

UOMO

SALON[®]
INTERNATIONAL

Salon International N° 6/2021 - Mensile - MTE Edizioni s.r.l. - Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano - Tariffa R.O.C.: Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N. 46) art. 1, comma 1, DCB - Modena - Tassa riscossa - Taxe Perçue - Comptene I.P. - Anno LI

Hair: Contrasto Team per Fanola

Color: Alessandro Fiorin
e Gionathan Contino

Photo: Marco di Filippo





German & International Female Barber of the Year 2017



My Masterpiece

Nuova CHROM2STYLE BLENDING EDITION

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

Marina Ulrich





PAG. 7



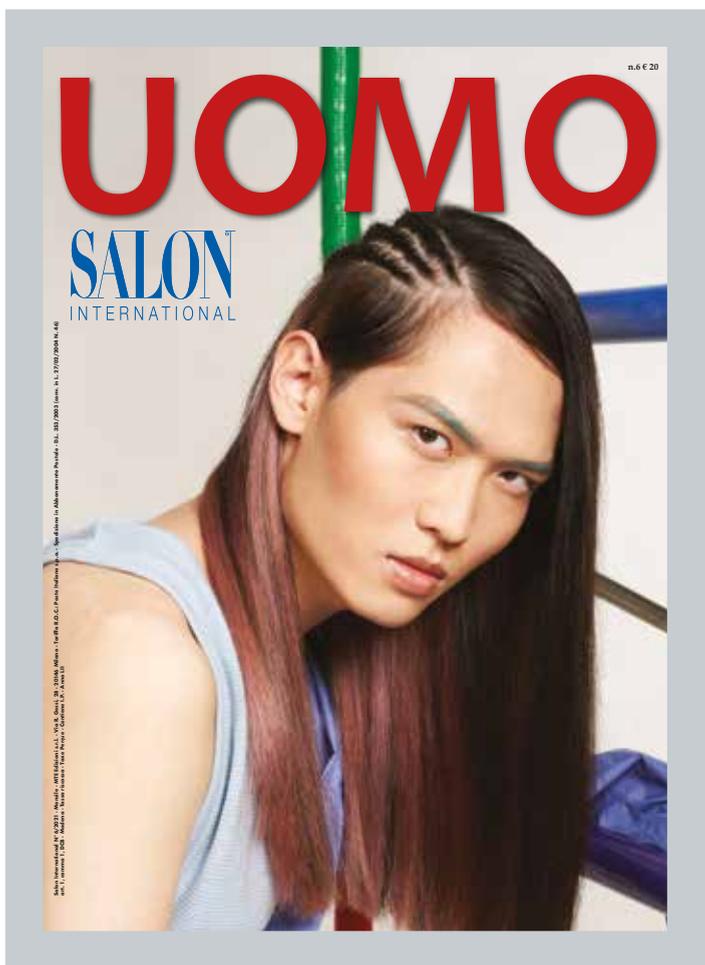
PAG. 30



PAG. 29



PAG. 24-25



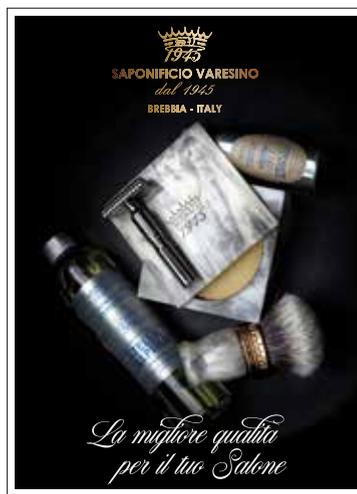
Hair: Contrasto Team per Fanola - Color: Alessandro Fiorin e Gionathan Contino
Photo: Marco di Filippo

Salon International Moda

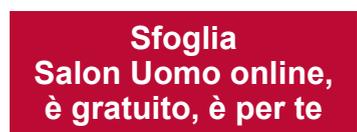
6-23	Styling International
24-25	Fashion
Novità in Salone	
26	Saponificio Varesino
36-37	Belli, purificati e rigenerati
Step	
30	Moser
31	Xenon Group
32	Helen Seward
28	News
33	Ricerca Cosmetica Italia

ELENCO INSERZIONISTI

35	Aestetica - Beauty and Wellness Exhibition
38, 39, IV	Ceriotti
34	Malvy
2	Moser
29	OnBeauty by Cosmoprof
27	Saponificio Varesino
4-5	Salon International Londra



SAPONIFICIO VARESINO PAG. 27



www.salon-international.net

Anno LI
n.6/2021

Redazione, Amministrazione, Pubblicità
M.T.E. Edizioni s.r.l. - Via Romolo Gessi, 28 - 20146 Milano
Tel. 02/48.95.23.05 - 42.39.443 - Fax 02/41.23.405
Servizio Abbonamenti - Tel 02/48958058 - 02/42290646

Direttore Responsabile - Giuseppe Tirabasso
Direttore Editoriale - Claudia Stagno

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

Edizioni Esteri: Salon China - Salon India
Salon Middle East

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

ASSOCIATO

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



IN ASSOCIAZIONE CON



LONDRA
EXCEL LONDRA
16-18 OTTOBRE 2021



FORMAZIONE | ISPIRAZIONE | INNOVAZIONE

VIVO

PRENOTA I BIGLIETTI

www.salonshow.co.uk/salonman



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



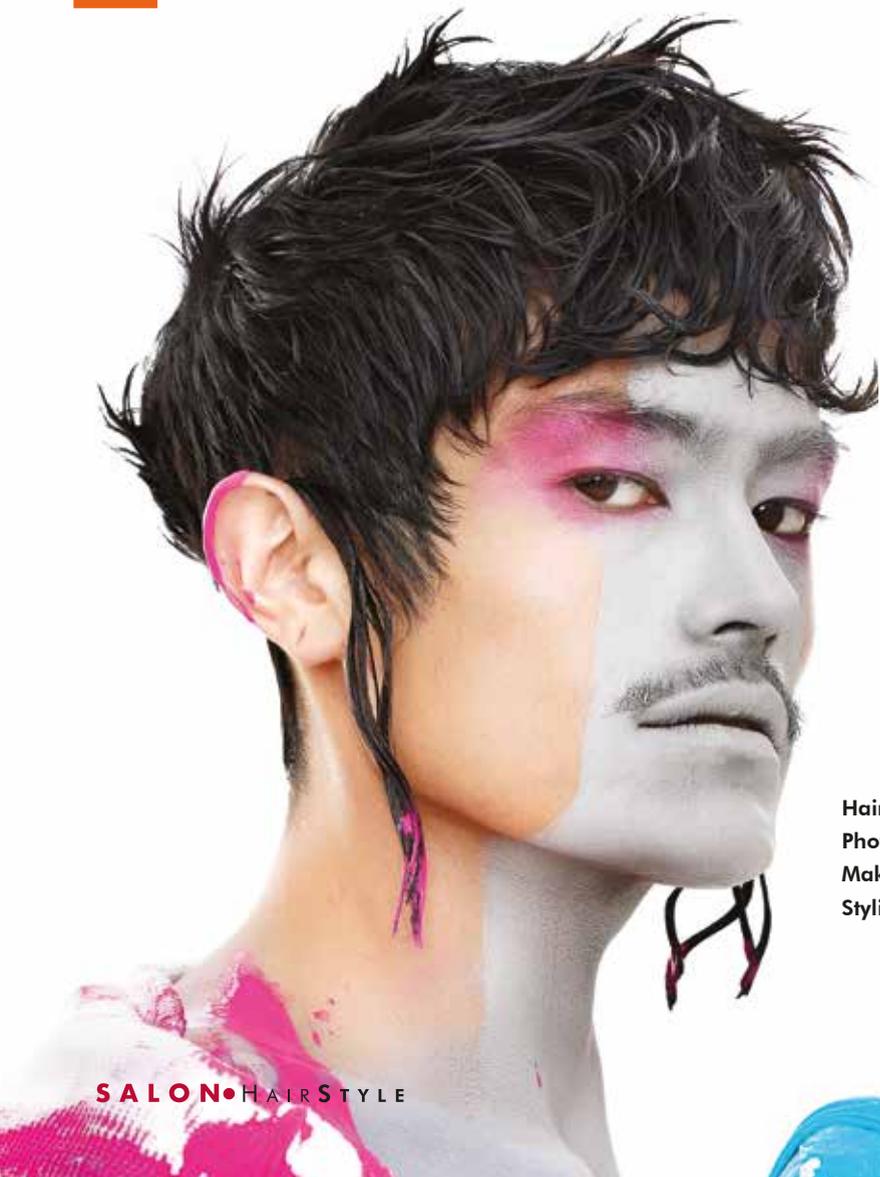
IL CUORE DELL'ACCONCIATURA





creativo, originale e vibrante

Per molti ma non per tutti, Power è una collezione pensata per gli uomini più attuali e audaci. Vero protagonista è il colore nella sua essenza più pura.



Hair: Olga García
Photo: David Arnal
Make up: Jose Luís Blasco
Styling: Visori Fashionart





Styling
International

Lo stile androgino
trova la sua declinazione
anche nel wet look super shine.
Per molti ma non per tutti.

Ultra modellati

Hair: Bad Apple Art Team

Photo: Tom Goddard

Make up: Jessica Williams

Styling: Clare Frith

Products: Schwarzkopf & Keracare

SALON HAIRSTYLE



Fanola in questa campagna affronta il tema della libertà di sperimentazione e di espressione permettendo a chiunque di scegliere la propria sfumatura nel mondo.

