

SALONTM

INTERNATIONAL



Scopri
LightON Collection

Helen Seward
MILANO

D O N N A

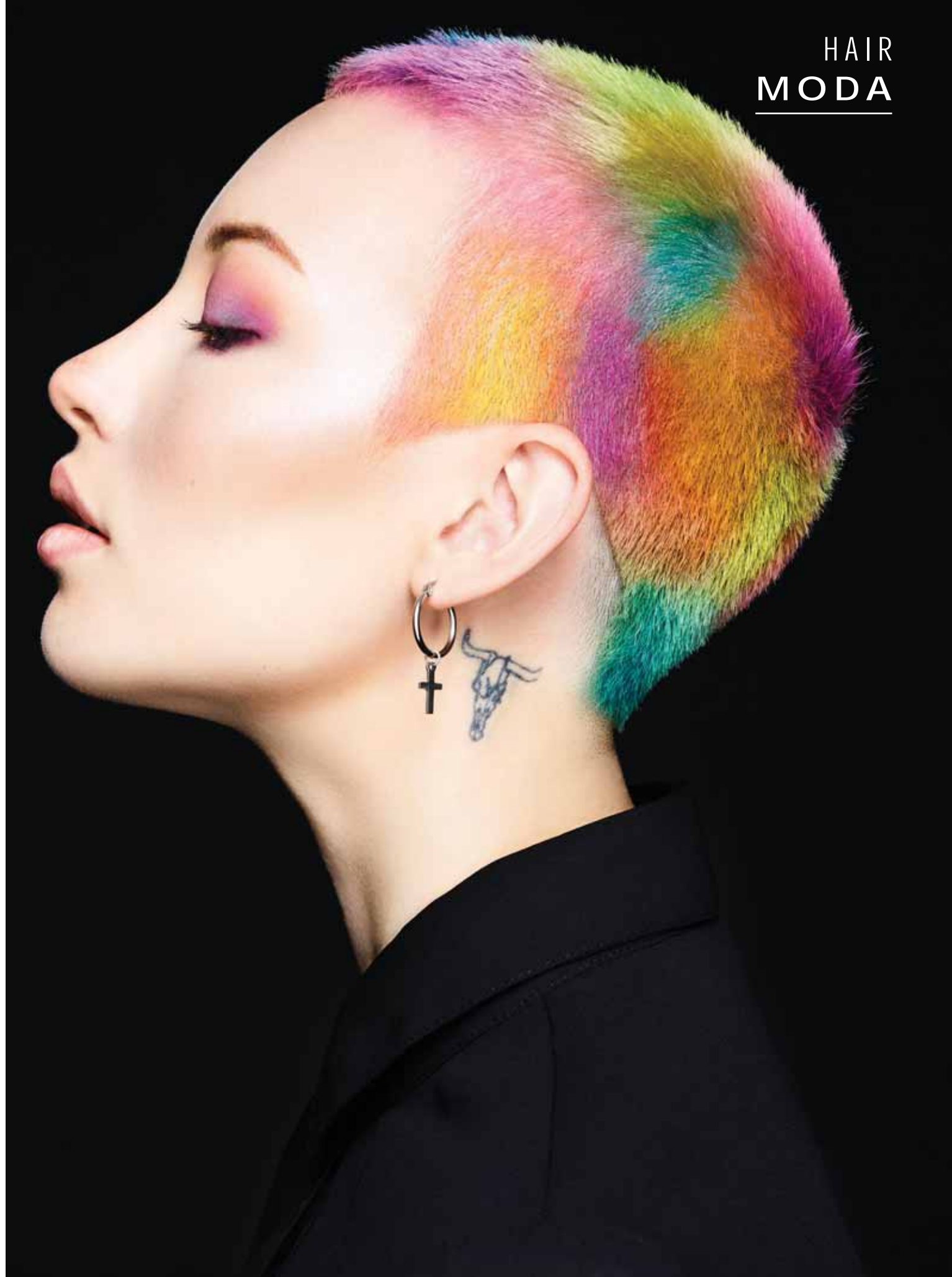


ARMONIE cromatiche



Armonie cromatiche

Meravigliosi accostamenti di colori degni di un artista, Nikita Fisher propone una gamma preziosa di nuances. Tanti contrasti, tante pennellate. I tagli sono dal semplice caschetto con la frangia al pixie, ma anche acconciature stropicciate.



◀ ▶
Hair: Nikita Fisher
Photo: Jemie Blashard
Make up: Maddie Wride



JOICO Europe Blonde Ambition
Color & Cut: Marc Antoni Artistic Team
Photo: Jamie Blanshard
(Jamie Blanshard Photography)

Blonde Ambition

La collezione JOICO di Marc Antoni è una celebrazione del biondo in tutta la sua bellezza, dal biondo freddo alle sfumature più calde da declinare su tutte le lunghezze.



JOICO
the **joi** of healthy hair

DEFYDAMAGE

La linea JOICO dedicata
alla prevenzione dei danni
da il benvenuto a
DEFY DAMAGE
SLEEPOVER.



DEFY DAMAGE SLEEPOVER,
il primo trattamento notturno,
senza risciacquo che nutre,
protegge, illumina e fortifica
i capelli.

Perché innamorarsi dell'intero regime DEFY DAMAGE:

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

Guardalo. Sentilo. **Credici.**

f i y **#defydamage** **www.joico.eu**

* Rispetto alla rottura da spazzola su capelli danneggiati durante lo styling a caldo; quando si utilizza Defy Damage Shampoo e ProSeries 2 vs. uno shampoo non condizionante
**Dopo 10 shampoo; quando si usa Defy Damage Shampoo e ProSeries 2

OnBeauty si riparte in bellezza!

by COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

Dopo un anno di incontri virtuali l'industria cosmetica, si dà appuntamento a Bologna dal 9-13 settembre 2021 ad **OnBeauty by Cosmoprof Worldwide** un format innovativo ed essenziale, per un primo, fondamentale, rilancio delle attività in presenza.

Da giovedì 9 e venerdì 10 settembre il padiglione 31 ospiterà i leader della **supply chain**, con contoterzisti, fornitori di materie prime, di tecnologie per il processo e di soluzioni per il confezionamento, interessati a valutare anche sinergie con il canale retail e i player di altri settori, presenti in contemporanea alle fiere Cosmofarma e Sana. Nelle stesse giornate, nel **padiglione 32**, sarà presente il **comparto retail**, con i brand più attenti alla trasformazione multicanale del mercato, alla commistione tra online e offline e alle soluzioni più innovative di comunicazione al consumatore. Il segmento di **cosmesi green & organic** sarà ospitato all'interno dei **padiglioni 25 e 26** di Sana, salone internazionale del biologico e del naturale, da giovedì 9 a domenica 12 settembre. Il **canale professionale** si ritroverà a Bologna nelle giornate di sabato 11, domenica 12 e lunedì 13 settembre: il meglio delle aziende di prodotti e servizi per l'estetica professionale, **spa e nail** esporrà nel **padiglione 21**, mentre nel **22 saranno presenti gli espositori per il settore acconciatura e attrezzature per saloni**.

Per ogni comparto sono previsti programmi di approfondimenti e contenuti specifici. Le giornate di giovedì 9 e venerdì 10 ospiteranno sessioni con esperti di mercato e di tendenze, per analizzare le tematiche di

maggior rilievo per il futuro dell'industria: le nuove tecnologie e il loro impatto sulle abitudini di consumo, l'equilibrio tra innovazione digitale e sostenibilità, i macro-movimenti che stanno trasformando la società e la loro influenza sul settore cosmetico. Nelle giornate dedicate al canale professionale, non mancheranno dimostrazioni e approfondimenti, sessioni di formazione tecnica e incontri istituzionali con le associazioni del settore per fare il punto sulle difficoltà emerse in questi mesi.

La sinergia con SANA e COSMOFARMA EXHIBITION

OnBeauty by Cosmoprof Worldwide Bologna si svolgerà in contemporanea con le manifestazioni SANA, salone internazionale del biologico e del naturale, e COSMOFARMA EXHIBITION, l'evento leader nell'ambito dell'Health Care, del Beauty Care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia. "A settembre, Bologna sarà il cuore della sinergia tra gli eventi più importanti del nostro portfolio dedicati al benessere, alla salute e alla cura della persona, temi che la pandemia dei mesi scorsi ha posto come non mai al centro dell'attenzione, - sottolinea Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere. - La presenza di molteplici canali distributivi è la conseguenza della radicale trasformazione del mercato che stiamo vivendo: salute, sostenibilità e cura della persona sono categorie sempre più legate tra loro, e anche la tradizionale suddivisione tra un comparto e l'altro oggi non ha più significato. Siamo di fronte a uno scenario profondamente rinnovato, e dobbiamo essere pronti a sviluppare maggiori sinergie per affrontare il cambiamento."

SAVE THE DATE!

On Beauty Bologna 9/13 settembre 2021
Cosmoprof Worldwide Bologna 10/14 marzo 2022

Beauty tips

Le schiariture 2021: luminosità al femminile

Luce, luce e ancora luce.

La grande bellezza oggi si ritrova così: illuminando.



Salvo Filetti, Hair Designer Compagnia della Bellezza, ha ideato una nuova tecnica di schiaritura, *Sunny Framber*, nuovo servizio pensato per illuminare il viso partendo però dalla nuca, come se un fascio di luce arrivasse dal basso per enfatizzare la chioma. Ideale per tutte coloro che d'estate amano raccogliere i capelli, con una coda, una banana, una treccia o un raccolto.

Le sfumature, un gioco di chiaroscuri e contrasti, ricordano l'effetto baby. A ciascun viso, ovviamente, va applicato la giusta nuance. «Per le bionde il colore che va per la maggiore è un crema neutro leggermente caldo, un biondo vaniglia, che ha dalla sua quel punto di luce che mantiene un tocco di solarità. Si tratta di una sfumatura quasi universale per le bionde medie e, più in generale, per chi sta bene nell'universo biondo, le chiare o aspiranti chiare molto luminose», aggiunge l'esperto. E quando i capelli ritornano sciolti? «L'effetto si schiude come una corona, con pennellate che verticalizzano in alto a uno a uno tanti punti luce, come un sole; chiuso, invece, ricorda una corona».



Compagnia della Bellezza

Ti distingui?

Esprimi al massimo la tua personalità ed unicità con Nouvelle, marca concepita e prodotta in Italia con laboratori di ricerca interni e una storia di oltre 30 anni in più di 80 paesi nel mondo. Animata dalla cultura del design, della moda e della ricerca cosmetica avanzata, Nouvelle ti permette di uscire dal coro: prodotti e servizi professionali di alta qualità, con un'inaspettata immagine artistica. Divertiti con la nuova generazione di colori e prodotti styling, senza rinunciare alla cura e alla salute dei capelli. Più di 15 linee per soddisfare i sogni dei tuoi clienti.



Nouvelle
new generation
nouvellecollections.com - hscosmetics.com
MADE IN ITALY

OnBeauty

by **COSMOPROF**
WORLDWIDE BOLOGNA

9 – 13 SETTEMBRE 2021
BOLOGNA,
QUARTIERE FIERISTICO

SUPPLY CHAIN, RETAIL
9 – 10 SETTEMBRE 2021

GREEN & ORGANIC
9 – 12 SETTEMBRE 2021

PROFESSIONAL HAIR,
BEAUTY SALON & SPA, NAIL
11 – 13 SETTEMBRE 2021

Cosmoprof Worldwide Bologna
presenta **OnBeauty**, il primo
ma fondamentale evento
in presenza per rilanciare
l'attività, favorire il networking
e dare vita a nuove opportunità
di business.

**L'INDUSTRIA COSMETICA
RIPARTE DA BOLOGNA**

Onbeautybycosmoprof.com

ORGANIZZATO DA
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.
Milano
T +39 02 796 420
F +39 02 795 036
info@cosmoprof.it

COMPANY OF
 **Bologna Fiere**

IN COLLABORAZIONE CON
 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

CON IL SUPPORTO DI

Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale


ITCA
ITALIAN TRADE AGENCY

IN CONTEMPORANEA CON

 **COSMOFARMA**
EXHIBITION 

**Versatilità
di stile**

Delle piccole
trecce sono
protagoniste insieme
a ciocche friséé
e alla frangia che arriva
lunga sul viso.

Versatilità di stile

Hair: Thomas Hills, Director, TH1 Hair



BIOETIKA
life to your hair

www.bkaitalia.com

Bioetika® è un marchio BkA Italia



MASCHERA SEMI-PERMANENTE COLORATA

CON ESTRATTO DI FIORI DI LOTO, OLIO DI BAOBAB E VITAMINE A E C,
SENZA AMMONIACA

Biocolor Mask dona brillantezza e lucentezza ai capelli colorati, decolorati o naturali. Ottimo per prepigmentazioni di colore, tonalizzazioni di méches o colpi di sole. Esalta i riflessi di colorazioni in modo semplice e veloce. Le 13 Nuance di Biocolor Mask si possono miscelare tra di loro per dare vita ad innumerevoli sfumature di colore.

BioCOLOR
ammonia-free
Mask

HAIR
MODA

Frangia & colore



Hair: Gogen team as Alter Ego Italy International Creative Director - Photo: Marco Di Filippo - Make up: Trine Marie Skauen ◀ ▶



Hair Stylistic Team Echosline - Ph. Marco Di Filippo | © 2021 Pettenon Cosmetics S.p.A. All Rights Reserved

Echosline PRESENTA B.PUR CLAY

Echosline, brand Hair Care Professionale che da anni abbraccia la filosofia The Vegan Way e predilige il concetto del "less is more", ha dato vita a **B.PUR CLAY**, una trilogia di prodotti essenziali ed innovativi che purifica e pulisce in profondità partendo dalla cute, per poi rimineralizzare il capello per una chioma morbida, lucente e uno styling duraturo. La linea **B.PUR CLAY** abbraccia il concetto di "Clean Beauty" e di bellezza essenziale e sostenibile ed è formulata da prodotti **100% Vegan**, a base di **ingredienti naturali**, **Free From** e con **principi attivi funzionali**: l'**Argilla bianca**, remineralizzante, antiossidante e capace di assorbire le impurità, l'**Aloe Vera**, l'**Olio di Jojoba** e il **Burro di Karité**. Anche il **packaging** è 100% in **plastica riciclata PET**, ogni pack riesce a contenere più quantità di prodotto con un minore utilizzo di plastica, carta e di conseguenza minori emissioni di CO2*. La gamma **B.PUR CLAY** dà vita in salone anche a tre rituali: Beauty Purifying, Beauty Activating e Beauty Shaping.

B.PUR CLAY PRE-TREATMENT MUD è un fango purificante remineralizzante del cuoio capelluto. Grazie all'Argilla Bianca purifica il cuoio capelluto in soli tre minuti di posa, eliminando in profondità agenti estranei e impurità. Con Aloe Vera e Olio di Jojoba è ideale su cute grassa o impura.

B.PUR CLAY PRE-TREATMENT SHAMPOO

Shampoo purificante remineralizzante. Arricchito con Argilla Bianca dal potere purificante e Burro di Karité, deterge i capelli in profondità lasciandoli morbidi e profumati. Ideale per capelli medio-grossi, trattati, secchi o ribelli.

