

SALON

INTERNATIONAL

n. 3 € 20

Hair: Gandini Team for Vitality's

D O N N A

N. 3 2019 - Mensile - MTE Edizioni s.r.l. - Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano - Tariffa R.C.C.: Poste Italiane s.p.a. - Sped. in abb. post. (art. 1, comma 1, D.C.B. - Modena - Tassa riscossa - Taxe Perçue - Contiene I.P. - Anno V)



Styling

International

- Gary Taylor, Edward & Co
- Karine Jackson
- Jessica Neil & Mary Geoghegan
- Ivan Rodriguez
- Jamie Stevens
- Angelo Seminara
- Art Hair Studios
- Bad Apple Hair Art Team
- Toni&Guy
- Framesi - Italian Hair Style
- Damien Johnston
- Elgon
- Helen Seward
- Z.One Concept Education Team
- Edoardo Paludo

Hair: Gary Taylor, Edward & Co
Photo: John Rawson
Make up: Jo Sugar



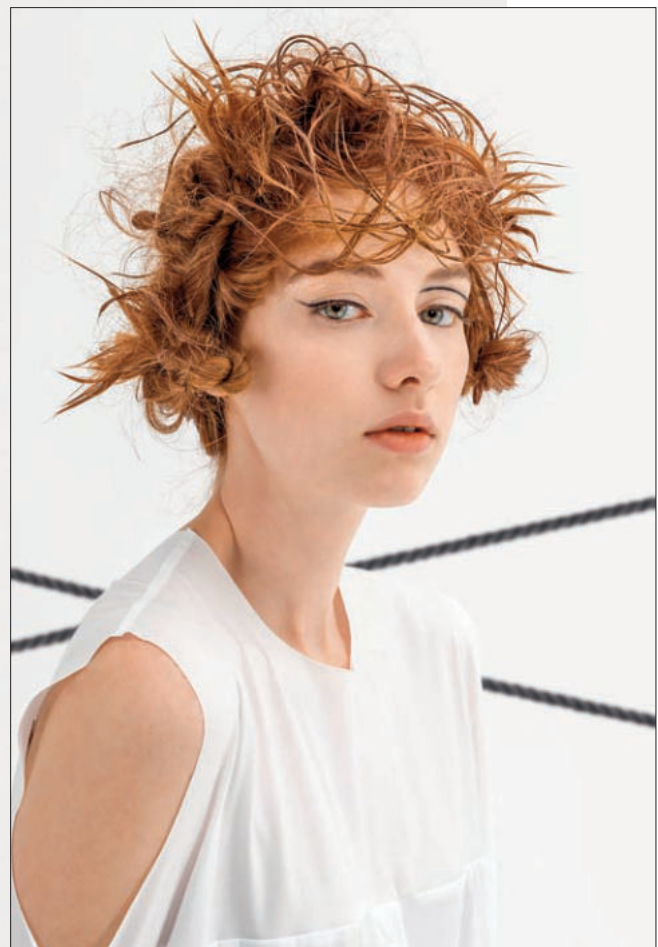
Hair: Jessica Neil & Mary Geoghegan, KH Hair
Photo: Jack Eames
Make up: Maddy Austin



Hair: Jessica Neil & Mary
Geoghegan, K H Hair
Photo: Jack Eames
Make up: Maddie Austin



Hair: Art Hair Studios
Photo & Mood: Zatac
Products: Wella Professionals, System Professional,
Professional Sebastian, Nioxin, OPI





Elgon
Carpe Diem
Blonde Ambition



Elgon
Carpe Diem
Blonde Ambition

SALON • HAIRSTYLE

VITALITY's

ARMANDO TESTA

EPURÁ

THE NATURE OF BEAUTY

Oltre la superficie, oltre l'orizzonte.
Là, dove lo sguardo si perde e la natura si rigenera,
nasce una nuova bellezza.

Vera, naturale. Viva, emozionale.
Una bellezza che cura. Una bellezza che è pura.
La tua Bellezza. **La bellezza Epurá.**

Scopri tutti i prodotti su www.vitalitys.it

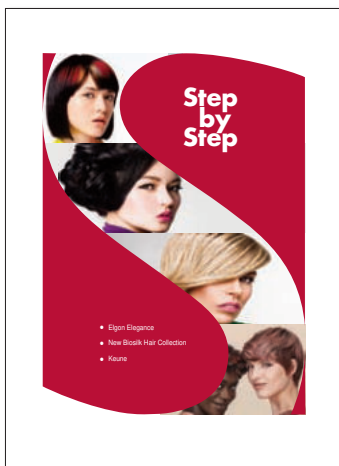
#bellezzaviva  



SOMMARIO



Hair: Gandini Team for Vitality's
Photo: Paulo Renftle
Make up: Monica Ricciardi



Salon International Moda

| | |
|--------|--|
| 2-32 | Stylist International |
| 33-40 | Step by step |
| 6-7 | Nielsen- il mercato dei deodoranti persona |
| 8 | Beauty Report |
| 10-11 | Cosmoprof 2019- va in scena il meglio |
| 12-15 | News |
| 16-17 | OMC Italy National Championship |
| 18 | TIGI - intervista a Valentina Colabona |
| 20 | Erbe tintorie - intervista a Michele Rinaldi |
| 22 | Helen Seward - BBColor Beauty |
| 24 | Parlux- news |
| 26 | Cotril- Beach |
| 28-35 | Novità prodotti |
| 36-39 | Speciale sposa |
| 40-41 | Moda sfilate Primavera/Estate 2019 |
| 42- 47 | Backstage autunno/inverno '19-'20 |
| 52 | Cosmoprof North America |
| 57 | Gallery Nails |
| 58-60 | Nails Sfilate |
| 61 | Step by step Faby |
| 62 | Step by step Kylua |
| 63 | Make Up |
| 64 | Guida |



Anno L
n. 3/2019
Redazione, Amministrazione, Pubblicità
M.T.E. Edizioni s.r.l. - Via Romolo Gessi, 28 - 20146 Milano
Tel. 02/48.95.23.05 - 42.39.443 - Fax 02/41.23.405
Servizio Abbonamenti - Tel 02/48958058 - 02/42290646

Direttore Responsabile - Giuseppe Tirabasso
Direttore Editoriale - Claudia Stagno

Collaboratori:
Joan Rundo, Valentina Vacalebre, Matilde Giannattasio,
Rebecca Lazzari, Alfredo Rubertelli
Grafica: Massimo Albergoni
Web Content Manager: Mauro Smerini
Marketing & Pubblicità: Raffaella Chiolo

Edizioni Esteri: 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 42293585 fax 02 42295625

Ufficio di Presidenza
Presidente: Fabbian Lino
Vice Presidente: Salvatore Seccia
Pres. Comm.ne Economica: Preo Andrea
Pres. Comm.ne Didattica: Giuseppe Gambino
Pres. Comm.ne Tecnica-Artistica: Di Simone Vincenzo
Tesoriere: Ruffino Salvatore
Direttore Didattico Nazionale: Nevio Villa
Direttore Tecnico Naz. Maschile: Pierfilippo Francia
Segreteria: Erisilia Sollievo

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

ABBONAMENTI
NUMERO VERDE

800 102166

Inserzionisti

| | |
|-------------------------------|------------|
| Aestetica Napoli | 48-49 |
| Beauty Check | 9 |
| Calmar | 51 |
| Charme&Beauty | 19-21 |
| China International Hair Fair | 56 |
| Cosmoprof North America | 53 |
| EBS Mexico | 27 |
| Emsibeth | 3 |
| Helen Seward | 23 |
| MCB by Beauté Sélection | 50 |
| Parlux | 25 |
| Salon International | 4-5 |
| Sen.sùs | IV |
| Trizzi | 54-55 |
| Vitality's | Cover-II-1 |

Cromakeyⁱⁿ

MULTIBENEFIT

SLES &
PARABEN
FREE

EMSIBETH
COSMETICS

MADE IN ITALY
with Love



HYDRA CHROMA LUSTRE

IDRATA COLORA ILLUMINA

PIÙ DI UN SEMPLICE COLORE: UN VERO E PROPRIO
TRATTAMENTO DI BELLEZZA PER I CAPELLI

CONTATTACI PER MAGGIORI INFORMAZIONI:

EMSIBETH SpA Via Murari Brà, 35/G, 37136 Verona (VR)

■ T +39 045 503044 ■ F +39 045 503991 ■ www.emsibeth.it



YouTube



Emsibeth Official

SALON
INTERNATIONAL

LONDRA
EXCEL LONDRA
5-7 OTTOBRE 2019

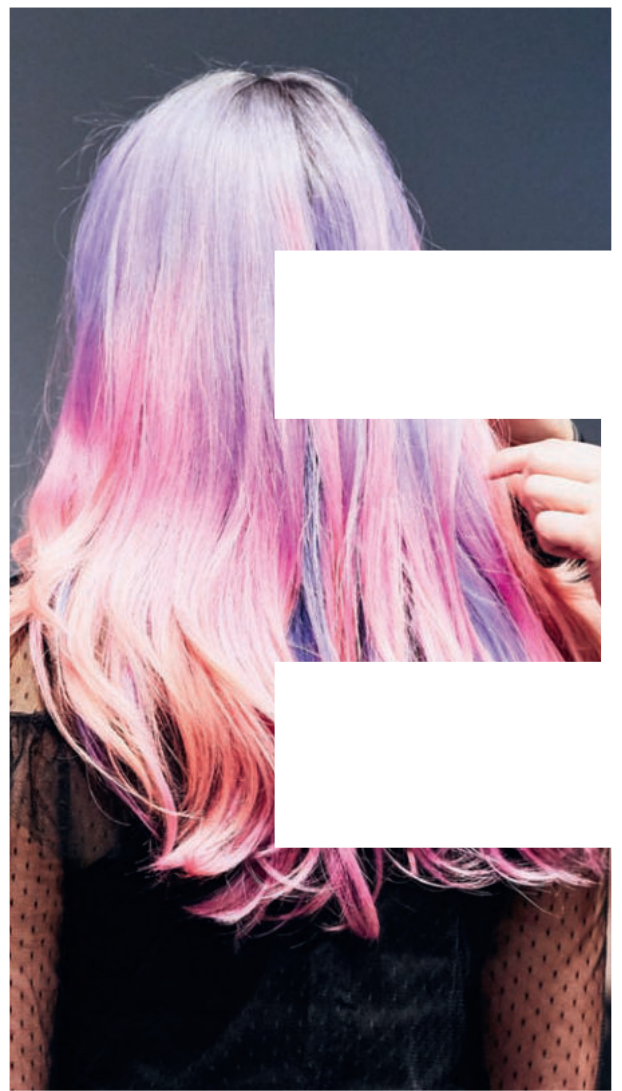
PRESENTATO DA



Registra il tuo interesse sul sito www.salonshow.co.uk
#Salon19



IL CUORE DELL'ACCONCIATURA



THE DATE

a cura di
Luca Mapelli

SPECIALE NIELSEN

Il mercato dei Deodoranti persona

Nell'anno terminante al 24 febbraio 2019, il mercato dei deodoranti segna un incremento del 2,2% a valore e del 2,9% a confezioni rispetto al periodo corrispondente, con una flessione del prezzo medio pari a -0,7%. Il giro d'affari complessivo raggiunge così i 344 milioni di euro, con oltre 140 milioni di confezioni vendute. Al trend contribuiscono le temperature elevate in particolare durante l'autunno: il periodo settembre-novembre è infatti responsabile di quasi la metà della crescita annuale, con un

tasso di crescita medio superiore al 4%.

In termini di aree, la distribuzione moderna fa segnare un +1,0% a valore, grazie al contributo del Nord Italia (+2,0% Area 1, +4,0% Area 2), mentre flette la DM al Centro e al Sud: -1,5% Area 3, -1,8% Area 4. La performance della Distribuzione Moderna è inficiata dai Liberi Servizi, che fanno segnare -2,1% a valore e -0,4% a confezioni. Buon trend invece per super (+0,8%) e iper (+2,0%), questi ultimi anche grazie a un aumento della pressione



Nielsen è un'azienda globale di misurazione e analisi dati che fornisce la più completa e affidabile visione al mondo sui consumatori e sui mercati.

Coniughiamo dati proprietari con altre fonti per aiutare i nostri clienti a comprendere ciò che accade oggi, ciò che accadrà domani, e come reagire.

Da oltre 90 anni Nielsen fornisce dati e analisi lavorando con metodo scientifico e innovazione, e si impegna a dare sempre nuove risposte alle domande più rilevanti relative ai media, alla pubblicità, alla distribuzione e ai beni di largo consumo.

Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90% della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni
www.nielsen.com

| | | VValore in Euro | | Var % |
|------------|--------------------------|---|---|-------|
| | | Anno Terminante Precedente 25 Feb 2018 | Anno Terminante Corrente 24 Feb 2019 | |
| DEODORANTI | IT Italia | 336.598.537 | 344.163.096 | 2,2 |
| | DM AREA 1 | 76.570.016 | 78.102.515 | 2,0 |
| | DM AREA 2 | 45.129.394 | 46.914.669 | 4,0 |
| | DM AREA 3 | 44.007.686 | 43.339.618 | -1,5 |
| | DM AREA 4 | 35.950.093 | 35.291.536 | -1,8 |
| | IT Italia Iper | 87.678.820 | 89.455.705 | 2,0 |
| | IT Italia Supermercati | 89.853.363 | 90.574.894 | 0,8 |
| | IT Italia Liberi Servizi | 24.125.005 | 23.617.737 | -2,1 |
| | IT Italia Discount | 19.783.970 | 19.315.327 | -2,4 |
| | IT Italia Specialisti | 115.157.378 | 121.199.432 | 5,2 |

| | | VVolume | | Var % |
|------------|--------------------------|---|---|-------|
| | | Anno Terminante Precedente 25 Feb 2018 | Anno Terminante Corrente 24 Feb 2019 | |
| DEODORANTI | IT Italia | 15.306.199 | 15.870.515 | 3,7 |
| | DM AREA 1 | 3.070.476 | 3.127.988 | 1,9 |
| | DM AREA 2 | 1.768.238 | 1.879.596 | 6,3 |
| | DM AREA 3 | 1.723.854 | 1.717.380 | -0,4 |
| | DM AREA 4 | 1.539.191 | 1.572.841 | 2,2 |
| | IT Italia Iper | 3.538.316 | 3.630.484 | 2,6 |
| | IT Italia Supermercati | 3.606.706 | 3.697.560 | 2,5 |
| | IT Italia Liberi Servizi | 956.738 | 969.760 | 1,4 |
| | IT Italia Discount | 1.707.640 | 1.650.828 | -3,3 |
| | IT Italia Specialisti | 5.496.799 | 5.921.883 | 7,7 |

promozionale: il 46,5% delle confezioni degli iper è stato venduto in promo (+1,6 p.ti rispetto all'anno precedente). Il trend totale della categoria non può tuttavia prescindere dal fondamentale contributo del canale degli specialisti drug, che cresce a un ritmo del 5,2% e consolida il primato come canale a valore, veicolando il 35,2% del sellout contro il 26,0% degli iper e il 26,3% dei super. I drugstore beneficiano di un aumento del numero medio di referenze a scaffale, in crescita del 3,3% e ormai prossimo a quello degli iper (124 contro 147), nonché di un prezzo molto più conveniente: l'indice di prezzo medio dei drugstore è infatti pari all'83% del prezzo medio riscontrato in distribuzione moderna; in leggero calo invece l'intensità promozionale, passata al 41,8% dal 43,1% dell'anno precedente, ancora al di sotto del 46,5% registrato negli iper.

In termini di applicativo, continuano a trainare la crescita gli applicativi spray e roll-on, a fronte di una flessione di pompette e stick, mentre in termini di utenza guida la crescita il segmento dei deodoranti femminili o neutro.

In questo scenario, la sfida che si pone per i player del mercato è quella di innovare in sintonia con le tendenze del mercato - anche in termini di claim sul pack - al fine di mantenere il valore a fronte di una tendenza generalizzata alla riduzione del prezzo e alla luce di un mercato sempre più concentrato in canali ad alta incidenza di promo.

| | | VConfezioni | | |
|------------|--------------------------|---|---|-------|
| | | Anno Terminante Precedente 25 Feb 2018 | Anno Terminante Corrente 24 Feb 2019 | Var % |
| DEODORANTI | IT Italia | 138.482.071 | 142.530.158 | 2,9 |
| | DM AREA 1 | 27.868.450 | 28.275.080 | 1,5 |
| | DM AREA 2 | 17.066.066 | 17.939.416 | 5,1 |
| | DM AREA 3 | 16.225.412 | 16.038.243 | -1,2 |
| | DM AREA 4 | 13.840.048 | 13.949.238 | 0,8 |
| | IT Italia Iper | 32.717.470 | 33.501.920 | 2,4 |
| | IT Italia Supermercati | 33.563.015 | 34.015.402 | 1,3 |
| | IT Italia Liberi Servizi | 8.719.491 | 8.684.643 | -0,4 |
| | IT Italia Discount | 12.107.866 | 11.618.041 | -4,0 |
| | IT Italia Specialisti | 51.374.224 | 54.710.146 | 6,5 |

| | | Prezzo medio | | |
|------------|--------------------------|---|---|-------|
| | | Anno Terminante Precedente 25 Feb 2018 | Anno Terminante Corrente 24 Feb 2019 | Var % |
| DEODORANTI | IT Italia | 21,99 | 21,69 | -1,4 |
| | DM AREA 1 | 24,94 | 24,97 | 0,1 |
| | DM AREA 2 | 25,52 | 24,96 | -2,2 |
| | DM AREA 3 | 25,53 | 25,24 | -1,1 |
| | DM AREA 4 | 23,36 | 22,44 | -3,9 |
| | IT Italia Iper | 24,78 | 24,64 | -0,6 |
| | IT Italia Supermercati | 24,91 | 24,50 | -1,7 |
| | IT Italia Liberi Servizi | 25,22 | 24,35 | -3,4 |
| | IT Italia Discount | 11,59 | 11,70 | 1,0 |
| | IT Italia Specialisti | 20,95 | 20,47 | -2,3 |

Trend positivo dell'industria Cosmetica

L'industria cosmetica italiana chiude il 2018 in positivo con un fatturato di 11,2 miliardi di euro, secondo i dati preconsuntivi dell'associazione di categoria Cosmetica Italia. Il settore acconciatura è in tenuta grazie alla maggiore attenzione al servizio

Notizie confortanti da Cosmetica Italia. Nonostante una congiuntura condizionata dal generale rallentamento della propensione al consumo in molti comparti, sia a livello interno che internazionale, il settore cosmetico tiene.

