

UOMO

SALON[®]
INTERNATIONAL

Salon International N°2/2022 - 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. 27/02/2005 N. 46) art. 1, comma 1, DCB - Modena - Tassa riscossa - Taxe Perçue - Contiene I.P. - Anno LIII

Liberté égalité Fraternité

COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

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

NEW DATES

.....

28 APRILE - 1 MAGGIO 2022

COSMOPACK

COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

.....

29 APRILE - 2 MAGGIO 2022

COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

.....

BOLOGNA
QUARTIERE FIERISTICO

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



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



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



PAG. 5



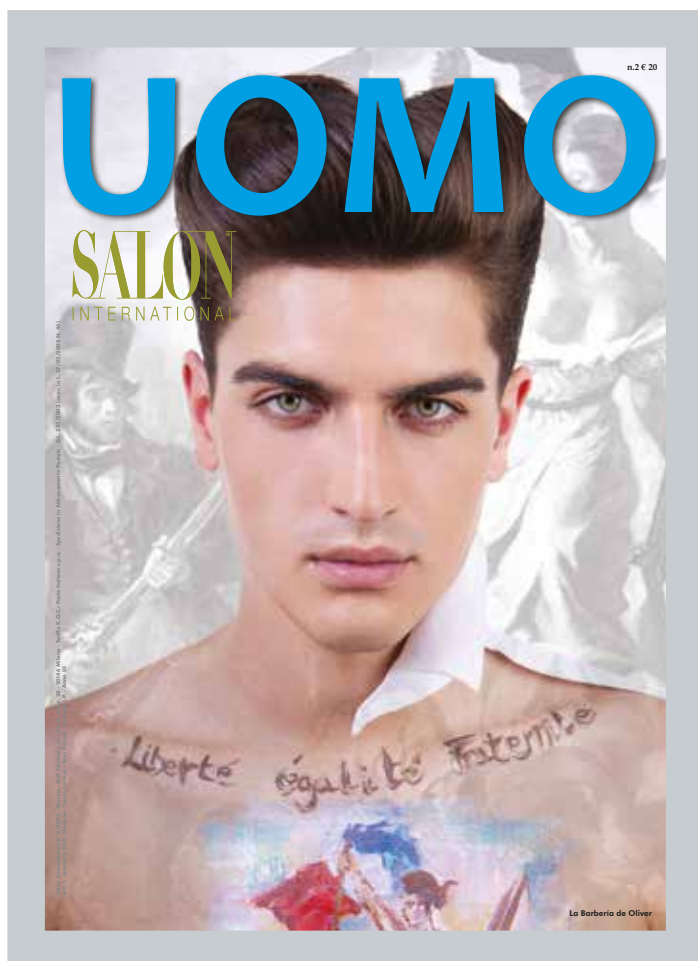
PAG. 30



PAG. 29



PAG. 24-25



Hair: La Barbería de Oliver - **Hair Assistant:** Monica Moreno
Photo: Juan Francisco Pagan - **Make Up:** Monica Moreno - **Styling:** Salvador Oliver

Salon International Moda

4-23	Styling International
24-25	Fashion
Novità in Salone	
26	Saponificio Varesino
Step	
28	Sens.ùs
30	Wahl
32	Xenon
Novità prodotto	
34	Mettere la testa a posto
35	E non solo la testa
36	News
38	Ricerca di mercato
ADV	
2	Cosmoprof Worldwide Bologna
37, 39, IV Ceriotti	
31	Malvy
33	Moser
27	Saponificio Varesino
29	Sens.ùs



SAPONIFICIO VARESINO PAG. 27

**Sfoggia
Salon Uomo online,
è gratuito, è per te**

www.salon-international.net

Anno LIII
n.2/2022

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 Chiolo

Edizioni Estere: Salon China - Salon India
Salon Middle East

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

ASSOCIATO



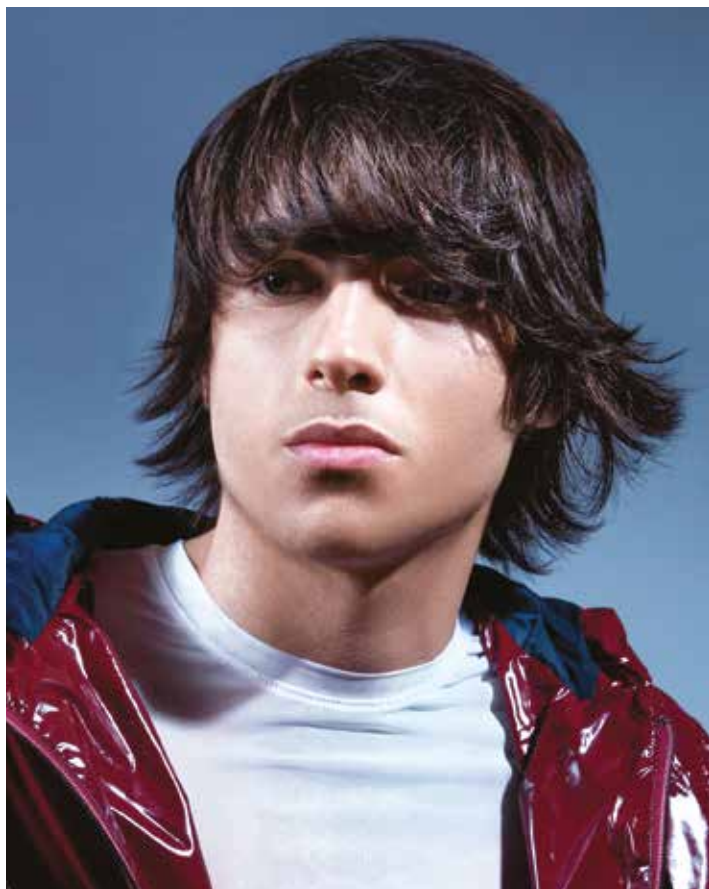
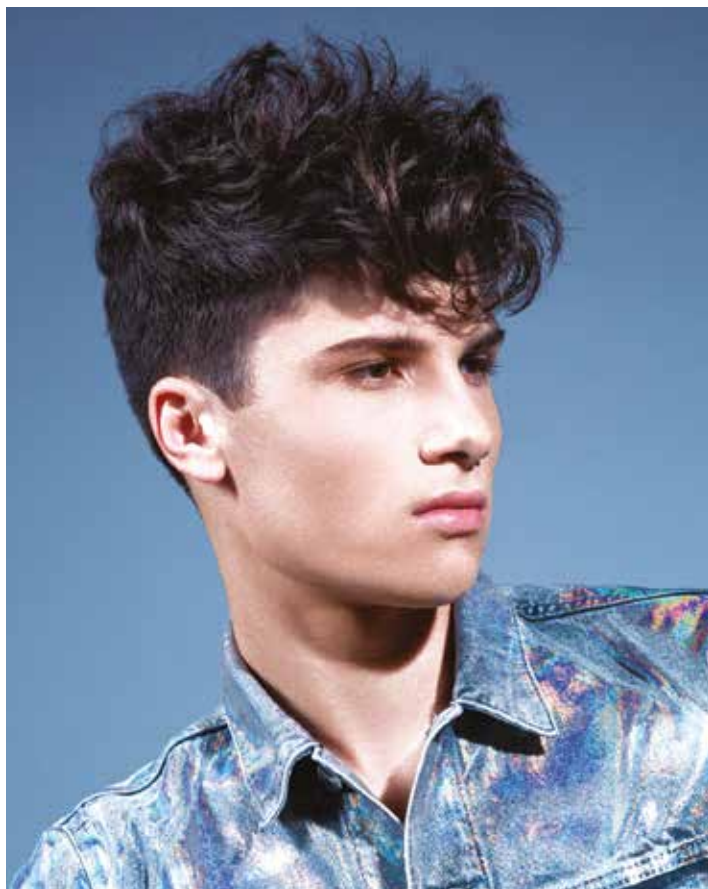
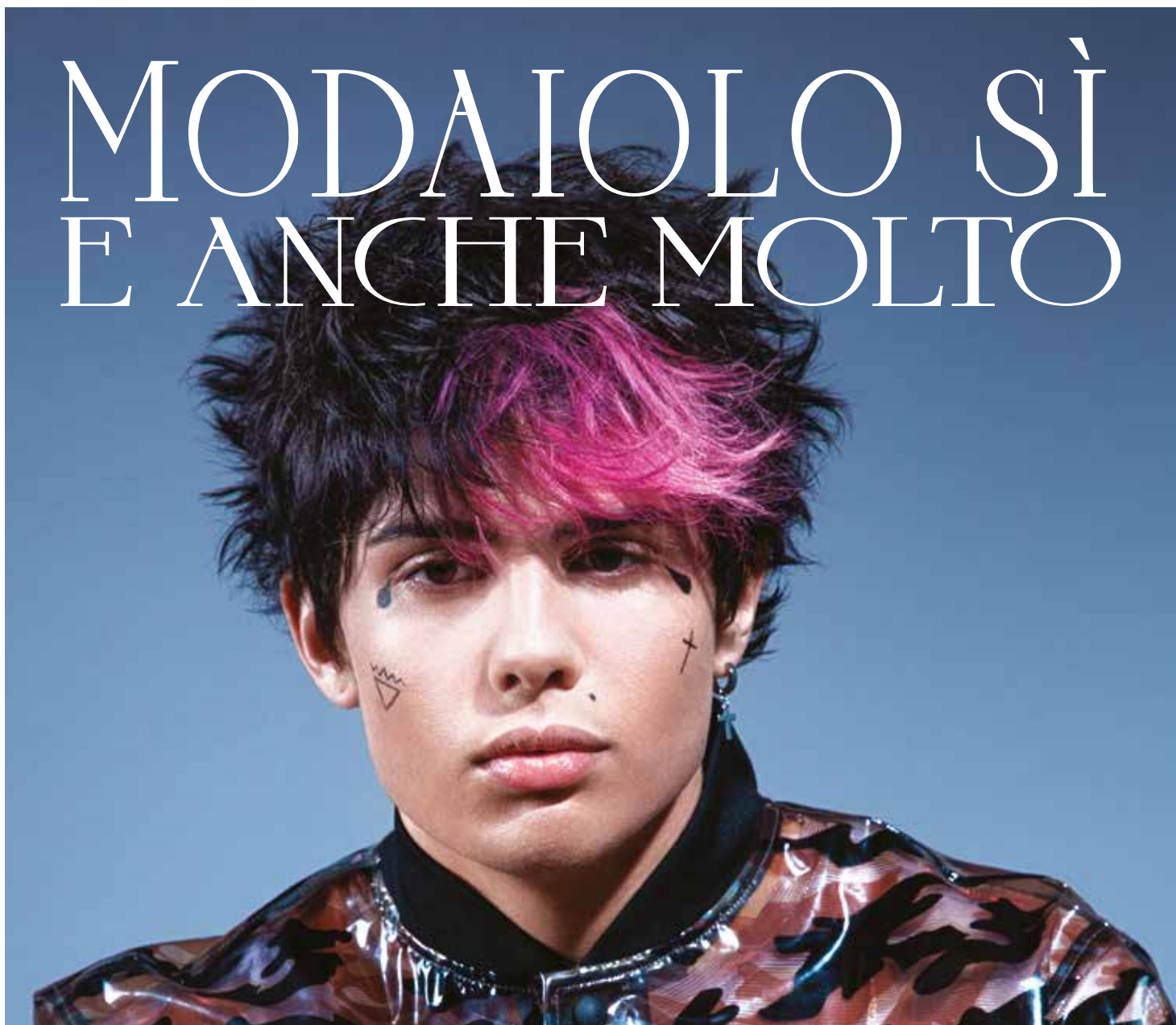
ANAM-UAAMI-CNUA-AMI