B.PUR CLAY ACTIVE SHAPING MASK

Maschera con Argilla Bianca e Burro di Karité, nutre in profondità senza appesantire, ha un'azione anticrespo e controllo del volume. La sua formula è dotata di una tecnologia all'avanguardia formulata e patent pending** rappresentata dal marchio "**Active Miraclay Technology™**", che, grazie al potere dell'Argilla Bianca, riduce i tempi di asciugatura, favorisce lo styling e un effetto memory. Ideale per capelli medio-grossi, trattati, secchi o ribelli.



*Si risparmia circa il 19.2 % di plastica e il 14,6% di carta nel trasporto di 1 L di shampoo comparandolo ad un Packaging Standard Echosline. - ** Italian patent n. 10201900003053

Echosline
the *vegan* way

MADE IN ITALY

www.echosline.it



Colorzoom, colore in 10 minuti



L'ultimo anno ha rivoluzionato le abitudini di acquisto dei consumatori e la fruizione dei servizi come quello del parrucchiere. Gli acconciatori, in linea con le disposizioni ministeriali, hanno dovuto contingentare gli ingressi: questo ha contratto i servizi, di colorazione che necessitano di più tempo di lavorazione contraendo gli incassi giornalieri. **Fanola**, brand sinonimo di colore, creatività e condivisione, sempre al passo con il mercato che oggi predilige il segmento della **fast cosmetics**, ha ideato **COLORZOOM**, una nuova linea di creme coloranti professionali che in 10 minuti, grazie all'estrema purezza dei pigmenti contenuti al proprio interno, assicura un colore brillante e una copertura dei capelli bianchi fino al 100%. Nella formula sono presenti sostanze veicolanti che accelerano il processo di colorazione, senza alcun sovraccarico. E' senza ammoniaca, PPD & resorcinol free. E' disponibile in 23 nuance.

ColorZoom by Fanola, utilizzato in abbinamento all'emulsione ossidante Fanola o con Violet Peroxyde, dà vita a 4 servizi professionali della durata di 10 minuti.

Colore: colorazione permanente ad ossidazione tradizionale che assicura una copertura fino a 100% dei capelli bianchi con possibilità di schiariture fino a 3 toni su tutte le nuance. Offre colori brillanti, omogenei con ottima tenuta nel tempo.

Shine&Color: servizio di colorazione che dà brillantezza e luminosità ai capelli; intensifica o scurisce il colore.

Tono su tono: pensato per un colore temporaneo. Ideale per mascherare la ricrescita e colorare i capelli con un'azione riflessante e cosmetica.

Neutro: schiarisce i capelli naturali fino a 3 toni mantenendone inalterato il riflesso con un effetto tipico dei capelli esposti al sole d'estate. Il neutro, miscelato a tutte le nuance, intensifica l'effetto schiarente e rende più brillante il colore. Ha un leggero effetto decapante che permette schiariture leggere su un colore cosmetico.

Fanola ha deciso di accompagnare il lancio di **ColorZoom** con un'immagine dirompente, che parla alle nuove generazioni e abbatte le barriere, accogliendo una creatività non convenzionale che garantisce un effetto "wow".

Frangia & colore



Frangia & colore

La collezione Alter Ego Italy Archetypes è pensata per una donna contemporanea.

Nuance vivaci personalizzate da tocchi di colore e sfumature.

Piace molto la frangia da portare piena e geometrica o morbida e scalata.



Hair: Team Contrasto
Color: Alessandro Fiorin,
Gionathan Contino,
Fanola Technical Team
Photo: Marco Di Filippo

HAIR MODA



Hair: Gogen team
as Alter Ego Italy
International Creative Director
Photo: Marco Di Filippo
Make up: Trine Marie Skauen



C olore

P rotagonista

Colore protagonista

Punta tutto sul colore la collezione LightON di Helen Seward che offre effetti di tendenza che illuminano la personalità di ciascuno. Dalle sfumature Mulled Wine che creano movimento e illuminano il bob corto e rivisitato, a quelle Smoky Brown che creano giochi luce sul carrè medio graduato e Ice Blond, per un biondo freddo iconico luminoso e naturale o a quelle più golose Caramel, che valorizzano il taglio lungo scalato. E per chi vuole osare con eleganza, contrasti Purple creano volume sul taglio corto scalato.



Helen Seward 2021
Hair: Helen Seward Creative Team
Photo: Kapsel Production

LightON Hair color trend COLLECTION Helen Seward Milano

Scopri
LightON Collection



ACCENDI LA TUA LUCE: È TEMPO DI RISPLENDERE!

Dai contrasti Purple alle sfumature Smoky Brown, Ice Blond, Mulled Wine e Caramel: seguire le tendenze colore è semplice grazie alle infinite possibilità creative proposte dal mondo colore di Helen Seward.



COLOR SYSTEM LUMIA: un colore sempre naturale, pieno di vita.

La colorazione che assicura la massima brillantezza con un'ampia gamma di nuance luminosissime e vibranti, perfettamente miscelabili fra loro. Lo straordinario potere trattante della formula dona ai capelli corpo e morbidezza, trasformando la colorazione in un vero trattamento di bellezza. Con Luminescence Technology.

INNOVATION 2021: NEW SERIES

Nascono due nuove serie Lumia per un colore di assoluta tendenza:

ICE BLOND, due nuove nuance per tonalizzare balayage e decolorazioni per un biondo freddo naturale e luminoso.

SMOKY BROWN, tre nuovi marroni che offrono un riflesso naturale freddo per creare sofisticati effetti moda.

La nuova base della crema colorante presentata nelle due nuove serie offre una potenziata azione protettiva anti-rottura, una migliorata resa in applicazione e una superiore performance nel risultato colore.



BBCOLOR BEAUTY: le mille sfaccettature di un colore perfetto

La colorazione cosmetica tono su tono nutriente e senza ammoniac. Nuance brillanti e intense per realizzare infinite sfumature e ottenere capelli perfetti, lucenti, naturalmente belli.

Perfetto per ravvivare il colore, tonalizzare i biondi, correggere le sfumature. Non schiarisce, 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. Ammonia-free.



BBCOLOR FUSION: colore e trattamento per capelli semplicemente perfetti

La colorazione si combina con un vero e proprio trattamento ristrutturante e si trasforma in un servizio completo mirato alla bellezza totale dei capelli. Nuance brillanti e profonde per realizzare qualsiasi desiderio di colorazione nel pieno rispetto della fibra capillare. Copre perfettamente i capelli bianchi, garantisce massima tenuta con effetto long-lasting, esalta la luminosità del colore, mantiene una capigliatura nutrita e naturalmente morbida colorazione dopo colorazione. Il risultato è un capello naturale, luminoso e pieno. Ammonia-free.



Helen Seward Milano



Helen Seward Milano



helenseward_official

Maggiori info: www.helenseward.it

LUMIA

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

COLOR SYSTEM LUMIA New Series

NASCONO DUE NUOVE
SERIE LUMIA PER UN COLORE
DI ASSOLUTA TENDENZA

SMOKY BROWN

Tre nuance coprenti per creare riflessi di marrone freddo di tendenza. Ideali per neutralizzare riflessi caldi su basi più scure e per intensificare il riflesso freddo in miscela con le nuance FANTASIA cenere e beige.



ICE BLOND

Due nuove nuance per la massima espressione del biondo ultra-chiaro naturale. Ideali per tonalizzare decolorazioni neutralizzando indesiderati riflessi caldi per ottenere un biondo freddo luminoso dall'effetto naturale.



Femminilità pura



Femminilità pura

La collezione celebra
La Danse de la vie
in cui si svela che la
bellezza è l'anima che
si diverte colorandosi
di infinite sfumature
e movimenti.

ALTEREGO
ITALY

BEAUTY & KINDNESS

SEGUICI SU

www.alteregoitaly.com



@alteregoitalyHQ



Ripartire a colori

La bellezza della collezione
Marea di Sens.ùs
si esprime in tutta la voglia
di rinascita, il desiderio
tanti colori.

Ripartire a colori





Sens.ùs Creative Team

COLORE



TAGLIO



- IT**
1. Schiarire i capelli con decolorante fino ad ottenere il livello ottimale, in questo caso minimo 9.
 2. Iniziare colorando l'intera capigliatura alle radici per i primi 2 cm con la miscela colore **A**.
 3. Proseguire colorando lunghezze e punte con la miscela colore **B**.

- EN**
1. Lighten hair with bleach to achieve the optimum color level, in this case minimum 9.
 2. Start by applying color mixture **A** to the first 2 cm of the roots, covering the whole head.
 3. Continue by applying color mixture **B** to the lengths and ends.

- ES**
1. Aclarar el cabello con decolorante hasta lograr el nivel ideal, en este caso mínimo 9.
 2. Empezar coloreando toda melena desde las raíces en los primeros 2 cm con la mezcla de color **A**.
 3. Continuar coloreando de largos a puntas con la mezcla de color **B**.

Color Formula **A**: InBlonde Toner Strawberry Bar

Color Formula **B**: InBlonde Toner Apricot Sunset

- IT**
1. Creare una separazione a croce dividendo la capigliatura in 4 settori ● [fig. 1].
 2. Creare una diagonale dalla tempia all'occipite su entrambi i lati, trasportare tutti i capelli in avanti all'altezza dello sterno e tagliare creando il perimetro della lunghezza ● [fig. 2].
 3. Tagliare le sezioni posteriori dall'occipite alla sommità con diagonale posteriore elevandole a 45° ● [fig. 1, 2, 3].
 4. Tagliare le sezioni laterali dalla tempia alla sommità con diagonale posteriore elevandole a 45° ● [fig. 2, 3, 4].
 5. Creare una sezione a triangolo profondo dal fulcro alle tempie ● [fig. 5].
 6. Portare tutto in avanti sollevando a 30° e tagliare in point cutting prendendo come riferimento la sezione proveniente sulla punta del triangolo ● per scalare la parte superiore e arrotondare la parte anteriore ● [fig. 5].
 7. Personalizzare il taglio da asciutti con point cutting.

- EN**
1. Divide hair into four quarters, creating four sections ● [fig. 1].
 2. Create a diagonal from the temple to the occipital on both sides, carry all hair forward to the breastbone and cut to create the length perimeter ● [fig. 2].
 3. Cut the back sections from the occipital to the top of the head diagonally backwards, elevating them 45° ● [fig. 1, 2, 3].
 4. Cut the side sections from the temple to the top of the head diagonally backwards, elevating 45° ● [fig. 2, 3, 4].
 5. Create a deep triangular section from the apex to the temples ● [fig. 5].
 6. Carry all hair forward, elevating 30°, and point cut, taking the section at the tip of the triangle as a guide ● for graduating the top and creating a rounded effect at the front ● [fig. 5].
 7. Personalize the cut using the point cutting technique with dry hair.

- ES**
1. Crear una partición en forma de cruz dividiendo la melena en 4 secciones ● [fig. 1].
 2. Crear una diagonal desde la sien hasta la zona occipital en ambos lados, transportar todo el cabello hacia delante a la altura del esternón y cortar creando la línea de contorno de la longitud ● [fig. 2].
 3. Cortar las secciones posteriores desde la zona occipital hasta la parte superior con diagonal posterior elevándolas a 45° ● [fig. 1, 2, 3].
 4. Cortar las secciones laterales desde la sien hasta la parte superior con diagonal posterior elevándolas a 45° ● [fig. 2, 3, 4].
 5. Crear una sección con forma de triángulo profundo desde el punto central hasta las sienes ● [fig. 5].
 6. Llevar todo hacia delante elevando a 30° y cortar con la técnica de picoteado tomando como referencia la sección obtenida sobre la punta del triángulo ● para escalar la parte superior y redondear la parte delantera ● [fig. 5].
 7. Personalizar el corte con el cabello seco con la técnica de picoteado.

Novità dalle aziende

Toner by Sens.ùs capelli colorati, belli e luminosi

Sens.ùs INBLONDE TONER è stato creato per i coloristi più cool e gli specialisti del biondo!

Il prodotto perfetto per ottenere effetti multicolor, giochi di luce e un mix di nuances in grado di regalare look da favola. Formula dalla tecnologia innovativa, **INBLONDE TONER** è senza ammoniaca né PPD ed è arricchito con A.R.C. (Active Revitalizing Complex) che permette di colorare e nutrire in profondità i capelli durante il tempo di posa.

11 nuances miscelabili fra loro per creare splendidi riflessi e sfumature fantasia e un Clear, per rendere infinite le possibilità di personalizzazione.

Il tempo di posa è di 20 minuti, ciò rende il risultato rapido e sicuro.

Per un servizio colore in salone, in grado di fare la differenza!



La nuova linea di servizi liscianti Sens.ùs, è arricchita con polvere di diamante!
I micro cristalli inseriti nei prodotti Alisa intensificano la rifrazione della luce, creando così un effetto estremamente luminoso e brillante.

DIAMOND LISS



Un lusso che i capelli meritano!



@sens.ùs



@sensùs_hairlovers

Scopri tutti i servizi su www.ilovesensùs.it





UN ANNIVERSARIO SPECIALE: 75 ANNI DI MOSER

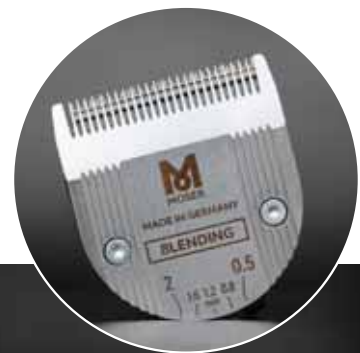
MOSER è sinonimo di **qualità e innovazione nel mondo dei tagliacapelli professionali** e delle loro testine. Il brand tedesco rappresenta il **punto d'incontro tra tradizione e innovazione**, e quest'anno celebra il suo 75° anniversario. Tre quarti di secolo che costituiscono una storia di successo unica nel settore capelli: **MOSER è uno dei pochi marchi che dalla propria sede in Germania sviluppa, realizza e distribuisce a livello globale i propri prodotti.**



Oggi, i prodotti **MOSER** sono venduti con successo in **68 Paesi**. L'estrema **affidabilità delle sue attrezzature** e testine può essere attribuita alle radici dell'azienda, che ha sede a Unterkirnach, nella Foresta Nera. Questa "regione di inventori" è da secoli conosciuta come la **culla dell'innovazione e dell'abilità artigianale**. Da 75 anni, MOSER è sinonimo di **tecnologia di precisione** e incarna il perfetto connubio di tradizione e progresso tecnologico.

Per celebrare questo importante traguardo, MOSER ha in serbo tante novità per i parrucchieri, a partire dall'innovativa **CHROM2STYLE BLENDING EDITION**, una clipper con **rialzi magnetici** che, grazie al particolare design della sua testina, aiuta a **realizzare sfumature perfette in poco tempo e con semplicità**.