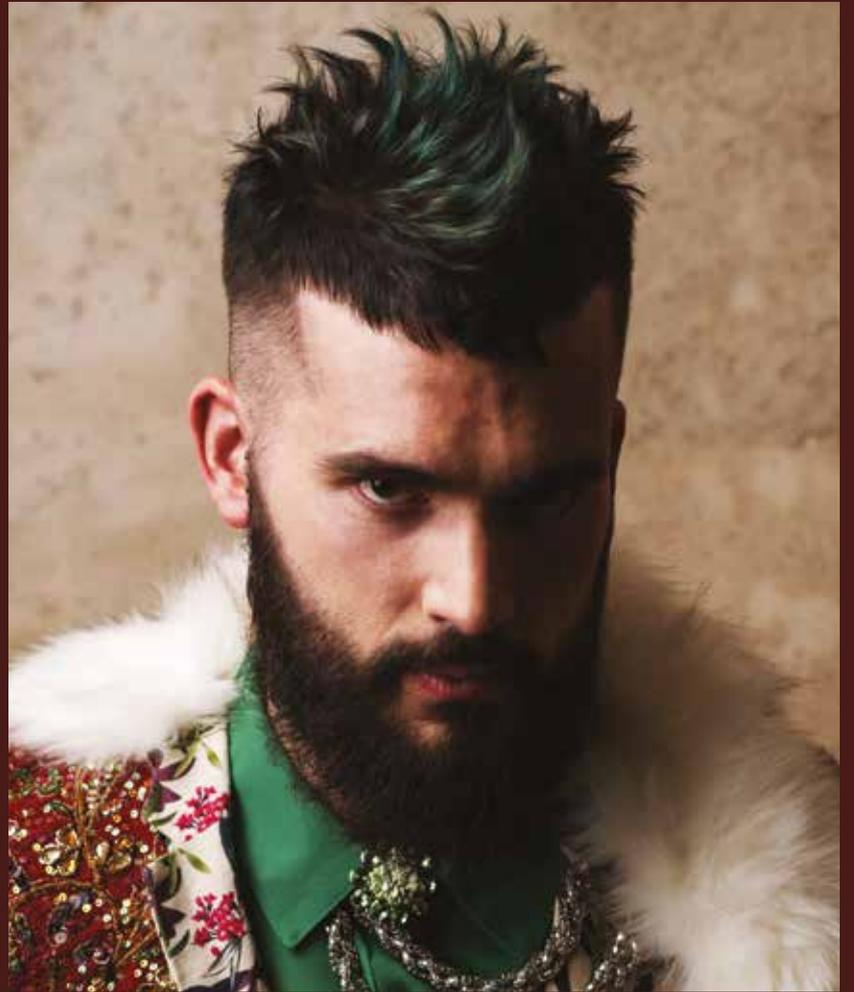


Hair: Contrasto Team per Fanola
Photo: Marco di Filippo
Color: Alessandro Fiorin e Gionathan Contino



Free Spirit





ESSENZA NEO BAROCCA



L'ispirazione del Seicento di questa collezione è spiccata. Il desiderio è stato quello di inserire nella moda di oggi quanto di bello c'è stato in quel periodo denso di un'arte carica di decorazioni che desiderava colpire l'immaginazione con soluzioni ardite e virtuosistiche.

Hair: Roberto Dallo Lafuente
Hair Assistant: Eva Fernandes, María Carmona
Photo: Estudio Kentaro
Make up: Eva Fernandes
Styling: Francisco Javier Moral



Hair: Mix Art by Framesi
Photo: Alessandro Dalla Fontana
Make up: Giuseppe Giarratana
Styling: Re.Styling

Movimenti Definiti

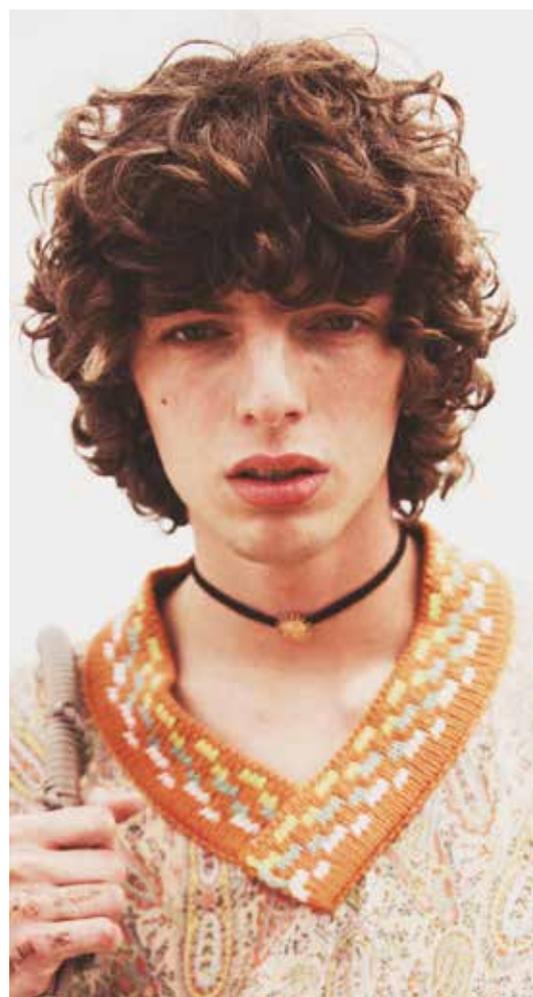
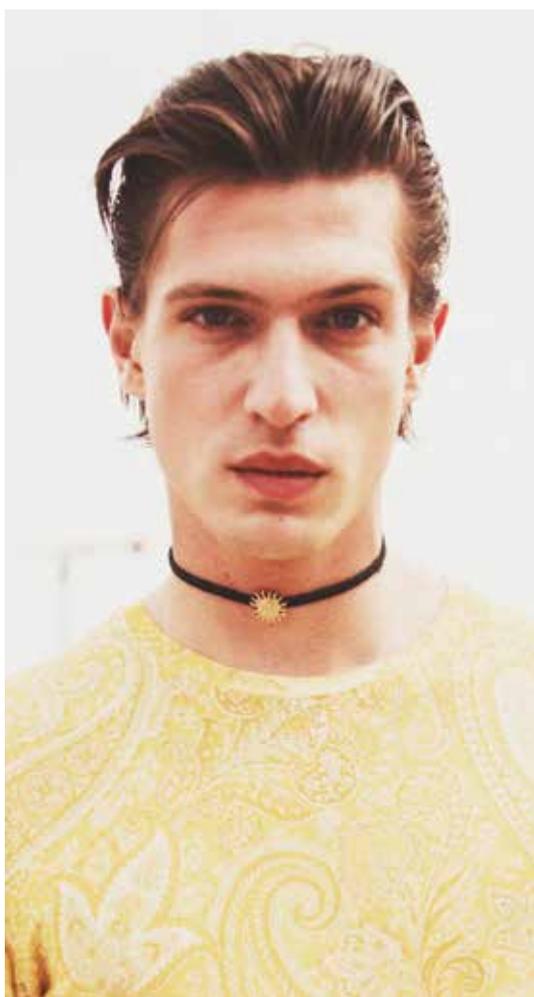
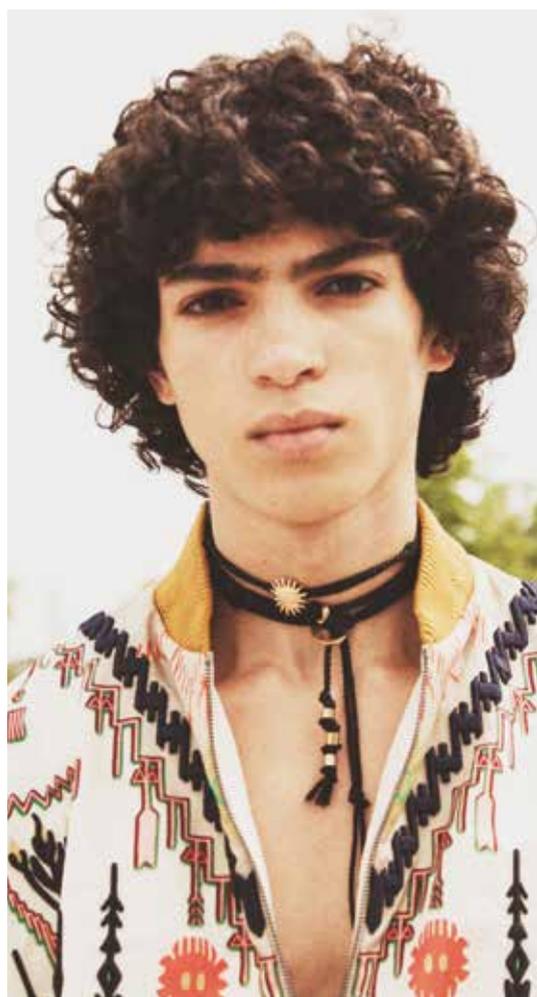
La voglia di riccio conquista anche lui.
Perché non definire bene ciocca per ciocca?
Ne vale la pena!



Per la stagione Primavera/Estate 2022, Kean Etro, direttore creativo della linea ETRO Uomo, esplora lo stile disinvolto, libero ed emozionale.

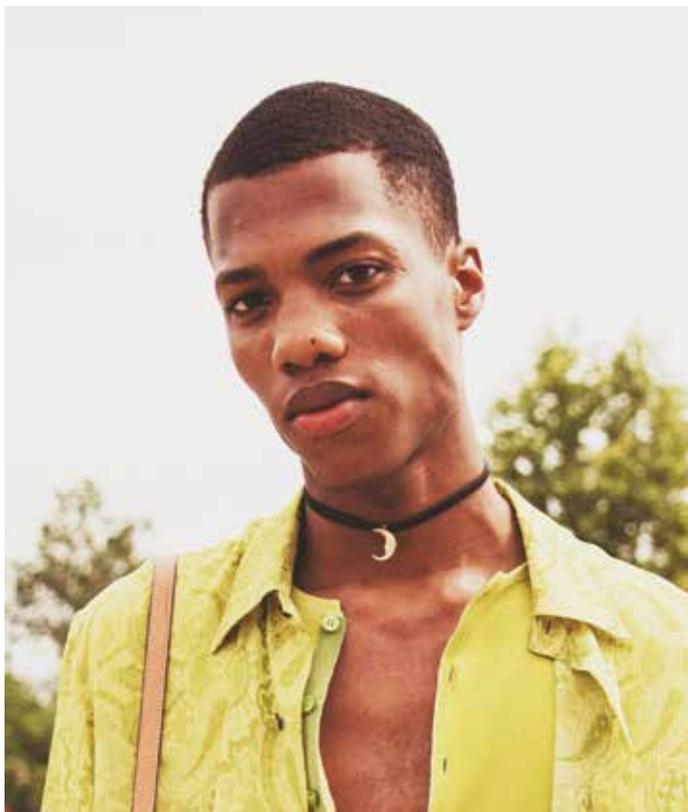
Louis Ghewy con il team Wella, guidato da Tony Ross, realizza un hairlook hippy.

I capelli lunghi sono lasciati naturalmente liberi, mentre i corti giocano su texture "summerstyle" con capelli lavorati ma mantenendo le loro texture naturali.





