

ESTETICA

ITALIA

the HairMagazine

FOCUS

Speciale Cosmoprof
Rivendita: Sunny Time

TENDENZE

Design e colore a NY
L'economia è circolare

#SPECIALECOLORE

Blond Specialist
The Kingdom of Colour
Ultimissime prodotto





Elgonofficial
www.elgoncosmetic.it

Ogni donna è **UNICA**,
da oggi lo è anche
il suo trattamento



A UNIQUE EXPERIENCE

“...personalizza ogni trattamento
haircare con **INFUSION**”



COTRIL

HENNÉ

Color your hair with the power of nature!

Dall'incontro tra ricerca e natura nasce la nuova **colorazione VEGETALE 100% VEGANA**, creata per le donne che vogliono prendersi cura dei propri capelli godendo di tutte **le proprietà cosmetiche delle piante tintorie e officinali.**



UN RITUALE DI BELLEZZA NATURALE CHE
UNISCE LA COLORAZIONE AL TRATTAMENTO,
PER UNA NUOVA FILOSOFIA HAIR CARE.

Scopri il salone COTRIL più vicino a te su www.cotril.it  

Milano, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci





**#ALFAPARFPEOPLE
DREAM LIKE LEONARDO**

NUOVI CONCETTI DI ROSSO,
BIONDO E CASTANO.
6 NUANCE INEDITE
EVOLUTION OF THE COLOR³

SCOPRI LA STORIA SU
ALFAPARFMILANO.COM

**ALFAPARF
MILANO**

JUST COLOR

Hair_Leonardo Rizzo as Sanrizz International Creative Director for Alter Ego Italy / Photography_Andrew O'Toole / Products_Alter Ego Italy



PER MAGGIORI INFORMAZIONI
CONTATTA IL TUO CONCESSIONARIO DI ZONA.

ALTEREGO

ITALY

Just Color è la gamma professionale di colorazione diretta in gel per capelli per creare nuovi ed infiniti effetti colore

#FREEYOURIMAGINATION
AND DISCOVER ENDLESS COLOR POSSIBILITIES

13 nuances miscelabili tra loro
1 stabilizzatore del pigmento per **effetti di lunga durata**
pigmenti puri e pronti all'uso
massima **lucentezza** e **cosmeticità** del capello
sfumature brillanti ed **effetti moda vibranti**
tempi di posa rapidi per risultati immediatamente visibili
vegan friendly



Arricchisci
il menù servizi in salone
con i nuovi Just Color.

SCOPRI I SERVIZI:
#JUSTSPARKLE
#JUSTDOUBLE
#JUSTECCENTRIC



MUTED METALLICS

GEMME PREZIOSE
PER I TUOI CAPELLI



LAVENDER



ROSE
GOLD



SILVER

SCOPRITE I TONI MORBIDI E FRESCHI DEL LAVENDER,
LO SPLENDORE ROMANTICO E SENSUALE DEL ROSE GOLD,
E LA RAFFINATA ELEGANZA DEL SILVER.



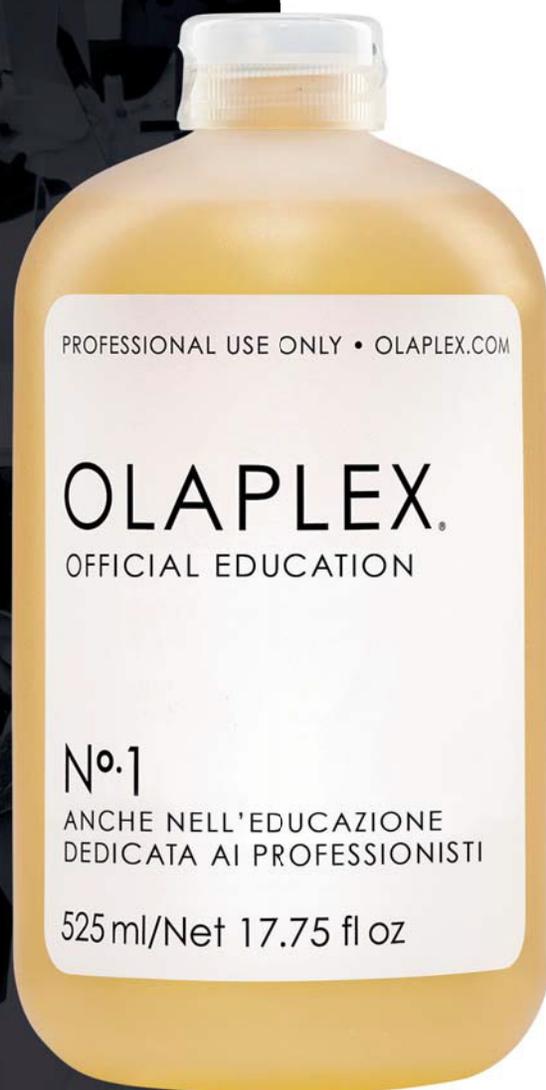
new!

PAUL MITCHELL PROFESSIONAL HAIR COLOR

OLAPLEX®

CAMPUS

LA FORMAZIONE UFFICIALE DEI N°1



PROFESSIONAL USE ONLY • OLAPLEX.COM

OLAPLEX.
OFFICIAL EDUCATION

N°1

ANCHE NELL'EDUCAZIONE
DEDICATA AI PROFESSIONISTI

525 ml/Net 17.75 fl oz

L'Accademia italiana ufficiale OLAPLEX®.
Libera la tua creatività su deco e colore,
in assoluta sicurezza.

Scegli il tuo Corso su www.adieducation.it



info@adi-srl.com - 0383 47631



@olaplexadi

Hair: Piero Bastiani
 Photo: Marcelo Capizzano
 Make-up: Alessia Di Stefano
 Stylist: Maria Grazia Pase
 Products: L'Oréal Professionnel



in questo numero



Photoshoot	Coverstory	12	Speciale	#blondspecialist	89
Exhibition	True colors	14	Vetrina	Product power	98
Focus	Dietro i colori	18	Green	Circular Economy	104
Digital	Vanessa's lifestyle	22	Solari	Sunny Time	106
Art	InstantHairt	24	Training	Un team è fatto di persone	112
Personaggio	Enfant terrible	26	News		113/114
Modacapelli	The King of Colour	33	Events	Top-coiffure on stage	115



COME TROVARCI

Advertising Head Office:
 Corso Cairoli, 16
 10123 Torino (Italy)
 Tel.: +39 011 83921113
 Fax: +39 011 8171188
 adv@estetica.it

Edizioni Esav
 Via Cavour, 50 10123 Torino (Italy)
 Tel.: +39 011 83921111
 Fax: +39 011 8125661



ABBONAMENTI

Posta: Edizioni Esav
 via Cavour, 50 - 10123 Torino



ONLINE

abbonamenti@estetica.it
 pec@pec.estetica.it - www.estetica.it



numero verde
800-803016

EDITORE E DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Pissimiglia

DIRETTORE EDITORIALE INTERNAZIONALE

Sergi Bancells - sergi@esticamagazine.com

CAPOREDATTORE ESTETICANETWORK

Laura Castelli - l.castelli@estetica.it

COORDINAMENTO INTERNAZIONALE

Fatima Pilone - f.pilone@estetica.it

GRAFICA

Manuela Artosi
 Davide Cardente

EDITORIAL STAFF

ITALIA

Barbara Ferrero, Daniela Giambone, Giancarlo Rapetti,
 Lucia Preziosi, Glorianna Vaschetto

UK

Gary Kelly, Maria Weijers

DEUTSCHE AUSGABE

Michaela Dee

FRANCE

Stéphanie Argentin, Marie Coccoluto

USA

Marie Scarano

ESPAÑA

Bel M. Dolla, Cristina Hernández, Elisabet Parra

MÉXICO

Erika Del Paso, Héctor Ramírez

DIGITAL

Matteo Franceschini Beghini, Wilma Sommariva,
 Erica Balduini, Ludovica Cavalli, Antonella Machet,
 Erika Marchese, Cristina Ruocco, Valentina Stella



Cover Story

Geometrie perfette, armoniche espressioni. Lo stile che si trasforma in arte. Piero Bastiani è il testimone metropolitano della moda contemporanea, esponente del lusso minimalista.

Testa, mani e contenuti. Tra arte e cultura. Lo stile di Piero Bastiani è creatività che si evolve di giorno in giorno, il design che si esprime nel colore, l'armonia tra taglio e personalità. Un artista, amato dai più famosi stilisti di moda internazionali, protagonista di prestigiose copertine - tra cui questa di *Estetica* - e richiesto nei backstage di famosi spot pubblicitari. La sua sensibilità lo rende capace di intravedere con un semplice sguardo la reale personalità delle sue modelle, traducendola in immagini su misura. Un'essenzialità d'autore, letta alla luce di un'expertise internazionale. I suoi tagli sono vere e proprie storie, che raccontano le sfumature più sottili della femminilità attuale: aggressività e forza unite alla fragilità e passione che ogni donna porta dentro di sé. Nei capelli, tutto un mondo di sensazioni a cui Piero sa dare forma e stile. "Il lusso - ci racconta - è un prodotto per pochi, non per tutti. Non si tratta solo di oggetti costosi, ma di ricerca, qualità,

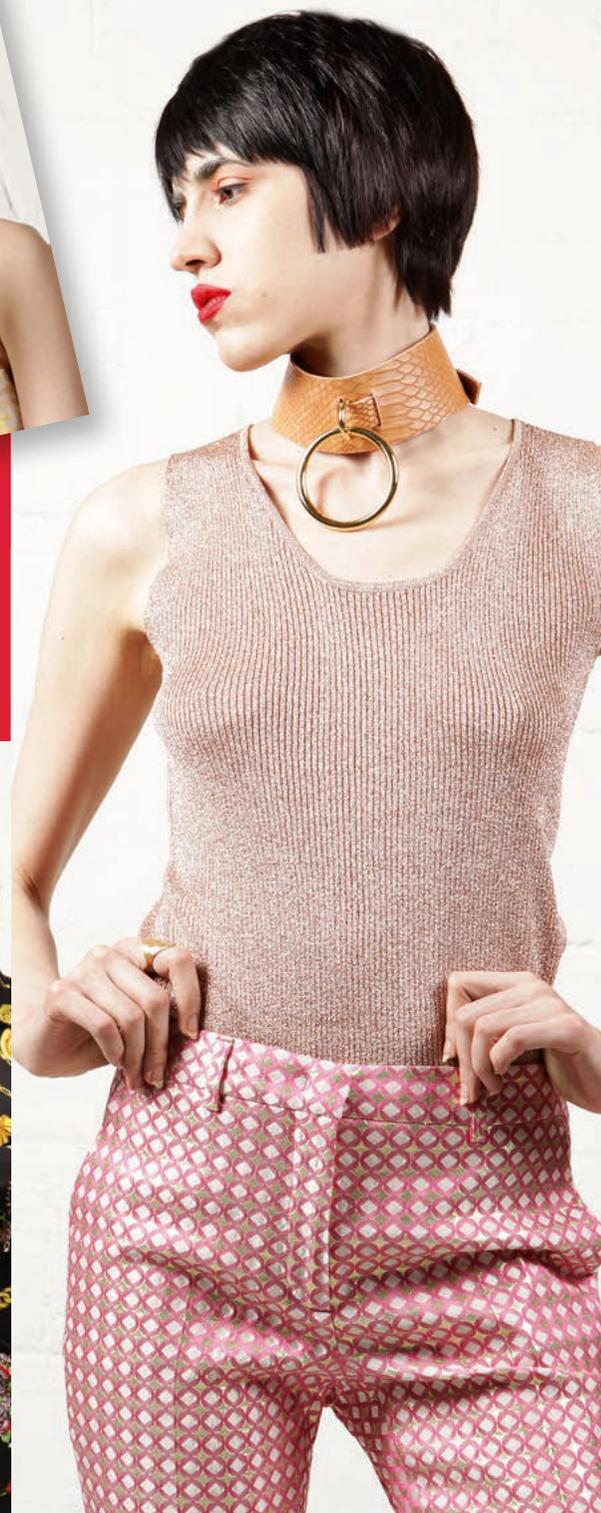
gusto e, soprattutto, personalità. Se uno stilista non ha dentro di sé un suo universo, non potrà mai definirsi tale”. Sguardo penetrante e pungente, Piero Bastiani è un oceano di idee in movimento. Il suo essere anticonformista lo ha condotto ‘oltre’ il banale, il luogo comune, per dare al suo percorso professionale ed artistico una linfa inarrestabile, che lo ha portato al successo internazionale: da Roma a Pechino, a Parigi, passando per Milano e Londra, fino a New York e Los Angeles. I saloni del brand Bastiani sono così diventati, nel tempo, un punto di incontro tra cultura e immagine, tra sobrietà e creatività al servizio delle clienti più raffinate ed esigenti.