Per scoprire di più sulla storia di MOSER e sui suoi prodotti, visita **moserpro.it**



STEP BY STEP



Hair: Enes Dogan, MOSER Artistic Team

Photo: MOSER / Maximilian Kamps

Styling: CEM Van Kay alias Cemre Xhaferi

Make up: Seda Yüksel



Long Bowl Cut

S'ispira al Long Bowl Cut della nuova collezione Roots, il classico taglio a scodella, reso celebre negli anni '60 dal grande hairstylist Vidal Sassoon, questo look è una rivisitazione in chiave contemporanea presentato da Moser, per una donna forte e determinata.

Italiano TAGLIO

1. Con la piastra **CERALINE**, liscia i capelli dalla sommità del capo, rispettando la caduta naturale.
2. Crea una piccola sezione triangolare sulla sommità del capo per realizzare un elemento disconnesso.
3. Con **LI+PRO²** e tecnica clipper su dita, taglia i capelli, una sezione alla volta, senza sollevarli. Usa sezioni diagonali, dalla parte frontale a quella posteriore.
4. Con **LI+PRO² MINI** dai forma alla frangia e connettila alle lunghezze laterali.
5. Se necessario, pareggia con **LI+PRO² MINI**.
6. Per finire, texturizza la sezione triangolare con la testina **TEXTURIZING BLADE** (ALL-IN-ONE).
7. Dedicati allo styling con l'asciugacapelli **VENTUS**.

English CUT

1. Using the **CERALINE**, smooth the hair from the highest point to create a natural fall.
2. Create a small, triangular section on the top of the head to achieve a "disconnected" element.
3. Using the **LI+PRO²** and the appliance-over-finger technique, cut the entire hair one section at a time without a lifting angle in sections running diagonally backwards.
4. Shape the brow (fringe section) with the **LI+PRO² MINI** and blend it with the side lengths.
5. If necessary, even out the outer contour line with the **LI+PRO² MINI**.
6. To finish, the last section is structured with the **TEXTURIZING BLADE**.
7. Style into shape using the **VENTUS** hairdryer.

Español CORTE

1. Con **CERALINE**, alise el cabello desde el punto más alto para crear una caída natural.
2. Cree una pequeña sección triangular en la parte superior de la cabeza para lograr un elemento "desconectado".
3. Usando el **LI+PRO²** y la técnica de aparato sobre los dedos, corte todo el cabello una sección a la vez sin un ángulo de elevación en secciones que corren diagonalmente hacia atrás.
4. Forma la ceja (sección de flecos) con **LI+PRO² MINI** y difumina con los lados.
5. Si es necesario, nivele la línea de contorno exterior con el **LI+PRO² MINI**.
6. Para finalizar, se estructura el último tramo con la cuchilla **TEXTURIZING BLADE**.
7. Déle forma con el secador de pelo **VENTUS**.

Tools:

MOSER LI+PRO²,
MOSER LI+PRO² MINI,
TEXTURIZING BLADE,
MOSER CERALINE
hair straighteners,
MOSER VENTUS





German & International Female Barber of the Year 2017

M 75
YEARS
MOSER EST. 1946

My Masterpiece

Nuova CHROM2STYLE BLENDING EDITION

I tagli maschili richiedono la massima precisione. Per trasformare la mia visione in realtà e realizzare un taglio perfetto, ho bisogno di una clipper che sfumi le transizioni in maniera impeccabile e che sia comoda da usare. Con CHROM2STYLE e la nuova testina BLENDING BLADE ho esattamente questo. Un vero capolavoro per i miei capolavori!

Marina Ulrich



**MADE IN
GERMANY**

moserpro.it

Cos Sakkas TONI&GUY 8 suggerimenti per immagini moda vincenti

Cos Sakkas, direttore artistico internazionale di TONI&GUY dagli anni Novanta, responsabile della formazione. Grazie alla sua collezione Newcomer of the Year che l'ha portato ad essere premiato come parrucchiere dell'anno britannico nel 2020: afferma "Lavorare a un servizio fotografico è una delle cose preferite da fare: ti dà l'opportunità di essere creativo, lavorare con persone incredibili e spingerti fuori dalla tua zona di comfort".

Ecco i suoi consigli per creare immagini belle

1. Assicurati che i tuoi modelli abbiano personalità e siano belli. Non essere un seguace della moda, ma lavora per esaltare la loro personale bellezza.
2. Crea un mood board (tavole d'ispirazioni) fisico anziché collezionare immagini sul telefono.
3. Assicurati che capelli, trucco e vestiti funzionino tutti insieme, in armonia. Ricorda che se vuoi esaltare l'acconciatura tieni tutto il resto (make up e abiti) semplice e sobrio.
4. Lavora con un team che ha la tua stessa visione, ma che ti spingerà a provare cose nuove.
5. Scatta per te e per nessun altro: non per gli Awards, così avrai una collezione che è fedele a te e mostra le tue capacità, passione e visione. Se speri nella collezione vincente avrai molto stress e perderai la concentrazione.
6. Scatta foto a colori e in bianco e nero: entrambi saranno belli ma daranno una dimensione diversa al tuo look finito.
7. Rimani concentrato: non lasciarti distrarre da idee stravaganti. Trova la tua idea e attieniti a cosa sei bravo e produci immagini belle e di tendenza.
8. Prenditi il tuo tempo quando ritagli le tue immagini: la lunghezza intera ha una sensazione completamente diversa da da vicino, quindi scegli saggiamente e non avere fretta.



ENERGIZZANTE - CADUTA DEI CAPELLI - HAIR LOSS

Il capello si sviluppa in un follicolo grazie alla produzione di cellule della papilla dermica posta all'estremità del bulbo pilifero ed è irrorata di sangue. I momenti del ciclo follicolare sono 3: ANAGEN, con durata dai 2 ai 7 anni CATAGEN, con durata 3 settimane TELOGEN, con durata di 3 mesi, tempo in cui il nuovo capello, crescendo spinge via il vecchio.

Energizzante BioNatural, con il principio attivo della serenoa e delle cellule staminali vegetali, sembra produrre miglioramenti evidenziati in una crescita vigorosa dei capelli con un notevole rallentamento della caduta.



**BioNatural
Energizzante**



Cosmetici tricologici professionali
Manzano (UDINE) tel. 0432 743129
info@rebitalia.it - www.rebitalia.it

Plasma Gamma Più: un trattamento di bellezza e benessere

L'evoluzione tecnologica permette ai parrucchieri di offrire servizi che fino a pochi anni fa erano impensabili. Questo avviene grazie ad aziende all'avanguardia che, nel loro reparto di ricerca e sviluppo, si occupano di inventare e testare nuovi prodotti. In questo, **Gamma Più** si colloca nella fascia di avanguardia del settore, con un laboratorio di ricerca **hi-tech** sempre all'opera per sviluppare nuove soluzioni improntate all'efficienza e alla qualità.

L'ultimo ritrovato della ricerca tecnologica di **Gamma Più** ha un nome: Plasma. Un phon dalle caratteristiche uniche, il cui flusso d'aria dà effetti benefici sul capello già alla prima asciugatura.

I parrucchieri che hanno avuto la fortuna di provarlo parlano di capelli morbidi e setosi, più luminosi, più sani. Questi effetti risalgono alla tecnologia unica di Plasma. Infatti, Plasma è **il primo phon al mondo con flusso d'aria ionizzata integrata all'ossigeno attivo**. L'integrazione di questi elementi permette di ottenere il massimo beneficio da entrambi. L'ossigeno attivo infatti esalta la colorazione del capello e ne protegge lo stelo, mentre l'aria ionizzata elimina l'elettrostaticità, rendendo il capello liscio e ordinato.



Il flusso di Plasma ha inoltre **un'azione battericida e sanificante**. I batteri non sopravvivono se sottoposti all'azione del nuovo asciugacapelli di **Gamma Più**. Merito dei raggi UV-C, che rompono i delicati filamenti di DNA dei microrganismi, rendendoli innocui e incapaci di riprodursi.



DISPONIBILE
IN DUE VERSIONI



GUARDA
LO SPOT TV

INTERNATIONAL PATENT

MADE IN ITALY

Questa proprietà del Plasma, basata su tecniche applicate con successo in ambito medico e nell'estetica, è stata testata tramite test scientifici effettuati da un **laboratorio specializzato e accreditato**. Alcune colture in vitro di batteri sono state esposte al flusso di aria ionizzata ed ossigeno attivo dell'asciugacapelli Plasma, mentre altri campioni di controllo sono stati esposti ad un asciugacapelli "tradizionale" per verificarne l'efficacia.

Il risultato è eccezionale: i provini hanno riportato una riduzione della flora batterica **superiore al 70%**.

Questo beneficio, unito alle notevoli performance qualitative, ad alti standard tecnici e ad un design accattivante, rende Plasma uno strumento destinato ad appartenere all'equipaggiamento dei migliori coiffeur del mondo.

plasma

Gamma+



**AZIONE
SANIFICANTE
E
BATTERICIDA**

TRATTAMENTO AL PLASMA OSSIGENO ATTIVO + ARIA IONIZZATA

Plasma è l'unico asciugacapelli al mondo che combina Ossigeno Attivo e Aria Ionizzata. L'asciugatura diventa un trattamento di bellezza e benessere del capello.

Il flusso di ossigeno attivo e aria ionizzata del phon Plasma svolge un'azione sanificante e battericida certificata da analisi di laboratorio. (scopri di più su gammapiu.it/plasma-sanificante).

www.gammapiu.it



#LoveYourHair

INTERNATIONAL PATENT

MADE IN ITALY



Alter Ego Italy, protezione totale del capello all season



Alter Ego Italy ha esteso la linea Urban Proof per proteggere i capelli tutto l'anno grazie al complesso con filtro UV, anti-pollution, idratanti e anti-fading. I nuovi prodotti sono: il **Sea Salt Spray** e il **Leave in Conditioner** entrambi dotati di filtro UV e dell'innovativa Urban Shield Technology antinquinamento che deriva da zuccheri di mais naturali, senza OGM. Il Sea Salt

Spray dona ai capelli pienezza e corpo, con un finish matt. Ideale per look spetinati, da spiaggia. Leave in Conditioner, da utilizzare come protettivo colore durante l'esposizione al sole o come condizionante dopo lo shampoo.

Alterna Hair Care, routine protezione colore

Contro lo sbiadimento del colore dovuto ai frequenti lavaggi e esposizione ai raggi UV, **Alterna Hair Care** propone la linea Infinite Color Hold con tecnologia Caviar Anti-Aging alla protezione dai raggi UV. Inoltre la formula



offre una miscela di oli (siero di foglie di lampone e olio di semi di girasole) che proteggono i capelli trattati e colorati. Presenti anche antiossidanti: vitamine A, C, E e acidi grassi e Omega 3.

Cotril, nuove Deco, per schiariture al top

Cotril lancia un innovativo concetto di decolorazione: il **Bleaching System**, con il K-Plex Complex che protegge i capelli durante il trattamento chimico e conferisce luminosità, setosità, prevenendo, inoltre, la rottura delle fibre.



Le nuove polveri rispondono a tutte le esigenze dei professionisti e che rendono semplice realizzare tutte le tecniche di applicazione. **Blue Diamond**, per schiariture altamente per-

formanti. **Sombras**, per una creatività a mano libera e **Zero**, per una decolorazione delicata.

Vitality's, la nuova forma perfetta

Vitality's lancia la nuova **Reshape**, la linea di prodotti che modifica la struttura del capello e, grazie alla tecnologia Reinforce, lo rispetta rendendolo sano e forte grazie a suoi principi attivi delicati. La tecnologia del principio attivo di Re2 è pensata per migliorare la corposità della fibra capillare; donando forza ed elasticità. **Easy Waves** crea morbidi volumi, onde sinuose, mossi dall'effetto naturale. È senza tioglicolati, né ammoniaca è arricchita con estratto di bambù fonte di aminoacidi, vitamine e minerali, e ricco di silice, aiuta ad aumentare la robustezza dei capelli e svolge un'azione emolliente e nutriente. **Soft** è per onde definite e strutturate. Nella sua formula c'è dattero idratante ed elasticizzante.



Emsibeth, anti crespo ad arte

L'hairstylist **Marco Todaro**, in collaborazione con **Emsibeth Cosmetics**, ha dato vita a **Arp Keratin Fusion** un servizio professionale che viene applicato con l'aerografo che bandisce l'effetto crespo dai capelli da quelli lisci a quelli ricci: perché il crespo è trasversale. La Cheratina presente nella formula di Keyliss Smoothing Fluid grazie all'aerografo penetra più facilmente nella fibra capillare. La novità è la **Keyliss Keratin Treat/Violet Smoothing Fluid** è il liquido lisciante viola arricchito di un pigmento anti-giallo che lo rende specifico per evitare le indesiderate riflessature calde sui capelli biondi e sui capelli bianchi.



Kérastase l'eleganza del riccio (curato)

La linea **Curl Manifesto** di **Kérastase** propone otto prodotti haircare, un sistema modulare e personalizzabile per tutte le tipologie di ricci, dai capelli mossi, molto ricci fino al riccio estremo offrendo idratazione, forza e definizione. Al suo interno Miele prezioso di Manuka, ingrediente raro dalle sue proprietà ristorative, Ceramide, per donare morbidezza, coesione e forza, Glicerina per aiutare l'idratazione dalle radici alle punte per una definizione perfetta. La linea parte dalla deterzione, prevede trattamento, primer & styling, per ravvivare il riccio e un trattamento nutriente in salone.



LONDRA
EXCEL LONDRA
16-18 OTTOBRE 2021



FORMAZIONE | ISPIRAZIONE | INNOVAZIONE

VIVO

PRENOTA I BIGLIETTI

www.salonshow.co.uk/salonman



Foto principale: Capelli, Robert Eaton; La fotografia, Richard Miles; Trucco, Lucy Flower; Messa in piega, Clare Frith



IL CUORE DELL'ACCONCIATURA



Ceriotti
MADE IN ITALY

TOURING SUPERIOR 



OPTIONAL



Retro lavaggio con ampi spazi resistente all'acqua e speciale vasca porta shampoo con scarico



Ceriotti srl
Via Moscova, 21
20017 RHO (MI) Italy
TEL. +39.02.93561413
Fax +39.02.93561646
Mail info@ceriotti.it

WWW.CERIOTTI.IT

Alta Sartoria italiana

Il tuo lavaggio cucito su misura

Guarda sul nostro sito le innumerevoli combinazioni e personalizzazioni possibili



2021

NASCE IL BRAND DELLA PERFEZIONE

21 è il brand di prodotti professionali per capelli che fa dell'eccellenza il valore primario. Una scelta che esalta la performance dei prodotti puntando anche al massimo rispetto dell'ambiente e dei nuovi valori etici.

Grazie ad una nuova visione, frutto di progresso tecnologico e costante ricerca, abbiamo creato un ciclo produttivo virtuoso per fare la differenza ed innalzare la qualità.

