

SALON[®] INTERNATIONAL UOMO

n.4 € 20

Courtesy to: Mauro Galzignato
for Kemon

EMSIBETH
COSMETICS



— LUCIDARE —
SHINE
Divine Light

**ILLUMINA, MODELLA,
NUTRE E PROTEGGE.**



Ricco di olio
di mandorle

Anti-umidità

Lucidante

Texture
cremosa
e sofisticata

Style

Condizionante

Formula senza
Silicone

Emsibeth Official



EMSIBETH SpA - Via Murari Brà 35/G, 37136 Verona - Italy ■ T +39 045 503044 ■ F +39 045 503991 - info@emsibeth.it - www.emsibeth.it

Styling International

- Dott. Solari
- OSMO
- Fabio Salsa
- Italian Style Energy
- Franck Provost
- Matteo Susini

Hair stylist and technical team:
Antonio D'Auria, Enrico Dal Forno, Flora Tellol,
Alessio Cimino, Silvia Fanfano
Creative director Marta Maradini
Photo: Mauro Mancioppi
Make up: Marina Ferro
Fashion stylist: Silvia Stefanini - SteSy



Hai and photo: Franck Provost

SALON HAIRSTYLE



Hair: Squadra Street Style
per Indola



Hair and photo: Jean Louis David





Schiano, finalista italiano all'All Star Challenge 2018

Incontriamo Mariano Schiano, Global Finalist all'All Star Challenge 2018, il contest fotografico stilistico internazionale legato al brand American Crew che ha visto i migliori barber del mondo sfidarsi a Barcellona in giugno

Conosciamo Mariano Schiano

Ha 30 anni, 15 già passati a fare il mestiere che lui sente come il più bello del mondo, il barber. Lavora in una "bottega" maschile di Napoli, spera di aprire un'attività tutta sua, da portare avanti con entusiasmo, passione e tutta la forza che deriva anche dall'essere, da 8 anni, in American Crew, un gruppo che dà sostanza e allarga gli orizzonti. Quest'anno ha partecipato all'All-Star Challenge di Barcellona. È un'esperienza che non dimenticherà mai.

Ci racconti come è andata a Barcellona?

È stata una bellissima esperienza che mi ha dato un'emozione fortissima. Ho potuto lavorare e confrontarmi professionalmente con i nomi più importanti di questo brand meraviglioso: David Raccuglia, (*fondatore di American Crew ndr*) e altri guru di American Crew che lavorano con grande passione e con professionalità. Questi giorni a Barcellona sono stati per me di grande stimolo professionale. Mi hanno fatto crescere molto tecnicamente, ma anche personalmente. Porterò quest'atmosfera preziosa per sempre con me. Quest'anno non ho vinto, ci riprovo, e spero di vincere.

In questa competizione, cosa hai messo in gioco di te?

Il mio "bagaglio tecnico": l'attenzione per i dettagli, l'esperienza che ho maturato in questi 15 anni, la dimestichezza nell'usare i prodotti American Crew. Stare sul palco, parlare davanti a tante persone, è stata la prova più difficile.

Che stile hai portato "on stage"?

Mi sono ispirato al Long America, ho creato un hair look dallo stile classico, ma spettinato, separato, con volume e morbidezza.

Cosa ti piace del brand American Crew?

Che dà un'identità precisa e forte all'uomo. Ispira a un'immagine maschile, pulita e con uno stile riconoscibile e intenso. I suoi prodotti sono versatili e permettono di dare alla clientela maschile ciò che gli occorre: una gamma formulata sulle sue esigenze sia per lo stile che per la cura dei capelli.

Come è cambiato oggi il consumatore maschile?

Ha voglia di curarsi di più, chiede consigli, è attento. Si concede uno spazio per sé. È informato.

Cosa chiede in salone?

I clienti desiderano il meglio, non si accontentano. Una barba curata, un taglio senza volume ai lati che non sia troppo pettinato. L'uomo si ritrova in uno stile studiato, ma fintamente casuale.

La rivendita è più semplice con un consumatore attento?

Molto. I miei clienti si lasciano volentieri consigliare.

Cera, olio per la barba sono prodotti che si vendono facilmente. Io non spingo mai all'acquisto, mentre uso un prodotto ne descrivo le caratteristiche e gli effetti. Sono loro a comprarlo.

La figura del barber ha aiutato a questo cambiamento?

Parlare con un esperto ti coinvolge, dà il valore aggiunto all'incontro in salone e spinge a continuare anche a casa. E poi, diciamo, la moda della barba lunga ha incentivato quest'attenzione.

Cosa ti ha colpito di American Crew?

Mi ha catturato l'immagine di un uomo forte, vero, bello. Mi sono informato e così ho iniziato a seguire i corsi di formazione. Mi sono innamorato.

Come ti prepari per la prossima edizione dell'All-Star Challenge?

La tecnica non mi manca. Devo imparare a stare sul palco con maggiore disinvoltura. Ho dalla mia parte il tifo dei miei clienti che mi hanno sempre sostenuto. Questo è un stimolo a fare sempre meglio.

Hai un tuo sogno che vorresti si avverasse?

Lavorare con American Crew fianco a fianco con Marco Fabbicini e Diego Zaffaro, i due teacher che stimo moltissimo.



Premiazione



AMERICAN CREW
ALL★S
CHALLENGE

AMERICAN
CREW
Official Supplier to Men™

UN TAGLIO SOPRA LE RIGHE



“Per me l’All Star Challenge
è sempre stato un sogno
perché dà l’opportunità
di dimostrare il proprio
talento e di essere
riconosciuto per ciò che sei
e per il lavoro che ami fare”
Mariano Schiano

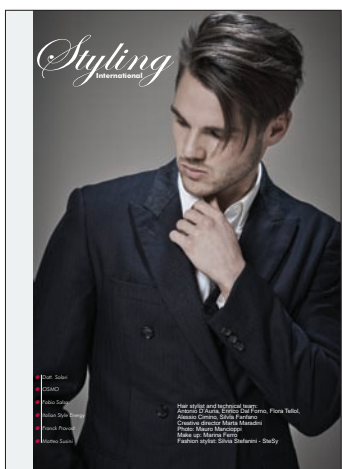


2018 All Star Challenge Global Finalist,
Mariano Schiano, ITALY

Visita il sito americancrew.com/allstarchallenge e seguici su
Facebook [AmericanCrewFanpageItaly](#) Instagram [@instagram.com/americancrew](#)



K-NOW#1 di Kemon
Art director: Mauro Galzignato
Photo: Omar Macchiavelli
Fashion Producer: ASSO
Hairstylist: Pierre Baltieri, Antonio Candido, Davide Carlucci, Diego Comandulli, Elisa Franco, Riccardo Rogari
Stylist: Ylenia Puglia



4 Novità prodotti: La perfetta declinazione per ogni biondo

1-40 Salon International Moda

1-16 Stylist

17-24 Step by step

25-40 Stylist

Salon International

III Intervista Schiano, finalista All Star Challenge 2018

2 Sommario

4 Cosmoprof Barber: Cosmoprof Bologna parla anche al maschile

6-7 Ricerca Nielsen, il mercato dei deodoranti

8 Intervista Mauro Galzignato, un uomo la sua barba

10-17 Speciale rasatura

18 Intervista al dermatologo: Esporsi al sole e non ai rischi

1 Novità Salone: Salon Ambience

20 Novità prodotti Parlux Ardent

21 Novità Prodotti Emsibeth

22 Novità in salone Barber Chair Salon Ambience

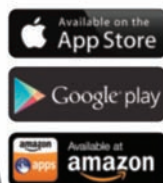
28-29 Speciale post show Aestetica Barber Contest

30 News ANAM 2018 i vincitori delle prove maschili

31 News Tumore alla prostata, buone notizie

31 Guida agli acquisti

iPhone
SmartPhone
Tablet



Anno XLIX
n. 4

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: Alfredo Rubertelli, Giorgio Radice, Franca Gorini, Joan Rundo, Luca Clara, Matilde Giannattasio, Stefano Anselmo, Patrizia Tavasani, Alessandra Mecca
 Grafica: Massimo Albergoni
 Web Content Manager: Mauro Smerini
 Marketing & Pubblicità: Raffaella Chiolo
 Call Center: Roberto Tamaio

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



A.N.A.M. - via Fra Bartolomeo, 1 - 20146 Milano
tel. 02 42293585 fax 02 42295625
Ufficio di Presidenza

Alessandro Granai - Presidente Nazionale
Salvatore Seccia - Vicepresidente Nazionale
Luri Paltrinieri - Responsabile Commissione Economica ed Organizzativa - Catia Cividale - Responsabile Commissione Didattica - Antonio Coscia - Responsabile Commissione Tecnico-Artistica - Elio Vassena - Presidente INAI

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

ABBONAMENTI
NUMERO VERDE

800 102166

Inserzionisti

Aestetica	26-27
American Crew	
Beautifulforyou.it	9
Charme&Beauty Perno	19
Charme&Beauty Tony Figaro	24
Cosmoprof Worldwide Asia	5
Dott. Solari	23
Emsibeth	11

 **parlux**
ARDENT®
barber-tech ionic

#WEAREPARLUX | PARLUX.IT

 **parlux**
ARDENT®
barber-tech ionic

"BARBER CONCEPT"




parlux
THE HAIR CHOICE

MADE IN ITALY | PROFESSIONAL USE ONLY



Cosmoprof Bologna parla (anche) al maschile

L'edizione 2018 di Cosmoprof Bologna ha registrato numeri positivi. Fra i padiglioni e on stage sono state presentate tantissime novità legate al mercato maschile, per stile e cura. Grande interesse per il mondo barber, realtà in grande crescita

L'uomo è un consumatore dinamico e sta trainando al positivo il mercato della cosmesi italiana. Ecco cosa emerge dalla 51° edizione di Cosmoprof Bologna (15 al 19 Marzo 2018). L'attenzione alla cosmesi dal "fiocco azzurro" è in grande crescita e continua la sua corsa.

A Bologna sono state presentate tante le novità prodotto e i servizi hair & beard dedicati a lui che ora sono disponibili in salone.

Ci sono state tante occasioni di confronto professionale, show che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso di fare business ma, anche, di aggiornamento professionale.

Fenomeno barber

Spinti dal fenomeno hipster che da anni ha messo radici in molte città italiane aprono barberi, saloni dove si respira un'aria e una cultura Oltreoceano di cura e stile per la barba, dettaglio di stile per molti uomini. Sono un'oasi in cui l'uomo si prende cura di sé con rituali al maschile in un'atmosfera vintage da old school, ma si usano i prodotti di ultima generazione.

Difficilmente ci rinuncia. Per questo, tra le tante iniziative spicca l'evento United Barbers Show è lo show legato al mondo della barberia organizzato con la collaborazione di Sen Martin, Barber Mind e Bottega della Barba. In passerella ci sono stati gli show dei più importanti esponenti del settore acconciatura maschile e shaving.

Ecco alcune immagini della rassegna.

COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

In pillole i numeri di Cosmoprof Bologna

51: l'edizione
250.000 le presenze
2.822: gli espositori
70 nazioni coinvolte

Save the DATE
Cosmoprof Bologna 2019
15-18 marzo



COSMOPROF

ASIA HONG KONG
亞太區美容展

NOVEMBER 2018
13TH - 15TH

COSMOPACK ASIA
ASIA WORLD - EXPO

14TH - 16TH

COSMOPROF ASIA
HONG KONG CONVENTION
& EXHIBITION CENTRE

HONG KONG
www.cosmoprof-asia.com

A NEW WORLD FOR BEAUTY
BOLOGNA LAS VEGAS HONG KONG MUMBAI

Organiser - Cosmoprof Asia Ltd



UBM



Sales Office Asia Pacific: UBM Asia Ltd - Hong Kong - ph. +852.2827.6211 - fax +852.3749.7345 - cosmasia-hk@ubm.com
Sales Office Europe, Africa, Middle East, The Americas: BolognaFiere S.p.a. - Bologna - Italy - international@bolognafiere.it -
for info: ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - international@cosmoprof.it | **Marketing and Promotion:**
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a. - Milan - Italy - ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - info@cosmoprof.it

SPECIALE NIELSEN, IL MERCATO DEODORANTI

di Andrea Rogheto

A Totale Italia, il mercato dei Deodoranti registra volumi in crescita nell'anno terminante al 26 Marzo 2017 (+1.6%), rispetto al periodo corrispondente del 2016; il fatturato al contrario è in calo, (-3%), a causa della forte contrazione del prezzo al litro (-4.5%).

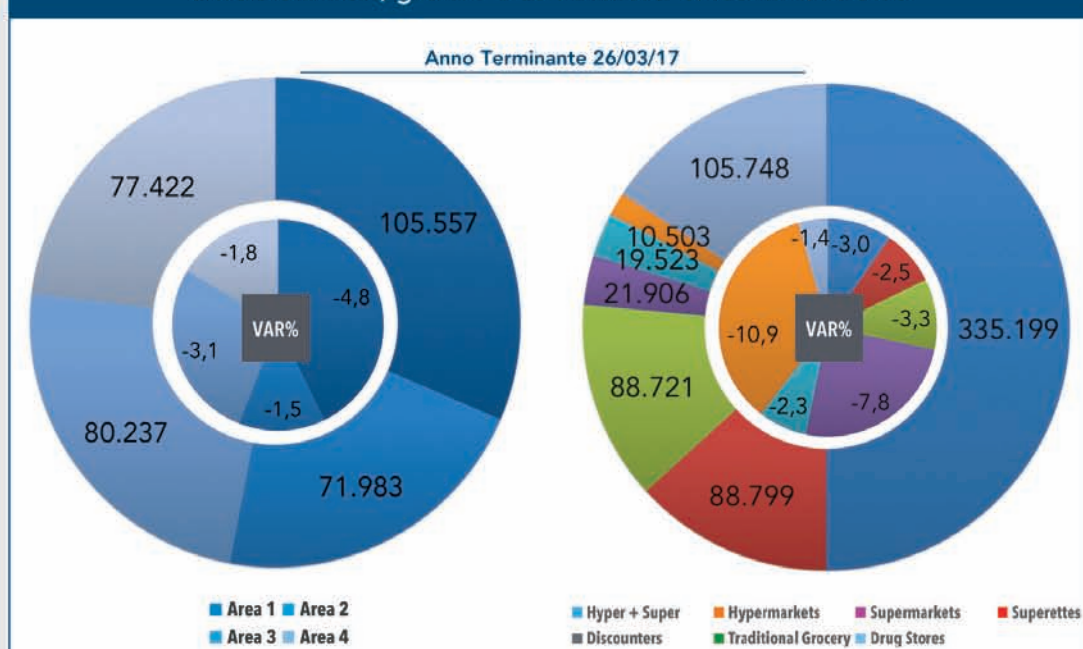
In termini di canali, i Drugstores sono il principale canale di vendita per la categoria, con il 31.9% dei volumi totali, e il principale contributore al trend positivo dei volumi (+3.6% volumi, -1.4% valore), con un aumento dell'intensità promozionale (+1.5 punti) e del referenziamento medio (+5.9 referenze vendute vs lo stesso periodo dell'anno scorso).

nielsen

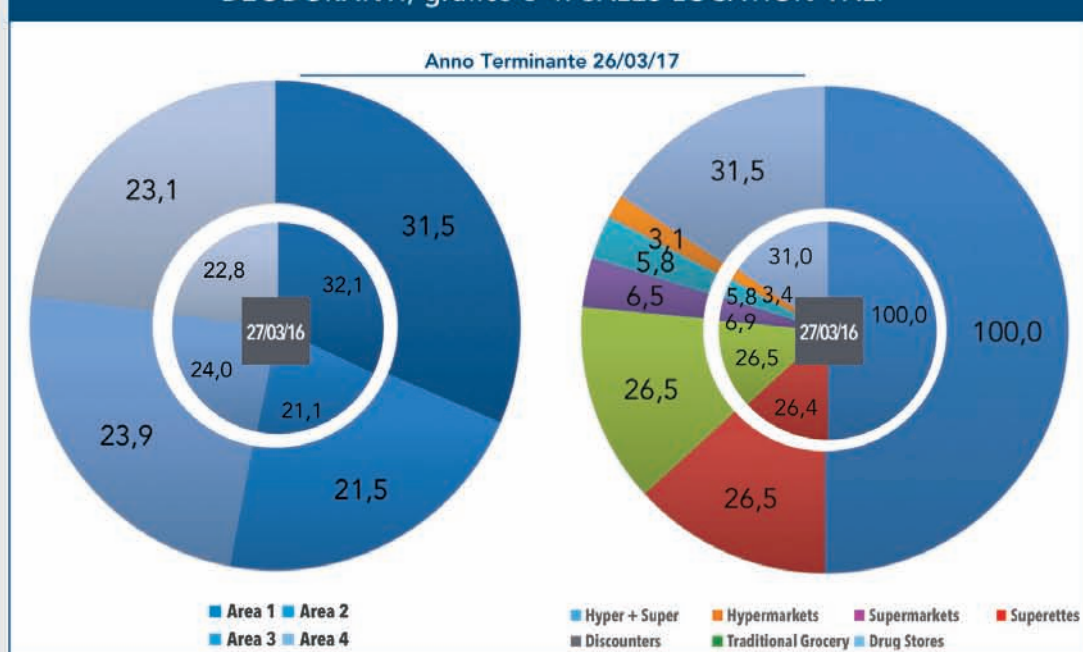
NIELSEN HOLDINGS PLC (NYSE: NLSN) è un'azienda globale di performance management che fornisce una visione totale dell'esposizione ai media dei consumatori e dei loro acquisti. Il segmento Watch di Nielsen fornisce ai clienti media e advertising i servizi di misurazione della Total Audience attraverso tutti i dispositivi in cui il contenuto - video, audio e testo - viene fruito. Il segmento Buy offre ai produttori di beni di largo consumo e ai distributori la visione globale delle misurazioni delle performance di vendita al dettaglio. Integrando le informazioni tra i segmenti Watch e Buy e altre fonti di dati, Nielsen fornisce ai propri clienti misurazioni globali e analisi che aiutano a migliorare le performance. Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90 per cento della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni
www.nielsen.com

DEODORANTI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO

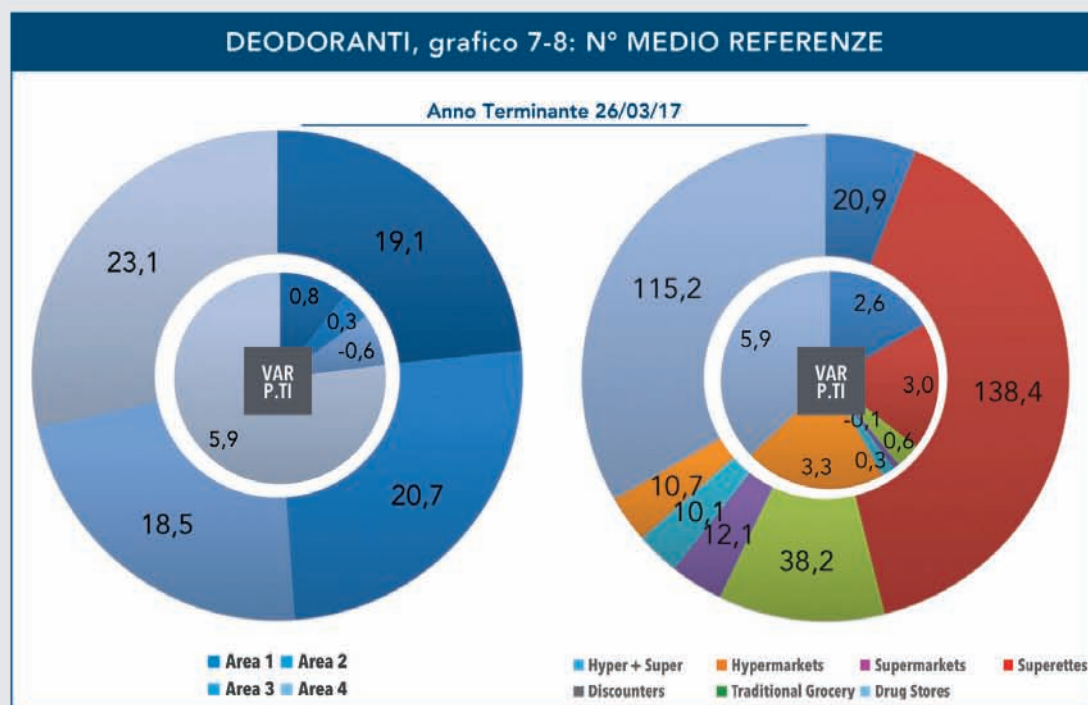
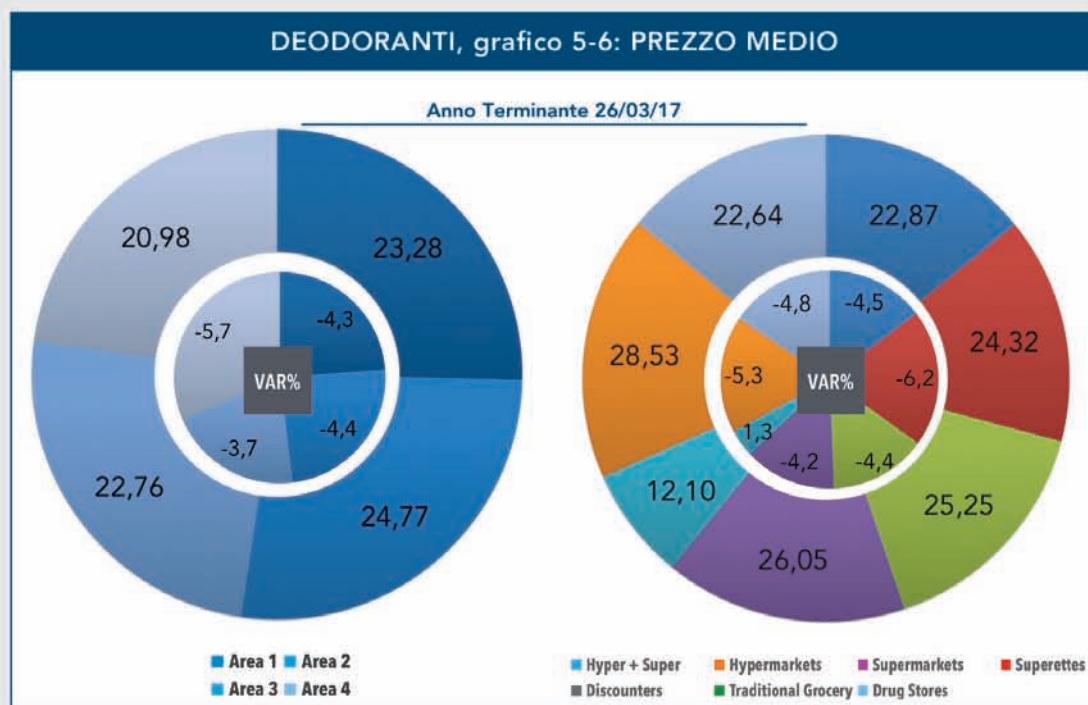


DEODORANTI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.



