F. Mercurio @ HM Battaglia
Photo: Nima Benati
Make up: Michele Guandalini





Artistic Director: Luigi Martini and
International Creative Team
Creative Director: G. E. Barbagli
Hair stylists: Luigi Martini, Chiara
Pirrone, Chiara Bonacina, Jude
Rizzo, Mayla Fabbriani, Enrico
Franci Technical Team: Giacomo
Zanelli, Stefano Gagnoli
Stylist: F. Mercurio @ HM Battaglia
Photo: Nima Benati
Make up: Michele Guandalini

antiche tradizioni a retaggi del loro presente. Nel mondo di Stardust due tipologie di donne differenti sono rappresentate con due nomi differenti: Caravansary e Pureness.

Le donne Caravansary sono nomadi, molto vicine alla natura, espressione di uno stile di vita non convenzionale. Spiriti liberi che vestono mix di capi presi da ciò che riescono a trovare, creando forti contrasti tra vecchio e nuovo, elementi futuristici mischiati a stampe africane.

Il Secondo mood Pureness rappresenta donne ricche, fredde e prive di emozioni, calate in una società alveare. Qui il look è decisamente più minimal pur con codici differenti rispetto alla nostra epoca, quindi stranezze e dettagli ricercati ed inusuali all'interno di un outfit decisamente total white.



STYLE MASTERS SHOW PARIS 2016

REVLON
PROFESSIONAL®

Il Regno Unito trionfa all'ombra della Tour Eiffel

DISCOVER THE 29 COUNTRY WINNERS...



Anne Veck si aggiudica il Global Winner Award, Best Technique al danese Daniel Tobiassen, Creativity Award per la russa Oksana Sharatutdinova. Lo Young Talent Award va invece ai padroni di casa rappresentati da Pierre Ginsburg.

Il Revlon Style Master Show torna in grande stile con una competizione spettacolare centrando l'obiettivo che da sempre si prefissa: dare ai parrucchieri professionisti il riconoscimento che meritano.

Per la sua ottava edizione sceglie Parigi, capitale internazionale della moda, per far sfilare le più interessanti interpretazioni stilistiche dell'anno. Più di 4.400 professionisti - provenienti da 60 Paesi nel mondo - si sono trovati all'ombra della Tour Eiffel per assistere allo show dell'anno. La filosofia di Style Master è rimasta la stessa: offrire agli hairstylist l'opportunità di esprimersi come artisti ed esporre i loro look più creativi; una collezione basata sul concetto di un solo taglio

per tre look differenti.

Tutti i finalisti hanno potuto sfilare in passerella ma il Global Winner Award 2016 è andato all'inglese Anne Veck. Per la categoria Best Technique Award vince invece il danese Daniel Tobiassen e il Creative Award va alla russa Oksana Sharatutdinova.

I padroni di casa non restano certo a bocca asciutta e - grazie al giovane Pierre Ginsburg - la Francia si aggiudica lo Young Talent Award, le cui immagini vediamo qui sotto.

Nel corso della serata, presentata dall'istrionico vice presidente global creative e artistic director di Revlon Miquel Garcia Contado, oltre alle premiazioni dei vincitori nelle varie categorie in gara, sul palco sono state presentate la nuova collezione Primavera/Estate Malibu by Revlon Professional e la collezione shape a porter Games of Revlon che ricreava l'atmosfera della fortunatissima e blasonata serie tv targata HBO.





Global Winner Award 2016

Gran Bretagna
Anne Veck



THE STYLE MASTER 2016
INTERNATIONAL CONTEST
COUNTRY WINNERS



Creative Winner Award 2016

Russia
Оксана Шарафутдинова



Best Technique Winner Award 2016

DENMARK
Daniel Tobiasen



Ispirato dalle passerelle di New York City, Parigi e Milano, e dal suo continuo viaggiare in giro per il mondo, Ian Michael Black, Aveda Global Artistic Director, Hair Color dice: “Amo prendere ispirazione dai miei viaggi. Ho visto così tanti posti, colori vibranti e combinazioni di colore che posso portare con me e applicarli alle colorazioni per i capelli. Grazie alla nuova base rossa di Aveda Full Spectrum Deep™ Hair Color, saremo in grado di portare le tonalità rosse ad uno step superiore di intensità e vibrazione – variando da un rosso soft saturato ad un rosso più acceso”. Full Spectrum Deep™ Hair Color, dalla formula al 93% di derivazione naturale, infonde nei capelli un incredibile aspetto salutare, grazie alle particolari miscele di olii botanici: girasole, ricino e jojoba. “Full Spectrum Deep™ Hair Color supera i limiti della personalizzazione ed estende la tavolozza dei colori, aggiungendo i nostri più profondi e vibranti rossi e i nostri blu più intensi, che troviamo tra gli splendidi colori di Aveda.”