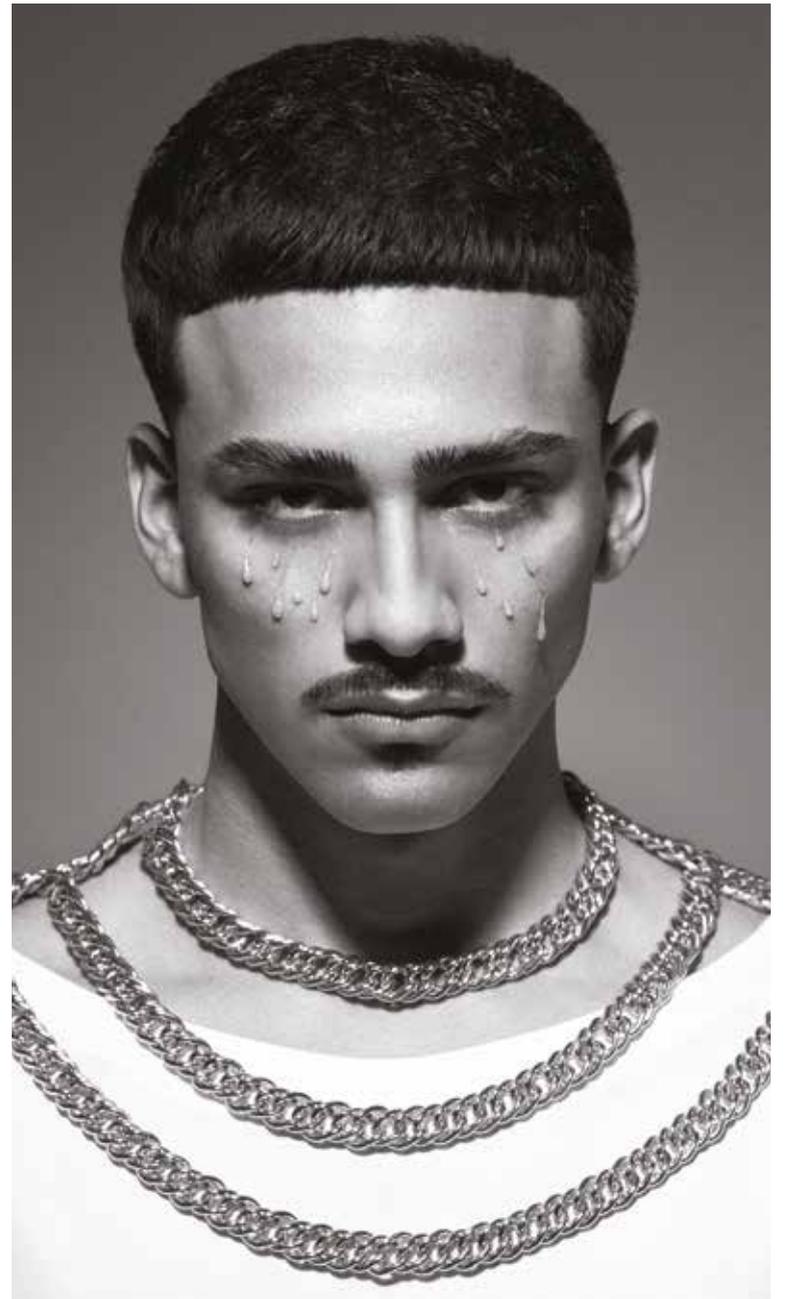
SPIRITO NOMADE



Wella Professional per Etro a Milano Fashion Week PE 2022



SENZA PAURA CON



FRANGE E ONDE

I tagli sono caratterizzati da frange e onde composte che valorizzano gli occhi con lacrime luminose che non segnano debolezza, ma sono una citazione della poesia "Invictus" di William Ernest Henley sulla voglia di non soccombere alla sofferenza, ma di essere forti malgrado tutto.



Hair: Gema Moreno
Hair Assistant: Fran Sobrino
Photo: Edu Gómez
Make up: Lulú Pérez
Styling: Álvaro De Olmedo
Products: Revlon American Crew





Xenon Group

Nuove geometrie

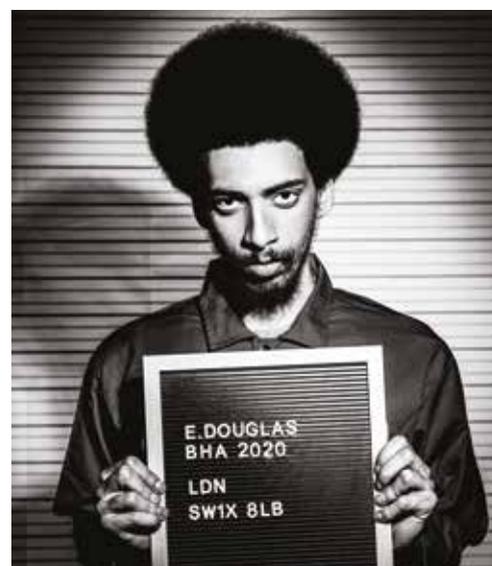
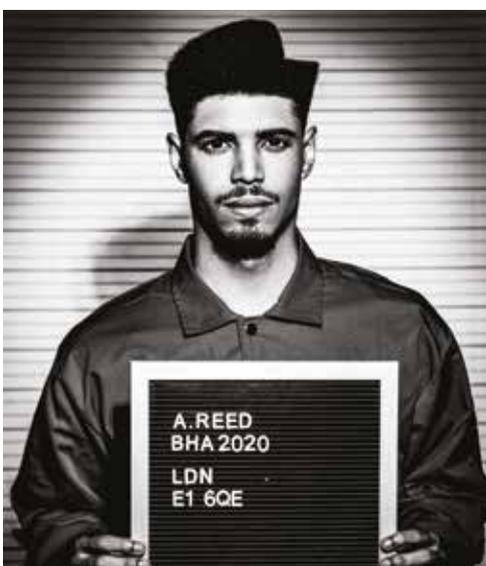
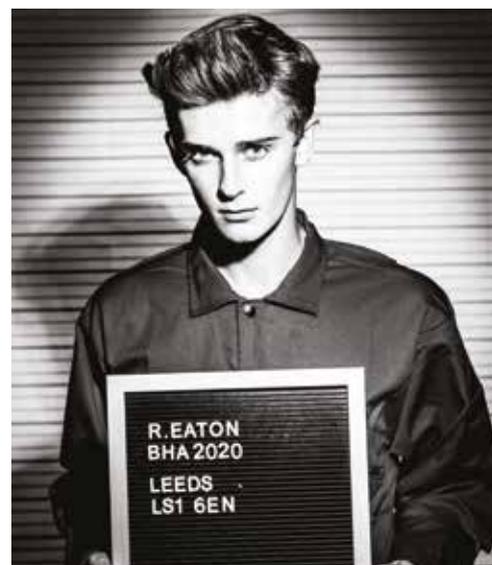
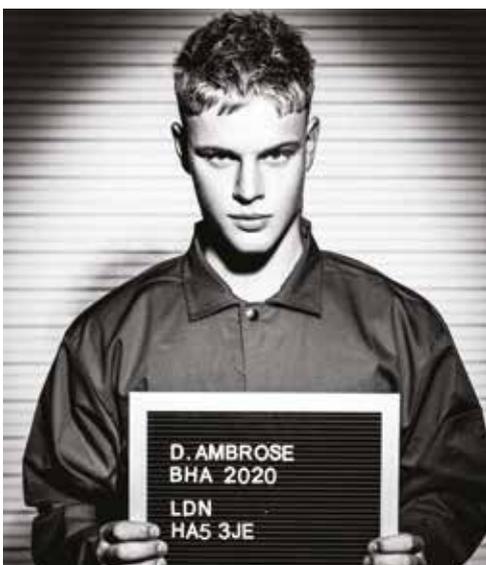
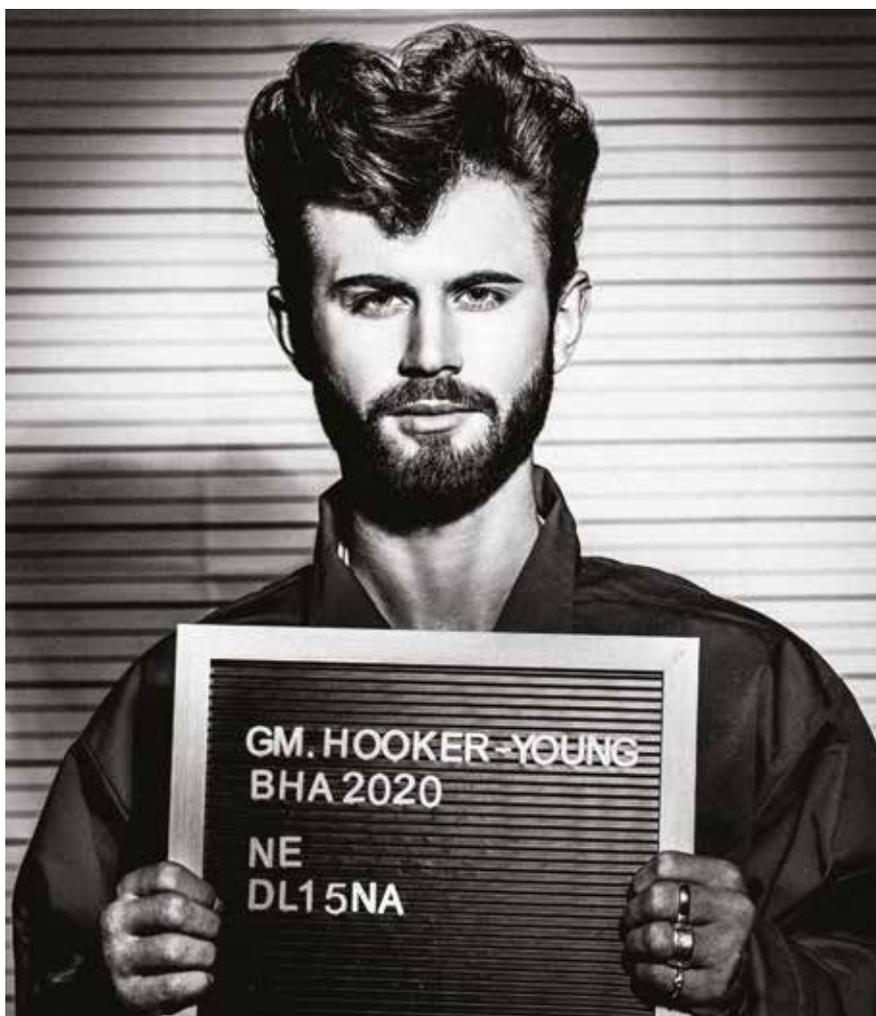