Contattaci: info@nggrp.com o al numero **030 3367069**

PER AVERE UNA DIMOSTRAZIONE E RICEVERE UN DISCOVERY KIT IN OMAGGIO



UNIVERSALBEAUTYPRODUCTSSrl
Via R. Gessi, 16/18 - Brescia - Italy
linea21.it

MADE IN ITALY



- UN'AMPIA GAMMA DI NUANCE
- RISULTATO PERFETTO
- UNA COPERTURA OTTIMALE E UNIFORME
- UNA SCHIARITURA FINO A 4 TONI
- UN RISULTATO DURATURO
- UN COLORE BRILLANTE E INTENSO

SIZE
XXL

COLORAZIONE COSMETICA 10 MINUTI
10 MINUTES COSMETIC COLORING CREAM

10
minuti
EXPRESS

21
VENTUNO

ZERO%*

glutine	gluten
parabeni	parabens
siliconi	silicones
MEA	MEA
fosfati	phosphate
formaldeide	formaldehyde
SLES/SLS	SLES/SLS

120 ml e 4.05 fl.oz

COLORAZIONE COSMETICA 10 MINUTI
10 MINUTES COSMETIC COLORING CREAM



10
minuti
EXPRESS

21
VENTUNO

ZERO%*

glutine	gluten
parabeni	parabens
siliconi	silicones
MEA	MEA
fosfati	phosphate
formaldeide	formaldehyde
SLES/SLS	SLES/SLS

120 ml e 4.05 fl.oz

PROUD TO BE vs il LICEO DELLA BELLEZZA

Per guidare i futuri operatori in una Nuova Avanguardia Professionale nasce **PROUD TO BE**, il progetto di **Giannantonio Negretti** che punta a creare il Liceo della Bellezza

La **trasformazione delle scuole professionali** è iniziata e porta la firma di **Giannantonio Negretti** attraverso **PROUD TO BE**: un progetto dalla **mission psico-socio-pedagogica e umanistica**, che punta ad accompagnare i Centri di Formazione Professionale e i propri attori sociali verso una **dimensione di autostima e di fierezza professionale**.



Ideologo e sostenitore della **Cosmetica Umanistica**, **Giannantonio Negretti** Presidente di NG Group Universal conosce bene il mondo della Bellezza. Da oltre 60 anni la sua famiglia opera nel settore della produzione e distribuzione di prodotti cosmetici e ha potuto toccare con mano la **dicotomia** presente nel **mondo della Bellezza**. Se, infatti, da un lato esso rappresenta la spina dorsale del nostro Paese, il settore economicamente in maggior crescita da oltre 100 anni ed un'icona del made in Italy in tutto il mondo, dall'altro viene percepito come il "*deposito degli scarti della società*". Una visione distorta della realtà che si riflette inesorabilmente sul **futuro dei giovani** che scelgono la **professione di operatore della Bellezza e del Benessere**. Questi ultimi, sentendosi etichettati come meno talentuosi, non riescono infatti a cogliere le reali opportunità di crescita personale, professionale e di prosperità che il settore offre.

Questo approccio negativo, alienante e distruttivo nei confronti dell'autostima dei giovani ha fatto nascere in **Giannantonio Negretti** la necessità di creare un progetto di fierezza e consapevolezza battezzato **PROUD TO BE** e fortemente sostenuto dalla Onlus da lui stesso fondata, **BEAUTY FORCE**. L'obiettivo è **rovesciare gli attuali paradigmi che bloccano l'evoluzione delle professioni del Benessere** e instaurare una comunicazione integrata tra il mondo accademico, istituzionale e quello della formazione professionale a tutti i livelli. Docenti, dirigenti, allievi, professionisti, aziende, istituzioni devono essere coinvolti nella creazione di una **Nuova Avanguardia Professionale**.

Questo approccio negativo, alienante e distruttivo nei confronti dell'autostima dei giovani ha fatto nascere in **Giannantonio Negretti** la necessità di creare un progetto di fierezza e consapevolezza battezzato **PROUD TO BE** e fortemente sostenuto dalla Onlus da lui stesso fondata, **BEAUTY FORCE**. L'obiettivo è **rovesciare gli attuali paradigmi che bloccano l'evoluzione delle professioni del Benessere** e instaurare una comunicazione integrata tra il mondo accademico, istituzionale e quello della formazione professionale a tutti i livelli. Docenti, dirigenti, allievi, professionisti, aziende, istituzioni devono essere coinvolti nella creazione di una **Nuova Avanguardia Professionale**.

La **mission** del progetto si fonda su valori legati al **rafforzamento dell'identità professionale**, anche perché sono proprio i **ragazzi in formazione** che un domani dovranno prendersi cura della Bellezza dell'altro. In Italia ci sono infatti oltre **400 CFP Centri di Formazione Professionali** in DDIF – Diritto Doveri all'Istruzione e Formazione – ossia in obbligo scolastico, accreditati nel settore del Benessere, che accolgono circa **40 mila ragazzi in formazione**.

PROUD TO BE incoraggia questi giovani a realizzarsi sul piano personale e professionale, a percepire positivamente la scuola e se stessi, motivandoli ad esercitare un controllo attivo sull'andamento del proprio percorso formativo, così da sostenere la costruzione della propria identità professionale.

Obiettivo primario di **PROUD TO BE** è **creare un LICEO DELLA BELLEZZA** che possa dare **accesso all'Alta Formazione Universitaria** e che sia in grado di trasferire non solo competenze tecniche ma anche umanistiche, attraverso una didattica che converga il Sapere, il Saper Essere, il Saper Fare e il Saper Dare, restituendo dignità agli studenti. Sono numerose le iniziative per portare avanti questo obiettivo, sia sul piano strutturale che didattico. Si è partiti da una collaborazione stretta con le dirigenze scolastiche dei CFP, fatta di incontri periodici con gli allievi e il corpo docente, al fine di **ristrutturare il sistema scolastico ed equipaggiarlo di nuovi**

strumenti efficienti ed efficaci, oltre alle azioni rivolte agli orientatori delle scuole medie, alle istituzioni, alle aziende che ospitano gli studenti in stage formativo.

Con l'aiuto di un gruppo di Ricerca sull'*Epigenetica della Vita* formato da scienziati, professori universitari ed esperti del settore, sono stati messi a punto alcuni interventi sugli spazi scolastici e sugli strumenti a supporto della didattica.

Gli **spazi della formazione** sono stati ripensati come **luoghi di Cultura, Arte e Benessere** dove la Bellezza e il Comfort diventano esperienza quotidiana per studenti e docenti. L'idea è quella di realizzare una **struttura scolastica epigenetica a 360°** dove ogni spazio sia parte integrata ed integrante della formazione.

È stata progettata un'**Aula Teatro**, cambiando la disposizione dei banchi e della cattedra ad anfiteatro aperto a spina di pesce, per favorire un maggior coinvolgimento da parte di ogni alunno al processo didattico. Le pareti sono state rivestite con immagini evocative di processi creativi, di opere d'arte per stimolare la creatività e la curiosità. È stato inserito un Totem Armonico che attraverso le vibrazioni e la musica a 432Hz favorisce la concentrazione e la memoria. È così che l'aula diventa **strumento educativo** finalizzato allo sviluppo delle competenze sia tecniche che sensoriali.

Per favorire l'apprendimento sono stati inseriti strumenti didattici come il plastico della pelle, il Test delle 100 tinte di Munsell, il plastico dello spazio colore di Munsell ed alcune tecnologie che favoriscono l'approfondimento delle conoscenze di base.

È stato ideato un **dress code epigenetico**, con particolari divise disegnate con materiali e colori organici e calzari ergonomici progettati da un Ergonomo Posturale, che garantiscono il comfort degli operatori della bellezza prevenendo i disturbi a carico del sistema muscolo scheletrico legati alla cattiva postura.



Tra gli **strumenti didattici** innovativi è stata progettata una **collana di pubblicazioni** con Editoriale Delfino partendo dal libro "**La Cosmetica Umanistica**" di **Giannantonio Negretti** per proseguire in un viaggio culturale di approfondimento scientifico e umanistico, indagando attraverso la voce

dei più grandi esperti del settore sul Senso della Bellezza.

È stato creato un **canale Youtube: PBC Professional Beauty Channel** per dar voce alla scienza che è alla base della cosmetica, un contenitore in grado di raccogliere tutte le conoscenze legate all'universo della Bellezza e di riunire le prospettive della visione umanistica con quelle delle discipline scientifiche. Una vera libreria di video professionali dove scienziati, ricercatori e professori universitari raccontano in diversi formati approfondimenti sulle materie di propria competenza. Tra i protagonisti dei tanti video spiccano nomi prestigiosi come quello del Cosmetologo Umberto Borellini, del Dermatologo Gezzi, dell'Ergonomo Posturale Pacini, dell'Architetto Alfredo Bigogno, del Naming Specialist Maurizio Sangineto, del Professor Rizzi, uno dei più grandi esperti al mondo di colore e luce e **Giannantonio Negretti Pioniere della Cosmetica Innovativa**.

STAY TUNED! La rivoluzione è iniziata ...

www.giannantonionegretti.com
www.youtube.com/ProfessionalBeautyChannel

BIG[®]

PROFESSIONAL

PENSATO
IN GRANDE
PER I TUOI
CAPELLI!



COLOR DIRECT

Contattaci: info@beautyseed.it o al numero 030 7284289

INSPIRED BY



La Cosmetica Umanistica[®]



Suadenti sfumature

Che siano grintose,
opposte e creative,
le tonalità differenti creano
movimento, originalità
e personalità.

Suadenti sfumature



Hair: Felicitas Ordás - Photo: Esteban Roca - Make-up: Kuki Giménez - Styling: Visori Fashionar

UNIMI

UNIVERSAL MIXING SYSTEMS



Diventa un'Autorità del Colore
Prenota subito la tua Unimix!

PERFORMANCE

Omogenizza perfettamente la miscela colorante ed elimina le esalazioni ammoniacali

VELOCITÀ

Riduce di circa il 30% i tempi di posa

COMFORT

Annulla lo shock termico causato dal contatto della tinta con la cute

RISPARMIO

Consente un risparmio di oltre il 20% del prodotto

FIDELIZZAZIONE

Permette di offrire servizi innovativi e conquistare nuovi clienti



Contattaci: info@unimix.it

o al numero +39 030 3367069

per avere una dimostrazione gratuita e la tua **UNIMIX** Universal Mixing System

A MENO DI 2€ AL GIORNO!



INQUADRAMI

PARLUX ALYON® GOLD EDITION

Il best seller Parlux si veste di un nuovo lussuoso colore, impreziosito dall'anello cromato verniciato in oro 24 carati.

L'asciugacapelli dei professionisti non poteva che essere... **ORO!**

Il modello professionale che negli ultimi anni si è sempre più qualitativamente affermato nei saloni in Italia e all'estero è senza dubbio il **Parlux ALYON®**.

Lo strumento d'eccellenza dei parrucchieri si è sempre più evoluto nel corso degli anni per rendere più semplice, sicuro ed efficace il loro lavoro quotidiano e quindi permettere loro di offrire le massime prestazioni insieme alla loro creatività.

Potenza, grazie all'innovativo motore K-Advance® Plus, lunga durata dell'apparecchio (3000 ore), leggerezza, ottimo bilanciamento e

nuovi sistemi tecnologici esclusivi quali l'Air Ionizer Tech, (ormai indispensabile per ottenere asciugature velocissime e capelli morbidi e lucenti) e l'Hair Free system (sistema cattura capelli più pulito ed

efficiente), il trattamento antimicrobico "Antibacterial"

(vernice della scocca arricchita con polvere d'argento che sfavorisce la proliferazione di microorganismi, mantiene l'igiene dell'apparecchio, **ma non protegge dai virus**), la filosofia Eco-Friendly (materie prime riciclate e particolare attenzione al risparmio d'energia e alla protezione dell'ambiente) sono le principali peculiarità che caratterizzano questo modello.

Parlux ALYON®, già apparecchio al top per le caratteristiche sopracitate, si impreziosisce ancora di più nella nuova edizione unica e speciale: **Parlux ALYON® GOLD Edition**, resa ancora più lussuosa da un anello laminato oro 24 K.

Le diverse colorazioni di **Parlux ALYON®** (giallo, rosa, turchese, giada, blu notte, bronzo, oro, graphite opaco, nero opaco) sono sempre molto apprezzate perché ben si adattano a ogni gusto personale o esigenza di arredamento di qualsiasi salone di bellezza.



Parlux **ALYON® GOLD Edition** è disponibile anche nella versione Pack con il diffusore **MagicSense®** incluso. Il rivoluzionario diffusore Parlux ha una dimensione ottimale e una speciale distribuzione dei fori, che creano una perfetta combinazione grazie al sistema DFO (Dynamic Flow Optimizer).

Le 15 punte massaggianti del **MagicSense®** offrono inoltre una piacevole sensazione rilassante sulla cute. Questo diffusore è dotato di aggancio rapido per gli asciugacapelli Parlux ALYON® e Parlux ADVANCE® e di un anello adattatore che ne permette l'uso anche sugli altri phon della gamma Parlux (ad esclusione dei modelli Parlux 3500 e Parlux 385).



parlux
ALYON[®] GOLD
AIR IONIZER TECH
ANTIBACTERIAL



parlux[®]
THE HAIR CHOICE

DA OLTRE 40 ANNI
PENSIAMO AI
PROFESSIONISTI

#WEAREPARLUX | PARLUX.IT |   

MADE IN ITALY - THE HAIR CHOICE

Hair: Javier Gomar- Javier Blade's
Hair Assistant: Nestor Riera
Photo: David Arnal
Make up : Anna González
Styling: Eunnis Mesa

Architettonico e geometrico

I capelli esplorano i propri confini
creando silhouette sorprendenti,
texture insolite rafforzate
dall'effetto del colore.



Architettonico e geometrico

Alta Sartoria italiana

Il tuo lavaggio cucito su misura



Ceriotti
MADE IN ITALY



SCONTO
-45%
DISCOUNT

FRED 
Con ripiano porta oggetti
€ 690,00*
~~€ 1255,00~~



FRED 
Con alzagambe elettrico
e ripiano porta oggetti

€ 990,00*

~~€ 1800,00~~

SCONTO
-45%
DISCOUNT



* Solo per skai colore nero

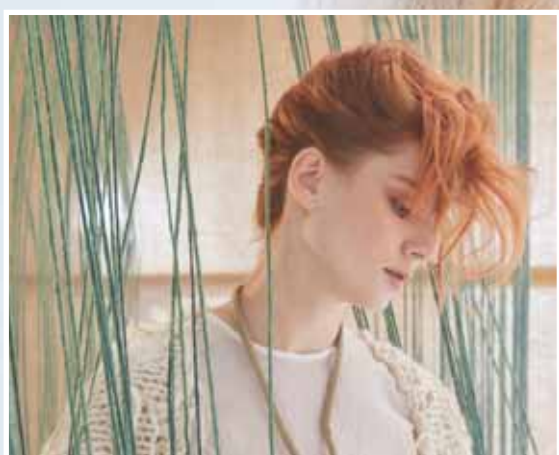
TI ASPETTIAMO NEL NOSTRO
Showroom
WWW.CERIOTTI.IT

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



Ritorno alla leggerezza

Le vibrazioni tono su tono arricchiscono di movimento e personalizzazione ogni stile. Regna l'equilibrio cromatico grazie alle nuance biondo sabbia, miele ramato, castani naturali. Le forme sono morbide e leggere. Leggerissime.