Nelle stime di chiusura del 2018 il valore della produzione, cioè il fatturato delle imprese, cresce del 2% per un valore prossimo a 11.200 milioni di euro, mentre le previsioni per l'anno in corso evidenziano un'espansione del 2,6%. A determinare la performance contribuisce in parte il mercato interno, con un trend positivo di poco meno di un punto percentuale, con previsione di ulteriore espansione per la fine del 2019. Sui fatturati impattano in misura ancora evidente le vendite all'estero, che nel 2018 toccano i 4.800 milioni di euro, per una crescita di 3,5

punti percentuali. Mai come in questo periodo le considerazioni sullo scenario macroeconomico, in evidente recessione, servono a spiegare la tenuta anelastica dell'industria cosmetica nazionale.

| Evoluzione dei canali distributivi (val. % fatto 100 il mercato cosmetico in Italia) | | |
|--|-----------|-----------|
| | 1998 | 2018 |
| Grande distribuzione | 43 | 41 |
| Super e Iper | 35 | 18 |
| SSS-Drug | - | 14 |
| Monomarca | - | 4 |
| Altri canali GDO | 8 | 5 |
| Profumeria | 26 | 20 |
| Farmacia | 14 | 19 |
| Erboristeria | - | 4 |
| Porta a porta e per corrispondenza | 8 | 5 |
| E-commerce | - | 3 |
| Acconciatura professionale | 7 | 6 |
| Centri estetici | 2 | 2 |

Focus sul canale

Acconciatura professionale

Al termine del 2018 e nelle previsioni per il primo semestre 2019 si conferma la lenta tenuta dei consumi, sia dei servizi che della rivendita, nei saloni di acconciatura. Seppure a ritmi contenuti, dopo la crescita dello 0,5% alla fine del 2018, si conferma la tenuta, +0,7%, nel primo semestre del 2019 con un valore del mercato che supera i 580 milioni di euro.

Lento, ma significativo il ritorno delle frequentazioni.

Da parte delle imprese si confermano gli investimenti su nuove coniugazioni di prodotto, sulla formazione specifica e sulla distribuzione capillare; mentre da parte degli acconciatori, a conferma della validità del rapporto, si registrano sforzi sulla fidelizzazione e rimodulazione dei servizi, anche con maggiore

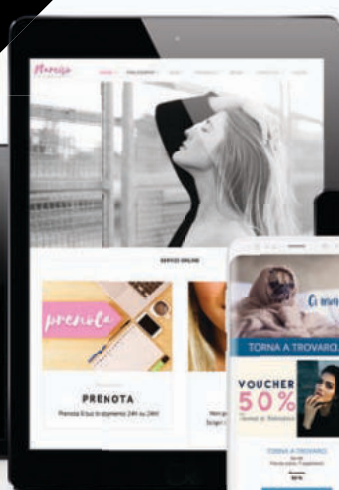
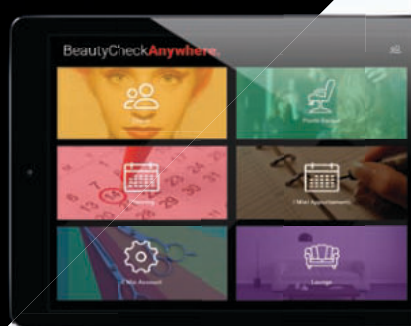
| | Canali di distribuzione | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| | PRECONSUNTIVI II SEMESTRE 2018 | STIMA CHIUSURA 2018/17 | PREVISIONI I SEMESTRE 2019 |
| Farmacia | -1,0 | -1,0 | 0,3 |
| Erboristeria | 0,0 | 0,2 | 0,5 |
| Profumeria | 1,2 | 1,2 | 1,0 |
| Mass market | 0,6 | 0,5 | 1,0 |
| Vendite dirette: porta a porta e corrispondenza | -2,0 | -2,0 | -2,0 |
| E-Commerce | 9,0 | 10,0 | 10,0 |
| Acconciatura | 0,5 | 0,5 | 0,7 |
| Estetica | 1,0 | 0,5 | 1,0 |
| Terzismo | 5,0 | 4,0 | 6,0 |

attenzione alla rivendita. Considerando i prodotti, si registra la tenuta del colore e il calo del finishing, mentre risultano stabili i prodotti per il trattamento. Interessante il nuovo fenomeno delle vendite on-line di prodotti specifici da parte di alcuni saloni.

il software gestionale per parrucchieri

*Beauty***CHECK**®
Salon

- ✓ **Gestione** COMPLETA del Salone
- ✓ Web APP per *clienti* e *Fiches su Tablet*
- ✓ **Planning** appuntamenti e reminder
- ✓ **Time-Line** Tecnica
- ✓ **Marketing** AUTOMATION
- ✓ **Booking** ONLINE



RICHIEDI UNA DEMO GRATUITA

☎ 0373 970241 🌐 www.beautycheck.it

✉ info@beautycheck.it **f** [/beautycheck.it](https://www.facebook.com/beautycheck.it)



Cosmoprof Worldwide Bologna 2019 va in scena il meglio

Si conferma una delle più grandi manifestazioni globali per l'intera industria beauty e lo ha dimostrato anche in quest'edizione che si è tenuta dal 14 al 18 marzo. Il suo profilo appare sempre più innovativo, internazionale, sostenibile e globale. Il record delle visite è uno dei segni positivi che sottolineano i brillanti risultati di quest'imprendibile evento. Ecco, settore per settore, le novità



I numeri: un nuovo record

265.000 visitatori da 170 Paesi

3.033 aziende espositori da oltre 70 Paesi

26 collettive nazionali

30 convegni e sessioni in programma all'interno dei format: Cosmo Talks, con la partecipazione di 200 speaker internazionali.

Hair: la vivacità del made in Italy

Grande fermento nel settore **Hair**, che vede, in generale, una maggior presenza di aziende italiane, a testimonianza di una ripresa del mercato nazionale. Il canale registra una crescita del 4,5% rispetto al 2018.

I brand sono stati accolti nei padiglioni 25, 31, 32 e 35 e del 37.



Hair Ring 2019: largo alla creatività

L'iniziativa, rivolta ai giovani talenti, si è svolta presso il centro servizi, nelle giornate di domenica 17 e lunedì 18 marzo. Cosmoprof e Camera Italiana dell'Acconciatura hanno rinnovato la loro collaborazione per aiutare i giovani hairstylist ad emergere. Il mood dell'edizione 2019 è stata "Leonardo da Vinci": con la reinterpretazione delle acconciature create dal grande genio.

Unghie, il fenomeno green

Il mondo **Nail** è protagonista assoluto del **padiglione 36**, storica location del settore. Green è la nuova parola d'ordine anche per smalti e trattamenti nail, con linee a base di ingredienti di origine vegetale e collezioni al 100% vegane.

Estetica e Spa: un grande fermento

Questo settore registra una crescita del 21%. I nuovi padiglioni 28, 29 e



Continua l'espansione dei barber

Nel padiglione 35 si è tenuto l'UBS-United Barbers Show®, in collaborazione con Sen Martin, Barber Mind e Bottega della Barba. Il 17 e il 18 marzo, oltre 5mila barbieri hanno assistito al campionato mondiale: in gara 60 barbieri. Tra gli ospiti on stage HIRO, fondatore di Barber Mind e La Barberia di Milano; Francesco Cirignotta, celebre trico-esteta; il gruppo inglese

MENSPIRE con Josh La Monaca, MKM ACADEMY da Amsterdam con Naydisha Richardson.

30, ristrutturati lo scorso anno, hanno accolto in maniera ottimale e funzionale i macchinari, le soluzioni innovative dei brand espositori e le loro nuove tecnologie. Grazie alle attività di promozione nei mercati internazionali, sono in crescita le richieste di partecipazione da parte di aziende provenienti dall'Europa dell'Est e dall'area balcanica, in particolare da Russia, Lettonia e Lituania.

Altri settori che seguono il trend positivo

Cresce l'area riservata a **Cosmopack** (+ 9%) il salone dedicato al contract manufacturing e al private label, ai macchinari di processo e di

L'evento nell'evento



Cosmoprof Worldwide Bologna ha ospitato la mostra dedicata al contributo di Leonardo da Vinci in ambito cosmetico dal titolo "Leonardo, genio e bellezza", allestita in occasione dei 500 anni dalla scomparsa dell'artista.

Frutto della collaborazione fra Accademia del profumo e Cosmoprof e Cosmetica Italia, l'installazione prevedeva i tanti contributi dell'artista nella conoscenza dell'estrazione dei profumi, dei cosmetici e dei prodotti per capelli.

confezionamento, al packaging primario e secondario, agli applicatori e al comparto degli ingredienti e materie prime.

Cosmoprime, l'area dedicata alla cosmesi di alta gamma con una distribuzione selettiva, ha accolto nel padiglione 14, la stessa superficie espositiva dell'anno scorso.

Nelle aree speciali, in aumento i marchi rappresentati; in particolare, cresce l'**Extraordinary Gallery**, con 71 aziende (+4% rispetto al 2018).

Cosmoprof Awards 2019

Tra le 608 proposte inviate dagli espositori di Cosmoprof Worldwide Bologna 2019, ecco quelle che si sono aggiudicate un premio:

Hair Product: The Shampoo presentato da Bulke Homme CO., LTD.

Il primo shampoo concepito da una formula skincare: "the scalp beauty".

Una formula non siliconica con un forte effetto detergente e idratante. La



base amino acids permette di non danneggiare lo scalpo e il capello.

Make Up Product: The Base presentato da Base Of Sweden.

Un make up che gode di ottima considerazione nel mercato grazie alla lunga-tenuta che lo caratterizza.

Nail Product: Indigo Mineral Base presentato da Ad Beauty.

Prodotto 3 in 1 che accorcia i tempi dell'applicazione dello smalto. L'utilizzo di minerali lo rende un prodotto attento alla sostenibilità ambientale.

Natural & Organic: Actyvabio presentato da Kemon. Il primo

L'analisi dei presidenti Ancorotti e Calzolari



"Le imprese associate presenti nel 2019 in manifestazione - commenta **Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia** (nella foto a sinistra) - hanno registrato un significativo aumento della qualità dei contatti con gli operatori del settore. Per rispondere a questa tendenza, le aziende si sono fatte promotrici di un'offerta sempre più mirata di prodotti e di servizi. (...) Non a caso l'export, in crescita del 3,6% per un valore di 4.800 milioni di euro, continua a sostenere i fatturati, che superano gli 11,2 miliardi di euro, in crescita del 2,1%".

"Cosmoprof Worldwide Bologna 2019 ha raggiunto un importante obiettivo, con **oltre 265.000 operatori** dell'industria cosmetica, con un **incremento percentuale di visitatori dall'estero di circa il 10%** - dichiara **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** - (nella foto a destra). Questo dato, insieme al record di espositori - **3.033 aziende da oltre 70 Paesi** -ci rende orgogliosi dei risultati ottenuti, e ci dà l'energia per affrontare nuovi progetti. Da Bologna, Cosmoprof Worldwide Bologna arriva a raggiungere tutto il mondo, con manifestazioni in tutti i continenti. Dopo Asia, Nord America e India, dopo le partecipazioni nei mercati del Sud America e del Sud Est Asiatico, e dopo lo sviluppo in Europa grazie all'acquisizione del gruppo tedesco Health & Beauty, siamo ora pronti per allargare le frontiere, grazie anche al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di ICE -Italian Trade Agency, e del nostro partner, Cosmetica Italia. Per il 2020 nuovi progetti sono in fase di definizione sia in Asia che in Africa. La piattaforma di Cosmoprof si appresta a diventare sempre più capillare, per rispondere al meglio alle esigenze delle aziende del settore".

prodotto organico professionale per capelli certificato da standard COSMOS ORGANIC, contenente fito-complessi brevettati. Contiene il 97% di materie prime di origine naturale e l'86% di origine biologica.

Personal Care Product: Wabuki Molecular Drone Postbiotics

Serum, presentato da Warew. Tecnologia brevettata con droni molecolari essiccati alimentati con post-biotici attivi. Il siero, applicato sulla pelle, rilascia migliaia di droni molecole che riparano la naturale barriera della pelle.

The Alternative Hair Show 2019 cambia sede!



Tony Rizzo, fondatore di Alternative Hair, e Jayne Lewis-Orr, direttore esecutivo di Salon International, hanno annunciato, per la prima volta in 37 anni di storia, l'Alternative Hair Show si terrà a Salon International, ExCeL London. L'ICC Auditorium ospita 3.800 persone e porta a Salon International alcuni dei migliori team artistici globali per una serata davvero internazionale, stimolante e divertente. Il direttore esecutivo di Salon International, Jayne Lewis-Orr, ha dichiarato: "È meraviglioso poter portare l'Alternative Hair Show a Salon International. Siamo

onorati di sostenere Tony Rizzo e Fighting Leukemia (...)" Il fondatore di Hair Alternative, Tony Rizzo, ha affermato: "Sono elettrizzato dal fatto che stiamo portando Alternative Hair a Salon International. (...) Una nuova sede è stimolante ed eccitante per tutti noi. " Il presidente di Alternative Hair Global, Anthony Mascolo, ha detto: "Sono entusiasta che il Visionary Award, che ho presentato all'evento, sarà nuovamente incluso nel programma. Questo è diventato un popolare



'spettacolo all'interno dello spettacolo' ed è un modo per dare ai nuovi talenti internazionali una piattaforma per mostrare la loro creatività.". L'Alternative Hair Show 2019 si terrà domenica 6 ottobre alle 18.30. Le squadre artistiche che compaiono nello show: Anne Veck, Carlo Bay, Dmitry Vinokurov, HOB, Ken Zhou, Rudy Mostarda, Klaus Peter Ochs, Laszlo Hajas, Marc Antoni, Mikel Luzea, Saco, Sanrizz, Sassoon, Tigi Creative Team, Toni & Guy.

Grande show per i 110 anni di L'Oréal Professionnel

L'Oréal Professionnel compie 110 anni e, per celebrare l'importante ricorrenza, ha invitato a Parigi oltre 2mila tra hairstylist professionisti di fama internazionale, partner e celebrities.

La grande festa si è svolta il 24 marzo a Le Carrousel du Louvre, uno dei luoghi più emblematici della Ville Lumière con un grandioso hair show: "La French, Art of Hair Coloring", con esibizioni musicali live. Il party è stato aperto da Nathalie Roos, Presidente Mondiale della Divisione Prodotti Professionali L'Oréal e Marion Brunet, International General Manager di L'Oréal Professionnel, alla presenza di Alexa Chung testimonial internazionale del brand. All'evento hanno partecipato circa 1.700 i parrucchieri professionisti provenienti da 40 Paesi del mondo. Gli ospiti hanno potuto assistere dalle esibizioni live degli artisti di livello internazionale e a una sfilata per mostrare "La French, Art of Hair Coloring" con 42 modelli internazionali tra cui Anna Cleveland, Debrah Show e Georgina Grenville, acconciate dai guru dell'hairstyling Odile Gilbert, John Nollet, Adir Abergel, Anh Co Tran, Khun Gong, Godhands Joe, l'esclusivo hair show ha voluto rendere omaggio alle origini di L'Oréal Professionnel. Tra i VIP presenti c'erano anche Catherine Deneuve, Alexa Chung, Virginie Ledoyen, Elsa Zylberstein, Ellen Von Unwerth, Stefi Celma, Alexandra Golovanoff, Camille Charrière, Alexis Mabilie, Franck Provost. L'Oréal Professionnel ha anche organizzato, per tutti i suoi partner, una serie di workshop e masterclass.

Credito fotografico: Stephane Feugère



Kemon festeggia 60 anni

Sessant'anni nel mondo della bellezza professionale sono un traguardo importante che Kemon, azienda umbra guidata dalla stessa famiglia dal 1959, ha deciso di celebrare con una grande rentrée al Cosmoprof Bologna, la più importante fiera internazionale del settore bellezza. Con uno stand di 280 metri quadrati ha messo in mostra storia e valori del marchio e i suoi prodotti. I festeggiamenti sono continuati al teatro Europauditorium del Palazzo dei Congressi, con uno show gratuito e aperto al pubblico e il Kemon Days con spettacolo, cena e festa a seguire. L'evento è iniziato con un'intervento di Giuliano Nocentini, presidente e figlio del fondatore, che, in breve, ha raccontato la storia e i valori aziendali. Sul palco poi, per la prima volta si sono esibiti, Mauro Galzignato, direttore creativo delle collezioni K-NOW e Alessia Solidani, volto dell'acconciatura italiana e storica ambasciatrice Kemon che hanno valorizzato la bellezza personale di ogni donna nella sua unicità e veridicità. Per questo sono salite sul palco donne che non rispondevano a stereotipi riguardanti forme, età ed etnie. Kemon, così, ha voluto celebrare l'autenticità promuovendo un concetto di bellezza evoluto, che non ricerca la "perfezione", ma accoglie il proprio corpo e il suo invecchiamento.