Hair: Evolution by Framesi

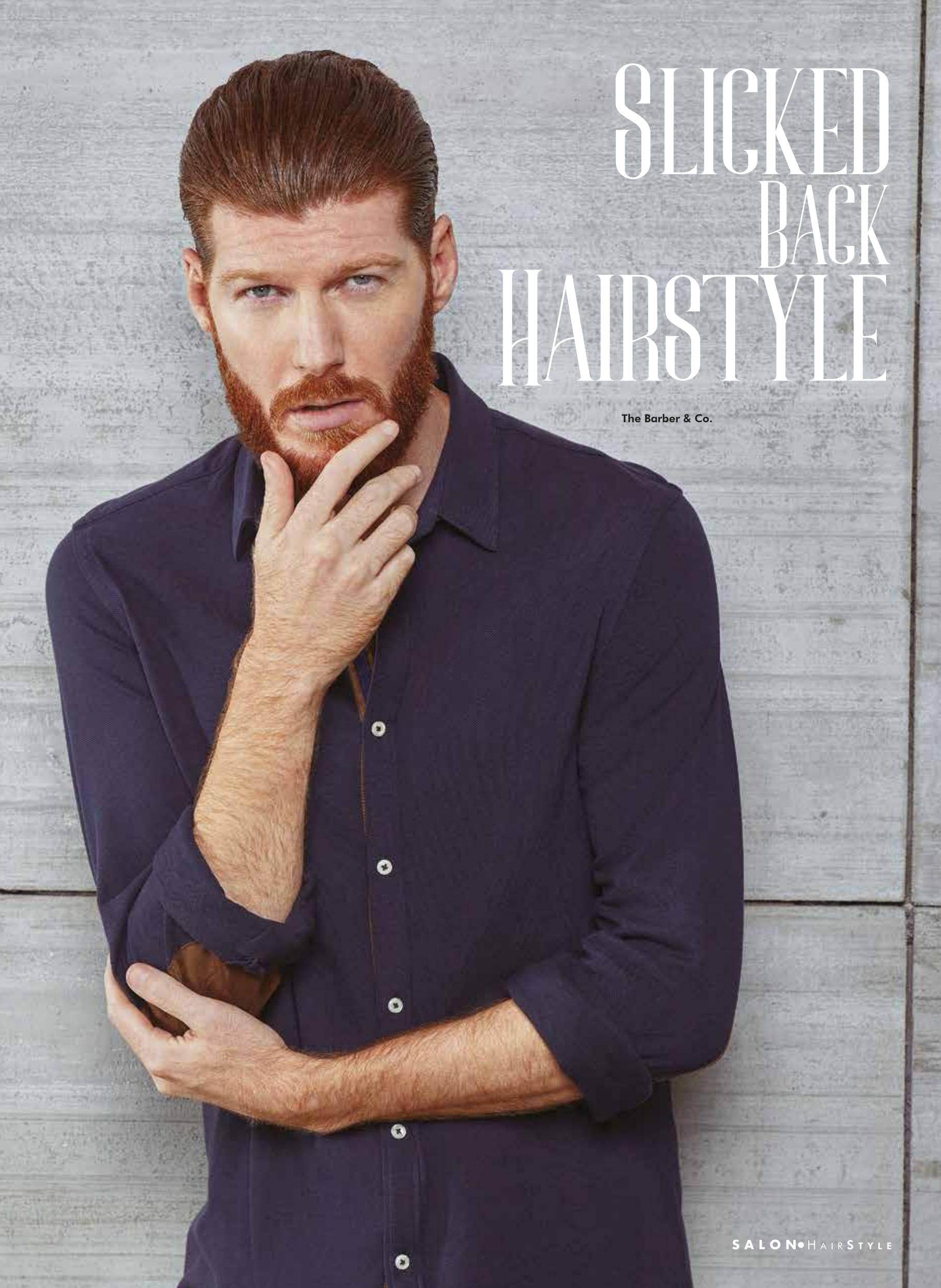


WANTED!

Lo stile è sempre ricercato.
Con questa ironica idea nasce questa collezione,
Wanted, che vede tanti look differenti
e interessanti.
Dalla chioma riccia a quella afro
e una moltitudine di ciuffi.

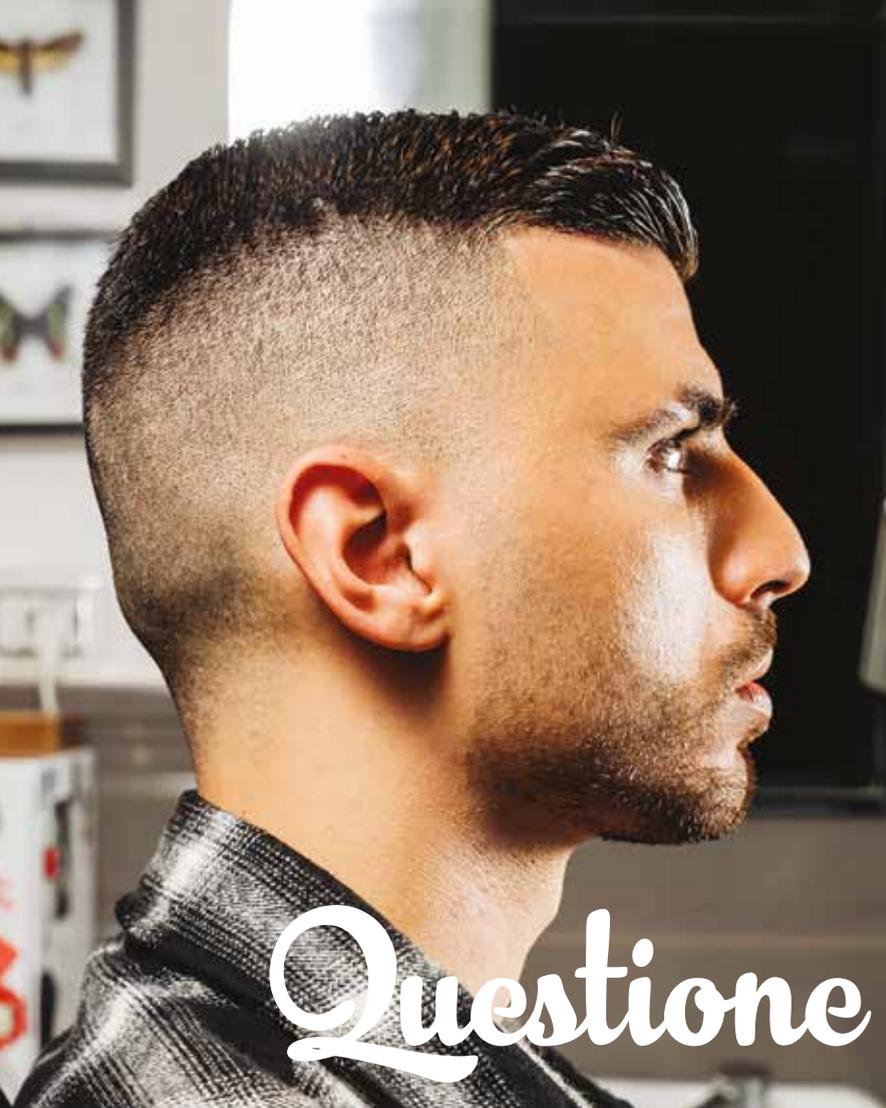


Hair: Tim Scott,
Wright, James Nicklin
Photo: James Nicklin
Make up: Stacey Ellen
Simpson
Styling: TSW art team



SLICKED BACK HAIRSTYLE

The Barber & Co.



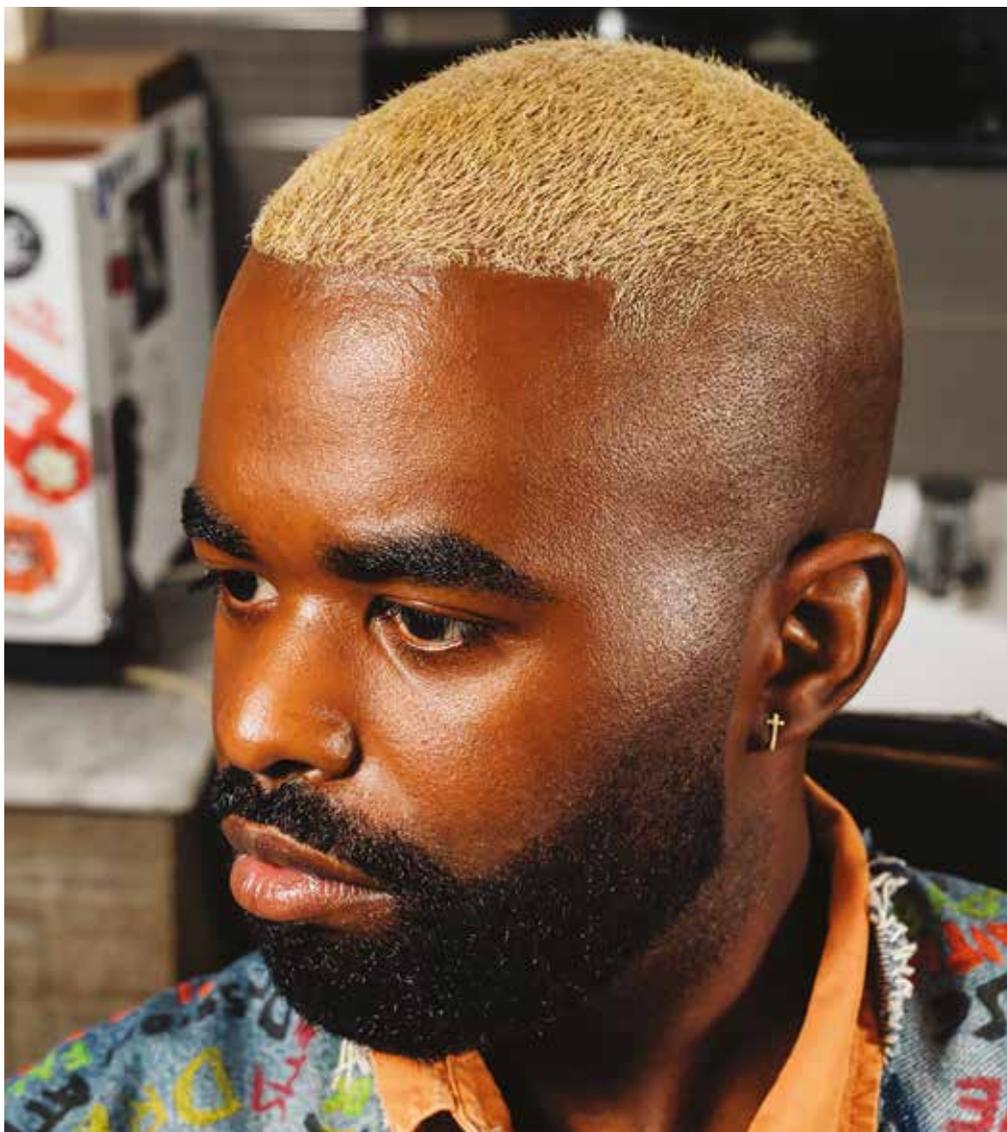
RAZORFADE

Sfoggia sfumature impegnative e in questo hairlook troviamo una barba appena accennata in cui spicca un gioco di ombre basato essenzialmente sulla sfumatura che parte a zero dalle basette.