Hair: Piero Bastiani
Photo: Marcelo Capizzano
Make-up: Alessia Di Stefano
Stylist: Maria Grazia Pase
Products:
L'Oréal Professionnel



“Di una donna
guardo lo stile,
non la bellezza”





True colors

Design e colore, un connubio di creatività a New York. La Color Factory è un pop-up museum limitato nel tempo.

Giancarlo Rapetti

Nata nell'estate del 2017 a San Francisco, per essere l'esperienza di un solo mese, la Color Factory ha avuto un successo così grande che la città californiana ha finito con l'ospitare per quasi un anno l'exhibition, passata dall'agosto 2018 a New York, attuale sede di questa "fabbrica" temporanea del colore. Si perché, questa affascinante mostra interattiva è una experience di nuova generazione, ideata per essere un museo effimero. Una toccata e fuga destinata prima o poi a cambiare la sede, attualmente uno spazio di Spring Street a Soho: la celebrazione di tutti i colori del mondo, strutturata in 16 installazioni ambientali.



L'idea originale della CF è del planner Jordan Ferney, in collaborazione con gli artisti/designer Leah Rosenberg ed Erin Jang.





L'edizione newyorkese della CF ha tra i partner il prestigioso Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.





Prima della fabbrica dei colori, New York ha accolto altri musei "impossibili" come quello sui selfie, sul gelato, sulla pizza e sulle caramelle.

Tra gli habitat presenti alla Color Factory di New York ci sono una pista da ballo, una sala galleggiante e un ambiente ideato dall'artista Molly Young in cui i visitatori sono invitati a scoprire il loro colore "segreto". E poi c'è la Manhattan Walk, un'installazione all'aperto che omaggia la metropoli americana in tutte le sue sfumature cromatiche. Come vuole la tendenza degli ultimi pop-up museum, limitati nel tempo e dedicati ai più diversi oggetti, anche la Color Factory sfoggia il suo carattere ibrido a metà strada tra la mostra e il museo, ma con una missione ben precisa: creare icone pop per un pubblico alla costante ricerca di uno scatto social indimenticabile.

Dietro i colori

Cosa c'è dietro il colore? La "ColorSophia" ci svela significati, miti e leggende dietro le sfumature più note. *Samya Ilaria Di Donato*

Colori e mito. Un viaggio alla scoperta delle infinite potenzialità dell'universo colorimetrico. Per conoscerne i significati profondi e usarli consapevolmente per crescere. I colori diventano una guida: dietro mille sfumature, ci svelano i misteri del mondo.



CHI È SAMYA ILARIA DI DONATO
Country manager di una multinazionale, l'11 settembre 2001 si salva dal crollo delle Torri Gemelle: da allora si dedica alle discipline olistiche. Ha scritto 15 libri e sviluppato il primo software di profilatura colorimetrica in Europa. La sua mission? Aiutare le persone a scoprire il loro destino con l'uso consapevole dei colori.
www.samyadeicolori.it

Arancione fiamma

Iniziare le cose

Con l'accensione di un fuoco o delle candele, alcune particelle sfuggono alla combustione perché trascinate via dall'aria calda e non si uniscono all'ossigeno. La parziale ossidazione è quindi responsabile del colore arancione, noto anche con il nome di arancione di Caltrans. L'arancione fiamma è il simbolo dell'amore passionale, ma anche dell'intraprendenza. È il colore collegato all'energia incanalata in un nuovo inizio, un nuovo progetto, una cosa nuova che ci stimola e ci coinvolge.



Hair: Anthony Grant @ Jamie Stevens

Hair: Richi Grisillo



Champagne

La gioia della famiglia

Il colore delle vestali, sacerdotesse a guardia del fuoco sacro alla dea Vesta. È lo spunto simbolico per riflettere sull'importanza del focolare domestico e l'invito a rivalutare la gioia delle feste familiari. Secondo la filosofia occulta, l'esterno è interno; la famiglia che vediamo fuori è il riflesso dello status del nostro cuore. Esaminiamoci, senza giudicarci. Miglioreremo così lo stato del nostro cuore e della nostra famiglia. Secondo gli insegnamenti di Confucio, 'per mettere il mondo in ordine, dobbiamo mettere la nazione in ordine; per mettere la nazione in ordine, dobbiamo mettere la famiglia in ordine; per mettere la famiglia in ordine, dobbiamo coltivare la nostra vita personale'.



Albicocca

Rimanere centrati

Il nome deriva dal latino *praecoquus*, precoce. Gli albicocchi, a differenza di altre piante, iniziano infatti a dare i primi frutti già dal secondo anno di vita; per questo il frutto era considerato una primizia dai Romani che la chiamavano la 'mela armena' e la fecero conoscere in Europa intorno al 70 a.C. La tenerezza che emana da questo colore lo rende la tonalità preferita in ambienti dove predominano tinte chiare e mobili in legno, per 'scaldare' l'atmosfera e rendere le stanze più accoglienti. E spesso questa nuance compare nelle palette scelte per i cartoni animati o per le favole più conosciute. Il colore albicocca è collegato alla metafora del 'nocciolo duro': ammorbidirsi verso l'esterno, rimanendo solidi, centrati, dentro se stessi. Simboleggia la necessità di comprendere e rispettare i propri principi, anche quando ci si apre verso gli altri, amorevolmente.



Hair: Gregson Gastar





Hair: Lisa Polini

Cipria

Riscoprire la bellezza

Il termine deriva da Cipro, l'isola consacrata ad Afrodite, dea della bellezza e dell'amore il cui nome nasce dal greco *afros*, spuma del mare, perché si pensava che ne fosse stata originata. Il colore cipria e il mito di Venere/Afrodite sono un invito a riflettere sul concetto di bellezza. Che si può intendere come un insieme di qualità percepite con i cinque sensi che suscita emozioni positive. Oppure come la giusta proporzione delle parti e dei colori: un'armonia di forme e vibrazioni. Superando l'apparenza della forma possiamo ricercare la bellezza "interiore", acquisendo una consapevolezza mai avuta prima. Ma la cipria e la cosmesi ci parlano anche di "bellezza esteriore", da osservarsi nella grande diversità dell'esistenza. Il colore cipria ci guida così verso la meravigliosa bellezza delle forme e l'eterna bellezza della sostanza.



Assenzio

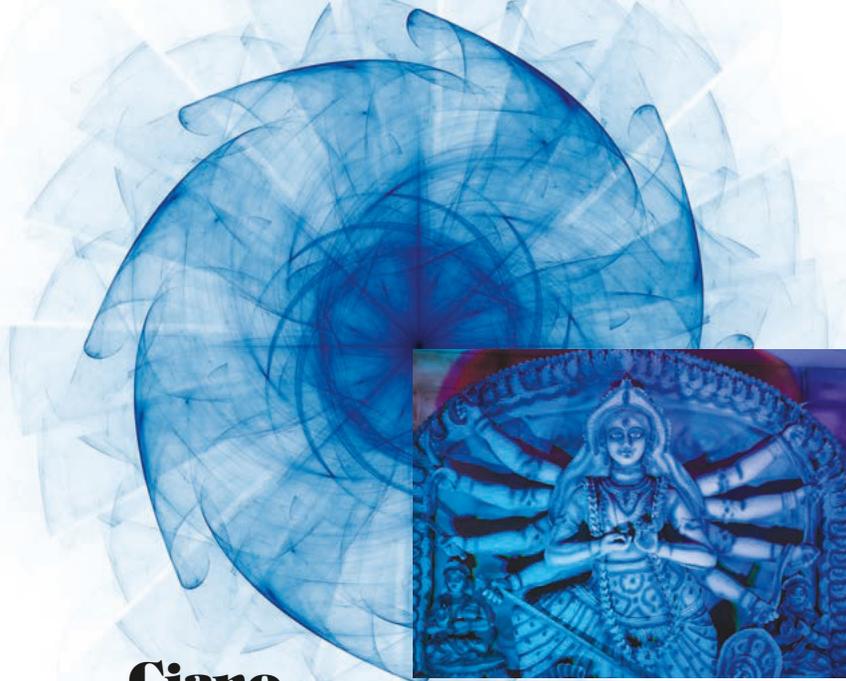
Staccare la spina

Dal latino *absinthium*: pianta erbacea perenne, con foglie grigio-verde nella parte superiore, utilizzato nell'antichità per stimolare l'appetito e come antidolorifico. Nell'800 l'abitudine di consumare la bevanda a base di assenzio si estese, tanto che l'ora dell'aperitivo venne presto ribattezzata *l'heure verte*, per la caratteristica colorazione del liquore, simile alle pozioni magiche preparate dalle streghe nelle favole, che gli valse anche il nome di "Fata verde". Per questo l'assenzio è collegato alla capacità di "staccare la spina", dimenticare per un po' gli impegni quotidiani per focalizzarsi sulle proprie necessità e associato alla capacità di far fluire liberamente l'energia che è in noi.



Hair: Karine Jackson





Ciano

Seguire l'intuito

Il ciano è l'anti-colore del rosso, e dal punto di vista archetipico è il colore delle intuizioni. Dal latino *intueor*, guardare dentro: il ciano ci riconduce all'esoterismo, a tutto ciò che non si può razionalmente spiegare e che è considerato "magico". Secondo gli antichi, infatti, con l'intuizione l'uomo ascoltava la voce degli dèi. Il ciano quindi ci aiuta a intuire le informazioni che viaggiano nell'etere, a percepirle senza necessariamente spiegarle dal punto di vista razionale. Dobbiamo avere il coraggio di seguire il grande potere della nostra intuizione, senza dare credito al continuo lavoro della mente. L'intuizione diventa lo strumento dell'anima per comunicare con il nostro Io: è la creatività in noi che cerca di esprimersi e che dobbiamo lasciare emergere.



Hair: Chrystofer Benson



Acquamarina

Lasciarsi andare

Considerata dai marinai un portafortuna capace di allontanare le tempeste, ha un colore variabile tra il blu e il verde, a seconda della concentrazione di titanio o ferro. Le diverse sfumature che può assumere sono sempre state accostate alla calma, all'equilibrio, alla purezza. Ed è proprio l'associazione con l'acqua che richiama l'idea del fluire della vita, del cambiamento che avviene dentro e fuori di noi. L'acquamarina è uno dei colori abbinati al chakra del cuore: che ci stimola a riuscire ad apprezzare i momenti belli che la vita ci regala, senza costruirsi aspettative. Simbolo di sapienza, l'acquamarina in cristalloterapia è utilizzata per aumentare la fiducia in se stessi e dimenticare i ricordi spiacevoli legati al passato.

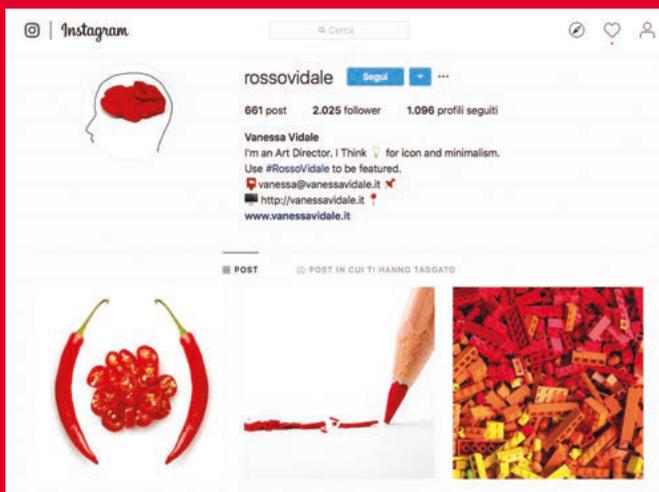
Hair: Mark Leeson

Qui sotto un autoritratto di Vanessa, creativa milanese che opera fra Varese, Lignano e Milano. Si definisce una sognatrice che non dorme mai.



Vanessa's lifestyle

La Vie en Rouge. Potrebbe essere il claim ideale per descrivere la filosofia dell'instagrammer Vanessa Vidale, che ha fatto del rosso la sua firma. *Daniela Giambrone*





Quando il rosso diventa stile di vita. Così è per Vanessa Vidale, art director freelance, brand e graphic designer di Milano che ha trovato il modo di vivere a colori non solo grazie alla sua professione, ma anche per la sua spumeggiante creatività. Che esprime al meglio nel suo IG rossovidale: tantissime foto di oggetti in rosso, dai più quotidiani ai più sorprendenti, tutti ritratti con un occhio ironico e attento al bello. Come spiega Vanessa a Estetica, “#RossoVidale nasce a supporto del mio personal branding come consulente e art director. Tutta la mia comunicazione verte al colore rosso, che crea nei miei clienti una sorta di associazione archetipa con me ogni qualvolta vedano qualcosa di questo colore. Non di rado infatti mi inviano messaggi con oggetti rossi quando li vedono”. Un mood contagioso, che insegna a prendere la vita dal suo lato rosso, quello più sbarazzino, imprevedibile e divertente.



