

n.2 € 20

# UOMO

SALON<sup>®</sup>  
INTERNATIONAL

Salon International N°2/2021 - Modelli: 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, D.C.B. - Modelli: MTE Edizioni s.r.l. - Taxe Perçue - Contiene 1 P. - Anno LI

SK Style Barcelona

**INTERNATIONAL**

## Salon Donna *grande formato*

## La rivista con 32 pagine

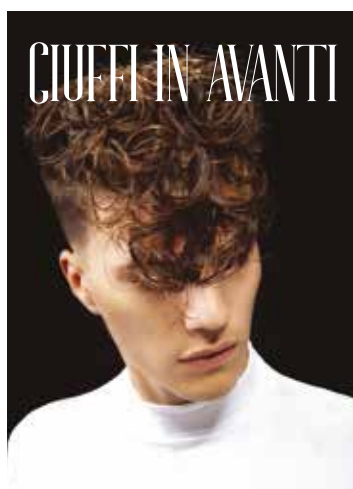
## 5 numeri in un anno per informare a rotazione

## 50.000 acconciatori professionisti

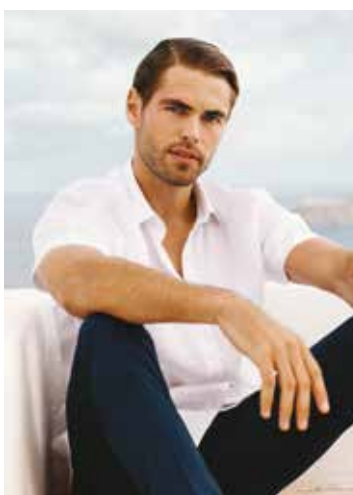
**una media di 3 collaboratori per salone.**

**Salon Donna *grande formato*, l'unico mezzo di informazione  
che garantisce una diffusione nazionale capillare**





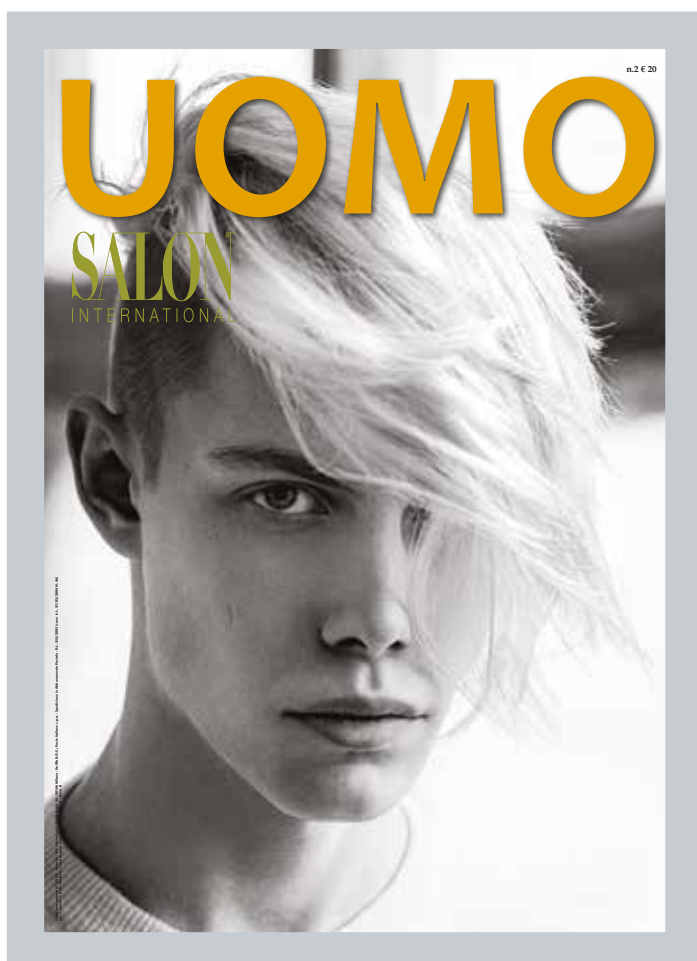
PAG. 4



PAG. 20



PAG. 24-25



**Creative Team:** SK Style Barcelona - **Art Director:** Alexander Kiryliuk  
**Hair:** Kílian Garrigós, Inna Lipkovich - **Photo:** David Arnal - **Make up:** Miguel Silva

## Salon International Moda

**4-23 Styling International**  
**24-25 International Fashion Collection**

### Interviste

**26 Saponificio Varesino**  
**29 Officine della barba**  
**30 The Barber & Co.**

**31 Novità prodotto**

**32-34-36 Step**  
**37 News**

### ADV

**38-39-IV Ceriotti**  
**28 Export Magazine**  
**35 Malvy**  
**II Salon International**  
**27 Saponificio Varesino**  
**33 WAHL**



SAPONIFICIO VARESINO PAG. 27

Anno LI  
 n.2/2021

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

Edizioni Esteri: Salon China - Salon India  
 Salon Middle East

Salon International è diffuso nei seguenti Paesi esteri:  
 Argentina, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cile,  
 Cina, Danimarca, Francia, Giordania, Germania,  
 Grecia, Inghilterra, Islanda, Israele, Libano, Messico,  
 Norvegia, Olanda, Polonia, Portorico, Portogallo,  
 Singapore, Spagna, Sud Africa, Svezia, Svizzera,  
 Turchia, U.S.A., Ungheria, Venezuela.

ASSOCIATO



A.N.A.M. - via Fra Bartolomeo, 1 - 20146 Milano  
 tel. 02 42293585 fax 02 42295625  
 Ufficio di Presidenza  
 Presidente: Antonio Stocchi  
 Vice Presidente : Salvatore Seccia  
 Pres. Comm.ne Economica: Preo Andrea  
 Pres. Comm.ne Didattica: Giuseppe Gambino  
 Pres. Comm.ne Tecnica-Artistica: Di Simone Vincenzo  
 Tesoriere: Ruffino Salvatore  
 Direttore Didattico Nazionale: Nevio Villa  
 Direttore Tecnico Naz. Maschile: Pierfilippo Francia  
 Segreteria : Erisilia Sollievo

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

ABBONAMENTI  
 NUMERO VERDE

800 102166

# CIUFFO IN AVANTI



## **Ciuffo in avanti**

Il ciuffo lungo in avanti è bello senza sforzo.