Ritorno alla leggerezza



Kemon Summer 2021 Hair fashion Collection K-NOW#7 Drop#2 / Shooting art director Mauro Galzignato
Photo: Pier Nicola Bruno - Assistant: Delfo Bardelli Botarelli - Fashion producer: Asso creative studio
Hairstylists: Antonio Candido, Davide Carlucci, Riccardo Rogari for Kemon Crew
Stylist: Alessia Caliendo / Assistants Andrea Seghesio & Debora Mancuso
Make Up: Elija Gutierrez MKS Milano / Assistant Cecilia Olmedi -

CALMAR®
1941-2021



Ottant'anni
di Made in Italy



Nat Keratin

SHAMPOO & MASCHERA RICOSTRUZIONE per capelli danneggiati

Nat Keratin CALMAR è un trattamento ristrutturante alla cheratina nato dall'esigenza di avere capelli sempre forti e lucenti. La cheratina è una proteina costituita da lunghe catene di aminoacidi, che compone i nostri capelli e ne regola la struttura.

Il **vantaggio della cheratina** è dato dal fatto che può adattarsi ad ogni tipo di capello.

Essendo **Nat Keratin CALMAR un trattamento ristrutturante**, è indicato per chi ha i capelli sfibrati e deboli, come chi ricorre spesso a trattamenti quali tinture o decolorazioni. La linea Nat Keratin è consigliata anche per restituire volume ai capelli fini, eliminare l'effetto crespo e migliorare la piega ad effetto liscio.

Il **trattamento alla cheratina** è inoltre particolarmente indicato per chi ha **capelli lunghi**, spesso molto danneggiati e sfibrati a causa delle acconciature, delle spazzolature e dal largo uso di piastra e phon.

Il trattamento **Nat Keratin CALMAR** si compone di due step:

STEP 1: Nat Keratin shampoo, arricchito con estratto di Argan, deterge delicatamente i capelli lasciandoli lisci, setosi e perfettamente idratati.

STEP 2: Nat Keratin maschera, arricchita con estratto di Argan, ristruttura e rinforza il capello.

Si ottengono risultati più efficaci utilizzando una fonte di calore a bassa temperatura (phon o lampada) durante la posa di **Nat Keratin maschera**.

Nat Keratin

REBUILDING SHAMPOO & MASK for damaged hair

Nat Keratin CALMAR is a restructuring treatment with keratin born from the need to have strong and shiny hair everyday. Keratin is a protein made of long amino acids chains and it is the main protein forming the structure of our hair.

The **main advantage of keratin** is due to its adptability to any hair type.

Nat Keratin CALMAR is a restructuring treatment, so it is suited to whoever has weak or worn out hair, like people often doing treatments like dyes or bleaches. The Nat keratin line is also suggested to return volume to thin hair, eliminate the frizzy effect and improve the straightening of the hair.

This **keratin treatment** is especially suggested for **long hair**, often seriously damaged by styling, brushing, and the repeated usage of hair drier or straightener.

Nat Keratin CALMAR treatment is composed of two steps:

STEP 1: Nat Keratin shampoo, enriched with argan extract, delicately cleans the hair leaving it smooth, silky and perfectly hydrated.

STEP 2: Nat Keratin mask, enriched with argan extract, reinforces and rebuilds the hair. Better results can be obtained by using a low temperature heat source (i.e. Hair drier or lamp) during the laying of **Nat Keratin Mask**.

SI CERCANO DISTRIBUTORI PER ZONE LIBERE

Calmar Professional srl

Via Angelo Bizzozero, 104 20032 Cormano MI

tel e fax 02 3932 2699

email: info@calmarprofessional.com

www.calmarprofessional.com

Ritorno alla leggerezza



Art Hair Studio - Art Director: Jo Capelli e Alessandro Galetti - Hair Team: Elisa Ferrari - Photo: Severino Orlandi - Make up: Prolab Agency
Products: WeDo, Color Fresh Mask Wella Professionals, linea Nativ System Professional, Colour Touch di Wella Professionals, WellaPlex.

IL MERCATO PROFESSIONALE

Le misure prese durante la pandemia, gli scenari e le prospettive future. Alcune riflessioni sul mercato attuale e prospettive future

- 1 I saloni di acconciatura, come è noto, hanno subito danni notevoli. La Sua Azienda che azioni ha intrapreso per supportare la clientela?
- 2 C'è stata un'evoluzione nella gamma dei prodotti da voi proposti? Nuove linee, nuovi formati?
- 3 Negli ultimi mesi, ha riscontrato una ripresa dei mercati esteri? Alcuni in particolare? È ottimista al riguardo?
- 4 Presto gli eventi fieristici riprenderanno le proprie attività. È fiducioso al riguardo? Si auspica dei cambiamenti rispetto alle modalità attuate in passato?

ALFAPARF
MILANO

Marco Bruco, Direttore Generale Eurasia Divisione Haircare Alfaparf Milano

1. Il 2020 e anche l'inizio 2021 hanno segnato profondamente tutti e tutto. Personalmente, professionalmente, economicamente e psicologicamente. E' stata, ed è, una prova durissima. E' stato necessario dar prova di imprenditorialità e intraprendenza, di spirito di adattamento e di creatività: la necessità del momento è diventata la fonte di business del breve periodo e l'occasione di sostentamento. Come azienda da un lato abbiamo provveduto a distribuire i DPI ai nostri clienti e abbiamo impostato una politica di credito che li aiutasse con i pagamenti. Dall'altro abbiamo sin da subito organizzato corsi di gestione fiscale e di social media management al posto di quelli di taglio e colore classici (che oggi sono ripresi con forza). Non ultimo ci siamo preoccupati di aiutare i nostri clienti a mantenere i rapporti e la vicinanza con le loro clienti: contenuti per i loro profili social, promozioni dedicate alla rivendita e un' app tramite la quale i prodotti arrivano direttamente a casa. Aiutando il business locale e riconoscendo al parrucchiere e al nostro venditore una provvigione.
2. Siamo da sempre al passo con i tempi, molte volte siamo stati anche precursori (basti pensare a Pigments). Oggi i nostri prodotti stanno diventando sempre più green con ingredienti controllati e formule vegan. La nostra offerta punta moltissimo sulla creazione di servizi nuovi e originali per la categoria che possano creare nuove opportunità di business e di cassetto per il parrucchiere. Ne sono validi esempi la nostra linea Cellula Madre, per trattamenti professionali anche in versione express, e il nuovissimo ColorWear Gloss Toner la colorazione tono su tono liquida che permette di valorizzare al massimo tutti i servizi di schiaritura.
3. Per noi i mercati esteri hanno avuto una consistente ripresa seppur costellata da lockdown. Il nostro è un settore dinamico e fortemente reattivo. Non nego le difficoltà e la maggiore necessità di avere piani di business anche nel brevissimo periodo per fronteggiare blocchi o imprevisti tuttavia per Alfaparf Milano il business ha ripreso con nuova forza grazie anche nuovi strumenti.
4. Le fiere sono fondamentali per il nostro business perché siamo un mercato di contatto e c'è bisogno di tornare a valorizzare questo concetto. Le modalità devono necessariamente evolvere per coinvolgere maggiormente i clienti e per dar loro quel valore aggiunto esperienziale che on line ancora non possono trovare.

AVEDATM

Gerardo Lionetti, Brand Manager Aveda

1. Innanzitutto, con supporti materiali e finanziari durante il periodo più acuto della pandemia, ma poiché gran parte dei consumatori hanno aumentato i loro acquisti online abbiamo migliorato il nostro Salon Support Program. Da sempre ogni salone riceve una percentuale delle vendite online generate sul sito Aveda.it. All'inizio della pandemia i saloni avevano un compenso del 15% sulle vendite online tramite un codice esclusivo per la loro clientela. Durante il lockdown Aveda ha raddoppiato il compenso al 30%.
2. Aveda costantemente lavora al miglioramento delle proprie formule e ha sempre avuto a cuore le principali esigenze della clientela italiana: in primis la copertura dei capelli grigi, con la colorazione full spectrum 92% di derivazione naturale*. La riparazione dei capelli, trattata con la linea botanical repair 94% di derivazione naturale*. In seguito, contrastare la caduta dei capelli e la perdita di volume grazie alla collezione Invati 94% di derivazione naturale*. Ed infine l'idratazione con la linea super nutriente nutriplenish 94% di derivazione naturale*. Come tutti i prodotti Aveda anche queste linee sono senza siliconi e cruelty free.
3. In tutti i Paesi europei il mondo del salone vive una forte ripresa grazie al fatto che il consumatore si sta riavvicinando sempre di più al proprio salone di riferimento. Ma sono soprattutto

i saloni di qualità medio-alto che garantiscono standard di sicurezza elevata che stanno riscontrando il miglior successo.

4. Siamo molto fiduciosi per il futuro, sia per quanto riguarda le attività fieristiche, che per lo sviluppo del mercato. Ci aspettiamo dei cambiamenti per rimettersi in carreggiata. Per il futuro ci aspettiamo che le fiere saranno in parte un'esperienza virtuale e in parte in presenza con una capacità ridotta di persone.

*Da piante, acqua o minerali non derivati da petrolio. (full spectrum) è in media al (92%) di derivazione naturale, secondo gli standard ISO"

*Da piante, acqua o minerali non derivati da petrolio. (botanical repair) è in media al (94%) di derivazione naturale, secondo gli standard ISO"

*Da piante, acqua o minerali non derivati da petrolio. (invati) è in media al (94%) di derivazione naturale, secondo gli standard ISO"

*Da piante, acqua o minerali non derivati da petrolio. (nutriplenish) è in media al (94%) di derivazione naturale, secondo gli standard ISO"

BALMAIN
PARIS
HAIR COUTURE

Armando Bianchi, Amm. Del. Balmain Hair Couture Italia

1. Balmain Hair Couture Italia si rivolge a un target di fascia alta. In questo particolare periodo i nostri saloni sono riusciti a esprimere al meglio il valore dell'eccellenza incrementando la clientela, certamente in cerca di maggiore sicurezza e qualità.
2. La nostra azienda non si è mai fermata. È una realtà in continua crescita ed evoluzione, così come la nostra offerta. Abbiamo lanciato la Linea Balmain Homme, la Linea Colour Care e ogni sei mesi la nostra proposta si arricchisce con le Limited Edition, che anticipano e creano le tendenze del mercato.
3. Balmain Hair Couture Italia opera sul mercato italiano ma anche i dati dell'intero gruppo internazionale sono incoraggianti ed in ascesa. Guardiamo al futuro con grande ottimismo.
4. Balmain Paris Hair Couture già da qualche anno non partecipa ad eventi fieristici. Da settembre 2021 si dedicherà a show ed eventi di formazione nazionali e internazionali. Ad ottobre presenteremo a Dubai la nostra prossima Trend Forecast Collection FW21. Una bella realtà.

BHS

Ezio Cortecchia, Amm. Unico BHS

1. Ci siamo attivati subito a dare risposte concrete su ciò che era utile nel momento della pandemia. Abbiamo offerto sterilizzatori, guanti, puliscispazzole sanificanti.
2. Abbiamo puntato su articoli che salvaguardano l'operatore, spazzole antistress, spazzole specifiche per capelli fini delicati e grossi ricci.
3. Alcuni nuovi contatti interessanti dalla Germania ed dagli Emirati Arabi. Ma in particolare ex distributori, clienti italiani che sono ritornati a chiedere i nostri articoli perché conoscono la nostra qualità.
4. Spero tanto che durante le fiere si limiti la concorrenza sleale a favore dell'offerta di qualità e di proposte che valorizzino il lavoro di tutti. Da qui possiamo ripartire bene, benissimo.

BkA
ITALIA

Stefano Bertini, Founder BKA

1. Durante il periodo di difficoltà BKA srl ha diversificato la produzione per assistere e supportare i saloni e le attività dei clienti. I prodotti cosmetici per la bellezza hanno subito un rallentamento e l'azienda si è concentrata sulla necessità del

momento. In linea con la filosofia della formula naturale, Bio comply ha ideato un igienizzante spray mani e superfici arricchito con tea tree oil disponibile in vari formati e soluzioni.

2. Abbiamo rafforzato la comunicazione diretta con il parrucchiere, per far conoscere le potenzialità del brand e la qualità e professionalità dei prodotti.
3. Alcuni mercati, soprattutto i Paesi dell'Est Europa, non si sono mai fermati, sono stati il miraggio della fine di questa pandemia. Oggi tante richieste stanno arrivando da Grecia, Romania, Medio Oriente e Sud America. Siamo pronti per ripartire. Siamo carichi e fiduciosi.
4. Con questa pandemia, abbiamo imparato ad usare altri mezzi di comunicazione. Anche la mia generazione si è digitalizzata. Sicuramente continueremo a viaggiare, perché il rapporto umano e l'esperienza personale non verrà mai sostituita da una call su un canale digitale. Sono curioso di vedere il nuovo format OnBeauty by Cosmoprof, spero nell'arrivo di tanti stranieri, perché l'Italia ha bisogno di una bella ripresa.

corani&partners

Roberto Corani, Amm. Unico Corani & Partners

1. Con la formazione, stiamo trasmettendo a tutti i nostri affiliati (Jean Louis David, Franck Provost ed Evos Parrucchieri) una nuova idea di concepire e di vivere il salone. Con la riapertura le donne frequentano meno il parrucchiere ma chiedono più servizi di alta qualità. Tra i professionisti, vince chi non resta nella "zona confort" del concetto di salone, ma chi si evolve in professionalità. Puntiamo su saloni sicuri, al 100% Covid Free e studiamo nuove proposte di tagli, colorazioni e trattamenti per offrire alla donna la possibilità di trovare da noi il suo stile. Noi la chiamiamo la rivoluzione-evoluzione del salone.
2. Nei nostri laboratori Creativa Professional c'è una ricerca continua che mira a formule con principi attivi di prima qualità, con performance eccellenti, ma con tempi ridotti di posa rapidi. Durante il Covid abbiamo lanciato Colore 10 Minuti: proposto in 22 nuance, ha le stesse performance di una tinta tradizionale (copre i capelli bianchi e dà colore intenso e brillante) ma riduce del 70% i tempi di posa: la cliente resta meno tempo in salone oppure, vista la rapidità, decide di fare altri servizi. Il parrucchiere può fissare più appuntamenti nell'arco della giornata. Abbiamo lanciato anche la linea professionale Essential Luxury, 5 litri di shampoo e conditioner a un prezzo molto vantaggioso per i parrucchieri. Questi prodotti sono disponibili nei saloni Evos e acquistabili da qualsiasi salone.
3. Non ci occupiamo di mercato estero, ma siamo ottimisti. Ci sarà una ripresa per tutti.
4. Gli eventi fieristici sono utili per chi vende all'estero ed è sempre alla ricerca di novità. In ogni caso, le fiere in sé non basteranno in termini di evoluzione del servizio e garanzia di guadagno ai professionisti che, come ho detto, non vogliono uscire dalla "zona confort".