Inebrya compie 20 anni di successi

Da vent'anni **Inebrya** è protagonista nel mondo hair in 60 Paesi e per celebrare questo traguardo ha organizzato due momenti: una cena presso l'Osteria Bartolini a Bologna durante il Cosmoprof e la dimostrazione allo stand della maestra dell'arte ikebana Sachiko Yamaguchi. La sua presenza, che l'ha vista protagonista nella creazione di composizioni floreali con i fiori di ciliegio, è stata un momento di grande coinvolgimento per la clientela del brand e tutto il pubblico che incuriosito si è fermato ad osservare la maestra giapponese all'opera. La scelta dei fiori di ciliegio è stata tutt'altro che casuale, ma svela il nome della linea di trattamenti che Inebrya ha presentato in anteprima, Sakura, nome che in giapponese rimanda a questo tipico fiore primaverile, simbolo di rinascita e di buon auspicio. Una rinascita, quella di Inebrya, che viene celebrata in questo ventesimo anno e che si tradurrà in attività concrete in termini di comunicazione e prodotti per offrire un'offerta sempre più completa e vicina alle esigenze del professionista.



Adieu Monsieur Jean!

Si è spento il 3 aprile dopo una lunga malattia, all'età di 85 anni monsieur Jean-Louis David, il coiffeur che ha fatto di questo mestiere un'arte, l'arte di valorizzare una donna, regalarle un'identità, una unicità. Figlio d'arte, aveva aperto suo primo salone nel 1961 a Parigi, nell'elegante Avenue de Wagram, ma il suo talento lo ha portato a far "volare" il suo nome in scala internazionale. Le sue tecniche rivoluzionarie, come il taglio scalato, lo hanno fatto diventare l'hairstylist delle star e a lavorare con i volti noti della moda e della fotografia come Helmut Newton a Herb Ritts. Dal 1976 c'è stato "un salto nel mondo" grazie al suo spirito imprenditoriale: Jean-Louis David è diventato un franchising con centinaia di saloni in tutto il mondo. Nel 2002 aveva ceduto il suo marchio al gruppo americano Regis Corporation, che nel 2008 lo aveva rivenduto a sua volta alla Provalliance di Franck Provost.



INSTANTHAIRT - Pier Giuseppe Moroni

Nuova avventura artistica per **Pier Giuseppe Moroni**, hairstylist creativo che ha ideato e creato per Wella (per cui è direttore creativo) **Instanthairt**, un racconto fotografico pervaso di colore, magia ed emozioni realizzato con due muse, in 92 scatti immortalati nella con pellicola istantanea Fuji, suddivisi in sette quadri visionari composti da immagini non ritoccate. Moroni è riuscito a catturare e a trasferire il colore nella sua essenza, nella sua metamorfosi. Il progetto nasce grazie alla sua intuizione estetica, alla sua pratica del lavoro e alla sua progettualità artistica, ed è stato realizzato anche grazie alla collaborazione con Linda Zanolla di Marco Viola Studio.

Instanthairt si proporrà come punto di riferimento per gli hairstylist e le loro clienti in salone, nella proposta del mondo colore di Wella.

Top Hair della fiera-evento a Düsseldorf

Grande affluenza per la 15esima edizione di, la fiera di Düsseldorf che in due giorni (30-31 marzo 2019) ha visto ben 40.000 visitatori e 450 espositori. Il ricco programma della fiera prevedeva: 14 spettacoli internazionali, 96 workshop e 27 conferenze Cutting Factory. Agli show si sono viste le ultime tendenze valorizzate da tecniche professionali e tante novità. Un grande successo ha avuto il Barbers Corner, il punto d'incontro per il settore maschile. Non sono mancati i talk su argomenti come marketing, gestione del salone, gestione dei conflitti, sviluppo personale o lavoro di squadra. Tanti gli show internazionali. La serata del sabato si tenuta la festa di L'Oréal Professionnel che ha celebrato il suo 110 ° anniversario con *"Frenchness – Style and Elegance"* con protagonisti della "haute coiffure" francese. A seguire, Patrick Cameron, Pulp Riot, American Crew All Stars con il loro *"25 Years Men's Grooming Show"*, CHIE MOTION presentato da Farouk & Gieseke, *"Decenni di 100 anni di Wahl – un viaggio nel tempo"*, Schwarzkopf Professional Artists United, Wella Professionals Creative Team VS SEB Man Experts, Pompöös Hair di gfh & Harald Glöckler, 110 'Celebration Show di L'Oréal Professionnel', ASP Affinage Salon Professional ed Evo: Tour of Beauty – questo cocktail ha davvero colpito il cuore degli spettatori entusiasti.

Il prossimo appuntamento di TOP HAIR – DIE MESSE Düsseldorf si terrà il sabato e la domenica, 7 e 8 marzo 2020.

Photo: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann. Exclusive Exploitation rights with Messe Düsseldorf, Messeplatz, D-40474 Düsseldorf,



Franco Gobbi, Brand Ambassador milk_shake

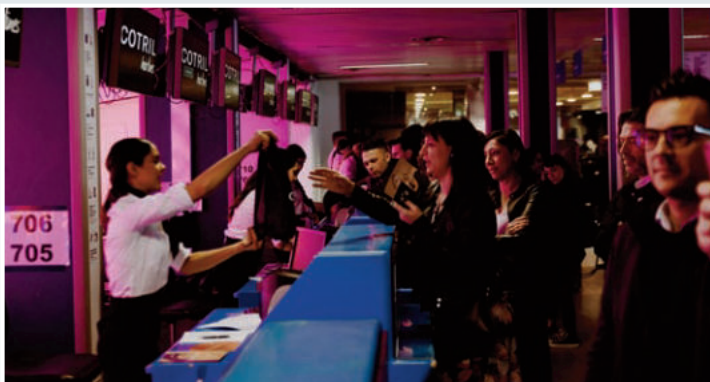
Da anni è l'acconciatore delle celeb internazionali, **Franco Gobbi** per tutto il 2019 si occuperà di realizzare contenuti che saranno di ispirazione nel mondo della moda creando un legame sempre più forte fra le passerelle e milk_shake®. La sua vena artistica lo porterà a sviluppare una collezione dedicata all'interno di lifestyle e collaborerà nel donare alla linea un tocco sempre più fashion.

Utilizzerà in esclusiva i prodotti milk_shake®, sia durante i fashion show di cui sarà main hairstylist, che per seminari e corsi di formazione.

Infine, la sua attitudine a comunicare sui canali social lo coinvolgeranno attivamente nella comunicazione delle pagine dedicate a milk_shake®.

Acconciatori in udienza dal Papa

Il Santo Padre Francesco ha ricevuto in udienza i parrucchieri dei Comitati di San Martino de Porres, in occasione del pellegrinaggio a Roma del 29 aprile 2019. Il Papa, accogliendo gli acconciatori, ha incoraggiato alla professione: "Esercitala in stile cristiano, trattando i clienti con gentilezza e cortesia, e offrendo loro sempre una parola buona e di incoraggiamento, evitando di cedere alla tentazione del chiacchiericcio che facilmente si insinua anche nel vostro contesto lavorativo, tutti lo sappiamo.". Salvo Ruffino, presidente A.N.A.M. Sicilia, afferma emozionato: "L'incontro con il Pontefice ha rappresentato per categoria un'occasione solenne per condividere con il santo Padre il profondo significato spirituale del lavoro (...) questo mestiere anche come un mezzo per testimoniare i valori dell'uomo e andare incontro agli altri. Il contatto diretto fra cliente e lavoratore lo rende unico, il più bello del mondo. E questo riconoscimento etico e sociale concessoci dal Santo Padre ci ha onorato immensamente e regalato una profonda gioia".



Cotril conferma Bèlen come volto e "spicca il volo" da Rimini

Bèlen Rodriguez conferma la lieson professionale con Cotril per ancora tre anni. Il brand ha organizzato a fine marzo uno show all'aeroporto internazionale di Rimini dove si sono dati appuntamento 300 clienti Cotril per assistere ad un viaggio all'interno delle diverse realtà beauty del brand. Gli hairstylist si sono alternati sul palco raccontando tutti i segreti del loro lavoro, del backstage e i "dietro le quinte" più esclusivi. Ad aprire l'evento ci ha pensato Lorenzo Cherubini, Lollo, l'amato hairstylist di fiducia di Belén Rodriguez, che ha mostrato due acconciature realizzate sull'ex velina Irene Cioni. A seguire Giovanni Iovino, Global Creative Director Cotril, hairstylist internazionale e precursore di stili e tendenze, che ha realizzato tre acconciature con i nuovi prodotti di styling Cotril. Lo show è proseguito con la performance di David Scarna, punto di riferimento da oltre 16 anni nell'education della Sassoon Academy, che ha spiegato come eseguire un taglio di tendenza. A chiudere lo show il Team Glow, con alcuni Ambassador del brand, che hanno descritto l'utilizzo di Glow, la nuova colorazione Cotril vincitrice a Cosmoprof dell'HPA come miglior

colorazione demi-permanente. Per rendere ancora più piacevole e ricordare il "viaggio", le hostess hanno regalato a tutti gli ospiti un passaporto con all'interno il programma dell'evento e un travel kit brandizzato Cotril composto da una mascherina per il viso, spazzolino e dentifricio travel size, etichetta per la valigia, tappi per le orecchie, cuscinetto gonfiabile, bottiglietta d'acqua e pochette con shampoo e mask della linea Nutro.





Da sx: Gianni Manzetti,
Salvatore Fodera ed Elio Vassena

OMC Italy National Championship

È stato un momento speciale per tantissimi giovani che hanno partecipato alla gara della prima edizione dell'**OMC Italy National Championship, il Campionato Nazionale di Acconciatura sponsorizzato in esclusiva da Vitality's**

Il 5 e 6 maggio all'Hotel Atlantic Congress & Spa di Borgaro Torinese, si sono battuti su diciotto categorie centottanta acconciatori provenienti dall'Italia, ma anche da tre Paesi ospiti (Francia, Montenegro e Serbia).

L'ingegner **Gianni Manzetti co-titolare Farmen ICD Spa** è riuscito nella grande sfida di riunire nell'Inai, le diverse sigle della categoria presenti sul territorio (A.N.A.M. - U.A.A.M.I.- C.N.U.A.) e ha organizzato, sponsorizzandolo, il primo Campionato Italiano di Acconciatura.

Perché ha voluto organizzare un Campionato italiano?

“Ci ho creduto fortemente perché il nostro Paese fosse precursore in tutto il mondo e perché si possa dare ai giovani un trampolino di lancio per crescere all'interno delle manifestazioni internazionali e creare, anche grazie a queste importanti esperienze, una squadra italiana. Io credo che solo uniti si possa vincere. Organizzare questo evento non è stato semplice, ci sono voluti anni trattative, importati riunioni per mettere da parte tutte le sigle, e valorizzarci come Paese, ma oggi ci siamo riusciti e per me è motivo di orgoglio presentarci sotto un'unica bandiera. Per la categoria penso si sia fatto un salto di qualità. L'Italia così potrà essere da esempio pilota per le altre nazioni.

In questo primo campionato avete ospitato altri Paesi, perché?

Per dare un valore più globale al campionato italiano abbiamo fatto in modo che partecipassero tre Paesi della zona centrale europea con marchio OMC Francia, Serbia e Montenegro. Ora speriamo che il nostro Campionato sia da esempio e invogli altre nazioni ad organizzarsi”. Alla manifestazione torinese c'era anche il presidente dell'**OMC Salvatore Fodera** arrivato a Torino dagli USA che ci ha detto sorridente: “È andata alla grande. L'Italia si è dimostrata una nazione

capace di dare ai giovani una possibilità in più per diventare grandi. Ciascun acconciatore qui ha messo tutto se stesso per vincere. È una buona palestra per essere più preparati all'OMC di Parigi del 14-16 settembre. *“Quali sono i valori importati per emergere come acconciatore?* Avere un'ottima tecnica, possedere una strategia di marketing al passo con la società e vincere un titolo mondiale. Quest'ultima è una grande soddisfazione personale, ma anche un grande prestigio internazionale.

Anche il **Presidente Nazionale Inai, Elio Vassena**, nonché **Presidente Europeo OMC**, si dice contento della riuscita della manifestazione e aggiunge: “Questi confronti servono alla crescita della categoria. Il confronto diretto, la sfida, mettersi in gioco non solo in salone, è essenziale per crescere professionalmente. La fantasia di ciascun artista si consolida con la preparazione tecnica che per una gara di questa importanza.

Alcuni affermano che i lavori che si propongono ai Campionati sono un po' lontani dalla vita di tutti i giorni. Lei come risponde a questa critica? Certo, nei concorsi si fa Avantgarde, non c'è l'immagine commerciale. Le gare portano sul palco tecniche complesse, di grande abilità. Se in meno di mezz'ora si riesce a fare questo tipo di acconciature, il resto è tutto più semplice.

Perché ai parrucchieri piace partecipare a un concorso?

Perché ti metti in gioco, impari nuove tecniche, ti velocizzi. Acquisisci una manualità importante che poi rivendi in salone.

Quale è il ruolo del coach? Fondamentale. Essere preparati tecnicamente è fondamentale e gli allenatori italiani sono molto preparati e richiesti anche dalle altre nazioni. La squadra italiana è un passo avanti perché è da tanti anni che si lavora in questo senso. A Parigi cercheremo di vincere.



L'opinione di Gigi Gandini, Fondatore di Gandini Team, campione mondiale e preparatore



È molto bello che questi giovani siano preparati bene e abbiamo un'ottima formazione tecnica presso le Accademie. Io penso si debba fare uno sforzo ulteriore: aprire il campionato alle creazioni più commerciali perché questi incontri siano manifestazioni diventino interessanti per tutti che diventino accattivanti "vivai" e diano

possibilità commerciali alle aziende.

Cosa sia augura? che questa manifestazione abbia un'anima più imprenditoriale e che i vincitori siano poi seguiti dall'azienda e che abbiamo la visibilità che meritano sui media.

Qual è il valore del Gandini Team? È un gruppo coeso, dopo la scomparsa della René per me è stata dura, ma ho sentito un'unione autentica. Questo ci ha portato a lavorare sui nostri capisaldi: dare alla donna quello che desidera: una bellezza naturale che la esalti. Noi offriamo una tecnica semplice ma che dietro ha tanti anni di studio, pensiamo ai nostri raccolti che non hanno neanche una molletta. Pensiamo ai colori creativi e commerciali che danno un tocco in più allo stile, ma che possono essere ripresi senza problemi. Il parrucchiere deve dare bellezza. È per questo che le clienti entrano in salone.

Sulla stessa linea d'onda è **Lino Fabbian, Presidente dell'Accademia Nazionale Acconciatori Misti:**

Ti aspettavi questo successo?

Essere compatti ha dato frutti positivi, per la crescita dell'organizzazione, per la categoria e per i ragazzi nelle nostre Accademie.

Qual è il valore aggiunto di questo concorso?

Ha un duplice valore: per i concorrenti, confrontarsi con altre realtà nazionali e internazionali alimenta la loro creatività e abilità. Per le Accademie ha consolidato il legame fra i dirigenti, ci ha reso più squadra. Incontrarsi è sempre fonte di crescita, di successo sul campo.

Dopo questa sfida cosa faranno i ragazzi? Continueremo a prepararci per crescere per la gara di Parigi.

E voi dirigenti?

Stiamo lavorando a un gruppo che si occupi di moda.

di Valentina Vacalebre



CLASSIFICHE CAMPIONATO ITALIANO I.N.A.I. – O.M.C.TORINO 5/6 MAGGIO 2019

LADIES EVENING STYLE

| | |
|---------------------------|------------|
| 1° Class. Moreau Eloise | Francia |
| 2° Class. Lucia Peluso | A.N.A.M. |
| 3° Class. Salvatore Genio | U.A.A.M.I. |

LADIES FASHION BRIDAL

| | |
|---------------------------|----------|
| 1° Class. Jenny Durin | A.N.A.M. |
| 2° Class. Anthony Ceraolo | A.N.A.M. |
| 3° Class. Marilena Morani | A.N.A.M. |

STUDENTI RACCOLTO DA SERA

| | |
|----------------------------|------------|
| 1° Class. Matilda Kosta | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Matteo Valsecchi | C.N.U.A. |
| 3° Class. Anna Maria Russo | C.N.U.A. |

LADIES SALON CUT

| | |
|---------------------------|--------|
| 1° Class. Darko Spajic | Serbia |
| 2° Class. Erdeljan Branko | Serbia |
| 3° Class. Poliak Biljana | Serbia |

JUNIOR LADIES PRESTIGE BRIDAL

| | |
|----------------------------|------------|
| 1° Class. Pietro Tenerelli | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Ilaria Ivone | A.N.A.M. |
| 3° Class. Matteo Corvo | U.A.A.M.I. |

LADIES TRUCCO CASUAL BRIDAL

| | |
|------------------------------|----------|
| 1° Class. Emanuela Bonfanti | C.N.U.A. |
| 2° Class. Elisa Beloli | C.N.U.A. |
| 3° Class. Francesca Dell'Oca | C.N.U.A. |

LADIES NAILS BRIDAL

| | |
|------------------------------------|----------|
| 1° Class. Alexa Blasi | C.N.U.A. |
| 2° Class. Elisa Alessandra Rusconi | C.N.U.A. |
| 3° Class. Arianna Revalente | C.N.U.A. |

GENTS CLASSIC CUT

| | |
|------------------------------|------------|
| 1° Class. Vincenzo De Palma | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Alessandro Zanchin | A.N.A.M. |
| 3° Class. Eugenio Francia | A.N.A.M. |

GENTS SALON CUT

| | |
|--------------------------------|----------|
| 1° Class. Giuseppe De Pasquale | C.N.U.A. |
| 2° Class. Océane Pionnier | Francia |
| 3° Class. Manon Vignaud | Francia |

GENTS STYLE PROGRESSIVE

| | |
|------------------------------|------------|
| 1° Class. Francesco Montrone | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Gennaro Fontanella | C.N.U.A. |
| 3° Class. Luigi Rizzi | U.A.A.M.I. |

GENTS SALON STYLE

| | |
|----------------------------|------------|
| 1° Class. Vincenzo Lupigno | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Stefano Trezza | U.A.A.M.I. |
| 3° Class. Felice Scudieri | U.A.A.M.I. |

GENTS BARBER CLASSIC CUT

| | |
|----------------------------|------------|
| 1° Class. Simone Scorrano | A.N.A.M. |
| 2° Class. Alessandro Serio | A.N.A.M. |
| 3° Class. Giosuè Lanza | U.A.A.M.I. |

GENTS STYLE CREATIV

| | |
|-----------------------------|------------|
| 1° Class. Vincenzo De Palma | U.A.A.M.I. |
| 2° Class. Michele Petrizzei | U.A.A.M.I. |
| 3° Class. Antonio Ricci | U.A.A.M.I. |

GENTS JUNIOR SALON STYLE

| | |
|---------------------------|------------|
| 1° Class. Océane Pionnier | Francia |
| 2° Class. Vignaud Manon | Francia |
| 3° Class. Djukovic | Montenegro |

STUDENTI GENTS SALON CUT

| | |
|-----------------------------|----------|
| 1° Class. Gianluca Serbante | C.N.U.A. |
| 2° Class. Antonio Ferrieri | C.N.U.A. |
| 3° Class. Giorgio Califano | C.N.U.A. |



Prodotti multi tasking!