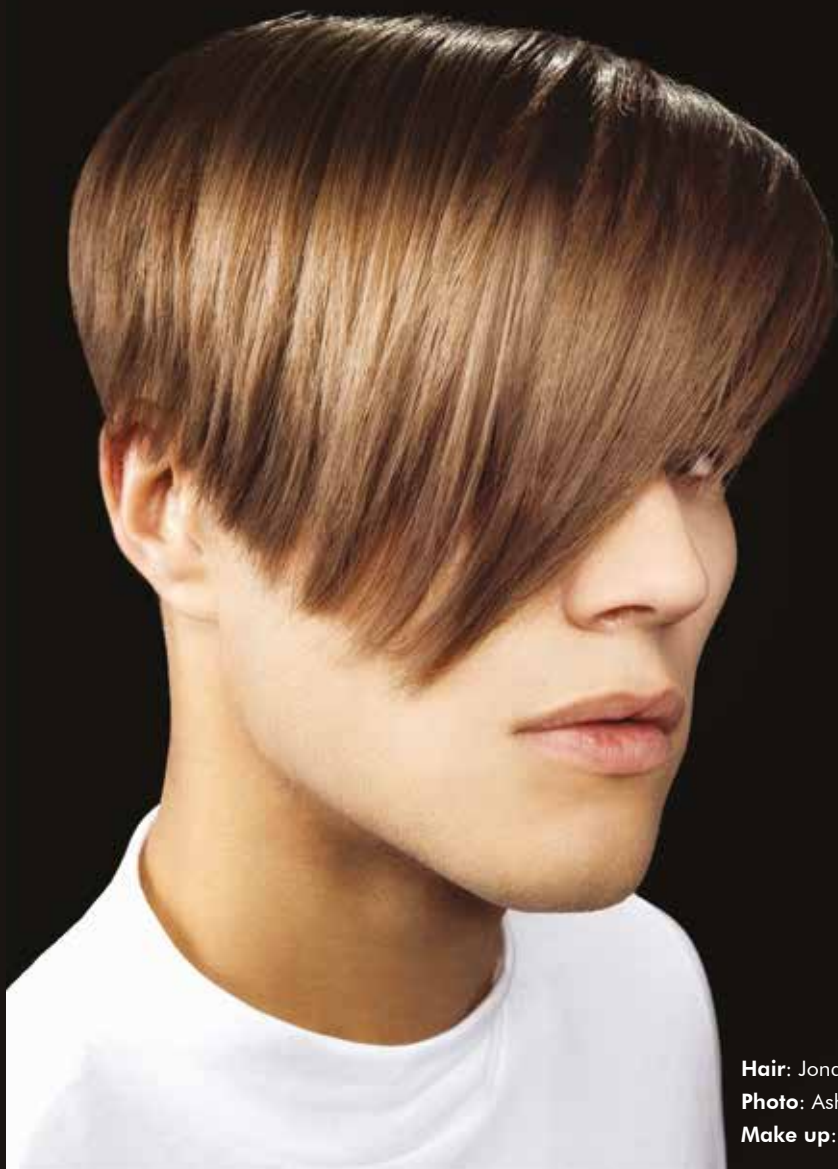
Tante sono le sue interpretazioni possibili: può cadere in modo leggero e morbido sugli occhi da una media lunghezza o spiccare da rasature laterali di differenti sfumature. Più imponente, invece, se portato in su, quasi a creare una piccola cresta.