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

ABBONAMENTI
NUMERO VERDE

800 102166

MODAIOLO SÌ E ANCHE MOLTO



Styling
International

Ciuffo colorato in fuxia
per uscire dal coro.
Per il resto i capelli si portano
medi con frangia piena
o corti ai lati e con un ciuffo
in avanti.



Xenon Group

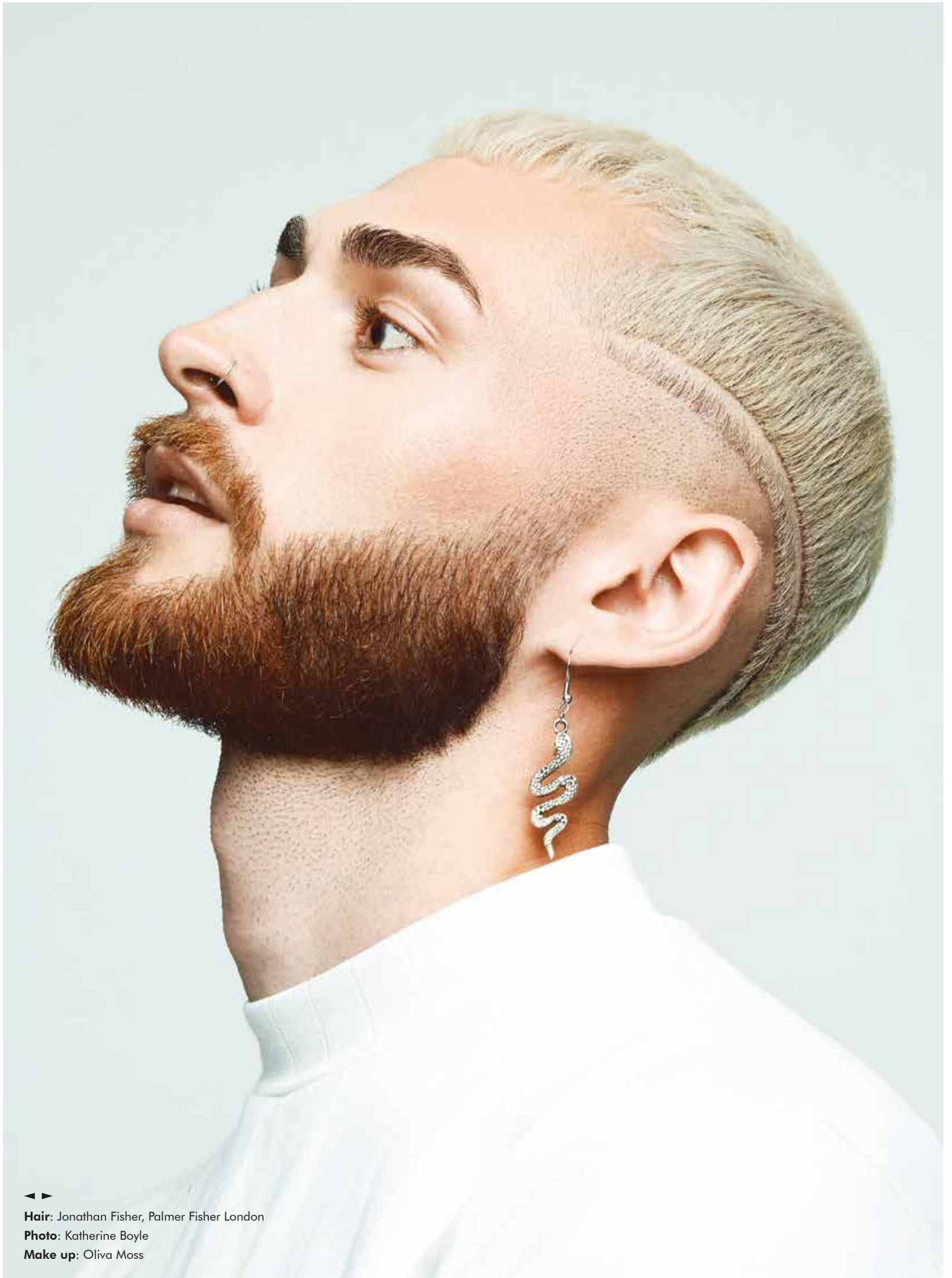
SALON • HAIRSTYLE



Tanti tipi differenti di uomini,
ciascuno con la propria identità,
con la capacità di osare:
trecce rasta, rasature di design,
schiariture.
Per rimanere se stessi.
Sempre.

SOLUZIONI PERSONALI

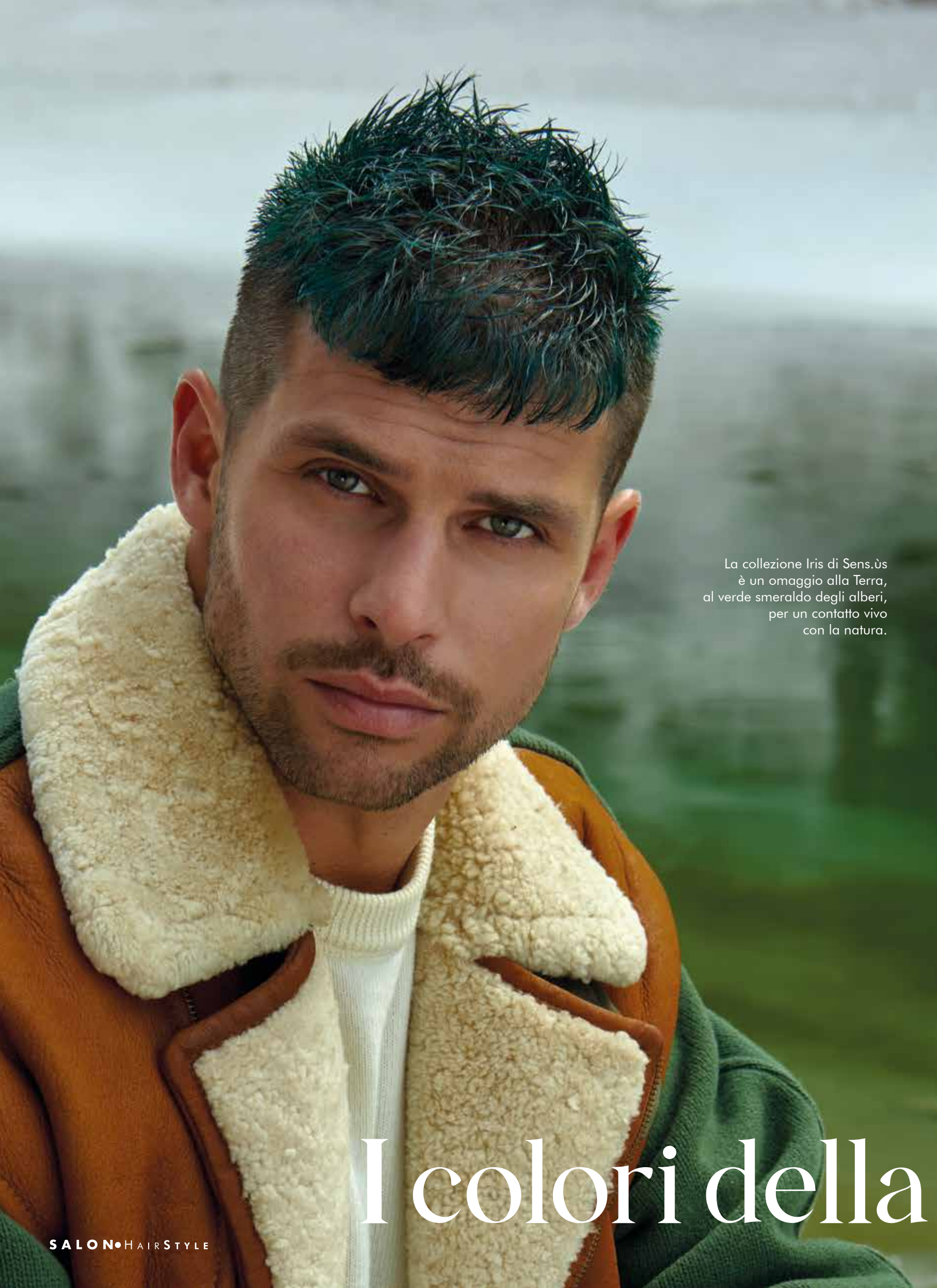




Hair: Jonathan Fisher, Palmer Fisher London

Photo: Katherine Boyle

Make up: Oliva Moss



La collezione Iris di Sens.ùs
è un omaggio alla Terra,
al verde smeraldo degli alberi,
per un contatto vivo
con la natura.

