

SALON™

INTERNATIONAL

JOICO
THE ART OF HEALTHY HAIR

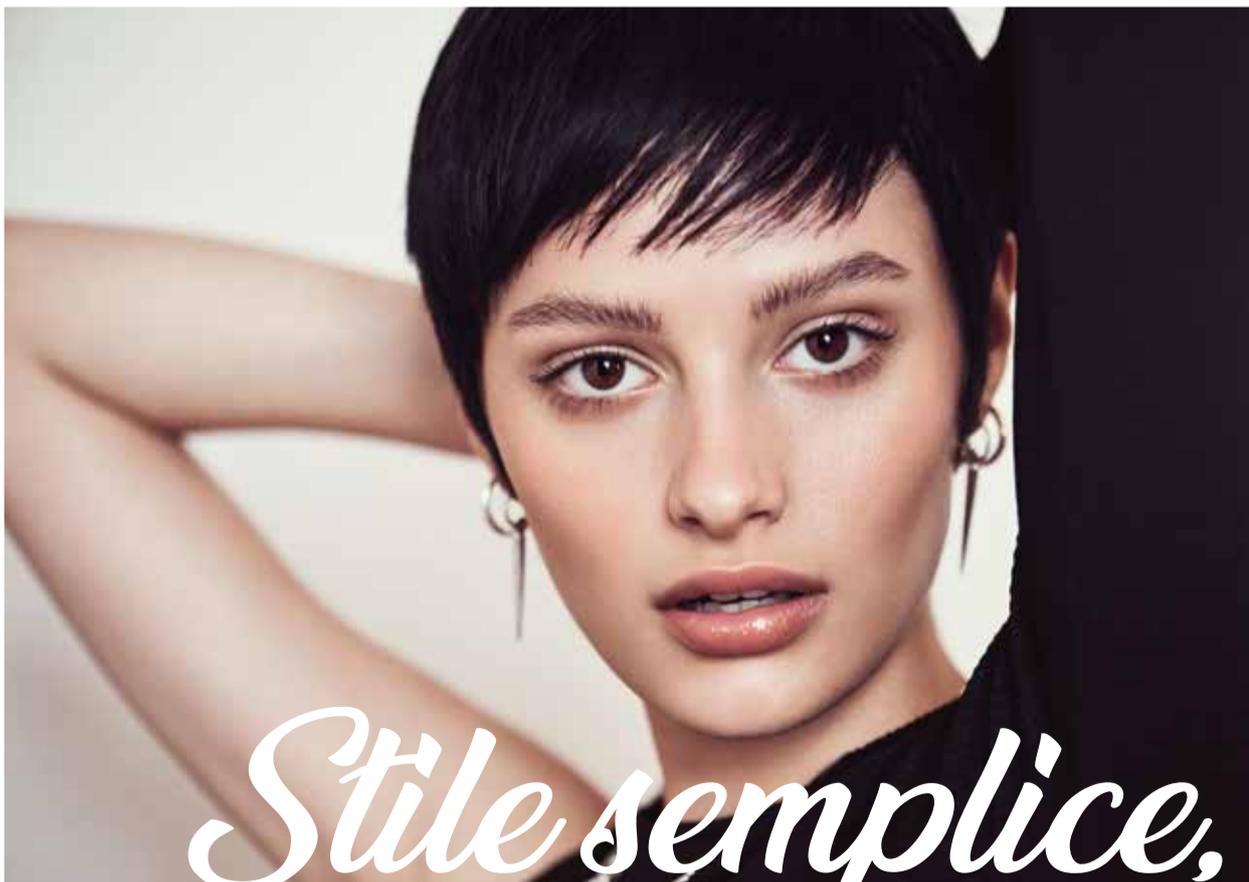
DONNA

Salon International N°9/2021 - Mensile - MTE Edizioni s.r.l. - Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano - Tariffa R.O.C.: Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N. 46) art. 1, comma 1, DCB - Modena - Tassa riscossa - Taxe Perçue - Contiene I.P. - Anno LII



Stile semplice, essenziale

La frangia corta e irregolare si diverte a comparire versatile in tanti tagli che piacciono e che danno stile.



Stile semplice, essenziale

Hair: Craig Chapman
Photo: Christopher Jeney
Art Direction & Styling: Clementine O'Hara
Make up: Elizabeth Rita

JOICO
the **joi** of healthy hair

LUMISHINE®
LUMI10™

**LA
POTENZA
DEL COLORE**



NUOVO LUMISHINE® LUMI10™ COLOR

100% COPERTURA DEI CAPELLI BIANCHI IN 10 MINUTI

- Colorazione in crema permanente a lunga durata con copertura uniforme
- Garantisce lucentezza 2 volte maggiore* e lascia i capelli morbidi al tocco e visibilmente luminosi
- Riduzione dei capelli spezzati** e capelli 100% rigenerati e ricostruiti***



www.joico.eu/it #joicoitalia #lumi10

*vs. capelli danneggiati non trattati **in presenza di capelli danneggiati che si spezzano; con K-PAK® Color Therapy™ Shampoo e Conditioner vs. shampoo non trattante ***vs. colorazione senza ArgiPlex

Diafana, evanescente



Hair: Natalie Kasses & The Pastels Salon Dubai Artistic Team - Photo: Barbara Mandich
Make up: Manuel Gomez - Stylist: Tyrah Kasses

Diafana, evanescente

L'assoluto contrasto tra i lati afro decolorati e il taglio dà uno stile fuori dal comune e così il colore rende un'allure quasi immateriale.



Novità prodotto

Echosline: la prima colorazione professionale in crema 100% Vegan

Negli ultimi anni il consumatore sceglie prodotti pensando in maniera più sostenibile, in armonia con l'ambiente e con l'impatto sul nostro pianeta e sulla salute, per questo c'è un avvicinamento al mondo vegano. **Echosline**, marchio specializzato nel Professional Hair Care, abbraccia la *filosofia vegan* e il concetto del "less is more" e, anticipando i trend di mercato, presenta **Echos Color**, la prima linea di creme coloranti professionali per capelli 100% vegan, senza PPD e senza resorcina, con una formula e un packaging totalmente rinnovati rispetto all'ultimo Echos Color.

La linea Echos Color si ispira al tè e ai suoi rituali e promuove la filosofia della *Smart Beauty* per rendere la bellezza etica e sostenibile attraverso prodotti 100% vegan e con un profuso impegno a sostegno del rispetto ambientale.

Gli attivi principali di Echos Color

L'estratto di tè verde prolunga la durata del colore sui capelli; l'olio di datteri purifica e rivitalizza la chioma e l'olio di tsubaki ammorbidisce e lucida i capelli. È PPD&Resorcinol free.

Il packaging

È realizzato con materiali biodegradabili e riciclabili (l'astuccio è anche compostabile) e le materie prime che lo compongono sono sostenibili, provenendo da foreste coltivate in modo responsabile; il tappo utilizza il 50% di plastica in meno rispetto al precedente e il tubo è 100% riciclabile.

Le certificazioni VeganOK ed EcoCert

Gli ingredienti di **Echos Color** hanno tutti ricevuto la certificazione *VeganOK*, il più diffuso standard etico al mondo, il quale garantisce che il prodotto opera secondo quanto previsto dalla normativa europea **UNI EN ISO 14021**. Inoltre, l'estratto di tè verde ha la certificazione *EcoCert* che assicura produzioni e processi rispettosi dell'ambiente e l'olio di datteri proviene da coltivazioni etiche nel deserto del Sahel con un approccio integrato basato sulla conservazione dell'ecosistema e sul supporto economico alle donne e alle comunità locali direttamente coinvolte nella filiera. Infine, l'olio di tsubaki deriva da un approvvigionamento che rispetta il protocollo di Nagoya per preservare la biodiversità del pianeta.

Nuance: 75 colori

Echos Color propone 75 colori che coprono fino al 100% i capelli bianchi divisi in 4 famiglie:

- **Natural and Ice:** i *Pure Naturals .0* e *IceNaturals .0* Ice donano riflessi freddi e naturali assicurando una copertura dei capelli grigi profonda e un effetto finale luminoso.
- **Cold and Warm:** nuove e migliori tonalità sul cenere e marroni caldi e freddi, per servizi colore tono su tono, effetto antiottone, castano multidimensionale, copertura dei capelli grigi.
- **Copper and Red Powerful:** colori rosso, rame e viola potenti, ultradefiniti e di lunga durata.
- **Creative and Blonde Expression:** una serie *Pure Colours* (rosso, arancio, oro, turchese, indaco e viola cenere) per liberare ogni forma di creatività. La nuova serie 12/Blonde extra lift antigiallo, arriva fino a 5 livelli di schiaritura con effetto antiarancio.



© 2021 Pettenon Cosmetics S.p.A. - All rights reserved

CREDITS: Hair Stylist: Artistic Team Inebrya - Photo: Filippo Fortis

Inebrya

>> THE ITALIAN SENSE OF HAIR



@inebrya.official
www.inebrya.it



Hair: EchoslineStylistic Team
Photo: Marco Di Filippo



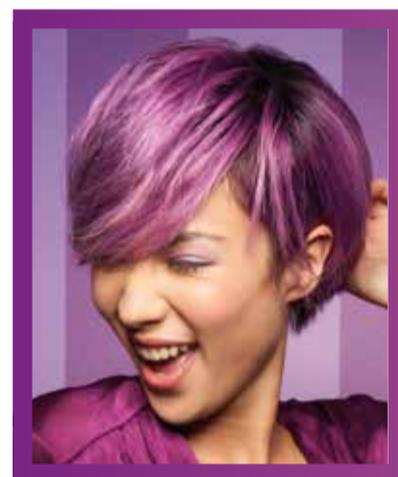
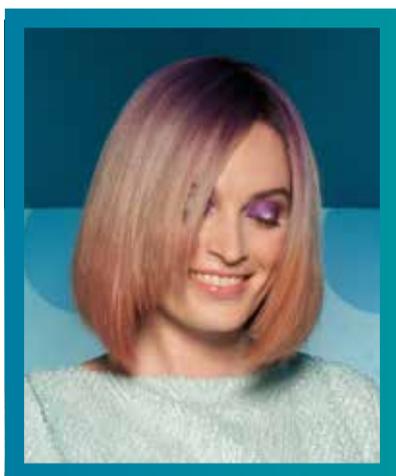
Hair: Stylistic Team Echoline - Ph.: Marco Di Filippo | © 2021 Pettenon Cosmetics S.p.A. All Rights Reserved

Echoline
the *vegan* way

MADE IN ITALY
www.echoline.it







Hair: Contrasto Team
Color: Alessandro Fiorin e Gionathan Contino
Photo: Marco di Filippo

sfumature a contrasto e colori armonici

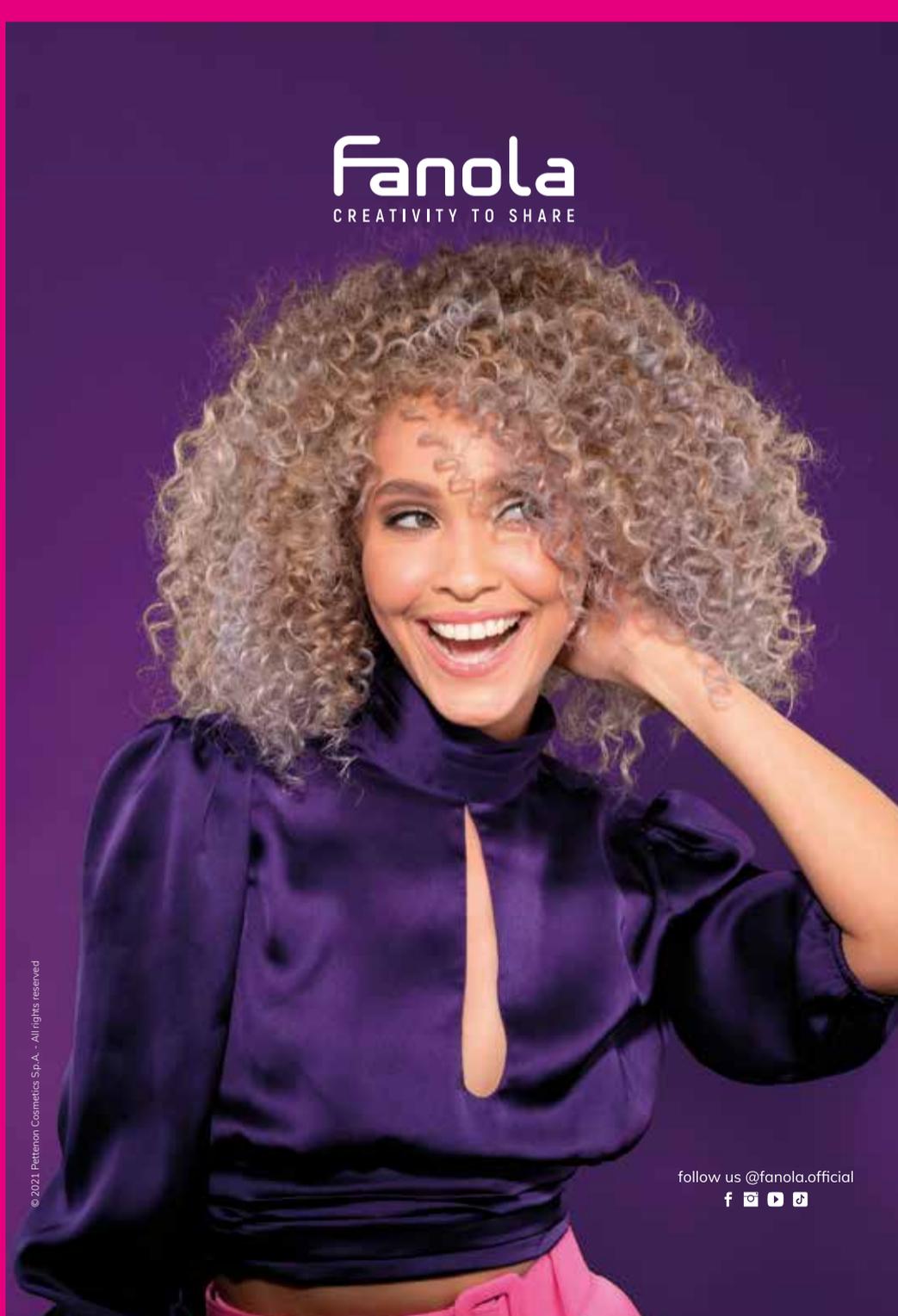
Sfumature a contrasto e colori armonici

La collezione Wonderful World firmata Fanola si declina in tre temi, ognuno dei quali si tinge di proprie caratteristiche personali. Colori freddi, glaciali, decisi con sfumature ad incastro. Le cromie, seppur contrastanti, sono in perfetta armonia e si esaltano con i tagli che vanno dalle linee nette a sconnessioni che danno movimento ad effetti statici e rigorosi.



Fanola

CREATIVITY TO SHARE



follow us @fanola.official

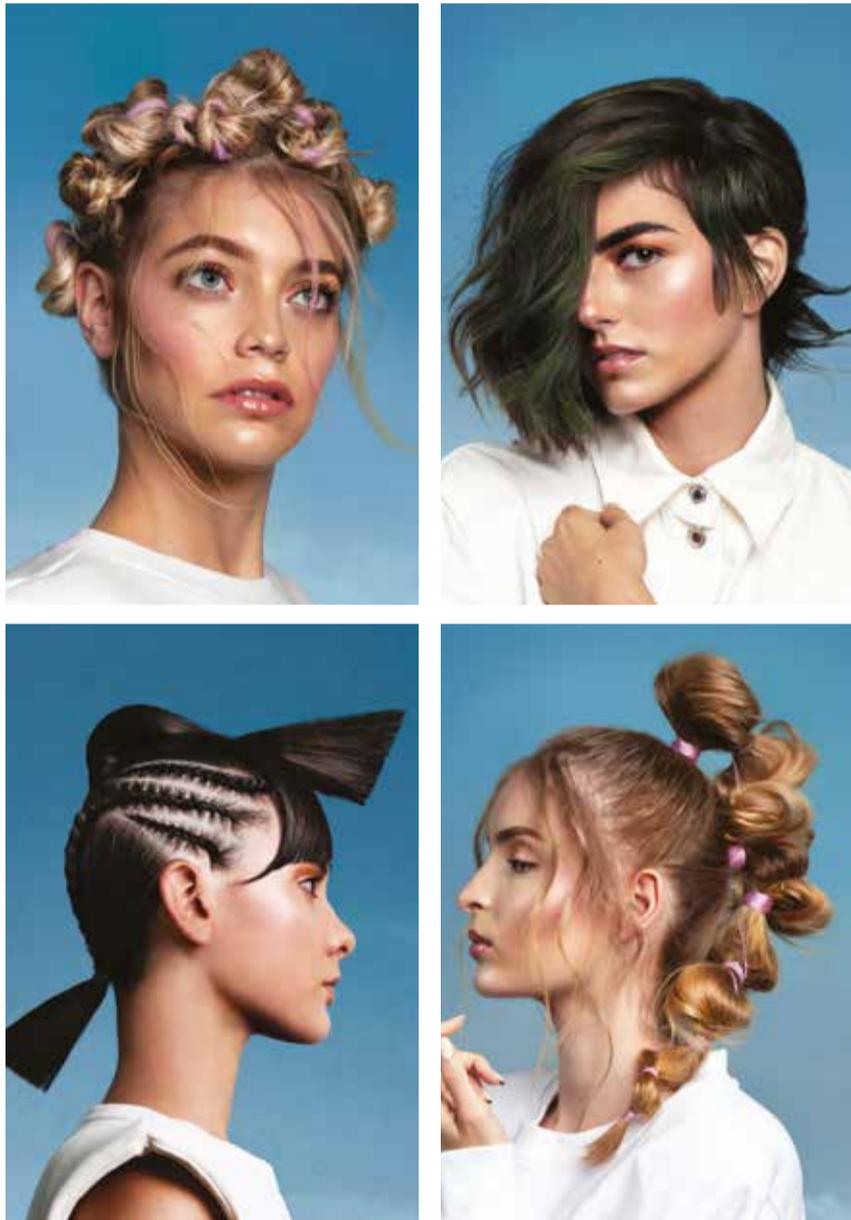
f i y t

© 2021 Petteon Cosmetics Sp.A. - All rights reserved

Dettagli audaci

Dettagli audaci

Texture e sfumature sono fresche e originali. I capelli diventano una sorprendente materia viva con irregolarità, sprazzi di colore e forme insolite in una dimostrazione di creatività, bellezza e vita.