Questione di sfumature



◀▶
Hair: Bullfrog



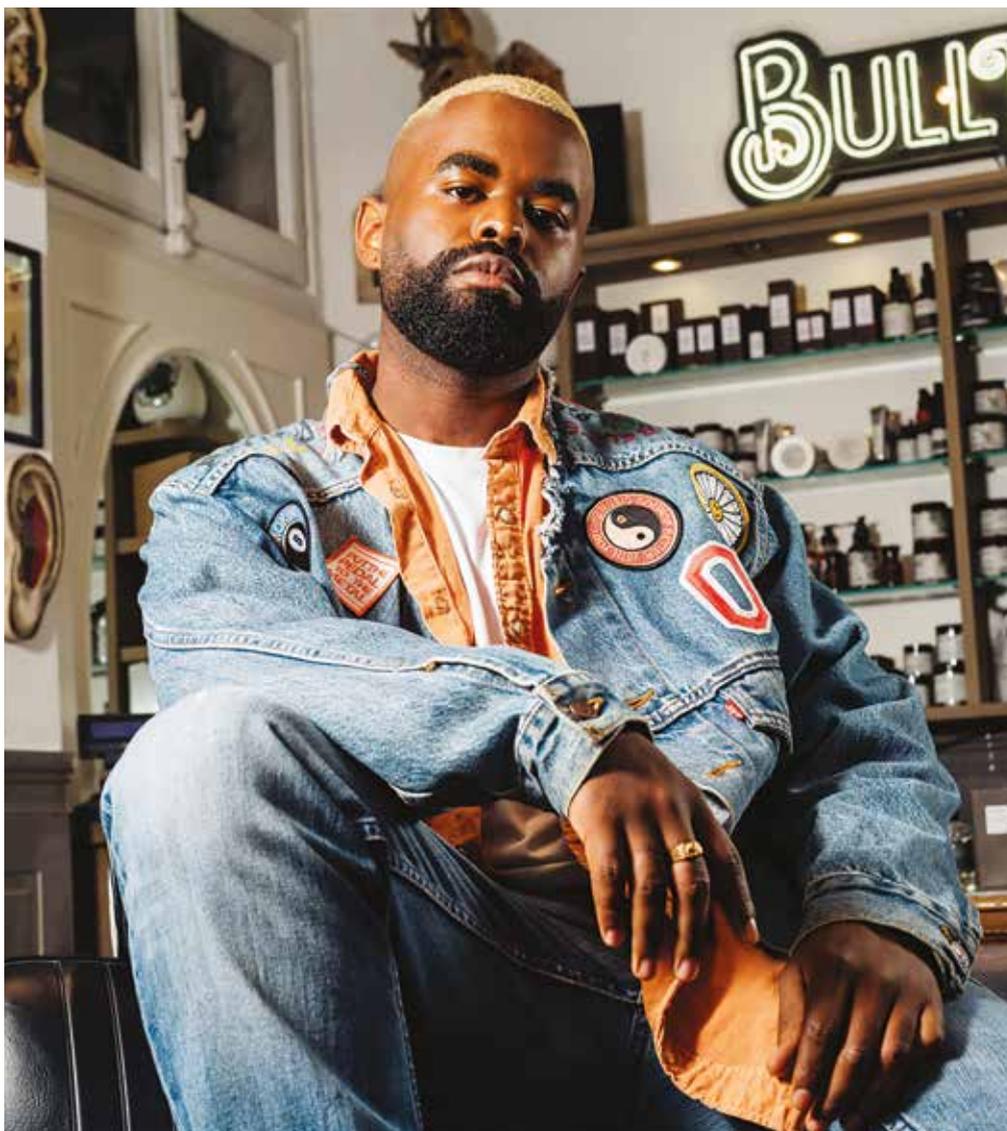
BALDFADE

Barba e capelli si integrano alla perfezione in uno stile unico e continuo.

I capelli sono regolati a macchinetta con una sfumatura dalla lunghezza variabile da 0 a 5 mm.

La sfumatura cresce gradualmente e sulla parte superiore della testa ha una lunghezza maggiore.

Per il collo la sfumatura è a zero, l'attaccatura può essere lasciata naturale oppure sagomata a macchinetta.





I Love MULLET

Arriva dagli anni '80 e oggi torna popolare.

Si tratta di un taglio che si caratterizza per le proporzioni poco convenzionali: corto davanti e sui lati e molto più lungo dietro, coprendo tutta la nuca e il collo.

In questo caso l'acconciatura è rivisitata in un'ottica più moderna, arricchendo il taglio di una leggera sfumatura laterale, dove le basette, appena accennate, generano un contrasto con i movimenti fluenti del resto della chioma.

Anche in questo caso la barba è appena accennata, con una sfumatura più delicata sulle basette.

Hair: Bullfrog





Hair: Cyndia Harvey con il team Wella,
guidato da Andrea Gennaro, per Diesel
MFW P/e 2022

ALLA

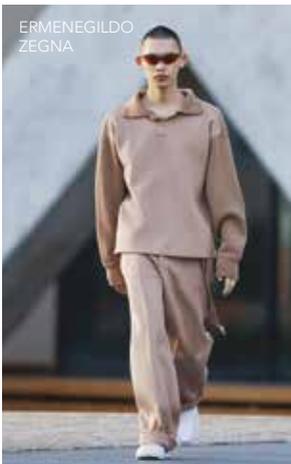
Hair look naturale, alla Milano
Fashion Week P/E 2022
quasi daily-wear, per rendere
protagonista la struttura naturale
di ogni capello, per esaltare
la singolare bellezza
di ogni modello.

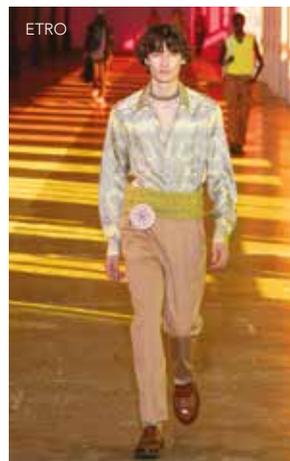
RICERCA
DELL'UNICITÀ



International Fashion Collection

Sfilate Autunno/Inverno 2021-22





Tre Burri esotici per una pelle sana e radiosa

Il Burro in campo cosmetico è un prezioso alleato di bellezza per una pelle del viso nutrita elastica e priva di imperfezioni. Ne propone tre versioni il Saponificio Varesino perché i burri sono importanti in salone, ma anche da consigliare nella beauty routine. Si assorbono rapidamente, regalano subito la sensazione della coccola alla pelle rendendola radiosa e vellutata. Vanno però applicati sulla pelle asciutta quando la pelle ha necessità di un superplus di idratazione e nutrimento. Settembre è appena cominciato e per molti di noi le vacanze sono un lon-

tano ricordo. Dopo settimane di mare, sole e sabbia, la nostra pelle ha bisogno di essere idratata in profondità per ristabilire l'equilibrio perso durante le vacanze estive. Al rientro è necessario intervenire con trattamenti ristrutturanti per aiutare le cellule nel lavoro di ripristino delle normali attività riparatrici. Possiamo abbinare, durante la rasatura, un trattamento per reidratare e mantenere fresca la nostra pelle. Prendersi cura della propria con prodotti specifici fa la differenza. E la pelle ringrazia.

Il Saponificio Varesino ha tra le sue referenze studiate sulle esigenze specifiche dell'uomo 3 burri puri e 100% naturali con un alto potere riequilibrante. Si tratta del burro di Illipè, Mango e Karité



Il **burro di Illipè** è ricco di acidi grassi ed ha un forte potere elasticizzante.



Il **burro di Mango** è ricco di vitamine e minerali e particolarmente indicato per pelli secche e danneggiate dopo l'esposizione al sole.



Il **burro di Karité** favorisce la produzione di collagene e forma un film protettivo.

Dopo l'applicazione del panno caldo, consigliamo di applicare una piccola dose di burro soffermandosi a massaggiare il viso, facendo sì che il prodotto possa raggiungere in profondità i pori.

Segue la rasatura tradizionale eseguita con calma e maestria, il risultato sarà di una pelle rigenerata e rinvigorita con un effetto lussuoso al tatto.



SAPONIFICIO VARESINO

dal 1945

BREBBIA - ITALY



SAPONIFICIO VARESINO

dal 1945

BREBBIA - ITALY



*La migliore qualità
per il tuo Salone*

Conosco un posticino...

Si trova a Milano, in zona Porta Venezia, non ci sono insegne, ma una vetrina in cui sono esposti oggetti vintage, raccolte di fumetti di Dylan Dog e rinomati distillati scozzesi. Si tratta di "JB Men's Club" uno spazio che rievoca un bar clandestino del periodo del proibizionismo. Qui mentre si fanno barba e capelli in relax si può degustare un bicchiere di champagne. In questa speciale location **Grace Pace** si dedica al suo lavoro di consulente di bellezza anche per uomini, fornendo un know-how tecnico fatto di trattamenti su misura sia di stile che di benessere per i capelli, creando prodotti adeguati per ogni tipo di capello, suggerendo il taglio e il colore più adatti per il proprio viso e curando il look.