Nelle fotografie di Vanessa Vidale tutta l'energia del colore rosso, che dipinge ogni aspetto della quotidianità.



wisteria

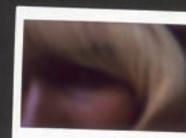


Il colore del glicine
e un film intelligente
sulle donne e la loro
esuberanza. Delicatezza
e persistenza.

hysteria

InstantHairt

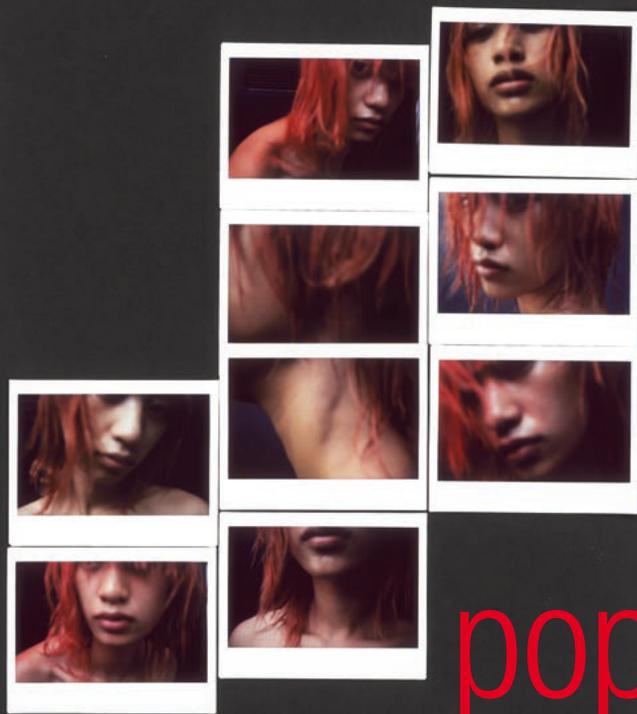
Nuove forme di colore al centro di un libro d'arte e di una mostra a firma Pier Giuseppe Moroni. *Giancarlo Rapetti*



Un fiore da
sempre emblema
di eleganza,
la stessa di
Catherine Deneuve
in *Bella di giorno*
di Luis Buñuel.

calla

belle de jour



Il papavero e le sue sfumature, come quelle dei capelli di Monica Vitti nel capolavoro di Antonioni *Deserto Rosso*.

poppy

deserto rosso



blu lotus
film blu

Il fior di loto e il suo colore drammatico e intenso. Le stesse tinte narrate da Kieślowski nel celebre *Film Blu*.



In un'epoca in cui domina il fotoritocco digitale, i colori di una Polaroid sono quanto di più spontaneo si possa chiedere a una fotografia. Per questo Pier Giuseppe Moroni, hairstylist direttore creativo di Wella, ha scelto di immortalare le colorazioni Koleston Perfect ME+ in un progetto chiamato InstantHairt, catalogo artistico basato su scatti ottenuti con la leggendaria camera istantanea. Un concept senza ritocchi al centro di una mostra inaugurata lo scorso aprile presso la Gallery di Moroni a Milano. Per ogni colore, un fiore e un cult movie di riferimento: cinema e fotografia al servizio dell'hair design più visionario ed emozionale.

Enfant terrible

Sguardo intenso, voce vibrante, immaginario dark. E una gran voglia di vivere a colori. Ecco Billie Eilish. *Daniela Giambrone*

Per essere un animo nero dentro, fuori dimostra di amare parecchio il colore. Nelle sue canzoni, infatti, esprime un mood oscuro, ma di persona Billie Eilish tira fuori una personalità persino solare. Capelli colorati – dal blu intenso al pastello, fino al grigio morbido – tutoni da rapper dal bianco al giallo canarino, video musicali e copertine di singoli in monocromo denso e saturo. Se vi state chiedendo chi sia, preparatevi a sentirne



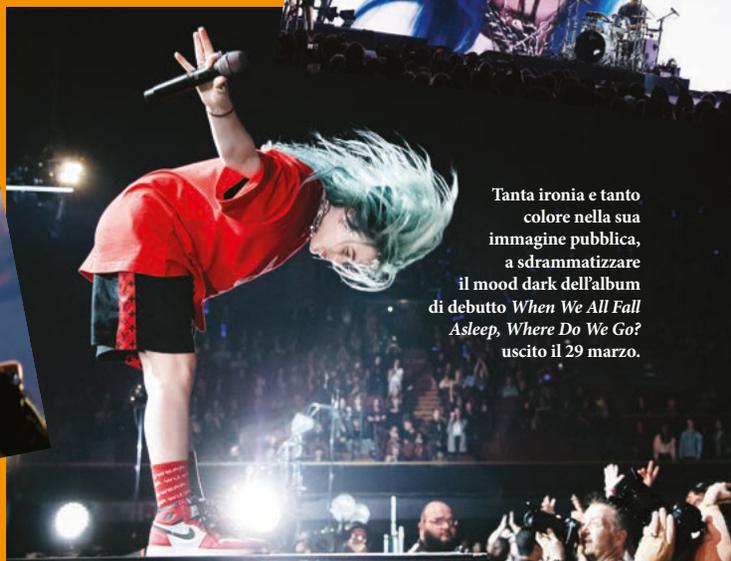
Look young e non convenzionale per Billie, che opta spesso per tutoni coloratissimi e larghissimi sul palco e non solo.





Billie Eilish di secondo nome fa Pirate. Un destino già annunciato.

parlare a lungo, perché questa cantautrice statunitense a dicembre 2019 compirà appena 18 anni ed è già una star del pop. Perché ha doti canore indiscusse, una carica energetica contagiosa e positività da vendere nel suo modo di esibirsi dal vivo, sempre attenta alle emozioni della sua platea. Infine, dettaglio non trascurabile, perché ha palesato la sua sindrome di Tourette senza farne drammi. In tempi di desertificazione musicale, Billie sta convincendo del suo talento non solo i fan coetanei, ma anche i critici più scettici.



Tanta ironia e tanto colore nella sua immagine pubblica, a sdrammatizzare il mood dark dell'album di debutto *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* uscito il 29 marzo.



CLOUD NINE®

HAIR BY US, BEAUTY BY YOU.



CLOUD NINE è una nuova generazione di haircare.
Sfogliamo la normalità, celebriamo la diversità e
sosteniamo l'inclusione. Ti daremo tutti gli strumenti e la
sicurezza necessaria per realizzare il tuo
MIGLIOR STYLING DI SEMPRE.

Per informazioni visita il nostro sito WWW.CLOUDNINEHAIR.IT, scrivici un email
a ITALIA@CLOUDNINEHAIR.COM o chiamaci allo **055.5270176**

THE CULTURE OF TOTAL BEAUTY

La sinergia tra vita e bellezza. Bios ed estetica.

La sinergia tra la ricerca più avanzata e principi attivi naturali.

Studiati individualmente per ogni tipo di pelle e di capelli.

Questa è la nostra missione.

L'innovazione

Ogni bottiglia, ogni tubo, ogni goccia: vi è qualità solo laddove tutto è perfetto. Ecco perché facciamo ricerca. È così che produciamo ogni prodotto in modo individuale e con un occhio attento al rispetto ambientale. *La Biosthétique* è sinonimo di conoscenze all'avanguardia nei campi della dermatologia e della biochimica, testate costantemente sia in laboratorio che nella pratica — naturale, efficace, bello.



La formazione

Una parte si può imparare. Ecco perché teniamo corsi presso le nostre International *La Biosthétique Academies* o seminari di formazione nei saloni per arrivare al successo insieme. L'altra parte la dovete portare voi.

Come persone. Come partner. É così che noi lavoriamo: vogliamo professionalità ai massimi livelli. E l'individualità di ogni singola persona che cammina al nostro fianco in questo percorso entusiasmante.

Questa è la nostra natura. Questa è la nostra cultura.



REFLEX DIRECT COLOR EXPRESS



biondo



rosso



castano cannella



castano ice



rame arancio



biondo nocciola

*Diretto, perfetto,
riflesso espresso.*



REFLEX EXPRESS È LA COLORAZIONE DIRETTA K-TIME, SENZA AMMONIACA E SENZA OSSIDANTI, ARRICCHITA CON ALOE VERA E OLIO D'ARGAN.

- Riflette ed intensifica i capelli naturali o colorati
- Crea effetti moda brillanti, tonalizza mechès e decolorazioni
- Ravviva e prolunga la durata del colore tra un servizio e l'altro
- Rende uniforme il colore delle lunghezze e delle punte sbiadite
- Maschera i primi capelli bianchi

SOLO NEI SALONI K-TIME
visita il sito www.k-time.it



Ktime

ESTETICA

MODA
INT'L

Hair & Photo: Jake Thompson @ Jake Thompson Hair

THE KINGDOM OF COLOUR

Fluo, pastel, natural, ethnic. Even surprising, unprecedented, unexpected. Colour this season is kaleidoscopic, so powerful in its variety. With a spectrum so wide that it covers all needs, to offer a change in look that is memorable every time.

Fluo, pastello, naturale, etnico. Ma anche sorprendente, inedito, inaspettato. Il colore di questa stagione è caleidoscopico, così imponente nella sua varietà. Con uno spettro talmente ampio da coprire tutte le esigenze, per offrire un cambio look ogni volta memorabile.

Fluoreszierend, pastellfarben, natürlich und ethnisch. Aber auch überraschend, brandneu und unerwartet. Die Farbe dieser Saison erinnert mit ihrer beeindruckenden, ständig wechselnden Vielfalt an ein Kaleidoskop. Dank einer breiten Palette können alle Wünsche erfüllt werden, um jederzeit einen neuen Look zu kreieren.

Fluo, pastel, naturel, ethnique. Mais aussi, surprenant, inédit, inattendu. La couleur de cette saison est un caléidoscope, à la variété imposante. Avec un spectre si vaste qu'il assouvit à toutes les exigences, pour offrir un look nouveau, mémorable à chaque fois.

Fluor, pastel, natural, étnico. Pero también sorprendente, inédito, inesperado. El color de esta temporada es caleidoscópico, impresionante por su variedad. Con un espectro tan amplio que cubre todas las necesidades, para ofrecer un cambio de look siempre memorable.



Creative direction:
Mauro Galzignato for Kemon
Hair: D. Carlucci, R. Rogari,
A. Candido, P. Baltieri,
D. Comandulli, F. Morelli
Photo: Fernando Gomez
© Aura Photo Agency

THE
KINGDOM
OF
colour

Hair: Revlon Professional®
Artistic and Creative Direction:
Miquel García Cotado
Photo: Jonas Bresnan

THE
KINGDOM
OF
colour



Hair: Lisa Polini © Hype Hair Studio
for De Lorenzo
Colour: Lisa Polini
Photo: David Mannah
Make-up: Christina Rodio
Styling: Lydia-Jane Saunders



Hair: Chrystofer Benson
Photo: John Rawson
Make-up: Danielle Donahue

THE
KINGDOM
OF
colour

Hair & Concept: @xpresioncreativos
Photo: Richard Ramos
Make-up: Lolita Make up
Styling: Carol Gamarra

global
engagement



Hair: Julie Vriesinga @ Salon Entrenous/Photo: Paula Tizzard



Hair & Concept: @xpressioncreativos/Photo: Richard Ramos



Hair: Trevor Sorbie Artistic Team/Photo: Jack Eames



Hair: Kumehair/Photo: David Arnal

Hair: Manuel Mon @Manuel Mon Estilistas
Photo: Bernardo Baragaño



Hair & Photo: Jake Thompson



Hair: Capelli Corine/Photo: Mathieu Galfre



Hair: Ángel Morado @ Salón Blue by Raquel Saiz/Photo: Esteban Roca



Hair: Nadia Semanic/Photo: Andrew O'Toole



Hair: Danny Pato/Photo: Mara Sommer



Hair: Natasha King/Photo: Carl Keeley



Hair & Colour: Roberto Perozzi/Photo: Takashi Imai



Hair: Lindsey Mollenhauer @ Elevencherry/Photo: Trav McAvaddy



Hair: Rut Navarro/Photo David Amal



Hair: Salones CV by Carlos Valiente
Photo: Esteban Roca



Hair: Ammon Carver @ Ammon Carver Studio/Photo: Richard Monsieus



Ethnicity, romanticism, futurism. A voyage to seek origins, reinterpreted and pushed forward towards something new.