Gli Iper sono invece il canale con la maggiore crescita a volume, +3.9%, pur rimanendo negativo a valore (-2.5%); nel canale, secondo per volumi venduti, si osservano la maggiore attività promozionale (+49.7%, +2.5 p.ti) e il referenziamento più alto (138.4 ref., +3), ma anche un forte calo del prezzo medio (-6.2%); anche i Super presentano volumi positivi (+1.2%) e fatturato in calo (-3.3%), con prezzi medi in calo e promozioni stabili.

Il calo dei prezzi è responsabile del calo dei fatturati in tutti i canali ad eccezione del Discount (+1.3%), che non riesce comunque a compensare il calo del 3.5% dei volumi.



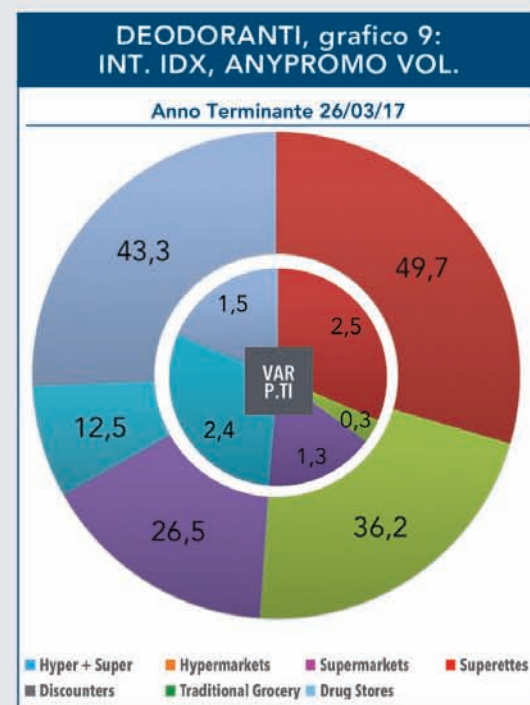
I Traditional Grocery mostrano il calo più importante, -5.9% a volume e -10.9% a valore, seguiti dai Liberi Servizi (-3.8% vol, -7.8% val).

Per quanto riguarda la dimensione geografica, si registrano volumi positivi nelle Aree 2 e 4, in flessione in Area 1 (-0.5%) e soltanto in leggera crescita

in Area 3 (+0.6%), mentre i valori sono generalmente negativi in seguito al calo generalizzato dei prezzi. L'assortimento medio cresce in tutte le aree ad eccezione dell'Area 3.

In conclusione la categoria fatica a crescere in fatturato, nonostante l'espansione cross canale degli assortimenti.

Le 2 ragioni principali sembrano appunto essere una crescente pressione promozionale ma anche un generale abbassamento dei prezzi a scaffale, che generano un aumento dei volumi venduti ma non riescono a far crescere il valore.



Un uomo, la sua barba!

Se alcuni non mollano nemmeno di un centimetro e mantengono la barba folta e lunga, altri preferiscono la barbetta appena accennata. Ma come portarla? Mauro Galzignato, Direttore Creativo Kemon, ci racconta come proporla al meglio, abbinandola ai capelli



Mauro Galzignato,
Direttore Creativo Kemon

La barba lunga da hipster andrà ancora? Perché gli uomini la amano e non se ne separano?

Con quale hairlook si può portarla per essere “in”?

La barba lunga, esplosa con il trend Hipster, è rimasta ancora molto in voga per diversi motivi secondo me; è sicuramente un dettaglio che ha reso interessanti molti uomini che probabilmente prima risultavano essere un po' anonimi. Rende l'uomo “addicted” ad una routine di cura personale che lo rende orgoglioso di un qualcosa di molto personale, di solo suo e dal quale fa fatica a separarsi. A differenza del momento Hipster, dove il concetto capelli era basato su rasature e ciuffone, oggi per essere “on Trend” la barba andrebbe associata a capelli molto lunghi.

Chi la preferisce non troppo lunga quale hairlook abbineresti?

La barba non troppo lunga e sagomata sta meglio associata con tagli più morbidi, sfumature a forbice, senza rasature eccessive.

E chi invece ama il viso rasato? Con quale taglio/styling si è attuale?

Per gli “sbarbati”, a livello capelli, c'è un grande ritorno alle misure intermedie, capelli in crescita resi particolari dall'effetto gel o pomata, molto sleek e con riga laterale.

Baffi, un vezzo da abbinare con i capelli...

I baffi sono l'elemento più difficile da abbinare ed anche il più coraggioso, figlio di stereotipi radicati nel tempo, li consiglierai solo a chi ha una grande personalità da poterli portare con disinvoltura.





BEAUTIFUL FOR YOU

LEGGETE TUTTO CIÒ
CHE È BELLO
SU QUESTO PORTALE

**BEAUTIFUL FOR YOU, il portale della bellezza realizza
un'informazione tematica giornaliera sui migliori
prodotti dedicati ai consumatori (dai cosmetici ai profumi,
dai gioielli agli accessori)**



**Milioni di lettori
riceveranno
il vostro messaggio**

e-beautiful srl via Giacomo Favretto, 7 - 20146 Milano (Italy)
tel. 0248958058 - info@beautifulforyou.it

Speciale Rasatura

Il rituale della bellezza quotidiana

”

Attenzione agli sbarbati!

Il mondo maschile è sempre attento alla propria beauty routine, la bellezza del viso parte dalla rasatura e dalla cura quotidiana della barba. Ecco i prodotti specifici con formulazioni ad alta tecnologia per detergere, idratare e ammorbidire il viso e la barba. Nello stile e nella cura. Un'ottima idea anche per la rivendita.

Il consiglio del barber shop
per chi si rade...

per chi è hipster con barba lunga
per chi ha scelto il pizzetto
per chi ha scelto i baffi

”



1



3



5



2



4

1. Redken con Brews dedica all'uomo una gamma completa per la rasatura: Shave Cream è una crema adatta anche alle pelli sensibili, priva di solfato che offre protezione per una rasatura precisa e confortevole, protegge e lenisce la pelle; il Beard Oil tratta e ammorbidisce, dà sensazione di idratazione su barba e viso. **2. La linea Aveda Men Pure-Formance™ Skin Care** propone: Shave Cream, formula idratante, prepara la pelle e la protegge da irritazioni e dal rossore; Dual Action After Shave: idratante 2 in 1, non grasso dà leggera idratazione; Pure -Formance™ Composition, olio aromatico multiuso, mentre idrata, calma e lenisce. **3. American Crew** coniuga rasatura e skincare. All In One Face Balm, il nuovo Post Shave multi-benefit, un prodotto con 5 risultati. Ha una performance lenitiva, anti age e aiuta a prevenire i peli incarniti, l'arrossamento e l'irritazione. La sua formula idratante contiene anche fattore protettivo SPF15. **4. Gordon** è una linea Made in Italy formulata per tutti i tipi di barba che sintetizza in sé eccellenza, tradizione e innovazione. Ha a cuore ricerca e principi attivi naturali, i prodotti sono testati dermatologicamente. **5. Le formule della linea Bear Club Man's Care** riassumono formule tradizionali e innovazione tecnologica. **Kepro** per una rasatura delicata è nata una Crema soffice,

idratate e nutriente, per il post c'è la Crema Lenitiva. Per la cura della barba più lunga è disponibile un'altra linea. **6. Salute Capelli** propone l'Olio Bao-Med, un olio Multi funzione da usare pre e post rasatura, ideale per idratare la barba più lunga. Facilita lo scorrimento del rasoio, idrata e limita l'irritazione. L'olio è ricavato da una premitura a freddo dei semi del frutto dell'albero di Baobab. **7. La linea Thorn di Luca La Fenice** propone un Fluido senza alcol con principi attivi ad azione lenitiva e disarrossante e un Siero, un'emulsione fluida leggera senza risciacquo, con polimeri cationici ad azione condizionante sostantivante e lucidante. **8. Dalla nuova linea Euphoria del Dott. Solari Cosmetics:** After shave Neck and skin *get ready for the day*, un'emulsione leggera, senza alcol, ricca di acqua attiva di pepe nero. Si usa prima e dopo la rasatura anche su pelli sensibili e delicate. Normalizza la pelle arrossata e irritata. Per nutrire la barba, eliminare l'effetto crespo: Beard Oil. **9. Cemani di Selective Professional** è l'Olio per barba e baffi arricchito con oli vegetali pregiati che districa e ammorbidisce la barba, la nutre e le dona lucentezza, non unge, né appesantisce, poiché si assorbe rapidamente. Neutralizza odori e sudore.



6



9



7



8



10



11

12



13



14



10. L'Olio da barba **bioMAN** ha un'azione elasticizzante, nutriente ed emolliente; nutre e ristruttura i tessuti, rinforzando il film idrolipidico e rinvigorendo, così, barba e capelli. **11.** Figaro Blueice & Gold crea sinergia e dalla Torino Forti Sensazioni by **TFS** abbraccia Razorock brand del wetshaving leader in Canada e North America. **12.** **Medavita** lancia la nuova linea rasatura Lotion Concentrée Homme Shave. La sua formula è ricca dell'esclusivo concentrato di principi attivi vegetali. La linea è composta da 5 prodotti d'uso quotidiano, dalle texture e profumazioni accattivanti e dalla performance altamente idratante, lenitiva, illuminante e levigante. **13.** Reviving Rosemary è un rivitalizzante proposto da **Gamila Secret**, indicato per pelle da mista a normale. L'olio essenziale di Rosmarino è antisettico, stimola la microcircolazione ed è ideale in caso di dermatosi ed eczemi. **14.** Da **Orbe** la novità è Serene Scalp Soothing Leave On con ingredienti come Aloe ed l'Epilobio che agiscono come lenitivo dopo barba, la menta piperita, invece, rinfresca. Distribuito da ADI srl. **15.** Il plus della linea **Anonima Barbieri Care** è l'uso esclusivo di estratti vegetali naturali. L'Anonimo dopo barba e balsamo è

una crema fluida idratante, che ammorbidisce e nutre in profondità, ha un effetto antiage, un'azione lenitiva e anti irritazione. Da usare anche dopo l'esposizione solare e dopo un tattoo). **16.** Con la linea Shaving Skincare di **American Crew** si punta sulla qualità della rasatura e sul benessere e sulla cura della pelle. L'Ultra Gliding Shave Oil Pre Shaving, un olio che prepara la pelle; Precision Shave Gel la sua formula in gel consente una rasatura accurata, veloce e pulita; Moisturizing Shave Cream dà massima protezione e idratazione alla pelle; Protective Shave Foam, idrata e protegge; Revitalizing Toner dona sollievo all'irritazione. **17.** Noir di **Everline** propone l'After Shave Balm un'emulsione delicata ed emolliente arricchita con Olio di Ribes e vitamina E, specifica post rasatura, tonifica e rinfresca. Noir Beard deterge e idrata purificando in profondità. **18.** **Bullfrog** ha sviluppato una linea per pelle, barba e baffi. L'Olio Barba multifunzione è formulato con preziosi oli vegetali è perfetto sia per nutrire le barbe lunghe e crespe sia per preparare la pelle prima della rasatura.