OnBeauty by Cosmoprof, si riparte in bellezza



Cinque giorni di business, networking e formazione **dal 9 al 13 settembre 2021** saranno l'occasione per incontrarsi nuovamente di persona a Bologna: riallacciare relazioni commerciali e dare vita a interessanti opportunità di business. Questo è il nuovo format proposto

da **OnBeauty by Cosmoprof Worldwide Bologna**, che si svolgerà in contemporanea con SANA e COSMOFARMA EXHIBITION, e prevede una formula espositiva snella con date di apertura e di chiusura differenziate per settore, in modo da permettere ad aziende e operatori di ottimizzare il tempo di permanenza in fiera. L'evento sarà un vero viaggio nella bellezza, con un percorso che si snoda tra diverse aree espositive. Gli spazi dedicati a supply chain, canale retail, cosmesi green & organic, estetica professionale, mondo spa e acconciatura, permetteranno di massimizzare le sinergie garantendo una visita in totale sicurezza.

Il padiglione 22 dall'11 al 13 settembre ospiterà il settore Hair.

Andrew Smith è il nuovo Global Artistic Ambassador di z.one concept

Andrew Smith, talento riconosciuto ed influente nel mondo dell'hairstyling britannico, è il neo nominato **Global Artistic Ambassador per z.one concept**. Considerato da alcuni dei più grandi brand al mondo come uno dei migliori educatori e formatori, Andrew tiene corsi specialistici per parrucchieri, atti ad ispirare e formare nuovi artisti. In qualità di Global Artistic Ambassador di z.one concept, Andrew sarà il "volto" artistico del brand, rappresentando i valori dell'azienda in ogni suo aspetto, dalla comunicazione sulle riviste di settore ai post sui social, ponendo le basi per un'istruzione standard globale che possa ispirare educatori, distributori, forza vendita e clienti, sviluppando e condividendo stili e servizi di tendenza e assumendo il ruolo di team leader.



Carlo Baiesi rieletto alla guida del Gruppo Prodotti Professionali per Acconciatori di Cosmetica Italia



Resterà alla guida dell'Assemblea del Gruppo Prodotti Professionali per Acconciatori di Cosmetica Italia, a cui aderiscono 69 aziende, fino al 2024 Carlo Baiesi, amministratore delegato di Barex Italiana. «Nel triennio che va a concludersi - commenta - fortemente condizionato dall'avvento della pandemia, il Gruppo si è dimostrato non solo capace di reagire, ma anche proattivo, a favore della categoria professionale degli acconciatori. Nel difficile contesto delle chiusure prolungate degli esercizi, ci siamo attivati, insieme a Camera Italiana dell'Acconciatura, alle associazioni di riferimento e agli altri player del comparto, per creare aggregazione e agire in maniera coordinata, offrendo tutto il supporto possibile ai professionisti duramente colpiti dalle limitazioni per il contenimento dei contagi, sempre in un'ottica di unità e responsabilità al tempo stesso. Esempio tangibile è stata la pressione per favorire, a maggio 2020, l'apertura anticipata dei saloni. Per questo mandato, appena inaugurato, ci proponiamo di fare tesoro dell'esperienza acquisita e proseguire in questa direzione di collaborazione e reciproco sostegno. Ciò che tutti ci auguriamo, certamente, è che la ripartenza dei saloni professionali e la crescita delle aziende che operano nel canale possano andare di pari passo verso una ripresa stabile e duratura.»



mento dei contagi, sempre in un'ottica di unità e responsabilità al tempo stesso. Esempio tangibile è stata la pressione per favorire, a maggio 2020, l'apertura anticipata dei saloni. Per questo mandato, appena inaugurato, ci proponiamo di fare tesoro dell'esperienza acquisita e proseguire in questa direzione di collaborazione e reciproco sostegno. Ciò che tutti ci auguriamo, certamente, è che la ripartenza dei saloni professionali e la crescita delle aziende che operano nel canale possano andare di pari passo verso una ripresa stabile e duratura.»

Cos Sakkas TONI&GUY: 8 suggerimenti per realizzare immagini moda vincenti

Cos Sakkas, direttore artistico internazionale di TONI&GUY dagli anni Novanta, responsabile della formazione, ha creato immagini belle, creative e commerciali ed è autore di immagini moda ultra premiate. Grazie alla sua collezione Newcomer of the Year è stato eletto parrucchiere britannico dell'anno nel 2020. "Lavorare a un servizio fotografico è una delle cose preferite da fare: ti dà l'opportunità di essere creativo, lavorare con persone incredibili e spingerti fuori dalla tua zona di comfort".



Ecco i suoi consigli per creare immagini belle:

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

OnBeauty

by **COSMOPROF**
WORLDWIDE BOLOGNA

9 – 13 SETTEMBRE 2021
BOLOGNA,
QUARTIERE FIERISTICO

SUPPLY CHAIN, RETAIL
9 – 10 SETTEMBRE 2021

GREEN & ORGANIC
9 – 12 SETTEMBRE 2021

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



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

**L'INDUSTRIA COSMETICA
RIPARTE DA BOLOGNA**

Onbeautybycosmoprof.com

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

COMPANY OF
 **Bologna Fiere**

IN COLLABORAZIONE CON
 **COSMETICA ITALIA**
the personal care association

CON IL SUPPORTO DI
  **ITCA**
ITALIAN TRADE AGENCY

IN CONTEMPORANEA CON
 **COSMOFARMA**
EXHIBITION  **sana**

STEP BY STEP



ITALIANO

TAGLIO

1. Crea una sezione a ferro di cavallo sulla sommità del capo e un'ulteriore sezione quadrata nella parte anteriore.
2. Con **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** su dita, accorcias i capelli sui lati con sezioni diagonali verso il retro della testa, creando un look graduato.
3. Connetti la corona con i lati, utilizzando la tecnica point cut.
4. Dai forma alla sezione quadrata frontale in maniera graduale con la tecnica point cut.
5. Tira i capelli sulla sommità del capo verso il viso e texturizza con la testina opzionale **TEXTURIZING BLADE (ALL-IN-ONE)**.
6. Sfuma con **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** e i **RIALZI MAGNETICI PREMIUM**.
7. Definisci i contorni con precisione con il nuovo trimmer **CHROMINI PRO 2**.

ENGLISH

CUT

1. Create a horseshoe-shaped section on the top of the head and at the sides, with an additional square section from the front of the head.
2. Using the **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** and the appliance-over-finger technique, the sides are cut in sections running diagonally backwards in order to create a graduated look.
3. The crown area is connected to the sides using the point cut technique.
4. The square section at the top of the head is then shaped with gradually increasing layers using the point cut technique (box shape).
5. Open the **TEXTURIZING BLADE**, pull the hair at the top of the head towards the face and add texture to it.
6. Then fade using the **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** and the **MAGNETIC ATTACHMENT COMBS**.
7. Define contours with the **CHROMINI PRO 2** and apply a precise finish to them.



Per l'autunno 2021 la MOSER ROOTS Collection propone il Curly Crop, un look riccio texturizzato, ideale per donare volume anche ai capelli fini. I contorni precisi e puliti del taglio sono stati realizzati con **CHROMINI PRO 2**, il nuovissimo trimmer MOSER.

Hair: Chris Mattick, lead educator of the MOSER Artistic Team

Photo: MOSER / Maximilian Kamps @maximiliankamps

Styling: CEM Van Kay alias Cemre Xhaferi @cemvankay

Make up: Seda Yüksel @sedajanemakeupartist

Collection: MOSER 75-Year Roots Collection

ESPAÑOL

CORTE

1. Cree una sección en forma de herradura en la parte superior de la cabeza y en los lados, con una sección cuadrada adicional desde el frente de la cabeza.
2. Utilizando **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** y la técnica del aparato sobre los dedos, los lados se cortan en secciones que van en diagonal hacia atrás para crear una apariencia graduada.
3. El área de la corona se conecta a los lados mediante la técnica de corte puntual.
4. A continuación, se le da forma a la sección cuadrada en la parte superior de la cabeza con capas que aumentan gradualmente utilizando la técnica de corte puntual (forma de caja).
5. Abra la **HOJA TEXTURIZADORA**, tire del cabello en la parte superior de la cabeza hacia el rostro y agregue textura.
6. Luego difumine usando **CHROM2STYLE BLENDING EDITION** y **MAGNETIC ADITAMENTE PEINES**.
7. Defina los contornos con **CHROMINI PRO 2** y aplíqueles un acabado preciso.



Tools:

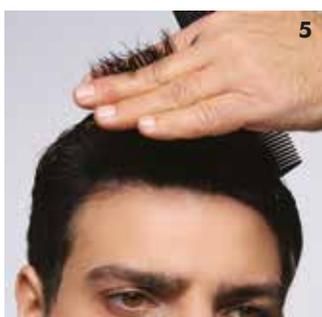
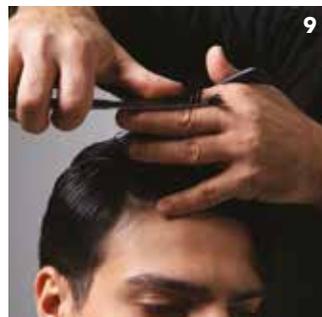
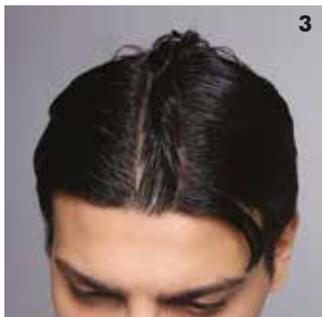
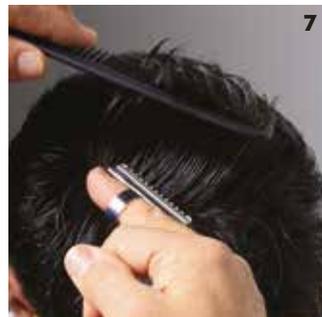
MOSER CHROM2STYLE BLENDING EDITION con RIALZI MAGNETICI PREMIUM, MOSER CHROMINI PRO 2 MOSER TEXTURIZING BLADE (ALL-IN-ONE)



Hair: Xenon Group

STEP BY STEP

XENON



ITALIANO

TAGLIO

- 1. 2** Iniziamo il taglio nei settori 3 e 4 delineando pettine e forbici in modo crescente.
- 3. 4** Il settore 1 sarà tagliato in angolo anteriore.
- 5.** Il settore 2 lo taglieremo in linea orizzontale; ultimato questo passaggio raccordiamo il settore 2 con il 3.
- 6. 7. 8. 9.** Texturizziamo il settore 1 e 2 con la tecnica del volume e del sostegno e con il rasoio sfilzeremo le punte.