I colori della



Terra

◀ ▶ **Hair:** Sens.ùs team

Concept: Sens.ùs Marketing&Communication team

Photo: Paco Di Canto

Make up: Vania Cesarato

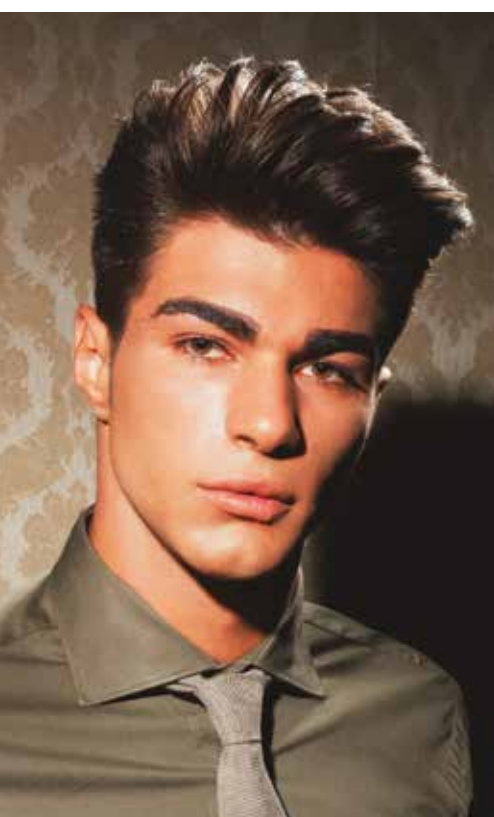
Fashion Styling: Veronica Spadaro

SALON • HAIR STYLE

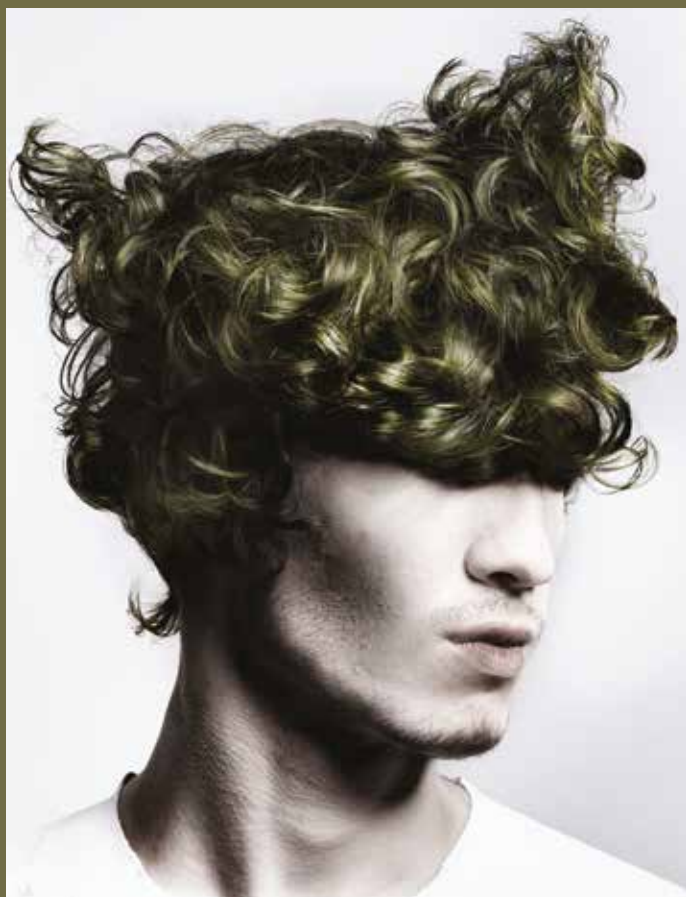


◀ ▶
Xenon Group

A STILE LIBERO







Hair look con ricci definiti e senza barriere,
in un gioco di volumi, lunghezze e rasature in cui
c'è una massima espressione di divertimento.

Hair: Pelsynera
Photo: Oliver Viladoms
Make up: Pelsynera
Styling: Laura García Baena

TRAMA RICCIA E POLIEDRICA

Bellezza GLACIALE

Re-Born, rinascita,
è l'idea centrale
della collezione Cotril.
Ciuffo libero e versatile
con un'idea genderless.

Director: Ezio Diaferia - Art Director: Luca Grillo - Photo: Giovanni Fato

SALON • HAIR STYLE



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

Re rock!

Mullet, il taglio tipico degli anni '80, per una nuova rivoluzione dell'immagine.
Molto rock!

Corsa allo stile



Due stili diversi per due
personalità decise e disinvolute.
Cresta afro e intrecci e,
per contro, un taglio mullet
con delicate schiariture
nella parte frontale.



Art Direction: Sam Burnett

Hair: PROJECT: X 2021

Photo: Ben Hards

Styling: Masha Mombellie

Make Up: Coco Hirani

Products: Goldwell and KMS

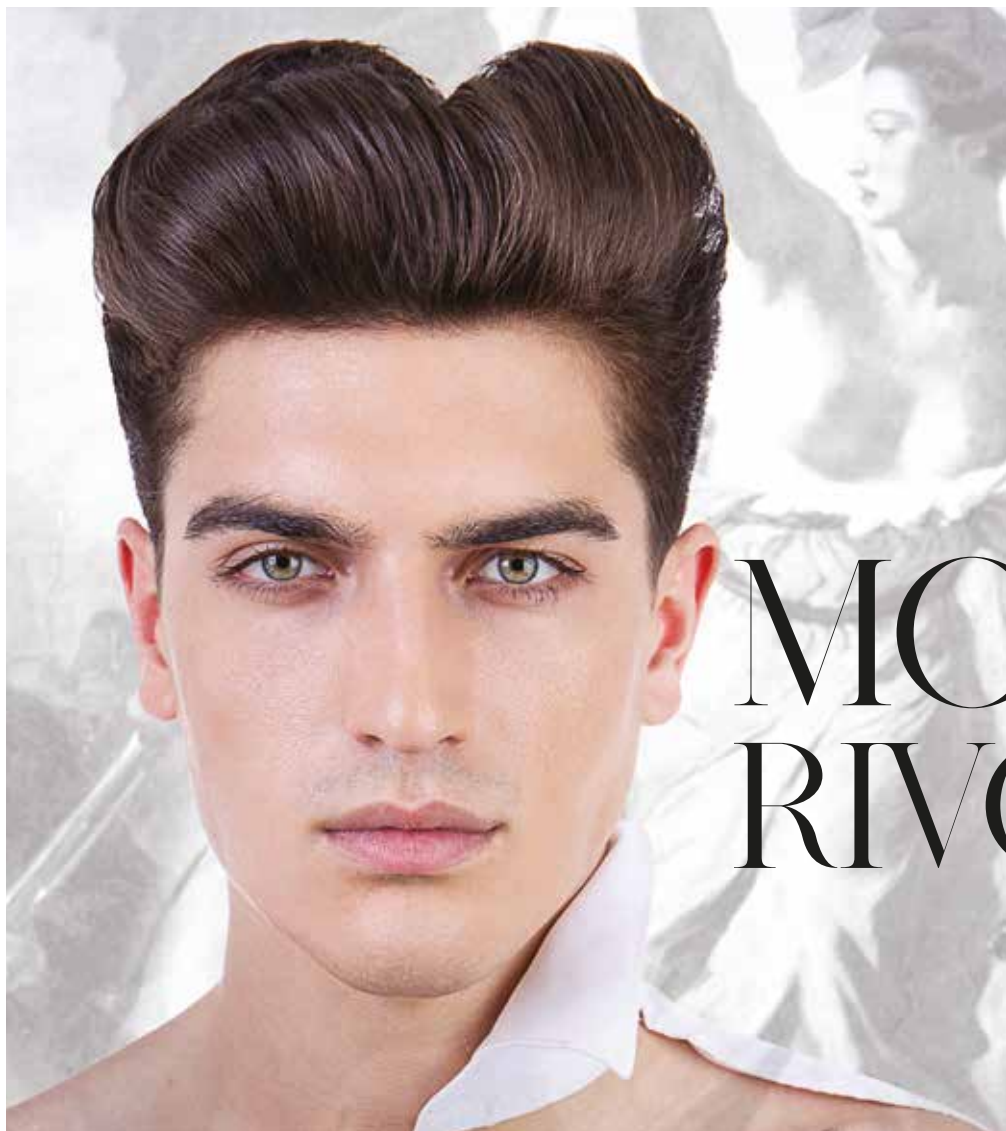


◀▶
Hair: Gema Moreno - **Hair Assistants:** Dioni Martínez - **Photo:** Edu Gómez - **Make up:** Lulú Pérez
Styling: Álvaro De Olmedo - **Products:** Revlon, Professional, American Crew

ALVARO GEMAS



La collezione "Kontext"
si rifà alla serie TV "Lost".
I capelli sfoggiano texture
realizzate per sublimare
la bellezza della natura
di ciascuno.



MODERNE RIVOLUZIONI

Il chiaro punto di partenza è la Rivoluzione (francese) che oggi significa rielaborare tagli e acconciature essendo se stessi.

Hair: La Barbería de Oliver - **Hair Assistant:** Monica Moreno - **Photo:** Juan Francisco Pagan - **Make Up:** Monica Moreno - **Styling:** Salvador Oliver



Sovvertire i trend
per essere audaci
combinando sfumature,
ciuffi, lunghezze
e colori a contrasto.
Per seguire un'onda
personale, per giocare
a creare qualcosa
di nuovo e divertente.