15



17



16



18



19



20



21



22



SPECIALE RASATURA

19. Dear Beard® by **Maxima** s.r.l offre un rituale completo, anche per la pelle più sensibile. Formula senza siliconi, paraffina, parabeni e con pregiati oli essenziali e vegetali, dalle proprietà lenitive ed emollienti. **20.** **Natural HP** propone Beard, una linea completa per il trattamento della barba. L'Oil Barba rinforza, protegge, rende la barba morbida ed elimina i nodi. Lo Shampoo Barba detergente delicato per l'igiene quotidiana di barba e baffi; il Conditioner Barba districante, migliora la pettinabilità e scioglie i nodi. Per modellare come si desidera barba e baffi c'è la cera Wax barba a tenuta forte. Sapone Barba, sapone profumato al cocco delicato. **21.** Made For Men è la nuova linea maschile di **Hair Company** che si declina in: Shampoo per Barba e Capelli che deterge rispettando l'equilibrio idrolipidico della cute e delle strutture pilifere, prevenendo arrossamenti e irritazioni. Ideale per un utilizzo quotidiano. Gel da Barba di Precisione formulato per la rifinitura di barba, baffi o basette. Olio per Barba idratante e anti ossidante nutre e districa anche le barbe più folte e "difficili". Preserva l'epidermide da fastidiose irritazioni. **22.** Nella linea For Man di **Vitality's** si può contare sul Precision Shaving Gel formulazione trasparente non schiumogena. Contiene Aloe vera dall'azione cicatrizzante, astringente, emolliente e anti-irritante. Consigliato per la definizione di ogni dettaglio. Shaving Crem

ammorbidisce e prepara la pelle, riduce arrossamenti e irritazioni.

23. **Barbieri Italiani** riscopre le antiche ricette dei Mastri Barbieri e propone un Sapone da barba morbido e delicato, con schiuma che non cola e grazie all'Olio di Mandorle facilita la rasatura mantenendo la pelle morbida. **24.** Shave IT di **Philip Martin's** è un'emulsione pre e after shave ideale anche per le pelli più sensibili, poiché attenua i rossori e le irritazioni provocate dalla rasatura grazie ai principi attivi calmanti e idratanti, quali l'Acqua di Tiglio, un Complesso Botanico lenitivo e la Glicerina Vegetale. **25.** Shaving Oil di **Dr. K** formulato con ingredienti naturali, vellutato e nutriente contiene vitamina E, Olio di Albicocca, di Menta peperita e di Ricino, con proprietà emollienti, idratanti, lenitive, rivitalizzanti, calmanti e rinfrescanti. Reuzel Shave Cream è una crema per la rasatura con una miscela di molecole lubrificanti, per far scorrere il rasoio e lasciare la pelle morbida e idratata. Distribuiti da Morocutti Giovanni srl. **26.** **Barbho** Beard Care è una linea completa che propone: detergenti, oli, gel e siero per pizzetto, baffi, barba incolta o curata. (Filgi Cosmetics Srl). **27.** Old Barbers è la nuova linea **BHN** in stile vintage prodotta in Italia che si prende cura, con qualità, della rasatura e della cura della barba, anche quella più lunga.

23



25



24



26



27



28



30



32



29



31



28. La linea Homme di **Salerm Cosmetics** offre 19 prodotti specifici per l'uomo, prevede Parfait Systeme Rasage un gel trasparente per rasature ad alta precisione per la definizione di basette, pizzetto e baffi. I suoi principi attivi rallentano la ricrescita della barba. Après Rasage/gel idratante trasparente dopo barba con Aloe vera ha un effetto lenitivo. **29.** Physia OE Man by **Demeral** è un detergente pelle e barba arricchito da Oli essenziali, estratti vegetali e detergenti zuccherini per il trattamento e la pulizia di pelle e barba. Ha un'azione cutanea idratante e lenitiva e di grande protezione. **30.** **Barba Italiana** personalizza il rituale della rasatura con panno caldo e tre essenze per un benessere aromaterapico. Vesuvio - a base Lavanda, Azulene, Bisabololo e Lemongrass- offre un effetto calmante; Stromboli - sinergia di Arancio e Bergamotto - ha un effetto energizzante; Etna - con Eucalipto e Menta- si caratterizza da un piacere rinfrescante. **31.** **Inco** con Top Seven offre all'uomo una linea completa per la pelle dell'uomo. Il pre-dopo barba in crema rispecchia la formula originale. La Crema da Barba ad alta performance si usa con il pennello, l'After Shave, delicatamente alcolico, si applica con il vaporizzatore. **32.** Glide - shaving gel Dandy, dei laboratori **Niamh Hair Konzept** - rende la rasatura confortevole, precisa e accurata. La sua formula è multi-attiva e aiuta a difendere la pelle da tagli, arrossamenti e secchezza,

facilitando la scorrevolezza del rasoio. Con gli estratti biologici di Avena e Olio Extra Vergine di Oliva l'epidermide protegge da rossori ed irritazioni. L'Acido Ialuronico lenisce la pelle, assicurando morbidezza e tonicità. **33.** **Morocutti Giovanni** srl propone due After Shave: Morgan's, un balsamo cremoso non alcolico. Il nuovo prodotto anti-aging che rivoluziona i riti post-rasatura. Realizzato con Matrixyl®3000, il primo ingrediente anti-invecchiamento basato sulla tecnologia matrikine peptide. Una Colonia maschile, fresca e aromatica. Clubman Classic Lotion è il prodotto icona del Barber Shop Americano. Dopobarba decongestionante tonificante e fresco. **34.** The Ritual di **Emmediciotto** propone un mini set da barba con Taormina Shaving Cream 20 ml, un mini brush travel in setola naturale delicata, un rasoio bilama Wilkinson, il Firenze After Shave Balm 20 ml. Prodotti di altissima qualità e Made in Italy. **35.** **Dikson** propone la linea Barber Pole con attivi specifici come: Oli di Argan, Canapa, Jojoba ed estratti di Aloe e Papavero, che assicurano risultati nel rispetto di cute, capelli, barba e baffi. **36.** La prima linea barba Grooming For Men di **Alter Ego**, pre e post rasatura, ammorbidisce la barba, riducendo al minimo graffi, taglietti e irritazioni. Gli oli essenziali naturali - Lemongrass, Lavanda, Mandorle Dolci, Sesamo, Jojoba, Avocado- rinfrescano la pelle ed eliminano l'eccesso di sebo e le impurità.

34



36



33



35



38



37



39



40



37. Fondonatura hydro [shave] è la linea specifica per la rasatura dei Laboratori Cosmetici **TRI-CO-SAL**. Il prodotto cardine è la Crema rasatura ai Fitosteroli con Acido ialuronico, ricca di sostanze emollienti. Adatta a pelli sensibili e acneiche. Contiene Fitosteroli, principi attivi di origine vegetale ed Acido ialuronico che apporta grande idratazione alla pelle. Quest'ultimo è presente anche nell'After Shave, che tonifica la pelle e ne previene l'invecchiamento. **38.** **Acca Kappa** propone per la rasatura barba e capelli il Gel trasparente, con estratti di Calendula ed Amamelide, Olio essenziale di Menta Piperita. Idrata, nutre e previene irritazioni e rossori, assicurando una rasatura confortevole e perfetta. L'Emulsione vitaminizzata si applica dopo la rasatura ha un effetto opaco, contiene Oli di Argan e Germe di Grano, estratto di Ratania e olio essenziale di Menta Piperita. Idrata e nutre, dona benessere ed allevia le irritazioni causate dalla rasatura. **39.** **Solomon's Beard** propone Shaving Cream, un "sapone non sapone", mix di emulsionante a doppi cristalli liquidi, che protegge la cute con uno scudo naturale, idratando, calmando, prevenendo prurito e disconfort. L'After Shave Cream è ricco di doppi cristalli liquidi che formano il sistema emulsionante si struttura in maniera intelligente sulla pelle, rinforzando la naturale funzione barriera, regalando fino a 72 ore di idratazione long lasting. **40.** **Rebitalia Professional Cosmetics** propone la linea Modofinishing Shampoo Barba Delicato, Olio Barba emolliente e un pre-dopobarba in crema. **41.** Universal Beauty Product **UBP** di **Ng Group** presenta Kosimetik Gentleman linea di 4 prodotti Rasatura: Solid Soap, detergente ottenuto da

saponificazione classica. Transparent Shave, Gel trasparente per rasatura, senza schiuma, permette di tracciare linee con precisione e velocità. Beard Ointment, unguento specifico per nutrire e mantenere la barba sana, idratata e profumata. Dona struttura e forma. E Blend Beard Oil, miscela esclusiva di Oli per mantenere la barba idratata e sana. **42.** Il Gel Dopobarba Vifrex by **Punti Di Vista** calma la pelle arrossata dopo la rasatura. Crea una leggerissima pellicola protettiva che previene le irritazioni e rende la pelle sempre fresca e idratata, regalando al viso un aspetto sano e curato. **43.** Per **Davines** la rasatura parte dalla detergenza con Naturaltech Detoxifying Scrub Shampoo, si prosegue con Authentic Balsamo idratante che trattiene acqua durante la rasatura. Si completa con Naturaltech Calming Superactive: un siero che calma l'irritazione e lenitiva; Authentic, burro multifunzione, nutre e protegge dall'azione batterica; come trattamento post-rasatura: Oi Oil olio multifunzione **44.** Dalla linea Berry's di **Brelil Professional**: Precision Shaving Gel dalla texture trasparente senza schiuma, che permette di effettuare rasature di precisione di basette e pizzetti. Ideale anche per pelli delicate. Adatto per proteggere il cuoio capelluto durante la rasatura dei capelli. **45.** Thermal Equilibrium Bilanciante di pH all'Acqua Marina è il rivoluzionario S.O.S. Skin formulato e prodotto da **Ensibeth**. È un alleato quotidiano lenitivo pre e post rasatura. Inoltre, neutralizza forfora ed eccessivo sebo della cute; calma psoriasi, pruriti ed eritemi solari e punture.