Ian sottolinea inoltre che il trend dei capelli grigio argento questa stagione sarà ulteriormente intensificato, arrivando ad un favoloso ed elegante blu acciaio.



Love Your Color

**Le nuove ispirazioni Aveda per una Primavera/Estate
che valorizza i look naturali e reinterpreta il colore**

NOVITÀ
PRODOTTI

Indian Sunset, la collezione make up per la nuova stagione

Look naturali combinando sfumature
sottili con nuances rosa vivaci
per la nuova tendenza "no-make-up"

"Si apre un nuovo capitolo del "no-makeup look", dice Janell Geason, Aveda Global Artistic Director, Makeup. "Per questa collezione abbiamo utilizzato il makeup per creare forme e ombre che evidenziassero in maniera semplice i tratti del viso, rivelando e sottolineando la bellezza in modo naturale." Il makeup Aveda è formulato senza parabeni, talco e oli minerali, la bellezza al naturale. La palette contiene 11 nuances in edizione limitata. Indian Sunset celebra ed enfatizza la campagna colore di Aveda attraverso l'hashtag #LoveYourColor, dove i clienti possono condividere i loro makeup look e i makeup Artist di Aveda possono condividere le loro ispirazioni e i loro tips di bellezza e makeup. La palette della collezione SS16 comprende colori dalle texture cremose e opache, colori più intensi del bianco ma più leggeri rispetto ai pastelli; rosa e arancio sbocciano insieme a nuances ocra mescolate a colori al neon per creare look sofisticati e chic.

Per le Labbra: nourish-mint™ smoothing lip color: con cere vegetali e frutta che idratano, attenuano le piccole rughe fino al 26%. L'aroma rinfrescante deriva dall'utilizzo di menta, vaniglia e zenzero. Una tonalità in edizione limitata, Pink Peppertree, un rosa caldo e intenso.

Per gli Occhi: petal essence™ single eye colors: l'ombretto arricchito con cere floreali, si stende facilmente e si mantiene per tutta la giornata.



Antoinette Beenders, Global Creative Director
Janell Geason, Global Artistic Director, Makeup
Ian Michael Black, Global Artistic Director, Hair Color
Allen Ruiz, Global Artistic Director, Hair Styling
Ricardo Dinis, Global Artistic Director, Hair Cutting
Yuji Okawa, Aveda Master Colorist, Aveda Japan
Rie Hirabayashi, Aveda Editorial Artist, Hair Cutting and Styling
Louise Pittavino, Aveda Makeup Professional

Rastelli TEAM

Accademia di formazione per parrucchieri



Un team giovane, dinamico con continua voglia di crescere!
Scegliere l'accademia Rastelli significa formazione di base per lei e per lui,
aggiornamento moda continuo, corsi specifici, workshop, seminari, servizi fotografici,
show moda e viaggi formativi all'estero.

Tra le novità apportate dal 2015, che proseguiranno negli anni a venire,
saranno gli show denominati "Giovani Talenti Hair Vision".

**Centro tecnico aggiornamento
e scuola per parrucchieri**

contrada Rovano - USCITA A14 Mosciano S. Angelo - TERAMO GIULIANOVA

Rastelli TEAM

Accademia di formazione per parrucchieri



I RASTELLI TEAM S.R.L.
Accademia per parrucchieri
www.rastelliteam.com - info@rastelliteam.com

INTERNATIONAL
HAIRSTYLIST



Icon Collection

Helen Seward Milano presenta
ICON Collection, la nuova
collezione Primavera/Estate 2016.

ICON collection è estrema
tendenza.

Tutto si tinge di novità colore.

I naturali si illuminano di luce,
i suggerimenti metropolitani
diventano ghiaccio e rosa.

La grazia del nuovo shatush
è una scelta di eleganza.