Hair: Gianni, Moving Hair
Photo: Marc Ninghetto
Make up: Daniela, Moving Hair
Products: Schwarzkopf Professional



Hair: Sabrina, Moving Hair
Photo: Marc Ninghetto
Make up: Sandra, Moving Hair
Products: Schwarzkopf Professional

Ribelle per gioco

SALON • HAIR STYLE

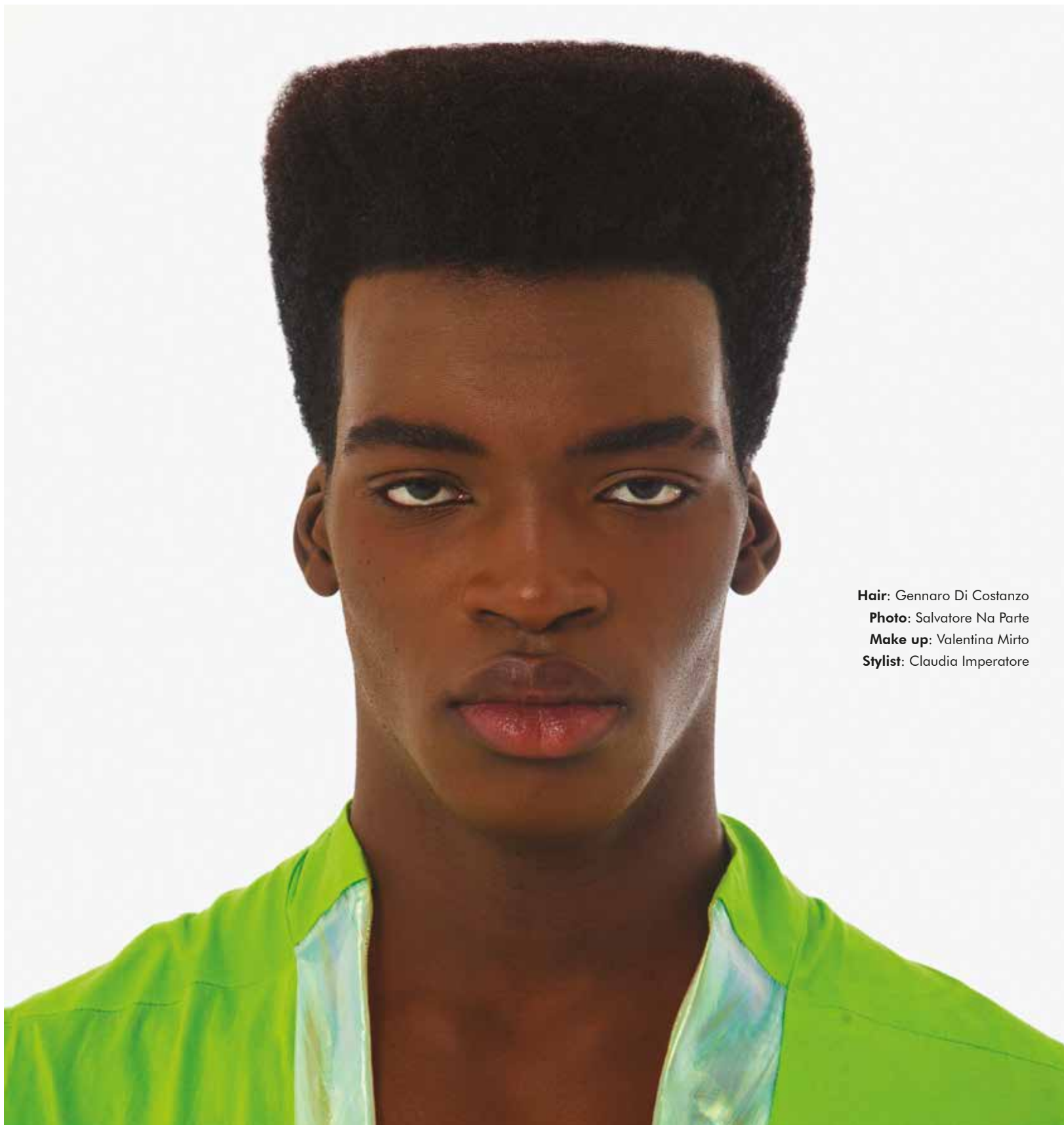
Capelli mossi
con ciuffo in avanti
e i lati portati indietro,
ma anche capelli
strutturati definiti,
da bravo ragazzo.



Ben definiti

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: Gennaro Di Costanzo
Photo: Salvatore Na Parte
Make up: Valentina Mirto
Stylist: Claudia Imperatore

COME UNA STATUA

Taglio preciso, definito, molto editoriale.



STILE RILASSATO

FRANCK PROVOST



SAPORE GENDERLESS

Il "Mullet" ritorna in grande stile creando una vera propria "Mullet Mania". L'abbinamento alla colorazione "Oro Nero", vista su molti degli ultimi catwalk, rappresenta il mix perfetto per esprimere carisma e portabilità.

Hair: Team Artistico di Essentials Italia

Art Director: Giulio Ordonselli





International Fashion Collection

Sfilate Primavera/Estate 2022





Sostenibilità e formule naturali, il connubio vincente per capelli sani e forti

Al passo con i tempi e le richieste del cliente sempre più attento ad usare prodotti con formule naturali e a un suo **pack sostenibile**. Il Saponificio Varesino lancia due versioni di Shampoo solido che grazie al formato solido risulta molto comodo da utilizzare e pratico da trasportare.

Dura molto di più nel tempo. Il vantaggio principale dello shampoo solido è però l'eliminazione dei flaconi in plastica, che rende questo prodotto ecologico e amico dell'ambiente. Infine, gli shampoo solidi realizzati con ingredienti naturali.

Shampoo solido con formulazioni naturali,
Zero plastica e profumazioni 100% biodegradabili
a rappresentare il meglio dalla natura per capelli sani e splendenti.



Shampoo Solido Delicato con Burro di Monoi che rende i capelli morbidissimi e più facilmente districabili mentre la Camomilla svolge un'azione riequilibrante sul cuoio capelluto. L'olio di Jojoba, in connubio con l'Avena, rafforzano la fibra capillare e coccolano il cuoio capelluto più delicato, proteggendolo dagli agenti esterni, idratandolo e curando i capelli più delicati e fragili.

Nota Olfattiva

Le note della pesca bianca aprono la composizione per poi lasciare spazio alle note della candida peonia e della fresa. Il cuore è scaldato da eleganti accenti poudré dell'iris che s'infrange sulle note del mugugno e della magnolia. Il fondo è avvolgente e seducente, vaniglia, ambra e sandalo regalano persistenza ed infondono un'incredibile sensualità moderna.

Shampoo Solido Ricostituente con Olio di Baobab che dona lucentezza ed un tocco setoso combinato all'azione ricostituente e stimolante del Germe di Grano che agisce come un balsamo naturale, l'Olio di Jojoba in connubio con Burro di Karité aiutano i capelli sfibrati.

Nota Olfattiva

Le succulente note dei frutti rossi si plasmano ai Petali carnosi e profumati dei fiori di pesco e del gelsomino. La foglia di lampone regala eleganza e sublima le golose note dello zucchero integrale e della vaniglia nera.



SAPONIFICIO VARESINO

dal 1945

BREBBIA - ITALY



SAPONIFICIO VARESINO

dal 1945

BREBBIA - ITALY



*La migliore qualità
per il tuo Salone*

STEP BY STEP

ITALIANO

TAGLIO

1. Isolare una sezione a ferro di cavallo sulla parte superiore, come in figura [fig 1].
2. Isolare un triangolo arrotondato con la punta verso il basso nella parte dell'occipite [fig 2].
3. Iniziare sfumando da 0 a 6 mm la zona della nuca [fig 3].
4. Continuare sfumando i lati [fig 3].
5. Slegare il triangolo posteriore e a sezioni parallele al triangolo tagliare prendendo a riferimento la zona della sfumatura precedentemente tagliata, allungando in modo graduale fino all'incontro con la sezione superiore [fig 2, 3].
6. Slegare la zona superiore a ferro di cavallo, tagliare creando sezioni parallele prendendo a riferimento la zona della sfumatura e la zona posteriore precedentemente tagliate, allungando in modo graduale fino al centro della testa quindi ripetere lo stesso lavoro sull'altro lato [fig 1, 3].
7. Regolare l'altezza centrale della parte superiore alleggerendo le punte [fig 3].
8. Isolare una frangia dal centro alle sopracciglia. Tagliare a sezioni orizzontali e trasportare in avanti. Tagliare la prima sezione ad altezza sopracciglia. Proseguire con le altre sezioni collegando la frangia alla parte superiore già tagliata [fig 4].
9. Rifinire il perimetro con rasoio.

ENGLISH

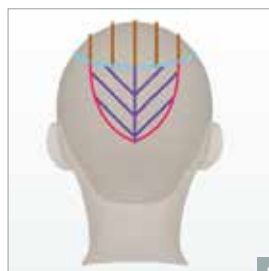
CUT

1. Isolate a horseshoe section at the top, as shown in the figure [fig 1].
2. Isolate a rounded triangle with its tip pointing downward in the occipital area [fig 2].
3. Start by shading the nape area up to the triangular section [fig 3].
4. Continue by shading the sides and moving up, from 3mm to 6mm [fig 3].
5. Undo the rear triangle and by proceeding in sections parallel to the triangle, cut by taking the shading area previously cut as a guide. Gradually leave hair longer until you reach the top section [fig 2, 3].
6. Undo the top horseshoe section. Cut by creating parallel sections, taking the shading area and the rear area previously cut as a guide. Gradually leave hair longer as you move toward the center of the head. Repeat on the other side [fig 1, 3].
7. Adjust the central height of the top section by lightening the ends [fig 3].
8. Isolate a fringe from the center to the eyebrows. Cut in horizontal sections and carry forward. Cut the first section at eyebrow level. Continue with the other sections, connecting the fringe to the top section already cut [fig 4].
9. Finish off the perimeter with a razor.

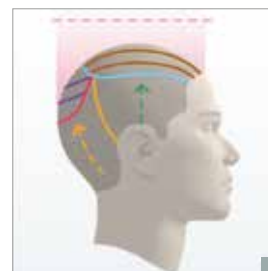
TAGLIO



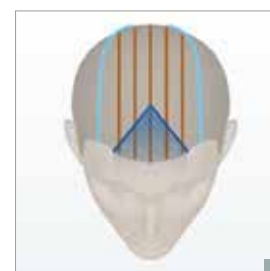
1



2



3



4

ITALIANO

COLORE

1. Schiarire le punte della parte superiore con decolorante.
2. Raggiunto il livello 8 risciacquare con cura, eliminando tutti i residui di decolorante.
3. Effettuare shampoo acidificante.
4. Colorare utilizzando la miscela A sulla parte schiarita.