Hair: Ivan Rodríguez - Photo: Jesús Herrera - Make up: Thessa Peralta, Greg del Toro
Styling: Ivan Rodríguez

DELICATE ARCHITETTURE

Delicate architetture

Le ciocche di capelli sono delicatamente intrecciate e impreziosite da colori che fluiscono naturalmente sul corpo, unendo i due in un insieme concettuale.



Hair: Manuel Mon - Photo: Bernardo Baragaño - Make up: Lorena Fernández
Products: Revlon Professional



BKA ITALIA è l'azienda cosmetica che da sempre propone prodotti ricercati e innovativi con una particolare attenzione all'uso di ingredienti di origine naturale.

Già nel 2016 **BKA ITALIA** ha dato vita alla linea **BIOCOMPLY** caratterizzata da prodotti di origine vegetale per la cura e la bellezza di cute e capelli. Una gamma dedicata al rispetto dell'ambiente e all'attenzione per la salute e il benessere dei propri clienti, con un laboratorio di ricerca e sviluppo sempre attento alla tecnologia delle sue formulazioni.

Un connubio tra natura e scienza.

Dalla colorazione ai trattamenti, fino ai prodotti per lo styling, **BIOCOMPLY** coniuga le proprietà di ingredienti tipici delle ricette di bellezza tradizionali con la moderna ricerca in ambito cosmetico, per creare prodotti sicuri, innovativi e clean per la bellezza dei capelli.

Le formulazioni, a base di materie prime selezionate e di origine vegetale, sono delicate e prive di sostanze di sintesi come SLS, SLES, parabeni o profumi di sintesi e per questo adatte anche a una clientela più sensibile e attenta.

BIOCOMPLY copre ogni esigenza del salone e offre soluzioni specifiche per tutte le tipologie di capello:

- Comply Color, l'esclusiva colorazione vegetale a base di erbe tintorie, una "terapia" vegetale per la bellezza dei capelli
- Daily Use, idratante e tonificante per uso frequente
- Anti-frizz, specifica per disciplinare i capelli ricci e contrastare l'effetto crespo
- Colored Hair, protezione e mantenimento dei capelli colorati
- Hair Loss, previene e contrasta la caduta dei capelli
- Dandruff, linea di prodotti antiforfora purificante e rinfrescante
- Sebum, specifica per capelli grassi disintossicante e normalizzante
- Kanapa, l'innovativo trattamento galenico cosmetico a base di canapa, totalmente privo di THC
- Vegetal Styling, una linea di prodotti per un finish impeccabile
- Biodefence, detergente igienizzanti mani con alcool a 70% vol.

BIOCOMPLY è un marchio di **BKA Italia**. Presente in oltre 17 Paesi, può contare su una rete estesa e capillare, in continua espansione.



LA COLORAZIONE
A BASE VEGETALE
Senza Ammoniaca,
Resorcina, PPD
e profumi di sintesi.



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

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

COMPLY COLOR

UNA TERAPIA VEGETALE PER I TUOI CAPELLI



Parlux ALYON® RED: una nuova colorazione per un asciugacapelli innovativo e professionale

A brevissimo sul mercato, il best seller degli asciugacapelli **Parlux ALYON®** nella nuova versione "Passion Red".

Questa nuova colorazione si aggiunge alle già disponibili (giallo, rosa, turchese, blu notte, giada, bronzo, oro, graphite opaco, nero opaco) e rappresenta una nuova, passionale versione dello strumento di lavoro per eccellenza del parrucchiere. Nei saloni potrà donare un'ulteriore nota di allegria, positività e creatività, anche in vista delle prossime festività natalizie.

Il colore rosso stimola energia, forti emozioni, amore e passione; sentimenti che i parrucchieri ben conoscono e generalmente trasmettono nel proprio lavoro, sia per esprimere al meglio la loro creatività sia per soddisfare appieno le esigenze della propria clientela. Questi sentimenti sono gli stessi che animano lo spirito che da oltre 40 anni **Parlux** impiega per la creazione e la realizzazione dei suoi prodotti al fine di ottenere sempre apparecchi professionali sicuri, efficienti e affidabili nel tempo, proprio come il **Parlux ALYON® RED**.

Si tratta di un phon professionale di elevata qualità con ottime caratteristiche tecniche: la potenza, la leggerezza, il motore innovativo K Advance® Plus, la lunga durata, i sistemi Air Ionizer Tech (l'ormai indispensabile sistema ionico per asciugature velocissime e capelli morbidi e lucenti) e HFS - Hair Free System (che cattura i capelli mantenendo l'apparecchio efficiente e pulito). Questo asciugacapelli è anche "Antibacterial", la sua superficie è trattata con una speciale vernice antimicrobica con polvere d'argento, una sorta di pellicola invisibile protettiva che impedisce la proliferazione di batteri e rende il suo utilizzo igienicamente sicuro, anche se non protegge dai virus come nell'attuale situazione sanitaria.



Questa nuova colorazione si aggiunge alle già disponibili (giallo, rosa, turchese, blu notte, giada, bronzo, oro, graphite opaco, nero opaco) e rappresenta una nuova, passionale versione dello strumento di lavoro per eccellenza del parrucchiere.

Questo apparecchio-gioiello dal colore rosso verrà posto in vendita anche in un'elegante confezione che include un altro eccezionale accessorio firmato Parlux: il rivoluzionario diffusore **MagicSense®** che asciuga rapidamente senza spettinare i capelli ricci e mossi, eliminando l'effetto crespo. Grazie al nuovo sistema DFO (Dynamic Flow System) di cui è provvisto, che combina in maniera ideale quantità d'aria emessa e temperatura, alla sua dimensione ottimale, alla speciale distribuzione dei fori e alle punte massaggianti che donano alla cute della cliente una piacevole sensazione rilassante, il diffusore **MagicSense®** potrà essere un ulteriore, valido strumento al servizio dell'estro e dell'originalità dei migliori hairstylist.





PASSIONE
PROFESSIONALE



PARLUX ALYON
RED

#WEAREPARLUX | PARLUX.IT |   

MADE IN ITALY - THE HAIR CHOICE

COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

.....
**LA FIERA LEADER MONDIALE
PER L'INTERA INDUSTRIA
DELLA COSMETICA E DELLA
BELLEZZA PROFESSIONALE**
COSMOPROF.COM
.....

BOLOGNA
QUARTIERE FIERISTICO
.....

10 - 13 MARZO 2022

COSMOPACK

COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

11 - 14 MARZO 2022

COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

Heads Collective

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

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

Show Aveda Global Team: Human X

Desiderio di colore, colore, colore è quello che emerge dal diciannovesimo Congresso annuale di Aveda che si è tenuto a Milano il 26 e 27 settembre 2021 e ha visto una presentazione supervivace dell'**Aveda Global Team: Human X**.

Lo show ha presentato look di hairstyle e makeup audaci, indicativi delle tendenze emergenti di oggi.

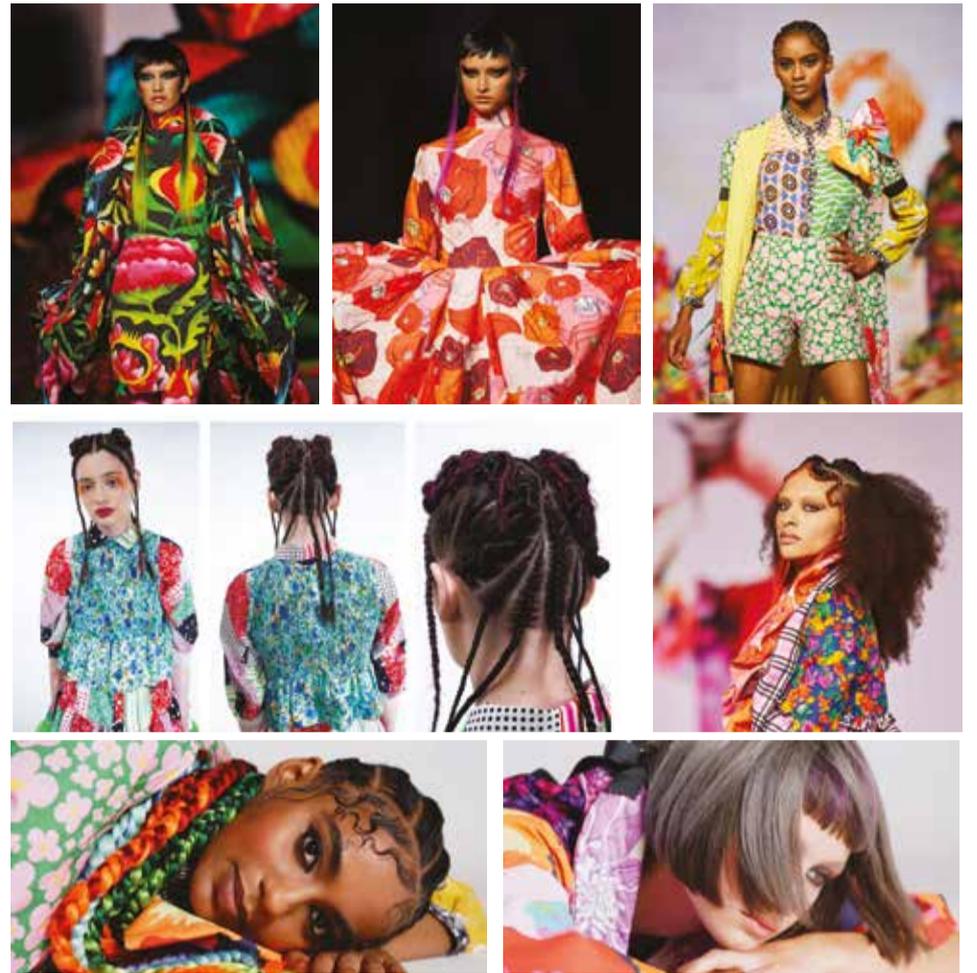
"Le grandi tendenze che stiamo vedendo in questo momento si ricollegano al massiccio cambiamento che abbiamo visto negli ultimi due anni", così **Janell Geason, Global Artistic Director, Makeup**.

La sfilata del team Aveda Global ha presentato un gruppo eterogeneo di modelle con tagli di capelli dalle linee forti e strati morbidi; trecce a caschetto; vibranti colpi di colore e un trucco drammatico per esaltare le loro caratteristiche individuali. Renee Gadar, Global Artistic Director, Texture ha affermato: "Ognuno di noi è la somma delle esperienze vissute. Come le trecce, la vita ha un modo di circolare e riunirsi per dare un senso colorato".

Con l'evoluzione dello smart working, l'Aveda Global Team ha riconosciuto che il colore audace dei capelli è salito alle stelle negli ultimi mesi, ora che la percezione di ciò che è professionale è cambiata. Ma gli ospiti vogliono qualcosa di più di quello che è appena uscito dalla scatola: vogliono qualcosa di veramente unico per loro.

"La personalizzazione per ogni ospite è qualcosa a cui Aveda ha sempre dato la priorità", ha detto Ian Michael Black, Global Artistic Director, Hair Color, "ma ora è diventato più importante che mai. Da un punto di vista educativo, ci piace creare e condividere una tecnica, ma anche il modo di personalizzarla. La personalizzazione è l'essenza dell'esperienza dell'ospite".

Ricardo Dinis, Aveda Global Artistic Director, Hair Cutting, ha concluso lo show dicendo: "La passione che abbiamo per il mestiere e l'arte è molto speciale qui in Aveda. Ovunque ci troviamo nel mondo, in questo momento siamo connessi".



Aveda Global Team:

Janell Geason, Global Artistic Director, Makeup Ricardo Dinis, Global Artistic Director, Hair Cutting Ian Michael Black, Global Artistic Director, Hair Color Renee Gadar, Global Artistic Director, Texture Bea Carmichael, Aveda Global Educator, Hair Styling

Novità dalle aziende

CELEBRATE YOUR COLOR

HOLI, DEMI-PERMANENT HAIR COLOR OIL

Holi Demi Permanent Color, la favolosa linea di colori in olio dalle tonalità vivide e brillanti.

La linea Holi nasce ispirandosi all'omonimo tradizionale festival Indiano, con il suo significato ricco di vita.

Un servizio di colorazione ad ossidazione demi-permanente tono su tono, delicato e senza ammoniaca, per capelli naturali, colorati o schiariti/decolorati. Le componenti oleose e l'esclusivo Deva-Plex, arricchiscono il sistema garantendo una preziosa protezione della fibra del capello.

- NO ADDED PPD & RESORCINOL
- ALCOHOL FREE
- AMMONIA FREE
- GLUTEN FREE
- VEGAN FRIENDLY



Un prezioso complesso di ingredienti naturali con la capacità di rendere i capelli estremamente idratati e luminosi.

Bamboo, cotone e papaya esaltano infatti lo splendore e il colore delle lunghezze.

Il termine "Deva" deriva dal sanscrito e possiede l'importante significato di "ciò che emana luce".

Sinonimo quindi di un risultato ottimale, Deva-Plex racchiude in sé proprietà straordinarie.

SCOPRI
LA NUOVA
LINEA HOLI

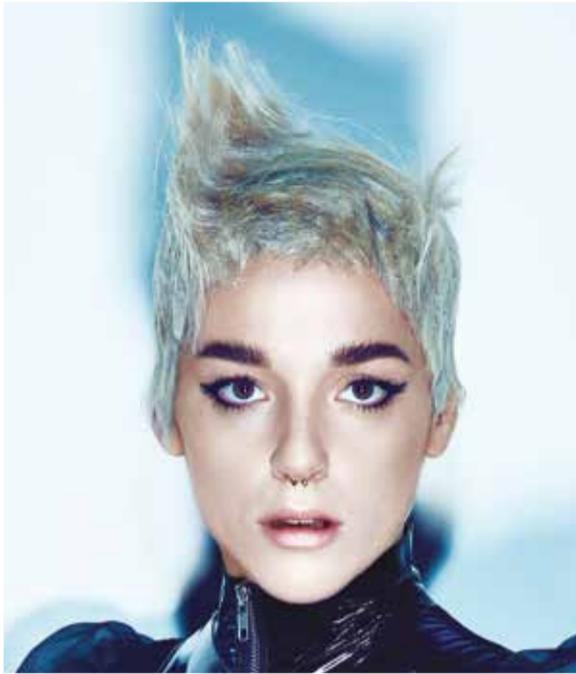


www.ilovesensus.it/linee/holi

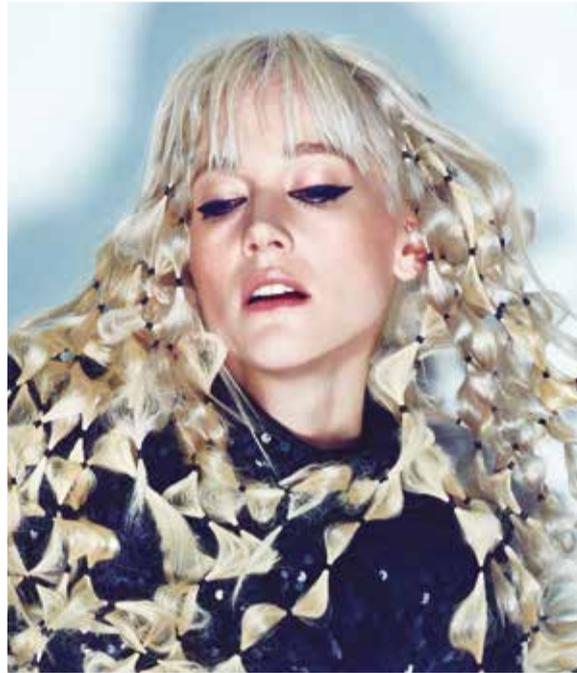
sensus®

HOLI

www.ilovesensus.it



Linee forti
Gioca con le linee
decostruite e con i
movimenti dei capelli.