**Hair:** Jonathan Andrew

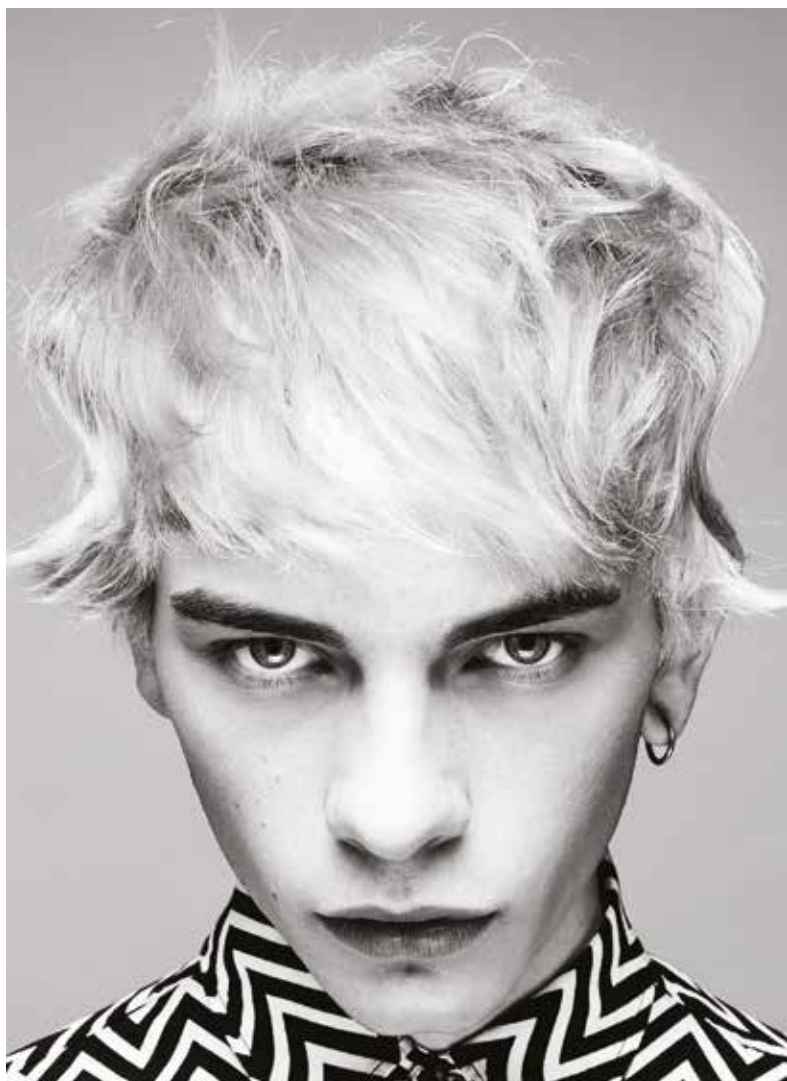
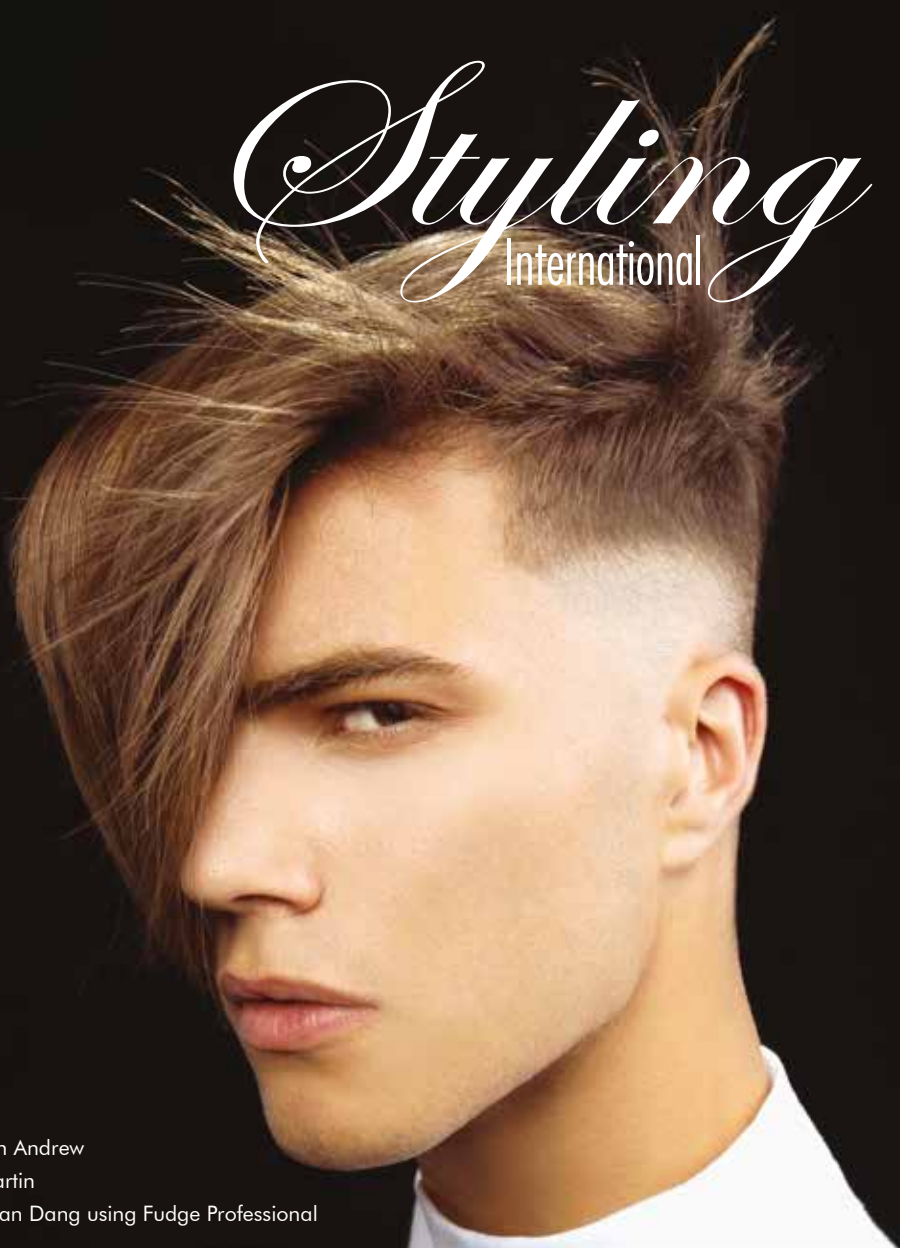
**Photo:** Ash Martin

**Make up:** Vivian Dang using Fudge Professional

# Styling International



**Hair:** Jonathan Andrew  
**Photo:** Ash Martin  
**Make up:** Vivian Dang using Fudge Professional



**Hair:** Jonathan Andrew using Fudge Professional - **Photography:** Ashley Martin  
**Styling:** Jonathan Andrew - **Make up:** Vivian Dang



**Creative Team:** SK Style Barcelona  
**Art Director:** Alexander Kiryliuk  
**Hair:** Kílian Garrigós, Inna Lipkovich  
**Photo:** David Arnal  
**Make up:** Miguel Silva



**Fudge Professional Restyle Collection**

**Hair:** Jonathan Andrew for Fudge Professional

**Photo:** Simon Songhurst

**Make up:** Mario Brooksbank

**Stylist:** Oliver Vaugyhn

The Barber & Co.

SALON • HAIR STYLE



# International Fashion Collection





# Quando fare la barba diventa un'esperienza unica



Maximilian Fogliato, barber e titolare del salone "i Nuovi Complici Modacapelli" di Busso-lengo (VR), conquistato dai prodotti del Saponificio Varesino li ha scelti per offrire ai suoi amati

clienti un servizio sempre unico e personalizzato.

## Come sei venuto a conoscenza del brand Saponificio Varesino?

Io sono un curioso. Da tempo cercavo prodotti performanti che dessero al momento della rasatura prestazioni eccellenti, ma anche un'esperienza unica e personalizzata. Ho trovato on line diversi produttori artigianali di prodotti dedicati al rito della barba, ho acquistato senza dire di essere un professionista e ho testato personalmente parecchie linee. Fra le tante texture, profumazioni e performance ho scelto alcune linee del Saponificio Varesino e rilevato che il livello di qualità è alto. Proprio la mia curiosità mi ha spinto a conoscere di persona la produzione, scoprendo un'azienda solida dall'artigianalità antica che unisce tradizione a una formulazione ad alta tecnologia e un attaccamento al territorio italiano che mi ha ulteriormente convinto.

## Cosa ha portato l'introduzione dei prodotti del Saponificio Varesino nel tuo salone?

Avere in negozio prodotti eccellenti ha acceso in me una nuova carica vitale. Qualità, ricercatezza dei loro prodotti, la continua evoluzione degli stessi per migliorarli sempre è un grande motivo a dare il massimo. Apprezzo molto il loro attaccamento al territorio italiano, che viene vissuto come amore per la propria terra al voler impiegare materie prime di altissima qualità prodotte in Italia, dagli ingredienti all'interno al materiale del packaging. Adoro le profumazioni dei prodotti che hanno recuperato i sentori antichi e fanno rivivere emozioni. Note di felce aromatica, stella alpina, mirto di Sardegna, manna di Sicilia, profumazioni che ricordano tempi e mestieri antichi sono entrati nel mio quotidiano e in quelli dei nostri clienti.