ENGLISH

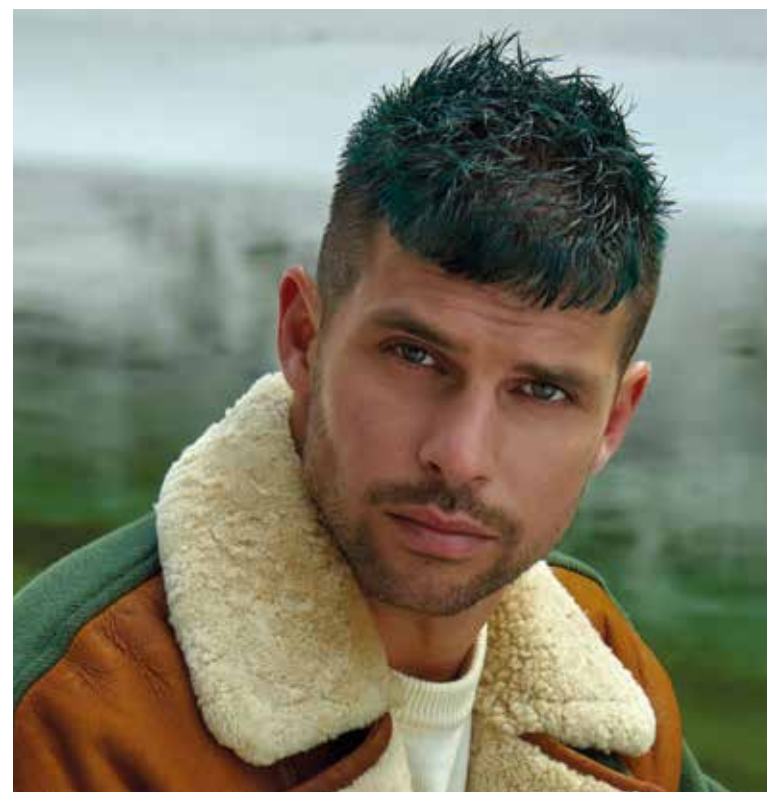
COLOR

1. Lighten the ends of the top section with bleach.
2. After reaching level 8, rinse thoroughly to remove any bleach residue.
3. Apply Sens.ùs Locking acidifying shampoo.
4. Color the bleached area by using mixture A.

ESPAÑOL

COLOR

1. Aclara las puntas de la parte superior con decolorante.
2. Una vez alcanzado el nivel 8, enjuaga minuciosamente, eliminando todos los residuos de decolorante.
3. Lava con champú acidificante Sens.ùs Locking.
4. Colorea utilizando la mezcla A en la parte aclarada.



ESPAÑOL

CORTE

1. Aísla una sección en forma de herradura en la parte superior, como en la figura [fig 1].
2. Aísla un triángulo redondeado con la punta hacia abajo en la zona occipital [fig 2].
3. Comienza degradando de 0 a 6 mm la zona de la nuca hasta la sección en triángulo [fig 3].
4. Continúa degradando los lados subiendo de 3 mm a 6 mm [fig 3].
5. Suelta el triángulo posterior y, en secciones paralelas al triángulo, corta tomando como referencia la zona del degradado previamente cortada, alargando gradualmente hasta el encuentro con la sección superior [fig 2, 3].
6. Suelta la zona superior en forma de herradura, corta creando secciones paralelas tomando como referencia la zona del degradado y la zona posterior previamente cortada, alargando gradualmente hasta el centro de la cabeza y luego repite el mismo trabajo en el otro lado [fig 1, 3].
7. Regula la altura central de la parte superior aligerando las puntas [fig 3].
8. Aísla un flequillo desde el centro hasta las cejas. Corta en secciones horizontales y traslada hacia delante. Corta la primera sección a la altura de las cejas. Continúa con las demás secciones conectando el flequillo con la parte superior a cortada [fig 4].
9. Acaba el perímetro con la navaja.

COLORE



1

Color Formula A: 2 parti di Sens.ùs Direct Bang .88 Green + 1 parte di Sens.ùs Direct Fard .1 Black

Color Formula A: 2 parts of Sens.ùs Direct Bang .88 Green + 1 part of Sens.ùs Direct Fard .1 Black

Color Formula A: 2 partes de Sens.ùs Direct Bang .88 Green + 1 parte de Sens.ùs Direct Fard .1 Black

sensùs[®]
H A I R L O V E R S

SHAKE UP



ARC
Active
Revitalizing
Complex



**TAURINE
POWER**



**NO ADDED
PPD**



**AMMONIA
FREE**



La soluzione perfetta per un effetto **camouflage** dei riflessi bianchi/grigi di barba e capelli.

Per un risultato ad effetto **naturale**, in pochi minuti di posa



@sens.ùs



@sensus_hairlovers

www.ilovesensus.it



SHINY POMPADOUR

ITALIANO

TAGLIO

Il taglio WAHL, **Holy Executive Contour**, è un look che **coniuga elementi ribelli a un senso stilistico classico**. La parte alta dei capelli è più lunga, con ciuffo scolpito e marcata riga laterale. La nuca e i lati sono corti e ben definiti, con contorni precisi dall'allure classica. Barba e baffi imponenti, con basette sapientemente sfumate, completano il look.

Per il taglio di capelli e barba, Jürgen Niederl ha scelto la clipper **WAHL Cordless Super Taper**, abbinandola al trimmer **WAHL Beret** per i contorni e le rifiniture:

1. Traccia e seziona una riga laterale dalla parte anteriore a quella posteriore della testa.
2. Con WAHL Cordless Super Taper su pettine, crea una linea di base dalla parte anteriore dei capelli fino all'osso occipitale.
3. Con WAHL Cordless Super Taper su pettine, partendo dalla linea di base e arrivando all'attaccatura dei capelli, crea una connessione con l'osso occipitale in sezioni diagonali verso il retro della testa, seguendone la naturale curvatura. Ripeti sull'altro lato.
4. Con WAHL Beret crea una transizione armoniosa tra i capelli e la barba.
5. Crea una partizione radiale da orecchio a orecchio sollevando i capelli a 45°. La guida verticale è divisa al centro. Ripeti questa tecnica con sezioni a forma di stella che corrono verticalmente e diagonalmente in avanti. Ripeti dall'altra parte. Definisci una transizione visiva dal punto più corto al punto più lungo. Questo creerà una graduazione delicata (morbidezza nella linea di taglio).
6. Scolpisci la barba con WAHL Cordless Super Taper a mano libera. Il risultato deve essere in armonia con la forma del viso.
7. Asciuga i capelli in caduta naturale, con il minor volume possibile nella parte posteriore. Concentra il volume nella parte frontale per ottenere un classico look anni '50.

ENGLISH

CUT

The WAHL cut, **Holy Executive Contour**, is a look that **combines rebellious elements with a classic stylistic sense**. The upper part of the hair is longer, with a sculpted tuft and a marked side line. The nape and sides are short and well defined, with precise contours with a classic allure. Massive beard and mustache, with expertly shaded sideburns, complete the look.

For the haircut and beard, Jürgen Niederl chose the **WAHL Cordless Super Taper** clipper, combining it with the **WAHL Beret** trimmer for the contours and finishes.

1. Separate and fix a profile line from the front hairline over the back of the head.
2. Using the WAHL Cordless Super Taper and the over-comb technique, create a base line that runs from the front hairline to the occipital bone.
3. Using the WAHL Cordless Super Taper and the over-comb technique and going from the base line up to the hairline, a connection to the occipital bone is created in diagonal, backward-running sections while matching the natural fall of the head curvature. Repeat on the other side.
4. Using the WAHL Beret, create a clean, harmonious transition from the hairline to the beard line.

Hair: Jürgen Niederl, Graz / Holy Tiger

Barbershop @holytigerbarbershop

Photo: WAHL / Lex Karely Photography

Collection: Muscle Cars /

WAHL Classic Haircuts



5. Create a radial section from ear to ear with a lifting angle of 45 degrees. The vertical guide band is divided in the middle. This technique is repeated with star-shaped sections running vertically and diagonally to the front. Repeat on the other side. Then define a visual transition from the shortest point to the longest point. This will create a gentle graduation (softness in the cutting line). The longest point can be individually shaped.
6. Using the freehand technique, shape the beard with the WAHL Cordless Super Taper. Use this technique to create the customer's own preferred symmetry and shape. The result should be a beard style which visually complements the shape of the face.
7. The hair is blow-dried to ensure a natural fall, with the least possible volume at the back of the head. At the front area (front hairline), significant volume builds up in the hair to facilitate the creation of the classic 50s style.