Le onde soffici e lo styling
romantic rock esaltano la luce del
capello e la donna è subito Diva.



Novità tecniche:

Lumia Perfect Color, la nuova
serie di nuance naturali Color
System extra-brillanti.

Sealplex Hair Defender,
il trattamento di rigenerazione
e perfezionamento della
fibra capillare.



Hair: Helen Seward Milano
Creative Team
Photo: Matteo Macchiavello





Styling: Massimo Giordano



Progetto Ricerca Moda

Progetto Ricerca Moda è un'idea lanciata da Cutique rivolta a tutti gli Hairstylist.

In queste pagine quattro stilisti
d'avanguardia:

Massimo Giordano, Marco Festa,
Gino De Mase e Vincenzo Arena.

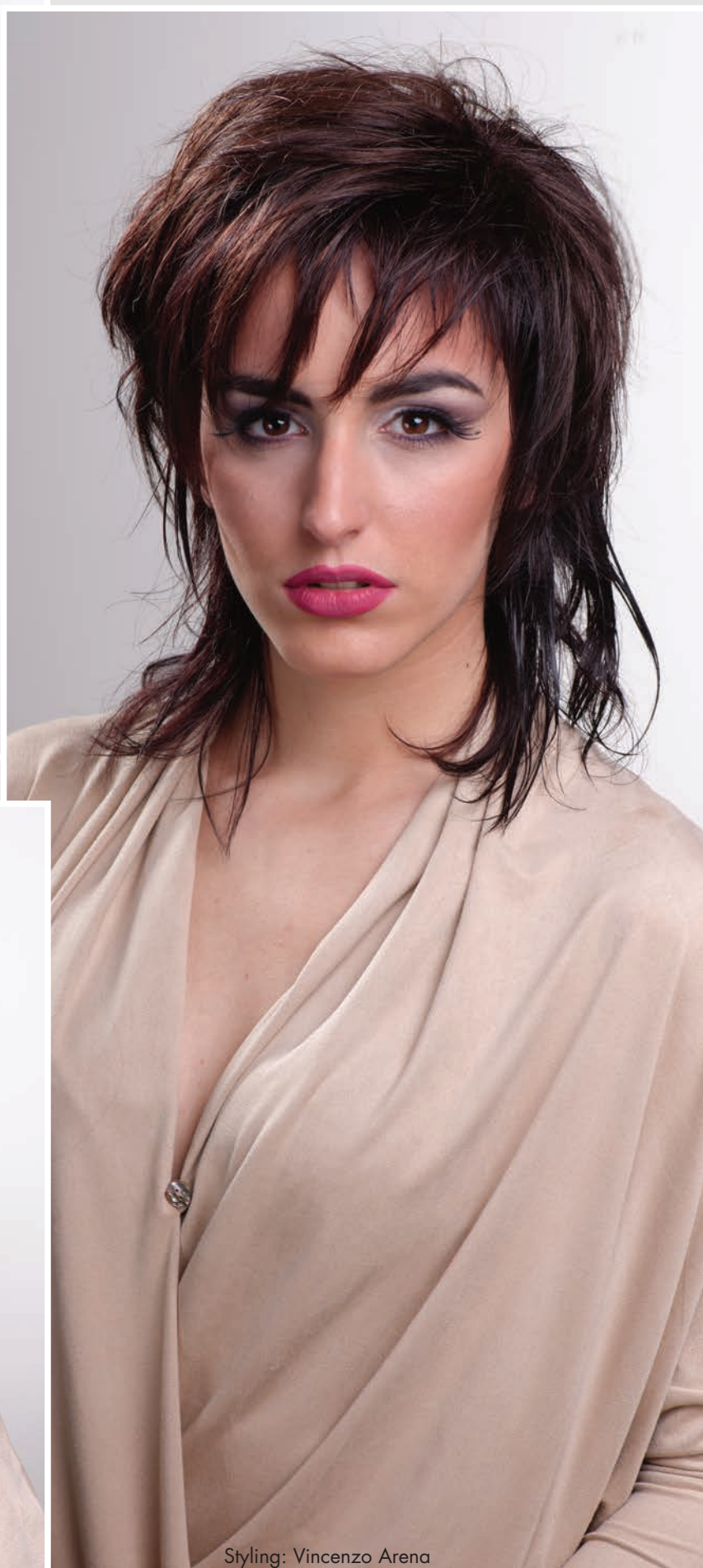
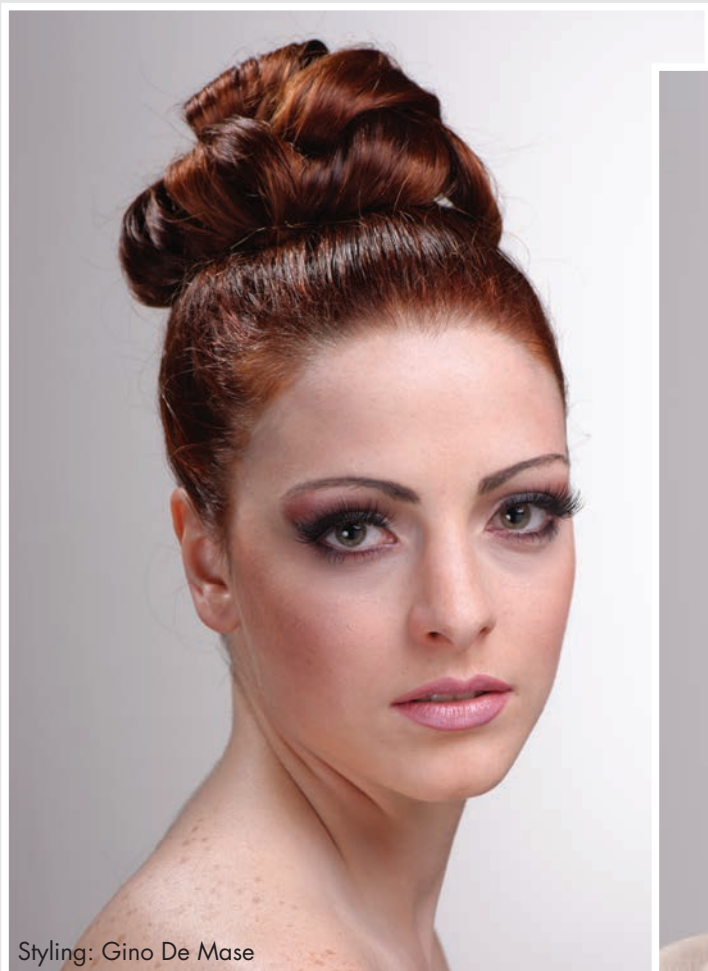
Seguiranno altri importanti protagonisti
della modacapelli italiana
presentati da Progetto Ricerca Moda.