Hair: Brodie Lee Tsiknaris from Rokstar
Salon: Rokstar Salon, Brisbane
Photo: Milos Mlynarik
Make up: Pablo Morgade
Stylist: Jessica Jade

LINEE FORTI

SEWARD MEDITER HAIR CARE

Scopri
il mondo Mediter



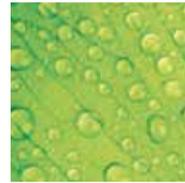
HYPER-TECNOLOGICA grazie a ingredienti naturali potenziati, combinati a nuove molecole altamente performanti, per un'efficacia visibile che caratterizza i nuovi e innovativi trattamenti. **Reforce, Remedy, Volume, Comfort, Therapy, Absolute, Nutrive, Hydra, Purple, Alchemy, Botanical**: una gamma completa di prodotti con soluzioni su misura dedicate alle più diverse esigenze.

NOVITA' SEWARD MEDITER WI-FI DIAGNOSTIC PROGRAM Dalla diagnosi ai trattamenti personalizzati

Nasce il nuovo metodo professionale per supportare il professionista in salone.



FITOCOMPLESSI VEGETALI, selezionati ed esclusivi, ottenuti da piante a coltivazione biologica certificata, vengono potenziati nella loro efficacia grazie al **processo dell'IperFermentazione**.



OLI BIOLOGICI, attivati per via enzimatica, offrono un'amplificata funzionalità cosmetica sulla fibra capillare.



100% Made in Italy

Alta componente di origine naturale

Formule professionali ad efficacia sperimentata, dermatologicamente testate e nickel tested

Vegan Friendly



Nelle nostre formule non utilizziamo:

COLORANTI SINTETICI - EDTA - SLS E SLES - SILICONE D5 - PARABENI
TIAZOLINONI - CESSORI DI FORMALDEIDE - NANO-MATERIALI

Helen Seward Milano

Helen Seward Milano

helenseward_official

Maggiori info: www.helenseward.it



**seward
mediter**
h a i r c a r e

**QUANDO IL NATURALE
DIVENTA HYPER-TECH**

NASCE LA NUOVA MEDITER.

La nuova cura per la bellezza dei capelli nasce nel cuore del Mediterraneo.

Una natura potenziata, che offre alla Cosmetica nuove soluzioni di trattamento.



Helen Seward
MILANO

Scopri di più su www.helenseward.it

Powered by hyper-tech nature

Grande soddisfazione per il ritorno di Salon International 2021

In quest'ultima edizione di Salon International l'attesissimo hairdressing britannico è ritornato in piena forma dopo un periodo buio di 18 mesi.

Il rinomato evento londinese si è concluso al termine dell'intenso weekend del 16-18 ottobre 2021 avuto luogo all'ExCel di Londra. Finalmente hair brands e produttori leader di settore hanno potuto celebrare di nuovo il meglio dell'innovazione, creatività e formazione nel campo dell'acconciatura. È stato emozionante rivedere sullo stesso palco l'atteso ritorno di brand da salone insieme a nuovissimi espositori che hanno presentato i loro indispensabili prodotti, a partire dagli strumenti innovativi per lo styling alimentati dalle più recenti tecnologie all'avanguardia fino agli immancabili prodotti essenziali per ogni acconciatore. Questo incredibile show ha inoltre fornito ai parrucchieri l'opportunità perfetta per fare acquisti e saperne di più sui nuovi lanci di mercato che li aiuteranno a incrementare il loro business, ad alimentare la vendita al dettaglio e ad accattivarsi i clienti felici di far ritorno in salone.

Questi tre intensi giorni di hair look hanno visto un fitto programma ricco di manifestazioni e eventi straordinari:

SEMINARI

La formazione è stata sempre un elemento fondamentale, protagonista ogni anno al Salon International. I Seminari di Salon International hanno sempre dato l'opportunità di approfondimenti con sessioni raccolte e curate da Mahogany, Patrick Cameron, Sassoon Academy e TONI&GUY. Queste lezioni live hanno dato la possibilità di condividere le ultime tecniche su taglio, colore e styling e hanno permesso di esplorare nuove idee per il lavoro sia creativo, sia commerciale.

HAIRDRESSERS JOURNAL INTERNATIONAL STAGES

Con i HJ, Modern Barber and Colour Stages, gli spettacoli gratuiti hanno coperto una ampia varietà di argomenti: dalle tecniche di colore che sono remunerative e fanno risparmiare tempo, all'arte d'avanguardia creata per ispirare.

BUSINESS LIVE

Dopo il danno sofferto dalle industrie a cause dei vari lockdowns dell'ultimo anno, le sessioni Business Live, tenute da gruppi di esperti, hanno fornito uno sguardo approfondito su varie tematiche regalando spunti e consigli pratici per aiutare i parrucchieri su come realizzare pienamente il loro potenziale imprenditoriale e rimanere sempre aggiornati in un mondo ricco di sfide e sempre in evoluzione.

FINALISTI

Anche i celebri British Hairdressing Awards di HJ, sponsorizzati da Schwarzkopf Professional, hanno fatto ritorno sullo stage dell'ultima edizione di Salon International. La competizione Barber Clash presentata da Modern Barber Magazine, Salon International e Mike Taylor Education, ha premiato barbieri e parrucchieri per uomo nelle seguenti 4 categorie:

UK's Freshest Fade: Connor Mcleod

Artistic Barber of the Year: Kimberley Fletcher

Beard and Moustache Champion: Mathew Maxwell

Afro Barber of the Year: Graham Grimshaw

La HJ's Extensions Competition, sponsorizzata da Remi Cachet, ha presentato categorie sia nel campo commerciale che creativo con i seguenti vincitori:

Classical Look: Alex Ferris

Creative Look: Sianna Munday

Overall Winner: Joanne Fox

GALLERIA

Area di grande ispirazione, la Galleria ha rappresentato un altro punto culminante di questa esperienza proponendo sia le collezioni di acconciatura presentate da ogni finalista ai British Hairdressing Awards sia gli straordinari lavori dei candidati al British Hairdresser of the Year.

L'ultima edizione di Salon International ha offerto un programma ricco di eventi e denso di idee perfette per aiutare i saloni a livello mondiale a poter prosperare sia dal punto di vista creativo che commerciale. Gli organizzatori sono entusiasti di aver riunito tutti, espositori e visitatori, sotto lo stesso tetto e non vedono l'ora di dare il benvenuto a tutti l'anno prossimo per uno spettacolo ancora più grande e migliorato.



BambooKi, schiariture armoniche in 20 minuti

Kikò Nalli è uno degli hair stylist più famosi in Italia, personaggio pubblico ed ex concorrente del *Grande Fratello*, un creativo con mille progetti in testa. Lavora tantissimo e non si ferma mai. L'ultima sua idea originale ha fatto boom, anzi meglio dire BambooKi.

L'abbiamo incontrato a OnBeauty e ci siamo fatti raccontare tutto di questa che lui chiama rivoluzione nella colorazione e che è diventata realtà dopo anni di lavoro anche grazie a Gamma Più, brand di asciugacapelli, che ha sposato l'idea e oggi lo distribuisce in esclusiva.



Kikò Nalli

Che cos'è BambooKi?

È uno strumento a forma di canna di bamboo con diversi fori che permette di realizzare una nuova tecnica di balayage. Il risultato sono schiariture naturali, armoniche che vengono realizzate in 20 minuti, una vera svolta per l'acconciatore sempre desideroso di fare un buon lavoro, ma anche di velocizzarlo. Shatush, balayage e degradè sono servizi molto richiesti in salone, ma che richiedono tanto tempo. **BambooKi** sveltisce notevolmente il tempo e la schiaritura è perfetta.

Come si usa?

È semplicissimo. Si dividono i capelli in due code che vengono avvolte nella carta stagnola e poi inserite nel **BambooKi**; quindi si sfilava la stagnola; con un uncinetto si estraggono le ciocche che verranno decolorate, avvolte di nuovo nella carta stagnola e scaldate con il phon. Infine si passa al risciacquo.

Il risultato è armonico e naturale.

Non è un risultato standardizzato?

BambooKi non ha fori casuali, ma ben studiati e poi l'acconciatore sceglie i punti dove desidera schiarire.

Inoltre, abbiamo lanciato **BambooKi** versione plus, con basi a forma di margherita per la stabilità (serve per la posa), mantelle protettive e gommini riduttori in lattice per lavori di sfumature leggere, graduali e profonde, evitando tra l'altro che il decolorante penetri nel tubo.

Come è nata l'idea del BambooKi?

L'ispirazione mi è venuta vedendo sul balcone di casa una lunga canna di bamboo rinsecchita. L'ho presa e messa nel bagagliaio della macchina e sono andato nel mio salone di Ostia. Lungo la strada ho visto tantissimi bamboo. Mi è sembrato che questa coincidenza mi stesse suggerendo qualcosa di grande. Da lì non mi sono fermato. Dopo anni di studio e sperimentazione ho messo a punto un accessorio veramente utile e sorprendente: **BambooKi**.

Valentina Vacalebri



Gamma+ XCELL

L'ASCIUGACAPELLI DEL FUTURO

Asciugacapelli ultraleggero con motore digitale e tecnologia ionica



- **ASPIRAZIONE 3D a 360°**
garantisce un flusso d'aria superiore e un migliore filtraggio dell'aria



- **MOTORE DIGITALE DI LUNGA DURATA**
da 110.000 giri al minuto che genera una pressione d'aria estrema



- **INTELLIGENZA ARTIFICIALE**
super avanzata e gestione intelligente della temperatura

ELEGANT



88x5mm

DELICATE



75x5mm

CLASSIC



64x7mm

EXTREME



64x4,8mm

www.gammapiu.it



Progettato, assemblato e collaudato in

Gamma+



Sfumature autunnali

Morbidi perimetri accarezzano il viso e il collo, allungandosi con una 'side fringe' dolce e sensuale.

Le diverse nuance dei biondi freddi, flash di luci più chiare si mescolano armonicamente.

Le chiome lunghe rievocano gli anni '70 con cromie mixate come il nocciola, il rame e il cioccolato.

Art director: Mauro Galzignato
Hairstylists: Davide Carlucci, Diego Comandulli, Maurizio Di Saverio, Riccardo Rogari, Matteo Sartini for Kemon Crew;

Photo: Pier Nicola Bruno;
assistant, Luca Fornaro

Make Up: Jessica Falerno, Eva Mardahja

Sfumature autunnali



Effetto wow

Effetto wow

Escessive tonalità per una collezione editoriale.

Hair: Becky Sutherland, Pink Lemon Hair for OSMO - Assistants: Lesley Stitt, Adele Clarke, Shaunnie Stephens - Photo: Anthony Marc - Make up: Lainya Craig, Michelle Hardwick
Stylist: Bella Osterman- Products: OSMO Ikon

ALTER EGO ITALY presenta FAST COLOR 10'

*Il nuovo servizio di colorazione
completo e performante in salone in soli 10 minuti*

Velocizzare il servizio colorazione oggi più che mai è una necessità sia della cliente sia del professionista.



Alter Ego Italy, brand haircare professionale, lancia **Fast Color 10'**, una **crema colorante permanente** per capelli, **Vegan Friendly**, che garantisce un risultato brillante e uniforme assicurando la copertura dei capelli bianchi fino al 100%, senza alcun sovraccarico di pigmenti, una luminosità duratura. La sua formula ha anche una fragranza delicata dalle note floreali. Una linea complementare alla colorazione Technofruit color per dare al parrucchiere la possibilità di aumentare la fiche media in poco tempo con servizi aggiuntivi.

Come funziona

Fast Color 10' è sviluppata con sostanze veicolanti di ultima generazione in grado di accelerare la penetrazione del pigmento all'interno del capello, senza creare sovraccarico, regalando un'altissima performance. La formula, senza PPD e Resorcina, è arricchita con l'estratto di malva, conosciuto per le potenti proprietà antiossidanti in grado di donare anche una profonda idratazione e rigenerazione della fibra e utilizzato per apportare estrema lucentezza al capello, e con l'estratto di orchidea, agente rinvigorente e illuminante che conferisce morbidezza e setosità ai capelli trattati, capace di rallentare la formazione di doppie punte e rinforzare la fibra in profondità. Scelta sostenibile anche per il packaging realizzato con materiali riciclati, compostabili e responsabili.

18 nuance divise in 5 serie cromatiche

Naturali: ravvivano il colore amplificandone e abbellendone i toni naturali, mantenendone l'equilibrio cromatico e garantendo la copertura dei capelli bianchi.

Marroni: tonalità marroni, dai giochi di sfumature fredde. Colori pieni e ricchi, dal riflesso equilibrato per illuminare la chioma in modo molto naturale.

Dorati: riflessi biondi e dorati ideali per ravvivare il colore del capello ed enfatizzarne la brillantezza, per un risultato naturale, intenso e luminoso.

Rame: nuance caratterizzate da ricche sfumature, toni avvolgenti e brillanti ideali per accendere i capelli con riflessi caldi.

Rossi: nuance intense e vibranti dalla forte personalità. Riflessi viola rossi dal carattere deciso per esaltare la brillantezza e la creatività cromatica sul capello.



Fast Color 10': tre servizi in salone

BRIGHT COLOR, per il mantenimento del riflesso tra un colore e l'altro e per creare una leggera tonalizzazione del riflesso su schiariture parziali;

TONE ON TONE, per un effetto colore pieno e luminoso, per il recupero di colore su lunghezze e punte e per creare un effetto tono su tono su capelli naturali;

ICE BLONDE, per ottenere un effetto biondo "ice" su schiariture a fondo 9-10 e per neutralizzare i riflessi caldi indesiderati.

Alter Ego Italy

Hair: Gogen Team as Artistic Direction for Alter Ego Italy
Photo: Marco Di Filippo



ALTER EGO
ITALY

BEAUTY & KINDNESS

www.alteregoitaly.com



ECESSI PORTABILI



Hair: David Pastor (Salones CV by Carlos Valiente)
Photo: Esteban Roca
Make-up: Nacho Sanz
Wearing: Art Team Salones CV

Eccessi portabili

Al premio spagnolo Club Fíguro queste foto hanno vinto il premio NEWCOMER OF THE YEAR, come acconciatore esordiente.

Hair: Manuel Chirico
Photo: Laura Cambia,
Make Up: Isabella Sciolari



Italiano TAGLIO

- 1-2. Iniziare il bob dalla parte della nuca tracciando una sezione al lobo dell'orecchio (fig 2).
3. Prendere una seconda sezione parallela dalla parte più alta dell'orecchio (fig 3).
- 4-5. La terza sezione arriva fino alla fine dell'arcata sopraccigliare e dopo aver tagliato la zona della nuca, il laterale lo si pettina indietro verso la zona mastoidea (fig 4-5). Si eseguono gli stessi passaggi anche sull'altro lato.
6. Sulla sommità del capo, dividere alla fine delle arcate sopraccigliari, un triangolo non più spesso di tre dita dalla attaccatura frontale con il vertice verso il centro della testa, e che non vada oltre la fine delle arcate sopraccigliari. Dividere poi un secondo triangolo parallelo al primo con il vertice coincidente al centro della testa (fig 6).
- 7-8. Decidere il verso della riga e dividere una sezione verticale che va dal lato del secondo triangolo (quello più grande) fino alla parte più alta dell'orecchio, e tagliare ponendo le dita con un'inclinazione che va dalla fine dell'arcato sopraccigliare, passando sotto il lobo dell'orecchio fino a congiungersi alla lunghezza finale (fig 7-8). Eseguire questa operazione solo per uno dei due lati; il lato opposto rimane lungo.
- 9-10-11. Tagliare ora il triangolo più grande con sezioni verticali, portando i capelli verso il centro della testa e, ponendo le dita in modo tale da ottenere un angolo concavo di 45° al centro. La punta delle dita deve essere rivolta verso il centro della testa.
- 12-13. Tracciare sezioni orizzontali nel triangolo più piccolo (quello della franja fig 12) e tagliare sollevando i capelli dal viso. (fig 13). Eseguire questa operazione in tutta questa sezione.

English CUT

- 1-2. Start the bob from the nape of the neck by tracing a section at the earlobe (fig 2).
3. Take a second parallel section from the highest part of the ear (fig 3).
- 4-5. The third section reaches the end of the browbone and after cutting the nape area, the lateral is combed back towards the mastoid area (fig 4-5). The same steps are also performed on the other side.
6. On the crown of the head, divide at the end of the browbones, a triangle no thicker than three fingers from the front attachment with the vertex towards the center of the head, and that does not go beyond the end of the browbones. Then divide a second triangle parallel to the first with the vertex coinciding in the center of the head (fig 6).
- 7-8. Decide the direction of the line and divide a vertical section that goes from the side of the second triangle (the largest one) up to the highest part of the ear, and cut by placing the fingers with an inclination that goes from the end of the eyebrow arch, passing under the earlobe until it joins the final length (fig 7-8). Carry out this operation only for one of the two sides; the opposite side remains long.
- 9-10-11. Now cut the larger triangle with vertical sections, bringing the hair towards the center of the head and, placing the fingers in such a way as to obtain a concave angle of 45° in the center. The fingertips should point towards the center of the head.
- 12-13. Trace horizontal sections in the smaller triangle (that of the fringe fig 12) and cut by lifting the hair from the face. (fig 13). Do this throughout this section.