## Quali reazioni e feedback hai avuto dai tuoi clienti?

Io parlo di "esperienza" più che di reazione o fidelizzazione, perché dal momento in cui al cliente offro Saponificio Varesino inizia l'esperienza olfattiva dove la persona sceglie la "sua" profumazione. Durante il servizio raccontiamo le caratteristiche di quel sapone i suoi benefici sulla pelle. Questa esperienza piacevole e la conoscenza dei benefici sulla pelle porta il cliente all'acquisto del prodotto creando un circolo virtuoso perché il cliente è soddisfatto; ha la pelle idratata e nutrita e ritorna in salone per conoscere e acquistare le novità del Saponificio Varesino. Molte volte la clientela amplia l'esperienza portandola dal viso al corpo coi saponi o bagni doccia.

## L'utilizzo e la possibilità di rivendita dei prodotti ti ha consentito un miglioramento del servizio e degli affari?

Ha dato un valore aggiunto. Il servizio barba si è evoluto diventando personalizzato, perché è proprio il cliente a scegliere la profumazione che crea un grande benessere. La personalizzazione di questo servizio porta al miglioramento del servizio e di conseguenza del cassetto.

## LE MIE LINEE PREFERITE SONO: DESERT E OPUNTIA



**Desert Vetiver Eau de Parfum - 100ml**  
Una composizione dalle note calde e avvolgenti.

Gli accordi dell'Elemi, dell'Incenso, dell'Arancia e dell'Artemisia divampano nel cuore fiorito, pepato, speziato. Un poliedrico sillage di Pepe Nero, Bacche di Ginepro, Origano e Lavandino sciama verso un elegante fondo boisé sublimato dal prezioso Vetiver, dai freschi Chiodi di Garofano e dalle seducenti note dell'Ambra.



## Desert Vetiver Sapone da Barba Edizione Speciale - 150g

Sapone da Barba in ciotola di alluminio, con olio di Dattero del Deserto, ingrediente dalle spiccate proprietà idratanti e protettive per una pelle tonificata e nutrita. Sapone Duro (Triple Milled), da usarsi con pennello da barba.

## Desert Vetiver Dopobarba Edizione Speciale - 125ml

Mix di attivi vegetali, appositamente studiato per pelli maschili con azione idratante, lenitiva, emolliente e tonificante. Con olio di Dattero del Deserto, Urea, Aloe, Calendula, Camomilla, Eucalipto, Malva, Lavanda, Vitamina E.



**Opuntia Eau de Parfum - 100ml**

Nota di testa fruttata ed aromatica di bergamotto, ananas e ribes nero. Nota di corpo floreale di betulla, rosa e gelsomino. Nota di fondo legnosa, muschiata e lievemente ambrata di patchouly, vetiver, muschio bianco e muschio di quercia.



## Opuntia Sapone da Barba Edizione Speciale - 150g

Sapone da Barba in ciotola di alluminio, con Opuntia Ficus-Indica (Estratto di Fico d'India). Crea un film proiettivo e dona un'idratazione profonda. Sapone Duro (Triple Milled), da usarsi con pennello da barba.

## Opuntia Dopobarba Edizione Speciale - 125ml

Mix di attivi vegetali, appositamente studiato per pelli maschili con azione idratante, lenitiva, emolliente e tonificante. Con estratto di Fico d'India, Urea, Aloe, Calendula, Camomilla, Eucalipto, Malva, Lavanda, Vitamina E.



**SAPONIFICIO VARESINO**

*dal 1945*

**BREBBIA - ITALY**



*La migliore qualità  
per il tuo Salone*

[www.exportmagazine.net](http://www.exportmagazine.net)



A QUALIFIED DIGITAL READERSHIP

**95,000**

BUSINESS OPERATORS IN 121 DIFFERENT COUNTRIES



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

**Export Magazine Beauty Distributor  
is the leading international B-to-B magazine  
in the beauty industry.**

**Since 1983, Export Magazine is the  
meeting point for manufacturers and distributors  
all over the world.**

MTE Edizioni - Via Romolo Gessi, 28 20146 Milano tel. 02 48952305  
e-mail: [export.magazine@mteedizioni.it](mailto:export.magazine@mteedizioni.it) - [www.exportmagazine.net](http://www.exportmagazine.net)

# OFFICINE della BARBA

## A Milano, in corso Vercelli, una barberia di tradizione, cui si affianca una profumeria artistica



Stefano Clemente

dettaglio che commercializza profumi artistici e articoli per la barba. Poiché non eravamo completamente soddisfatti dei prodotti in commercio per la barba, abbiamo deciso di studiare, insieme ad un laboratorio di cosmetologia, una linea naturale che rispondesse alle nostre esigenze. Stefano, che porta una folta barba, è stato il primo utilizzatore di questi prodotti che produciamo noi stessi seguendo attentamente tutte le procedure per garantirne la naturalezza e la durata. La lavorazione è accurata, compreso le finiture: i flaconi vengono ceralaccati uno a uno, come si usava un tempo. Per il sapone da rasatura abbiamo ripreso una vecchia formula, per offrire un servizio 'da barberia' nel vero senso della parola.

**SALON:** Che tipo di servizio proponete?

**NICOLO':** Un servizio come si usava una volta, accurato, di alta fascia. Una sorta di coccole destinate a un uomo che desidera un momento di relax dedicando del tempo solo a se stesso.

**SALON:** Al di là dei trattamenti 'benessere', sicuramente nella barberia si effettuano anche dei servizi cosiddetti 'tecnici'...

**STEFANIA:** Naturalmente nel salone si eseguono dei tagli moderni, in base alla richiesta dei clienti. È nel servizio che rispettiamo la tradizione. Ad esempio per il servizio da barba all'italiana, dove alla rasatura si affianca un trattamento con panni caldi, prevediamo anche l'utilizzo delle nostre creme idratanti.

**SALON:** Chiediamo a Stefania Andreon, Stefano Clemente e Nicolò Cerizza, come è nata l'idea di aprire una barberia nel cuore di Milano, e con quali caratteristiche.