41



43



44



45



42



46



49



47



48



46. La linea Shaving di **Kemon** propone prodotti "vestiti di nero" da utilizzare durante e dopo la rasatura e per la cura quotidiana della barba. Shaving Pleasure, Crema da barba in vaso, crea una soffice schiuma che ammorbidisce la pelle permettendo una rasatura delicata, confortevole e senza irritazioni. La crema si applica con il Pennello da barba Hair Manya. L'After Shave, spray dopo barba, tonifica e dona alla pelle sollievo immediato dopo la rasatura. Il Beard Oil che disciplina la barba, rendendola morbida, idratata e profumata. Al Beard Oil si abbina la Spazzola da barba Hair Manya, perfetta per prendersi cura della barba.

47. **Malvy** con la linea Grafite segue tutte le fasi della rasatura. Il detergente delicato e bilanciato stabilizza l'equilibrio idrolipidico cutaneo e conferisce alla barba un'ottima resistenza agli agenti atmosferici; l'Emulsione in gel da usare prima e dopo la rasatura è emolliente, astringente e disarrossante; L'Olio indicato per la barba, grazie alla sinergia degli oli essenziali dona lucentezza e morbidezza. Per finire la Cera, la sua formula ricca di Caolino, dona alla barba e baffi una nuova texture dalla finitura opaca, per uno stile strutturato e "vissuto". **48.** **Eley Insight Man** è un Olio multifunzionale a base di oli biologici di Dattero, Girasole e Mandorla Dolce. E' un prodotto multi funzione: ammorbidisce la pelle e la barba, facilitando la rasatura, nutre e districare e lucida la barba. **49.** **Barber Mind** è una vera e propria Trilogia di racconti: "Little Italy". Shaving Deluxe Serie che rappresenta

l'insegnamento del padre al figlio per la pratica della rasatura. Father Pre Shave Gel è un gel pre rasatura con elementi selezionati di Camomilla, Malva e l'Olio di Tsubaki. Son Shave Cream è una crema formulata per una rasatura scorrevole che non irrita. Ideale per qualsiasi tipo di pelle. Spirit After Shave Balm, balsamo da utilizzare dopo la rasatura, tonifica e disinfetta la pelle con le proprietà calmanti, emollienti e idratanti dei migliori ingredienti naturali. **50.** **Mario Lorenzin 1975** offre la linea barba prodotta in Italia con formule a base naturale e ricche di principi attivi vegetali dalle eccellenti proprietà grazie agli ingredienti lavorati a mano e a chilometro zero. Cute e bulbi piliferi vengono idratati a fondo, la barba risulta pulita, protetta e lucente.

51. Silk Potion Cream di **Organic Pure Care** svolge un'intensa azione idratante e lenitiva grazie ai principi attivi dell'Aloe vera e alla vitamina B5. Attenua rossore, irritazione e sensazione di prurito. Lascia la pelle liscia e morbida al tatto. **52.** Meißner-Tremonia offre una linea completa di prodotti, realizzata a mano in Germania, formulata con ingredienti vegetali e naturali al 100% con fragranze uniche ed originali. In Italia distribuita esclusivamente da **Bottega della Barba**. **53.** **Fisiocosmetica** con il suo Microionizzatore distribuisce sulla pelle ogni liquido tra cui anche il siero specifico dopobarba che si aggiunge alla ricca gamma di sieri.

50



52



51



53



54



57



55



56



54. Bullfrog lancia un set barba dove tutto è al suo posto: pennello con setole morbide in pelo di tasso argento, rasoio con lama intercambiabile. C'è anche una spazzola leggera e pratica per barba lunga o molto folta. Le rigide setole in pelo di cinghiale, permettono una pulizia profonda e un massaggio energizzante viso. **55. Gordon** fornisce strumenti professionali che coniugano tradizione e qualità. Tagliacapelli, rasoi a mano e elettrici sono alcune proposte della linea per un lavoro di eccellenza ad alte prestazioni. Soluzioni che permettono di realizzare tutti i tipi di styling. **56. Acqua Kappa** dà vita all'innovativo set da barba Natural Style per il 45% di origine vegetale. Le setole del pennello sono vegan friendly, realizzate in filamento sintetico. Rasoio "Match 3". Piantana in acciaio inox. **57.** Le spazzole specifiche, di **Mario Lorenzin 1975** in legno di kotibè le setole 100% in puro cinghiale, assicurano ottime prestazioni e risultati di grande qualità: disciplinano e danno volume e brillantezza. **58. Takara Belmont** presenta Apollo 2 Icon, l'evoluzione della seduta già esistente. Il nuovo modello si caratterizza da un rivestimento con cuciture a diamante e rifiniture che possono essere a contrasto. Il confort ergonomico e la perfetta manovrabilità sono mantenuti in un design senza tempo. Disponibili anche nella versione nuova motorizzata e con colori personalizzati. **59.** Dal 1988, **Edwin Jagger** propone accessori dal fascino unico, progettati con cura e realizzati in Inghilterra, si

uniscono a prodotti per la cura e la rasatura della barba formulati per ottenere l'eccellenza. Bottega della Barba è distributore esclusivo per l'Italia. **60. Gama Professional** lancia Barber Series, la linea di prodotti professionali, con sei referenze, ideati per a barbieri esperti di taglio capelli e rasatura. Per realizzare tagli alla moda o perfezionare le rifiniture. **61.** Carrera-Rasoio N.421 Yellow Line è un'esclusiva di **Morocutti Giovanni srl.** design e tecnologia all'avanguardia per questo strumento di precisione, ottimo per la rasatura quotidiana della barba, è diventato lo strumento professionale indispensabile per le sfumature a zero, nel taglio "fade", eseguito dai barbieri. Utilizzo cord-cordless e batteria al litio ad alto rendimento. **62.** Ecco il Nuovo Classico senza tempo! Premier, la nuova spettacolare poltrona da barbiere di **Salon Ambience**, rievoca lo stile vintage, reinterpretandolo in chiave contemporanea, per dargli nuova vita nei moderni saloni e barber shop. Passato e presente si fondono creando uno stile "Old School" con un tocco di moderno.

61



58



59



62



60



Esporsi al sole e non ai rischi

Da anni i dermatologi comunicano i danni di un'esposizione "selvaggia" al sole. Ma qual è l'atteggiamento maschile nei confronti della protezione solare?

Il professore Leonardo Celleno ci indica gli errori più comuni che fanno gli uomini e come, invece, godersi tutti i benefici di una giornata all'aria aperta

1. L'uomo è un paziente attento a difendersi dal sole?

In generale gli uomini sono più restii all'utilizzo delle creme solari, anche perché la presenza dei peli ne rende meno confortevole l'applicazione. Soprattutto i prodotti con un SPF elevato che spesso sono "particolarmente filanti" e densi, risultano troppo pastosi e appiccicosi. Da un'indagine conoscitiva circa le abitudini degli italiani al sole che AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia) nel 2016 ha commissionato ad IPSOS (Azienda leader nelle ricerche "survey based"), è emerso che sono proprio gli uomini i meno attenti a proteggere la pelle durante la foto-esposizione, in particolare i ragazzi di età compresa tra i 18 ed i 24 anni.

2. Quali sono i rischi per la pelle maschile se c'è un'esposizione errata? A cosa si va incontro, nell'immediato e nel futuro?

Anche se la pelle dell'uomo è più spessa e resistente rispetto a quella femminile e forse manifesta più tardivamente i danni derivanti dalla fotoesposizione. Il sole emette radiazioni ultraviolette (UVA e UVB) che a contatto con la pelle possono dar luogo ad effetti dannosi che si distinguono in immediati e tardivi. I primi, come ad esempio rossori, scottature ed eritemi, possono comparire già dopo le prime esposizioni e sono causate principalmente all'azione dei raggi UVB i quali agiscono al livello dell'epidermide, lo strato più superficiale della nostra pelle. Gli effetti tardivi invece, correlati all'interazione degli UVA, più subdoli e penetranti, possono manifestarsi anche a distanza di anni e, contrariamente ai precedenti, sono irreversibili. Tuttavia i due tipi di radiazioni agiscono sinergicamente e danneggiano profondamente la nostra pelle ed accanto al foto-invecchiamento, inducono anche l'insorgenza di neoplasie come il melanoma ed i tumori epiteliali definiti "non melanoma skin cancer (NMSC)" che sono le conseguenze più gravi che il sole può provocare.

3. Spesso ci si protegge in maniera sbagliata. Ci dice tutti gli usi errati delle creme protettive (dosaggi) e invece come è corretto utilizzarle?

Il primo errore è sicuramente l'utilizzo di un prodotto solare non adatto al proprio fototipo. Ogni pelle reagisce al sole in modo diverso: alcuni si abbronzano subito senza mai scottarsi, altri invece sono più reattivi e tendono ad arrossarsi e scottarsi con facilità senza mai ottenere un'abbronzatura intensa. Per questo le pelli più chiare e sensibili al sole dovranno orientarsi verso prodotti con fattore protettivo alto (SPF 30-50) o molto alto (50+) mentre le carnagioni più scure possono optare per una protezione media/bassa. L'importante è applicarlo anche una volta abbronzati: l'abbronzatura infatti, pur essendo un sistema di difesa nei confronti del sole, non è in grado da sola di prevenire i pericoli che possono insorgere. Un altro errore che spesso molti fanno è utilizzare solari della scorsa stagione. Questo tipo di prodotto va acquistato ogni nuova stagione perché contengono all'interno sostanze come i filtri solari che col tempo possono alterarsi e ridurre quindi la loro efficacia. Anche applicare il prodotto con parsimonia rientra nell'elenco dei comportamenti errati sotto il



sole. In generale la quantità da utilizzare per non correre rischi è di circa 2mg/cm², più o meno la dose contenuta nel pugno di una persona adulta senza tralasciare nessuna zona e soprattutto ripetendo l'operazione almeno ogni 2 ore, specie dopo bagni e/o docce. Importante è anche la modalità di conservazione del prodotto solare: bisogna tenerlo sempre all'ombra o in luoghi freschi, e fare attenzione ad evitare che entri in contatto con la sabbia o con l'acqua o con una fonte di calore perché potrebbero alterarsi le caratteristiche organolettiche del prodotto. Un'altra inesattezza consiste nel pensare che quando il cielo è nuvoloso, sia superfluo l'utilizzo del solare. I raggi UV infatti passano anche attraverso le nuvole riuscendo così a colpire la cute che, se sprovvista di protezione, rischia di andare incontro a conseguenze spiacevoli.

4. Uomini calvi, come comportarsi?

L'assenza dei capelli rende il cuoio capelluto particolarmente sensibile e vulnerabile nei confronti del sole. Proprio per questo i soggetti calvi devono proteggere non solo la pelle del viso e del corpo ma anche il cuoio capelluto, utilizzando prodotti con fattore di protezione elevata e, se possibile proteggere ulteriormente il capo con cappelli o bandane, specialmente durante le ore più calde della giornata. Si consiglia di proteggersi non solo al mare o in montagna, ma anche nella routine quotidiana, specie nei mesi estivi e primaverili quando le belle giornate soleggiate sono protagoniste. Per chi è calvo poi, una cosa da non dimenticare è una visita dal dermatologo almeno una volta all'anno per controllare che sulla pelle del cuoio capelluto non siano insorte delle cheratosi attiniche che sono le prime lesioni tumorali frutto dell'eccessiva foto-esposizione.