COTRIL

Monica Barucci, Technical Director Cotril

1. La pandemia ha messo a dura prova il settore professionale e ha mostrato tutte le problematiche manageriali dei titolari dei saloni. Proprio per questo prontamente è nata Cotril Channel, una piattaforma digitale per una preparazione a 360 gradi al momento della riapertura. È stato un successo con i clienti italiani ed esteri.
2. Le visite dei clienti in salone si sono ridotte notevolmente e, per dare supporto al servizio colorazione di qualità, riducendone le tempistiche, sono arrivati: Glow Zero, il colore senza ammoniaca, poi anche GlowOne, la colorazione permanente ad alto livello di perfezione e Glow Color, il sistema che ha dato vita a nuovi servizi ed effetti in grado di regalare al professionista e alla sua cliente un'esperienza unica.
3. La ripresa è sicuramente stata più rapida per i Paesi del Nord Europa, come Germania, Polonia, Paesi Bassi e Finlandia,

SALE: ANALISI E PREVISIONI

più difficile, invece, per quelli del Sud (Francia, Spagna, Croazia e Italia). Questo però non ci scoraggia. L'Italia rimane, comunque, tra le 8 principali economie mondiali, grazie soprattutto al Made in Italy che attrae in tutto il mondo e ci rende forti nell'export.

4. Sì, finalmente! Il settore fieristico ha subito un duro colpo, per questo auspico un ritorno quanto prima delle attività espositive. Sono molto fiduciosa. Il lockdown ha accelerato il processo di digitalizzazione facilitando e velocizzando gli acquisti e permette anche di raggiungere i buyer di tutto il mondo. La fiera in presenza rimane una bella priorità. L'esperienza diretta del prodotto e dei servizi, come anche il contatto e le relazioni interpersonali, sono sempre vincenti.

**EMME
DICIOTTO**

Mauro Sopranzetti, Founder Emmediciotto

1. Abbiamo lavorato molto sul servizio da proporre ai clienti e sulla formazione. Dalla nostra ricerca la cliente media ha speso molto di più per trattamenti particolari come balayage, shatush, piuttosto che il classico servizio colore.
2. Abbiamo introdotto la nuova "green line" con prodotti sostenibili e naturali. Il packaging prevede l'uso di alluminio e vetro ed un uso responsabile della carta. È in programma il restyling delle linee principali che terrà conto dei materiali plastici "riciclabili", per un uso più responsabile.
3. Occorre essere sempre ottimisti, ma anche esser realisti e lavorare molto su nuovi investimenti. In questo anno 2021 la strada più seguita è stata l'e-commerce. L'andamento dipende certamente dai mercati: osserviamo che alcuni si riprendono, altri ancora accusano un rallentamento, in linea di massima tutti i clienti si stanno adattando alla situazione.
4. Crediamo che il settore d'ora in poi valuterà una duplice modalità, sia in presenza che integrata da un'esposizione virtuale, sia a livello di immagine che di business.

**EMSIBETH
COSMETICS**

Ida Fuga, Amministratore Delegato Emsibeth

1. Da subito abbiamo attivato un programma di dirette su Facebook per dare un tangibile segnale di vicinanza, un appoggio morale, ma anche concreto. I nostri "incontri" sono continuati anche su "Zoom" dove esperti proponevano soluzioni a difficoltà reali come cassa integrazione, dubbi fiscali, prestiti in banca, protocolli di sicurezza, ma anche aspetti di formazione tecnica, di strategie di social marketing su Facebook, pre-booking per trovarsi ben organizzati alla riapertura. Abbiamo inaugurato anche la Digital EMAcademy: corsi on line di formazione gratuita con contenuti di grande qualità. Un altro supporto intelligente è stato recapitare alla cliente finale il kit di colorazione dopo la consulenza dell'acconciatore; è nato anche un contest con foto del prima e del dopo... è stato un vero successo, per noi è stata l'opportunità di acquisire tanti clienti in più e di alzare la nostra brand reputation.
2. Abbiamo lanciato la linea Thermal e la linea Ethè Curls per i capelli mossi o ricci che sono in costante crescita. In collaborazione con Marco Todaro abbiamo presentato Arp Keratin Fusion, un servizio anti crespo efficace e che si applica in modo del tutto innovativo, con l'aerografo: stiamo avendo grande successo, ciò significa che se c'è un'idea di sostanza il mercato la riconosce e risponde.
3. I mercati esteri più vivaci sono la Germania, il Nord Europa, ma anche la Spagna. La Russia anche, ma con più cautela.
4. Credo che il virtual abbia vivacizzato i rapporti; il lavoro così ottimizzato risulta più produttivo e proficuo. Grazie ai gruppi whatsapp business interagiamo in tempo reale con i parrucchieri e la loro clientela. Anche se si percepisce la voglia di essere in presenza. Per le fiere noi attendiamo il 2022.

GioMat

Natale Malafonte, Founder Giomat

1. Abbiamo investito nella nascita di Bioessence una nuova linea green che mira al benessere dei capelli, del cuoio capelluto e che rispetta a 360 gradi l'ambiente, il Pianeta.

2. Bioessence è formulata con ingredienti naturali, senza siliconi, è nickel free con packaging ecologici sia nei materiali che nello studio della confezione. Bioessence ci proietta verso il benessere del futuro.

3. Il mercato estero si muove, alcuni Paesi hanno imposto restrizioni e richiesta di certificazioni che rendono difficoltoso il commercio. Inoltre, molte richieste mirano solo al prezzo in continuo ribasso.

4. Si assisterà a una selezione del mercato.

Noi siamo fiduciosi, ma non troviamo nelle istituzioni aiuti che ci permettano di investire e di proporci sui mercati con slancio.

La ripresa che ci aspettavamo per ridurre le perdite è cauta, guidata ancora dalla precarietà della situazione che si vive.

HSA
Where beauty meets innovation

Paolo delle Piane, Strategic MKTG Dir. HSA Cosmetics

1. I saloni nostri clienti sono stati supportati con varie attività messe in atto dai nostri distributori internazionali. Chi ha posticipato i termini di pagamento, chi ha proposto consulenze online, chi ha adottato sconti sulle attività e molte altre attività. A livello corporate, noi abbiamo intensificato la formazione tramite webinar e corsi digital: delle vere e proprie sessioni utili sia per il distributore sia per i propri clienti parrucchieri, che, avendo più tempo a disposizione, hanno potuto dedicarsi a conoscere il mondo H.S.A. e dei suoi brand professionali.
2. La nostra azienda non si è mai fermata durante il 2020, anzi, sono stati velocizzati alcuni importanti lanci nei nostri brand. Questo per dare un segnale forte sia al mercato che ai nostri distributori internazionali. Abbiamo presentato nel brand Nouvelle la linea di colorazione permanente ESPRESSOTIME 10 MINUTI, nonché una linea completa di cura quotidiana per l'idratazione e la profonda pulizia e igienizzazione del cuoio capelluto e dei capelli.
3. La ripresa è stata repentina e importante in parecchi Paesi. In alcune nazioni avevamo notato i primi tassi di crescita già nella seconda metà del 2020. Sicuramente gli Stati Uniti sono stati per noi un'importante area per l'aumento del fatturato, ma anche il Regno Unito, la Germania e ovviamente l'Asia in generale, stanno tornando ai periodi pre-Covid in questi primi mesi dell'anno, tanto che a fine maggio H.S.A. ha visto la crescita del fatturato a + 20% rispetto al 2020, che comunque aveva visto un +6% rispetto al 2019. Come anticipato, visti i risultati del 2020 e del primo semestre 2021, siamo soddisfatti e decisamente ottimisti visto che a livello globale la crescita dovrebbe confermarsi da settembre in quasi tutte le aree del mondo. Ad ogni modo, questo nostro ottimismo deve essere giustificato da importanti stimoli all'innovazione e al cambiamento, affinché dalla crisi si passi alla crescita.
4. Sono fiducioso e felice che si possa tornare a frequentare in presenza fiere ed esibizioni internazionali. Il nostro approccio commerciale e alle vendite è decisamente cambiato sbilanciandosi molto verso strategie digitali di lead generation, ma la condivisione di esperienze e la discussione dal vivo permettono comunque di creare un legame più solido coi nostri partner e con i potenziali clienti.

INAI
ISTITUTO
NAZIONALE
DELL'ACCONCIATURA
ITALIANA

Elio Vassena, Presidente INAI

1. Tutta la categoria degli acconciatori ha subito notevoli perdite a causa della pandemia, sia nel 2020 che nel 2021. La clientela si è ridotta cospicuamente e soprattutto la chiusura imposta ai negozi ha favorito il lavoro in nero e il fai da te. I negozi hanno supportato la clientela con tutti gli strumenti e i dispositivi di protezione utili per la loro tutela, organizzando l'agenda degli appuntamenti di conseguenza.
2. In queste circostanze le attenzioni sono state rivolte all'importanza della continuità dell'esercizio professionale e sull'utilità della sanificazione e di prodotti usa e getta.
3. L'INAI e l'OMC con le componenti costitutive hanno contribuito all'evoluzione professionale dell'acconciatura creando momenti di confronto diretto con iniziative commerciali mondiali online che hanno sostituito i Campionati Mondiali

ed Europei in precedenza predisposti solo in presenza. Queste nuove modalità di fruizione hanno ottenuto notevole successo e una grande partecipazione soprattutto nelle prove commerciali da salone. Per questo siamo ottimisti riguardo al futuro anche se speriamo di ritornare presto alla normalità.

4. Auspichiamo che gli eventi fieristici ritornino a incrementare la professionalità artistica, ma anche la vendita dei prodotti del settore dell'acconciatura integrando le consuete modalità organizzative con le nuove esperienze sperimentate durante la pandemia che permettono un'interattività diversa e una maggiore facilità di confronto e di incontro tra persone appartenenti a nazioni diverse.

Lisap
MILANO

Carolina Guidetti, Coordinamento Marketing, Lisap

1. Abbiamo deciso di creare un sito e-commerce per veicolare i prodotti Lisap nel periodo di lockdown.
2. Abbiamo continuato a lanciare prodotti per uso professionale, concentrandoci su formati da rivendita o che potessero essere facilmente utilizzati dai consumatori finali.
3. Siamo convinti che la ripresa economica nei mercati esteri sia in corso e abbiamo segnali positivi dalle nostre 5 filiali commerciali. Siamo ottimisti perché il feedback sia sui nuovi lanci che sulla fidelizzazione dei clienti storici è un segnale positivo.
4. Siamo convinti che sia necessario riprendere le attività fieristiche e facilitare gli scambi tra i Paesi anche in maniera digitale. Rispetto al passato abbiamo scoperto ed affinato l'utilizzo della comunicazione digitale e da remoto.

M 75 YEARS
MOSER EST. 1946

MOSER Professional

2. Quest'anno è il 75° anniversario del nostro brand MOSER e per l'occasione abbiamo in serbo diverse novità per facilitare il lavoro dei parrucchieri, che è da sempre la nostra mission. Abbiamo lanciato CHROM2STYLE BLENDING EDITION, un tagliacapelli con innovativi rialzi magnetici e testina studiata per realizzare velocemente e con semplicità sfumature impeccabili, morbide e naturali. A breve verrà affiancato da un trimmer per le rifiniture, leggero e maneggevole, che sarà il più potente e quello che taglia più corto all'interno della nostra gamma, permettendo di lavorare più in fretta e con la massima precisione. Nell'ultima parte dell'anno ci saranno anche altre novità, che ancora non possiamo svelare, come sempre accomunate dall'alta qualità Made in Germany e dall'obiettivo di migliorare il lavoro quotidiano in salone.
4. Crediamo da un lato che le persone abbiano voglia di tornare a vedersi e conoscere dal vivo le novità che il mercato offre. Dall'altra parte c'è ancora cautela, per cui è indispensabile organizzare questi eventi in totale sicurezza per i visitatori e per gli espositori, a tutela della salute di tutti. Siamo inoltre convinti che il futuro vedrà sempre di più forme di eventi in cui l'on line e la presenza si integrano.

NaturalHP
Trichology Cosmetics

Natural HP

1. Abbiamo cercato di andare incontro alla nostra clientela allungando i tempi di pagamento.
2. Abbiamo approfittato del maggior tempo per poterci dedicare alle nuove linee creando nuovi prodotti.
3. Auspico che il mercato possa ripartire più vivace, invogliato e incentivato.
4. Abbastanza. E' nostra intenzione provare a espanderci al mercato estero. L'export è un argomento che ci attira.

**PROFESSIONAL
BY FAMA**
THE ITALIAN ART OF COLOR

Mauro Appiani, Ceo e Co-owner Professional By Fama

1. Abbiamo rafforzato la nostra strategia di supporto al sell out dei saloni: le nostre proposte nascono per incrementare visite e qualità dei servizi in salone attraverso supporti di formazione, marketing e prodotto. Abbiamo rafforzato la proposta formativa ampliando servizi veloci e redditizi per trarre il massimo da ogni minuto della giornata lavorativa. La chiusura dei saloni ha confermato l'importanza della rivendita di prodotto come strumento di integrazione dei guadagni del salone, ma anche per rafforzare il legame tra acconciatori e consumatrici. Abbiamo organizzato un ricco calendario di eventi formativi on line (da marzo a maggio 2020 del tutto gratuiti) per aiutare a trarre il massimo anche dai momenti di stop obbligato e farsi trovare pronti, con una marcia in più, alla riapertura.
2. Negli ultimi 16 mesi sono state presentate tante linee nuove: Styleforcolor, Live Safe con attivi antibatterici e antinquinamento; le nuove nuance Newde di Absolute Color, uno strumento tecnico che esalta le capacità dei coloristi e, infine, la linea protezione colore WondHer con fitoestratti vegetali potenziati, veri e propri concentrati di antiossidanti, vitamine e proteine.
3. La ripresa è stata a macchia di leopardo, legata a doppio filo sia alle diverse politiche di chiusura applicate nei Paesi, sia alle diverse situazioni epidemiologiche. Al momento i segnali più incoraggianti arrivano dal Nord America e dall'Europa Centrale. In Asia già nel 2020 c'era stata ripresa. Confidiamo anche in un ottimo secondo semestre nell'area Latino Americana e quella Mediterranea. Non vediamo l'ora di ricominciare a viaggiare per portare di nuovo l'azienda vicina ai suoi clienti nel mondo, sia in occasione di eventi formativi che di eventi commerciali.
4. Stiamo guardando con grande attenzione alle opportunità che ci sono. Sicuramente la buona riuscita di queste attività non può prescindere dal ritorno alla "quasi" normalità: la mobilità nazionale e internazionale degli operatori è necessaria perché una fiera abbia successo. In tema di organizzazione degli eventi fieristici, auspichiamo soprattutto un forte supporto alla creazione di traffico sempre più qualificato e internazionale, per permettere alle aziende espositrici il massimo ritorno dell'investimento, cosa quanto mai importante in un periodo di rilancio.