Etnicismi, romanticismi, futurismi. Un viaggio alla ricerca delle origini, reinterpretate e spinte in avanti verso il nuovo.

Ethnien, Romantik, Zukunft. Eine Reise auf der Suche nach den Ursprüngen – neu interpretiert und dem Neuen zugewandt.

Ethnicités, romantismes, futurismes. Un voyage à la recherche des origines, puis réinterprétées et propulsées vers la nouveauté.

Etnicismos, romanticismos, futurismos. Un viaje en busca de los orígenes, reinterpretados y lanzados hacia lo nuevo.

Hair: Eros Creative Team/Photo: Howard Chang



Hair: Amparo Carratalá/Photo: David Amal



Hair: Andrea de Deugd/Photo: Elizabeth Maleevsky



Hair: Felicitas Hair Team
Photo: Esteban Roca
Make-up: Kuki Giménez
Styling: Visori Fashionart
Products: Revlon Professional



Hair: Manuel Mon
© Manuel Mon Estilistas
Photo: Bernardo Baragaño
Make-up: María Montes
Styling: Visori Fashionart

Artist Direction: Angelo Seminara
Colour: Angelo Seminara Team
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Daniel Kolaric
Products: Davines





Hair: Yu Jen Yang
Photo: Tuan-Kai Liang
Make-up: Ching Wen Lu
Styling: Yu Jen Yang, Ching Wen Lu



Standing

on

end

Hair: Goldwell Color Zoom '19
Creative Team
Make-up: Loni Baur
Photo: Ralph Mecke
Styling: Ingo Nahrwold

Hair: Elle Schoemaker
Colour: Kristie Kesic
Photo: Sarah Fountain
Make-up: Gemma Elaine
Styling: Tamzen Holland



Hair: Angelo Seminara
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Laura Dominique
Styling: Lotta Aspenberg

Hair: Alexander Turnbull/Photo: Jack Eames



Geometries and rule-breaking. Beauty defined by deconstructed details, that the colour lends just the right highlight.

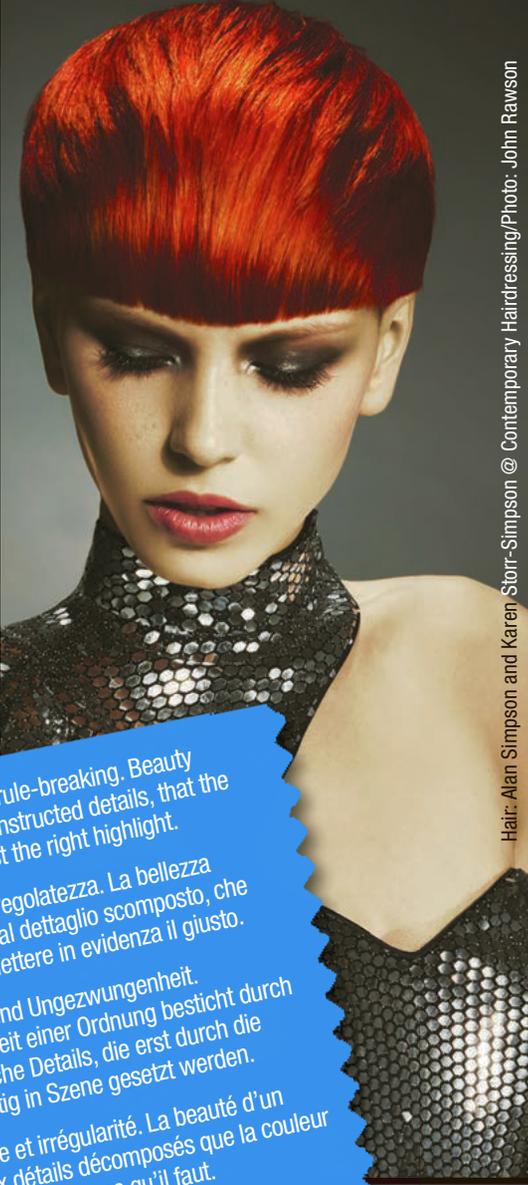
Geometria e sregolatezza. La bellezza di un ordine dal dettaglio scomposto, che il colore sa mettere in evidenza il giusto.

Geometrie und Ungezwungenheit. Die Schönheit einer Ordnung besticht durch unordentliche Details, die erst durch die Farbe richtig in Szene gesetzt werden.

Géométrie et irrégularité. La beauté d'un ordre aux détails décomposés que la couleur sait souligner juste ce qu'il faut.

Geometría y desmesura. La belleza de un orden con detalles descompuestos, que el color sabe cómo resaltar.

Hair: David Barron/Photo: Jack Eames



Hair: Alan Simpson and Karen Storr-Simpson @ Contemporary Hairdressing/Photo: John Rawson



Hair: Chrystofer Benson /Photo: John Rawson



Hair: Eric Zemmour for L'Oréal Professionnel/Photo: Stéphane Gagnard

THE
KINGDOM
OF
colour



Hair: Bill Tsiknaris
Photo: Anniss+Barton

Hair: Damien Johnston
Colour: Emma Burchett
Photo: Glenn Norwood
Make-up: Melissa Elliot
Styling: Molly Thompson
Shot for HJBHA



THE
KINGDOM
OF
colour

Prismatic
artwork

Concept & Hair: Luigi Neri
@ classhair.com
Photo: Fabio Munis
Make-up: Simone
for L'Oreal Paris



Hair: Jose García @ Kumenhair
Photo: David Arnal
Products: Revlon Professional

Hair: Loft_parrucchieri/Photo: Gpluskphoto



Hair: Alexander Kirylyuk/Photo: David Arnal



Hair: Diego Avellini, Carmine Spartano/Photo: Kamil Strudzinski



Hair: Darren Ambrose/Colour: Clayde Baumann/Photo: Chris Buleziuk



Hair: Chad Demchuk
Photo: John Rawson

Forget about any tone-on-tone idea you might have, her majesty colour intends to toss out what has already been seen and blaze new trails to nuances.

Abbandonate l'idea del ton sur ton, sua maestà il colore vuole scardinare il già visto e aprire altre strade alle sfumature.

Vergessen Sie die Vorstellung von Ton in Ton, seine Erhabenheit. Die Farbe will das bereits Gesehene ausblenden und andere Wege für neue Farbnuancen eröffnen.

Oubliez le concept du ton sur ton, sa majesté la Couleur veut défaire le déjà vu et ouvrir de nouvelles voies aux nuances.

Abandonar la idea del ton sur ton, su majestad el color, quiere demoler lo ya visto y abrir otros caminos a las esfumaturas.

Hair: Schwarzkopf Professional



Hair: XXL Hair/Photo: David Arnal



Artist Direction: Angelo Seminara
Colour: Angelo Seminara Team /Photo: Andrew O'Toole



Hair: Antonio Palladino
Photo: Des Murray
Make-up: Jo Sugar
Styling: Sue Fyfe-Williams





Hair: Altin Ismaili/Photo: Richard Miles Photography



Hair: Diego Avellini: Carmine Spartano
Photo: Kamil Strudzinski



Hair: Studio Parrucchieri/Photo: Lele Oldirini



Hair: Jason Hall/Photo: Lee Howell @ Jarred Photography

THE
KINGDOM
OF
colour

A fringe

ALL YOUR OWN

Hair: Leonardo Rizzo for Alter Ego Italy
Photo: Andrew O'Toole
Styling: Emanuela Mari @ Day Dream
Make-up: Silvia dell'Orto



Hair: Bruno, Lucca & Yvan Estatoff
Colour: Laetitia Bonnard
Photo: Bruno Estatoff
Make-up: Morgane Guillet

THE
KINGDOM
OF
colour

Long hair
& **sexy**
waves

Hair: Pierre Ginsburg
Photo: Fabrice Meuwissen
Make-up: Julie Roux

THE
KINGDOM
OF
colour



Hair & Photo: Desmond Murray
Make-up: Bernard Connolly



Hair: Clive Allwright
Colour: Brooke & Peanut



Hair: Detlef Gehlhaar/Photo: John Rawson



Hair: Mark Van Westerop/Photo: Ivo de Kok



Hair: Gen Itoh for TIGI Bed Head
Colour: Warren Boodaghian/Photo: Alex Barron-Hough



Hair: Jose Valle, Eva Blas, Àngelo Villalba
for Backstage BCN/Photo: Yoye



Hair: Chad Demchuk
Photo: Tom Carson



Hair: Clive Allwright
Colour: Brooke & Peanut



Hair: Antonio Palladino/Photo: Desmond Murray

Yellow, orange, cornflower, lilac.
Conventionality is banned, audacity is the
new charter of contemporary femininity.

Giallo, arancio, ciano, lilla. La convenzionalità
è bandita, l'audacia è la nuova carta della
femminilità contemporanea.

Gelb, Orange, Cyan, Flieder. Konventionalität
ist tabu, Ungezwungenheit ist das neue
Motto zeitgenössischer Weiblichkeit.

Jaune, orange, cyan, lilas. À bas le
conventionnel, l'audace est le nouvel atout
de la féminité contemporaine.

Amarillo, naranja, cian, lila. La convencionalidad
está prohibida, la audacia es la nueva carta de
la feminilidad contemporánea.

Hair: Thiago Câmara
Photo: David Arnal
Make-up: Cristina Torres
Styling: Eunnis Mesa





Hair: Detlef Gehlhaar
Photo: John Rawson
Make-up: Susan Voss Redfern
Styling: Tim Hartley

THE
KINGDOM
OF
colour

Hair: Chad Demchuk
Photo: Tom Carson
Make-up: Nancy Luna

Hair: Bill Tsiknaris © Tsiknaris Hair
Colour: Chris Tsiknaris
Photo: Aniss+Barton
Make-up: Charlotte Ravet
Styling: Milana Demina

Angels
VS

DEVILS

THE
KINGDOM
OF
colour

Artistic Direction:
Harkaitz Barreros Soria
Hair: H Motion
Photo: Javier Lopez
Make-up: Luz Martinez Perez,
David Jimenez Blanco
Styling: Eder Aurre Ferreira

THE
KINGDOM
OF
colour



Hair: Manou Grijzen
Photo: Petra Holland
Make-up: Darien Touma
Styling: Annet Veerbeek



Hair: Chrystofer Benson
Photo: John Rawson
Make-up: Danielle Donahue

Hair: Anna Barroca/Photo: David Arnal



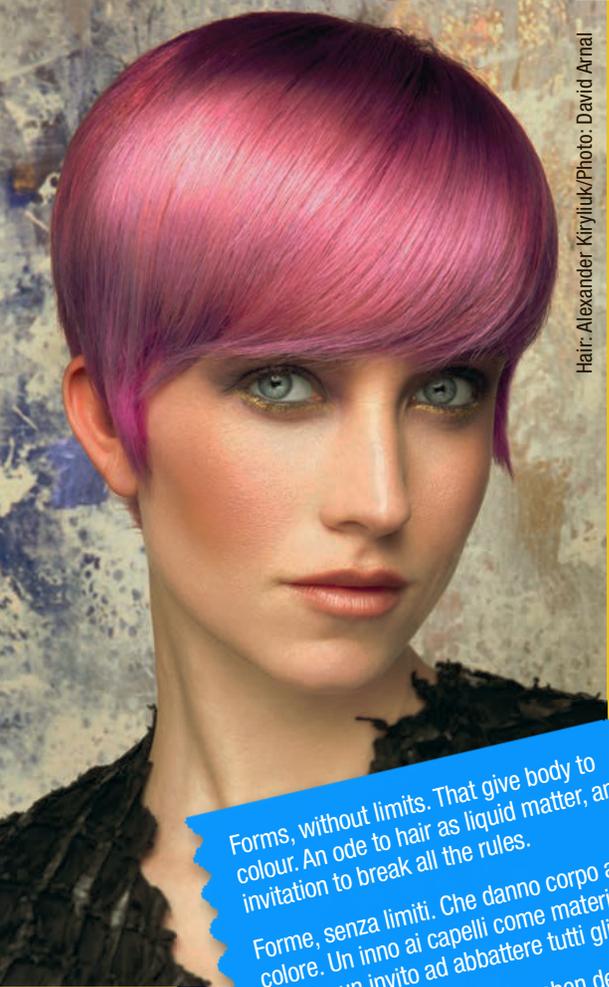
Hair: Danny van Tuijil/Colour: Siobhan Golden /Photo: Felix Rachor



Hair: Ritz Lam @ A Ten Studio /Photo: Larry Yau



Hair: Alexander Kirylyuk/Photo: David Arnal



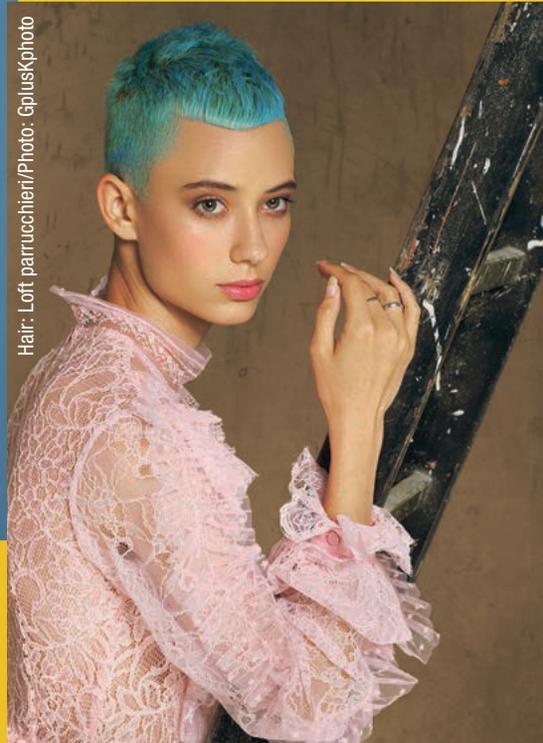
Hair: Revlon Professional



Hair: Altin Ismaili/Photo: Richard Miles Photography



Hair: Loft parrucchieri/Photo: Gpluskphoto



Forms, without limits. That give body to colour. An ode to hair as liquid matter, an invitation to break all the rules.