Styling: Marco Festa



Hair: Progetto Ricerca Moda per Cutique
Photo: Maurizio Esposito
Make-up: Luisa Festa





Styling: Marco Festa



Styling: Gino De Mase



Styling: Vincenzo Arena

Tutte le acconciature sono state realizzate
con la gamma dei prodotti hairstyling di Cutique

noi Vi consigliamo, Voi scegliete

Capello[®]
point

PROFESSIONAL BEAUTY MILANO



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

I NOSTRI SERVIZI:

- PROFESSIONAL MONDAY & FRIDAY, NEI NEGOZI, TUTTI I LUNEDÌ E TUTTI I VENERDÌ 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



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 Nassirya, 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 DE VERO Via Arduino, 1 30175 tel. 041/930630 VENEZIA • MILANO Via S.M. Valle n. 1 ang. Via Torino 20123 tel. 02/86998278 MILANO • C.C. IL CENTRO Via G. Luraghi, 11 20020 tel. 02/93876101 Arese [MI]

REMEDY: programma anti-età di ricostruzione progressiva del capello in alta tecnologia

La ricostruzione Green Mind Oriented per dare nuova vita ai capelli

A causa degli stress dovuti a fattori ambientali e a fattori chimici, quali colorazioni, decolorazioni, stirature e permanenti, i capelli vengono indeboliti e impoveriti di materia. Mediter Remedy è il trattamento professionale dedicato proprio alla ricostruzione completa e duratura del capello, che rappresenta il rimedio decisivo ogni qualvolta la fibra capillare si presenti particolarmente danneggiata e sfibrata. Il programma permette di ottenere risultati cosmetici eccellenti: il capello ritrova immediatamente una pienezza inaspettata e una estrema leggerezza e lucentezza.