Rebitalia
professional cosmetics

Alarico Soglia, REBITALIA Professional Cosmetics

1. Siamo stati e siamo vicini ai nostri clienti; siamo stati disponibili a consegnare piccoli ordini e abbiamo offerto una dilazione dei pagamenti; tutte azioni che i nostri clienti hanno molto apprezzato. Siamo ritornati ad organizzare piccoli seminari e corsi in presenza affinché la formazione possa essere un'arma professionale contro la crisi e il commercio online.
2. Abbiamo introdotto per quattro tipologie di shampoo il formato 75ml. Non siamo rimasti a guardare; abbiamo rinnovato il packaging inserendo flaconi di plastica da canna da zucchero dimostrando attenzione concrete all'eco-sostenibilità; abbiamo infine ampliato la linea bio-vegan con un nuovo spray districante da 150ml e abbiamo creato un metodo metal detox per eliminare i metalli pesanti dai capelli.
3. I mercati esteri erano e sono molto ricettivi. Abbiamo diverse partnership nell'Est Europa, mercato ormai consolidato ed in continua espansione culturale ed economica. Il futuro ci vedrà sicuramente presente sempre di più all'estero.
4. A settembre (dal 9 al 13) parteciperemo alla fiera On Beauty by Cosmoprof; sarà "l'antipasto" della ripresa nel settore cosmetico bio naturale, siamo fiduciosi perché c'è tanta voglia di incontrarsi di persona dopo quasi 2 anni fra chiusure e distanziamento. I cambiamenti ci sono e ci saranno: il distanziamento deve essere percepito come una garanzia non come un problema; bisogna iniziare a prediligere la qualità sia nelle partnership che nei prodotti.

SINERGY
COSMETICS

Giorgio, Sinergy Cosmetics

1. Nella prima fase abbiamo convertito parte della produzione in prodotti per l'igienizzazione e la sicurezza offrendo ai saloni gel idroalcolici, spray e altri strumenti per la protezione. Durante il lockdown abbiamo dato supporto sulla rivendita incoraggiando un servizio consegna a domicilio o spedizione e di consulenza telefonico al cliente. Nel frattempo abbiamo lavorato per offrire al cliente strumenti per recuperare appuntamenti e lavorare più rapidamente mantenendo inalterate le performance ed agevolando anche il cliente. Abbiamo infatti sviluppato una

tinta professionale ad ossidazione, con tutti i plus delle tinte tradizionali, con risultati perfetti dopo un'applicazione di 10 minuti.

2. Sì, abbiamo implementato una linea di prodotti con la tinta ad applicazione rapida, sviluppato uno shampoo preparatore pre-trattamento, una nuova linea ed iniziato a lavorare su nuovi colori e prodotti che saranno disponibili a breve.
3. Si più o meno in egual misura, seppure qualcuno sia ripartito con un minimo anticipo rispetto ad altri. Anche se per la maggior parte con i Paesi esteri non ci siamo mai fermati escludendo marzo-aprile 2020, periodo in cui abbiamo lavorato con alcuni Paesi (es. Repubblica Ceca) con i prodotti per l'igienizzazione. Sono ottimista.
4. Sì, anche se probabilmente in Italia potrebbe verificarsi un lieve calo di visitatori. Siamo felici che le organizzazioni fieristiche abbiano attuato scelte di digitalizzazione che hanno dato l'opportunità di business attraverso l'incontro on line con clienti potenziali, nel nostro caso in mercati interessanti.

VITALITY'S

Ing. Gianni Manzetti, Co-titolare Farmen

1. Abbiamo intrapreso varie azioni di supporto tecnico e commerciale a favore dei Saloni, tramite promozioni sia di prodotti tradizionali che igienizzanti, con l'ampia famiglia di prodotti predisposta nel periodo della pandemia. Inoltre promozioni a livello di gadget di pregio legati alle necessità del momento: monopattini elettrici per la mobilità sostenibile, IPAD per la formazione webinar e poi molto materiale digital dai webinar ai tutorial, sviluppando una nuova piattaforma educational.
2. Per aiutare l'acconciatore in questo periodo complesso abbiamo sviluppato un acceleratore del colore che ne riduce il tempo di posa, per permettergli di poter accogliere più clientela negli spazi fruibili dei saloni, dimezzati dalle norme sul distanziamento.
3. Ripresa molto lenta di tutti i mercati esteri ad eccezione del mercato australiano, risultato fino ad ora indenne dalla pandemia. Ottimismo tiepido, dati i tempi medio - lunghi che saranno necessari per riacquisire la mobilità indispensabile per il successo di commercio estero ed venti fieristici.
4. In questo periodo abbiamo apprezzato e approfittato delle opportunità offerte dal settore fieristico che ha saputo organizzare soprattutto in ambito B2B edizioni digitali che ci hanno permesso di entrare in contatto con nuove opportunità commerciali e approfondire l'evoluzione del nostro mercato post 2020.

**VOLETE AVERE
PIÙ INFORMAZIONI
SU ALCUNI PRODOTTI VISTI
SU QUESTO NUMERO?**

e-mail _____

Cellulare _____

Contrassegna per favore la tua attività

☐ Salone Donna/Unisex

☐ Salone Uomo

Sono interessato al prodotto pubblicato su Salon International grande formato n. 5

Nome prodotto _____

A pagina _____



Contattaci via e-mail: salon.redazione@mteedizioni.it

Hair: Ivan Rodriguez
Photo: Jell Loya
Make up: Thessa Peralta
Stylist: Melissa Webb

Ritorno alla leggerezza



L'impegno green delle aziende e (di riflesso) dei saloni

Se ne parla da anni, è diventato una priorità tantissimi brand dell'hairecare: sostenibilità, pack riciclati, un approccio organic, dei vegan e cruelty-free. Ecco alcuni cambiamenti in questa direzione. Nuova era. Nuove opportunità.

Cosmetica Italia chiarisce cosa indica realmente, cosa significhi:

Cosmetico a connotazione naturale / biologico è un prodotto caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione naturale/biologica (richiamo al mondo vegetale, minerale o animale), in linea con la sua composizione formulativa. Inoltre, può comunicare:

- conformità allo standard internazionale ISO 16128
- certificazione naturale/biologico secondo il protocollo di un organismo privato specializzato

Sostenibilità green è un prodotto che comunica elementi legati alla sostenibilità ambientale in termini (esemplificativi) di:

- processi produttivi (emissione CO2, riduzione utilizzo dell'acqua, gestione rifiuti, risparmio energetico ...)
- caratteristiche dell'imballaggio (riduzione materiale, packaging riciclato, riciclabile, biodegradabile...)
- gestione della filiera (approvvigionamento materie prime, trasporto, logistica distribuzione)
- impronta ambientale (PEF, LCA, ...)
- certificazione di prodotto (ecolabel, Nordic Swan, Blue Angel)
- certificazione corporate (ISO 14001, B Corp, ...)
- Relazione del bilancio di sostenibilità
- Premi/riconoscimenti internazionali
- Altre forme di sostenibilità ambientale

Il valore di sell-in dei cosmetici naturali / biologici in Italia è pari a 1.654 milioni di euro. Il solo valore dei cosmetici a connotazione naturale/biologici è

di 778 milioni di euro, mentre il solo valore dei cosmetici sostenibili/green è di 876 milioni di euro. La sovrapposizione dei due insiemi, ovvero delle imprese che adottano processi o producono cosmetici legati alla sostenibilità e producono cosmetici a connotazione naturale/biologici, è pari a 925 milioni di euro.

*(abbreviato in CCN&S). Ricerca a cura di Cosmetica Italia.

Wella Professionals: “#MakeChange”



Wella Professionals offre un impegno concreto verso l'ambiente. Il brand leader nella colorazione ha deciso di utilizzare pack di alluminio riciclato al 100%. Anche la produzione di tappi verrà quasi totalmente realizzata in plastica riciclata post-consumo (PCR2)2, attestandosi fra il 96-100% di riconversione.

Questa “semplice” scelta equivale ad un risparmio di oltre 180 tonnellate di plastica vergine all'anno e dell'85% di imballaggi in cartone riciclato, contribuendo alla gestione responsabile delle foreste del mondo. Wella Professionals lancia la nuova campagna “One Small Tube, One Big Change”, che mira a sostenere l'educazione nel settore della coiffure, invitando i professionisti dei capelli a fare un passo nella giusta direzione. #MakeChange

Echosline: The Vegan way

Echosline, brand Hair Care Professionale da alcuni anni abbraccia la filosofia The Vegan Way e predilige il concetto del “less is more”, ha dato vita a B.PUR CLAY, una linea “smart”, composta da una trilogia di prodotti. Già dal nome, B.PUR invita ad “Essere Puri”, a rigenerarsi e a ritrovare il proprio equilibrio attraverso una formulazione dall'efficacia purificante. La linea persegue il concetto di “Clean Beauty” e di bellezza essenziale e sostenibile ed è formulata da prodotti 100% Vegan, a base di ingredienti naturali, Free From e con principi attivi funzionali (Argilla bianca, Aloe Vera, l'Olio di Jojoba e il Burro di Karité). Inoltre, grazie alle formulazioni “time, water & energy saving” pensate apposta per avere un consumo ridotto idrico ed energetico, attraverso un'attività di sensibilizzazione ed educazione all'uso dell'Active Shaping Mask si può raggiungere un risparmio di acqua di 2,94 L * ed energetico di circa 80 secondi durante l'asciugatura**. Anche il packaging è pensato in ottica sostenibile in modo da ottimizzare l'uso di plastica e massimizzare la quantità di prodotto che trasporta: realizzato con il 100% di plastica riciclata PET, ogni pack riesce a contenere più quantità di prodotto con un minore utilizzo di plastica, carta e di conseguenza minori emissioni di CO2***.



Impegno green Indola ACT Now! L'invito è chiaro: agire ora!

INDOLA con la linea care & styling green **ACT NOW!** spinge i suoi consumatori ad agire (**ACT NOW!**) e intraprendere insieme al brand un percorso per fare insieme la differenza. Ha un packaging riciclato fino al 97%. Grazie infatti alla collaborazione con Plastic Bank contro l'inquinamento da plastica, **ACT NOW!** aiuta il pianeta impedendo a 1,5 milioni di bottiglie di diventare plastica oceanica solo nel primo anno.



Per ogni prodotto ACT NOW! venduto, si evita infatti, che due bottiglie di plastica finiscano nell'ambiente.

MICB
by Beauté Sélection

PARIS EXPO
4, 5 & 6 SEPT.21
PORTE DE VERSAILLES

THE INTERNATIONAL HAIR & BEAUTY EVENT
www.mcbbybeuteselection.com

My Organics, il bello di pensare organico

Da green a organic, la svolta decisiva per il brand My Organics è arrivata nel 2012 dopo una leucemia, un'esperienza familiare importante e dolorosa, che ha portato una svolta sostanziale dell'azienda: abbracciare al 100% il concetto di organico, l'ideale del "senza" e avvalersi nelle formule solo di ingredienti certificati.

Fortunatamente c'è sempre una maggiore sensibilità in questo senso da parte del consumatore finale e dell'acconciatore.

Oltre a prodotti per l'hair care, la nostra continua ricerca ha reso possibile la produzione anche di tanti prodotti specifici per la pelle, arricchendo così il parterre delle gamme che non possono mancare in salone e nella beauty routine dei clienti: shampoo, balsamo, maschera e prodotti professionali naturali, per ottenere chioma sana e pelle setosa.



Alessandro Lievore - Fondatore

Qual è il vostro fiore all'occhiello?

Le nostre formule che si avvalgono di ingredienti organici certificati bio derivanti da un'agricoltura bio e biodinamica. Questo dà garanzia al consumatore consapevole di scegliere il prodotto migliore e a sentirsi più tutelato e a ridurre l'impatto ambientale. Salvando anche il Pianeta. Anche i nostri pack sono green: utilizziamo infatti il Green PE in polietilene e palma da zucchero. Ogni flacone contiene il 93% di biomassa ed è riciclabile al 100%. Il packaging sostenibile è un imperativo per noi ed è molto apprezzato dai clienti.

La prova più difficile da superare è la colorazione...

È vero. I professionisti sono molto attenti al colore, è il loro servizio più importante in salone. Grazie a grandi e lunghe ricerche abbiamo formulato la nuova colorazione per capelli in olio, ricca di molte sostanze protettive e principi attivi di origine naturale che, combinati a selezionati pigmenti coloranti e ingredienti specifici, consentono una colorazione innovativa e altamente professionale.

Le ottime performance sono testate costantemente dal nostro team di parrucchieri, che studia nuovi rituali da salone che hanno a cuore la struttura dei capelli, perché non la altera per cambiarne la nuance, ma allo stesso tempo è capace di garantire risultati, sia in termini di durata, che di copertura dei bianchi e di luminosità.

Quali sono i servizi green che offrite in salone?

Noi proponiamo un vero manifesto green, che introduca in salone una filosofia vera e propria, dai prodotti all'immagine.

Non c'è il rischio che sposare la filosofia green per un acconciatore sia solo una moda?

Noi cerchiamo professionisti che abbiano le radici nella sostenibilità, che credano davvero nella nostra filosofia.

E i clienti in salone credono nel "green"?

Il feedback è positivo, i clienti sono molto contenti di avere un servizio che si allinei al concetto di organico, di sostenibile e offrire rituali di benessere e godere di un'atmosfera zen è sempre apprezzato.

Essenze, trattamenti con posa prolungata per ritrovare il tempo di prendersi cura di sé è molto ricercato come servizio. Le persone, sempre di fretta, desiderano fortemente dedicarsi del tempo di qualità. Spesso in salone si offre il mordì e fuggi... noi, invece, cerchiamo di proporre percorsi differenti. Migliori.

Novità prodotto



Tuffiamoci nell'estate con i solari Olea Summer

dott. solari COSMETICS ha creato un trattamento perfetto per **proteggere, avvolgere e preparare** i capelli durante tutta l'estate: **Olea Summer**. La sua formulazione è arricchita da un mix di principi attivi: Avocado (che combatte la secchezza), Lime (che dona un effetto luminoso e tonificante) e Filtri UV (che protegge dai raggi solari) che forniscono una profonda idratazione e i capelli risultano morbidi, disciplinati ed elastici.

Ecco i prodotti Olea Summer

Shampoo doccia avocado e lime (300 ml) elimina a fondo i residui di salsedine e cloro dai capelli, ne preserva la vitalità ed il naturale splendore. Deterge delicatamente ed idrata a lungo, restituendo una sensazione di profondo benessere anche alla pelle.

Maschera doposole avocado e lime (200 ml)

Nutre in profondità i capelli bisognosi di idratazione. Restituisce morbidezza, vitalità e splendore.

Siero idratante corpo e capelli avocado e lime (100 ml)

Siero a tripla azione: protegge i capelli dall'azione degli agenti esterni e riduce l'effetto crespo. Sulla pelle svolge l'azione di idratazione e un tocco vellutato.

Olio protettivo per capelli avocado e lime (100 ml)

Specifico per mare e piscina, idrata i capelli senza appesantirli. Resistente all'acqua e con filtri solari UVA e UVB, crea una barriera protettiva contro salsedine, cloro, sole e vento garantendo pettinabilità e morbidezza.