Español CORTE

- 1-2. Comience la sacudida desde la nuca trazando una sección en el lóbulo de la oreja (figura 2).
3. Tome una segunda sección paralela de la parte más alta de la oreja (figura 3).
- 4-5. La tercera sección llega al final del arco de la ceja y después de cortar el área de la nuca, el lateral se peina hacia el área mastoidea (fig. 4-5). Los mismos pasos también se realizan en el otro lado.
6. En la coronilla, dividir al final de las cejas, un triángulo no más grueso de tres dedos desde el accesorio frontal con el vértice hacia el centro de la cabeza, y que no vaya más allá del final de las cejas. Luego divida un segundo triángulo paralelo al primero con el vértice coincidiendo en el centro de la cabeza (figura 6).
- 7-8. Decida la dirección de la línea y divide una sección vertical que va desde el lado del segundo triángulo (el más grande) hasta la parte más alta de la oreja, y corta colocando los dedos con una inclinación que vaya desde el final del arco de la ceja, pasando por debajo del lóbulo de la oreja hasta que se une al largo final (fig. 7-8). Realice esta operación solo para uno de los dos lados; el lado opuesto permanece largo.
- 9-10-11. Ahora corta el triángulo más grande con secciones verticales, llevando el cabello hacia el centro de la cabeza y colocando los dedos de tal manera que obtengas un ángulo cóncavo de 45° en el centro. Las yemas de los dedos deben apuntar hacia el centro de la cabeza.
- 12-13. Trazar secciones horizontales en el triángulo más pequeño (el de la franja de la figura 12) y cortar levantando el cabello de la cara. (figura 13). Haga esto a lo largo de esta sección.

Capelli danneggiati da trattamenti chimici e agenti esterni? 3 FORCES di HSA Cosmetics è una rivoluzione formulativa per la protezione e la riparazione

3 FORCES è una vera e propria rivoluzione in ambito tricologico ideata da **HSA Cosmetics** che presenta un'evoluzione scientifica nel mondo della protezione del capello durante i trattamenti chimici in salone nonché riparazione dei danni causati da agenti esterni. È un sistema di prodotti compatto, ma completo, pensato per il **mercato private label**, quindi ideale per tutti i brand che desiderano presentare al mercato una linea dirompente, altamente performante con un potente concetto scientifico e naturale alla base.

Pensato sia per il mondo **professionale** che **retail**, rappresenta un passo avanti grazie **alla sua innovazione formulistica, data dalla sinergia di 3 tecnologie cosmetiche** ideate per tutte le tipologie di capello e che lavorano simultaneamente per proteggere e riportare in salute la chioma donando immediata morbidezza e luminosità. In dettaglio sono: **Protective Mineral Technology**, a base di sali minerali;

un'innovativa **Hair rebirth Technology** data da un **mix di ingredienti naturali** quali l'acido malico, gli acidi della frutta, le proteine e gli amminoacidi che si legano ad un Biopolimero filmante ed, infine, **l'Hyperfermentation technology** che prevede l'iperfermentazione del caffè verde, il quale possiede **proprietà antiossidanti** e preziose **funzioni anti-età** per i capelli.



Nouvelle
new generation

MADE IN ITALY
nouvellecolor.com - hsacosmetics.com



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 delle tue clienti.

L I S S & L U X E



LUXURY
HAIR PRO

created by Green Light

IL NUOVO SISTEMA RIVOLUZIONARIO CHE RIDEFINISCE IL LISCIO PERFETTO SENZA FORMALDEIDE.

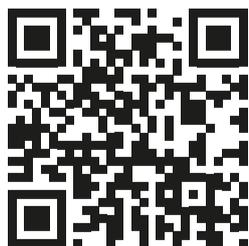
Scopri l'innovativo **KIT sistema lisciante professionale, senza formaldeide, solfiti e parabeni aggiunti**, ideale per ogni tipo di capello e con una **rivoluzionaria formula antigiallo**. **5 prodotti di ultima generazione**: 2 creme liscianti multifunzione, 1 shampoo preparatore, 1 shampoo e balsamo nutriente; un nuovo sistema a base di un **Complesso Fitoceutico Vegetale** che dona un'azione ristrutturante e condizionante. **LISS&LUXE** agisce sulla forma e la struttura cheratinica del capello senza danneggiarlo, lo rende magnificamente **liscio, nutrito e setoso al tatto!**

ANTI-YELLOW

SHINY

SILKY

NOURISH



**SCANSIONAMI
ED ESPLORA
IL MONDO LISS&LUXE!**

CONTATTACI:
ordini@nggrp.com
Tel.: 030 336 7069

 greenlightofficial01
 GreenLightItalia.Official
 greenlight.it

 La Cosmetica Umanistica®

AI POLIESTETICO DI MILANO non solo formazione superiore

È iniziato il Corso Tecnico del Colore nell'Industria Cosmetica



È stato inaugurato a ottobre 2021 il POLIESTETICO DI MILANO, a Paderno Dugnano, un vero e proprio Ateneo della Bellezza e della Cosmesi che guiderà i futuri operatori della bellezza e del benessere in una nuova avanguardia professionale.

È stato ideato, voluto e progettato da **Giannantonio Negretti**, l'imprenditore visionario che per primo ha introdotto in Italia il concetto di Cosmetica Umanistica.

Questo tempio propone un'istruzione inclusiva e propositiva e ha l'obiettivo di elevare le competenze degli allievi, ponendo al centro la cultura in un'ottica multidisciplinare, dove materie umanistiche e tecniche si fondono.



All'interno del POLIESTETICO DI MILANO, i giovani sono stimolati a percepire positivamente la scuola e se stessi, grazie a una serie di interventi sugli strumenti a supporto della didattica come i plastici della pelle e dei 5 organi di senso, i vari materiali che facilitano l'apprendimento della teoria della luce e del colore, i manuali di tricologia, la creazione di una collana editoriale "Bellezza Cosmesi" (Editoriale Delfino) dove si dà voce a scienziati e professori universitari che hanno messo a punto tali strumenti.

A loro è data voce anche attraverso il canale Youtube Professional Beauty Channel, mediante video che indagano sulla scienza che c'è dietro la cosmetica e la bellezza.

Nei piani formativi dei percorsi 2021-2022 sono previsti inserimenti di nuovi contenuti e approfondimenti all'interno di diverse discipline tra cui Colorologia teorica e applicata, Dermotricologia, Dermatologia, Cosmetologia, Anatomia e Fisiologia, anche attraverso dei moduli, progettati ad hoc, come Storia della bellezza e della cosmesi, Cultura classica estetica, Dermatologia biotipica, INCI, Safe Cosmetology, Spa concept, Musicoterapia. Tali contenuti saranno erogati direttamente dai professori che fanno parte del comitato scientifico.

Ma ci sarà anche un calendario di **Master di Alta Formazione** rivolti ai professionisti, acconciatori ed estetiste, che desiderano di una formazione avanzata.

La formazione scientifica sul colore nel POLIESTETICO DI MILANO avrà un posto preminente, non solo attraverso gli approfondimenti scientifici ma anche attraverso l'ausilio di strumenti innovativi introdotti nella didattica, che non sarà frontale ma innovativa.

CORSO TECNICO DEL COLORE

Il POLIESTETICO DI MILANO - centro di formazione professionale accreditato da Regione Lombardia - erogherà un corso IFTS (**Istruzione e Formazione Tecnica Superiore**) per **Tecnico del Colore nell'Industria Cosmetica**, una figura professionale altamente specializzata nella gestione e controllo qualità del colore all'interno di aziende del settore cosmetico e sempre più richiesta.

Lo scopo del corso è formare un professionista fortemente innovativo, richiesto dalle aziende per aumentare la propria competitività e ridurre gli scarti di produzione. Alla fine del percorso, il Tecnico del colore potrà inserirsi operativamente in diversi settori professionali e aziende dell'industria cosmetica.

Il corso è studiato per fornire ai futuri professionisti le competenze adeguate all'inserimento immediato nel mondo del lavoro: non solo lezioni in aula ma esercitazioni in laboratori e 500 ore di stage, per un totale di 1000 ore, al termine della quali verrà rilasciato il Certificato di Specializzazione Tecnica Superiore.

L'ORGANIZZAZIONE

Il corso è stato progettato in collaborazione con l'Università di Milano, l'Istituto Tecnico Industriale "Pino Henseberger", l'Istituto Tecnico Tecnologico e Liceo Scientifico opzione Scienze Applicate "E. Molinari" e NG GROUP UNIVERSAL e avrà al suo attivo docenti di altissimo livello tecnico e scientifico. Il corso si svolgerà in orario pomeridiano presso le sedi degli organizzatori.

REQUISITI, SELEZIONI E COSTI

Il corso è riservato ai candidati in possesso di diploma di istruzione secondaria superiore o il diploma professionale di tecnico conseguito nei percorsi di leFP (sistema di istruzione e formazione professionale). I candidati dovranno risultare in stato di inoccupazione o disoccupazione oppure occupati con un reddito di lavoro dipendente o autonomo al di sotto dell'importo minimo imponibile ai fini fiscali al momento dell'iscrizione.

Il corso è accessibile ai candidati di età inferiore ai 30 anni.

Il corso è a numero chiuso per un massimo di 25 iscritti ed è gratuito.

DISCIPLINE DI STUDIO E DOCENTI

I docenti, altamente qualificati, sono esperti e professionisti di diversi settori: cosmetologia, chimica, fotografia, cinema, moda, informatica, inglese, make-up, colorimetria, color trend forecasting, colorazione dei capelli, packaging cosmetico, impianti industriali, colore digitale, fisiologia dei sensi.

Durante tutto il percorso formativo metteranno a disposizione la loro esperienza e le loro competenze.

Inoltre, per garantire un percorso idoneo alle attuali richieste del mondo del lavoro, il corso prevede 82 ore di lezioni in inglese.

Per informazioni: www.tecnicoelcolore.it

Il Corso è gratuito e finanziato dalla Regione Lombardia e dal Fondo Sociale Europeo nell'ambito del POR FSE



POLIESTETICO[®] DI MILANO

Ateneo della Bellezza e della Cosmesi



LA NUOVA BELLEZZA ACCADEMICA
RINASCE A MILANO

milano.poliestetico.com

Lunghezze femminili

Tagli rivisitati ed essenziali.
Lunghi e raffinati, in versione carré,
grafici o ancora corti e boyish.
Più che mai adatti al mood di oggi.



Franck Provost



COMPAGNIA DEL COLORE™



Cappuccino

GODITI LA
Colazione
Italiana

Compagnia del Colore reinterpreta la ricetta nell'esclusiva **Linea di Ricostruzione Cappuccino**: eccellenza degli ingredienti e tecnologie d'avanguardia si fondono in una linea di prodotti innovativa e funzionale dedicata alla **ristrutturazione di capelli trattati e stressati**.



Sentirsi libere

Il French Long Shag evoca immediatamente l'immagine senza tempo di Jane Birkin con la sua frangia lunga, piena ma con gli ultimi centimetri soffici, che sfiora lo sguardo, rendendolo elegantemente sexy. Ci si sente libere anche con ricci senza fine.



SENTIRSI LIBERE

Compagnia della bellezza



Nat Keratin BOOST&CARE

Nat Keratin Boost&Care trattamento booster ristrutturante alla cheratina per capelli danneggiati

Le bustine **Nat Keratin Boost&Care**, una volta miscelate, formano un'emulsione morbida **districante e ristrutturante rinforzata** dalla presenza della cheratina, che è la principale componente strutturale dei capelli.

Questo **trattamento booster** è particolarmente consigliato per chi ha capelli molto danneggiati o sfibrati, a causa di trattamenti aggressivi come permanenti, tinture o decolorazioni; inoltre è un trattamento indicato per dare corpo e volume ai capelli fini oppure particolarmente lunghi.

Il trattamento **Nat Keratin Boost&Care** è consigliato in abbinamento allo **shampoo Nat Keratin CALMAR**.

Nat Keratin BOOST&CARE

Nat Keratin boost&care is a keratin booster treatment for damaged hair

The sachets **Nat Keratin Boost&Care**, once mixed together, form a soft **detangling and rebuilding emulsion reinforced** by the presence of keratin, which is the main structural component of the hair.

This **booster treatment** is particularly suggested to people with very damaged or worn out hair, like those often undergoing aggressive treatments like perms, dyes or bleaches.

It is also a treatment to give structure and volume to thin or very long hair.

The **Nat Keratin Boost&Care** treatment is suggested in pair with **Nat Keratin CALMAR shampoo**.



Calmar Professional srl

Via Angelo Bizzozero, 104 20032 Cormano MI

tel e fax 02 3932 2699

email: info@calmarprofessional.com

www.calmarprofessional.com

SI CERCANO DISTRIBUTORI PER ZONE LIBERE

HAIR
MODA



VOLUMI VERSATILI PER MOSSI LEGGERI

Volumi versatili per mossi leggeri

È il taglio ideale per le lunghezze medie e lunghe, perfetto per capelli mossi, ricci o lisci. La sua versatilità si gioca lasciando il peso nella parte anteriore del taglio di capelli.



Hair: Noel Halligan and Corey Taylor at NOCO Hair, Bristol - Photo: Amanda Thomas - Make up: Shari Knowles



dettagli di luce

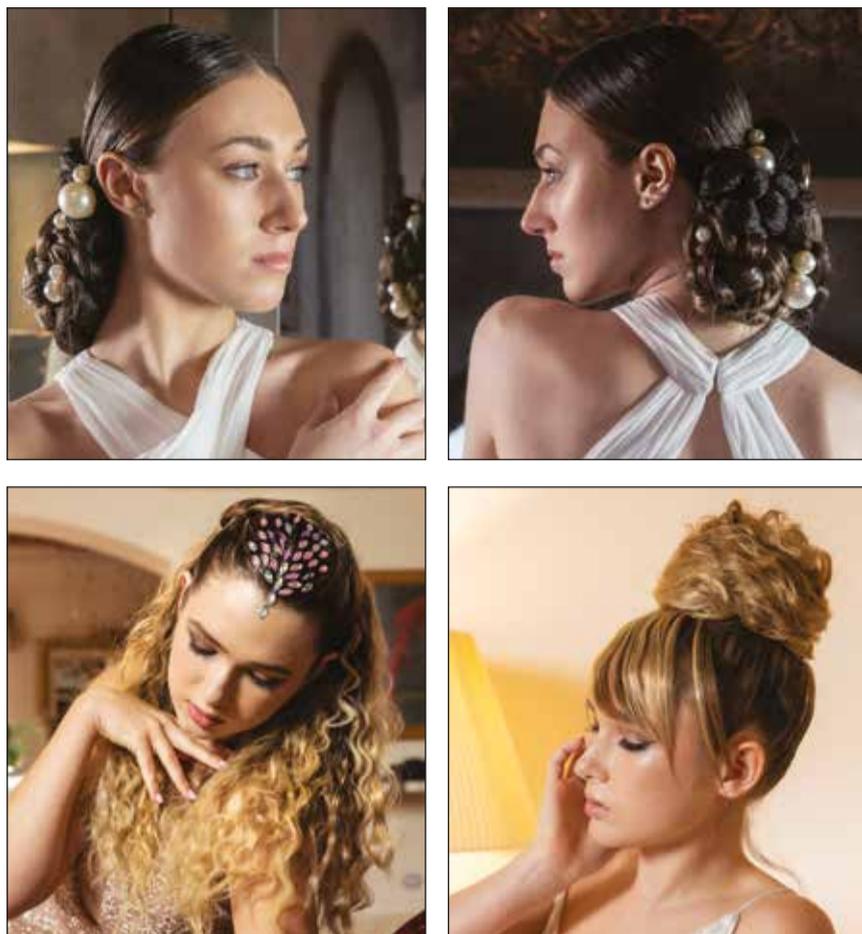
Dettagli di luce

Il look si accende con un caschetto alla francese di media lunghezza con ciocche irregolari. Un gloss esalta il contrasto delle radici del Surfer Babylight dal balayage. Il taglio dalle lunghezze ondulate, invece, molto strutturato grazie a due ciocche corte a contrasto e a una frangia lunga. Il terzo stile è presenta caldi riflessi color pesca per una personalità affermata.



Direction artistist: Olivier de Vriendt,
Frédéric, Guillaume Bérard
MOD's hair
Photo: Harold Bérard, (Assistent)
Patricia Zheng
Make up: Alice Gabbai





Sandra Bucalossi e Daniele Pavarani per Framesi

Intrecci preziosi

Pensati per la sposa, ma anche per un'occasione importante, queste acconciature sono preziose e eleganti.