La rivoluzione del bello e del su misura

Tigi cambia pelle e si fa sempre più "su misura".
Valentina Colabona, Marketing & Education Manager TIGI Italy,
ci racconta come il brand intende valorizzare ogni cliente

TIGI ha lanciato Copyright Care & Create cambiando "pelle" a livello di immagine. Ci racconti di più?

Non un lancio, ma una vera rivoluzione. Un lavoro di squadra che ha coinvolto tutti i team TIGI del mondo. Mesi di preparazione di ogni dettaglio, prodotti, formule, packaging, materiali per i saloni, comunicazione, tutto perfettamente coerente con la trasformazione del settore dell'acconciatura. Una linea che ha saputo rispondere alle nuove esigenze del parrucchiere e delle sue clienti e che ha reinterpretato i codici che da sempre hanno contraddistinto TIGI. Prodotti intermiscelabili fondati sul concetto del trattamento su misura. Una gamma dal look & feel elegante e lineare, facile da utilizzare e pensata per "star bene" in tutti i saloni. Immagini che esaltano la bellezza dei capelli valorizzando l'unicità di ogni donna.

Quali sono i punti forti di questa linea?

Risultati professionali visibili, subito. Sappiamo quanto il tempo oggi sia un fattore fondamentale nella vita in salone, per questo la linea Copyright Care, grazie a formule tecnologicamente avanzate, riesce a garantire un risultato evidente già dopo 5 minuti di applicazione.

E come prodotto?

L'eroe indiscusso è sicuramente l'SOS recovery treatment, arricchito con Marin Protein Complex riesce a rigenerare i capelli dall'interno in 5 minuti, donando forza, elasticità e corpo. Insieme alla cheratina fortifica il capello dall'interno per un effetto wow! Provare per credere...

A chi si rivolge (sia come consumatore che come professionista)?

La linea ha la particolarità di offrire infinite combinazioni di trattamenti adatti ad ogni tipo di clientela. Piace perché oltre ad essere caratterizzata da una profumazione delicata e dalle note vanigliate regala ai capelli un aspetto incredibilmente sano e brillante. Piace al parrucchiere perché

grazie all'intermiscelabilità dei booster e dei conditioner può effettuare sempre un trattamento diverso in base alle esigenze di un capello che cambia con la stagionalità, con i trattamenti chimici e con il tempo. Tre sono i principali benefici dei booster: riparazione, idratazione e lucentezza, da unire al Treatment base per uso esclusivo in salone oppure da proporre a casa insieme al conditioner come trattamento di mantenimento. Un menu con un minimo di 28 combinazioni di trattamenti per fidelizzare la clientela e farla sentire sempre speciale.

In salone si parla sempre più di personalizzare il servizio, TIGI cosa

propone di vincente e di innovativo?

TIGI da sempre è attenta a valorizzare gli elementi distintivi di ogni cliente. Con il coctailing per ottenere styling unici, passando per il servizio colore con Copyright Colour grazie alle tante nuance realizzabili con le sue linee di colore, fino a Copyright Care che fa della personalizzazione uno dei suoi punti di forza.



Molte aziende si rivolgono al

consumatore finale anziché al professionista, è una politica che funziona?

Oggi ci troviamo di fronte ad un consumatore sempre più consapevole ed informato. Intercettare cosa gli piace ed anticipare i suoi bisogni è fondamentale, ma la figura del professionista rimane centrale nel nostro settore. TIGI continua a mettere al centro il parrucchiere dandogli tutti gli strumenti per poter svolgere il proprio lavoro attraverso i prodotti e l'education. Non a caso Copyright è un marchio creato in esclusiva per i saloni, pensato e progettato per migliorare i risultati di Copyright Color per offrire ai professionisti tutti i prodotti di cui hanno bisogno: wash & Care, Trattamenti e prodotti per lo styling.

Di Valentina Vacalebre



Coppola Parrucchieri

Via Romagnoli, 114

04100 - LATINA

Tel. : 0773692907



Erbe tintorie, una passione che può cambiare la vita

A volte le piccole criticità ci indirizzano a nuove mete. È successo a Michele Rinaldi, da 20 anni e tra i massimi esperti di erbe tintorie, che ha creato una linea per la colorazione naturale senza l'utilizzo di sostanze chimiche

Da anni 10 utilizzi solo erbe tintorie, come è nata questa idea?

Ho seguito con amore il mestiere di mio padre, ma dopo tanti anni ho scoperto di essere allergico alla parafenilendiammina (PPD) uno dei più pericolosi allergeni da contatto contenuto in molti cosmetici. Una mazzata per un professionista legato ai prodotti chimici. Così mi sono avvicinato al mondo delle piante che non conoscevo ma mi affascinava e ho iniziato a studiare le proprietà delle erbe in maniera approfondita e non ho più smesso. Ho provato e testato le loro grandi performance. E non le ho più mollate. Ho eliminato dal salone tinte, decolorazioni e trattamenti chimici, offrendo in cambio colorazioni e trattamenti con miscele vegetali. Ho appeso un cartello in vetrina: c'era scritto: "Dal mese prossimo farò solo tinture con le erbe".

Dopo anni e ricerca l'anno scorso ho lanciato sul mercato una linea di cosmetici per la cura dei capelli e con più di 40 diverse piante officinali polverizzate.

Un bel successo, ma ci spieghi bene cosa sono le erbe tintorie?

Sono le piante e le erbe più o meno polverizzate che miscelate fra loro e diluite con acqua calda possono dare sfumature meravigliose ai capelli.

Da dove arrivano queste piante?

Dai Paesi come il Nord Africa, Sud est asiatico e America Centrale. Miscelando l'Hennè si ottiene il rosso, il Rabarbaro regala, invece, sfumature gialle e l'Indigofera colora di blu e verde. Miscelando le polveri si ottiene il colore desiderato. Ma utilizzo anche cannella, carcadè e curcuma e molto altro. Le erbe hanno proprietà coloranti, ma anche curative importanti che danno benefici duraturi e grandiosi ai capelli. Basta conoscerle bene, miscelare e trovare la formula giusta, il giusto colore.

Molti acconciatori mi chiedono: "Non esiste una cartella colore?". Ovviamente no, si ha un altro approccio, la colorazione si realizza con le polveri, si ragiona come fanno i pittori, sei tu che crei la sfumatura dosando le erbe. Questo spaventa il professionista legato al tubetto, ma dà la libertà di offrire una colorazione meravigliosa priva di sostanze nocive.

Hai un salone alle porte di Milano, a Senago, con clienti soddisfatte che arrivano da tutto il mondo e che mai ritornerebbero indietro alla tintura. Perché?

Le mie clienti preferiscono le erbe tintorie perché grazie alle proprietà vegetali oltre a una colorazione naturale hanno ritrovato forza, volume, morbidezza e lucidità. Alcuni credono che le erbe tintorie si possano consigliare a chi ha problemi di allergia o alle donne incinte. Non è così: nel mio salone solo il 10% risulta allergico.

Le erbe accontentano tutti.

Perché alcuni professionisti sono diffidenti, invece?

Non capisco. Il mercato del green è in grande fermento, è in crescita esponenziale. La richiesta della consumatrice va in questa direzione.

La preoccupazione per il parrucchiere è forse quella di svuotare il salone. Ma in realtà non è così. Si potrebbe iniziare anche pian piano. Ma è normale che se tu non sei convinto, la cliente non proverà mai.

Le erbe tintorie si possono usare sui capelli già colorati?

Certamente, ma i capelli colorati non si possono schiarire, ma si creano delle sfumature talmente ricche che regalano alla chioma la sensazione di leggerezza.

Le erbe tintorie coprono i capelli bianchi?

A On Hair Show & Exhibition nel novembre 2018 l'ho dimostrato tra lo stupore generale, con una miscela di erbe tintorie e acqua calda ho tinto di biondo, in un solo quarto d'ora, una signora con i capelli bianchi. Per questo mi hanno soprannominato "il mago delle piante".

Quindi ogni miscela è fatta su misura... quanto si tiene in posa?

Tutto dipende dal colore che si vuole

ottenere. Se desideriamo una tonalità più scura dovrò attendere di più. È il contrario dei prodotti chimici. Le miscele con le erbe tintorie non aprono le squame decolorando, ma le avvolgono in modo permanente. Ogni capello è unico e le piante reagiscono diversamente in base al colore di partenza. I capelli assorbono il colore, senza fretta. Anche per questo durano di più e soprattutto non stressano i capelli. Nessuno torna al chimico dopo aver trovato la sua strada green.

In molti ti criticano perché vendi il prodotto da fare a casa....

Non ci trovo nulla di male. In salone certamente noi offriamo di più, relax trattamenti, coccole, ma piuttosto che lasciare da sola una cliente le vengo incontro con una miscela studiata per lei. Non ci trovo nulla di male. Ho tante clienti che arrivano da lontano, non tutti si possono venire da me tutti i mesi e allora mando la loro miscela. Non sai che bello quando mi mandano la foto con il risultato. Sono sempre sorridenti!

Oltre alla tua professione in salone stai organizzando corsi di formazione...

Sì ci sono tanti acconciatori che si stanno aprendo a questo mondo.

Mi auguro che grazie ai miei corsi di formazione ci possano essere in futuro molti saloni come me completamente Green.

Non temo la concorrenza, anzi!

Di Valentina Vacalebre





WWW.CHARMEBEAUTY.EU



ALBANO | CLUB HAIRDRESSER

VIA MAZZOCCHI, 46
80141-NAPOLI

0815991974
WWW.ALBANOCUB.COM
INFO@ALBANOCUB.COM

BBColor Beauty e il colore diventa ricco di sfumature

La colorazione tono su tono è un servizio davvero essenziale in salone, un vero trattamento di perfezionamento del colore. BBColor Beauty regala ai capelli riflessi dalle mille sfaccettature



Colore realizzato con il metodo
Degradé Planet
www.degradeplanet.it

Arriva in salone un alleato: BBColor Beauty, la colorazione tono su tono. Grazie alla sua estrema versatilità, ad essa si può ricorrere per dare tridimensionalità ai capelli, correggere le imperfezioni, valorizzare i riflessi o crearne dei nuovi, tutto senza alterare la base naturale dei capelli. Per rispondere a questa specifica esigenza, dal laboratorio R&D di Helen Seward nasce **BBColor Beauty**, la nuova colorazione cosmetica tono su tono nutriente e senza ammoniaca. Quarantuno nuance brillanti e intense per realizzare infinite sfumature e ottenere capelli perfetti, lucenti, naturalmente belli. La nuova linea è perfetta per ravvivare il colore, tonalizzare i biondi, correggere le sfumature. Non schiarisce, ma si fonde naturalmente con la base e copre fino al 50% dei capelli bianchi, offrendo un'alternativa alla classica colorazione oppure uno strumento complementare per l'acconciatore: usato in combinazione ad altre tecniche, dà vita a infinite possibilità creative. Con BBColor Beauty la colorazione diventa un vero trattamento cosmetico per i capelli. **Colore vibrante, lucentezza estrema, riflessi sfaccettati senza compromettere la struttura della fibra capillare per un risultato ultra-trendy con un finish brillante e un tocco setoso.** Scopri di più: www.helenseward.it

BBCOLOR PIGMA, LA RIVOLUZIONE DEL COLORE

La gamma BBColor si arricchisce anche con la nuova linea BBColor Pigma, le maschere pigmentate per sperimentare il colore. Studiate per un'applicazione rapida, sono ideali per ravvivare il colore, tonalizzare i capelli, realizzare infinite sfumature creative ed esaltare e definire ogni riflesso. Quindici nuance vibranti accompagnate da una maschera gloss per creare delicate riflessature pastello ed effetti di tendenza, oppure utilizzata stand-alone per un servizio illuminante.



Helen Seward
hair products





LE MILLE SFACCETTATURE DI UN COLORE PERFETTO

Nasce un nuovo mondo di colore e di riflessi, nasce BBColor Beauty, la colorazione tono su tono nutriente senza ammoniaca per realizzare infinite sfumature.



Colore realizzato con il metodo Degradé Planet - www.degradeplanet.it



Helen Seward
hair products



www.helenseward.it

Parlux, invito alla potenza e alla perfezione

Leggeri e potenti. Indispensabili in salone. Parlux propone, al professionista e non solo, due asciugacapelli di nuova generazione, una sintesi armoniosa di funzionalità ed estetica. Ecco gli appuntamenti in cui sono stati presentati al mondo dell'hairstyling



SCHEDA TECNICA PARLUX ALYON®
Durata: 3.000 ore
Potenza: 2.250 watt
Portata d'aria: 84m³/h
Resistenza a geometria variabile
Tecnologia ionica "Air IonizerTech"
Corpo anteriore "Anti-riscaldamento"
Sistema cattura capelli "HFS - Hair Free System"
Pulsante aria fredda
Passacavo integrato
3 metri di cavo robustissimo
Interruttori "soft" per comfort d'uso ideale
2 velocità - 4 temperature

posto sull'aspirazione del phon trattiene e raccoglie i capelli mantenendo più pulito ed efficiente l'apparecchio.

La seconda proposta è **Parlux 3200® PLUS** frutto del restyling tecnologico e stilistico dello storico modello Parlux 3200®. Nella nuova versione si potrà contare su una potenza di 1.900 Watt ed un nuovo concetto di aspirazione (che garantiscono maggiore silenziosità e asciugature più potenti e veloci), nonché un'elegante ghiera posteriore. **PARLUX 3200® PLUS** è disponibile in cinque diverse colorazioni (rosso, rosa, viola, argento, nero)

Nell'angolo "social" dello stand Parlux nel padiglione 33 si poteva anche giocare con "Shootenstyle", un divertente video gioco in realtà virtuale che aveva come protagonista proprio l'asciugacapelli Parlux ALYON®.



Cosmoprof 2019



Cosmoprof 2019



Cosmoprof 2019



Cosmoprof 2019

Grande successo per la preview milanese e la presentazione ufficiale a Cosmoprof Bologna dei nuovi apparecchi Parlux e di uno speciale videogame a tema, in cui il protagonista è l'asciugacapelli Parlux ALYON®. Già lo scorso 4 marzo nell'elettico salone milanese Orea Malià erano state svelate in anteprima alla stampa e alle influencer i nuovi phon Parlux presentate poi al mondo dell'hairstyling a Cosmoprof.

Le novità 2019 **Parlux** vedono il lancio di ALYON® il phon più moderno e tecnologicamente avanzato della gamma Parlux nella nuova colorazione giada, innovativa e di tendenza, nuance che si aggiunge alle altre otto colorazioni disponibili: rosa, giallo, corallo, verde, turchese, bronzo, graphite opaco e nero opaco. Sono indiscusse le sue qualità tecnico-costruttive, tra le quali spiccano l'innovativo motore K-Advance Plus® (2.250 Watt) che assicura asciugature perfette e velocissime, i sistemi Air Ionizer Tech (emettitore di ioni negativi) e **HFS** (Hair Free System – patent pending) ovvero un dispositivo "cattura capelli" che



SCHEDA TECNICA PARLUX 3200 PLUS®
Durata: 2.000 ore
Potenza: 1.900 watt
Portata d'aria: 71m³/h
Aria fredda istantanea azionata da microswitch
3 metri di cavo robustissimo
2 velocità - 4 temperature
Eco-Friendly

#WEAREPARLUX

PARLUX.IT



parlux3200[®] PLUS

RETYLING TECNOLOGICO



PIÙ POTENZA, PIÙ DURATA, PIÙ PROFESSIONALITÀ!

Motore professionale

Durata: 2000 ore

Potenza: 1900 Watt

Portata d'aria: 71 m³/h

Molto silenzioso

Eco Friendly


THE HAIR CHOICE

Vivere l'estate con piacere

Sole, salsedine, cloro e lavaggi frequenti mettono a dura prova la fibra capillare e a fine stagione le punte sono aride, da tagliare. La migliore strategia, quindi, è la difesa

Skin



Un plus d'idratazione

La linea Mediter Suncare di **Helen Seward** si amplia con la **Crema Corpo Doposole**, dalla texture morbida e vellutata. Assicura reidratazione e un'azione lenitiva prolungando l'abbronzatura. Si assorbe rapidamente e non unge. Con estratti da dattero e girasole bio.

Per riattivare l'abbronzatura

Per l'estate 2019 **Philip Martin's** presenta **Sun + Tan**, il nuovo attivatore di abbronzatura in crema per viso e corpo che stimola la produzione di melanina preparando la pelle all'esposizione solare. I principi attivi idratanti e rigeneranti favoriscono un'abbronzatura più rapida, uniforme e duratura. Non contiene filtri solari.