**STEFANIA:** La barberia è stata una conseguenza di un'altra iniziativa promossa da me e da Stefano a Legnano: un negozio al



do usato durante il servizio della rasatura; ebbene ogni settimana cambiamo tipo di profumazione, affinché il cliente possa spaziare all'interno della vasta gamma a disposizione.

**SALON:** Come accoglie la clientela questa proposta?

**NICOLO':** Questa proposta viene accolta piacevolmente; noi tre fondatori, inoltre, ci muoviamo con convinzione all'interno di

questo progetto, perché ognuno di noi mette a disposizione la propria expertise, nel mio caso nel campo della profumeria di nicchia, della quale la mia famiglia si occupa da quattro generazioni. Stefania e Stefano, a loro volta, hanno un'ottima conoscenza dei bisogni della clientela maschile in fatto di prodotti e servizi. Da questo mix di esperienze nasce una risposta mirata e soddisfacente. Le profumazioni che proponiamo per i prodotti per la barba, ad esempio, si distaccano molto dalle classiche colonie al mentolo; utilizziamo miscele tipiche dei profumi di nicchia, dove ad una parte più maschile si abbina magari una fragranza più dolce, gradita anche alle donne.

**SALON:** La vostra barberia ha un target specifico di clientela?

**STEFANIA:** La nostra fascia di clientela è ampia, e va dal bimbo al cliente ottuagenario. Ovvio che la maggior parte della clientela si concentri nella fascia dai 30 ai 50 anni, cioè nella parte più attiva della popolazione maschile, tuttavia mi sento di affermare che, nella misura noi siamo in grado di regalare un'emozione, non ci sia un'età specifica che non sia adatta a... riceverla!

*Claudia Stagno*

Foto: Luca Rossio



**SALON:** Una peculiarità del vostro salone è che viene data la possibilità di acquistare dei profumi, presenti in un'area dedicata alla profumeria di nicchia, adiacente alla barberia.

**STEFANIA:** Già nel negozio di Legnano abbiamo constatato che le due tipologie di prodotti vanno a braccetto. Ad esempio applichiamo sempre un profumo all'interno del panno cal-



# The Barber & Co. una nuova opportunità

**Aprire un salone barber di successo non necessita di investimenti esagerati e impossibili. Come fare ce lo chiarisce il dottor Marco Ricchetti, country manager The Barber & Co.**



**Il 2020, nonostante tutto, ha visto crescere il vostro brand The Barber & Co. Avete già aperto 7 saloni sul territorio e ne avete in programma altri. Come è stato possibile l'espansione in un anno in cui i saloni erano chiusi? Qual è stata la vostra carta vincente?**

«Partiamo dall'inizio. Qualche anno fa abbiamo cominciato ad analizzare il mercato dell'uomo e, constatando che si stava espandendo molto velocemente, abbiamo messo a punto una strategia di guadagno molto interessante. Dovevamo infatti cercare di limitare i costi e aumentare la marginalità dei nostri affiliati e, naturalmente, di nuovi imprenditori. Così, oltre a calcolare un canone di affiliazione inferiore a quello di altri circuiti, abbiamo capito che, per una buona redditività di un salone barber basta un negozio di piccole dimensioni (circa 40 metri quadri) in una zona ben posizionata oppure in un centro commerciale. Il costo di affitto è quindi abbordabile, non richiede grandi investimenti per gli arredi e le spese di gestione del personale sono altresì ridotte. Questa è un'attività dinamica, semplice da gestire e capace di portare al *break even* e ai guadagni in poco tempo. Ma non è tutto: chi apre un salone The Barber & Co. ha ulteriori vantaggi sia economici, sia di visibilità. Nel canone di affiliazione, infatti, sono comprese anche giornate di formazione e una collezione annuale. Un ulteriore punto di forza è un'architettura digitale all'avanguardia nel panorama italiano, strategica e personalizzata per garantire agli affiliati un'attività di *drive to store* efficace e costante.

Il *lockdown*, con la tragicità che si porta dietro da un anno, ci ha aperto gli occhi su una realtà che poteva non essere immediatamente percepibile: alla scorsa riapertura, il 18 maggio 2020, i saloni barber hanno ripreso a lavorare subito e senza inflessioni, recuperando in gran parte gli incassi persi nei mesi di chiusura. Cosa significa? Che gli uomini non rinunciano a questo tipo di servizio, tagliano i capelli in media ogni 10-15 giorni e, grazie alla tendenza barber molto forte ormai da tempo, hanno bisogno anche di regolare e sagomare frequentemente la barba. Infine, ma non ultimo, teniamo in considerazione che Corani & Partners ha 40 anni di esperienza nel franchising e nella capacità di sapere evolvere nella modernità e nella moda».

## Perché questo progetto è piaciuto ai barber?

«Dal punto di vista economico, esperti del settore e imprenditori hanno riconosciuto che, aprire un salone in franchising The Barber & Co. è sicuramente un business interessante e soprattutto, come abbiamo visto, dà molti vantaggi che lo rendono alla portata anche di imprenditori giovani e ambiziosi. È piaciuta molto anche la strategia di posizionamento del nostro concept, si colloca infatti a metà strada tra l'*hipster mood* e un barber di fascia super alta, sia come stile, sia per i costi. Con noi è possibile quindi abbracciare tutti i desideri e le tendenze. Anche l'immagine e il design hanno una loro allure: ispirati dallo stile newyorkese, i saloni sono studiati per rispecchiare un servizio impeccabile e la scelta di prodotti ultra performanti specifici per ogni esigenza è sicuramente garanzia di successo».

## In cosa consiste l'affiliazione? Cosa comporta all'acconciatore?

«Come qualsiasi affiliazione a un franchising, si entra in un network

per il quale si paga una piccola cifra mensile. Oltre ai vantaggi descritti, sicuramente il supporto digitale è il fattore che fa la differenza. Per esempio, con l'utilizzo di strumenti come Google Partoo, i saloni The Barber & Co. compaiono sempre tra i primi risultati di ricerca su Google permettendo così che più persone trovino i saloni in modo facile e immediato. Partoo serve anche a fornire informazioni utili del salone (indirizzo, orari, contatto telefonico) fondamentali per fare *Drive to Store* su oltre 50 tra siti e app, accompagnando i clienti fino alle porte del salone. Grazie all'aumento dell'indicizzazione su Google, incrementeranno anche le recensioni che sono utili per convertire un cliente e sono inoltre supportate da un ufficio clienti dedicato e pronto a rispondere a qualsiasi esigenza. Per quanto riguarda i principali social network, ogni salone ha una pagina Facebook e Instagram con materiali esclusivi finalizzati a cogliere l'attenzione della sua clientela. Con FB e IG, abbiamo messo a punto un servizio di prenotazione on line tramite un sito dedicato per ogni salone. Sempre a carico dell'azienda, l'affiliato si garantisce campagne pubblicitarie sui social e su Google ADS per la prenotazione on line. Infine, proponiamo due pacchetti all'anno di produzione di foto e video direttamente in salone con un videomaker professionista».