ENGLISH

CUT

- 1. 2** We begin the cut in sectors 3 and 4 outlining the comb and scissors in an increasing way.
- 3. 4** Sector 1 will be cut at the front corner.
- 5.** We will cut sector 2 horizontally; last this step we connect sector 2 with 3.
- 6. 7. 8. 9.** We texturize sector 1 and 2 with the volume and support technique and with the razor we will cut the tips.

ESPAÑOL

CORTE

- 1. 2** Comenzamos el corte en los sectores 3 y 4 perfilando el peine y las tijeras de forma creciente.
- 3. 4** El sector 1 se cortará en la esquina delantera.
- 5.** Cortaremos el sector 2 horizontalmente; una vez completado este paso, conectamos el sector 2 con el 3.
- 6. 7. 8. 9.** Texturizamos los sectores 1 y 2 con la técnica de volumen y soporte y con la navaja despojaremos las puntas.

STEP BY STEP

Helen Seward
MILANO

ITALIANO

TAGLIO

1. Divisione da fine sopracciglio a fine sopracciglio isolando la sommità.
2. Tagliare a 1 cm dalla base definendo le attaccature.
3. Riga centrale. Proiettare le ciocche di entrambi i lati sui due laterali precedentemente tagliati collegandoli, così da lasciare una lunghezza maggiore nella zona centrale.
4. Ciuffo: tagliare ad altezza metà naso.
5. Texturizzare.

ENGLISH

CUT

1. Division from end of eyebrow to end of eyebrow, isolating the top.
2. Cut 1 cm from the base defining the hairlines.
3. Centre parting. Project the strands of both sides on the two side sections cut beforehand, connecting them to leave a longer length in the central zone.
4. Front strands: cut to mid-nose height.
5. Texturize.

ESPAÑOL

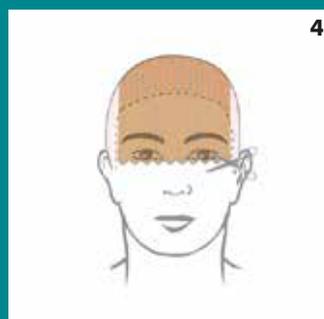
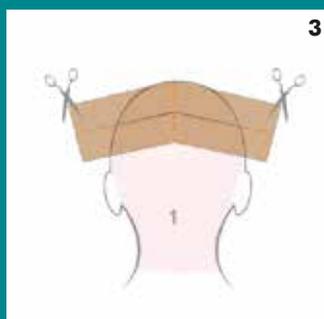
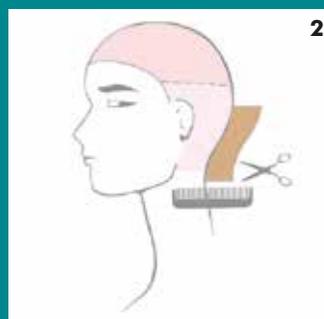
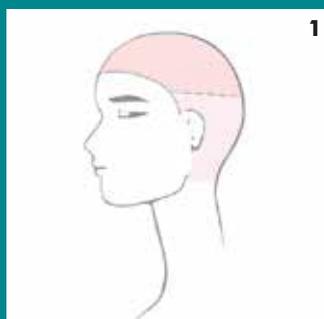
CORTE

1. División desde el final de una ceja hasta el final de la otra aislando la parte superior.
2. Corte a 1 cm desde la base definiendo los nacimientos del cabello.
3. Línea central. Proyecte los mechones de ambos lados en los dos laterales cortados antes conectándolos, para así dejar un largo mayor en la zona central.
4. Mechón: corte a la mitad de la altura de la nariz.
5. Texturize.



Hair: Helen Seward Creative Team

Photo: Kapsel Production



ITALIANO

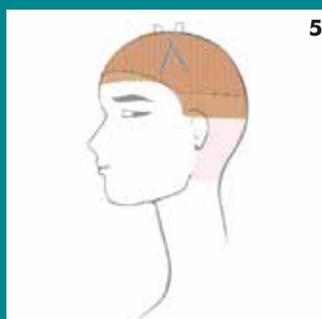
Definire lo styling con Fiber Paste e applicare Hair & Beard Cream sulla barba per idratare e disciplinare.

ENGLISH

Define the styling with Fiber Paste and apply Hair & Beard Cream on the beard to hydrate and tame.

ESPAÑOL

Defina con Fiber Paste y aplique Hair & Beard Cream en la barba para hidratarla y disciplinarla.



L'evoluzione dei (nuovi) consumatori

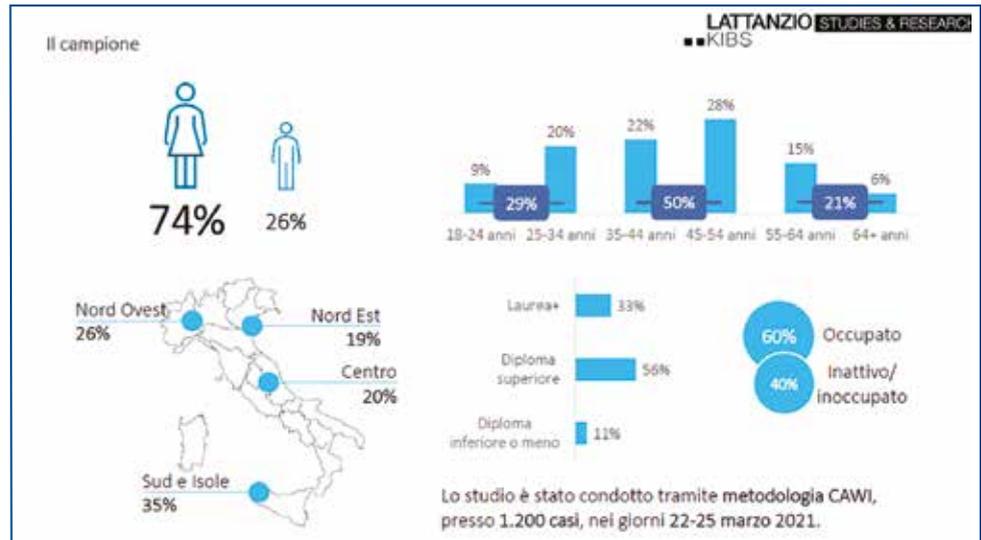
Il retail si rinnova. Indagine sui nuovi consumatori e-commerce. Alle imprese spetta cogliere l'opportunità

Come sono cambiate le modalità di acquisto durante e dopo la pandemia? Chi sono i big spender? Quanto si è disposti a spendere per i prodotti di bellezza? Dove si acquista? La ricerca Lattanzio KIBS, fatta per Cosmetica Italia fa luce sulle attuali preferenze dei consumatori per cogliere nuove opportunità.

In questo contesto, che in molti chiamano "nuova normalità", le imprese sono consapevoli della necessità di conoscere l'evolversi del cliente, per poter fornire risposte adeguate alle nuove esigenze sempre in evoluzione al fine di rendere la relazione stabile e proficua. Questa ricerca condotta da Annachiara Annino, partner di Lattanzio KIBS*, mira a dare, in pillole, alcuni elementi chiave in questa direzione.

Il campione

Lo studio ha preso in considerazione 1200 persone intervistate. Il 26% erano uomini.



Chi sono i big spender

Le donne dai 34-54 (arrivano a 37 euro), superati i 55 anni sono più oculate (33 euro) mentre le più giovani (fino a 34 anni) arrivano solo a 25 euro, con una media generale di 30 euro.

Gli uomini invece si fermano a 28 euro in media.

Dove si preferisce acquistare i prodotti beauty?

Il desiderio è di tornare ad una normalità "esperienziale".

Il negozio tradizionale raggiunge il 60% (con una fetta del 10% che compra esclusivamente in negozio) e il 40% che fa le proprie compre online (il 3% solo online).

Quali sono le motivazioni di chi acquista in negozio?

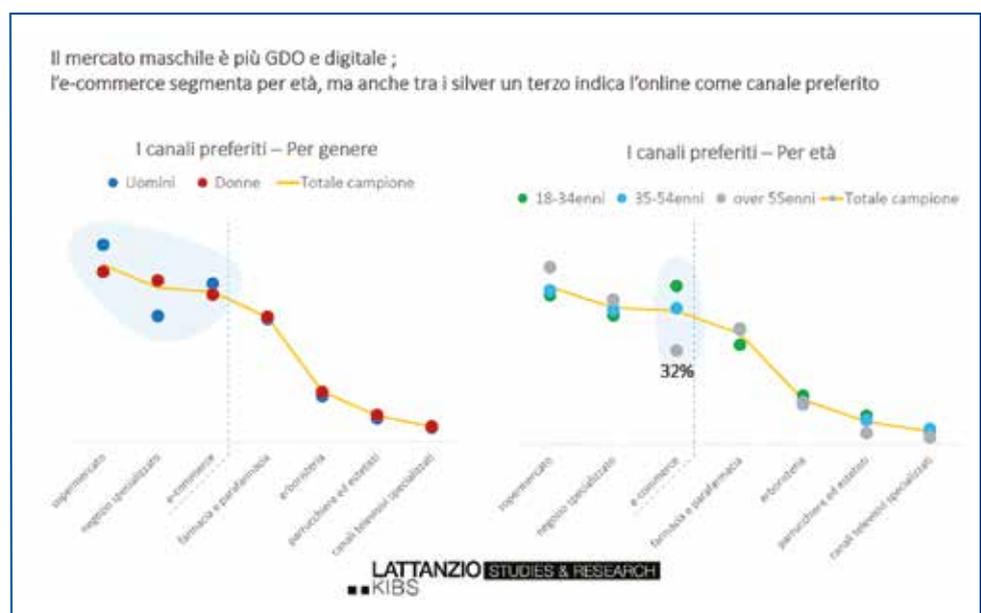
Per l'uomo i fattori stimolanti all'acquisto in negozio sono:

- 1) provare i prodotti di persona 44%
- 2) poter verificare il prodotto 29%
- 3) mi piace girare in negozio alla ricerca di qualcosa di nuovo 24%

L'e-commerce quale canale di vendita penalizza?