Crema viso all'acqua termale

Ha una texture delicata, ultra-morbida che idrata e protegge dai segni del tempo e del sole la **Crema Solare Viso SPF30** di **Emsibeth**. Offre un'alta protezione e un'azione anti age e anti macchie. Contiene Acqua Termale, Estratto di Alchechengi, Vitamina E, Microalga Marina, Biosaccaridi ed Agente Idratante Zuccherino. È resistente all'acqua, dermatologicamente testata, non comedogena.

Hair

Con tecnologia Sun-Blend

I nuovi solari **Invigo di Wella Professionals** sono formulati con High Performance Invigo-Blends™ con ingredienti dalla tecnologia avanzata, con Pro-Vitamina B5, che dona ultra-idratazione, Vitamina E, che protegge dai danni provocati dal sole e hanno una leggera fragranza al fiore di arancia. La nuova linea solare prevede tre prodotti: After Sun Hair And Body Cleanser; After Sun Express Conditioner e Uv Hair Color Protection Spray.



Idratazione profonda

Jala è la nuova famiglia di prodotti della linea Ocris di **Jean Paul Mynè**, ideale per la cura del capello in situazioni di stress atmosferici. Jala, che nell'Ayurveda significa acqua, idrata e difende dalle aggressioni esterne. I capelli sono morbidi, nutriti, luminosi e facili da gestire grazie a: Leave In Bifase, la Mask e lo Shampoo.



Hair

Lo stile prima di tutto!

Lo styling foam **Versatile** ha un fissaggio medio, adatto a tutti i tipi di capelli, in particolare per quelli fini. Contiene estratti naturali botanici (Camomilla, Calendula, Salvia, Achillea, ecc...) che rinforzano e proteggono, non contiene alcool, non secca, possiede un filtro UV.

Si usa su capelli asciutti o bagnati. L'applicazione è comoda grazie al suo pratico erogatore. **Mediceuticals**.



Capelli come una Sirena

Huile Sirène della linea Soleil di Kérastase

È lo spray senza risciacquo che definisce la forma naturale dei capelli e dona morbidezza istantanea. Ha una fragranza sensuale con note di gelsomino e solar tuberose, nella formula: olio di Babassu e agenti idratanti.



Il nuovo alleato di bellezza sotto il sole

Previa lancia il **Sun First Aid Kit**, un trattamento specifico quotidiano per le esigenze estive.

I prodotti, in linea con la filosofia etica e sostenibile, vantano una percentuale di attivi naturali e certificati che varia dall'82 al 99,2%, e non contengono siliconi, parabeni, petrolati, oli minerali, tensioattivi aggressivi, coloranti o ingredienti di Origine animale. Le profumazioni sono delicate, in accordo ai bouquet floreali dei prodotti Previa, e il packaging è realizzato in carta certificata FSC. **Sun First Aid Kit** è composto da Shampoo Dopo Sole e uno Spray bifasico, senza risciacquo, ad azione districante e restitutiva.



Rituale di protezione

Giomat Yellow Ritual

ha una formula ricca di ingredienti naturali: Fiori di Tiarè, Aloe Vera, Olio di Argan, Olio di crusca di riso, di avocado, di mandorle e barbabietola. Dà idratazione e protezione totale per i capelli. Per lo stile: Capri Wave.



Maschera contro la disidratazione

La Maschera Suncare Bioetika aiuta a proteggere i capelli dalla secchezza, li mantiene morbidi e pettinabili. Grazie alla Keratina e al Burro di Karité ripara, disciplina e previene la formazione delle doppie punte. Lo speciale filtro UV protegge il colore dei capelli e li rende morbidi e brillanti.



L'unione fa la forza

DiksoSun è la nuova linea solare firmata Dikson, composta da tre prodotti: siero protettivo pre-sole, shampoo restitutivo doposole e conditioner restitutivo doposole. L'efficacia è assicurata da una formulazione a base di Olio di Jojoba, Beta-Carotene e Filtro UV.



Per chi si mette in viaggio... i travel kit!

Con molecole anti cloro

label.m lancia la nuova travel bag, la Sun Edition, che comprende un Dopo Sole Detergente (60 ml) con un Blend Fruit Cocktail e molecole anti-cloro ed protezione UVA/UVB. La Maschera Dopo Sole - (60 ml) e l'Olio Protezione Sole (60 ml) e il Protein Spray.



Pratico e funzionale

La pochette di **Malvy Professional** prevede cinque prodotti in formato viaggio.

Doccia Shampoo Delicato (100 ml), il Balsamo Disticante Nutriente; Oil non Oil, un composto organico con proteine ad azione ristrutturante e protettiva (100 ml); Lacca lucidante con formula lucidante, modellante e antiumidità; Spuma Fissativa alle proteine della seta.



Piccoli ed essenziali

BC Sun Protect di Schwarzkopf Professional

propone un travel kit con tre prodotti pensati per chi va in vacanza per proteggere i capelli dai raggi UV e dallo sbiadimento del colore.



Prodotti Multitasking per pelli e capelli

Cocktail esotico

Creattiva lancia una linea corpo e capelli **Solè Tropical** che prevede: Protective Milk SPF 30 Corpo e Capelli, latte solare che idrata e lenisce con filtri UVA-UVB, con Lime, Cocco e Mango, Aloe Vera e Carota; l'**After Sun Hydrating Milk**, doposole che idrata viso, corpo e capelli. Il cocktail esotico di Lime, Cocco e Mango rinfresca la pelle e la mantiene idratata ha un'azione emolliente. Il mix di Aloe Vera e Carota dà sollievo.



Protezione vegana

Solar Superfood è la nuova risposta 100% Vegana di **NOOK** alle necessità di tutta la famiglia. Cinque prodotti ultradelicati, formulati con uno speciale complesso di estratti vegetali provenienti da agricoltura biologica certificata, dalle proprietà altamente rigeneranti e idratanti. Sviluppata con il 90% e oltre di ingredienti di origine naturale proteggere, idrata e restituisce l'equilibrio e benessere ai capelli e alla pelle.



La nuova evoluzione del lavaggio hairspa



Eden Plus, disponibile su base Aluwash Stand, iconico lavaggio del brand **Maletti**, propone una haircare spa che associa ai trattamenti benefici per i capelli il relax della mente e del corpo. Il trattamento che si realizza è molto simile ad una vera e propria sauna con emanazioni di vapore caldo e acqua fredda atomizzata. La calotta in policarbonato trasparente misura 62x55 cm e permette di evitare la dispersione all'esterno. Eden Plus è nato grazie alla collaborazione di Maletti con Bianca Maria Piraccini

La consulenza in salone

Nyce Smart Mirror è uno specchio che, ad esigenza si trasforma in monitor, in computer, in un grande tablet dove simulare sulla fotografia reale della cliente colori e styling. La cliente potrà scegliere assieme al proprio consulente di bellezza Nyce il proprio look, in base alla propria fisionomia, incarnato e personalità, potendosi ispirare ai look delle dive ed ai trend delle passerelle di moda dei backstage della Milan Fashion Week, a cui Nyce partecipa. Si potrà inoltre inviare alla cliente la propria fotografia con nuovi look, per invitarla in salone e pianificare così l'agenda della settimana in largo anticipo.



Tutto a posto!

Solido e leggero **Cartecno** di **Artecno** è un carrello eco-compatibile e riciclabile realizzato in cartone alveolare "nidopan". Una soluzione di design che rispetta l'ambiente e rende green il tuo salone.

Colori vitaminici design essenziale

Brooklyn di **Salon Ambience** è la struttura, dalle linee semplici ed essenziali, interamente realizzata in nobilitato bianco frassinato, è disponibile in due versioni: come postazione a parete a due posti o come postazione a isola centrale a quattro posti. Si può scegliere la forma dello specchio. Il Poggiapiedi in acciaio inox è integrato. Brooklyn è disponibile anche nella versione singola a muro e doppia a parete, con specchio sia rotondo, sia rettangolare.



Aveda Italia e Takara Belmont avviano una nuova partnership

Aveda Italia ha scelto **Takara Belmont** per garantire ai saloni del proprio network un arredo ricercato e di prestigio, oltreché definito da un design raffinato, di grande affidabilità e durata e caratterizzato da alti livelli di comfort, ergonomia e funzionalità.

Fondata nel 1921 a Osaka, **Takara Belmont** è tra i leader mondiali nel business del beauty & wellness, progettando e producendo postazioni professionali e componenti d'arredo, ma anche supporti tecnici, per saloni di acconciatura, barber-shop, istituti di bellezza e centri benessere. La partnership tra Aveda Italia e Takara Belmont, infatti, prevedrà una ricerca nel design, nel comfort e nell'eccellenza della manifattura dell'arredo beauty dei saloni.



La colorazione in piena libertà

Il sogno di tutte le donne? Avere una colorazione capace di amplificare la propria naturale bellezza. Il sogno di ogni colorista?

Poter contare su prodotti nati per mantenere questa promessa

Sei nuove shade sofisticate

Alfaparf presenta sei colori innovativi che ampliano la linea Evolution Of The Color.

La loro miscela, ricca di sfumature, muta interagendo con la luce grazie a un terzo riflesso-fattore.

Queste nuove shade sono nate dall'ingegno dei propri formulatori e da un nuovo mixer automatico collegato ad un software che tiene in memoria

2000 nuance esistenti.

In solo venti minuti!

Framesi propone Framcolor 2001 Intense una colorazione rivoluzionaria che dimezza i tempi di posa e che assicura luminosità, brillantezza

e intensità. Aderisce al capello, non ha profumazione con un ridotto contenuto di ammoniaca e garantisce un'azione addolcente della liquirizia e di ingredienti idratanti. Copre al 100% i capelli bianchi e schiarisce fino a tre livelli.

Ha una diluizione di 1:2 e un tempo di posa di 20 minuti.

Colori intensi, riflessi multi-dimensionali

Goldwell lancia **Elumination**, il sistema colore che attraverso il sapiente mix dei prodotti di colorazione crea colori e riflessi brillanti. In salone si apre così a nuove opportunità per servizi colore unici.

Le 6 nuove nuance sono:

Shimmering Bronze (Topchic @ Eluminated Shades + la nuova nuance metallica Cool Bronze Eluminated Pearl Beige + @ Pure Pigments); Glowing

Copper (Topchic @ Eluminated Shades + la nuova nuance metallica Cool Copper Eluminated Pink + @ Pure Pigments); Rough Rosé (Colorance + @ Pure Pigments); Tawny Blonde (Colorance + @ Pure

Pigments); Sparkling Berry (Topchic @ Eluminated Shades + la nuova nuance metallica Steel Violet Eluminated Pink + @ Pure Pigments); Ombré Azure (creato con Elumen).



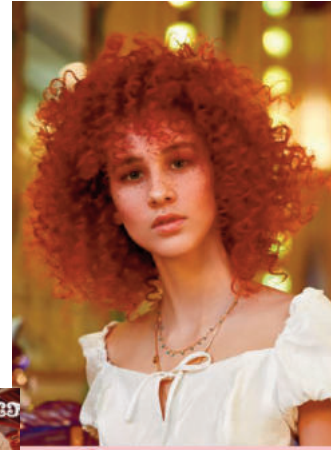
Colorazione semi-permanente



Inebrya festeggia 20 anni e per l'occasione lancia **Kolor Vibes**, l'innovativa colorazione semi-permanente in gel con 9 nuance e 1 modulator che spaziano dall'electric blue al pure green, al flamingo, affiancati da nuance più naturali come il caramel e il chocolate.

Nuovo servizio: Hair Painting Carousel

Tonalità uniformi e piene attraversate dalle sfumature dorate e castane con un colore che dai pastelli perlati arriva fino ai riflessi più intensi e vividi, ecco l'idea di partenza del nuovo trend pensato da Matrix: l'hair Painting Carousel Edition che si realizza con due palette.



Biondo. Nient'altro

Elgon soddisfa la "voglia di biondo" con **Cream Bleach Decolor** che, con delicatezza, decolora e schiarisce fino a 6 toni. È adatta a tutte le tecniche di schiaritura. L'altra novità è **Moda&Styling Ultrabiondi** per capelli più chiari, senza decolorare. Il nuovo complesso **Silker Complex 3® Plus** rende il colore pieno, intenso e duraturo grazie all'effetto ricostruttivo. Sono disponibili 6 nuove nuance fino alla categoria "12". Per tutti i tipi di biondo.



Toner per creare molteplici effetti cromatici

Fanola presenta **Color Toner System**, la nuova gamma professionale di toner colorati. Gli speciali pigmenti tridimensionali antigiallo, in sinergia con gli altri pigmenti coloranti della formulazione, sono in grado di miscelarsi al riflesso residuo incontrato sul capello, creando molteplici effetti cromatici, dal crazy al pastello. Color Toner System si suddivide in due serie, **Color Mix Toner** e **Color Pastel Toner**, la prima composta da 3 toner antigiallo (viola, verde, blu), la seconda con 2 toner dalle caratteristiche cromatiche calde da utilizzare su capelli decolorati e schiariti (rosa e gold rose).



Quando la colorazione diventa benessere

Yo Color System è un sistema di colorazione completo firmato **Kemon**



con formule delicate senza ammoniaca, con estratto di yogurt, piante officinali lenitive e bio. La formulazione possiede il 86% di ingredienti di origine naturale con un fito-complesso biologico e brevettato, di produzione: il Velian Complex



Il biondo si fa dolce

Marchina Hair Styling ha lanciato **Candy Cake**: una nuova tecnica di schiaritura, ispirata al mondo della pasticceria. Essa viene, infatti, realizzata con i fogli tondi di carta ricamati, simili a quelli utilizzati per i dolci, al posto della classica carta stagnola. L'effetto finale è simile a quello di uno shatush, ma più naturale. Per rendere più "golosa" l'esperienza la miscela viene presentata all'interno di coppe gelato.



Colore senza compromessi



NYCE presenta una nuova colorazione permanente ad ossidazione **Color Oil**.

La sua formula ha componenti naturali proveniente da agricoltura biologica, è senza ammoniaca, senza ppd, senza resorcina, derivati del petrolio, senza parabeni e siliconi e con profumazione allergen-free. Garantisce colori vividi, brillanti, con copertura perfetta in dieci nuance.



Save the color

Matrix Total Results Keep Me Vivid Color Lamination

è la linea che riporta il pH del capello al suo livello fisiologico dopo il servizio colore, con il vantaggio che mantiene il colore vivo fino a 65 giorni e nutre e illumina i capelli. La linea prevede lo Shampoo che deterge combattendo l'ossidazione, il conditioner ultra - acido per ribilanciare il pH e donare luminosità e nutrimento e lo Spray per un colore duraturo e incredibilmente luminoso.



Dolci & efficaci

Da fare a casa o in salone, ecco i trattamenti da proporre ai clienti. A ciascuno il suo

Capelli ringiovaniti grazie al pomodoro

Biobotanic presenta Pomodoro un trattamento di ringiovanimento per i capelli, grazie all'olio di pomodoro. Si distingue soprattutto per l'alta concentrazione di licopene, una sostanza che oltre a conferire il caratteristico colore rosso, presenta proprietà antiossidanti. Contiene una quantità significativa di acqua ed è fonte di vitamine e sali minerali per la fibra capillare. I naturali antiossidanti contenuti nel pomodoro sono ottimi alleati per rivitalizzare i capelli rovinati da eccessive colorazioni, esposizioni a fonti di calore e agenti atmosferici.



Contro l'inquinamento

Revlon Professional presenta **Magnet™**

la sua prima gamma di prodotti e suggerisce in salone due trattamenti per combattere le aggressioni ambientali e mantenere un colore vibrante nei capelli.

Il cuore di Magnet™ è Polluplx™ System, una combinazione formulazione avanzata di ingredienti che combattono

l'inquinamento.

È composto da: Agenti chelanti, che rimuovono e neutralizzano le particelle di metallo e i minerali nei capelli. Estratto di semi di Moringa, un ingrediente naturale che aiuta a inibire la formazione di radicali liberi. Arginina, un amminoacido naturale con proprietà antiossidanti. Esaltatori di cheratina, che proteggono e riparano la struttura molecolare dei capelli. Ingredienti protettivi, attraverso un complesso bio-derivato naturale che forma uno strato protettivo che copre il fusto del capello per prevenire i depositi di inquinamento. Grazie a questi prodotti in salone si possono proporre due rituale: colore e decolorazione.



Detersione della cute senza risciacquo

Rinfresca capelli e deterge la cute all'istante grazie alla tecnologia micellare senza risciacquo. Rinseless **Refresh™ Micellar Hair & Scalp Refresher** di **Aveda** grazie ai polimeri di origine naturale ideali per lo styling, che domano il crespo fino a 72 ore anche in condizioni di intensa umidità. Ideale per i capelli leggermente mossi a molto ricci.

Al 97% di origine naturale.* *Da piante, minerali non petroliferi o acqua.

Aroma pure-fume™ di Aveda con gelsomino, mandarino con certificato biologico, limone, ylang ylang e altre essenze floreali e vegetali pure.



Clean beauty e attivi naturali per bellezza e protezione

Clean Care è la nuova linea hair care di **Eslabondexx**, il brand trend-tech di HSA che combina design e tendenza con la più avanzata tecnologia cosmetica. Costituita da 8 famiglie per la cura del capello e della cute a seconda della loro tipologia o condizione, Eslabondexx Clean Care è basata sulla filosofia Clean Beauty che utilizza ingredienti non pericolosi né per l'uomo e né per l'ambiente. Tutti i prodotti contengono almeno il 90% di ingredienti naturali e Eco-Protect Technology, un potente blend di attivi naturali che idrata, nutre, rinforza e protegge a fondo i capelli.