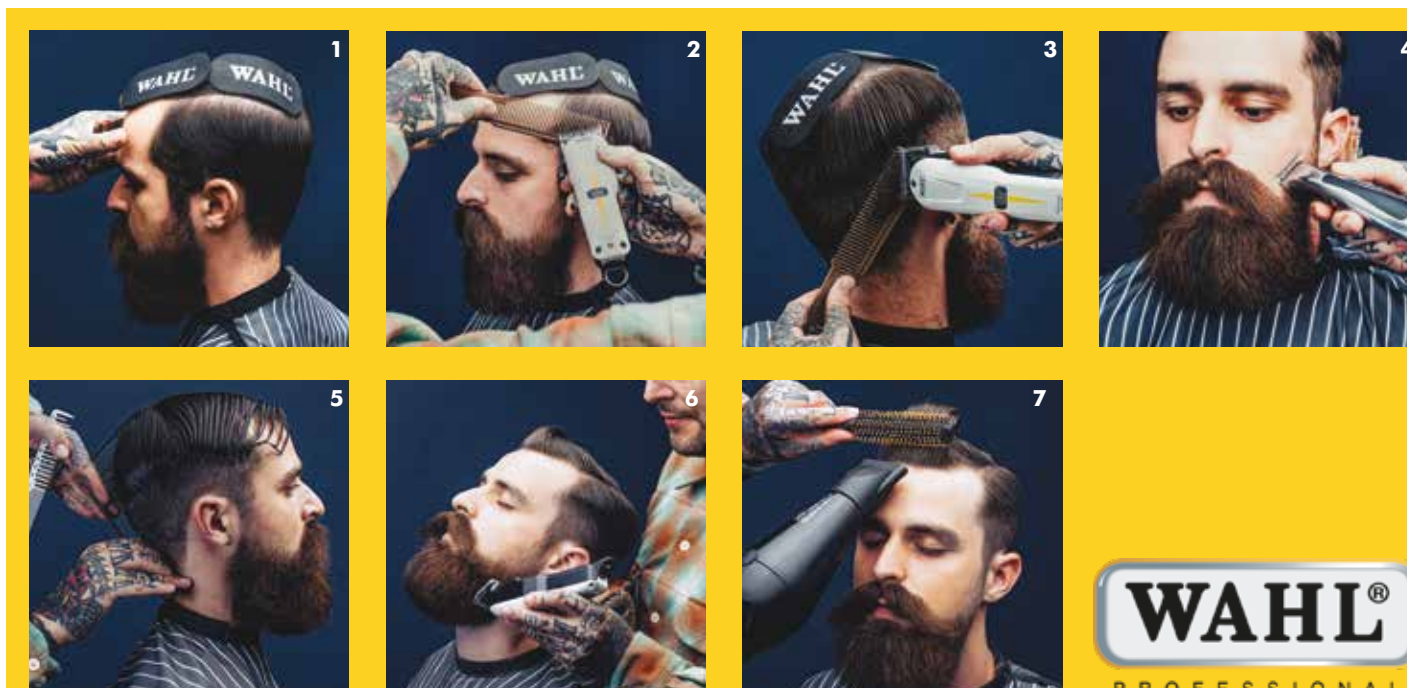
ESPAÑOL

CORTE

El corte WAHL, **Holy Executive Contour**, es un look que **combina elementos rebeldes con un sentido estilístico clásico**. La parte superior del cabello es más larga, con un mechón esculpido y una línea lateral marcada. La nuca y los costados son cortos y bien definidos, con contornos precisos con un encanto clásico. Barba y bigote masivos, con patillas sombreadas por expertos, completan el look.

Para el corte de pelo y barba, Jürgen Niederl eligió la maquinilla **WAHL Cordless Super Taper**, combinándola con la recortadora **WAHL Beret** para los contornos y acabados.

1. Dibuja y secciona una línea lateral desde el frente hasta la parte posterior de la cabeza.
2. Con WAHL Cordless Super Taper en un peine, cree una línea de base desde la parte delantera del cabello hasta el hueso occipital.
3. Con WAHL Cordless Super Taper en un peine, comenzando desde la línea base y llegando a la línea del cabello, crea una conexión con el hueso occipital en secciones diagonales hacia la parte posterior de la cabeza, siguiendo su curvatura natural. Repita en el otro lado.
4. Con WAHL Beret crea una transición armoniosa entre el cabello y la barba.
5. Crea una raya radial de oreja a oreja levantando el cabello a 45°. La guía vertical está dividida en el centro. Repita esta técnica con secciones en forma de estrella que corren vertical y diagonalmente hacia adelante. Repita en el otro lado. Defina una transición visual desde el punto más corto al punto más largo. Esto creará una delicada graduación (suavidad en la línea de corte).
6. Esculpa su barba con WAHL Cordless Super Taper a mano alzada. El resultado debe estar en armonía con la forma de la cara.
7. Seca el cabello que cae naturalmente, con el menor volumen posible en la parte posterior. Concentra el volumen en la parte delantera para conseguir un look clásico de los años 50.



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

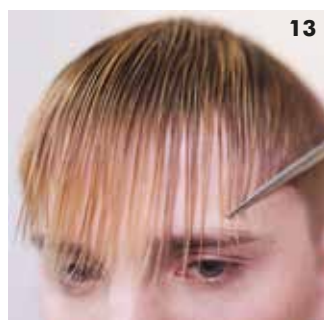
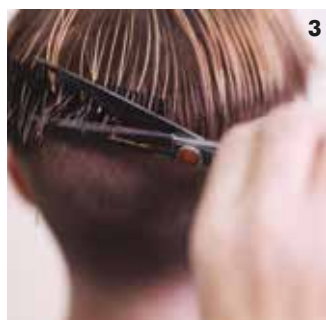


Cercasi Concessionari per zone libere

XENON



Hair: Xenon Group
Make Up: Fashion Lab Gallery



ITALIANO

TAGLIO

Le tecniche usate per realizzare questa linea di taglio sono: la sfumatura con la macchinetta raccordo in graduazione esterna parte bassa, con la parte interna o parte alta. La parte interna la taglieremo in angolo anteriore creando così maggior lunghezza sul frontale e minor lunghezza sul vertice. Il risultato è un taglio semplice e metropolitano.

ENGLISH

CUT

The techniques used to make this cutting line are: the shading with the connecting machine in the outer graduation lower part, with the inner part or the upper part. We will cut the inner part in the front corner, thus creating greater length on the front and less length on the vertex. The result is a simple and metropolitan cut.

ESPAÑOL

CORTE

Las técnicas utilizadas para realizar esta línea de corte son: el sombreado con la máquina de conexión en la parte inferior de la graduación exterior, con la parte interior o la parte superior. Cortaremos la parte interior en la esquina frontal, creando así mayor longitud en la parte frontal y menor longitud en el vértice. El resultado es un corte simple y metropolitano.



Raccomandata da Chris Mattick – Lead Educator MOSER Artistic Team



My Masterpiece

KUNO – la più potente, più durevole, più compatta e più leggera

"Non ho mai provato nulla di simile! La precisione e le performance della nuova KUNO sono incredibili. Grazie alle sue dimensioni ridotte si impugna perfettamente ed è un piacere da utilizzare."

Chris Mattick



moserpro.it

Mettere la testa a posto!

Piccoli, ma fondamentali passaggi del grooming. Stile fluido, macho o grunge non importa, l'importante è seguire le diverse esigenze di viso, barba e capelli.

Ecco novità e continuativi per capelli, barba, viso &Co

ELGON, CERA A TENUTA EXTRA FORTE

100 Rasta Gum è una cera a effetto asciutto e naturale, dalla tenuta extra forte. Modella e protegge i capelli conferendo texture molto definite ed estremamente fissate, senza lasciare residui. È il prodotto ideale per chi vuole creare un look iperdefinito a effetto asciutto. Perfetto per definire uno stile di taglio corto o per chi vuole ottenere su capelli più lunghi look temporanei dread o rasta, eliminabili con uno shampoo.



DOTT. SOLARI COSMETIC, SHAMPOO ARGAN

Detersione per capelli crespi con prezioso olio di argan e semi di lino, e una texture ricca per nutrire efficacemente i capelli crespi e spenti. Dona morbidezza e nuova lucentezza. Modo d'uso: applicare massaggiando delicatamente quindi sciacquare, ripetere se necessario. Usare anche quotidianamente.



SPA-CE CORTINA BEARD & HAIR SHOWER SHAMPOO

Deterge delicatamente barba, capelli e corpo, rispettandone l'integrità. Ideale per l'utilizzo frequente, lascia i capelli morbidi, la barba pulita e la pelle idratata. La sua formula offre benefici naturali: l'estratto di Bamboo favorisce la crescita dei capelli e riduce la seborrea; l'estratto di Menta stimola il microcircolo e regola la secrezione sebacea; l'Aloe e la Vitamina E donano un'azione lenitiva e idratante ideali per l'uso quotidiano.

MY.ORGANICS, DUE ALLEATI DI STILE

The Organic Styling Gel Strong modellante a lunga tenuta. La sua tenuta forte scolpisce i capelli e valorizza acconciature innovative e dinamiche. Nella formula: Mandorle e semi di lino.



The Organic Matte Paste è una pasta opaca modellante per scolpire capelli corti o di media lunghezza. Densa, coprente e professionale, adatta per esaltare lo styling "sezione per sezione".



MAXIMA, ALOE THERAPY

Shampoo Doccia Idratante formulato con tensioattivi vegetali e principi attivi di origine biologica (Aloe Vera Bio, Estratto Di Quinoa Bio), privo di solfati, siliconi, petrolati, coloranti, PEG.

Le proprietà idratanti ed emollienti dell'Aloe Vera consentono di detergere capelli e corpo rispettandone il naturale equilibrio idrolipidico. L'estratto di Quinoa lascia la pelle fresca e vellutata e rinforza la fibra capillare, donandole un aspetto sano e luminoso.



OWAY, NOCTURNAL HAIR REMEDY

Lozione rinforzante per cute e capelli tendenti alla caduta che asseconda i ritmi circadiani di pelle e capelli e veicola gli attivi in modo mirato durante la notte, aumentando l'attività di rigenerazione e riparazione cellulare che avviene durante il sonno. I principali ingredienti fito-attivi del NocturnalHairRemedy sono: l'anice biodinamico, che svolge un'azione antiossidante e combatte i radicali liberi causati dagli agenti esterni; il luppolo biologico, che favorisce l'attività metabolica cellulare del cuoio capelluto, con effetti rigeneranti e stimolanti del microcircolo; e le cellule staminali vegetali, che svolgono un'azione antiossidante e protettiva della cute.



E non solo la testa...

Alcune idee per dare un tocco finale di brillantezza o una profumazione al viso.

PRORASO PROFESSIONAL, BEARD&SKIN BALM

Permette una profonda pulizia della barba: rimuove impurità e cellule morte della pelle. La sua efficacia è data dalla presenza di granuli vegetali di mandorla e nocciola che, grazie alla delicata azione meccanica, facilitano una profonda pulizia della barba e un'azione esfoliante della pelle rimuovendo impurità e cellule morte.



ALFAPARF, BEARD&SKIN BALM

Balsamo per barba e pelle. Ammorbidisce e idrata senza ungere. Per una barba più morbida e una pelle più idratata. +16% Idratazione del viso fin da subito, Barba più morbida. Nella sua formula: Urban Defence Pro che protegge dai danni dell'inquinamento e impedisce che polveri e metalli pesanti penetrino nel capello favorendo la produzione dei radicali liberi. Al suo interno anche il Tè nero Antiossidante, lenisce le irritazioni della cute; stimolante, sollecita la microcircolazione cutanea e l'attività del follicolo e rivitalizzante, dona nuova energia alla fibra capillare lasciando il capello morbido e lucente.