Il trattamento Remedy, in pieno rispetto della filosofia Green Mind

che caratterizza la linea completa Seward Mediter, si avvale della sinergia tra ingredienti naturali di origine mediterranea e ingredienti hi-tech: Amminoacidi da Grano quali agenti-base ricostituenti; Ceramidi da Grano dall'azione ricompattante; Polifenoli da Uva dalla spiccata azione anti ossidante e anti-age; infine una tecnologia fredda ad ultrasuoni in grado di potenziare l'azione di ricostruzione interna. Il programma, eseguito esclusivamente in Salone, si sviluppa in tre step, ognuno dei quali è caratterizzato da una propria specificità determinata dall'azione svolta dai principi attivi. Scopo ultimo del trattamento è quello di realizzare una ricostruzione completa del capello, che si attua a livello sia interno, sia esterno.



STEP 1: preparazione capillare con Mediter Remedy Activator Shampoo 7/S, il bagno capillare preparatore che deterge delicatamente rimuovendo tutte le impurità presenti, favorendo l'efficacia del successivo trattamento. Ai Polifenoli da Uva e Hairsphere.

NEW: da oggi nella nuova formula Sulfate-Free, per offrire un'azione ancora più delicata ed efficace.

STEP 2: ricostruzione interna con Mediter Remedy Filler Mask 7/M, la maschera gel corporizzante altamente performante studiata per restituire corpo e pienezza alla fibra capillare impoverita. La sua formula è ricchissima di Amminoacidi da Grano, i "mattoni" della cheratina capillare, che, penetrando in profondità, reintegrano la materia perduta e svolgono un'azione idratante. Ai Polifenoli da Uva e Amminoacidi da Grano.

NEW: da oggi nella versione potenziata con il 50% in più di azione ristrutturante. L'azione di Filler Mask, inoltre, può essere potenziata grazie a Trico-Activator, la speciale piastra a freddo a tecnologia combinata (Infrarossi + Ultrasuoni) che favorisce ed accelera la penetrazione degli amminoacidi e li trattiene all'interno della fibra capillare, esaltando le performance del trattamento.

per maggiori info



www.helenseward.it

STEP 3: ricostruzione esterna con Mediter Remedy Sealing Fluid 7/L. Ai Polifenoli da Uva e Microemulsione Elastomerica. L'azione svolta dal Fluido permette di "suggellare" i risultati ottenuti nei precedenti step, confermando così la massima efficacia di Remedy e assicurandone la durata nel tempo. Grazie alle sue proprietà filmogene, assicura anche un'efficace azione termo-protettiva, mantenendo elevato il grado di idratazione interno del capello e rendendolo maggiormente resistente ai trattamenti termici.

NEW SHAMPOO Sulphate Free
FILLER MASK Powerful Formula
+50% azione ristrutturante



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

Tel: +9714 389 45 00
beautyworld@uae.messefrankfurt.com
www.beautyworldME.com

Kemon Days
2016

True Visionary Beauty, la nuova era di Kemon



Quest'anno lo scettro è passato a Francesca Nocentini, Direttore Marketing Kemon che domenica 10 aprile, presso il Palacongressi di Rimini, ha dato il via alla XXI edizione dei Kemon Days, un successo strepitoso da oltre 1000 presenze, che annoverano delegazioni arrivate da tutto il mondo per assistere ai workshop e alle novità introdotte dall'azienda umbra. La prima, fondamentale, tra queste il nuovo pay off aziendale True Visionary Beauty: "Bellezza vera e visionaria che va oltre lo stereotipo della bellezza frivola - dichiara la stessa Nocentini - che valorizza le differenze e i dettagli e promuove la cultura dell'acconciatura". Gli show vengono invece aperti dal team di Alessia Solidani che presenta la sua nuova collezione Haute Couture dal vivo, con sei hair look per cerimonie e occasioni speciali. Sale poi sul palco il Kemon Academy team diretto da Richard Thompson: 12 hair look, per uno show basato su tecniche avanzate di taglio, tra raffinate selezioni musicali e una coreografia di grande effetto. Terzo spettacolo della serata, The Italian Touch Hair Team e il Direttore artistico Mauro





Galzignato che ha presentato una cruise delle prossime tendenze Autunno/Inverno 2016, lavorando su 15 modelle e modelli. Il grand finale, tra gli applausi di tutta la sala, è con tutti e tre gli hairstylist insieme, con ciascuno che illustra un look che sintetizza il proprio stile.