Trattamento protezione colore

Love Colour Protection è il nuovo trattamento protezione colore firmato **Rebeel**. La combinazione di Shampoo e Maschera Colour Protection permette di nutrire e sigillare il colore prevenendone lo sbiadimento e sublimando i riflessi. Grazie alla formula arricchita con acido ialuronico e burro di karité dona un incredibile effetto lifting e vivacità al colore restituendo idratazione e nutrimento alla chioma.



La bellezza di dire sì

Ogni sposa ha uno stile, eccone quattro, tutti da realizzare e personalizzare: Neo bucolica, Neo romantica, Très chic e Originale



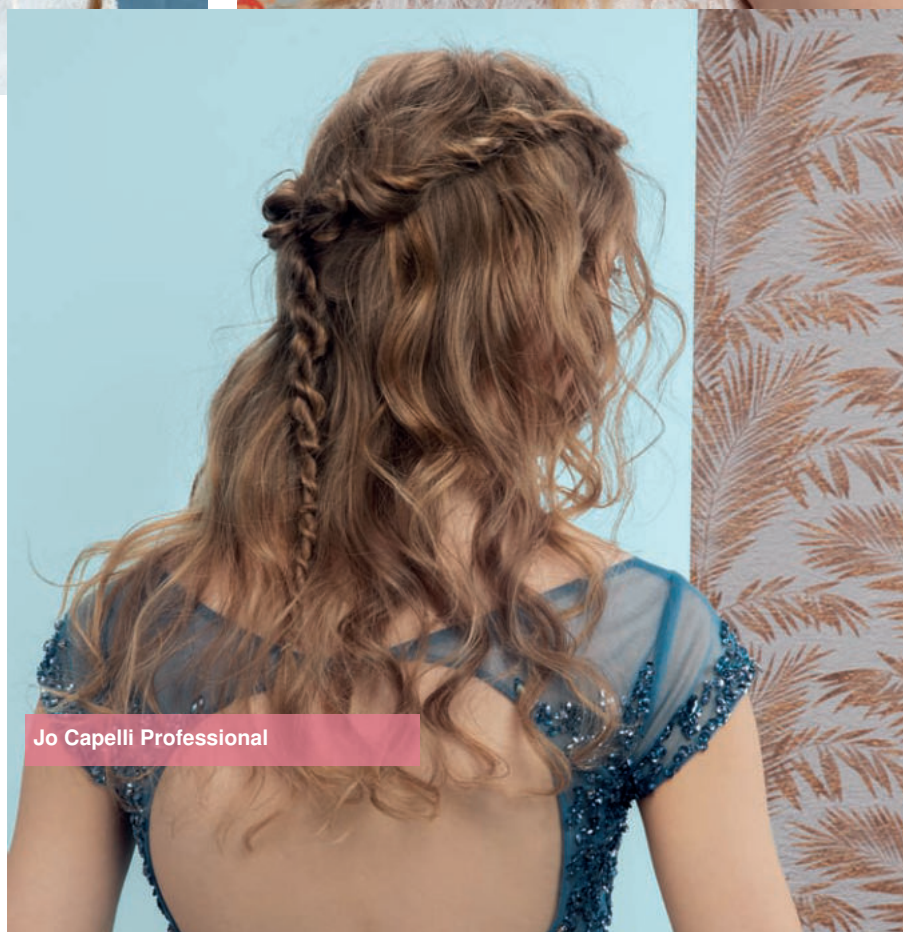
Salvo Filetti per Joyàcademy



Dario Marzan System Professional



Matrix



Jo Capelli Professional



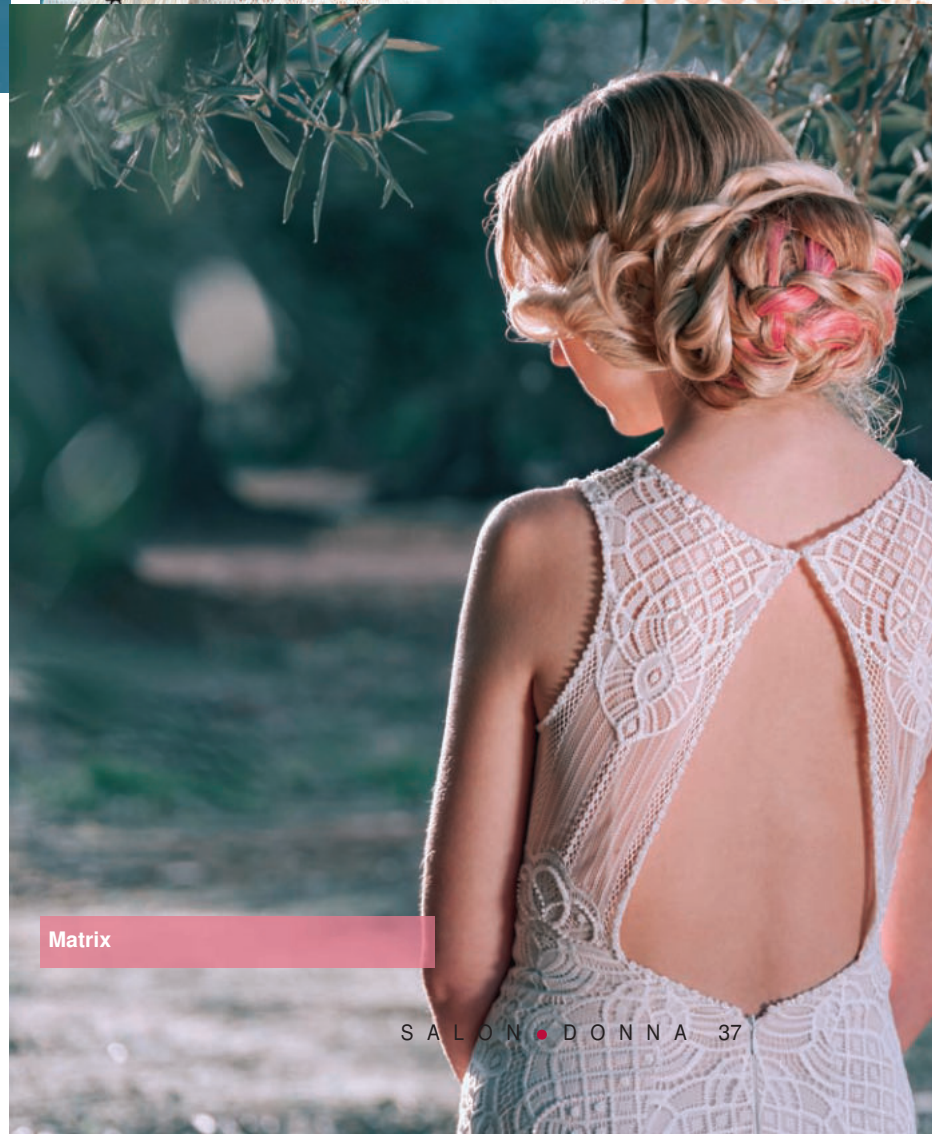
Salvo Filetti per Joyàcademy



Salvo Filetti per Joyàcademy



Antonello Lotito System Professional



Matrix



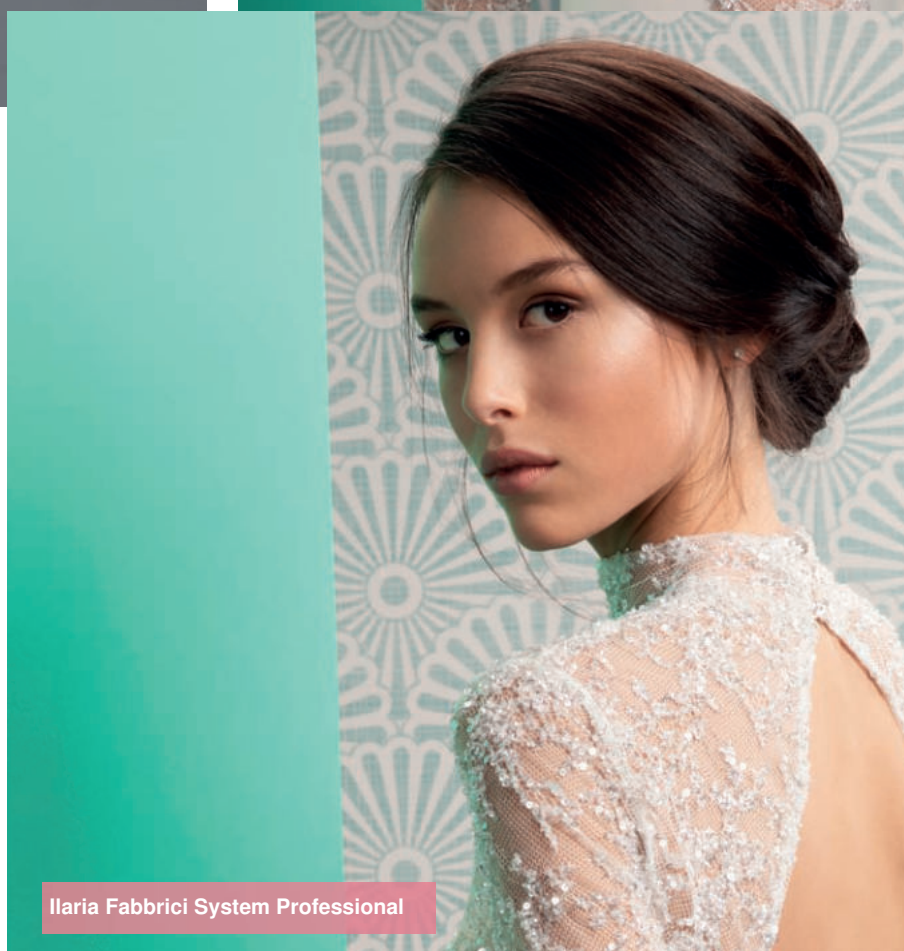
Carlo Di Donato System Professional



Ilaria Fabbrici System Professional



Salvo Filetti per Joyàcademy

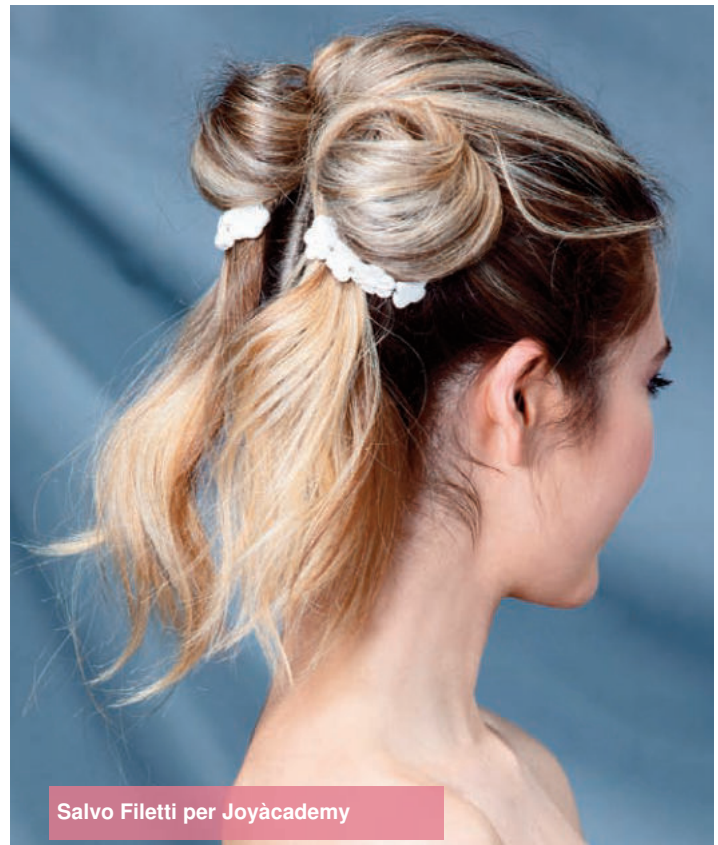


Ilaria Fabbrici System Professional



© Salvo Filetti Hair Designer per Joyàcademy

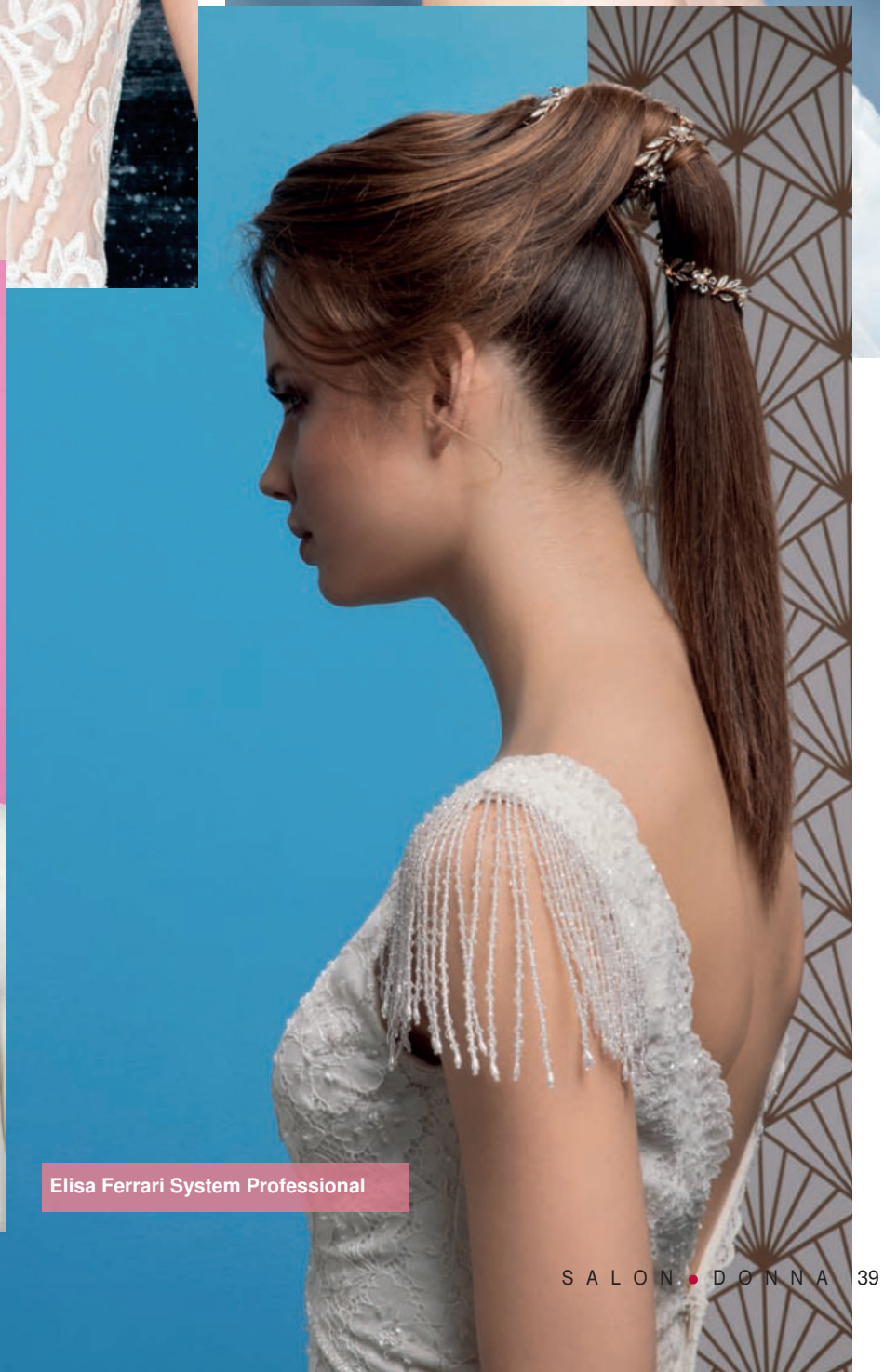
Salvo Filetti per Joyàcademy



Salvo Filetti per Joyàcademy



Mario Firriolo System Professional



Elisa Ferrari System Professional



Genny



Oscar De La Renta



Francesca Liberatore



Elisabetta Franchi



Genny

Sfilate Primavera Estate 2019

Femminilità esplosiva
Nella primavera - estate 2019 trionfano ancora una volta le irresistibili stampe a fiori, quelle animalier, ma anche quadretti e strisce. I colori vanno dalle sfumature delicate a quelle stravaganti e vivaci. Le linee possono essere over ed essenziali o audaci esaltate da scollì, trasparenze e dettagli glam.

A cura di Valentina Vacalebre



Ports 1961



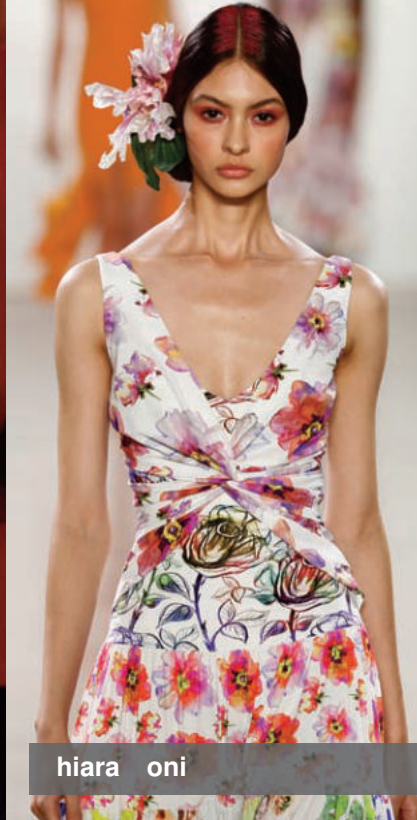
Fendi



Moschino



Fendi



hiara oni



G D



Victoria ec ha



iao Li



Etro



Francesca Liberatore



Philoso hy di Loren&o era ini



Er anno cer\$ino



o Ford

Hair: tutte le più belle anticipazioni!