Forme, senza limiti. Che danno corpo al colore. Un inno ai capelli come materia liquida, un invito ad abbattere tutti gli schemi.

Formen ohne Grenzen. Sie geben der Farbe Fülle. Eine Hommage an das Haar als fließende Materie, eine Einladung, mit sämtlichen Klischees zu brechen.

Des formes, sans limites. Qui donnent du corps à la couleur. Un hymne aux cheveux comme matière liquide, une invitation à aller hors des chemins battus.

Formas, sin límites. Que dan cuerpo al color. Un himno al cabello como materia líquida, una invitación a romper todos los esquemas.



Hair & Photo: Desmond Murray



Hair: Darren Ambrose/Colour: Clayde Baumann
Photo: Chris Bulezulk



Hair: Tori Frappier @ Dragonfly Salon/Photo: Paula Tizzard



Hair: Dorothy Tsang @ Blushes/Photo: Andrew O'Toole



Hair: Vincent Moutault for La Loge/Photo: Kortum



Hair: Amanda Menz/Photo: Andrew O'Toole



Hair: Alexander Kiryliuk
Colour: Kilian Garrigós
Photo: David Arnal
Make-up: Miguel Silva
Styling: Elena Estau

Hair: Chrystofer Benson
@ Chrystofer Benson Collective
Photo: John Rawson
Make-up: Danielle Donahue
Styling: Hannah Leigh



THE
KINGDOM
OF
colour

BEWARE!

Curlicues

and

RINGLETS

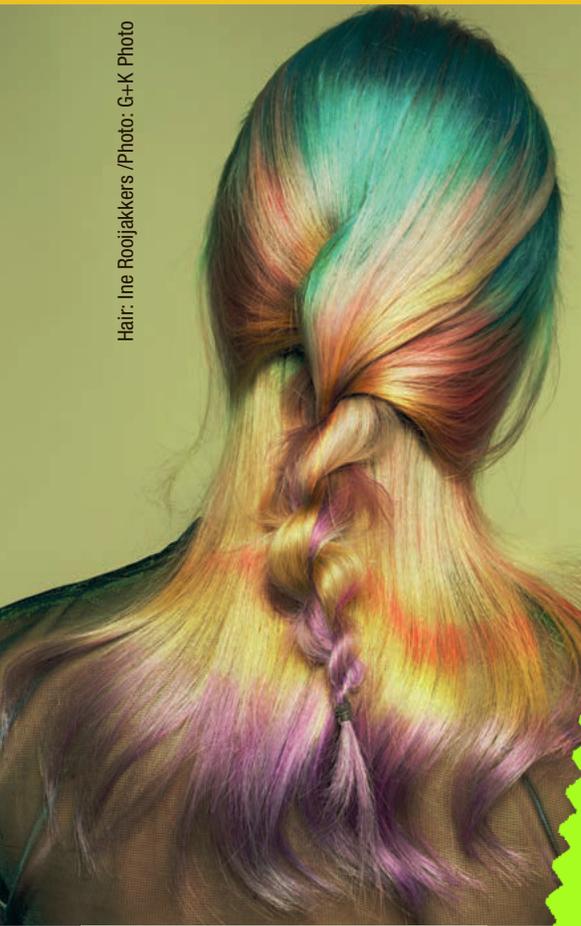
AHEAD!

Creative Direction: Eirini Vassou
Hair: Christos Michailidis
Photo: Nikol Bartzoka
Make-up: @efi_ramone



Creative Direction:
Mauro Galzignato for Kemon
Hair: D. Carlucci, R. Rogari, A. Candido,
P. Baltieri, D. Comandulli, F. Morelli
Photo: Fernando Gomez
© Aura Photo Agency

Hair: Ine Rooijackers /Photo: G+K Photo



Hair: Arjan Bevers
Photo: G+K Photo



Hair: Nicole Wilmink/Photo: Samee Grasdijk



Soft nuances that oscillate between the colours of sand and the reflections of the sea. Long waves become the mermaid's spell.

Nuance morbide che oscillano fra i colori della sabbia e i riflessi del mare. Il lungo mosso diventa una magia da sirena.

Weiche Farbtöne, die zwischen den Farben des Sandes und den Reflexionen des Meeres oszillieren. Langes, gewelltes Haar erinnert an den Zauber einer Meerjungfrau.

De douces nuances qui oscillent entre les couleurs du sable et les reflets de la mer. Les cheveux longs se parent de magie comme des sirènes.

Tonos suaves que oscilan entre los colores arena y los reflejos del mar. El largo ondulado se convierte en magia de sirena.

Hair & Colour: Kirsten Alacali/Photo: G+K Photo



Hair: Alexander Turnbull/Photo: Jack Eames





Hair, Colour & Styling: Lizzy Lemon
Make-up: Franziska Wilkeup
Photo: Felix Racher



Hair: Jose García © Kumenhair
Photo: David Arnal
Products: Revlon Professional

THE
KINGDOM
OF
colour

Wind
and
WAVES

Hair: Trevor Sorbie
Photo: Craig Fleming
Make-up: Lucy Flower
Styling: Natalie Armin

COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA
PRESENTS

10TH
ANNIVERSARY
ON
HAIR

ON HAIR SHOW & EXHIBITION
17TH - 18TH NOVEMBER 2019
TORINO, ITALY, PALA ALPITOUR

SPECIAL EVENTS:



ESTETICA
MASTER
CLASS

an event by  **Bologna Fiere**

in partnership with  **COSMETICA ITALIA**
the personal care association

Organised by: BolognaFiere Cosmoprof S.p.a. - Milan - ph. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 - info@cosmoprof.it

parlux3200[®] PLUS

RESTYLING TECNOLOGICO



PIÙ POTENZA, PIÙ DURATA, PIÙ PROFESSIONALITÀ!

Motore professionale

Durata: 2000 ore

Potenza: 1900 Watt

Portata d'aria: 71 m³/h

Molto silenzioso

Eco Friendly


THE HAIR CHOICE

MC2



AMMONIA
FREE



NO ADDED
PPD & RESORCINE



ECO
FRIENDLY



VEGAN
FRIENDLY



ARC

Active
Revitalizing
Complex



VEGAN
FRIENDLY

NATURAL & BIO
INGREDIENTS

ilovesensus.it



@Sens.ùs



@sensus_hairlovers



Colorare e ristrutturare allo stesso tempo? Adesso puoi con MC2 e NECTAR Restructuring System



DOWNLOAD SENSUS APP





www.everygreen.it

EVERY Green

FOR YOUR HAIR, BEYOND **NATURE**

SLS FREE - SLES FREE - MINERAL OIL FREE -
PARABEN FREE - COLORANTS FREE SILICONES FREE -
ALLERGEN FREE FRAGRANCE/FRAGRANCE FREE FORMULA* -
ORGANIC EXTRACTS
100% MADE IN ITALY



LOW AMMONIA FORMULA

CON MIX DI **OLII BIOLOGICI NUTRIENTI**

100% SENZA SILICONI

100% SENZA RESORCINA

100% SENZA PARAFENILENDIAMMINA

CON PROFUMO SENZA ALLERGENI

NICHEL TESTED*

*nichel (< 0,0001%)

müster
furnishing division



splendente

Art. 3702/L

postazione operativa bifacciale
illuminazione frontale a LED
e con piano in legno curvato

www.studiokey.it

MÜSTER & DIKSON S.P.A.
www.muster-dikson.com



muster
PROFESSIONAL EQUIPMENT



Generatore di infrarossi: favorisce sempre la corretta idratazione del capello.

duecinquanta
ionic & infrared

Art. 24354



FINO A 250° C
Superba anche sui capelli afro!

Silicon rails:
Guida la ciocca e lucida i capelli!

Placche flottanti:
aderiscono perfettamente ai capelli durante il trattamento

Placche ceramizzate al Titanio
Meno stress: accarezza dolcemente i capelli e stira in una sola passata

Profilo di chiusura sigillato:
evita che i capelli si infilino a lato della placca

Generatore di ioni:
stop all'elettrostaticità dei capelli

Display digitale

Pulsante di accensione

Pulsanti di controllo della temperatura:
sono interni e non puoi pigiarli erroneamente

Contatto rotante e basculante:
massima praticità

Cavo 3 mt



34 BIANCO

33 NERO



*Libera la tua fantasia e
scopri le infinite sfumature del*

BIONDO PERFETTO

NEW

BLOND³EGO
IL NUOVO MONDO DELLA DECOLORAZIONE

**BALAYAGE
AD EFFETTO 3D
PER BIONDI
MORBIDI E NATURALI**



**SCHIARITURE
INTENSE E DEFINITE
ULTRA LUMINOSE
FINO A 9 LIVELLI**

#SpecialeColore



#blond specialist

Perché si diventa specialisti del biondo?
Che impatto ha sul business? E sulla clientela?
Viaggio alla scoperta del “re” delle colorazioni... *Laura Castelli*

Gioie e dolori di sua maestà il Biondo. Sicuramente il colore più amato dalle clienti in salone, ma anche quello più difficile da ottenere. Ad essere in agguato, il temutissimo riflesso arancione ma anche la realizzazione dei desideri delle donne, a cui - tutti concordi - bisogna anche saper dire di no. Priorità di base: la salute del capello e un'approfondita consulenza personalizzata. Tutti in salone realizzano 'biondi', ma ci sono hairstylist che ne hanno fatto il loro cavallo di battaglia, specializzandosi. Estetica ha intervistato alcune tra le realtà italiane più note, per conoscere a fondo problematiche e vantaggi di questa scelta. Ecco cosa raccontano...

Specializzarsi: scelta vincente ?

“Il biondo mi ha sempre appassionato: è il colore più difficile da realizzare e amo le sfide” racconta **Sebastiano Attardo@Imago, Milano**. “Il mondo della colorazione non è solo arte: occorrono studio e metodi innovativi per ottenere sui capelli il risultato che si desidera. A tanti colleghi manca una vera conoscenza colorimetrica: agiscono in modo automatico, sovente involontario. Occorre padroneggiare perfettamente la teoria per ottenere il risultato che si vuole, senza derive indesiderate. Per questo ho messo a punto l'Armocromia, un metodo di sfumature che insegno in Master Class private e che permette di ottenere sfumature di biondo molto naturali, anche se si parte da una base scura. Non si creano righe e non si generano riflessi giallo arancio.”

“Coltiviamo la passione per il biondo da 15 anni - racconta **Nicola Costantino@I Love Blond, Firenze** - a differenza di tutti i colori, il biondo è un non colore: pur non colorando il capello, si dà vita a qualcosa di unico. Realizzare un biondo richiede molta conoscenza tecnica, sia del prodotto sia delle tecniche e dà totale libertà di espressione artistica; ecco perché mi piace definirlo il colore dell'arte. Il settore dei parrucchieri si è molto evoluto: oggi per fare la differenza occorre essere altamente specializzati. Meglio concentrarsi su un argomento e farlo in maniera eccellente, che proporre il tutto per tutti, che non funziona più. In termini di business implica la necessità di mantenere questa promessa di eccellenza, che ovviamente incide sui costi ma che si collega all'erogazione di un servizio di qualità superiore.”