5. Chi ha la barba lunga?

Per certi aspetti la barba è un bene perché in inverno aiuta a proteggere la pelle del viso dal freddo e durante i mesi estivi funge da scudo protettivo contro i raggi ultravioletti limitandone così l'interazione con la cute. La barba però da sola non basta a garantire una protezione efficace contro i rischi ed i pericoli del sole, è bene quindi utilizzare in ogni caso prodotti per la protezione solare, magari scegliendo formulazioni più leggere come gli spray onde evitare l'effetto pastoso ed appiccicoso avendo cura di applicare il prodotto sulla pelle e non tanto sui peli.

6. E chi è tatuato quali sono le attenzioni da avere?

I tatuaggi sono dei pigmenti esogeni, di conseguenza esporli al sole con le dovute precauzioni non comporta alcun pericolo. È necessario però prestare le dovute attenzioni. Ad esempio sarebbe meglio evitare di tatuarsi durante i mesi estivi in quanto in seguito alla realizzazione del tattoo, la pelle, avendo subito un'incisione necessita di tempo per rigenerarsi, cosa che in genere avviene in 3 settimane/1 mese, durante i quali è assolutamente sconsigliato esporsi al sole in quanto la pelle potrebbe infiammarsi o andare incontro a possibili reazioni foto-allergiche dovute all'impiego delle creme antibiotiche utilizzate durante questo frangente. È altresì importante proteggere i tatuaggi utilizzando prodotti con fattore di protezione elevato come ad esempio gli stick specifici presenti in commercio perché il sole potrebbe alterare il colore dei tatuaggi.



PERNO♂
Barberia



PERNO LA BARBERIA



PERNOLABARBERIA

Via Provinciale Madonnelle, 17
Ponticelli - NAPOLI
Tel. 081774 58 77



WWW.CHARMEBEAUTY.EU



PARLUX ARDENT® per barber shop: il nuovo asciugacapelli “coi baffi”

Design vintage e tecnologia di alto livello per il primo
phon Parlux dedicato ai saloni per le acconciature maschili

**PARLUX ARDENT® è uno strumento professionale pratico,
leggero, essenziale, che soddisfa pienamente le esigenze
di qualsiasi “barber specialist”**



Il centro studi e ricerche di **Parlux** ha elaborato “ARDENT®”
un nuovo asciugacapelli, il primo che il famoso produttore
italiano dedica all'utilizzo presso i saloni di bellezza
al maschile.

Potente, robusto, dalle forme semplici, ma efficaci e dalle
performance assicurate, questo phon presenta un motore AC
appositamente progettato, dalla durata di 2000 ore che consente
una precisione d'uso a diverse velocità e quindi un ottimale
utilizzo durante i servizi tecnici per l'hairstyle dell'uomo
ed anche sulla barba!

Una nuova resistenza a geometria variabile da 1800 Watt
presenta aree riscaldanti ottimizzate ed assicura temperature
ideali a tutti i livelli di potenza. Un “Air Ionizer Tech” poi,
emette ioni negativi ed elimina l'elettricità statica assicurando
asciugature veloci di capelli, barba e baffi. Il corpo anteriore
del phon è antiriscaldamento (triplice isolamento e camera
d'aria) e consente un'impugnatura confortevole adatta
a qualsiasi modo di utilizzo da parte dell'hairstylist.

L'asciugacapelli è disponibile in un'unica versione, chiamata
“graphite spazzolata”, il cui colore ben si adatta al look estetico
della maggioranza dei barber shop.

Come tutti gli altri asciugacapelli professionali Parlux, il nuovo
modello ARDENT® è prodotto secondo i canoni della filosofia
Eco-Friendly **Parlux**, ovvero, zero emissioni nocive, materie
prime e imballi riciclabili, dispositivi Energy saving e può
essere corredato da pratici accessori, quali il Melody Silencer
e i diffusori. universale, supervolume e a doccia.

Hula Hoop, lo styling vintage che conquista

L'atmosfera è quella degli anni 50, ma la tecnologia delle sue formulazioni sono d'ultima generazione

Emsibeth, per realizzare la sua nuova linea styling Hula Hoop, si è ispirata a quel fascinoso mondo vintage tanto amato da tutti. Il packaging della gamma Hula Hoop ha un logo vintage e sfoggia colori pastello che identificano le funzioni i prodotti e rende semplicissima la comprensione dei prodotti.

Scopriamo la linea, interamente rinnovata.



SHAPE - modellare

Curliss Fluid: Un fluido per effetti liscio/riccio che dona elasticità ai capelli. Ottimo come anti-crespo ed antistatico, compatta il riccio e mantiene nel tempo pieghe mosse o lisce.

Curl Definer: Siero arricciannte per controllare il volume dei ricci e proteggerli dall'umidità. Dona morbidezza, elasticità e brillantezza senza appesantire.

Water Wax: Cera all'acqua dal piacevole profumo agrumato. Non unge, definisce e separa le ciocche in modo deciso.

Extra hold gel: Gel modellante a tenuta extra-forte. Definisce e fissa in modo deciso, asciuga velocemente senza lasciare residui.

SHINE - lucidare

Chrystal Shine Cream: Per capelli morbidi ed extra brillanti. La sua texture vellutata dall'effetto anti-crespo dona volume, protezione e corposità anche ai capelli più fini proteggendoli dal calore del phon.

Glossy Cream Wax: Una cera in crema lucidante per creare dettagli o dare movimento. Per un finishing lucido, durevole e flessibile.

FIX - fissare

Hairspray: Fissa istantaneamente e lucida i capelli senza appiccicare. Protegge dall'umidità, non lascia residui e si elimina con pochi colpi di spazzola.

Strong Hairspray: Fissaggio estremo grazie agli agenti filmogeni che avvolgono il capello proteggendolo dall'umidità.

Eco Hairspray:

Lacca Ecologica più sostegno e volume. A diffusione ultraleggera, non appiccica e asciuga rapidamente senza lasciare residui. Protegge i capelli dall'umidità. Contiene filtri solari UV.



Premier Barber Chair poltrona vintage comfort style

In salone basta un dettaglio per essere riconoscibile. La poltrona Premier di Salon Ambience ha un design vintage, “old School”, ma possiede funzionalità e qualità innovative. È il “pezzo cult” per un barber che vuole distinguersi, con stile

In salone arriva **Premier**, la nuova poltrona da barbiere di **Salon Ambience**. Il design rievoca lo stile vintage, il gusto d'altri tempi, reinterpretato in chiave contemporanea, grazie alla confortevolezza e la funzionalità, frutto della ricerca avanzata firmata Salon Ambience. Con Premier in salone passato e presente si fondono creando uno stile “Old School”.

Il comfort è la parola chiave

Il Poggiatesta è regolabile in altezza e nell'inclinazione e questo garantisce un comfort maggiore sia per il cliente che per il professionista.

Decisa nei particolari

Premier ha accurate finiture bianche sul retro che ne caratterizzano lo stile sofisticato.

Sdraiati e rilassati

Lo schienale è reclinabile e il poggiamambe è regolabile con una leva in stile retrò: quando la funzionalità incontra lo stile.

Tappezzeria artigianale

È creata artigianalmente e prodotta interamente in Italia, a Reggio Emilia: qualità Made in Italy.

Garanzia di qualità

Salon Ambience, azienda con più di 25 anni di esperienza, offre un'eccellente qualità e grande passione in tutti i suoi prodotti.

Optional retrò

Disponibile in due versioni, con o senza poggiapiedi/poggiamambe apribile aggiuntivo, è perfetta per ogni salone.



Premier White



Premier Black

Le offerte terminano il 31.08.18

Per info www.salonambience.com, info@salonambience.com o numero verde 800-144552

EUPHORIA

your secret escape

Ci sono attimi nella vita così intensi
che sai già dal primo istante
che rimarranno impressi per sempre.

Ci sono incontri così magici
che sai già dal primo sguardo
che ti cambieranno.

Ci sono momenti così indelebili
che sai già che non finiranno mai.

E quando capitano è pura emozione,
felicità assoluta: la custodirai e sarà
per sempre la tua fuga segreta.

EUPHORIA your secret escape

// È UNA LINEA IDEATA PER UN UOMO ESIGENTE,
CHE DESIDERA SOLO IL MEGLIO
ED È ALLA RICERCA COSTANTE DI EMOZIONI

There are instants in life so intense that you
already know from the very first moment
that they will remain impress forever.

There are such magical meeting that you
already know from the very first sight
that they will change you.

There are moments so unforgettable that
you already know that they will never end.

And when it happens is pure emotion,
absolute happiness: you will keep it
and it will always be your secret escape.

EUPHORIA your secret escape

IT IS A LINE DESIGNED FOR A DEMANDING MAN,
WHO WANTS ONLY THE BEST //
AND IS CONSTANTLY LOOKING FOR EMOTIONS

MADE IN ITALY

Vertigo srl

Via Po, 2 - 26867 Somaglia (LO) - ITALY

dottsolari.com



dott. solari
COSMETICS®



WWW.CHARMEBEAUTY.EU



BARBER SHOP
TONY FIGARO
1965

Via degli Aranci, 65
Sorrento - NAPOLI
338 303 1285
follow us :  

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 nuances 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



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



Pane, amore e... AESTETICA

Salone Mediterraneo dei Professionisti della
Bellezza, del **Benessere** e dell'**Acconciatura**
10/11/12 novembre 2018

MOSTRA D'OLTREMARE



è un evento



www.aestetica.it



081 5922946

Aestetica Barber Contest, grande successo per la prima edizione

Quest'anno la Mostra d'Oltremare di Napoli ha ospitato l'ABC Aestetica Barber Contest, il contest dedicato all'arte della barberia. Un grande successo di critica e pubblico

Grande riuscita per la prima edizione della competizione ABC Aestetica Barber Contest, il contest dedicato all'arte della barberia che si è svolto il 12 e il 13 novembre 2017, all'interno della 21° edizione di Aestetica - Beauty Difference - della Mostra d'Oltremare di Napoli.

Il Contest ha avuto come obiettivo quello di ricongiungere la categoria, invitarla alla condivisione, al confronto e alla crescita dell'intero settore e a decretare i migliori barber italiani. L'evento è stato organizzato da Funtastic srls, sotto la direzione della famiglia Mincione e della scuola di formazione Hair Planet Academy di Napoli. La gara prevedeva la



sfida su tre categorie: Taglio Classico all'italiana, Old School e Taglio Razor Fade in cui hanno partecipato ben 100 concorrenti provenienti da tutta Italia.

A decretare i migliori professionisti, ci ha pensato una giuria formata da esperti di settore nazionale ed internazionale, coadiuvata da una commissione di controllo di eccellenza.

ABC Aestetica Barber Contest è stata una manifestazione ricca di emozioni e professionalità, in cui a far da protagonista sono stati anche i diversi show in pedana, fra i quali ricordiamo l'esibizione dei gruppi Mdn Academy, del Team Italia (vicecampione del mondo) alla fine "on stage" i fratelli Testa, Vincenzo e Gennaro.