A fine show, aperitivo, cena e party fino a tarda notte.

Nella grande Sala della Piazza del Palacongressi di Rimini, 4.700 posti di capienza e divisa per l'occasione in due parti, più di 1.000 ospiti e clienti Kemon hanno animato la serata in un'atmosfera cosmopolita e creativa.

Presenti anche delegazioni straniere da Arabia Saudita, Emirati Arabi, Germania, Irlanda, Russia, Spagna e Svizzera.

Lunedì mattina dalle 10:30, grande novità del 2016, sono stati proposti dei seguitissimi workshop specifici, in sale più ristrette, dedicati a moda (Mauro Galzignato), acconciature Haute Couture (Alessia Solidani) e accademia di taglio (Richard Thompson). Ciascun look&learn si è svolto a orari diversi ed è stato replicato tre volte, per dare modo a tutti i partecipanti di poter seguire i lavori, concludendo la XXI edizione dei Kemon Days con tre fondamentali momenti formativi. "Una nuova formula con più contenuti, abbiamo cercato di proporre un format molto più arricchente anche dal punto di vista professionale e siamo molto soddisfatti per l'esito e il successo dell'evento", ha commentato il Direttore Marketing Francesca Nocentini.





Giorgio Calligaris,
capo della rete vendita
e web master di Parrucche Lanza

Stimulate, la più esclusiva collezione di Ellen Wille: solo da Parrucche Lanza

Quando si parla di parrucche di alta qualità, la tedesca Ellen Wille, di Francoforte, non ha rivali in Europa.



Collezione Stimulate
modello Festa



Collezione Stimulate
modello Penelope

L'Azienda tedesca Ellen Wille è generalmente riconosciuta come l'Azienda leader in Europa per le parrucche di alta qualità.

La più esclusiva delle sue collezioni, Stimulate, è commercializzata in Italia solo da Parrucche Lanza, azienda di riferimento per il ramo online di questo importante settore merceologico. Incontriamo Giorgio Calligaris, il suo Webmaster, per una piacevole chiacchierata.

Ci parli di Stimulate.

Certo, con piacere. Lei non sa quanto siamo fieri di essere gli unici esclusivisti per l'Italia di questa stupenda collezione di parrucche di alta qualità, disegnata e progettata da Ellen Wille in persona. Si tratta di una collezione completa, che accontenta il gusto della più vasta platea di potenziali clienti. Ferme restando sempre l'alta qualità costruttiva e l'attenzione per ogni dettaglio, si spazia dai modelli di costruzione più semplice, sino a quelli più raffinati, costruiti interamente a mano, per intercettare le esigenze di chi vuole sempre il massimo, sia in termini di comfort che di look finale.

Il materiale utilizzato è la fibra sintetica o il capello naturale?

In Stimulate troviamo modelli costruiti con entrambi i materiali, a seconda delle specifiche esigenze della cliente. Chi vuole portare la parrucca a lungo e magari divertirsi a cambiare piega e stile ad ogni lavaggio, opterà per il capello naturale. La donna che vuole essere sempre a posto con se stessa ed il suo look e mette in primo piano la praticità d'utilizzo,

opterà invece per la fibra sintetica. Attenzione, parliamo sempre di fibra di altissima qualità, assolutamente indistinguibile dal capello naturale. Stimulate ci abitua al meglio, sempre.

I modelli? Tendono al classico, oppure si sbizzarriscono sulle ultime tendenze della moda capelli?