“Ho scelto di rivolgermi a un target unico di clientela - dichiara **Nicola Zanivan@Life is Blond, Torino** - per dare risposte certe a specifiche richieste di schiaritura. Ho abbandonato il salone 'generalista' a favore della specializzazione su un unico servizio, quello del biondo, che comporta grande preparazione tecnica e profonda conoscenza dei prodotti. La combinazione dei due elementi consente di dare maggior forza alle scelte fatte insieme alla cliente: talvolta comporta anche doverle dire di no quando non è possibile ottenere la schiaritura richiesta. Le clienti apprezzano questa onestà: sanno che se noi non possiamo accontentarle, è inutile provare da altri. In termini di business la specializzazione rappresenta un fattore premiante, poiché mediamente la cliente bionda, o che vuole diventarlo, è una donna disponibile alla spesa, sensibile alla cura dei capelli e al mantenimento del riflesso. Anche se è esigente, con richieste spesso molto complesse. Per avere una redditività dalla specializzazione nei biondi è fondamentale acquisire le competenze necessarie, padroneggiarle perfettamente e applicarle con serietà, in modo che le clienti siano sempre soddisfatte.”

Preparazione
tecnica, conoscenza
dei prodotti,
clienti soddisfatte:
le key-word del
saloni di successo.





**Il salone specializzato
deve mantenere
una promessa di
eccellenza**





Per l'Estate 2019 c'è Candy Cake

Una nuova tecnica di schiaritura ispirata al mondo della pasticceria perché realizzata con fogli tondi di carta ricamati, simili a quelli utilizzati per i dolci, al posto della carta stagnola. L'effetto finale è simile a uno shatush, ma più naturale. "Ideale per chi si avvicina per la prima volta alle schiariture o per chi desidera un effetto ricrescita sull'attaccatura" sottolinea Fabio Marchina@Marchina Hair Styling, a Milano. A rendere più divertente la tecnica, la candy cream: miscela utilizzata per tonalizzare il colore presentata al lavaggio all'interno di coppe gelato. Da Instagrammare subito.



I "costi" dei biondi: puntare a una élite?

S.A.: "Il biondo non è il colore del risparmio. È un lusso: occorrono tante ore, a volte più sedute, per ottenere un certo risultato. Quando si decolora, si deve anche necessariamente ricostruire il capello con quanto di meglio si ha in salone. E occorre usare i tonalizzanti: spesso i colleghi - per risparmiare - tonalizzano con il colore, usando un prodotto che hanno già. Ma i tonalizzanti sono prodotti specifici che hanno un ph acido, tengono le squame chiuse quindi ripristinano la fibra capillare. E vanno utilizzati anche se il colore ottenuto è già perfetto, per una ragione cosmetica e chimica: in questo caso si ricorre a un clear, in modo da chiudere le squame, aperte dalla decolorazione, e ottenere un capello lucido".

N.C.: "Il biondo in termini di business fa incassare molto, ma ha anche alti costi di realizzazione, se si vuole un lavoro impeccabile. Legato a ore di formazione e all'utilizzo di prodotti all'avanguardia. Nel mio salone facciamo sempre un preventivo di spesa dettagliato. Che per una trasformazione varia dai 190 ai 350 euro, a seconda del tipo di progetto che si intende realizzare e dalla base da cui si parte. I tempi vanno dalle 2 ore e mezzo fino alle 4, anche in base ai tempi di posa che richiedono i prodotti che, importantissimo, oltre a schiarire devono proteggere il capello da eventuali rotture".

N.Z.: "Il biondo è una richiesta trasversale e fortemente sentita. Spesso una donna che desidera avere i capelli chiari è determinata ad essere bionda a tutti i costi, anche se molto giovane, anche se studentessa. Magari rinuncia ad altre spese pur di realizzare il suo sogno. Perciò non la considererei una questione di élite, quanto di target di clienti. Per agevolare l'accesso ai servizi, che possono raggiungere cifre anche considerevoli, abbiamo pensato a formule di abbonamento, analoghe alle rateizzazioni, che consentono di affrontare con serenità sia la realizzazione, sia il mantenimento del biondo ottenuto, soprattutto per un pubblico molto giovane".

Decoloranti: invasività 'necessaria' sul capello ?

S.A.: "I decoloranti hanno sicuramente una invasività importante sul capello perché vanno a eliminare i pigmenti e a sensibilizzare i ponti di zolfo: in pratica lo vanno a svuotare all'interno. Oggi però i prodotti che utilizziamo sono super delicati e, per quanto mi riguarda, non vado mai a decolorare a 30/40 volumi, ma uso ossidazioni veramente molto basse per avere una schiaritura più pulita, che rimane nel tempo e non va a sensibilizzare il capello. Perché il problema sta sempre tutto nella decolorazione: se non si raggiunge un giusto tono di schiaritura subito, poi ci si aiuta con il tonalizzante, che però agisce su una base che già esiste. Per cui se nell'immediato il risultato può anche funzionare, la base rimane gialla-arancio e dopo qualche lavaggio il riflesso è visibile dalla cliente".

N.C.: "Il decolorante è l'ingrediente fondamentale per la nostra specializzazione, sul mercato ci sono decoloranti e decoloranti, quindi fondamentale è la scelta di un prodotto altamente performante. In salone, prima di realizzare un progetto e decolorare, valuto sempre oggettivamente la struttura dei capelli attraverso una microcamera HD, che mi dice esattamente se un capello riuscirà o no a sopportare determinati livelli di schiaritura. E in ogni caso è di fondamentale importanza l'utilizzo, insieme al decolorante, di un prodotto additivo. Questo rallenta molto la velocità di schiaritura - ecco perché un biondo impeccabile può richiedere oltre 3 ore di lavoro - ma protegge il capello da eventuali rotture e garantisce un risultato di eccellenza".

N.Z.: "Oggi i prodotti sono molto più performanti rispetto a qualche anno fa, hanno il plex già integrato. Io sono comunque sempre alla ricerca del migliore: provo tutte le novità, tant'è che il mio magazzino è ormai diventato un museo del decolorante, perché contiene tutte le marche possibili. Parallelamente è molto intensa la ricerca sui sistemi per riuscire a 'smontare' la colorazione senza l'utilizzo del decolorante, ovvero per slegare le molecole che compongono il colore artificiale, anche se scuro, e ottenere toni di schiaritura funzionali alla successiva lavorazione. Si tratta di un utilizzo particolare del cosiddetto 'superschiarante', utile in questo caso alla rimozione del colore chimico, al fine di ottenere vari livelli di schiaritura senza rovinare il capello. Una volta rimosso il colore si può utilizzare la decolorazione, ricorrendo a bassi volumi per evitare danneggiamenti. Si lavora più sul tempo che sulla forza".



I consigli di Carla Bergamaschi @5zero5.it

Il biondo è femminile e può rafforzare la personalità della donna. È romantico, sexy, aggressivo: ma deve essere curato, perché se trascurato può involgarire. Per una giusta diagnosi, in caso di biondo totale, controllare cute e struttura; se naturale o se colorato cosmeticamente. Informarsi su cosa la cliente ha fatto negli ultimi 2 anni e definire con lei il

colore che dona di più alla pelle/viso con strumenti atti a stabilire se utilizzare colori caldi o freddi. Fondamentale creare un progetto: se il capello è totalmente da schiarire, preparare il prodotto unito ad additivi ristrutturanti, iniziare la decolorazione da lunghezze e punte e non usare un ossidante con volumi più alti di quelli consigliati. La cute deve respirare e il capello va tenuto in leggerezza; la posa va dai 45/50 minuti. Al termine non lavare ma togliere il prodotto delicatamente con pettine e asciugamano, per non stressare la cute. Quindi ripetere la decolorazione in cute. Dopo la posa risciacquare e dopo lo shampoo delicato passare alla pastellatura con un colore senza ammoniaca. Se il biondo è parziale, va considerato come un colore estetico: il chiaro allarga e alleggerisce, mentre lo scuro crea profondità e restringe. Nei biondi parziali è importantissima la sfumatura tra radice e punte, che è la firma della vera eleganza. Infine se si deve riportare il capello decolorato al naturale, fare una ripigmentazione rame/dorato rame con un prodotto non in crema e senza ammoniaca. Passare il prodotto sui capelli e poi il colore. Quindi detergere con lo shampoo per capelli colorati.



Focus consulenza: come dire no alla cliente ?

S.A.: “Il punto-consulenza è il cardine, perché il biondo è un sogno che bisogna saper tradurre. Per questo nasco con la consulenza d'immagine: è fondamentale imparare ad ascoltare, altrimenti facciamo sulla testa della cliente quello che vogliamo noi parrucchieri, senza dare corpo alle sue reali aspettative. In ogni caso, qualsiasi esse siano, se i capelli sono troppo sensibilizzati non faccio alcun lavoro colore. Perché parto dal presupposto che una bella testa si ha solo quando il capello è sano. Se così non è, prima occorre ristrutturarli: un 'no' ben spiegato va detto senza paura. Se si facesse il lavoro, il risultato parlerebbe male del salone”.

N.C.: “La consulenza è imprescindibile per la realizzazione di un biondo impeccabile: è una fase senza cui non potrei immaginare di procedere. Da noi è strutturata in un tempo che varia dai 30 ai 45 minuti: può sembrare molto, ma consente alla cliente di risparmiare ore di lavoro e di spese, magari correggendo

un progetto non adatto per lei. Specie in questo momento, in cui i social influiscono per l'80% nel determinare le tendenze: capita spesso che una donna arrivi in salone con una foto presa da Instagram richiedendo un effetto che non sempre è quello che la valorizza. Ed è qui che è determinante la fase di ascolto approfondita e il dialogo”.

N.Z.: “Accompagniamo la cliente nella scelta servendoci di foulard di seta da indossare: il contrasto con la pelle del viso dà una preview dell'effetto desiderato rispetto all'incarnato. Questi foulard presentano diverse tonalità, molto calde come il giallo e l'arancio o molto fredde come il lilla, il rosa, l'argento. L'accostamento al viso fa sì che la cliente possa comprendere facilmente ciò che comporta avere un certo tipo di riflesso oppure un altro, così da scegliere insieme la tipologia di biondo più adatta. In caso di reale impossibilità a realizzare il biondo richiesto a causa di capelli molto danneggiati, possiamo comunque dare una valida risposta proponendo l'applicazione di extension, ormai disponibili in tutte le nuance e con una qualità di capello indiscutibile”.

Riflessi indesiderati: come si evitano?

S.A.: “I biondi che desiderano le donne tendenzialmente sono freddi. Vogliono i beige, sabbiati, i biondo burro. Nuance che magari possono essere calde come tono, ma certo mai giallo o arancione. Fondamentale fare la decolorazione con ossigeni bassi, usare tonalizzanti specifici e ricostruire il capello. Poi però c'è un ultimo passaggio, determinante per avere un bel biondo: la manutenzione. Perché 365 giorni l'anno i capelli sono in testa alla cliente, non da me in salone, quindi è importante che li curi lei a casa, nella quotidianità. Io posso fare un super lavoro ma poi se non lo si gestisce nel tempo è come fare la liposuzione e mettersi a mangiare!”

N.C.: “L'effetto giallo/arancio è probabilmente il più odiato ma anche quello che deriva dall'ossidazione, che è un processo naturale. Per evitarlo, fondamentale è la costruzione del biondo: capire che tipo di tecnica di schiaritura utilizzare in base al colore naturale o artificiale che ha la cliente. In fase di schiaritura è bene non avere riflessature che però, fisiologicamente per mille motivi di porosità del capello o altro, possono emergere e che un professionista corregge con l'utilizzo di tonalizzanti. Poi occorre la cura a casa: in salone abbiamo 5 differenti tipi di shampoo a seconda della tonalità di biondo che realizziamo. Infine una manutenzione programmata con tonalizzanti almeno una volta ogni 20-30 giorni, per far sì che il biondo sia sempre brillante, non si opacizzi e non faccia uscire il fastidioso riflesso. Anche una limitazione di utilizzo di phon e piastra fa sì che il processo di ossidazione venga rallentato al massimo”.

N.Z.: “Il riflesso più indesiderato dagli ultimi cinque o sei anni è il giallo, ovvero l'eccessiva doratura del capello data dall'ossidazione. Si può contrastare con una manutenzione mensile dal parrucchiere, che esegue una ritonalizzazione tono su tono, oppure con l'uso di opportuni prodotti professionali a casa, dal classico shampoo antigiallo alle maschere, sempre più performanti, con pigmentazioni sul lilla, in grado di contrastare le dorature indesiderate. Ma è una questione di tempo e di mode: probabilmente tra qualche anno non ci sarà più necessità spegnere i toni dorati ma, al contrario, di enfatizzarli”.

Il biondo ha un'anima doppia. Appariscente o naturale. Strategica la consulenza

ESTETICA HA INTERVISTATO...