Intrecci preziosi

Novità dalle aziende

Trattamento all'ossigeno contro le problematiche di pelle e capelli

Soprattutto durante il cambio di stagione, il trattamento all'ossigeno di Rebitalia è indicato per contrastare diverse anomalie di cuoio e capelli: seborrea, forfora, secchezza e, anche, l'indebolimento e caduta dei capelli.

Grazie ad un'apparecchiatura iper tecnologica e semplice da usare, questo trattamento stimola e favorisce l'ossigenazione dei tessuti e il ricambio cellulare potenziare il metabolismo e veicolare i principi attivi.

Il macchinario è costruito secondo i più elevati standard qualitativi, adottando tecnologie d'avanguardia nel rispetto totale delle direttive e nelle norme internazionali vigenti e arriva a erogare una concentrazione di ossigeno fino al 93%.

I BENEFICI DELL'OSSIGENOTERAPIA

Aiuta alla ricrescita fisiologica dei capelli, e ne contrasta l'invecchiamento, rimineralizza le chiome indebolite dai trattamenti chimici, da stress e da fattori ormonali. Riduce l'eccessiva secrezione sebacea e forfora.

Dona lucentezza e mantiene la colorazione più a lungo perché sigilla le cuticole. Sulla pelle ha un'azione rigenerante, i tessuti sono idratati e levigati: la pelle disegnando i contorni del viso, ideale anche contro l'iper-pigmentazione.

L'apparecchio per l'erogazione di ossigeno presenta una consolle comandi ottimizzata, tutti i parametri di funzionamento sono gestiti e controllati in tempo reale da un circuito elettronico a micro processore, con chiara rappresentazione e segnalazione delle varie funzioni tramite display.



OSSIGENO PER IL BENESSERE DI CUTE E CAPELLI.

APPLICAZIONI:

- Invecchiamento cutaneo e dei capelli
- Ringiovanimento collo, décolleté, mani
- Iperpigmentazioni • Cute seborroica acneica
- Trattamento inestetismi dei capelli e del cuoio capelluto

RISULTATI:

- Rigenera i tessuti trattati • Idrata, leviga e rassoda la pelle
- Ridisegna i contorni del viso
- Favorisce il ringiovanimento, nonché l'effetto lifting immediato
- Favorisce la microcircolazione e il metabolismo cutaneo
- Favorisce il miglioramento delle smagliature e dell'acne in tutte le sue forme • Favorisce la ricrescita fisiologica dei capelli
- Richiude le squame dei capelli donando lucentezza e mantiene la colorazione più a lungo
- Il trattamento non è invasivo, né doloroso.



Rebitalia
professional cosmetics
www.rebitalia.it

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

Per trattare, colorare e coccolare le chiome

Bandire l'antiestetico effetto crespo dalle chiome ricce e avere capelli lisci disciplinati con il giusto volume è il desiderio di tutte le clienti. Ecco alcuni nuovi prodotti e servizi personalizzati adattabili a ciascuna richiesta. Colorazione inclusa.

LISCIANTE

Maxima Fiber Liss by Vitalfarco

Con tecnologia KIAC Pro, Fiber Liss, la nuova linea lisciante professionale è formulata con un complesso di cheratina, acido ialuronico, collagene e idrolizzato di seta. Fiber Liss permette di modulare il liscio e offrire servizi personalizzati per ogni esigenza: liscio assoluto, liscio naturale per ridurre il volume e anticrespo e per ricci definiti. La linea comprende: **Fiber Liss Shampoo Pre-trattamento** che favorisce l'apertura delle cuticole. **Fiber Liss Crema Lisciante**, elimina il crespo e assicura un effetto liscio naturale a lunga durata riparando in profondità la fibra capillare. **Fiber Liss Maschera** restitutiva che nutre e rigenera la fibra capillare, formando una barriera filmogena che protegge le lunghezze dagli agenti esterni. **Fiber Pro 3.5 Spray Protettivo Condizionante** istantaneo senza risciacquo. Idrata e nutre. Utilizzato prima dello styling, protegge dal calore di piastra e phon, aiuta a mantenere l'effetto liscio o a esaltare l'ondulazione, svolgendo un'azione antistatica e un perfetto controllo del crespo.



Hair Company, K-liss Treatment

È una linea prodotti per creare rituali liscianti e anticrespo. Lisciatura professionale intensa e duratura per tutti i tipi di capelli. Con cheratina idrolizzata che protegge e rende elastico il capello, burro di murumuru, olio di macadamia. La linea prevede K-Shampoo Ph8 Pre Trattamento, K-Liss Trattamento Lisciante e K-Shampoo. Post Trattamento K•Maschera e Post Trattamento per la cura domiciliare.



Cotril, K-Smooth

È il nuovo trattamento professionale dall'azione lisciante e disciplinante, studiato per rispondere efficacemente a tutte le esigenze dei capelli ricci, mossi e indisciplinati, e per dare nuova vitalità ai capelli spenti. Un unico trattamento, versatile e completo, che permette di realizzare tre tipologie di servizi: conseguimento di un liscio perfetto, riduzione del volume in eccesso, azione anticrespo e disciplinante. Grazie alle sue formule esclusive e altamente tecnologiche, caratterizzate da olio di cocco, estratto di canna da zucchero e cheratina idrolizzata, carbocisteina efitonutrienti e da uno speciale blend di amminoacidi, i capelli risulteranno morbidi e luminosi, visibilmente più elastici, rinforzati e ristrutturati.



COLORE

Emmediciotto, BE9+ System

È la decolorazione di alta precisione per schiariture a mano libera, un sistema di decoloranti di alta tecnologia che permette di scegliere il giusto prodotto, offrendo protezione, delicatezza e creatività. È nata per migliorare le performance creative dei coloristi più esigenti. Il **caolino** (argilla bianca) presente in formula, garantisce la compattezza della texture e l'aderenza al capello per tutta la durata della posa. La protezione è assicurata dalla gomma di guar, che vanta proprietà emollienti, nutrienti e crea un film che protegge i capelli. Decolora fino a 8 livelli e assicura un'applicazione molto precisa e dettagliata.



Tricol, Miya Colormy



È una colorazione permanente in crema, vegana, con estratti botanici di oli essenziali argan e macadamia. **Miya Colormy** è la colorazione con la prestazione superiore dell'ammoniaca senza i vapori dell'ammoniaca grazie alla tecnologia a nh3 coding. Questo speciale complesso controlla le esalazioni dei gas ammoniacali, consentendo uno sviluppo delicato del processo chimico di colorazione nei capelli. L'azione di Fision® Keraveg18 ricostruisce il capello per un effetto morbido e setoso. Miya Colormy ha 45 nuances.

dott. solari cosmetics, Blondie

Blondie è la nuova gamma di prodotti professionali per ottenere in salone il massimo dalle sfumature di biondo. Nella schiaritura e nella tonalizzazione, anche il colorista più esigente troverà nella gamma Blondie i prodotti perfetti per le sue necessità. Dalle sfumature artiche a quelle più calde e seducenti, ogni cliente saprà scoprire il giusto biondo per valorizzare la propria bellezza. Dott. Solari.



Keune, Semi Color



Le nuance demi-permanenti di **Semi Color** si basano su una formula scientificamente avanzata, per donare lucentezza e un conditioning massimo. Semi Color offre illimitate possibilità creative e di trattamenti: applicazioni su capelli naturali, per una ripresa del colore o per il trattamento dual color in combinazione con Tinta Color. Blonde tonalizzante e dona luminosità ai biondi; Shine e Glow, per rinnovare il look portando luce e una delicata sfumatura. Grey, trattamenti per mascherare i capelli bianchi. Correttivo, tecnica back-to-back per passare dal chiaro allo scuro. Creativo intensifica le nuance o crea tonalità pastello.

RISTRUTTURANTE E RIMPOLPANTE

Protein Filler, Barex Italiana



Olioseta Oro di Luce Protein Filler, rappresenta il trattamento cosmetico capace di riparare e risanare la fibra capillare, agendo direttamente nel cuore del capello.

Il potente concentrato di proteine e attivi si fonde alla fibra per un'intensa funzione ricostituente, che la rende subito più forte e resistente. Protein Filler rappresenta un prodotto di ultima generazione i cui principi attivi mirano a riparare le aree del capello più danneggiate e sensibili.

Meoro Hair&Wellness

Trattamento professionale per la ristrutturazione e il benessere del capello capace di adattarsi dinamicamente in base alle esigenze. Ristrutturazione profonda per capelli particolarmente danneggiati o spenti a causa di trattamenti chimici, e rinforzante per il mantenimento di capelli luminosi e sani.

Formulato con vitamine e oli naturali termolabili specifici ad azione fortemente nutriente e rigenerante che esplicano la loro migliore performance a freddo.



Alfaparf Milano, Semi di Lino Blonde e Brunette

Sono dedicate ai capelli biondi e castani: prolungano intensità e brillantezza del colore neutralizzando i riflessi indesiderati per mantenere sempre un colore perfetto e contrastano gli effetti negativi della luce blu grazie al Blue Light Shield, un attivo di origine naturale che, a contatto con la fibra capillare, aiuta a proteggere il colore cosmetico. La linea vanta 3 tecnologie originali: **Urban Defence Pro**, uno scudo anti-inquinamento a protezione totale; **Shine Fix Complex** dona 24 ore di potere illuminante dalle radici alle punte per una lucentezza a lunga durata; **Color Fix Complex**, un filtro UV e antiossidante per prolungare la bellezza del colore. La linea **Semi di Lino Blonde** per capelli biondi e silver, naturali e decolorati, è composta da: Anti-Yellow Low Shampoo, Anti-Yellow Conditioner e Anti-Yellow Spray. La linea **Semi di Lino Brunette** per capelli castani e bruni, naturali trattati prevede: Anti-Orange Low Shampoo e Anti-Orange Conditioner.



JOICO, LUMI10™

Questa colorazione permanente professionale è stata formulata con il nostro Quick Coverage System™ per offrire il 100% di copertura dei capelli bianchi e molto altro in soli 10 minuti, garantendo inoltre una lucentezza fino a 2 volte superiore. Questa serie di shades ad azione rapida e ad alta concentrazione di pigmento con risultati a lunga durata è stata creata per potenziare la creatività e l'efficienza in termini di velocità degli hair-stylist. In soli 10 minuti di servizio: 100% di copertura dei capelli bianchi, pigmenti concentrati che garantiscono un deposito immediato, risultati di lunga durata, polimeri condizionanti superpotenziati che preservano l'idratazione, la morbidezza e la lucentezza dei capelli trattati fino a 30 lavaggi. Le molecole coloranti concentrate che si trovano in LUMI10 Permanent Crème Color sono calibrate per offrire una copertura del 100% in soli 10 minuti se miscelate con l'Accelerator di LUMI10.



STYLING

TMT Milano Italian Hair Curly-cg Method

TMT Milano presenta la nuova collezione Italian Hair Curly, una serie di prodotti adatta al Metodo Curly Girl, collaudata routine nata negli USA per nutrire, modellare e rigenerare tutti i tipi di ricci. Partendo dallo Shampoo e dal Co-Wash Low-Poo, fino al finish con Snappy Butter Serum per ottenere ricci lucidi, idratati ed eccezionalmente elastici. Formule Vegane, senza solfati e parabeni, con burro di Karité, Olio d'Argan ed estratti d'erbe.

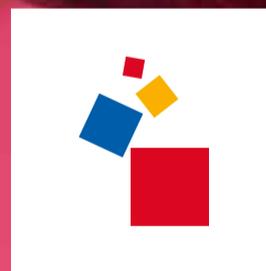


messe frankfurt

Prenota ora il tuo spazio!

Sfrutta al massimo questa opportunità unica per incontrare in fiera migliaia di visitatori del settore e raggiungere nuovi contatti

Tel: +971 4 389 45 00
beautyworld@uae.messefrankfurt.com
www.beautyworldME.com



beautyworld

MIDDLE EAST

**31 ottobre –
2 novembre 2022**

Dubai

IL MERCATO PROFESSIONALE

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

- 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? Auspica dei cambiamenti rispetto alle modalità attuate in passato?



Afsoon Neginy, Coo Business & Sustainability Dir. Agf88 Holding

1. Partiamo da una premessa: Agf88, gruppo industriale che opera in 114 Paesi al mondo, ha una distribuzione allargata nei cinque continenti. I nostri clienti principali sono quindi dei distributori che, attraverso una loro forza vendita, si rivolgono ai saloni di acconciatura. Quello che abbiamo fatto è creare degli incontri mensili con tutti loro per rafforzare le loro competenze imprenditoriali in questo periodo sfidante. Lo abbiamo fatto con un format chiamato "Growing Together Pills" che ha offerto ai nostri partner degli stimoli su cui riflettere e degli strumenti che potessero affiancarsi alle loro conoscenze pregresse. Ai parrucchieri, abbiamo offerto, invece, dei contenuti dedicati ad accrescere la loro professionalità, con webinar specifici di tipo stilistico e tecnico. Abbiamo operato prevalentemente online per garantire la massima sicurezza visto il protrarsi di una situazione sanitaria incerta: oltre a corsi taglio e colore, abbiamo creato delle sessioni "ad hoc" per presentare le novità e tenere aggiornati i parrucchieri sulle evoluzioni del mercato. Ora stiamo lentamente tornando in presenza.
2. Assolutamente sì. A fine settembre abbiamo presentato al mercato la nuova linea Premium del Gruppo Agf88 Holding, SINESIA, una linea innovativa che agisce "dal collo in su" trattando capelli, viso e cuoio capelluto come un unico universo sinergicamente interconnesso, e ponendo quindi particolare attenzione alla testa, centro fondamentale e sede esclusiva dei pensieri e delle azioni. Sinesia nasce da una mia idea, maturata dopo anni di esperienza e concepita come un approccio olistico composto da prodotti multifunzionali ed efficaci che, attraverso rituali dedicati, agiscono sul biosistema pelle, cuoio capelluto e capelli con l'obiettivo di raggiungere una profonda interconnessione tra mente e testa e ritrovare così il proprio benessere. I prodotti Sinesia sono pensati per i saloni professionali, ma possono essere impiegati anche per rituali self-beauty perché accompagnano il consumatore in nuovi percorsi sensoriali capaci di stimolare i sensi e dar vita a nuove connessioni per raggiungere così una bellezza autentica.
3. In generale posso dire che grazie ad una distribuzione capillare e non concentrata su pochi mercati abbiamo sempre continuato a servire i nostri clienti: sicuramente abbiamo avuto dei periodi di maggiore "tranquillità" rispetto al passato, ma la nostra capacità di restare focalizzati e a fianco dei nostri clienti ci ha premiato.
4. Secondo me, la fiera rimane sempre uno spazio di opportunità, sia per consolidare il rapporto col cliente, sia per poter proporre nuovi servizi. Grazie alla tecnologia abbiamo imparato a superare la "barriera" del fisico e a sfruttare l'online per creare momenti di aggregazione virtuali che agevolano e moltiplicano le occasioni di relazione e scambio di idee.



Accademia Nazionale Acconciatori Misti

Lino Fabbian, Presidente Nazionale Anam

1. All'inizio è stato importante e necessario recepire e rispettare i protocolli di sicurezza, che man mano il Governo ha imposto. Essere attenti, disinfettare a ogni passaggio, era necessario perché la cliente potesse fidarsi e non avere più paura di prendere il virus. Nonostante i protocolli di sicurezza fossero stati rispettati c'è stata imposta una seconda chiusura e così si è diffuso, purtroppo, il lavoro nero. In questi mesi la frequentazione in salone ha subito un calo, anche perché ci sono meno occasioni, meno feste e si allungano i tempi fra un appuntamento e l'altro. L'uomo, invece, è tornato in salone, perché desidera avere un'immagine più curata. Abbiamo esteso l'orario di apertura per accontentare tutti e dare la possibilità di accontentare i clienti e non avere fretta. Io ho deciso di chiudere il salone e ho una poltrona in affitto, ciò mi permette di fare il mio lavoro senza lo stress del salone.
4. Il Covid ha segnato un cambiamento e portato tutti a frequentarsi online. Anche le fiere hanno traslocato sul web, ma l'online per

quanto necessario, non riesce a compensare la mancanza del contatto diretto, guardarsi negli occhi e sorridere è (e ha) un valore, un valore assoluto.