FLOÏD, LO STORICO AFTERSHAVE

Il rituale della rasatura d'oggi recupera, riformulando, il celebre Floïd, rinomato dopobarba che nasce in Spagna nel 1932 da un'invenzione di J.B. Cendròs, il proprietario della barberia Buenos Aires di Barcellona che intuisce la mancanza di un prodotto specifico per completare il rito della rasatura per i suoi clienti. La formulazione, ristudiata partendo dalla ricetta primordiale, è stata arricchita con un mix di erbe officinali benefiche per la pelle del viso appena rasata. Inoltre, la fragranza, divenuta negli anni nota olfattiva delle barberie di ogni epoca, è stata rinnovata con l'obiettivo di ridare lustro alla sua complessità e unicità senza tempo: un'esplosione di spezie, agrumi e menta che lasciano spazio sul finire ad una nota matura di legni, muschi e sandalo. La storica confezione è stata rinnovata graficamente riprendendo gli elementi storici del brand. Floïd The Genuine Aftershave è disponibile nella versione da 400ml.



MARIA NILA, SHIMMER SPRAY

La sua formula è ricca di microparticelle luce riflettenti, estratte da una miscela di minerali naturali e sintetici. Inoltre, il Color Guard Complex e l'Olio di Girasole sono due attivi funzionali utili a proteggere la fibra capillare e a mantenere brillante il colore. Infine, il concentrato di Vitamina E aiuta a preservare i capelli dall'umidità riducendo così l'effetto crespo. SHIMMER SPRAY è quindi un prodotto must have per regalare ai capelli un aspetto sano e forte: la sua texture super light e non oleosa non appesantisce il capello e consente un'applicazione facile e uniforme. La profumazione di Shimmer Spray è inebriante: la nota di testa apre con croccante rabarbaro e ribes rosso mentre un bouquet di ciclamino rosa abbraccia l'essenza di legno di sandalo e freschissimo pompelmo. Shimmer Spray è pensato per essere utilizzato in combo con altri prodotti styling per ottenere un risultato extra-shine, ma è anche perfetto come tocco finale alla hair routine di tutti i giorni, per un risultato naturale e luminoso.



BULLFROG

Bullfrog punta sull'igiene con il nuovo Sapone Liquido Mani e Corpo: ideale per la doccia o per lavarsi le mani, vanta una texture morbida e avvolgente grazie all'acido glutammico che rende la pelle di velluto per un perfetto smooth effect. Ancora per le mani, la Crema Nutriente Mani: trattamento protettivo quotidiano contro le aggressioni del freddo, del vento, cura e idrata grazie alla formula a base di alga estremofila resistente alle basse temperature, un effetto guanto con una texture che non bagna e non appiccica.



JOINATION di JOICO, il talento creativo viaggia online e arriva in salone

Una ventata di belle novità da portare tutte nel cuore della creatività e nel salone di ciascuno.



JOINATION è stato il primo festival digitale dei capelli firmato JOICO che ha avuto luogo lunedì 31 gennaio 2022, ha dato la possibilità a più di 2000 partecipanti registrati, tra parrucchieri, esperti e appassionati JOICO di tutto il mondo di vivere un'esperienza ricca, appuntamenti formativi, dimostrazioni dal vivo, dialogo con i professionisti creativi di JOICO. JOINATION è stato anche l'occasione per ritrovarsi, far conoscere LumiShine LUMil0, l'ultima linea colore, e scoprire tutti i trucchi per coprire fino al 100% dei capelli grigi in soli dieci minuti.

Un altro momento davvero ispirazionale è stato un'anticipazione della prossima collezione 2022 Vero K-Pak Masterpiece creata dal Senior Creative Artist e membro dell'European Design Team David Murray e dal membro dell'European Color Design Team, Katrina Kelly.

Tantissime Table Talks per dialogare con i BIG

Tra un seminario e l'altro, i partecipanti hanno partecipato alle Table Talks, dove hanno avuto l'opportunità di interagire con esperti del settore, fare domande e imparare nuove abilità per sviluppare le loro conoscenze creative e commerciali.

Grande successo d'interesse per il seminario "Ready, Set: Let's Grow Your Social", in cui si è parlato su come sviluppare i propri social media per accrescere nel business.

Caro bolletta: allarme licenziamenti e crescita abusivismo nel settore dei parrucchieri

Periodo duro per i professionisti del capello. Il caro bolletta crea un allarme licenziamenti e preoccupa la crescita dell'abusivismo nel settore dei parrucchieri. Con il crollo del fatturato e l'aumento in bolletta, è a rischio l'operatività dei saloni. Il 70% dei parrucchieri è stato costretto ad aumentare del 30% il costo dei servizi. Con il fatturato in calo del 50% e la bolletta elettrica in aumento dell'80%, sarà impossibile riuscire a garantire l'operatività di parrucchieri e barbieri, che in Italia rappresentano la seconda categoria artigiana. La bolletta di un'attività di medie dimensioni con 4/5 dipendenti arriverà infatti quasi a raddoppiare, passando dai 10.000 euro del 2021 a circa 18.000 euro nel 2022. La spesa totale per gli oltre 90.000 saloni di parrucchieri e barbieri presenti in Italia aumenterà di 720 milioni di euro. Il 70% dei parrucchieri sta già mettendo in campo alcune misure "salva-impresa" aumentando del 30% i



costi delle prestazioni, con inevitabili impatti sulle tasche dei clienti. Il 12% dei parrucchieri ha già dovuto provvedere al calo dei costi extra mentre oltre il 15% è stato costretto a licenziare parte del personale. Uno scenario che alla neonata **HairLobby in forze**

a Conflavoro PMI non piace. Ecco che l'impegno va verso una direzione precisa: ridurre i costi con convenzioni contrattualizzate con enti eroganti energia elettrica e non solo. C'è bisogno di osservare con attenzione le conseguenze, una di queste riguarda la forte crescita dell'abusivismo, che non può più essere sottovalutata: "Continuano a proliferare sedicenti professionisti che, in modo totalmente irregolare, offrono tagli di capelli e trattamenti a domicilio anche a coloro che non sono in possesso del green pass" dice il presidente di HairLobby Luca Piattelli. "Noi, con il supporto di Conflavoro PMI, stimiamo che circa un **terzo degli oltre 105.000 parrucchieri e barbieri** presenti nel nostro Paese svolga la propria attività violando qualsiasi misura di sicurezza a scapito, ovviamente, di chi rispetta le norme e, soprattutto, della salute dei clienti. Servono più controlli per contrastare l'abusivismo, fenomeno che danneggia l'intera categoria e mina la credibilità della nostra qualità artigianale, riconosciuta a livello internazionale."

Pambianco Award "LeQuotabili2021": premiate AGF88 Holding beauty e Gruppo Davines sostenibilità

L'anno 2021 si è concluso con riconoscimenti importanti per due aziende del comparto cosmetico: AGF88 Holding (per il beauty) e Gruppo Davines (per la sostenibilità) aggiudicandosi il prestigioso premio "LeQuotabili 2021" consegnato ai vincitori il 15 dicembre 2021 a Palazzo Mezzanotte, Milano. Pambianco Award ha assegnato i trofei alle aziende italiane dei settori Fashion, Beauty, Design e Wine che possiedono le caratteristiche economiche, finanziarie e di posizionamento, per essere quotate in Borsa con maggior successo in un orizzonte temporale di 3/5 anni. Per l'edizione 2021 sono state selezionate 10 aziende del Beauty, tra queste AGF88 Holding ha vinto il primo premio della sua categoria. Creatività, eccellenza, intuito e innovazione sono state le leve vincenti e fondamentali che hanno garantito il podio ad AGF88 Holding come esempio straordinario di storia imprenditoriale italiana

SAVE THE NEW DATE

Cosmoprof Worldwide Bologna 2022



Nuove date per la 53a edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna che è stata riposizionata dal 28 aprile al 2 maggio 2022 a Bologna, al fine di agevolare il più possibile la partecipazione in presenza degli operatori internazionali. L'edizione 2022 di Cosmoprof Worldwide Bologna deve essere un'effettiva occasione di sostegno all'industria cosmetica: è il nostro dovere nei confronti delle oltre 2.700 aziende espositrici confermate a oggi, delle istituzioni e delle associazioni di settore

che continuano a farci sentire il loro supporto, dei compratori e distributori che seguono le nostre iniziative per sviluppare il proprio business. "La decisione di posticipare la manifestazione in presenza al 28 aprile - 2 maggio, seppur sofferta, è il frutto di un dialogo continuo e responsabile con i nostri player, per agevolare la presenza degli operatori internazionali, che potranno organizzare la visita all'evento con maggior agio e vivere con maggiore serenità il loro ritorno a Cosmoprof", spiega Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere.

Programma del mondo dell'acconciatura professionale

Tra i padiglioni 25, 31, 32, 33, 34 si snoda in un percorso pensato per offrire per offrire ai visitatori un'esperienza completa tra aziende, prodotti, servizi, attrezzature leader del mondo dell'acconciatura professionale.

NEW 2022 - Ritorna OnHair al padiglione 37

OnHair. L'evento esclusivo dedicato alle tendenze e alle tecniche all'avanguardia per il settore. Lo show interamente dedicato agli hairstylist torna nella fiera internazionale più attesa in una nuova location, il padiglione 37, un'arena con oltre 6.000 posti che ospiterà un susseguirsi di show firmati da team e master conosciuti in tutto il mondo. Il calendario, ancora in via di definizione, vedrà salire sul palco i team artistici My.Organics, Mauro Galzignato per Kemon, Hair Company, Medavita, Z.One, Alfaparf Milano, Mimmo Laserra per Maletti Group, Paul Gehring per Vitality's, Alterego Italy, Shot, Xenon Group, Josh La Monaca per Gamma Più, Graham Hill per Poker. L'altro appuntamento tradizionale per i professionisti dell'acconciatura sarà il palco dedicato ai giovani talenti, Hair Ring, che nel 2022 festeggia 10 anni. L'evento, organizzato insieme a Camera Italiana dell'Acconciatura, diventerà "Selected" e acquisterà una valenza sempre più professionale. Solo i migliori creativi potranno mostrare al pubblico di Cosmoprof le creazioni ispirate ai temi individuati da Next Fashion School, celebre accademia di moda.

contraddistinta da una forte spinta alla crescita, all'internazionalizzazione e all'innovazione. "Siamo orgogliosi di ricevere questo premio" ha affermato Afsoon Neginy, COO Business e Sustainability Director di AGF88 Holding, "perché dimostra che il percorso intrapreso sia in termini di scelte manageriali sia in ambito di sostenibilità è stato vincente. Continueremo quindi anche per il futuro a lavorare in questa direzione, per sviluppare ulteriormente una crescita sostenibile e per innovare le competenze aziendali."