Ad aggiudicarsi i trofei più ambiti sono stati: Domenico Zoccolella, vincitore della gara sfumatura all'Italiana, e vincitore assoluto del Contest; Raffaele De Rosa, vincitore nella gara di taglio Old School; Ruggiero Monterisi, si è aggiudicato, invece, la gara Sfumatura Razor Fade.

Importante anche il supporto degli sponsor ufficiali: Valera, Ceriotti, Farmagan, Barbers Mixage, Opt Group e Gentleman 1933, che si sono susseguiti sul palco per presentare le performance delle nuove linee di prodotti e interessanti iniziative commerciali, dando vita a veri e propri momenti di condivisione e confronto diretto. Ricordiamo, inoltre, anche le diverse accademie che hanno aderito all'iniziativa: UAAMI, URAAS, Accademia Campana, MDN Academy, GNC, Twenty.

Grazie al successo, la kermesse organizzata da Funtastic srls e coordinata dal direttore artistico Pasquale Mincione, con il supporto dei fratelli Raffaele e Gennaro, ha gettato le basi di una manifestazione destinata a rientrare fra gli appuntamenti annuali della fiera Aestetica.

Per diventare sponsor ufficiale o partecipare ai campionati contattaci:

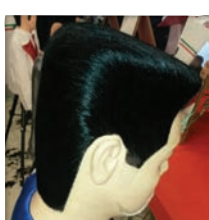
Telefono 392.7746151- Mail. info@aestetica.it

ANAM 2018, la classifica delle prove maschili

Il 62° Campionato Italiano di Acconciatura Maschile che si è svolto all'Ariha Hotel Rende (CS) dal 29 al 30 Aprile 2018 ha visto sul podio tanti hair stylist. Ecco la classifica ufficiale



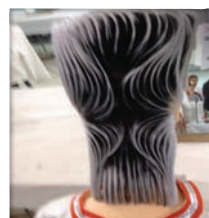
Mascitti Silvio



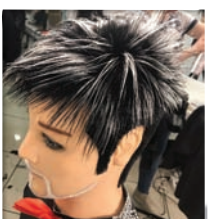
Rociola Vito



Durin Jenny



Francia Eugenio



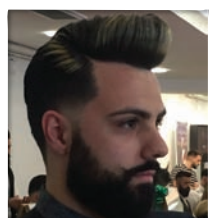
Garofalo Vincenzo



Esposito Luca



Scardiglia Piero



Cacciola Gianluca



Laporta Francesco

PROVE MASCHILI

1° Prova della Individuale 1° Classificato 1^ Prova Creativ (Testa Modello) **Mascitti Silvio,** Pescara

2° Prova della Individuale 1° Classificato 2^ Prova Classic (Testa Modello) Individuale **Rociola Vito,** Castellana Grotte

COMBINATA

Totale Punteggio della 1° e 2° prova 1° Prova - Creativ (Testa Modello) 2° Prova - Classic (Testa modello) Individuale 1° Classificato **Durin Jenny,** Viareggio

COPPA DEI CAMPIONI

1° Prova della Individuale 1° Classificato 1° Prova - Creativ (Testa Modello) Coppa Dei Campioni **Francia Eugenio,** Forlì

COPPA DEI CAMPIONI

2° Prova della Individuale 1° Classificato 2° Prova - Classic (Testa Modello) Individuale Coppa Dei Campioni **Francia Eugenio,** Forlì

COMBINATA TOTALE

Punteggio della 1° e 2° Prova 1° Prova - Creativ (Testa Modello) 2° Prova - Classic (Testa Modello) Coppa Dei Campioni 1° Classificato **Francia Eugenio,** Forlì

1° Prova della Individuale 1° Classificato 1° Prova - Fashion Long Hair (Testa Modello) **Garofalo Vincenzo,** Napoli

2° Prova Della Individuale 1° Classificato 2° Prova - Trend Cut - Taglio (Testa Modello) **Garofalo Vincenzo,** Napoli

COMBINATA

Totale Punteggio della 1° e 2° Prova 1° Prova Fashion Long Hair (Testa Modello) 2° Prova - Trend Cut - Taglio (Testa Modello) 1° Classificato **Garofalo Vincenzo,** Napoli

COPPA DEI CAMPIONI

1° Prova della Individuale 1° Classificato 1° Prova - Fashion Long Hair (Testa Modello) Coppa Dei Campioni **Esposito Luca** Napoli

COPPA DEI CAMPIONI

2° Prova della Individuale 1° Classificato 2° Prova - Trend Cut - Taglio (Testa Modello) Coppa Dei Campioni **Esposito Luca** Napoli

COPPA DEI CAMPIONI

COMBINATA Totale Punteggio della 1° e 2° prova 1° Prova Fashion Long Hair (Testa Modello) 2° Prova - Trend Cut - Taglio (Testa Modello) Coppa Dei Campioni 1° Classificato **Esposito Luca,** Napoli

PROVA LIBERA INDIVIDUALE

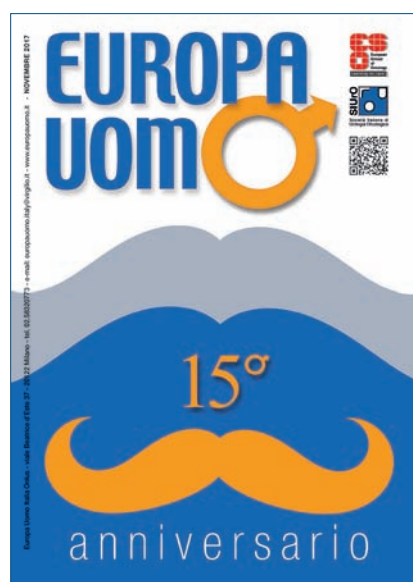
Prova - Urban Style Uomo (Testa Modello) 1° Classificato **Scardiglia Piero,** Viareggio

Prova Libera Individuale 1° Classificato **Cacciola Gianluca,** Milano

Gara Studenti - Formaz. Base - Qualifica Prova - Asciugatura Commerciale Urban Style Uomo (Testa Modello) Miglior Lavoro Assoluto Allievo: **Laporta Francesco,** Napoli

Tumore alla prostata, buone notizie

La diagnosi precoce e le tecnologie innovative rendono il tumore alla prostata una patologia sempre più curabile. Sono in calo anche difficoltà sessuali e l'incontinenza post operatorie



Quanto è diffuso

Il tumore prostatico rappresenta ancora oggi il più frequente tumore diagnosticato nella popolazione maschile ed il secondo tumore responsabile di decessi. Nel nostro Paese nel 2016, 34 mila uomini hanno avuto una diagnosi di Carcinoma prostatico determinando una notevole percentuale di pazienti candidati a chirurgia radicale. Fortunatamente, grazie ai moderni avanzamenti tecnologici ed alla diagnosi precoce, la sopravvivenza ad 1 anno è pari al 97%, a 3 anni pari al 93% ed a 5 anni pari al 91%.

Per tali caratteristiche, il tumore prostatico presenta delle caratteristiche favorevoli in termini di sopravvivenza a lungo termine.

Se la diagnosi avviene all'età di 50 anni, l'aspettativa di vita appare ridursi di circa 7 anni, passando da 84 a 77, mentre dopo i 70 anni l'aspettativa di vita non si riduce.

Qualità di vita post operazione

Il rispetto della qualità di vita dopo chirurgia per tumore prostatico rappresenta un argomento decisivo per i nostri pazienti. L'intervento di prostatectomia radicale rappresenta il trattamento gold standard per il tumore prostatico. Il successo terapeutico risulta, infatti, elevato, ma esso è aggravato da due esiti post-operatori: l'incontinenza urinaria e la disfunzione erettile.

Infatti, è necessario considerare che il Fascio Vascolo Nervoso, deputato all'innervazione delle strutture coinvolte nella continenza e nell'erezione, passa proprio nella porzione postero-laterale della prostata, in intimo contatto con la stessa.

La prevalenza di incontinenza urinaria dopo prostatectomia radicale è stimabile dal 4% al 31% dei pazienti studiati mentre il tasso di recupero della funzione erettile si attesta intorno al 58%.

Una corretta riabilitazione andrologica per la potenza sessuale prevede una attenta anamnesi pre-operatoria atta a individuare i fattori di rischio determinanti il deficit erettile. È indispensabile conoscere lo stato erettivo al momento della chirurgia, infatti, numerosi studi hanno dimostrato che uno dei principali fattori determinati un buon recupero della potenza sessuale dopo chirurgia è proprio lo stato erettivo pre-operatorio.

Fortunatamente, negli ultimi anni, abbiamo assistito ad un rapido incremento delle conoscenze per ciò che riguarda il recupero precoce e tardivo, sia dell'incontinenza che della potenza sessuale.

Dal punto di vista chirurgico, infatti, l'utilizzo prima della videolaparoscopia, ed oggi della tecnica robotica, ha consentito l'identificazione accurata delle strutture anatomiche deputate alla conservazione e dunque del recupero dell'incontinenza e della potenza sessuale. Le tecniche moderne consentono una maggiore precisione nella dissezione e, quindi, sempre meno casi di tali esiti. Oggi il tumore fa meno paura.

Che cos'è la prostata:

La prostata o ghiandola prostatica è una ghiandola che fa parte dell'apparato genitale maschile.

La sua funzione principale è quella di produrre ed emettere il liquido prostatico, uno dei costituenti dello sperma, che contiene gli elementi necessari a nutrire e veicolare gli spermatozoi.

La prostata differisce considerevolmente tra le varie specie di mammiferi, per le caratteristiche anatomiche, chimiche e fisiologiche. La prostata dell'uomo può essere palpata mediante esame rettale, essendo collocata circa 5 cm anteriormente al retto e all'ano.