## Con quali servizi viene conquistato il cliente in salone?

«Il nostro progetto di barber è una rivisitazione in chiave moderna dei negozi di una volta, dove gli uomini possono tagliare barba e capelli, ma anche sottoporsi a innumerevoli trattamenti. Il mondo barber copre qualsiasi fascia d'età. Gli uomini (anche i più giovani) ritrovano il piacere di un salone accogliente dove al primo posto ci sono la cura dei dettagli e la personalizzazione del proprio look grazie a servizi pensati ad hoc. In questo sta la grande differenza tra i barbieri di una volta e i Barber Shop di oggi: sono state mantenute le basi ma c'è stata una sostanziale evoluzione nei servizi. Il nostro brand ha infatti un portfolio di servizi molto ricco, con molteplici proposte di stili di taglio, trattamenti per cute e capelli e rituali specifici per la barba per look unici e riconoscibili. Abbiamo inserito ultimamente alcuni nuovi servizi che stanno riscontrando grande interesse, quali ad esempio un trattamento disciplinante, uno dedicato alla cute, uno per la protezione della bellezza dei capelli "sale e pepe", per mascherare i capelli bianchi e molti altri ancora. Inoltre, da The Barber & Co. interpretiamo lo stile seguendo il concetto di personalizzazione. Perché nessuno è uguale a un altro e ogni stile deve essere realizzato in base ai lineamenti e alle attitudini personali per un mood tradizionale o di tendenza. Questo è il nostro DNA ed è quello che insegniamo anche all'Accademia di Formazione di Brescia».

## La Collection Zero, la collezione pilota firmata The Barber & Co, cosa racconta e a chi si rivolge? È firmata da un team stilistico dedicato?

«Con la nostra *Collection Zero*, che vuole essere un punto di partenza, raccontiamo chi è l'uomo The Barber & Co. e la filosofia del brand. In questa Collezione abbiamo interpretato i tagli barber più noti e apprezzati combinando tradizione e modernità, puntando su uno stile unico, riconoscibile e senza tempo. Cura e personalizzazione sono le parole chiave per il nuovo gentleman a cui si rivolge la *Collection Zero*, dal look sportivo, disinvolto e charmant, sempre attento ai dettagli e alla propria immagine, senza mai essere eccessivo. La realizzazione della collezione The Barber & Co. è il frutto di un Team Stilistico dedicato, sempre alla ricerca di nuove tecniche e tendenze e già alle prese con la prossima collezione».

# Per barba e capelli curati

Occuparsi di se stessi è un atto dovuto soprattutto per coccolarsi un po' e non vedersi trascurati. Ecco alcuni prodotti imperdibili da usare per sentirsi belli curati.

## MASCHERA RIFLESSANTE

**THE COLOR MASK** – Grigio perla di **dott. solari cosmetics** è una maschera adatta a creare affascinanti sfumature di grigio su capelli bianchi o brizzolati, donando riflessi naturali per un look curato e uniforme. Dura fino a 5 shampoo. Grazie a **THE COLOR MASK** è possibile aumentare la luminosità dei capelli, neutralizzare indesiderati riflessi gialli e dare profondità e intensità al colore, rinforzando allo stesso tempo la struttura del capello, grazie alla Luminescina, olio di Argan, Vitamina E e Vitamina C presenti in formula.



## DETERGENTE PURIFICANTE E ANTI-FORFORA

Stress tensioni, irritazioni cutanee per venire incontro a queste esigenze sempre più attuali, **Framesi** rinnova la formula di **Morphosis Purifying Shampoo**. Una composizione nuova e innovativa con estratto di chinotto, noto per le sue proprietà antiossidanti, decongestionanti, antisettiche ed antinfiammatorie. Morphosis Purifying è lo shampoo purificante e anti-forfora, che deterge delicatamente normalizzando la cute, liberandola sia dalla forfora secca che grassa. Rispetta il film idrolipidico del cuoio capelluto, contrastandone la desquamazione. Lenisce il prurito e lascia i capelli morbidi e pettinabili.



## CONTRO LE PROBLEMATICHE DELLA CUTE

**Elgon** presenta **Primaria** la nuova linea ideata per offrire una risposta semplice ed efficace alle più comuni problematiche del cuoio capelluto come eccesso di sebo, forfora, caduta dei capelli. Offre un programma completo di trattamenti, sia professionali sia domiciliari. La gamma dalle formule innovative con prebiotici, si compone di 8 prodotti che a loro volta si suddividono in 4 macro-categorie: per tutti i tipi di capelli, anti-forfora, anti-sebo e anti-caduta. Grazie alla combinazione dei prodotti è possibile ottenere trattamenti personalizzati e ultradelicati da proporre in salone.



## TONICO RIEQUILIBRANTE

**Rebalancing Tonic** della linea Blends of Many di **Alfaparf Milano** ripristina e riequilibra lo stato ottimale del cuoio capelluto, contro la forfora. Si eroga, a capelli umidi o asciutti, direttamente sul cuoio capelluto e si massaggia per favorire l'assorbimento. Non risciacquare.

## DETERGENTE SOLIDO PER UN LAVAGGIO ECO

Il nuovo brand eco-etico **weDO/** presenta **Solid Shampoo** che grazie alla sua applicazione diretta in cute, lava delicatamente ma in profondità e si risciacqua facilmente. Il Solid Shampoo assicura niente plastica, ridotto utilizzo di acqua e durata fino a 80 lavaggi.