Mauro Torreggiani, General Manager Anival Italia

1. Per comprendere le azioni che la nostra azienda ha intrapreso per supportare la categoria, bisogna focalizzare l'attenzione su ciò che ha causato questi danni, ogni salone dovrebbe fare un'attenta verifica sulla propria attività, considerando il mercato del proprio salone, le tariffe applicate, il valore percepito e la capacità di spesa della propria clientela. La forbice di mercato dei saloni si sta sempre più allargando: da una parte, il mercato basso e dall'altra il mercato alto, a scapito di chi è collocato in un mercato medio. L'aumento generale dei costi porta in evitabilmente a rivedere le proprie tariffe con seri problemi su come l'acconciatore dovrà comunicarlo. Experience Strategy è la nostra risposta. Un progetto stilistico dedicato alla comunicazione dei saloni, che fornisce: strumenti di comunicazione personalizzati e d'impatto a ogni salone, per rinforzare la propria identità anche sui nuovi canali digitali; video clip e immagini professionali personalizzate con il logo del salone; certificazione salone Experience Method; strumenti e metodologia per inserire a listino progetti stilistici per propri clienti; accesso all'area riservata sul sito www.colormixbyanival.it riservato ai saloni Experience Method Certificati per continuare la formazione attraverso video integrativi; incontri formativi in presenza per apprendere la strategia commerciale, valorizzare il servizio proposto (allenamento e sperimentazione su ciò che si comunica) e imparare le tecniche commerciali che permetteranno di applicare le tariffe senza stravolgere quelle attuali apprendere le tecniche di Social Management e di ADV che consentiranno al salone di sfruttare al meglio i materiali forniti a fine corso e costruire un piano di comunicazione accessibile ed efficace, creare valore e strumenti per la crescita economica del salone attraverso Experience Strategy.
2. Tutte le nostre linee di prodotti sono create in modo specifico per valorizzare il lavoro artigianale, e non sono commercializzate online. Tra le linee proposte ci sono, in particolare, quelle della colorazione: Colormix è il sistema di colorazione che permette al professionista di creare tutti i colori con soli 11 naturali e 14 reflex rigorosamente senza parafenilenediamine, ammoniaca e resorcina. Dalla colorazione permanente al tono su tono con un unico riferimento di cartella colori e prodotto. Colormix significa massima resa e creatività con il massimo risparmio di magazzino.
3. Penso che la ripresa dei mercati esteri sia paragonabile a quella del nostro mercato. I saloni in Svizzera, che pure è considerata un mercato alto, hanno la necessità di valorizzare il proprio lavoro proprio per l'ampliamento della forbice a cui facevo riferimento prima.
4. Negli ultimi anni questi eventi si sono sempre più allargati al pubblico in generale invece che indirizzarsi ai professionisti di settore. L'esplosione di Internet, a mio avviso, ha modificato gli eventi fieristici e probabilmente i cambiamenti andranno in tale direzione.



Carlo Baiesi, Amministratore Delegato Barex

1. Ci siamo subito accorti che il mercato virava verso i trattamenti, anziché verso il colore. Come tante altre aziende ci siamo dati da fare in tutti i nostri organici, compresi ricerca e sviluppo, lan-

ciando così una serie di prodotti ideati per questo periodo in cui anche i capelli hanno subito un forte stress. Ovviamente la nostra ricerca ha integrato tutti i trend del momento: formule green, vegan, confezioni ecosostenibili. Ma queste parole per noi non sono una facciata, ma una sfida, un processo di cambiamento da accogliere e sostenere in ogni parte della nostra società. Il nostro primo passo è stato chiedere l'analisi da parte di una società di consulenza all'Università Bocconi di Milano per andare davvero verso la sostenibilità energetica coinvolgendo ogni settore dell'azienda. La sostenibilità per noi non è un'azione di marketing, ma un nuovo approccio all'intera filiera aziendale, in un paio d'anni entrerà a regime. Vogliamo fare un passo alla volta per avere basi solide. Per la parte produttiva abbiamo messo in campo impianti di depurazione sostenibili, macchine refrigeranti a grande risparmio energetico, abbiamo un parco auto e furgoni ibridi. Ci avvaliamo di fornitori che siano efficienti e al tempo stesso sostenibili e che lavorino per un processo di crescita in questa direzione, diano un approccio davvero differente, senza fermarsi "alla plastica riciclata". Nella nostra politica puntiamo al cambio di mentalità in vista della sostenibilità, non solo a buon lavoro di marketing.

3. Sono molto ottimista; i mercati stranieri sono fantastici. A giugno 2021 eravamo a + 60% di incremento con lo stesso panel di clienti. In Italia questo "boom" non c'è ancora stato. Ci sono ancora attesa e troppa prudenza. Credo che sia una questione culturale. I Paesi dell'Est e il Sud America hanno un approccio di vita più fatalista, la pandemia è uno dei tanti problemi, quindi vanno avanti senza fermarsi. In altri Paesi come Giappone, Estonia seguono le regole per cultura. A OnBeauty, a Bologna, c'era un'ottima presenza di visitatori stranieri che arrivavano da Paki-stan, Nord Africa, Dubai. Questo è un segnale potente.
4. Sono molto fiducioso. Il contatto fisico, il vedersi di persona, offre un coinvolgimento differente, è molto più proficuo. Probabilmente in parallelo alle fiere in presenza ci saranno incontri virtuali in modo da non attendere troppi mesi per vedersi. La data di settembre è stata molto intelligente perché ha soddisfatto la volontà di ripartire e il desiderio di rivedersi, dopo le difficoltà di questi mesi, consentendo il lancio dei nuovi prodotti. Ha dato un po' a tutti noi uno sprint in più per la ripresa a pieno regime.

Be much

BELLESSERE CONCEPT

Official Partner of

MISS ITALIA

Filippo Pieraccini, CEO di Tricomef S.p.A.

1. Durante la pandemia abbiamo strutturato l'e-commerce per i prodotti Be_much, per permettere ai clienti consumer di acquistare online durante il periodo di chiusura dei centri estetici e dei saloni, e al tempo stesso, per garantire ai nostri clienti professionali di percepire delle percentuali di guadagno anche in pieno lockdown senza l'onere di gestire magazzino, logistica, fatturazione e tutto quanto si cela dietro un acquisto online. Abbiamo anche tenuto dei corsi di aggiornamento gratuiti per i nostri clienti, ma anche per chi faceva richiesta di partecipazione pur non essendo ancora nostro cliente e, nel momento in cui sono state annunciate le riaperture, abbiamo attuato una politica di prezzi e di promozioni su prodotti e dispositivi, come volano della ripresa.
2. Durante la chiusura, il team di Ricerca & Sviluppo ha lavorato all'evoluzione dei nostri dispositivi sviluppandone la versione 4.0 che permette ai clienti di poter usufruire del credito di imposta.
3. Ad oggi i nostri prodotti sono rivolti al mercato nazionale, anche se sono ragionevolmente ottimista per il prossimo futuro visto che abbiamo ricevuto molteplici manifestazioni d'interesse dall'estero - sia per i prodotti che per i dispositivi - soprattutto dall'Europa dell'Est, da Spagna, Francia, Svizzera e Russia.
4. OnBeauty by Cosmoprof ha registrato più di 50.000 presenze, un risultato che fa ben sperare per le altre fiere di settore di

AL: ANALISI E PREVISIONI

fine anno, ma soprattutto, per Cosmoprof Worldwide Bologna 2022. Gli eventi in presenza confermano di essere trainanti sui consumi perché chi va in fiera, superando le oggettive difficoltà che ci sono ancora negli spostamenti, lo fa per incontrare i player e, possibilmente, chiudere degli accordi proficui.

DELTA BKB
LABORATORI COSMETICI

Marco Marzocchi, Amministratore Delegato Delta BKB

1. Per sopperire ai disagi provocati dalla pandemia abbiamo in parte riconvertito la produzione e puntato soprattutto sui mercati esteri: Europa, Asia e alcune zone dell'America. Questa strategia si è rivelata vincente e ci ha permesso, nonostante il particolare periodo storico, di ottenere un notevole incremento del fatturato.
2. Questo momento di crescita in termini di fatturato ha portato grande fermento anche nell'ambito della ricerca e sviluppo e attualmente stiamo pianificando il lancio di alcuni nuovi prodotti estremamente innovativi.
3. Nei Paesi europei c'è una forte ripresa, mentre in Italia i segnali sono ancora timidi e c'è massima cautela.
4. Abbiamo partecipato ad alcune fiere online e questo ci è servito per rimanere in contatto con i buyer, ma ora che siamo ritornati in presenza è tutto molto più emozionante. Abbiamo deciso all'ultimo di partecipare a OnBeauty e ne siamo estremamente felici perché abbiamo ottenuto numerosi contatti. Il mio consiglio a chi organizza le fiere di questo settore è di "coccolare" di più i buyer internazionali, che sono il vero motore della ripresa che tutti noi ci auguriamo.

GAMA
ITALY | PROFESSIONAL

Marco Dagradi, Dir. Commerciale Area Professionale GA.MA

1. Da sempre siamo vicini ai professionisti di settore, ma le criticità della pandemia ci hanno portato prima di tutto ad intensificare e allungare il periodo di assistenza gratuita sugli attrezzi da lavoro. Abbiamo anche sostenuto il mercato con offerte commerciali dedicate particolarmente vantaggiose e flessibili per stimolare la ripresa. Non smettiamo mai di studiare, monitorare e migliorare le tecnologie e le funzionalità dei nostri attrezzi, al fine di garantire i migliori risultati ai nostri professionisti.
2. Continuiamo a rivoluzionare il mercato degli asciugacapelli con iQ Black e iQ Rose Gold, phon professionali leggeri e potenti. Uno dei motivi per cui iQ Perfetto ha rivoluzionato il mercato degli asciugacapelli professionali è sicuramente la sua leggerezza: pesa infatti solo 294 g, poco più di uno smartphone. Questa caratteristica lo rende strumento ideale per i professionisti poiché aiuta a prevenire dolori muscolari che possono essere causati da un uso prolungato di un phon pesante. Oltre alla leggerezza iQ ha un design compatto e minimalista che permette la creazione di styling in tutta comodità e facilità. È grande la metà rispetto ai phon tradizionali e permette prestazioni professionali di alto livello, anzi con i suoi 2000W e l'effetto Venturi, l'asciugatura è più veloce del 30%. In salone l'asciugatura è più veloce, efficiente e meno faticoso per il professionista. Anche gli effetti sulla chioma dei clienti sono sorprendenti. La tecnologia Oxy Active agisce come potente antibatterico, sigillando le cuticole dei capelli garantendo una maggiore durata del colore e capelli più sani, luminosi e brillanti.
3. Oggi il marchio è presente in oltre 50 Paesi nel mondo, con la sede principale in provincia di Bologna e quattro siti produttivi sparsi in tutto il mondo in Italia, Brasile, Cina e Argentina. Abbiamo sempre avuto l'occhio rivolto al mondo intero e sicuramente la pandemia ha dato una brusca frenata agli spostamenti fisici, ma siamo stati pronti a compensare con la tecnologia e il digitale. Abbiamo consolidato la nostra presenza negli Stati Uniti proprio grazie a iQ Perfetto, diventando un vero e proprio riferimento all'interno dei phon professionali di alta fascia.
4. Gama ha già ripreso la partecipazione agli eventi fieristici a partire da questo autunno, presidiando sia eventi nazionali come On Beauty sia internazionali come la fiera di settore a Istanbul.



Stefano Filippazzi, Managing Director ghd Italy & Greece

1. ghd ha scelto di andare in controtendenza: anziché ridurre gli investimenti e avere una posizione di difesa abbiamo deciso di aumentare in modo rilevante tutti i nostri investimenti sul brand e in particolare nel salone professionale che è il nostro core business e DNA da quando esiste ghd. In particolare stiamo lavorando per creare un business di sell-out (di rivendita al consumatore finale) sempre più moderno e adeguato alle esigenze della clientela, portando logiche di successo tipiche del retail all'interno dei saloni professionali. Un veloce esempio: nei nostri migliori saloni una cliente che acquista ghd può ricevere dal parrucchiere un servizio gratuito e personalizzato di tutorial e demonstration che la aiuti a utilizzare al meglio il tool ghd e le dia suggerimenti e consigli sui look da farsi a casa. Un grande successo, che ha permesso di creare valore per tutti: per la cliente che ha un servizio unico e molto utile e anche per il parrucchiere che valorizza così le proprie competenze e rafforza la sua relazione con la cliente stessa.
2. In questi anni ghd ha accelerato in modo incredibile sull'innovazione, su più livelli, dimostrando come un'azienda possa continuare a evolvere anche in contesti di mercato difficili e complessi come quello attuale. Abbiamo rinnovato la tecnologia di oltre il 90% dei nostri tool, rafforzando la leadership di ghd nel settore del Premium Styling. Abbiamo anche creato nuove categorie, come per esempio le Hot Brush Glide (effetto liscio) e Rise (effetto volume), che in poco tempo sono diventate un oggetto indispensabile per la routine di bellezza dei capelli delle nostre consumatrici, per avere sempre un "good hair day" in pochi minuti. Ma non solo. Da un paio di mesi abbiamo ancora una volta aperto la strada per un nuovo segmento di utilizzo, con la prima styler ghd senza fili, Unplugged; lo styling "on the go" è una esigenza nata prima di tutto dalle nostre clienti, con un vita sempre più "di corsa", e dal loro desiderio di avere un look dei capelli che le facesse sentire bene, sempre. Questo è Unplugged, potersi fare uno styling completo o anche solo un ritocco, in qualsiasi momento e ovunque, dal treno alla macchina all'ufficio... La nostra vita è "on the go" e da oggi lo è anche ghd. Chiara Ferragni si è innamorata subito di Unplugged e l'evento di lancio a Milano il 1° luglio insieme è stato veramente speciale; il primo grande evento mondiale in presenza, un notevole segnale della voglia di uscire da questa lunga crisi dovuta alla pandemia.
3. Il mercato in generale non vive un momento facile, il diffuso aumento di prezzi in tutti i settori sta avendo un impatto sui consumi, la spesa dei consumatori si andrà a distribuire in modo ancora più attento e selettivo rispetto al passato, spingendo ogni brand a ripensare in modo attento a come creare "engagement" vero con la cliente finale. In Italia per esempio la frequentazione dei saloni è in media ancora sotto ai livelli pre-pandemia, ma con una spesa procapite più alta. Questo pone tutti nella condizione di lavorare sull'aumento di valore delle proposte che si vanno a fare e spinge a uscire da una posizione generalista, in cui tutti offrono tutto a tutti. Questo non funziona più già oggi, è necessario che ogni salone definisca meglio, e velocemente, il proprio posizionamento, cosa vuole veramente essere e cosa vuole offrire come "esperienza" alle proprie clienti. Il mercato per esempio sta già premiando i saloni che hanno iniziato ad avere il digitale come parte del proprio servizio, lavorando sia lato social (con un forte arricchimento dei contenuti proposti nei canali social media) sia lato gestione attività (es. booking online, gestione prenotazione 24/7); stanno avendo un particolare successo anche i saloni che hanno iniziato a sviluppare in modo professionale l'area di rivendita, creando finalmente una esperienza premium di acquisto per la cliente finale.
4. Come ghd siamo sempre molto attenti a questo tipo di manifestazioni, sono un momento importante per il settore. Mi auguro che diventino sempre meno "esposizione" e sempre più "esperienza". Dobbiamo accelerare l'uscita dalla vecchia logica degli eventi fieristici come presentazione di prodotti, listini, offerte commerciali e iniziare a dare valore alla presenza delle persone. Oggi bisogna avere il coraggio di cambiare, far capire cosa è un brand partendo dal tipo di esperienza che può far vivere alla cliente finale e le fiere sono un'occasione unica per vivere queste emozioni. Vorrei veramente che fossero momenti di creatività e di stimolo per chiunque partecipi. Così diventerebbero un momento ancora più imperdibile per ogni operatore del settore.

SCREEN
PROFESSIONAL HAIR CARE

tagliati X il successo

nubea
essential oil therapy

Nico Parnazzini, CEO Nuova Fapam, S.p.A.

1. Fin da subito abbiamo capito che non sarebbe stato un periodo facile con i saloni chiusi, abbiamo però anche percepito che tutta la nostra clientela aveva bisogno di un supporto non solo logistico, non solo economico, ma soprattutto emotivo. Per garantire una comunicazione costante abbiamo attivato un supporto online a 360°. Dopo uno stop obbligato dovuto alla pandemia, il 4 e 5 luglio 2021 ci siamo ritrovati al Pala Riccione per due giornate di formazione di SCREEN e tagliatiXilsuccesso e allo show internazionale tra le animazioni artistiche e le splendide coreografie, l'Artistic Team è tornato in pedana, carico di colore, davanti agli occhi di un pubblico di attenti ed entusiasti professionisti, affamati di nuove ispirazioni e proposte.
2. Dall'esperienza SCREEN Hair Care a settembre 2020 è nata SCREEN FOR MAN, la linea di hair & skin care tutta al maschile. Una gamma di prodotti specificamente pensati per l'uomo e per la sua cura quotidiana. Soluzioni che rispondono alle sue esigenze di praticità e allo stesso tempo offrono, grazie alla qualità dei loro ingredienti e la forza delle loro formulazioni, ottimi risultati e una esperienza di cura piacevole e sofisticata. Ma in realtà anche durante la pandemia non ci siamo mai fermati. Abbiamo approfittato di questo momento per riflettere consapevolmente sulla nostra azienda e su dove il mercato sarebbe andato. Abbiamo anche lanciato una linea di colorazione in 10 minuti e il decolorante black, un innovativo prodotto con minerali in crema, e implementato molte altre linee nel 2021.
3. Alcuni Paesi sono ripartiti bene, Vietnam, Malesia, India fanno fatica. L'Europa è fiorente, soprattutto il mercato dell'Est galoppa. Sono molto ottimista anche perché anche durante gli incontri fieristici che ci sono stati di recente si è sentita palpabile la volontà di riprendere con slancio e vivacità.
4. Credo che la mossa vincente per chi organizza le fiere sia coccolare i buyer e rendere il loro lavoro il più semplice possibile. Spesso le aziende devono muoversi in tutto il mondo quindi viaggiare, spostarsi da una parte all'altra del mondo e questo è un investimento importante per un'azienda che partecipa alle maggiori fiere internazionali di tutto il mondo. Quindi io credo che abbiamo conosciuto le fiere on line, ed in alcuni casi si potrebbero utilizzare, sempre da affiancare alle fiere in presenza. Spesso le fiere rappresentano un investimento dispendioso perché si tende a pensarle come "vetrine" e quindi si devono realizzare stand enormi e accattivanti che hanno costi altissimi, quindi bisogna guardare anche allo stile americano, stand più piccoli, simili tra loro e dove c'è il contenuto e non solo il contenitore. Un percorso virtuoso di business fra le novità del settore.