Godiamoci la bella stagione, ma nel frattempo diamo un'occhiata a quello che si porterà il prossimo autunno. Con le ispirazioni delle sfilate affiorano le idee

Super luminoso

Cristian Sinopoli per Compagnia della Bellezza firma l'hairlook delle donne della sfilata Ultrachic. La scelta cade su uno stile minimale, frutto di una naturalezza ricercata. I capelli sembrano luminosi e morbidi come seta grazie all'effetto dello spray Tecniart Constructor e qualche goccia di Mythic Oil Huile Originale L'Oréal Professionnel su lunghezze e punte.



Minimal e a tratti militare

James Pecis, insieme al team del Global Fashion Ambassadors L'Oréal Professionnel, ha curato

l'acconciatura delle donne di Gabriele Colangelo. Look minimal, asciutti e a tratti militari, con acconciature estremamente pulite ed essenziali. Lasciati liberi o raccolti in discreti chignon bassi, i capelli sono lisci e separati sulla testa da una riga laterale. Unico vezzo: l'effetto super glossy. Per realizzarlo si utilizza Mythic Oil Huile Originale su lunghezze e punte e Tecniart Transformer Gel prima di passare la piastra.





Ciocche modellate come decori

Pier Paolo Lai insieme al team dei Global Fashion Ambassador L'Oréal Professionnel, firma l'hairlook

delle donne di Brognano. I capelli sono raccolti in una coda bassa e stretta dall'effetto super lucida. Sulla fronte e sulle tempie alcune ciocche sottili sono modellate e creano disegni, decori che vengono fissati intorno al volto. Per realizzarlo Lai ha utilizzato lo spray termo - modellante PLI Shaper di Tecniart. Sulla fronte invece ha applicato lo spray texturizzante Constructor di Tecniart, per disegnare in maniera grafica e più definita le ciocche.



Giuseppe Cerella ed il Team dei Global **Fashion Ambassador L'Oréal Professionnel**, hanno curato l'hairlook dello show di Saldarini Cachemere.

Si impone la tendenza dei capelli-ricamo sul viso, abbinata ad un raccolto pulito e dall'effetto super shiny. Si realizza applicando lo spray termo - modellante PLI Shaper di Tecniart sulle lunghezze e lo spray texturizzante Constructor di Tecniart, per disegnare in maniera più definita le ciocche.



Ciuffo a lato

Paolo Soffiatti, coadiuvato dal Team dei Global Fashion Ambassador **L'Oréal Professionnel**, ha curato l'hairlook delle donne Blumarine. Sulla passerella sfilano Lolite contemporanee, ispirate ad una giovanissima Kate Moss, dall'hairlook quasi scolastico (riga laterale e mollettina) ma sensuale. L'acconciatura si realizza applicando molto prodotto sui capelli per creare texture: spray texturizzante Constructor di Tecniart sulle lunghezze e Tecniart Ring Light per illuminarle.



Pensando a Audrey

Il team Cotril, guidato dal suo Artistic Director **Giovanni Iovino**, ha curato l'hairstyling della sfilata di **Manuele Canu Milano**, brand emergente. Una collezione elegante dedicata ad una donna raffinata e sofisticata: questo il mood che si riflette anche nelle acconciature. L'ispirazione è data da una musa senza tempo, Audrey Hepburn, ed è una rielaborazione del suo iconico raccolto. I capelli sono tirati in uno chignon stretto e pulito, allungato a S sulla parte superiore e con riga laterale; sono stati lavorati con Ocean per texturizzare il capello e con Volume Roots Spray per dare volume alle radici nella parte superiore della testa. Il tocco finale con Gale, infine, conferisce all'acconciatura quella lucentezza e luminosità che la caratterizzano.



Contaminazioni d'Africa

Elia Piatto di Epikur ha curato l'hairlook delle donne di Tiziano Guardini. La giungla urbana, raccontata dagli abiti dello stilista, trova espressione anche nelle acconciature: raccolti alti sulla testa con chiare contaminazioni afro. Per realizzarlo Elia ha utilizzato Redken Fashion Waves 07 per dare corposità al capello e fissato con Redken Pillow Proof.



Pennellate d'oro!

Elia Piatto di Epikur ha curato l'hairlook della sfilata di Collini. Uno street style punk rock, con raccolti che scoprono la fronte, impreziosita da una polvere dorata di grande effetto. Per realizzare i look Elia ha utilizzato **Redken** Hardwear 16 per dare corposità al capello e fissato con Redken Pure Force 20.



Da ballerina, ma rivisto e corretto

Aveda e Bob Recine si sono occupati del backstage della sfilata di Brandon Maxwell Autunno / Inverno 2019 a New York. L'Aveda Stylist ha chiamato questo raccolto "Supersonic Ballerina", una divertente e avvincente interpretazione dell'iconico ballerina bun. Per ottenere questo look, Bob Recine ha iniziato con Aveda Phomollient™ Styling Foam e l'ha lavorato fin dalle radici dei capelli delle modelle. Quindi ha creato una riga centrale con molta precisione, fissato i capelli in una coda bassa e asciugato con cura le radici e la parte superiore per far sì che fosse ben fissata. Successivamente ha separato la coda di cavallo in tre sezioni e ha iniziato a torcerle una con l'altra, avvolgendole in questo "Supersonic Bun", fissandolo con delle forcine. Per mantenere il look in posizione, ha vaporizzato Aveda Air Control o Aveda Control Force, a seconda del fatto che si volesse ottenere una tenuta media o forte. L'Aveda Hairstylist consiglia per avere capelli texturizzati che richiedono una maggiore tenuta, di applicare Aveda Light Elements e utilizzare una piastra per farlo aderire ancora meglio su tutte le ciocche prima di acconciare i capelli nella coda di cavallo.





I WANT YOU FOR AESTETICA BEAUTY

9•10•11
NOVEMBRE
2019


MOSTRA D'OLTREMARE



Noi reclutiamo bellezza.



www.aestetica.it



081 5922946





TOUCH
DESIGN

è un evento
FVN
SRLS
TASTIC

MICB

by Beauté Sélection

HAIRWORLD
OMC WORLD CUP • PARIS 2019



Hair : Elodie Comtesse - Makeup : Stéphane Dussart
Stylisme : Pamela Walder - Photo : Pascal Latil
• L'événement international coiffure et beauté.

PARIS EXPO

14, 15 & 16 SEPT 19

PORTE DE VERSAILLES

THE INTERNATIONAL HAIR AND BEAUTY EVENT*

www.mcbbybeauteselection.com



NOVITÀ

color protector

NUOVA LINEA

Formulata con un complesso naturale derivante dalla **Wasabia Japonica** e **Melanina**. Arricchita con estratti di **Ginseng**, **Argan** e **Keratina**.

La radiazione UV e la luce visibile giocano un ruolo significativo nello schiarimento del colore dei capelli.

Lo shampoo e i condizionati (crema o spray senza risciacquo) della linea color protector aiutano il colore a non sbiadire, proteggendo i capelli naturali, tinti, decolorati o trattati con permanente, mantenendoli sani, forti e vibranti.

NEW LINE

Formulated with a natural complex that derives from **Wasabia Japonica** and **Melanin**.

Enriched with extracts of **Ginseng**, **Argan** and **Keratin**

UV radiation and visible light play a significant role in lightening hair color. The shampoo and the conditioners (cream or spray without rinsing) of Color Protector line help the hair to not fade. Color Protector line protects natural, dyed, bleached hair or treated with permanent, keeping it healthy, strong and vibrant.



MASCHERA
500 ML.

SHAMPOO
1000 ML.

SPRAY
250 ML.

SHAMPOO
500 ML.

SENZA
RISCIACQUO

PER UN COLORE
PIÙ BRILLANTE
E VIBRANTE!

CALMAR®

CALMAR Professional s.r.l.

Via Bizzozzero n. 104 - 20032 Cormano (MI)

Tel./Fax 02.39322699 - E-mail: info@calmarprofessional.com

www.calmarprofessional.com





Cosmoprof North America presenta le novità 2019

La manifestazione si conferma un evento di riferimento per l'industria cosmetica e continua a offrire innumerevoli opportunità di networking e business

Cosmoprof North America, la principale manifestazione b2b per l'industria cosmetica, presenta la 17a edizione, in programma dal 28 al 30 Luglio presso il Mandalay Bay Convention Center a Las Vegas. Sono attesi oltre 40.000 visitatori e più di 1.400 aziende; l'evento coinvolge in un unico luogo retailer, distributori, brand e fornitori, che possono discutere nuove collaborazioni e progetti, sviluppare nuovi contatti e trovare ispirazioni e suggerimenti per incrementare il proprio business.

Cosmoprof North America ospita tutti i settori dell'industria beauty presentati in tre sezioni principali, due delle quali dedicate a Profumeria & Personal Care, con una crescita da record nel settore personal care e prodotti per il canale professionale. All'interno di queste sezioni, specifiche aree ospitano cosmetici e prodotti provenienti da tutto il mondo, con particolare attenzione al mondo retail, alla cosmesi multi-etnica e ai prodotti green. Spazio anche ai Country Pavilion, con marchi che portano a Las Vegas caratteristiche legate alle tradizioni locali.

Novità per il 2019, una sezione dedicata alla filiera, con il debutto di Cosmopack

lounge dedicata.

Oltre venticinque seminari e workshop arricchiranno il programma di CosmoTalks, con aggiornamenti e contenuti formativi di qualità. Tra gli eventi principali, il panel "The Right Channel" moderato da WWD, "The Beauty of Sustainability", a cura della società americana di ricerche di mercato The NPD Group, e "CBD & Beauty: The Next 5 Years", organizzato da Global Cosmetics Industry. Parteciperanno speaker ed esperti di L'Oréal, Google, Clinique, Facebook, YouTube, Neiman Marcus e Shiseido.

A Cosmoprof North America torna Boutique, l'esclusivo sampling bar con i prodotti di aziende espositrici; i visitatori potranno creare la propria selezione di cosmetici con un'offerta a favore di Look Good Feel Better, una fondazione dedicata ai malati di cancro, per migliorare la qualità della vita e l'autostima delle persone sottoposte a trattamenti oncologici. L'iniziativa si avvarrà della collaborazione di HCT Packaging, fornitore delle beauty bag di Boutique 2019. Espositori e operatori potranno, inoltre, entrare in contatto con le principali agenzie di trend e marketing intelligence nazionali e internazionali nel nuovo



North America, con aziende specializzate in ingredienti e materie prime, contract manufacturing, private label, macchinari e packaging. Gli espositori potranno beneficiare dei contatti garantiti dal Buyer Program. A Las Vegas ci sarà anche la prima edizione di The Factory, l'area che mostrerà l'intero processo di produzione di un cosmetico.

Il Buyer Program è una delle iniziative chiave della 17a edizione, con ulteriori investimenti volti ad attrarre compratori internazionali più qualificati, coinvolgendo ad esempio di Alibaba, Blue Mercury, Cos Bar, CVS Health, Macy's e Space NK. Il programma mette in contatto gli espositori con i migliori acquirenti, i retailer e i distributori da tutto il mondo. Gli espositori parteciperanno a incontri individuali programmati con gli operatori maggiormente in linea con il proprio profilo aziendale, all'interno di una buyer

Trend Corner, dove potranno ricevere suggerimenti e consigli per lo sviluppo della propria attività, dall'individuazione delle tendenze del mercato alle strategie aziendali più efficaci. Altra novità di questa edizione, Cosmoprof North America e Cosmopack North America Awards, che celebrano l'innovazione e l'eccellenza nella progettazione, nella formulazione e nel packaging tra gli espositori. CosmoTrends, a cura dell'agenzia internazionale BEAUTYSTREAMS, è il rapporto annuale post-fiera sui trend di bellezza, con i prodotti più innovativi presentati dalle aziende di Cosmoprof North America: un report esclusivo di tutto ciò che è all'avanguardia nell'industria cosmetica. Una prima relazione sarà presentata in anteprima, con un'installazione in manifestazione ed una sessione dedicata all'interno di CosmoTalks.

COSMOPROF

NORTH AMERICA LAS VEGAS

Heads Collective

**2019
COSMOPROF
NORTH AMERICA
LAS VEGAS**

**JULY
28 – 30**

**MANDALAY BAY
CONVENTION
CENTER**

The leading B2B beauty event in North America, offering the entire industry an opportunity to come together, make new relationships, and foster collaborations.
REGISTER NOW AND SAVE UP TO 25%.

A new world for beauty
Bologna, Hong Kong,
Las Vegas, Mumbai

cosmoprofnorthamerica.com

Sales Office US, Canada
and Mexico

PBA, Scottsdale, AZ, USA

P +1 480 281 0424

F +1 480 905 0708

info@cosmoprofnorthamerica.com

Sales Office Europe, Africa,
Middle East, Asia and South America

BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.

Milan, Italy

P +39 02 796 420 / F +39 02 795 036

international@cosmoprof.it

Marketing and Promotion

BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.

Milan, Italy

P +39 02 796 420

F +39 02 795 036

info@cosmoprof.it

Organizer

North American Beauty Events LLC

PBA Professional
Beauty
Association

**Bologna
Fiere**



Collezione Sposa 2019

Trizzi team presenta

COLLEZIONE SPOSA 2019 "AIDA"

La collezione sposa Aida 2019 di Trizzi team si ispira alle ultime tendenze sposa. Tutte a strati di chiffon di seta, ricami in pizzo, fiocchi e ad altre applicazioni eleganti che regalano alla sposa uno stile romantico e raffinato, così come le acconciature che non si allontanano dal tema dominante, che è l'eleganza di un prezioso ricamo.

Le acconciature Trizzi della collezione Aida sono ricami che si adattano perfettamente alla sposa, sempre più eterea e audace, grazie anche al nude look degli abiti che ben si posano sul suo corpo.

La collezione sposa Aida 2019 è concepita come un ricamo su tela, un ricamo che prende corpo e volume. E con i volumi gioca, sviluppandosi in una moltitudine di volute e intrecci corposi.



Hair stylist: Trizzi team
Make-up: Enrica Santoro
Photo: Marcello Bocchieri
Abiti: Atelier Adesso Sposami Acate

Trizzi team
Via L. Da Vinci, 20 - 97100 Ragusa
T/F: +39 0932 229082
E: info@trizzi.it
W: www.trizzi.it





中国发博会
CHINA INTERNATIONAL HAIR FAIR

SALON SHOW
中国国际沙龙节

**Guangzhou Poly
World Trade Center
Expo Hall, China**

Hairdressing

Wig

Hair Care

Hair Transplantation

Hair Accessories and more

**26-
28
AUG**

THE 11TH CHINA INTERNATIONAL HAIR FAIR & 2019 SALON SHOW

CHINA'S BIGGEST AND MOST PROFESSIONAL B2B EXHIBITION

- **1000+** EXHIBITORS
- **500+** LEADING BRANDS
- **30+** EDUCATION AND SHOW



Scan for Free Ticket

Sunny Zhang:
Mobile(Whatsapp): +86-15515932850

Email: chinasunny123@hotmail.com
Website: www.hairfair.com.cn/home

SALON
INTERNATIONAL

GALLERY
Sails
MAKE UP

Foto: CND™ per The Blonds SS 2019



CANDIDE & DARK

L'estate che è alle porte
ci rende libere di scegliere
fra due grandi anime:
una semplice, chiara
e luminosa e l'altra che celebra
i toni metallici e scuri.

Alcuni spunti dalle sfilate



TAORAY WANG



ALEXANDER MCQUEEN



ALTUZARRA



PRADA



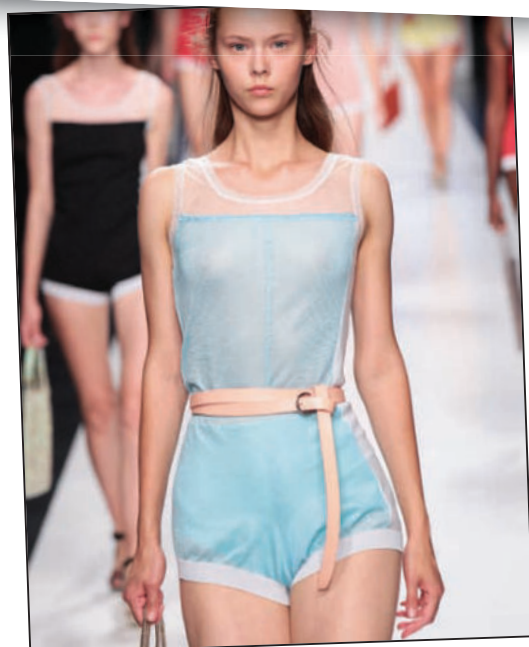
ANTONIO MARRAS



COURREGES



MOSCHINO



ANTEPRIMA



TOM FORD

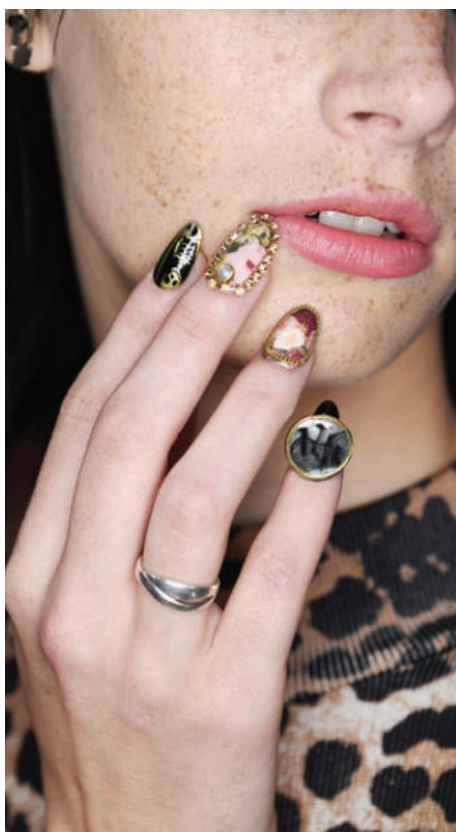


EMPORIO ARMANI



Sei abbastanza cattiva?