Sebastiano Attardo *Imago*

Specialista del biondo con la sua esclusiva tecnica “Armocromia”, che insegna in Master Class a numero chiuso, e consulente di immagine di vari personaggi della moda, del cinema, della musica e della tv. È direttore del suo Concept Store Deluxe Fashion & Beauty, in centro a Milano, location multifunzionale dove attenzione alla cura e al dettaglio vengono offerti ad ogni cliente, valorizzato al meglio nel rispetto della sua personalità.
www.imagoequipe.it
imagomil@gmail.com
IG [imago_sebastiano_attardo](https://www.instagram.com/imagen_sebastiano_attardo)



Nicola Costantino *I Love Blonde*

Parrucchiere da oltre trent'anni, porta avanti da tempo la specializzazione nel biondo, sua passione/ossessione. In passato, quando non esistevano i prodotti tecnologici di oggi, tonalizzava la riflessatura gialla utilizzando il contro colore viola, sciogliendo carta carbone in acqua. Art Director del salone I Love Blonde, a Firenze, trae la sua motivazione dal realizzare i sogni delle clienti e vederle lasciare il salone con il sorriso.
www.iloveblonde.it
info@iloveblonde.it
IG [iloveblondefirenze](https://www.instagram.com/iloveblondefirenze)



Nicola Zanivan *Life is Blonde*

Torinese, classe 1967, si affaccia giovanissimo alla professione di acconciatore in un salone della tradizione di Torino. Nel 1992 apre il suo primo salone e nel 1995 il secondo in Crocetta, il quartiere più esclusivo della città. Successivamente crea la catena di negozi Oranjoy, caratterizzati da lavorazioni rapide e accessibili, a cui seguono altri saloni sul territorio. Dal 2018 ha rivoluzionato il salone storico Zanivan trasformandolo in Life is Blonde, con un concept unicamente dedicato alle bionde.
www.nicolozanivan.com
zanivanparrucchieri@gmail.com

Focus prodotto: a tutto biondo!

ARPÈGE OPERA (1) Due polveri decoloranti ispirate al mondo dell'alta cosmesi. Black Soul Déco, polvere decolorante nero antracite formulata con argilla, che secca all'esterno ma continua a schiarire all'interno e White Voice Déco. Entrambe senza ammoniacca e arricchite da Bond Rebuilder System.

PULP RIOT (2) Le colorazioni Blond AF schiariscono velocemente senza danneggiare i capelli e sono delicate sulla cute. Blonde AF è vegan, tra i suoi ingredienti ci sono quinoa, olio di argan e olio di cartamo. Inoltre protegge e nutre grazie agli estratti di alghe per trattenere l'idratazione.

TOGETHAIR (3) White Deko Professional 9+ è la polvere decolorante bianca arricchita con olio di semi di acai. La formulazione decolora fino a nove toni. Agisce in modo progressivo e permette un facile controllo del livello di schiaritura. Ideale per tutte le tecniche di decolorazione e decappaggio. L'olio di semi di acai crea una barriera protettiva e garantisce l'idratazione del capello.

ELGON (4) La nuova Cream Bleach è una crema decolorante in grado di schiarire fino a 6 toni, con una texture più delicata rispetto a una tradizionale decolorazione in polvere. Arricchita con cera d'api, garantisce un'ottima performance, lasciando i capelli protetti e idratati. Adatta a tutte le tecniche di schiaritura, è ideale per decolorazioni complete che partono dalla ricrescita.

MAXXELLE (5) Eye Candy Bleaching Butter è il nuovo decolorante in burro a basso contenuto ammoniacale, in grado di garantire elevati risultati di schiaritura senza aggredire né intaccare la struttura del capello e con un'azione delicata e protettiva sulla cute. Mentre Eye Candy Pigmented Bleaching Butter è il decolorante pigmentato in burro a basso contenuto ammoniacale, disponibile in 9 diverse tonalità di colore.

NIKA BEAUTY EXCELLENCE (6) Nella linea Frozen Blonde ecco la novità assoluta Free-Hand Lift, una polvere decolorante compatta per tecniche a mano libera arricchita con argilla che permette di schiarire fino a 7 toni assicurando allo stesso tempo il massimo comfort, con un'azione delicata su cute e capelli.

ALTER EGO ITALY (7) I nuovi decoloranti della gamma Blondego consentono di ottenere schiariture intense e definite ultraluminose fino a 9 livelli. Inoltre è possibile realizzare balayage ad effetto 3D per biondi morbidi e naturali.

RICA (8) I nuovi decoloranti della linea Newday sono formulati con materie prime scelte ad hoc per rispondere a tutte le esigenze del capello durante la decolorazione. Come la gomma di guar, il bisabololo, l'aloe barbadensis e la cheratina idrolizzata.

ITELY HAIRFASHION (9) Nasce la linea Oh My Blonde!, un innovativo sistema di decolorazione per creare con facilità nuovi look, dal total blonde al balayage, dal sun kissed effect al tiger eye, in totale sicurezza. I prodotti sono arricchiti da una formula che protegge la struttura del capello durante il processo di schiaritura e tonalizzazione per renderla più forte ed elastica.

PH LABORATORIES (10) Una nuova polvere super schiarente che idrata e condiziona delicatamente il capello: Absolute Blonde Bleach per biondi luminosi e schiariture estreme, fino a 9 toni, senza compromettere la naturale morbidezza del capello.

MATRIX (11) Arriva Colorlast Purple Shampoo di Biolage per un biondo sano e naturale. Gli ingredienti naturali, come fico e orchidea, neutralizzano i riflessi gialli, mentre mantengono ed accentuano il biondo freddo.

FANOLA (12) No Yellow Color è una nuova linea professionale dedicata ai capelli biondi, decolorati e schiariti per realizzare biondi assoluti e impeccabili. Un sistema in grado di ottimizzare e neutralizzare l'effetto giallo indesiderato durante il servizio tecnico in salone.

VITALITY'S (13) Ice9 è il sistema di decolorazione in grado di realizzare una decolorazione a regola d'arte: professionale, affidabile, omogenea, brillante e in totale assenza di riflessi caldi. La sua tecnologia permette di raggiungere 9 toni di schiaritura in tutta tranquillità, ottenendo così un biondo freddo perfetto.

Prodotti performanti per soddisfare le esigenze del biondo: decolorare, tonalizzare, ristrutturare



Product power

Consistente l'investimento delle aziende per rendere il servizio colore sempre più creativo, bello, sicuro e professionale. Qui le novità per il servizio top in salone. *Glorianna Vaschetto*

1. ECHOSLINE All'interno della gamma Karbon 9, Charcoal Color è la nuova linea di colori al carbone vegetale, dalla texture grigia, pensata per esaltare la purezza dei capelli colorati. **2. K-TIME** La Color Code Silver maschera antigiallo è indispensabile per trattare i capelli bianchi, grigi o decolorati, infatti amplifica l'effetto antigiallo dello shampoo, depositando un'ulteriore quantità di pigmenti viola che neutralizzano i riflessi gialli derivanti da schiariture e decolorazioni, aiutando a ravvivare il colore. **3. KEMON** Ben tre sistemi per chi sceglie il colore. Yo Color System: un morbido composto senza ammoniaca, a base di velian complex di piante officinali lenitive oltre che bio e yogurt, che risulta piacevole da applicare, confortevole sulla cute, non esala e non irrita. Nayo: colorazione permanente delicata, dalla texture cremosa, priva di ammoniaca e fragranze, a pH alcalino. Oppure Yo Green: colorazione tono su tono in crema gel a pH tendenzialmente neutro. **4. SENS.ÛS** Due linee dedicate alle donne che amano in colore ma con intensità diversa: da un lato i Direct Pastel, colori diretti in crema dalle tinte pastello, dall'altro Direct Flou, sempre colori diretti in crema ma ideali per ottenere risultati accesi e vibranti. **5. DAVINES** View è il nuovo sistema di colorazione demipermanente a pH acido formulata con ingredienti di origine naturale dall'88% al 93% e ingredienti biodegradabili dal 95% al 99%. **6. INEBRYA** Kolor Vibes è la colorazione semipermanente in gel senza ossidazione, senza ammoniaca a pH acido per capelli naturali, colorati o decolorati. Permette colorazioni vibranti ed intense per un look più estremo o riflessature ad effetto gloss per un risultato più naturale. **7. GOLDWELL** La nuova linea Dualsenses Color Revive è l'ideale per ravvivare e intensificare il colore del salone tra una visita e l'altra. Color Giving Conditioner Color Revive e le nuove Root Retouch Powder Color Revive, entrambi disponibili in una scelta di nuance perfettamente coordinate con i colori Goldwell. **8. FUDGE PROFESSIONAL** Headpaint offre a tutte le donne che scelgono il suo colore la dolcezza delle proteine idrolate del riso, che penetrano in profondità, dell'olio di germe di grano arricchito di vitamina E che rende i capelli setosi e dell'olio di Limanthes Alba.



Ad ogni stagione il suo colore! L'hairstylist ha il compito di consigliare le soluzioni più adeguate per ogni richiesta.

Fudge



Inebrya



Formulazioni innovative ed attenzione alla salute del capello: il colore è brillante e luminoso



Scopri tutte le novità colore per capelli sempre al top





Paul Mitchell

Indola



Clienti sempre più esigenti in fatto di colore e hairstylist che uniscono il loro estro creativo al desiderio di capelli sani, in forma e ricondizionati, anche grazie al colore.

1. REVLON PROFESSIONAL Magn±t™ è la linea innovativa per combattere l'inquinamento e i suoi effetti sui capelli colorati. The Pollupl±x™ System è una combinazione avanzata di antiossidanti, che rinforzano la fibra capillare e creano una protezione.

2. SCHWARZKOPF PROFESSIONAL True Beautiful Honest è la nuova proposta colore che rispetta ed illumina i naturali riflessi chiaro-scuro del capello, e garantisce perfetta copertura dei capelli bianchi. Tonalità brillanti con delicate sfumature iridescenti soddisfano i desideri di ogni cliente.

3. WELLA PROFESSIONALS Nuove nuance per Color Touch, la colorazione semipermanente senza ammoniaca che offre risultati multisfaccettati. La New Violet Collection presenta Biondo Medio Perla Violetto e Biondo Chiarissimo Perla Violetto per ottenere le sfumature fredde e un effetto smokey blonde; completano la serie il Biondo Chiarissimo Cendré Violetto e il Biondo Platino Violetto.

4. PAUL MITCHELL La gamma del colore demi-permanente The Demi si amplia con l'ingresso di quattro delicate nuance fredde: Pearl Ash, Ash, Blue Violet e Violet.

5. COTRIL Glow è la colorazione gentile tono su tono che colora delicatamente donando la massima brillantezza e rispettando la natura del capello. Le sue formule innovative in crema e in gel, caratterizzate da una piacevole profumazione, non contengono ammoniaca e sono ideali per minimizzare la sensibilità cutanea senza rinunciare alla garanzia di un risultato tecnico ultra professionale.

6. NIKA BEAUTY EXCELLENCE Presenta la nuova crema colorante Grace, che garantisce prestazioni elevatissime con un eccezionale potere condizionante, rinunciando a sostanze come ammoniaca, PPD e resorcina in favore di ingredienti naturali come olio di avocado, estratto di mirtillo e proteine delle noci pecan.

7. JEAN PAUL MYNÈ Color Juice è la colorazione in crema che ha sostituito l'acqua con l'aloe vera ed una serie di sostanze che migliorano il benessere di capelli e cute durante la colorazione. La spirulina migliora la lucentezza grazie alla sua ricchezza di vitamine e minerali e l'olio di crusca di riso ha un'azione fotoprotettiva per una maggiore durata del colore nel tempo.

8. INDOLA Il nuovo XpressColor: rapidità del servizio con risultati colore ottimali e una copertura perfetta dei capelli grigi e bianchi. La cheratina contenuta accelera la penetrazione dei micro pigmenti, rendendo il tempo di posa del colore 3 volte più veloce rispetto a quello tradizionale. Con il servizio XpressColor si ottengono proposte colore innovative e una copertura fino al 100% in soli 10 minuti.

9. LA BIOSTHÉTIQUE La maschera Protection Cheveux 3 Mask Volume garantisce capelli belli, vitali, stabili e più voluminosi. Ripara il capello ridonandogli la sua originaria bellezza. Ideale se utilizzata in combinazione con Protection Cheveux Complexe 3 Spray e al trattamento in salone Protection Cheveux: in questo modo garantisce la durata nel tempo dei preziosi risultati conseguiti: luminosità eccelsa, energica elasticità e massima morbidezza.