SARA
MADE IN ITALY creazioni
ABBIGLIAMENTO PROFESSIONALE

Viviana, Responsabile Commerciale estero Sara Creazioni

1. Dal 1970 Sara Creazioni produce abbigliamento professionale in particolare per il settore Hair & Beauty; da sempre la nostra mission è quella di garantire al cliente praticità e durata con particolari attenzioni alle esigenze "antimacchia" e "no-stiro". In un periodo così complesso come quello del Covid abbiamo creato articoli dedicati all'operatore ed ai loro clienti con particolari attenzioni alla protezione personale. Le nostre linee si sono adattate alla richiesta di mercato proponendo oltre ai classici articoli anche versioni low-cost per supportare il settore beauty ad adeguarsi alle normative senza dover affrontare costi elevati o comunque non adeguati al periodo che si attraversava.
2. Sara Creazioni da sempre utilizza tessuti certificati OEKO-TEX®, marchio che salvaguarda i consumatori; in particolar modo dall'inizio della pandemia oltre ai classici tessuti Antimacchia, Antideco e No-Stiro è stata implementata anche la microfibra Antibatterica, un particolare tessuto che protegge da batteri e che, dopo essere stato lavato e semplicemente stirato, recupera anche la caratteristica di idrorepellenza. La novità è che oltre al solito monouso sono stati prodotti articoli con tessuto antibatterico lavabile in lavatrice ed igienizzabile in acqua e candeggina.

L'idea è nata parlando con parrucchieri, estetiste e molti altri operatori che oltre ai costi di approvvigionamento dovevano poi conteggiare come smaltire il monouso. In questo modo abbiamo fortemente abbattuto i costi di smaltimento rifiuti al fronte di un prodotto riutilizzabile e duraturo.

3. La ripresa a nostro avviso c'è ed è fortemente sentita da tutti i clienti con cui ci confrontiamo sia italiani che esteri. I mercati con una maggiore ripresa nei nostri confronti sono quelli della Svizzera ed in genere dell'Europa anche se c'è richiesta dall'area Extra-Europa. Siamo sempre ottimisti al riguardo in quanto crediamo che l'attitudine abbia un forte ruolo nel come affrontare i periodi più complessi. Ci poniamo costantemente nei confronti di tutti i mercati continuando a proporre materiali all'avanguardia, ecosostenibili, ma al contempo di facile manutenzione e lunga durata in quanto il marchio Made in Italy è sinonimo di qualità nel mondo.

4. OnBeauty by Cosmoprof 2021 è stato a parere dell'azienda una base per la ripartenza dal Covid, un nuovo inizio che si augura di trovare amplificato all'edizione primaverile Cosmoprof Worldwide Bologna 2022 ed in tutte le fiere a seguire. Ci auguriamo che gli eventi fieristici possano tornare a svolgersi con maggiore flessibilità in modo di poter dare a tutti la possibilità di essere aggiornati sulle novità di mercato e poter esporre il proprio marchio.



Daniela Auletta, Resp. Marketing & Comunicazione Vitalfarco

1. Nonostante il rallentamento dell'attività, Vitalfarco ha saputo fronteggiare bene la crisi che ha colpito il settore sostenendo la clientela con promozioni e iniziative mirate sui diversi canali. Abbiamo inoltre favorito logiche digitali e di commercio elettronico, semplificando diversi processi aziendali.

2. Se da un lato la pandemia ha rallentato alcune attività, dall'altro ci ha permesso di avviare un importante restyling delle linee Maxima con l'introduzione di un packaging eco-sostenibile. Parallelamente abbiamo sviluppato prodotti tecnici sempre più performanti come il sistema lisciante Fiber Liss e il decolorante al carbone Charcoal Rapid Hair Bleach. In uscita anche una nuova linea green...

3. Sì, l'impressione è quella di una generale ripresa dei mercati esteri, soprattutto Europa e Medio Oriente. Vitalfarco ha saputo reggere piuttosto bene il periodo pandemico e post-pandemico e, nonostante le difficoltà negli spostamenti, le attività con i nostri clienti internazionali sono proseguite senza intoppi e questo ci fa ben sperare per il futuro!

4. Ottobre ha segnato la ripresa anche della nostra attività fieristica con la partecipazione al BeautyworldME di Dubai, il BeautyIstanbul in Turchia e l'EBS in Messico. L'attesa è stata tanta e devo dire che, nonostante le diverse iniziative digitali messe in atto nell'ultimo anno, la fiera si riconferma per noi un momento di incontro e confronto strategico, difficilmente sostituibile.



Marco Ambrogio Brambillasca, titolare Wakeup Status Factory

1. Wakeup ha risposto prontamente all'emergenza. Oltre al materiale digitale e al supporto tecnico a distanza, sin da subito e per la prima volta nella storia del brand abbiamo dato a chiunque la possibilità di acquistare i nostri prodotti sul nostro sito internet e riceverli comodamente a casa, senza alcun rischio. In questo modo tutti i nostri clienti, anche se costretti a rimanere in casa, hanno potuto continuare a coccolarsi e a prendersi cura dei loro capelli senza rinunce.

2. Una delle caratteristiche principali di Wakeup è l'evoluzione continua: di certo una pandemia non può fermarci, nonostante la gestione più complicata di ogni processo. Nel 2020/2021 abbiamo inserito diverse novità: Regina, un trattamento lisciante anticrespo di ultima generazione; BTX una linea rimpolpante con altissima concentrazione di acido ialuronico; Chapeau una crema altamente idratante con acido ialuronico e keratina, e ancora Light & Go il primo olio che schiarisce senza decolorare marchiato Wakeup. Continuiamo con una Polvere volumizzante fissativa per acconciature moderne sia per uomo sia per donna e non ci siamo fatti mancare anche delle nuove colorazioni fredde all'interno dei nostri classici e storici colori in olio. Inoltre a seguito di una forte richiesta abbiamo integrato dei formati che prima non erano presenti, ad esempio quelli per l'uso professionale della linea Miracle.

3. Purtroppo a causa delle scelte politiche di ogni singolo Stato, l'andamento del mercato varia da Paese a Paese. Ci sono Paesi che hanno continuato a "lavoricchiare" e ci sono Paesi che si sono fermati e poi sono ripartiti. Purtroppo non possiamo dire che il lavoro è tornato ovunque come prima della pandemia, possiamo però dire che nessuno si è fermato completamente, tanto da non potersi più rialzare, come invece è successo in diversi altri settori. Dobbiamo prendere il positivo e utilizzare tutte le energie per dare una spinta in più alla ripresa così da tornare più forti di prima nel più breve tempo possibile.

4. Se non fossi una persona ottimista probabilmente non farei questo lavoro. Per questo rispondo affermativamente alla domanda e aggiungo che senza ottimismo la ripresa totale sarà ancora più difficile. Quindi perché non esserlo? Sarà proprio l'ottimismo di ogni singolo cliente a far riprendere il mercato, per questo puntiamo alla soddisfazione e all'entusiasmo quando realizziamo ogni singolo prodotto.

Finalmente una delle fasi più belle del nostro settore sta riprendendo piede. Non aspettavamo che quello, è il primo segno di un ritorno alla normalità. Già lo scorso settembre eravamo presenti all'esposizione OnBeauty by Cosmoprof, che, anche se in maniera ridotta, ci ha fatto respirare una vecchia e stimolante aria. Sicuramente la pandemia ci ha cambiato e certi cambiamenti rimarranno nel tempo, ma sono certo che le persone rivogliono la normalità, per questo penso che, anche se si sfrutterà di più la modalità "a distanza" per la comunicazione, le persone torneranno a visitare i padiglioni fieristici dove potranno "toccare con mano" le novità dei brand.



Luca Moscon, Direttore Commerciale Wella Company

1. Abbiamo riscontrato, a causa della pandemia, un calo della frequenza della clientela nei saloni, che si è tradotto in una riduzione dei passaggi. Per sostenere i ricavi dei saloni, Wella ha creato nuovi servizi come Illuminage e Luxelight che hanno permesso di valorizzare l'esperienza in salone e contribuire ad aumentare il valore della visita.

2. Sono molte le innovazioni che abbiamo lanciato nel mercato per aumentarne il dinamismo e stimolare le consumatrici a frequentare i saloni Wella. Tra i più rilevanti WeDo, nostro brand eco-etico nel cuore, e Silver Glow by True Grey, dedicato alle persone con capelli bianchi/grigi naturali, una innovazione tecnologica per riavvicinare al colore uomini e donne che se ne sono allontanati.

3. C'è stata una buona ripresa della Germania, che, come principale mercato europeo, lascia ben sperare anche per il nostro.

4. Sono molto fiducioso. Per questo stiamo lavorando per essere presenti alla prossima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna 2022 in una forma nuova, però. Ma per ora non posso svelare altro...

Emsibeth compie vent'anni



Il progetto **Emsibeth** è nato nel 2001, a Verona, da un'idea condivisa di un gruppo di amici imprenditori e dalle innovative e geniali formulazioni e idee di Giancarlo Frigeri, che hanno fatto e fanno tuttora la differenza di qualità e determinano in maniera significativa il pregio, l'innovazione dei nostri prodotti, permettendo anche il privilegio di avvalersi dell'Acqua Termale di Giunone e così è nata la prima linea termale dedicata al prezioso lavoro dei saloni di bellezza, che possono trasformarsi, a pieno titolo, in centri benessere per cute e capelli. Questo gruppo di uomini e donne hanno fortemente voluto fondare un'azienda dove i valori fungano da filo conduttore ispiratore: rispetto, affidabilità, lealtà, onestà, attenzione alle esigenze dei consumatori e del mercato, per offrire soluzioni attraverso la formazione ad alto livello, le tecnologie più avanzate a supporto della crescita del salone. "Quando tutto è all'inizio, quando l'entusiasmo fa superare qualsiasi ostacolo, quando la visione è infinita, la passione non vede il confine. Quando l'evoluzione è sempre a portata di mano, i sogni sono fatti per avverarsi, la fatica non si conosce. Ci stiamo vivendo i nostri vent'anni così, perché vent'anni sono densi di cose meravigliose e sono il preludio di mille altri traguardi da raggiungere" ci dice Ida Fuga Amministratore Delegato Emsibeth Company.

A Napoli Aestetica, la Fiera della Bellezza, del Benessere e dell'Estetica un'edizione, una rinascita

Tre giorni, dal **6, 7 e 8 Novembre 2021**, Napoli si è trasformata nella capitale della Bellezza, accogliendo, presso il polo fieristico della Mostra d'Oltremare, la principale fiera del settore in tutto il centro-sud Italia, i più importanti operatori nazionali ed internazionali, ben 35mila visitatori. A questo appuntamento hanno partecipato 120 aziende con 400 marchi esposti pronte a mettere in mostra gli ultimi ritrovati, le tecnologie, i prodotti e le tendenze relativi alla cosmesi, attrezzature, make up, nail e tricologia per essere sempre al passo con i tempi e non far sfiorire la propria bellezza. "Beauty pass - Bellezza senza restrizioni": un'edizione, una rinascita. "...Il nostro rischiare, il nostro metterci in gioco sempre e comunque, alla fine è stato ripagato e con le monete più belle di sempre: la partecipazione, la condivisione, la professionalità e con l'entusiasmo che da sempre ci contraddistingue", ha affermato Emilio Marzoli, project manager di Aestetica.



Lisap ha acquisito il controllo di Parisienne Italia divenendo il primo player in Europa dell'haircare professionale per volumi e know how

Quasi 140 anni di expertise congiunta, due poli produttivi, 55.000 metri quadri tra uffici e stabilimenti, un totale di 330 dipendenti. Questi, in sintesi, i dati principali che sintetizzano l'output dell'acquisizione, da parte della milanese Lisap, di Parisienne Italia, di cui ha assunto il controllo attraverso un accordo siglato a inizio novembre. Sono i primi passi verso la creazione di un gruppo - a capitanarlo sarà la neocostituita HQ Holding - che già nel 2022 punta a superare i 65 milioni di euro di fatturato, 100 nel 2024. Integrando leadership complementari e mantenendo, rafforzandolo, il valore di una produzione 100% made in Italy, nasce così un polo industriale specializzato in haircare professionale ad alto valore aggiunto. "Il nostro DNA e la nostra storia sono quelli di aziende di produzione - commenta Luca Papetti, CEO di Lisap e HQ Holding (nella foto) - e i due poli di Rescaldina (MI) e Altedo (BO) saranno anche in futuro le basi sulle quali implementare la nostra strategia di verticalizzazione che ha come obiettivo quello di raggiungere 35.000 clienti diretti in tutto il mondo e di migliorarci nel servire ancora più paesi rispetto ai 100 in cui i brand sono attualmente presenti. Lo faremo nell'ottica di massimizzare competenze e capacità maturate dai due partner mantenendo centrali, nella strategia di sviluppo congiunto, innovazione, performance e sostenibilità". L'acquisizione, che coincide con il passaggio generazionale di entrambe le aziende, risponde al mutato scenario nazionale e internazionale.



Eleonora Favolini CEO Parisienne Italia, Luigi Favolini founder Parisienne Italia