Guardi, parliamo di una collezione di circa ottanta modelli: c'è posto per

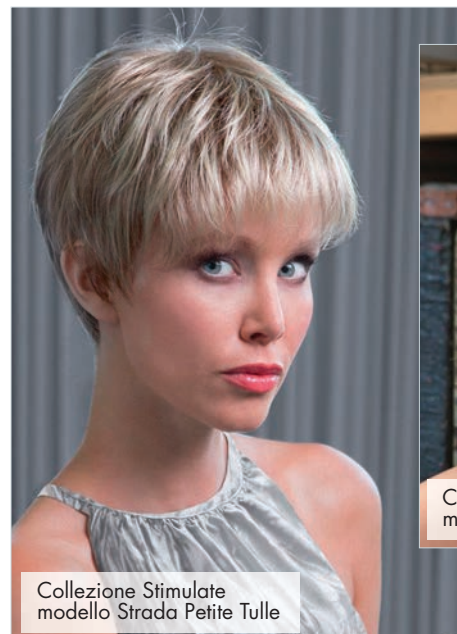
tutti. Per il taglio classico della signora elegante, così come per il taglio sbarazzino della ventenne sempre attiva. Ma è un dato di fatto che Ellen Wille, la designer, è sempre attenta all'innovazione, ama sperimentare e creare cose nuove. Quindi Stimulate la possiamo definire una collezione dalle radici classiche, ma dai meravigliosi frutti freschi e innovativi.

Cosa mi dice dei prezzi di vendita?

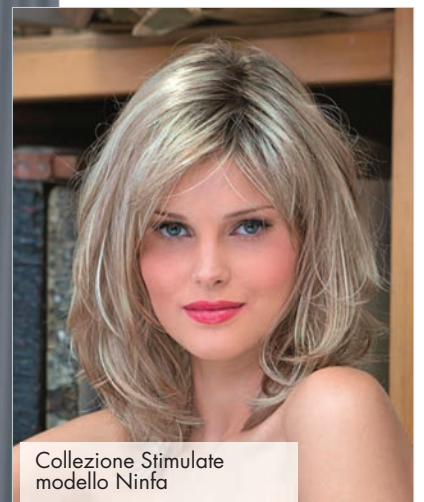
Voglio dirle due cose. La prima è che Stimulate è pensata veramente per tutte le potenzialità d'acquisto: siamo in grado di accontentare sia chi cerca il risparmio, sia chi desidera un prodotto che sia il massimo attualmente sul mercato. La seconda cosa che le voglio dire è che grazie all'efficienza della nostra organizzazione riusciamo a contenere i costi a tutti i livelli, ragion per cui il rapporto Qualità/Prezzo di Stimulate è assolutamente ineguagliabile. E ciò avviene, appunto, in ragione della nostra organizzazione, mentre il livello qualitativo rimane sempre altissimo.

Dove possiamo trovare Stimulate?

Se parliamo di commercio elettronico, Stimulate è un'esclusiva assoluta del nostro sito www.ParruccheLanza.com. Ma noi abbiamo anche numerosi entusiasti rivenditori in tutta Italia, presso i quali è possibile rivolgersi per toccare con mano la meravigliosa qualità di Stimulate.



Collezione Stimulate
modello Strada Petite Tulle



Collezione Stimulate
modello Ninfa

Stimulate
The Best of Hair

*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

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
Parabiago (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

Parrucchieria Roberto Equipe
San Severeino 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 parrucchieri
Benevento (BN) - 0824 310130

Molise:

Forniture Parrucchieri Professionali 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
Canicattì (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

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 . 🌐 WWW.AESTETICA.IT . ☎ 0815922946

INTERNATIONAL
HAIRSTYLIST

Lunaris

Collezione P/E 2016



La collezione Lunarìs P-E 2016 di Trizzi team evoca il bagliore e i raggi argentei della luna. Le linee della collezione Lunarìs si accordano perfettamente con il colore dai riflessi siderali. Un filtro argenteo si staglia sulla figura, che sembra abbracciata da un raggio di luna.

In linea con le ultime tendenze moda, la collezione Lunarìs di Trizzi team esprime al meglio l'elegantissima nuances grey declinata in ogni sua sfumatura.



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

HulaHoop, the past inspires the New Hair

La nuova Styling & Finishing Line dal sapore vintage firmata Emsibeth

Al vintage anni '50 si ispira il nuovo look di HulaHoop. Accattivante e provocatorio per osare con creatività. Cinque le categorie: Volume per volumizzare, Matt per opacizzare, Fix per fissare, Shine per lucidare e Shape

per modellare, tutte con formulazioni professionali e altamente performanti. Oltre al nuovo pack, ed alla nuova immagine, sono stati inseriti quattro nuovi prodotti. Innovativi nelle formule e nelle performance.

NEW Crystal Shine Cream

Una texture vellutata che lascia i capelli extra-brillanti e morbidi. Dall'effetto anti-crespo, dona volume, protezione e corposità anche ai capelli più fini e spenti, proteggendoli dal calore del phon.