A destra: Afsoon Neginy, COO Business & Sustainability Director di AGF88 Holding



JUPITER 388 TAILOR MADE: Cuciture elaborate e ricami personalizzabili, realizzati interamente a mano, per chi vive fuori dagli standard.



www.ceriotti.it



Disponibili 72 colori

I love Consumatore “eco consapevole”

Quanto è importante il packaging dei prodotti di bellezza oggi nella scelta all'acquisto finale? Quanto e come le aziende vanno verso una transizione ecologia e sostenibile? Ce lo rivela un'interessante ricerca dal titolo “Consumatori, cosmetica&packaging”*

Imballaggi eco-friendly, sì grazie

La meta-analisi attesta infatti che i consumatori chiedono prodotti sempre più sostenibili ed ecocompatibili e l'imballaggio ne è una componente essenziale: diversi studi dimostrano che i consumatori reagiscono positivamente agli imballaggi riciclati e scelgono brand che li aiutino a consumare in modo etico. Inoltre, sempre più brand stanno pensando a come evolversi per rendere i propri imballaggi ambientalmente più sostenibili rispondendo alla richiesta dei consumatori. Il 52% dei consumatori europei, infatti, dichiara di cercare prodotti con imballaggi eco-friendly: l'attenzione dei consumatori va verso caratteristiche “sostenibili” del pack, soprattutto quelle legate al suo fine vita (39% riutilizzabilità, 37% compostabilità, 36% riciclabilità).

I rifiuti e l'impatto ambientale

Dalla ricerca emerge quanto i rifiuti siano un problema significativo per i consumatori, che riconoscono il proprio ruolo nell'evitare impatti ambientali dannosi sull'ambiente e si aspettano che le aziende prendano analoghe iniziative in tal senso. Analizzando la percezione dei consumatori di 4 Paesi europei (Gran Bretagna, Germania, Francia e Italia), emerge che l'Italia è il Paese con la percentuale di intervistati più preoccupata dell'impatto ambientale delle nostre abitudini nel 2020 (90% contro l'83% dell'UK e l'86% di Germania e Francia).

Crescono i brand certificati CSR (Corporate Social Responsibility)

Tra giugno 2019 e giugno 2020 il business dei prodotti dotati della certificazione Ecolabel ha registrato una crescita delle vendite del +8,2% rispetto all'anno mobile precedente, e un +5,5% per le vendite dei prodotti con un claim green in etichetta. Importante per i lavoratori è il comportamento della propria azienda: più di sette su dieci sono disposti a rimboccare le maniche per promuovere l'impatto positivo della loro azienda, in particolare il 71% vuole che l'azienda offra loro l'opportunità di contribuire ad avere un impatto sui suoi impegni sociali e ambientali e il 77% riporta l'importanza che il datore di lavoro offra loro la possibilità di svolgere attività pratiche sulla responsabilità ambientale.

Cosmetico sostenibile, chi lo sceglie

Per quanto riguarda il settore cosmetico, il 75% delle donne di età compresa fra i 18 e i 34 anni ha dichiarato che l'acquisto di cosmetici sostenibili è molto importante per loro, mentre più della metà (61%) e, in particolare, più di due Millennials (*nati dal 1981 -1996*) su tre della stessa fascia di età, legge le etichette degli ingredienti dei prodotti di bellezza prima di fare un acquisto. Particolarmente attenti i giovani nati dal 1997 al 2012, la **Gen Z**, di cui l'80% crede che le aziende dovrebbero aiutare l'ambiente, il 27% preferisce comprare prodotti che possono essere usati per lungo tempo e il 37% cerca di comprare e conservare solo ciò di cui veramente ha bisogno, prediligendo opzioni di acquisto più sostenibili, come prodotti non confezionati o prodotti riutilizzabili.

A livello internazionale, il 68% dei consumatori afferma di essere più consapevole dei materiali utilizzati per il packaging cosmetico rispetto a 5 anni fa. Inoltre, l'89% dei consumatori pensa che i brand dovrebbero comunicare se i loro prodotti siano sostenibili ed etici e il 94% ritiene fondamentali l'onestà e trasparenza relativamente agli ingredienti dei prodotti. In particolare, la maggior parte degli intervistati vorrebbe avere più informazioni da parte delle istituzioni su imballaggi e istruzioni di riciclo (71%). In Italia, negli ultimi 6 mesi il 14% dei cittadini ha smesso di acquistare prodotti a causa di una confezione che non presentava elementi di sostenibilità e più della metà degli intervistati ha dichiarato che potrebbe farlo nel prossimo futuro.

La cosmetica

Molti esperti e leader del settore sostengono che il COVID-19 abbia fatto crescere una nuova consapevolezza intorno alla sostenibilità, in tutte le categorie di beni di consumo tra cui la cosmetica.

L'interesse dei consumatori è orientato verso:

- la provenienza degli ingredienti;
- il contenuto del prodotto;
- il suo impatto ambientale dall'inizio al fine-vita.

Nel giugno 2020, molti brand di prodotti cosmetici hanno affermato che l'innovazione deve essere incentrata sulla sostenibilità.

Cosa fare?

Illustrare chiaramente come le azioni dei clienti possano fare la differenza in ottica di sostenibilità:

Il 36% della Gen Z dice che questo tipo di contenuti è più probabile che catturi la loro attenzione.

Opportunità immediate anti-spreco

La Gen Z cerca le opzioni di acquisto più sostenibili, in particolare i “Precyclers”, pensano al tema del riciclo prima di fare acquisti, comprando prodotti non confezionati o prodotti riutilizzabili.

il 27%

della Gen Z preferisce comprare prodotti che possono essere usati per lungo tempo

il 37%

della Gen Z cerca di comprare e conservare solo ciò di cui veramente ha veramente bisogno

89% dei consumatori pensa che i brand dovrebbero

Comunicare se i loro prodotti sono sostenibili ed etici.

94% dei consumatori ritiene fondamentale l'onestà e trasparenza relativamente agli ingredienti dei prodotti

Riflessioni di alcuni protagonisti

Simone Pedrazzini, direttore di Quantis Italia dichiara: “Siamo consapevoli dell'importanza che il consumatore riserva a informazioni sempre più dettagliate sui prodotti che utilizza, sulla loro composizione e smaltimento, soprattutto in ambito cosmetico. Il nostro approccio sistemico alla sostenibilità parte proprio dagli impegni presi nei confronti dei consumatori, delle parti interessate e del pianeta, per cui le aziende si orientano sempre più nella direzione di apportare cambiamenti concreti e monitorare i loro progressi lungo il percorso della sostenibilità ambientale. Misurare, gestire, condividere: l'accessibilità di metriche scientifiche a tutta la filiera del packaging consente sia alle aziende sia ai consumatori di prendere decisioni informate e solide rispetto alla sostenibilità ambientale di un materiale o di un processo. Siamo qui oggi proprio per muoverci in questa direzione, lavorando con i protagonisti del mondo delle istituzioni e delle aziende in questo senso”.

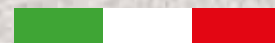
Flaviano Celaschi, coordinatore dell'Advanced Design Unit – Dipartimento di Architettura dell'Università di Bologna dettaglia: “La consapevolezza e la conoscenza sono alla base di un sentimento di corresponsabilità e partecipazione che è possibile attivare nella cittadinanza, tutti temi fondamentali per la chiusura del cerchio. (...) Per questo il packaging non è solo un tema con problematiche che cercano risposte dal settore industriale, chimico, grafico-comunicativo, di processo e logistica delle merci, ma è anche e soprattutto un problema legato ai nostri comportamenti, e deve diventare un'opportunità collettiva”.

Matteo Locatelli, vicepresidente di Cosmetica Italia conclude: “Per la cosmesi, essere un'industria che fa bene al Paese è un progetto ambizioso che richiede costante lavoro sotto numerosi aspetti. Significa fornire alle persone prodotti sicuri ed efficaci che possano accompagnarle nei gesti quotidiani dedicati al benessere, all'igiene, alla prevenzione e alla cura di sé. Significa contribuire all'economia nazionale e offrire posti di lavoro a risorse preparate e qualificate. Significa preoccuparsi dello stato di salute dell'ambiente che ci circonda, così come della società in cui viviamo, con iniziative nel campo della sostenibilità e della *corporate social responsibility*. L'intera filiera cosmetica è inevitabilmente coinvolta, in ogni suo singolo ingranaggio, nella sfida verso la sostenibilità. Gli attori del comparto, infatti, non limitano più le pratiche dell'attenzione all'ambiente a un singolo fattore o a una specifica linea di prodotto, ma si stanno sempre più orientando verso tutte le fasi del ciclo di vita del cosmetico, dalla progettazione al packaging, dalla formula alla distribuzione, fino allo smaltimento finale. In questo scenario, non resta secondaria la valorizzazione di queste qualità nelle azioni di comunicazione delle imprese. Anzi, sempre più l'attenzione verso il consumatore si traduce in un'informazione corretta, dove le dichiarazioni siano sostenute da prove adeguate e verificabili. In questo contesto le parole “credibilità” e “sostenibilità” restano indivisibili: è questo l'intento di un'industria responsabile ed evoluta”.

*Dall'Osservatorio Innovazione Packaging dell'Università di Bologna per Cosmetica Italia – Associazione nazionale imprese cosmetiche in collaborazione con Quantis e Centro Studi di Cosmetica Italia.



Ceriotti
MADE IN ITALY



MIRO'

Posto di lavoro da barbiere in nobilitato wengé
con lavello (opzionale)

PREZZO PROMOZIONALE **€ 1.590,00**

RISPARMI 1.060,00 €

SCONTO
-40%
DISCOUNT

GIOTTO

Poltrona da barbiere in 29 colori skai,
con pompa idraulica e freno

PREZZO PROMOZIONALE **€ 2.438,00**

RISPARMI 2.438,00 €

SCONTO
-50%
DISCOUNT