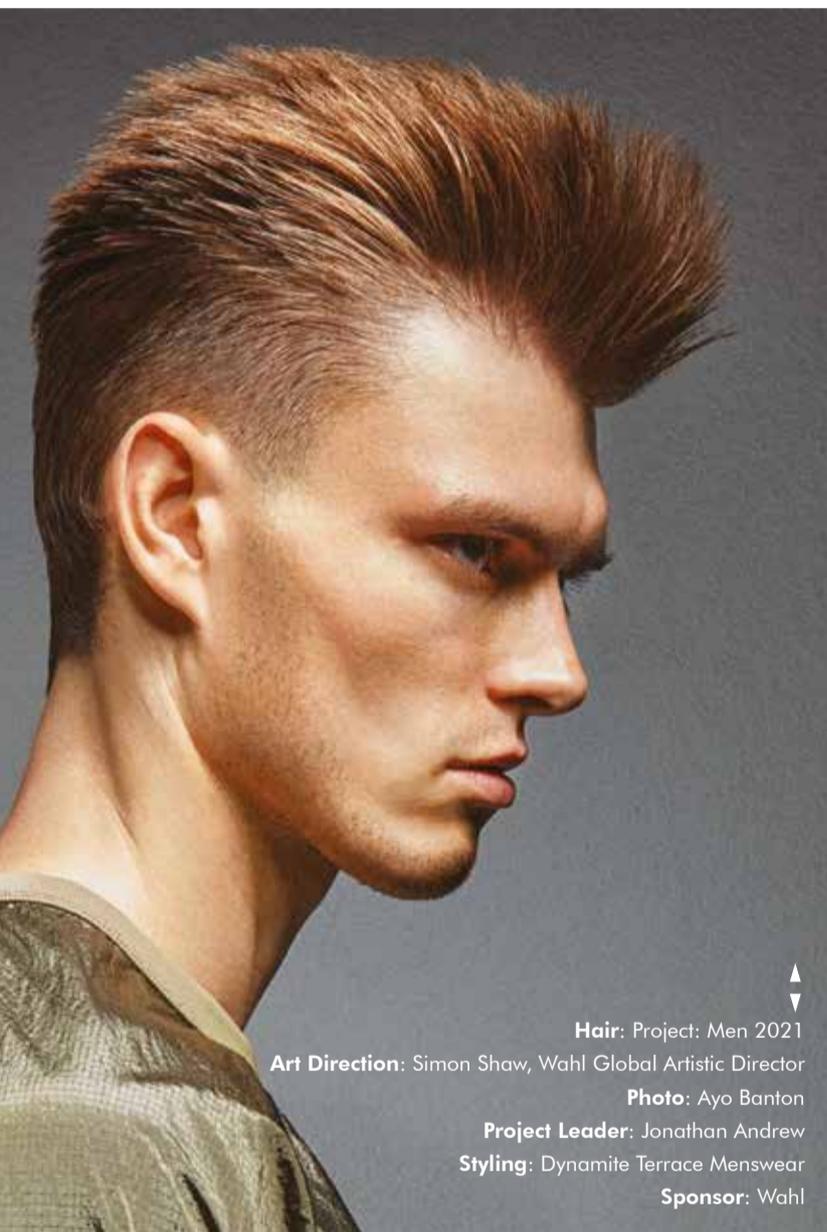


Luca Papetti CEO Lisap e HQ Holding



UOMO

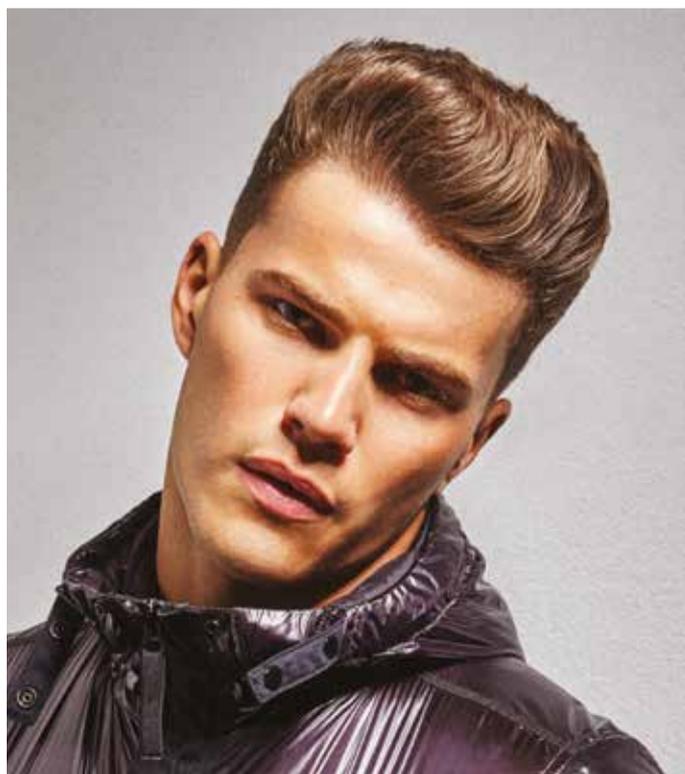
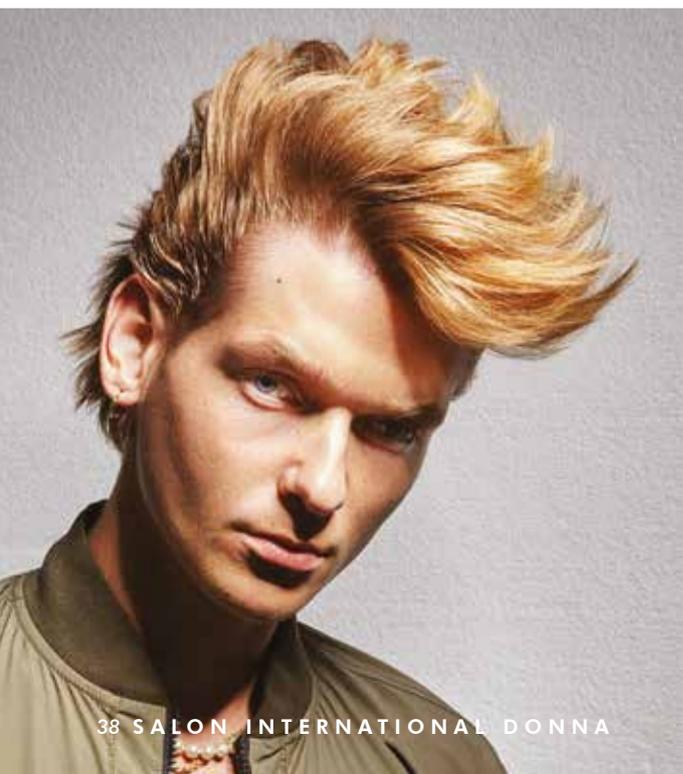
SALON[®]
INTERNATIONAL



▲
▼
Hair: Project: Men 2021
Art Direction: Simon Shaw, Wahl Global Artistic Director
Photo: Ayo Banton
Project Leader: Jonathan Andrew
Styling: Dynamite Terrace Menswear
Sponsor: Wahl



Hair: Alessandro Bonetto
Hair Assistant: Rebecca Bonetto
Photo: Arianna Borsarelli
Make up: Arianna Scapola
Stylist: Alexandra Ciubotaru
Salon: Bons Men's Hair





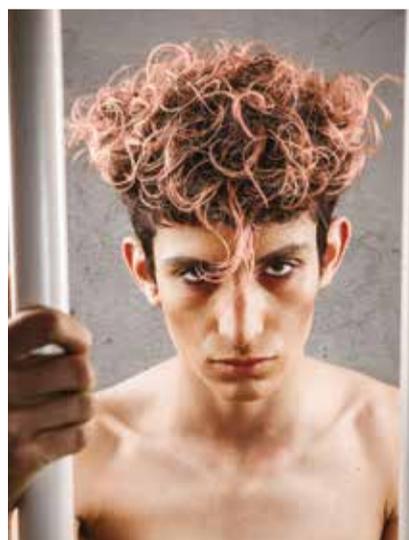
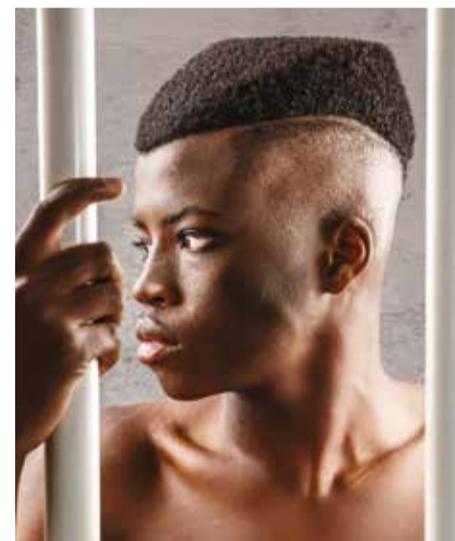
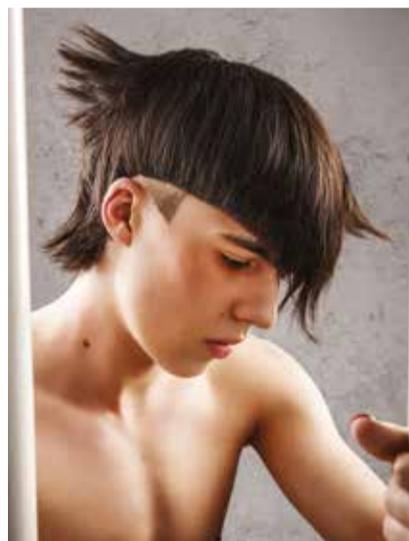
Hair: Art Hair Studio
Art Director: Jo Capelli, Alessandro Galetti
Hair Team: Elisa Ferrari
Photo: Severino Orlandi
Make up: Prolab Agency
Products: Linee Luxeoil e Repair di System Professional, Sebastian Professional, Koleston Perfect ME+ di Wella Professionals



Franck Provost



Hair & Photo: Stefano Conte



Hair: La barbería De Diego
Photo: Ernesto Gonca
Styling: La barbería De Diego
Products: SkullMen



SCONTO
-40%
RISPARMI

PREZZO PROMOZIONALE

Lavaggio singolo a partire da: **€ 1.198,00**

RISPARMI FINO A 799,00 €

SCONTO
-40%
RISPARMI

PREZZO PROMOZIONALE

Poltroncina Emily a partire da: **€ 428,00**

RISPARMI FINO A 286,00 €

Nuova Moser Kuno: massima potenza in soli 210 gr!

MOSER, brand Made in Germany, presenta KUNO,
il tagliacapelli professionale più potente, più durevole, più compatto e più leggero della gamma

MOSER presenta KUNO, il tagliacapelli professionale top di gamma che vuole rendere omaggio a Kuno Moser, fondatore dell'azienda e al 75° anniversario dell'azienda.

Grazie al nuovo motore brushless, KUNO è la clipper MOSER più piccola e leggera, ma al tempo stesso più potente. L'innovativo motore "senza spazzole" assicura una lunghissima durata ed è coperto da ben 5 anni di garanzia. La batteria agli ioni di litio di ultima generazione permette di tagliare senza l'ingombro del filo per 2 ore, ma se si scarica nel bel mezzo di un taglio basta connettere il cavo per continuare a lavorare. Per poter rispondere a tutte le esigenze di taglio dei parrucchieri, KUNO include due testine intercambiabili: BLENDING BLADE, per realizzare sfumature morbide e naturali più velocemente e facilmente che con forbici o altre testine, e MAGIC BLADE, per rimuovere massa e per tagliare su pettine. Grazie al sistema QUICK-CHANGE le testine si sostituiscono in un attimo, senza l'uso di attrezzi. La dotazione della nuova clipper comprende anche 6 rivoluzionari Rialzi Magnetici Premium: con tecnologia MAG-CLICK®, basta avvicinarli alla testina per innestarli correttamente. Grazie alla loro tenuta perfetta e alla plastica rinforzata danno sicurezza e supportano il taglio in maniera ottimale. «Non ho mai provato nulla di simile. La precisione e le performance della nuova KUNO sono incredibili. Grazie alle sue dimensioni ridotte s'impugna perfettamente ed è un piacere da utilizzare.» afferma Chris Mattick, Lead Educator del MOSER Artistic Team.



Novità prodotti

FATTO a MARIO

Mario Lorenzin, tutte le virtù del radicchio



Perché Fatto a Mario? Perché ancor oggi facciamo... "come faceva Mario".

Andiamo a selezionare il radicchio migliore, poi dalla sua macerazione a freddo, ne estraiamo le parti più preziose.

Lorà Radicchio, azienda fondata da Mario Lorenzin nel 1975, con sede a Resana in provincia di Treviso, produce e distribuisce prodotti specifici per capelli e barba con il brand "MARIO LORENZIN dal 1975". Cuore dei nostri prodotti è il radicchio, vegetale ricco di vitamine, minerali e antiossidanti. Coltivate negli orti della Marca Trevigiana, nel rispetto delle persone, dell'ambiente e della natura, e raccolte a mano, le varietà di radicchio utilizzate vengono macerate ed estratte a chilometro 0 per conservarne intatte le proprietà e i principi attivi. L'azienda oggi è guidata da Michele Lorenzin, figlio di Mario, assieme alla madre Raffaella (Cofondatrice con Mario), e i valori che ne orientano ogni scelta sono gli stessi dal 1975: sicurezza, efficacia e rispetto. Per le persone e per l'ambiente. Le linee prodotte sono disponibili presso concept store, profumerie e barberie

di lusso e nei principali department store d'Europa. Luoghi che rispecchiano il mondo di MARIO, selezionati con cura e in linea con i valori dell'azienda.

Trattamento rivitalizzante My. Organics

Contro la caduta dei capelli nasce la linea all'olio di Neem per prevenire e rallentare la caduta dei capelli, grazie all'utilizzo di oli essenziali ed estratti vegetali vasodilatatori, antiossidanti e ossigenanti. La linea prevede uno Shampoo Rivitalizzante delicato con il principio attivo Baicapil, una combinazione di principi attivi botanici che contrasta la caduta dei capelli e ne stimola la ricrescita. The Organic Revitalizing Elixir Fiale è il trattamento intensivo anticaduta che riattiva le cellule staminali.



SAPONIFICIO VARESIANO
dal 1945
BREBBIA - ITALY

*La migliore qualità
per il tuo Salone*

Mirela Zen, quando il colore è una sfumatura dell'anima

Colorist potente. Mirela cattura e inventa. Dal 2018 entra nel mondo Davines, in un anno si aggiudica il primo premio al Worldwide Hair Tour 2019 diventando Davines Colour Ambassador. Tanti gli show personali di successo, l'ultimo, ad OnBeauty by Cosmoprof 2021. Mirela sarà presente on stage al prossimo Davines World Wide Hair Tour 2022, a Parma dal 4 al 7 Giugno.



Cos'è per te il colore Mirela?

È un richiamo attrattivo, una passione che sento mia, mi affascina la pittura dei quadri e desidero scoprirne l'essenza. Il colore, nella mia vita e nella mia professione, diventa esperienziale perché è intenso, trattato come capacità di regalare novità, armonia ed eleganza. È vivo, stimola emozioni e suscita la scintilla dell'immaginazione. Catturo e invento. Uso il colore in una modalità inedita, accattivante e per certi versi sensoriale, e così la colorazione diviene uno strumento avvincente capace di innescare una risposta emotiva legata ai ricordi ed alle esperienze, lasciando un'impressione duratura, e coinvolgente.

Cosa ti conquista di più dei colori?

Scoprire ogni giorno la loro versatile armonia. Studio costantemente come inserirli in equilibrio fra loro, dare vita ad un insieme, un risultato delicato, elegante, nulla di gridato, anche adoperando tonalità piene, fantasiose cerco sempre di creare un risultato "naturale". Attraverso la tecnologia delle nuove colorazioni riesco a ricreare la tonalità giusta che sta bene. Ma ricordiamo che non lavoriamo su una tela bianca e ogni capello ha una sua "risposta" è per questo che ci deve essere competenza alta.

Alcuni sono spaventati da queste colorazioni originali, perché?

Tanti clienti, ma anche colorist si spaventano, e così alcune nuance sono escluse a priori. È nostro compito far capire che, nella giusta tonalità, tutto si armonizza e diventa elegante. Nulla di pacchiano.

Come studi il colore giusto su un cliente?

Parto dall'armocromia, valuto i colori e stile personali. Non c'è tendenza che possa andare bene per tutti, ma noi professionisti dobbiamo far emergere il meglio dalla persona, non stravolgerla, proporre in punta di piedi. In questo studio gioca un ruolo fondamentale l'istinto. A volte un taglio o un colore possono spingere a un cambiamento. C'è magia.

Cosa fa di un colorist, un bravo colorist?

La competenza deve essere accompagnata da una buona dose di energia e aspirare a un risultato eccellente, non accontentarsi. Dare il massimo, aprirsi a nuove miscele, uscire dagli schemi, osare un po' di più. In fase di education dico ai miei colleghi di ascoltare quella vocina interna che ti parla... accontentarsi ci fa stare fermi. Per crescere bisogna mettersi in gioco 100%.

Valentina Vacalebri



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

e-mail _____

Cellulare _____

Contrassegna per favore la sua attività

Salone Donna/Unisex

Salone Uomo

Siamo interessati al prodotto pubblicato su

Salon International grande formato n. 9

Nome prodotto _____

A pagina _____

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



Cover
Color & Cut: Marc Antoni Artistic Team
Photo: Jamie Blanshard
(Jamie Blanshard Photography)
Products: JOICO
Model: Jodie Elizabeth Cleminson

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

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



Anno LII N.9/2021
www.salon-international.net

Sommario	Hair Moda	Sens.ùs	13
Elenco Inserzionisti	Stile semplice, essenziale	Show Aveda	13
Alter Ego Italy	Diafana, evanescente	Helen Seward Mediter	15
Beautyworld Middle East	Colori armonici e	Salon International	16
Bioetika - Bka	sfumature a contrasto	Alter Ego Italy	19
Calmar	Dettagli audaci	HSA	21
Cerioti	Delicate architetture	Moser	41
Compagnia del Colore	Linee Forti	Poliestetico di Milano Negretti	24
Cosmoprof WorldWide Bologna	Sfumature d'autunno	Reb Italia	31
Echosline	Effetto wow	Lisap	36
Fanola	Eccessi portabili	Parisiene	36
Gamma Più	Lunghezze femminili	Emsibeth	36
Green Light	Sentirsi Libere	Aestetica	36
Helen Seward	Volumi versatili per mossi leggeri	Intervista	
HSA - Nouvelle	Dettagli di Luce	Bombooki	16
Inebrya	Intrecci preziosi	Mirela Zen- Davines	42
JOICO	Salon Uomo	Indagine di mercato	
Parlux	Step by step	Il mercato professionale:	
Poliestetico di Milano	Novità e news della aziende	analisi e previsioni	34-36
Reb Italia	Echosline	Novità prodotti	32
Saponificio Varesino	BKA	Novità prodotti men	41
Sens.ùs	Parlux		

CIX 3000

a partire da
€ 482,00
con piede



ATOMIC

a partire da
€ 184,00
con piede



1400W ULTRA POWER



Ceriotti
MADE IN ITALY

www.ceriotti.it

BI5000

a partire da
€ 96,00



2500W
performance

CARRELLO IN
MATERIALE ANTIMACCHIA

MY

a partire da
€ 169,00



NO HAIR



Ceriotti[®]
MADE IN ITALY

TTX 5000 DIGITAL TURBO

**ULTRA
POWER
2000W**



Accensione



Multilingua



Programma



Avvio veloce



In lavorazione



Impostazioni generali



IL POTERE DELLA NATURA
AL TUO SERVIZIO

TORMALINA

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