NEW Glossy Cream Wax

Una crema in cera lucidante, per creare dettagli o dare movimento. Un finishing lucido, durevole e flessibile.

NEW Strong Hairspray

Lacca spray a tenuta extra forte. Speciali agenti filmogeni avvolgono i capelli proteggendoli dall'umidità per un fissaggio estremo a lunga durata senza appesantire. Contiene Filtro UV, Pantenolo ad azione idratante e Vitamina E anti-ossidante.

NEW Curl Definer

Siero arricciante, controlla il volume dei ricci e li protegge dall'umidità. Dona morbidezza, elasticità e brillantezza, senza appesantire.





www.expobeautyshow.com

23 · 24 · 25
OCT 2016 / MEXICO

THE BIGGEST INTERNATIONAL
PROFESSIONAL BEAUTY
SHOW IN LATIN AMERICA



**BE PART OF THE
EBS EXPERIENCE**


CLUB ELITE
BUYERS CLUB

Program to the most qualified
buyers in the industry

20 ANNIVERSARY
SPECIAL
EDITION

- More than 300 shows
- Education area with 80 classes
- More than 3,000 brands of professional beauty
- More than 80,000 attendees during the 3 days

SALES CONTACT:

• **Lili Carballido**
Show Director & Sales
+52 (55) 8852 6183
lcarballido@reedexpo.com

• **Norma Pérez**
Sales Manager
+52 (55) 8852 6184
nperez@reedexpo.com



www.expobeautyshow.com

The Expo Beauty Show logo, is a trade mark of RELX Intellectual Properties SA, used under license.

Venue  **Banamex**

Organized by  **Reed Exhibitions**



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

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



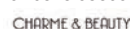
CENTRO A.N.A.M. DI NAPOLI
Via Carlo Pisacane 29
80100 Napoli (NA)
tel/fax 081.299627



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



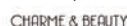
CENTRO A.N.A.M. DI RAGUSA
C.so Italia, 90
97100 Ragusa (RG)
tel.0932.625119



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

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
Salon International	Londra	Gran Bretagna	Ottobre	15/17
Beautyworld Japan West	Osaka	Giappone	Ottobre	24/26
Intercharm	Mosca	Russia	Ottobre	26/29
Expo Beauty Show	Città del Messico	Messico	Ottobre 30 Febb.	1
Baltic Beauty World	Riga	Lettonia	Nov.	4/6
Salon Look	Madrid	Spagna	Nov.	5/7
Cosmoprof Asia	Hong Kong	Cina	Nov.	16/18
Cosmoprof Asia Packaging	Hong Kong	Cina	Nov.	15/17
San Juan Beauty Show	San Juan	Porto Rico	Nov.	
Saudi Helth & Beauty	Jeddah	Arabia Saudita	Nov. 29	Dec. 2



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

Bibland

BEAUTÉ

COIFFURE

SALON

ESTETICA

EXPORT
MAGAZINE

L'ECLAIREUR

DELUQUERIAS HAIR STYLES

ECHOScoiffure

TRIBUTE

Queen

BARI BEAUTY SHOW®

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



80^a FIERA DEL LEVANTE

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



EUROMEETING GROUP S.R.L.

Iperclub

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

Torna il Bari Beauty Show con la sua 5^a edizione che si svolgerà all'interno della 80^a 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®



80^a FIERA
DEL
LEVANTE



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



EUROMEETING GROUP S.R.L.

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

Leo Burnett

COSMOPROF

NORTH AMERICA LAS VEGAS



JULY 2016
24TH - 26TH
LAS VEGAS

MANDALAY BAY
CONVENTION CENTER
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 | **Sales Office Europe, Africa, Middle East, Asia and South America:** BolognaFiere S.p.a. - Bologna - Italy - international@bolognafiere.it - for info: ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - 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

Organiser - North American Beauty Events LLC

pba professional
beauty
association

Bologna
Fiere

kemon.it



Una storia di avanguardia e innovazione, ma anche di famiglia e tradizione.
Kemon è un'azienda vera e visionaria: la moda capelli diventa lifestyle e i prodotti una sapiente miscela tra scienza e natura.
La bellezza è unicità e fonde forma e sostanza come le due facce di una stessa medaglia.

kemon

TRUE · VISIONARY · BEAUTY