GUIDA AGLI ACQUISTI E AI VOSTRI ANNUNCI

ABRUZZO

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

CALABRIA

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

**CENTRO COSMETICA JONICA SNC
DI CALABRETTA P. E MAE**
Via Capuccini 10-12
88900 Crotone (KR)

BEAUTY FASHION DI COFONE EUGENIO
Via Anna Frank 8-10-12 - 87041 Aciri (CS)

FERRARO SONIA
Via Serricella 49 - 87041 Aciri (CS)

CENTRO A.N.A.M. DI CATANZARO
Traversa Crotone, 18 - 88063 Catanzaro
Lido (CZ) tel. 0961.738222



MAZZA RAG. SAVIANO
Contrada Serra - 89863 Monteporo
di Joppolo (VV) - tel. 0963.883230

CAMPANIA

ALDO FORTE & C. SRL
C.so A.Lucci 193 80142 Napoli (NA)

**ASSOCIAZIONE F.R.A.U. - Formazione
Regionale**
Acconciatori Unisex - Via Appia, 119
81028 S. Maria a Vico (CE)
tel. 081.5027405

CAPASSO RAFFAELLA
Via Janfolia 445-is.E- 80145 Napoli (NA)
cel. 333.6660001

CHARME & BEAUTY

CENTRO A.N.A.M. DI AVERSA
La Normanna - Sig. Nappa Paolo
Via Roma, 142 2° piano
81031 Aversa (CE) - tel. 081.8112776



CENTRO A.N.A.M. DI NAPOLI
Via Carlo Pisacane 29 - 80100 Napoli (NA)
tel/fax 081.299627



FULVIO FUSCO & C - Ingrosso articoli
per parrucchieri ed estetiste
Via F. Imparato, 198 CM2
80146 S. Giovanni a Teduccio (NA)
tel. 081.5591850 - 081.5592545
fax 081.7527358
e-mail: charme.beauty@libero.it

CHARME & BEAUTY

OLY - Via Sant'Agata, 33
81033 Sessa Aurunca (CE)
tel. 0823.938062

CHARME & BEAUTY

EMILIA ROMAGNA

CARISMA DI NOBILI
Via Larga 51
47843 Misano Adriatico (RN)

MORELLI PAOLO
Via Marecchiese 852
47822 Sant'ermite Di Santarcangelo (RN)

**OM SYSTEM DI SCALAMBRA
ING. OMAR**
Via Lovara 23
44021 Pomposa Di Codigoro (FE)

**PUNTO 3 SNC DI VENNARUCCI
E ROSSETTI D.**
Via M.M.Plattis 2 Interno 2
44100 Ferrara (FE)

CENTRO A.N.A.M. DI MODENA
Via Cabassi, 10
41100 Modena (MO)
tel. 059.311407



CENTRO A.N.A.M. DI PIACENZA
Via Beati, 26
29100 Piacenza (PC)
tel. 0523.591281



CENTRO A.N.A.M. DI RAVENNA
V.le Farini, 71
48100 San Pietro in Vincoli (RA)
tel. 0544.550069



DOLDEA S.R.L.
Via Pomposa, 64
44123 Ferrara (FE)
tel. 0532.904045

PROFESSIONAL LINE
di Gargano Sofia
Articoli per parrucchieri
ed estetiste
Via Cesare Battisti, 167
47023 Cesena (FO)
tel/fax 0547.600388

CHARME & BEAUTY

**FRIULI VENEZIA GIULIA
HAIR STORE DI ORTIS TARCISIO**
Via Nazionale 66
33030 Cisterna Del Friuli (UD)

MPERRE DISTRIBUZIONE
Via Molino a Vento, 2 - 34137 Trieste (TS)
tel. 040.9881553

CHARME & BEAUTY

**LAZIO
DESIGN & COMPANY SRL**
Via Alba 33 - 00182 Roma (Rm)

BLUE STORE
Articoli per parrucchieri, arredamenti
Via S. Angelo in Villa, 25/27
03029 Veroli (FR)
Via Ugo Foscolo, snc Sora (FR)
tel. 0776.833087
e-mail: info.bluestore@libero.it

CHARME & BEAUTY

**LOMBARDIA
CLUB DEL PARRUCCHIERE SRL**
Via Pasquale Paoli 37
22010 Gera Lario (CO)

GILDESIGN DI GIROLA GEOM. FABIO
Corso Matteotti 40/A
21053 Castellanza (VA)

C.A.P.A.M. di Monza
Viale Lombardia, 4
20052 Monza (MB)
tel. 039.367236

CENTRO A.N.A.M. DI BERGAMO
Via Torretta, 12 - 24125 Bergamo (BG)
tel. 035.223689 - 274321



AURA COSMETICS s.r.l
Via Bramante, 25
27100 Pavia
tel. 0382 22288

ESPA M MILANO
Via Cirié, 9 - 20162 Milano (MI)
tel. 02.782675



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

PENSIERO STUPENDO
di Maiavacca
Via Persico, 20/1
26100 Cremona (CR)
tel. 0372.432373

PHS Furniture Parrucchieri
Via Amoretti, 18 - 20157 Milano (MI)
tel. 02. 3570279

LIGURIA

CENTRO A.N.A.M. DI LA SPEZIA
Via G. Della Torre, 78
19100 La Spezia (SP) - tel. 0187.770522



MARCHE

CALEN S.R.L.
via Monte Grappa, 62
63013 Grottammare (AP)
tel. 0735.735880 - fax 0735.735136

HAIRBEAUTY
Forniture per parrucchieri
Via Cesare Battisti, 12
Chiaravalle (AN)
tel/fax 071.948111

MORRESI COSMETICA
Via Trentino 6/b
63821 Porto Sant'Elpidio (FM)
tel. 073.4909128
fax 073.4998998
e-mail: morresi.srl@tiscalinet.it

CHARME & BEAUTY

MOLISE

CENTRO A.N.A.M. CAMPOBASSO
Salvatore Ruffino
Via Firenze, 106
86100 Campobasso - tel. 095.441905



PIEMONTE

**3B COSMETIC PRODUCT
& S. CONSULTING SRL**
Via Del Viadotto 15/A
12084 Mondovì (CN)

INGROS ZANOTTO
Via Vigone 36 - 10139 Torino (TO)

CENTRO A.N.A.M. DI TORINO
Sig. Lovalente Angelo
Via Garibaldi, 9 - 10122 Torino (TO)
tel. 011.543898



CENTRO PROFUMI
di Coluccio Attilio
Via Bologna, 2 - 10154 Torino (TO)
tel. 011.24260088

OMAR SNC
di Orsi Massimo & C.
C.so Duca degli Abruzzi, 88
10129 Torino (TO)
tel. 011. 5097031

PUGLIA

CIPRIANI & NANCY SRL
Via G. Di Vittorio 7/9/11/16
70033 Corato (BA)

GESTRICO
Via Albanese 63/65
70124 Bari (BA)

SOLE SANO GROUP SRL
Via Della Bella 41
71100 Foggia (FG)

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

CHARME & BEAUTY

SARDEGNA

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

SICILIA

BEAUTY FREE
Distribuzione Prodotti Parrucchieri
e Centri Estetici
C.so Butera 134/135
90011 Bagheria (PA)

CHARME & BEAUTY

Dimensione Bellezza GLOBAL LOOK
di Lo Chiano Daniele
Via Recanati, 14

CHARME & BEAUTY

BEAUTY FREE
Distribuzione Prodotti Parrucchieri
e Centri Estetici
Piazza Umbero I, 22
90018 Termini Imerese (PA)

CHARME & BEAUTY

BIDDIZI di David Ioppolo
Via Consolare Antica, 383
98071 Capo d'Orlando (ME)
e-mail: info@biddizi.it
tel. 0941 902993- cell. 3343612534

CHARME & BEAUTY

CENTRO A.N.A.M. DI PALERMO
Francesco Venturini
Via Fiume, 6
90100 Palermo
Cell. 368.7521349



CENTRO A.N.A.M. DI CATANIA
Via Firenze, 106
95128 Catania (CT)
tel. 095.441905



CENTRO A.N.A.M. DI RAGUSA
C.so Italia, 90
97100 Ragusa (RG)
tel.0932.625119



CENTRO A.N.A.M. DI MESSINA
Via Cavalluccio, 3a Isol. 247/b
98040 Giammoro (ME)
tel. 090.671332



FEPAR
Profumeria e forniture per parrucchieri
ed estetiste e arredamenti
Prof.: Via Vittorio Emanuele, 343/A
Arred.: Via Gianbattista Nicolosi, 272
95047 Paternò (CT)
tel/fax 095.859823
e-mail: fepar@live.it

CHARME & BEAUTY

LA COGNATA GIUSEPPE

Via L. da Vinci, 20
97100 Ragusa (RG)
tel. 0932.229082

LEADER COSMESI
Via Marconi, 18
91016 Erice (TP)
tel. 0923.555588

PARFUM & BEAUTÉ

di Daniele Leonino
Contrada Marmaro, 20/21
98071 Capo D'orlando (ME)
tel/fax 0941.901837
e-mail: parfumbaute@inwind.it
e-mail: davidopinwind.it

CHARME & BEAUTY

TOSCANA

A. TOMEI & C. SNC
Articoli e arredamenti per parrucchieri
Via Montramito,
431/C 55054 Massarosa (LU)
tel. 0584.942044
fax 0584.432587

PROFESSIONAL STYLE S.R.L.

Via Ponte a Greve, 68
50018 Scandicci (FI)
tel. 055.2578999

TRENTINO ALTO ADIGE

PARFUMERIE WERTH KG SAS
DES WERTH ALEXANDER & CO.
Petrarcastrasse 39
39012 Merano (BZ)

UMBRIA

CAP DIFFUSION SRL
Via Gustavo Benucci 151/D
Zona Ind. Molinacci
06135 Ponte San Giovanni (PG)

VENETO

LINEA CAPELLI DI DALLA CORTE FABIO
Viale Farra 37/C - 32032 Feltre (BL)

AUSONIA SRL

C.So Milano 10/12/14
35139 Padova (PD)

DREAM HAIR FURNITURE

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

CENTRO A.N.A.M. DI VERONA

Sig. Fedrigo Pier Bruno Via Merano 17/19
37135 Borgo Roma (VR)
tel. 045.585886



CENTRO A.N.A.M. DI PADOVA

Sig. Lino Fabbian
P.le della Stazione, 1
35131 Padova (PD)
tel. 049.8751081



PENTAMORFY di Restigian Claudio
C/da San Tommaso, 48
36100 Vicenza (VI)
tel. 0444.325643

ABBONAMENTI
NUMERO VERDE

800 102166

Salon Ambience

100% MADE IN ITALY 

*Premier
White*

1.



*Premier
Black*

2.

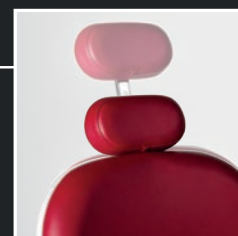


LE OFFERTE TERMINANO
IL 31.08.18

1. SH/276-6 €4.999 €2.299
SH/277-6 poggipiedi vintage
€5.579 €2.566
2. SH/279-6 €4.999 €2.299
SH/280-6 poggipiedi vintage
€5.579 €2.566

Il comfort è la chiave

Poggiatesta regolabile in altezza e nell'inclinazione per garantire il massimo comfort



Decisa nei dettagli

Le accurate finiture bianche sul retro ne accentuano l'eleganza e lo stile sofisticato



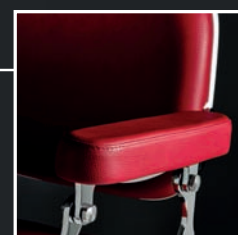
Sdraiati e rilassati

Schienale reclinabile e poggiambracci regolabile con una leva in stile retro'



Cura artigianale

Tappezzeria artigianale prodotta interamente in Italia, a Reggio Emilia



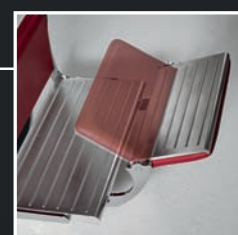
Garanzia di qualità

Salon Ambience mette più di 25 anni di esperienza e passione in tutti i suoi prodotti



Optional retro'

Disponibile in due versioni, con o senza poggipiedi/gambe apribile, è perfetta per ogni situazione



Disponibile in 50 SKY COLOURS
Senza costi aggiuntivi!