In un modo che ama la vittoria del bene contro il male, i fratelli Blond hanno deciso di celebrare i super cattivi. La collezione è ispirata ad alcuni dei cartoni Disney. Lo show The Blonds si è focalizzato su ciò che rende un cattivo un'icona: mistero, seduzione e pura malvagità. Per creare questi 'vendicativi' nail look il CND™ Creative Team ha utilizzato forme estreme, applicazioni affilate e texture audaci. "Questa partnership è stata fantastica, è stato eccitante essere parte di tutto questo e avere la possibilità di creare e re immaginare i nostri cattivi preferiti aggiungendo un tocco CND™ per dare vita a queste creazioni" Dichiarò Jan Arnold Co-Fondatrice e Style Director CND™. Forme estreme, applicazioni da brivido e colori ultra pigmentati; questo il filo conduttore del team CND™ che non ha lasciato niente al caso. Ogni look è stato studiato fin nei mini dettagli fino, ovviamente, alla punta delle dita.



Un tuffo vintage

La collezione primavera-estate 2019 di The Lybertines trae ispirazione dai cameo e dei porta ritratto decorati dell'epoca Georgiana. The Lybertines ha voluto immortalare la bellezza che viene esaltata dal tempo che passa. Lo stilista, Johnson Hartig, è solito rievocare i classici con un tocco ultramoderno. La collezione ritrae colori neutri, pastello e melanconici con tocco di colore acceso, che permettono di fare un tuffo nel passato dell'antica maestria dei sarti senza però perdere un appeal moderno. Il team CND™ ha tratto l'ispirazione dall'antica arte di ricamo *petit point*. Rose, perle vittoriane, pietre vintage, cornici in oro 24k, color pastello sbiaditi e monogrammi ricordi di un passato lontano che sono stati riprodotti sui nail look CND™, a rievocare la bramosia per il passato e al tempo stesso la sete di futuro.

Purple Labradorite

“Purple Labradorite” è la creazione nails di **Alessandra Marchesi** per **Faby**.

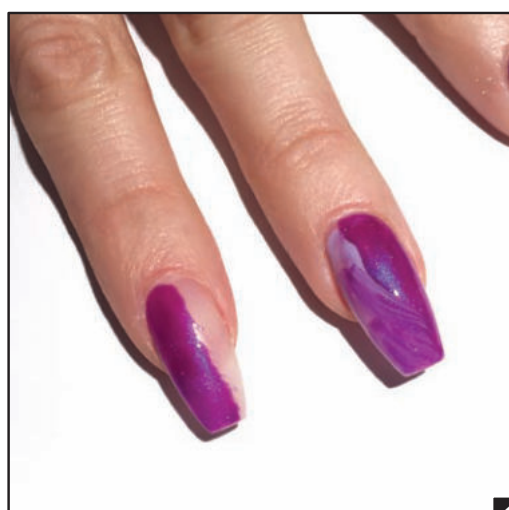
Una nail art veloce da realizzare, dal grande impatto visivo, realizzata con i colori di Lacquering gel sopra una copertura sottile creata con Genius gel.

Tecnica di realizzazione:

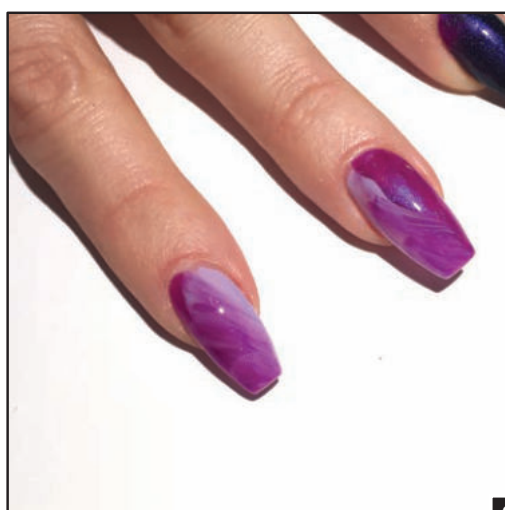
Faby Lacquering Gel

Livello di difficoltà: medio

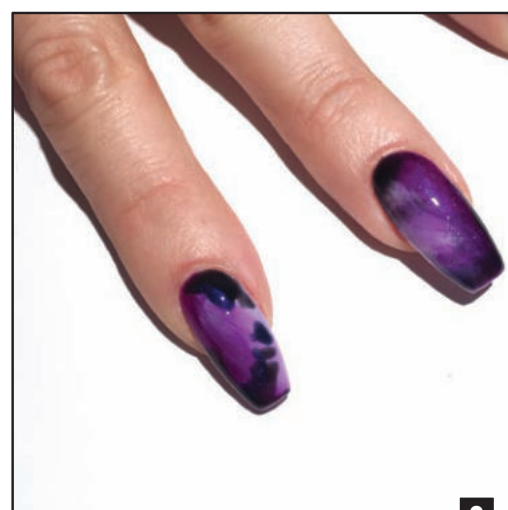
Nail Artist: Alessandra Marchesi



1



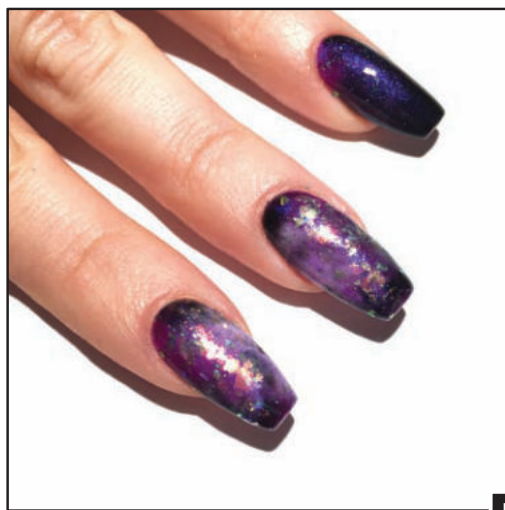
2



3



4



5



6



7

1. Dopo aver eseguito una perfetta manicure, realizziamo una copertura sottile dell'unghia naturale utilizzando Genius Builder Gel in Sheer pink. Limiamo, poi rimuoviamo la polvere con un wipe imbevuto di Extra Wiping Solution e applichiamo Faby Lacquering Base Coat su tutte le unghie. Polimerizziamo per 30 secondi in lampada Faby LED. Stendiamo quindi uno strato sottile di "Blueberries and soda", coprendo all'incirca metà unghia. Non polimerizziamo.
2. Coloriamo l'altra metà dell'unghia utilizzando Lacquering Gel nel colore "The comedian", sovrapponendolo al colore steso in precedenza. Polimerizziamo in lampada LED Faby per 45 secondi. Ripetiamo il passaggio applicando un secondo strato di colore, e polimerizziamo.
3. Aggiungiamo tocchature di colore con Lacquering Gel in "Black is black" e "Ocean Boulevard". Non polimerizziamo.
4. Utilizzando un pennello ovale sfumiamo i colori tra di loro, creando gradazioni delicate. Polimerizziamo quindi in lampada LED Faby per 45 secondi.
5. Sfruttiamo ora la dispersione per applicare i frammenti di mylar in modo casuale.
6. Stendiamo uno strato di Lacquering Gel in "Black is black" qui e lì, e aggiungiamo profondità sfumandolo al di sopra del mylar appena applicato. Polimerizziamo in lampada LED Faby per 45 secondi.
7. Sigilliamo la nostra nail art con Lacquering Gel Top Coat e polimerizziamo in lampada LED per 60 secondi per una extra lucentezza. Rimuoviamo la dispersione con un wipe ed Extra Wiping Solution. Terminiamo coccolando le cuticole con Nails & Cuticle Fitness Oil ed effettuiamo un benefico massaggio con Faby M2 Hand Cream.

Colori Lacquering Gel utilizzati: Blueberries and Soda, The Comedian, Black is black, Ocean Boulevard.

Romantic ROCK

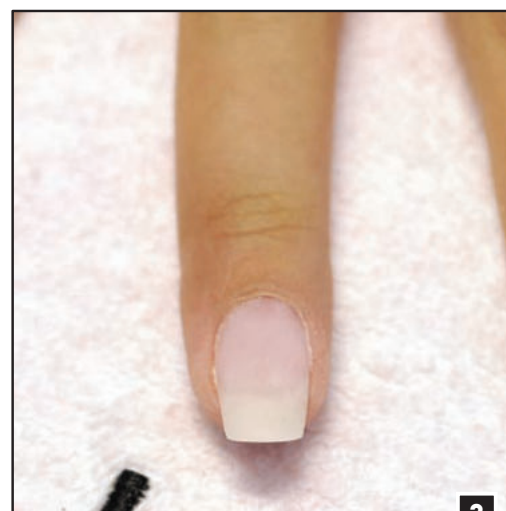
Lo step che segue è realizzato per cura della **KyLua Nail Artist** da **Graziella Manfrin**, Master Pro di Formazione KyLua e Responsabile interna alla Casa Madre per i test di standard qualitativo e applicativo dei prodotti.



1



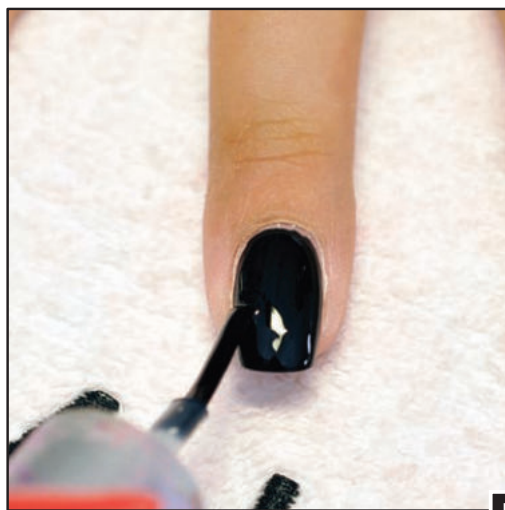
2



3



4



5



6



7

1. Prepariamo l'unghia naturale: disinfectiamo e delicatamente con il bastoncino d'arancio, (con estremità abrasiva in punta), spingiamo la cuticola e con penna cilindrica eliminiamo i residui di cuticola sottile. Con un buffer rimuoviamo lo strato lipidico presente sull'unghia. Spolveriamo bene. Con Pennello Connect picchiettiamo un leggero strato di +Connect (linea +Advanced: mediatore UV/LED di adesione liquido, trasparente. Contiene piroctone olamine -antimicotico/antibatterico-, coenzima Q10 e la proteina della cheratina. Cod. KKA3500 ml. 10). Lampada UV/LED 30".
2. Struttura del casting: con un pennello piatto creiamo la struttura e doniamo l'adeguata bombatura utilizzando il gel monofase +One-Step PluriGel Film Rosé (linea +Advanced: UV gel monofase rosa lattiginoso con Aloe e Proteine della Seta, media viscosità. Automodellante, elastico, indicato per refill e casting. Cod. KKA3416 gr. 50. 2 minuti di lampada UV/LED.
3. Limatura: dopo aver eliminato lo strato di dispersione con un pad di cellulosa imbevuto di Sweeping (liquido antimicotico e antisettico per la pulizia dell'unghia naturale e dello strato di dispersione dei gel. Codice KF5096 ml. 500), mettiamo in asse e armonizziamo adoperando una lima Jumbo Bform (utilizzando prima il lato con grit 120 e in seguito il lato con grit 240), perfezionando la forma. Rifiniamo con il mattoncino (o brick). Spolveriamo accuratamente.
4. Laccatura anulare e medio: eseguiamo la laccatura di queste unghie con AIG Black Eclipse (gel UV/LED colore nero. Cod. KKC5033). Polimerizzare 60" in lampada UV/LED. NOTA: Lacchiamo le altre unghie con KyLac Bye-bye Baby (smalto UV/LED colore magenta. KKR5246). Eseguire, come di consueto, la seconda laccatura di entrambi i colori e polimerizzare nuovamente.
5. Per applicazione nail art (anulare-medio): sull'unghia di anulare e medio applichiamo Ultra Gloss (gel di finitura trasparente ultra brillante, bassa viscosità. Senza strato di dispersione Cod. KC3290 - ml 15.).
6. Stendiamo uno strato di Lacquering Gel in "Black is black" qui e lì, e aggiungiamo profondità sfumandolo al di sopra del Nail art Glitter Dust (anulare-medio): sullo strato di Ultra Gloss non polimerizzato, facciamo cadere Glitter Dust Nero antracite (Cod. KFG003). Polimerizzare 60" UV/LED.
7. Sigillatura e finale: sigilliamo tutte le unghie tranne quelle decorate con polvere Glitter Dust, con TOO Shine (sigillante in flacone corredato di pennello. Lucentezza extra brillante - Cod. KKC3229). - Polimerizzare 60" in lampada UV/LED. Al termine stiliamo una goccia di Nail Almond Oil che addolcisce le cuticole e lucidiamo le unghie con un pad di cellulosa terso.



Byblos

Trucchi di primavera

#Livingcolor

Colori intensi e brillanti come il verde elettrico regalano freschezza al volto. L'importante, però, è lasciare il resto del viso naturale.



Sorriso prezioso

Il **Lip Jewels Artdeco** è un rossetto scintillante con perle luccicanti per un contorno labbra brillante e metallico. Crea un effetto multidimensione grazie al riflesso della luce. La formula delicata con ingredienti di alta qualità come l'olio di noci del Brasile e la vitamina E assicura un piacevole comfort. Ottieni un bagliore rosa con "pink positive" N°18. Le labbra sono baciato dal sole con "summer lights" N°36. Il **Lip Jewels** con un delicato profumo alla vaniglia, è senza parabeni e talco. La compatibilità con la pelle è dermatologicamente approvata.



Tadashi Shoji

#Livingglitter

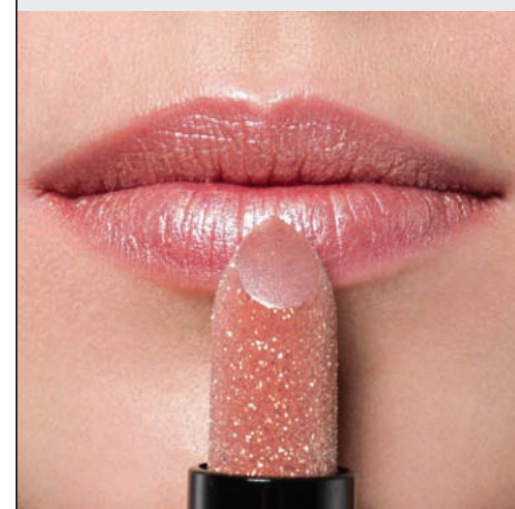
I Glitter colorati diventano grafici. Per un look originale e bellissimo.

#Livingcoral

Il colore Pantone® dell'anno, declinato in tutte le sue tonalità di pesca-corallo, per colorare occhi, guance e labbra, in un look fresco e primaverile.



Chiara Boni



GUIDA AGLI ACQUISTI E AI VOSTRI ANNUNCI

ABRUZZO

COSMOLINE SRL - Corso Garibaldi 63
66050 San Salvo (CH)

CALABRIA

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

**CENTRO COSMETICA JONICA SNC
DI CALABRETTA P. E MAE**

Via Capuccini 10-12
88900 Crotona (KR)

BEAUTY FASHION DI COFONE EUGENIO
Via G. Brodolini 1/A87041 Aciri (CS)

FERRARO SONIA

Via Serricella 49 - 87041 Aciri (CS)

CENTRO A.N.A.M. DI CATANZARO

Traversa Crotona, 18 - 88063 Catanzaro
Lido (CZ) tel. 0961.738222



MAZZA FAG. 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**

Accompagnatori 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 NAPOLI

Via Carlo Pisacane 29 - 80100 Napoli (NA)
tel/fax 081.299627



FULVIO FUSCO & C. - Ingresso 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



EMILIA ROMAGNA

CARISMA DI NOBILI

Via Larga 51
47843 Misano Adriatico (RN)

MORELLI PAOLO

Via Marechiese 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 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)

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)

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



OTTONETTI ROBERTO

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

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

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
63821 Porto Sant'Elpidio (FM)
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

**3B COSMETIC PRODUCT
& S. CONSULTING SRL**

Via Del Viadotto 15/A
12084 Mondovì (CN)

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

PUGLIA

CIPRIANI & NANCY SRL

Via G. Di Vittorio 7/9/11/16
70033 Corato (BA)

GESTRICO

Via Albanese 63/65
70124 Bari (BA)

SOLE SANO GROUP SRL

Via Della Bella 41
71100 Foggia (FG)

FREE SPACE SRL - PROFUMERIE

Viale Istria, 112
70031 Andria (BA)
telfax 0883.561489
e-mail: freespacesrl@libero.it



SARDEGNA

CHERCHI DIFFUSION

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

SICILIA

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)



BIDDIZI di David Ioppolo

Via Consolare Antica, 383
98071 Capo d'Orlando (ME)
e-mail: info@biddizzi.it
tel. 0941 909993- 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 Giammoro (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: parfumeaute@inwind.it
e-mail: davidopinwind.it



TOSCANA

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 FURNITURE

Di Elena Bissacco
Via Buzzacarina 624
35040 Santa Margherita D'adige (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



PENTAMORFY di Restigian Claudio

C/da San Tommaso, 48
36100 Vicenza (VI)
tel. 0444.325643

ABBONAMENTI
NUMERO VERDE

800 102166

sensus[®]
H A I R L O V E R S

MC2



AMMONIA
FREE



NO ADDED
PPD & RESORCINE



ECO
FRIENDLY



VEGAN
FRIENDLY

NATURAL & BIO
INGREDIENTS



ARC

Active
Revitalizing
Complex

Want to color and
restructure hair
in a single action?
Now you can with MC2!

ilovesensus.it



@Sens.ùs



@sensus_hairlovers