## GEL SPRAY TENUTA IMMEDIATA E BRILLANTE

**Eslabondexx Protective Styling** propone l'**Hair Spray Gel** un prodotto dalla texture delicata che non appesantisce la capigliatura e la rende facilmente modellabile. Protective Styling di Eslabondexx - la marca trend-tech che fonde la ricerca di tendenze stilistiche con le tecnologie cosmetiche più avanzate - permette di creare innumerevoli look senza compromettere la protezione del capello. Grazie alla Nio-Protect Technology, la chioma rimane infatti in perfetta salute, ma anche luminosa e leggera. Questa innovativa tecnologia assicura risultati professionali e una protezione massima grazie al niosoma, un innovativo sistema di rilascio che favorisce l'assorbimento del prodotto e dei suoi principi attivi fino alla corteccia del capello.



## OLIO PER UNA BARBA BEN CURATA

Il **Beard Oil** della linea **Balmain Homme** è un trattamento quotidiano per mantenere la barba in perfette condizioni. Nutriente e profumato olio care e styling favorisce l'idratazione della barba e della pelle. Si assorbe rapidamente e non lascia residui.



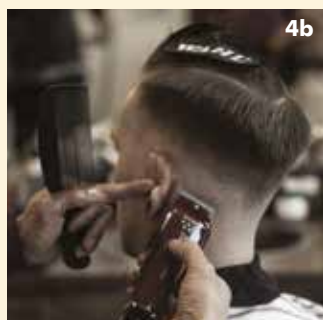
Courtesy of Balmain Hair



## SIDE-PART SKIN FADE

Il barber **GioTheNewKid** del **WAHL Artistic Team** presenta il taglio **Side-Part SkinFade**, un iconico look maschile in una versione al passo con i tempi. Per creare questo taglio vengono utilizzati diversi tipi di strumenti con varie testine e tecniche; la parte bassa è stata rasata con **WAHL Balding**, mentre per la sfumatura e per la parte alta GioTheNewKid ha utilizzato **WAHL Legend**. I contorni sono stati infine definiti con precisione grazie a **Wide Detailer**.

**Hair:** Gio The New Kid Rotterdam, WAHL Artistic Team  
**Photo:** WAHL Pierre Heinemann, WAHL mb-mediaworld  
**Styling:** Artisan the Label (Don Nguyen)





PROFESSIONAL



★★★★★<sup>®</sup> *5 Star Series*  
**CORDLESS DETAILER LI**

La flessibilità della batteria al litio per



**rifiniture**



**contorni**



**dettagli**



**righe**



@wahlproitalia

# XENON

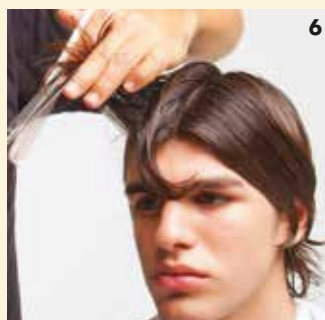
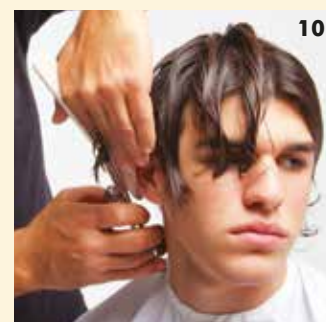


## RICCI PER NATURA

I capelli mossi trovano finalmente pace grazie al taglio che permette libertà di movimento. Un taglio semplice ma che dà stile a chi lo porta.

I capelli ondulati tenuti lunghi sul davanti si sono visti molto in questa stagione dove prevale il desiderio di leggerezza e di naturalezza. Per i più giovani, ma non soltanto.

**Hair:** Xenon Group



## BIOHOCOLORS FOR MEN

è stata lungamente sperimentata da un pool di Maestri professionisti, docenti di tecniche tricologiche che ne hanno determinato la funzionalità e la praticità di utilizzo

- La facilità di applicazione
- I tempi di posa brevissimi.
- Il massimo effetto coprente.
- Leccezionale resistenza ai lavaggi.
- L'assoluto mantenimento della tonalità.
- La mancanza di ogni tipo di alone sulla pelle dopo l'applicazione.
- L'aggiunta di sostanze minerali spesso carenti nei capelli maschili.

Rendono BIOHOCOLORS FOR MEN la Linea di colore per capelli assolutamente perfetta per le esigenze dell'uomo moderno.

E' composta da 8 nuance classiche in confezione monodose da 30 ml.

L'attivatore è previsto in confezione professionale da 500 ml. e in confezione monodose da 30 ml.



Strada Salsediana Est 536  
Castelnuovo Fogliani Pc.  
Tel.0523 947216 - FAX 0523 947623  
www.malvy.it - info@malvy.it



**NOVITA'**

**GRAFITE - Gel Nero**  
Maschera con discrezione i capelli grigi donando un tocco di naturalezza di colore. Lascia i capelli lucidi e fissati. Non appesantisce e non macchia la cute.

# biohocolors

FOR MEN



Cercasi Concessionari per zone libere

# XENON



## PENNELLE DI COLORE

Il ciuffo si tinge di blu e dà al look una grande svolta modaiola. Per realizzarlo in maniera semplice basta seguire i passaggi che seguono. La schiaritura della parte davanti. Ovviamente si possono scegliere colori differenti, anche tono su tono. A voi la scelta.