Con l'acquisto di almeno tre prodotti della Linea OLEA SUMMER in omaggio le divertenti racchette perfette per le tue giornate in spiaggia!



UOMO

SALON
INTERNATIONAL



Hair: Sonia Neri@ Pelsynera
Photo: David Arnal
Make up: De Maria



Semplicità, eleganza e rispetto
sono le parole d'ordine di Domino.

La linea dedicata
all'uomo moderno
che vuole prendersi cura
di cute, capelli e barba,
senza nessun compromesso.

Formule professionali
per un look impeccabile
senza rinunciare
a una sensazione
di benessere totale.

Hair: Gio The New Kid Rotterdam,
WAHL Artistic Team

Photo: WAHL Pierre Heinemann,
WAHL mb-mediaworld

Styling: Artisan the Label (Don Nguyen)



Photo: Marco Di Filippo

Hair: team Contrasto

Color: Alessandro Fiorin - Gionathan Contino, Fanola Technical Team



HAIR
MODA



Hair: Jose Garcia
Photo: Joan Crisol
Make up: Jose Garcia Peluqueros



Hair: Chris Mattick, Lead Educator MOSER Artistic Team
Photo: MOSER / Maximilian Kamps
Make up: Seda Yüksel
Styling: CEM Van Kay alias Cemre Xhaferi



è un evento

FYN TASTIC

24esimo salone mediterraneo
dei professionisti della bellezza,
del benessere e dell'acconciatura

XXIV EDIZIONE

NOV
EMB
RE

6
7
8

L'UNICA MASCHERINA
CHE VOGLIAMO



NAPOLI

MOSTRA D'OLTREMARE

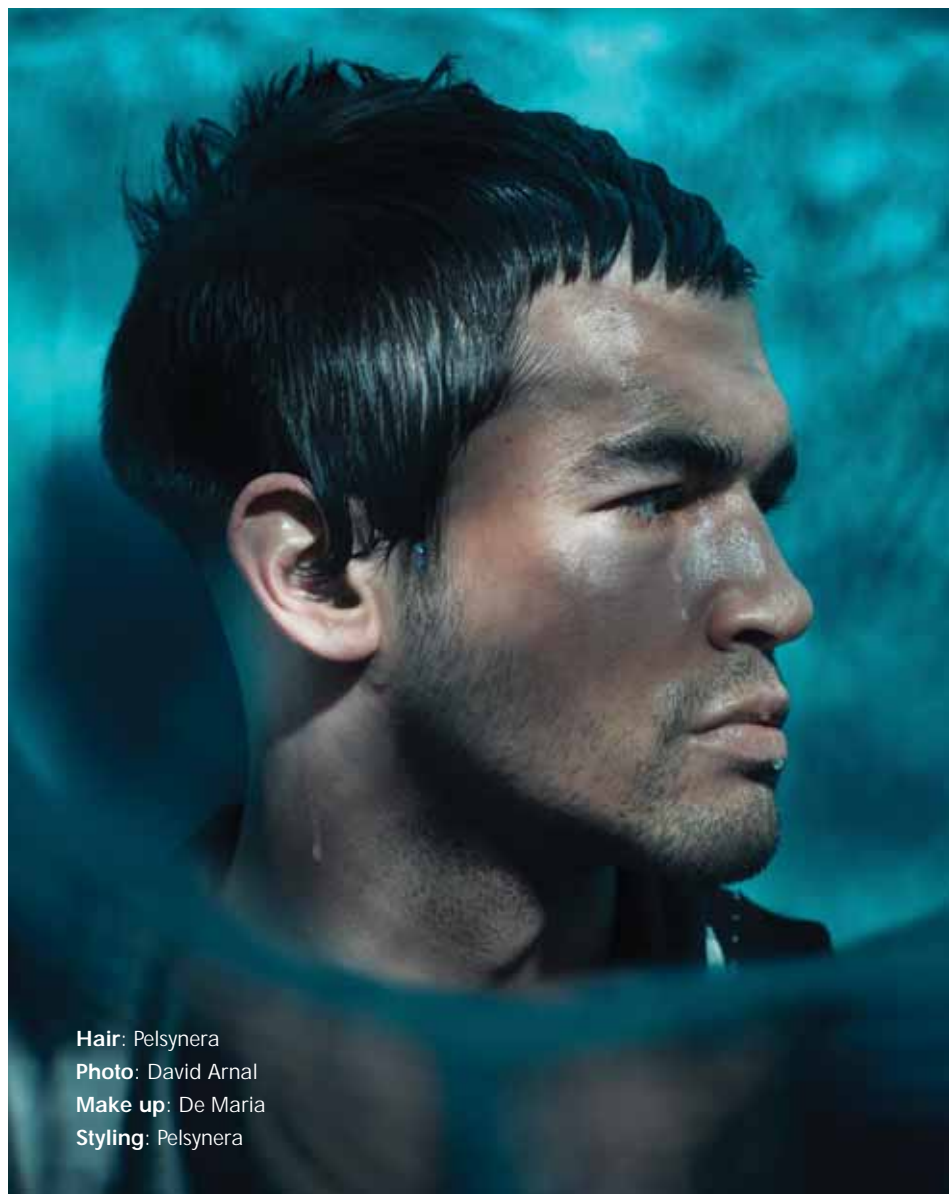




aestetica.it



Hair: Jose Urrutia
Hair Assistant: Veronica Calpa Perugachi
Photo: Esteban Roca



Hair: Pelsynera
Photo: David Arnal
Make up: De Maria
Styling: Pelsynera



Hair: Christian Rios
Photo: Esteban Roca
Make up: Nacho Sanz
Styling: Christian Rios

Novità solari per lui

Cotril, beauty routine in spiaggia

Cotril propone la linea solare **Beach 2021** con formule innovative e dermatologicamente testate con Beach 2021 per un beauty routine efficace e performante. Una linea composta da tre prodotti must have, studiati per rispondere a 360 gradi alle esigenze estive dei capelli: Hair & Body Shampoo, After Sun Recovery Mask e Sun Protective Milk for Hair. La fresca profumazione Fizzy Fruits, dalle note di pompelmo, ananas, fiori di gelsomino, rosa e geranio dà il tocco estivo irrinunciabile.



Emsibeth, rigenerati sotto il sole grazie all'acqua termale

Per una corretta idratazione dei capelli in estate, rinfrescare e idratare, nutrire e rigenerare sotto e dopo il sole nasce la linea **Thermal Sun** di **Emsibeth Company**, basata su formule con Acqua Termale bioattiva certificata dal Ministero della Salute. La linea per la massima protezione dei capelli nei mesi più caldi dell'anno comprende: Spray Protettivo Multiazione, Shampoo Addolcente, Shampoo Doccia, Maschera Restituiva. La novità 2021 è lo Spray Corpo Multiazione.



MY.ORGANICS, protezione raggi UVA e UVB e nutrimento

MY.TAN è la linea di **MY.ORGANICS** studiata per prendersi cura di capelli anche d'estate. Garantisce ai capelli un'elevata protezione per chioma e pelle durante e dopo l'esposizione al sole dando maggiore tono ed elasticità ai capelli e rendendoli più forti e morbidi. La linea è completa e prevede: The Organic Cleanser Hair And Body, The Organic After Sun Cream Hair And Body The Organic Sun Protection.



Elgon, per chi ha i capelli colorati

Colorcare Suncare è la nuova linea **Elgon** che offre tre prodotti strategici per prendersi cura della chioma prima, durante e dopo l'esposizione solare... proteggendola, idratandola e illuminandola alla perfezione. La gamma prevede Leave-In Hydra Milk che condiziona senza appesantire, Aftersun Hair&Body Shampoo che deterge delicatamente; Aftersun Shine Mask da lasciare in posa 3-5 minuti.





SAPONIFICIO VARESIINO
dal 1945
BREBBIA - ITALY



*La migliore qualità
per il tuo Salone*

L'evoluzione del mestiere dell'acconciatore

Perché in salone ci sia crescita si deve puntare alla competenza nei servizi con prodotti eccellenti. Monica Cortesi, ADI Sales Manager, svela le tante potenzialità dei brand che l'azienda ADI seleziona in tutto il mondo per i professionisti più esigenti, capaci e ambiziosi.



Monica Cortesi

Cosa offrite agli acconciatori?

Per loro ogni anno scegliamo in tutto il mondo il meglio dei marchi selettivi internazionali. Per l'80% il nostro core business è il canale professionale.

Qual è il vostro target cliente?

Il professionista che desidera prodotti di ricerca d'alta gamma che risolvano brillantemente le esigenze dei clienti, chi si vuole distinguere per eccellenza e internazionalità. Il nostro principio cardine è proporre il massimo della qualità nel pieno rispetto dei capelli.

Per l'acconciatore che desidera un prodotto green cosa proponete?

Maria Nila. È un brand svedese 100% vegano, cruelty free e a impatto zero; è molto interessante e soddisfa il sentiment del consumatore contemporaneo. Con Maria Nila entriamo nei saloni con un assortimento vasto che va dall'haircare allo styling. Di recente, visto che il mercato va in questa direzione, Maria Nila ha lanciato la decolorazione vegana con altissime performance. Tutte le formule sono vegane, prive di solfati e parabeni. Maria Nila è perfetto quindi anche per incentivare la rivendita in salone.

Per la colorazione quali altri brand proponete?

Kydra by Phyto è la regina della colorazione vegetale. Senza ammoniaca, ricca di estratti vegetali, un vero rituel di colore trattamento: mentre colora rispetta la struttura del capello grazie al Phytocomplex e, cosa davvero importante, è altamente tollerabile. È un brand, inoltre, che dà personalità al salone.

L'altro vostro brand molto amato è Olaplex. Perché?

Perché risolve il problema più importante delle donne: i capelli danneggiati a causa di servizi chimici, meccanici o termici. È il trattamento di ricostruzione per eccellenza che, grazie ad una molecola brevettata in grado di ricostruire i ponti bisolfuri, migliora la qualità dei capelli. Oggi è ancora più necessario. Infatti, le sfumature dai colori pastello, blu, turchese e tutte le nuance bionde e biondissime, argento, impongono ai coloristi grande preparazione tecnica e prodotti di alta qualità. E poi c'è tutta la nuova home care di mantenimento da insegnare ai clienti a casa.

Sul lato Education cosa offrite?

I nostri corsi mirano ad acquisire tecnica e conoscenza dei prodotti che vanno saputi usare al meglio. Per esempio Olaplex ha un grandissimo potenziale, ma richiede grande competenza quindi il nostro servizio accademico offre corsi divisi in 3 gradi, dal livello base di conoscenza al Master. A Settembre lanceremo altre novità prodotto e servizi interessanti. Puntiamo a una bellezza sempre in rilancio, sempre in prima fila.

Valentina Vacalebre

SALON
INTERNATIONAL

Cover

Helen Seward 2021
Hair: Helen Seward
Creative team
Photo: Kapsel Production



**Sfogliala Salon on line,
è gratuito, è per te**

www.salon-international.net

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**: Valentina Vacalebre,
Matilde Giannattasio, Rebecca Lazzari, Joan Rundo, Alfredo Rubertelli
Grafica: Michela Valentina Veneroni - **Web Content Manager**: Mauro Smerini
Marketing & Pubblicità: Raffaella Chiolo

ASSOCIATO



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



Anno LII N.5/2021
www.salon-international.net

Sommario			
Elenco Insezionisti			
Aestetica Beauty and Wellness Exhibition	44	Reb Italia	20
Alter Ego Italy	15	Salon International Londra	22
BIG Professional	27	Saponificio Varesino	45
Bioetika - Bka	9	Sens.ùs	17
Calmar	35	Unimix	29
Cerioti	23-33-47-IV	Hair Moda	
Cosmoprof North America Las Vegas	46	Armonie cromatiche	2-3
Dott. Solari Cosmetics	41	Blonde Ambition	4
Echosline	10	Versatilità di stile	8
Gamma Più	21	Frangia & colore	10-11
Helen Seward	13-42	Colore protagonista	12
HSA - Nouvelle	6	Femminilità pura	14
Inebrya	11	Ripartire a colori	16
JOICO	5	Suadenti sfumature	28
Linea 21	24-25	Architettonico e geometrico	32
MCB by Beauté Sélection	40	Ritorno alla leggerezza	34-35-39
MOSER Professional	19	UOMO	42- 45
OnBeauty by Cosmoprof Worldwide Bologna	7	Intervista e ricerche di mercato	
Parlux	31	Il mercato professionale: analisi e previsioni	36-37-38
		L'impegno green di aziende e saloni	40
		My Organics	41
		L'evoluzione dell'acconciatore	
		ADI	46
		News	
		OnBeauty by Cosmoprof	6
		Schiariture 2021	6
		Moser Professional	18
		Cos Sakkas Toni&Guy	20
		Step by step	
		Moser	18
		Sens.ùs	17
		Novità delle aziende	
		Echosline	10
		Fanola	11
		Helen Seward	13
		Sens.ùs	17
		Gamma Più	20
		Parlux	30
		Helen Seward	13
		Proud To Be by Negretti	26
		Novità prodotti	22
		Novità men solari	45

COSMOPROF
NORTH AMERICA LAS VEGAS

THE LEADING B2B BEAUTY
EVENT IN THE AMERICAS,
DEDICATED TO ALL SECTORS
OF THE BEAUTY INDUSTRY
COSMOPROFNORTHAMERICA.COM

LAS VEGAS
MANDALAY BAY
CONVENTION CENTER

AUGUST 29 - 31, 2021

COSMOPROF NORTH AMERICA
COSMOPACK NORTH AMERICA

REGISTER BY JULY 30TH
AND SAVE UP TO 25%

SALES OFFICE US,
CANADA AND MEXICO
PBA, Scottsdale, AZ, USA
P +1 480 281 0424
F +1 480 905 0708
sales@probeauty.org

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



A NEW WORLD FOR BEAUTY BOLOGNA, HONG KONG, LAS VEGAS, MUMBAI, BANGKOK



Ceriotti
MADE IN ITALY

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

Prezzi Super Scontati

NEW ENERGY 3000

Cod. B23212

a partire da

€ 460,00

con piede



- 70 %
TEMPI DI POSA

- TEMPO + CLIENTI



ACCELERA I TEMPI DI ASCIUGATURA



ATOMIC

Cod. B13802 Automat.

a partire da

€ 169,00

con piede

1400W **ULTRA POWER**



ION TECHNOLOGY



TORMALINA



TRATTAMENTI TROPPO LUNGHI? NON È PIÙ UN PROBLEMA



Ø30 cm

VAPO SOFFIO 3000

Cod. B22102

a partire da

€ 290,00

con piede

- 50 %
TEMPI DI POSA

www.ceriotti.it



Ceriotti
MADE IN ITALY

TTX 5000 DIGITAL TURBO

**ULTRA
POWER**

2000W



Accensione



Multilingua



Programma



Avvio veloce



In lavorazione



Impostazioni generali



IL POTERE DELLA NATURA
AL TUO SERVIZIO

TORMALINA

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