Dallo studio emerge che i supermercati sono i rivenditori tradizionali più penalizzati (53%), i negozi specializzati arrivano al 46% e il 37% farmacia e parafarmacia, 15% erboristeria; gli acconciatori 8%.

Il mercato maschile è più GDO e digitale, l'e-commerce segmenta per età, ma anche tra i silver un terzo indica l'online come canale preferito.



Cosa piace dell'e-commerce?

I fattori che incidono positivamente sull'acquisto online sono la disponibilità del servizio (24 ore su 24), l'ampiezza nella scelta in quantità e qualità, la velocità di consegna (35%), il risparmio, il confronto immediato, le recensioni dei consumatori.

La quota di new adopter

Come tutti sappiamo la pandemia ha fatto lievitare gli acquisti online, fenomeno già in ascesa. Se prima della pandemia il 61% acquistava online, durante il periodo della pandemia è salito al 84%, post pandemia è arrivato al 64%, il 3% continuerà ad usare l'online per questi acquisti.

La quota di new adopter dell'e-commerce: prima non acquistavano online, ma continueranno a farlo anche dopo la pandemia arriva al 15%.

Identikit

La cliente "silver" over 55 anni si conferma il nuovo target dell'e-commerce nella cosmesi.

*La ricerca è stata condotta tramite metodologia CAWI, presso 1.200 persone a fine marzo 2021.

bioColors

FOR MEN

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.
- Lecczionale 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.

Cercasi Concessionari per zone libere

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

XXIV EDIZIONE

NOV
EMB
RE

6

7

8

L'UNICA MASCHERINA
CHE VOGLIAMO



aestetica.it

NAPOLI
MOSTRA D'OLTREMARE



Belli, purificati e rigenerati

Dopo l'estate è necessario ripristinare il naturale equilibrio di cute e capelli nel pieno rispetto dell'ambiente. Ecco alcuni prodotti per detergere e purificare e anche per essere belli e sostenibili.

EMSIBETH, MY.SO SHAMPOO SOLIDO

MY.SO sembra una saponetta e invece è uno shampoo solido a tutti gli effetti, che deterge delicatamente tutti i tipi di capelli anche colorati o trattati donando morbidezza e lucentezza, adatto anche a lavaggi frequenti. Nella sua formula: Burro di Karité dall'azione protettiva, riparatrice e filmogena, Estratto di Calendula con proprietà antinfiammatorie e lenitive, olio di Oliva Bio che nutre e districa i capelli. La sua formula concentrata permette 30/40 lavaggi. Per una detersione sostenibile, senza plastica, senza parabeni, né aromi artificiali. Pack riciclato e vegan friendly.



BOTTEGA DELLA BARBA, DAPPER DAN MATTE CRÈME

Matte Crème è una crema opacizzante per lo styling dei capelli che dona tenuta, texture e finitura opaca al look. Il pratico formato con erogatore a pompetta vi permette di prelevare la quantità desiderata. La texture cremosa rende molto semplice l'applicazione e non lascia residui sui capelli. Migliora la routine di styling quotidiana grazie anche alla fresca e mascolina fragranza. Ideale su un taglio medio lungo, dura tutto il giorno.



BULLFROG, SHAMPOO ILLUMINANTE ANTI-GIALLO

Grazie alla sua formula con un'elevata concentrazione di pigmenti blu lo Shampoo Illuminante Anti-giallo risolve l'inestetismo tanto temuto. La complementarietà tra il colore blu e il giallo neutralizza la comparsa di tracce giallastre sul capello, restituendo una chioma più luminosa, accesa e dall'aspetto sano.



FRAMESI, DEEP MICELLAR CLEANSING

Framesi presenta questo Shampoo delicato di pulizia profonda, adatto a tutti i tipi di cute e capelli, rimuove efficacemente le particelle inquinanti e gli accumuli di prodotto dal cuoio capelluto e dalla fibra capillare. Rappresenta la fase preparatoria ottimale per ogni trattamento che richieda l'eliminazione completa dei residui. Con Estratto biologico fermentato di lavanda e rosmarino, Olio biologico di baobab, aiuta a mantenere la morbidezza, l'idratazione e la lucentezza del capelli e Olio essenziale di menta piperita, principio attivo con proprietà antisettiche, purificanti, lenitive, e rinfrescanti per il cuoio capelluto. Tensioattivi delicati, per un'efficace azione detergente nel rispetto della cute.



ECHOSLINE, FANGO PURIFICANTE

Il B.Pur Clay Pre-Treatment Mud è il Fango purificante remineralizzante del cuoio capelluto. Al suo interno: Argilla Bianca che purifica il cuoio capelluto, eliminando in profondità agenti estranei e impurità.

Il trattamento è inoltre rinforzato dalla presenza di Aloe Vera e Olio di Jojoba ed è ideale da utilizzare su cute grassa o impura per un aspetto più sano e vitale.

Caratteristiche: 100% Vegan, 10% di Peloidi, 98% di ingredienti di origine naturale, 78% di ingredienti biodegradabili, senza Siliconi e Solfati.



MOSER, TRIMMER PER RIFINITURE PRECISE

Chromini Pro 2, la nuova versione di Chromini Pro, è il nuovo trimmer di **MOSER** per rifiniture super precise. Dotato della nuova testina U-BLADE, grazie alla sua geometria migliorata, consente un taglio estremamente corto (0,3 mm) e delicato sulla pelle. Un ulteriore vantaggio è la funzione "quickchange": la testina si rimuove in un attimo, senza attrezzi, per una veloce pulizia e una facile sostituzione.

È compatto e leggero e permette di raggiungere facilmente tutte le aree della testa senza l'ingombro di cavi.

Il motore da 7000 giri al minuto è potente e silenzioso, e permette di lavorare ancora più velocemente e con maggior precisione.



DOTT.SOLARI COSMETICS PHITOCOMPLEX LOZIONE ABSOLUTE

La nuova **Lozione Absolute**, la massima espressione della ricerca scientifica Phitocomplex di **dott.solari cosmetics** è una sapiente miscela di oli essenziali (Pepe Nero, Cannella, Zenzero), estratti vegetali (Ginseng, Rosmarino e Serenoa, per inibire l'enzima 5 alfa reduttasi, principale responsabile dei fenomeni metabolici alla base dell'alopecia androgenetica), Acqua attiva di Pepe nero e Redensyl®, per un'azione diretta sul metabolismo del follicolo e migliorare il ciclo vitale del capello. A base di DHQG (Diidrossiquercitina), EGCG (Epigallocatechina gallato, attivo contro i radicali liberi), Glicina e Zinco, Redensyl® agisce sulle cellule staminali del follicolo e sui fibroblasti della papilla dermica per aumentarne il metabolismo, ridurre la caduta e



stimolare la crescita dei capelli. Tutte le formule della linea Phitocomplex sono dermatologicamente testate, NO-SLES e Nichel-Cromo-Cobalto tested, per la cura in totale sicurezza anche delle cuti più sensibili.

ACCA KAPPA, SHAMPOO SAVE THE COLOR!

È un bagno di dolcezza per i capelli colorati il nuovo **Shampoo Protezione Colore** con estratti di foglie d'acero di **Acca Kappa**. La linfa dell'acero zuccherino del Canada contiene saccarosio, un antico rimedio naturale dal potere riparatore e antiossidante in grado di combattere i radicali liberi prevenendo l'invecchiamento delle cellule, numerose vitamine del gruppo B e sali minerali come ferro, potassio, calcio e magnesio. Lo Shampoo Protezione Colore protegge dalle aggressioni degli agenti chimici e svolge un importante effetto rigenerante e rinvigorente del colore, idrata, nutre e rafforza la struttura del capello conferendole lucidità e resistenza per regalare alla chioma tutta la sua naturale bellezza.



ESLABONDEXX, L'HAIR SPRAY GEL

Non appesantisce la capigliatura e la rende facilmente modellabile, è l'**Eslabondexx l'Hair Spray Gel**, un prodotto dalla texture delicata. Permette di creare innumerevoli look senza compromettere la protezione dei capelli. Grazie alla Nio-Protect Technology, la chioma rimane infatti in perfetta salute, ma anche luminosa e leggera. Questa innovativa tecnologia assicura risultati professionali e una protezione massima grazie al niosoma, un innovativo sistema di rilascio che favorisce l'assorbimento del prodotto e dei suoi principi attivi fino alla corteccia del capello.



AVEDA, PER RICCI DEFINITI

Il nuovo **nutriplenish™ curl gelée di Aveda** è uno styling gel leggero al 96% di derivazione naturale e senza siliconi. Ideale per chi sogna ricci morbidi, elastici, lucenti e liberi dal crespo fino a 24 ore. La sua formula contiene Olio di Melograno biologico, Olio di Cocco biologico e Burro di Mango: un mix di superfood che nutrono in profondità i capelli lasciandoli idratati fino a 72 ore. Senza siliconi e vegan; come tutti i prodotti Aveda è cruelty free e prodotto con il 100% di energia rinnovabile attraverso compensazioni di carbonio. L'aroma Pure-Fume™ è composto da un mix di essenze pure di fiori e piante tra cui Cacao, Zenzero Biologico certificato, Cardamomo. Il flacone di nutriplenish™ curl gelée è realizzato al 59% in materiale riciclato post-consumo e al 41% in bioplastica.



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

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

Schienale in alluminio con sistema poggiatesta incorporato.



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

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

Braccioli in alluminio robusti ed eleganti.



Robusto telaio di alluminio con sistema di tracciatura di origine.

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

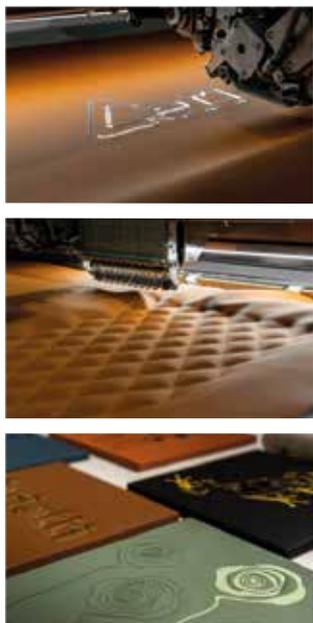


Pedana in pressofusione con poggia-gambe a ribalta.

JUPITER 388

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

Basi con pompa idraulica con freno.



Personalizza la tua poltrona barber



Alta Sartoria italiana



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



JUPITER

JUPITER 388

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