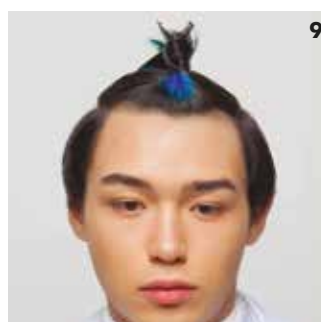
Hair: Xenon Group



1



5



9



13



2



6



10



14



3



7



11



15



4



8



12



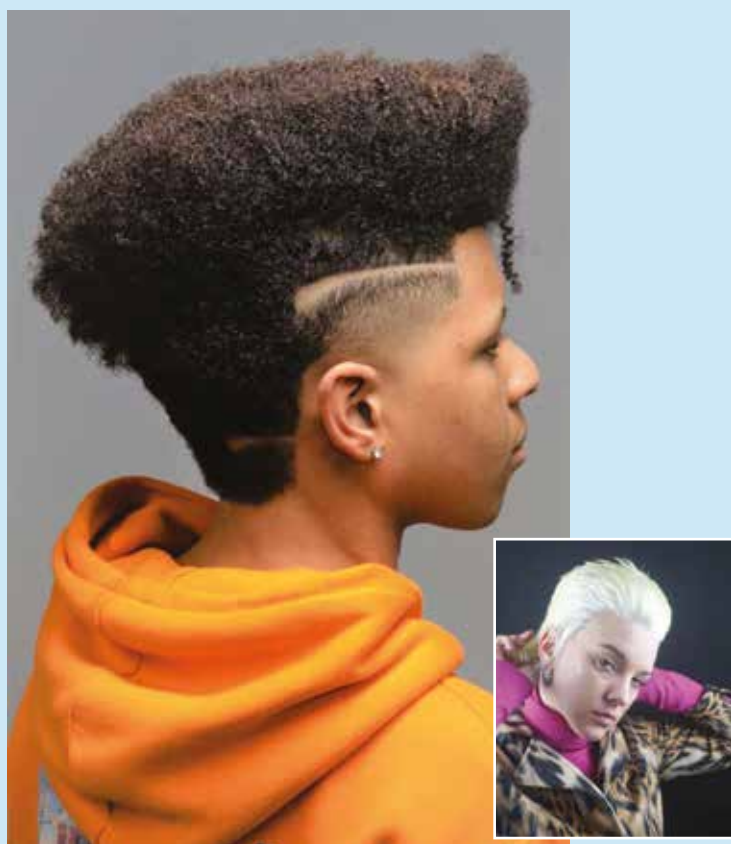
16

## SPAGHETTI'S, HAIRSTYLIST IN CRESCITA

SPAGHETTI'S è un brand giovane, segue la formazione di un'accademia uomo barber e hair style men da più di 9 anni, ha sei punti vendita, due nella Capitale e quattro in altre città del Lazio (Ladispoli/ Bracciano/Civitavecchia/Torrimpietra). I concept store hanno un mood minimale e moderno, dove, oltre all'attività di barberia, si vende abbigliamento uomo e sneakers.

I saloni SPAGHETTI'S sono seguiti sia dai responsabili marketing sia dai tutor tecnici.

Le figure principali sono: Antonio Esposito (Master Barber - International Educator), Salvatore Esposito (Clothing Supervisor Buyer), Emanuele Esposito (Academy Director- Educator Italia), Cesare Morabito (Marketing Director/ Cosmetics Supervisor /Buyer). Negli ultimi anni sono stati protagonisti on stage delle manifestazioni internazionali fra cui Festival Barber a Torino. La nuova collezione p/e 2021 si chiama *Equality In Hair Diversity* in cui la forma e il colore costituiscono gli elementi distintivi dei capelli di ogni singolo individuo, ma anche del rispetto reciproco. Il metodo SPAGHETTI'S EDUCATION si basa proprio su questi valori. Questa collezione non ha colore, né sesso, è pensata e dedicata a tutti, a chiunque abbia intenzione di sentirsi libero.



## BARBERINO'S: 5 CONSIGLI PER FAR CONVIVERE BARBA E MASCHERINA CURANDO IL PROPRIO LOOK IN SICUREZZA

Un uso prolungato della **mascherina**, infatti, da una parte incoraggia irritazioni e fastidi, perché rende la pelle più sensibile, dall'altra può risultare scomodo a causa della lunghezza della barba, che in alcuni casi rischia di non far aderire al meglio la protezione.

**Michele Callegari e Niccolò Bencini, fondatori di Barberino's** hanno raccolto **5 accorgimenti** da tenere a mente **per far convivere al meglio pelle, barba e mascherina**.



### Curate molto la detersione

Lavare accuratamente il viso e la barba con detergenti naturali e delicati pensati proprio per la barba, non vadano ad intaccare l'equilibrio del pelo, che ha un pH diverso da quello dei capelli.

### Non dimenticare l'idratazione

La pelle e la barba vanno nutrite con balsami freschi, dalla texture leggera e ricchi di vitamine.

### Vaporizzare l'acqua termale

L'acqua termale, che, se spruzzata sul viso, aiuta a decongestionare e a ridurre le sensazioni di pizzicore e bruciore date dalla sudorazione e dal continuo cambio di temperatura.

### Fare attenzione al pre-rasatura

Prendersi cura della pelle prima della rasatura con oli dalle proprietà idratanti e in grado di creare un'efficace barriera protettiva tra la lama e la pelle.

### Trovare la giusta lunghezza

Se barba e mascherina proprio non vanno d'accordo, l'alternativa è ricorrere a un cambio di look, aggiustando la lunghezza, accorciando o allungando un po' a seconda di come si percepisce la barba quando è coperta.

# JUPITER 388.... L'eccellenza della poltrona barber 100% made in Italy

Esperienza, passione e ricerca da quarant'anni al servizio del parrucchiere.

Schienale in alluminio con sistema poggiatesta incorporato.



Marchio Ceriotti e Made in Italy impresso nello schienale. Ulteriore certificazione di origine italiana.

Sistema sdraio senza pompa a gas, regolabile e registrabile a piacimento.

Braccioli in alluminio robusti ed eleganti.



Robusto telaio di alluminio con sistema di tracciatura di origine.

Telaio di sdraio poggiapiedi in alluminio. Forma ed eleganza unite alla massima robustezza.



## JUPITER 388

Semplicemente UNICA nel suo genere..... Costruita secondo la tradizione con le più avanzate tecniche di stampaggio. L'UNICA poltrona barber interamente in fusioni di alluminio.

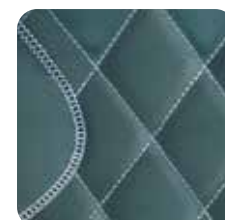
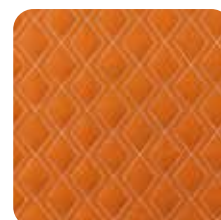
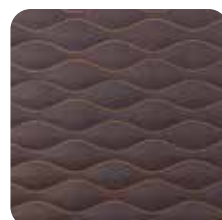
Basi con pompa idraulica con freno.



Pedana in pressofusione con poggagambe a ribalta.



Personalizza la tua poltrona barber



**Alta Sartoria italiana**



**TAILOR MADE** Cuciture elaborate e ricami personalizzabili, realizzati interamente a mano, per chi vive fuori dagli standard.



 **JUPITER**

**JUPITER 388**

*Contattaci telefonicamente  
per un preventivo.  
Realizzeremo insieme  
la tua poltrona barber,  
rendendola unica.  
Attraverso una videocall,  
potremo mostrarti la poltrona  
nei dettagli tecnici ed estetici.*