1



Sens.us



2



3



4



5



6



7

1. **NYCE** E.C.O. è la nuova colorazione, della famiglia di Color Oil ad ossidazione permanente per soddisfare le crescenti esigenze di allergie e intolleranze e delle donne orientate alla ricerca del benessere. 2. **PH LABORATORIES** Argan & Keratin Color è una crema colorante in gel, senza ammoniacca, che dona un colore intenso, luminoso, di lunga durata e una perfetta copertura dei capelli bianchi. Il profumo delicato rende piacevole il trattamento, mentre la formula arricchita con olio d'argan e cheratina assicura al capello idratazione e morbidezza. 3. **ALFAPARF MILANO** Evolution Of The Color presenta 6 nuovi colori, complessi e sofisticati, ricchi di sfumature diverse che mutano interagendo con la luce. Le 6 nuove nuance sono nate unendo all'ingegno dei propri formulatori la tecnologia di un nuovo mixer automatico collegato ad un software che tiene in memoria le oltre 2000 nuance esistenti. 4. **MAXIMA COSMETICS** Nook Virgin Again Hair Elixir è un booster spray, senza risciacquo, dedicato ai capelli colorati e trattati, che grazie ad una speciale sinergia di attivi dalle proprietà detox e antinquinamento, agisce depurando la fibra capillare da smog, sostanze inquinanti e residui di metalli pesanti. 5. **SCHWARZKOPF PROFESSIONAL** Igora Vibrance è la colorazione demi-permanente extra idratante con una formula liquida che può facilmente trasformarsi in gel o crema. I capelli sono più protetti grazie al Moisture Protecting Complex con Aquaxyl™ Technology, che controlla il livello di idratazione dall'interno in modo da stabilizzare la struttura di ogni fibra capillare. 6. **MATRIX** Keep Me Vivid è la nuova linea dedicata ai capelli colorati perché restino vividi e brillanti a lungo. Quattro prodotti da usare a casa: shampoo, conditioner, crema brillantezza e spray per un colore luminoso e vivo. 7. **ARPÈGE OPERA** Melody è la colorazione priva di ammoniacca e con texture crema-olio, che assicura il massimo rispetto per la fibra capillare e limita le riflessature arancio nelle tonalità medio scure. 32 nuance che offrono la possibilità di ottenere infinite tonalità. Con 7 colori naturali, 24 nuance fantasia e 1 nota pura per addolcire le nuance o ravvivare e rivitalizzare un riflesso, Melody è la risposta a tutte le esigenze colore.



INNOVATION
2019



MAGN±T™

Uno scudo contro l'inquinamento per un colore sempre vibrante.

Scopri Magn±t™ e il suo potere di garantire il miglior risultato colore.

La prima e innovativa linea con Pollupl±x™ System pensata per contrastare l'aggressione degli agenti inquinanti ambientali.

Come un campo magnetico, questa gamma innovativa **respinge** i fattori inquinanti, **attrae** la vera espressione del colore e protegge la fibra capillare.

Non lasciare che l'inquinamento ostacoli il fascino del tuo look.

REVLON
PROFESSIONAL®

Create Boldly. Live Boldly.

Circular Economy

Il futuro della bellezza parla il linguaggio dell'economia circolare. Un nuovo modo di immaginare prodotti e processi di produzione virtuosi, poco impattanti, eco-sostenibili. *Lucia Preziosi*

Il modello economico lineare 'take-make-dispose' - prendi, usa e butta - non è più considerato un modulo sostenibile per il futuro del pianeta. Si tratta infatti di un modello economico dove il valore è dato dal prodotto stesso, dove l'innovazione tecnologica punta a rendere rapidamente obsolete le referenze stimolando i consumatori ad acquistarne di nuove, a consumare e produrre rifiuti in grande quantità. Considerato una delle principali cause dell'inquinamento e del cambiamento climatico, il modello lineare deve dunque lasciare spazio ad un modello circolare che durante tutte le sue fasi - dalla progettazione alla produzione, dal consumo al fine vita del prodotto - sia in grado di limitare l'apporto di materia ed energia in ingresso e di minimizzare scarti e perdite. Questo nuovo approccio economico, pensato per potersi rigenerare da solo, è stato tema di due convegni tenutisi al Cosmoprof Worldwide Bologna 2019: il convegno internazionale di Cosmetica Italia "Il tempo della bellezza consapevole. Consumi, regole e imprese verso l'economia circolare" e il convegno Icea dal titolo "Cosmesi biologica e naturale: certificazione Cosmos ed Economia Circolare verso un uso efficiente delle risorse". Come ha spiegato Cosmetica Italia, "la Commissione Europea definisce economia circolare quel modello dove il valore dei prodotti, dei materiali e delle risorse è mantenuto

La catena dell'economia lineare evolve in un modello ciclico che affonda le sue radici in tre R: riduci, riusa e ricicla.

RECYCLE

SEPARATE WASTE MATERIALS
COMPOST
CHOOSE RECYCLABLE

REUSE

USE THINGS MORE THAN ONCE
REPAIR
RECYCLE

REDUCE

AVOID WASTE!
BUY LESS
CONSERVE WATER



nel sistema economico il più a lungo possibile, attraverso efficienza e attività di prevenzione, riuso, raccolta e riciclo dei rifiuti”. Un nuovo modo di produrre e distribuire beni e servizi con lo scopo di massimizzare l’efficace utilizzazione delle risorse e diminuire l’impatto sull’ambiente riutilizzando i materiali in successivi cicli produttivi. Sono sei i modelli di business che si possono individuare seguendo questo approccio:

1. L’uso di materiali ed energie naturali e rigenerabili;
2. Il riciclo dei materiali;
3. L’upcycling, vale a dire la trasformazione di rifiuti in prodotti nuovi e diversi da quelli originali;
4. L’estensione della vita del prodotto, attraverso la riparazione, il riuso e la rigenerazione;
5. Le piattaforme di condivisione dei beni;
6. Il prodotto come servizio, in cui conta l’uso e non il possesso.

In generale, le imprese cosmetiche stanno dimostrando sempre più l’orientamento verso un approvvigionamento sostenibile delle materie prime rinnovabili e non, e a una migliore progettazione del packaging, ad esempio utilizzando materiale riciclato per la sua produzione e favorendone il prolungamento del fine-vita attraverso la sua riciclabilità.

E LA COIFFURE?

Sulla base dei dati raccolti, Cosmetica Italia afferma che il canale acconciatura è sempre più attento a questa tematica, con consumatori sempre più consapevoli e interessati all’impatto ambientale del cosmetico nel suo insieme. La messa in pratica di questo nuovo approccio passa attraverso, ad esempio, l’uso corretto dei prodotti, che significa un dosaggio senza sprechi, adeguato al tipo di trattamento, e un’accortezza in più nell’utilizzo delle risorse quali acqua e elettricità. Grande importanza riveste anche lo smaltimento appropriato degli imballaggi, favorendo la raccolta differenziata e la possibilità di riciclo. Anche Uala, sito e applicazione leader in Italia dedicato al mondo beauty, parla di parrucchieri sempre più sensibili e attenti a rendere la loro attività meno impattante. Intervistando un campione di oltre 250 saloni in tutta Italia è emerso che:

- **Plastica:** resta ancora uno dei principali ostacoli per un’attività sostenibile. Sembra infatti che solo poco più della metà (52%) dei saloni intervistati abbia sostituito le mantelline usa e getta con quelle lavabili e appena il 37% dei saloni predilige prodotti con confezioni in vetro e alluminio, più smaltibili rispetto alla plastica
- **Raccolta differenziata:** sembra essere una prassi ormai consolidata, con l’81% dei gestori di saloni che conferma di differenziare gli scarti
- **Energia:** il 56% degli intervistati ha dichiarato di aver fatto installare inverter e/o pompa di calore
- **Risparmio acqua:** quasi 1 salone su 4 (24%) ha installato rubinetti termostatici
- **Arredamenti eco-sostenibili:** 1 professionista su 3 (34%) ha ridotto l’impatto della propria attività utilizzando, quando possibile, arredamento creato con materiali di riciclo.
- **Prodotti bio:** quasi un salone su 5 (19%) dichiara di dotarsi esclusivamente di prodotti bio, mentre sommando i saloni che hanno risposto “prevalentemente/qualcuno”, la percentuale sale all’81%. Alto anche il numero di saloni che presta attenzione alla provenienza dei cosmetici che utilizza, in particolare al fatto che questi non vengano testati su animali: bel il 78%. L’attenzione agli animali, però, non si traduce sempre nell’acquisto di prodotti veg: oltre un salone su 3 (36%) ha dichiarato infatti di non avere neanche un prodotto vegano tra quelli esposti in salone.

E se solo il 7% dei saloni ha ammesso di non aver ancora adottato pratiche amiche dell’ambiente, vivere cercando di impattare sempre meno sul pianeta è diventata ormai una priorità per tutti. Anche per le aziende tricologiche che, sul prossimo numero di Estetica, saranno protagoniste dello 'Speciale Green' con prodotti bio, pack eco-friendly, strategie di mercato sempre più 'circular'.

ECONOMIA CIRCOLARE ANCHE PER L' E-COMMERCE

L’e-commerce accresce l’uso di prodotti usa e getta, di breve durata, non riparabili, difficilmente riciclabili, distribuiti con imballaggi voluminosi. Ecco perché, come ha sottolineato al Cosmoprof 2019 Giuseppe Dodaro della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile “gli indirizzi e le regole dell’economia circolare andrebbero estesi, in coerenza con quanto indicato dalle nuove Direttive europee, anche ai prodotti distribuiti con il commercio on line, anche se non sono fabbricati in Paesi europei.”. La vendita online tende, infatti, ad alimentare un modello di economia lineare che aumenta gli sprechi di risorse e, in modo consistente, anche la produzione di rifiuti, eludendo spesso la responsabilità estesa dei produttori e generando aggravati di costi a carico dei cittadini per la gestione dei rifiuti.



Sunny Time

Anche i capelli hanno bisogno di protezione in estate. Per i saloni la 'rivendita solari' è un plus importante. *Glorianna Vaschetto*

Capelli e sole: un amore difficile da gestire. Se tanto si parla di protezione per la pelle ancora poco lo si fa con i capelli. Il consiglio di hairstylist e cosmetologi è quello di non trascurarli sotto il sole, per evitare di ritrovarli molto danneggiati in autunno.

Durante la stagione estiva le chiome esposte ai raggi uv, alla salsedine e al cloro subiscono gli stessi danni della pelle che ha una capacità di auto-protegersi che i capelli invece non hanno. L'alterazione provocata dall'esposizione al sole (fotodegradazione) è irreversibile per il capello che in estate ha bisogno fondamentalmente di tre azioni: protezione, riparazione e idratazione.

I DANNI PIÙ FREQUENTI

L'estate è la stagione più complicata per i capelli. E gli acconciatori lo sanno perché a settembre hanno spesso a che fare con chiome 'disastrate'. Gli ultravioletti danneggiano la cheratina indebolendo il fusto, mentre la salsedine si deposita sul rivestimento naturale del capello intaccandone l'integrità e disidratandolo. Cosa accade, per la precisione, alla fibra? Può subire quattro tipologie di danno: l'alterazione delle proteine della cuticola, che porta a un aumento della porosità e alla perdita di luminosità lasciando i capelli ruvidi, sfibrati e opachi, con doppie punte; la degradazione dei pigmenti, dovuta a un eccesso di radicali liberi prodotti dal sole che la melanina fatica a gestire, con conseguente schiaritura e sbiadimento del colore, naturale e artificiale; la perdita d'acqua dovuta proprio all'esposizione che disidrata la fibra lasciandola secca e fragile; l'ossidazione dei lipidi con perdita di flessibilità e indebolimento dello stelo. Per questo il ruolo dell'hairstylist diventa fondamentale nel fornire alla cliente i consigli più giusti.

Aldo Coppola

Nella linea di protezione solare Aquamare, disponibile ora per capelli e corpo, tutte le proprietà benefiche dell'ambiente marino sono concentrate in un estratto biotecnologico a base di alghe brune, caratterizzato da un'intensa attività anti-aging. La linea hair è composta da: Shampoo, Milk, Mask, Filter e Olio secco.



System Professional

Propone 5 prodotti da utilizzare prima e durante l'esposizione al sole. In particolare il Sun Oil protegge in modo efficace i capelli naturali e colorati, mantenendo la giusta idratazione ed evitando lo sbiadimento del colore.



Schwarzkopf Professional

I solari BC Sun Protect, grazie alla combinazione di due ingredienti naturali - il nutriente olio di buriti, proveniente dalle regioni dell'Amazzonia, e le idratanti alghe marine - proteggono e donano lucentezza alle chiome che amano il sole. Da usare prima dell'esposizione il Protect Prep & Protection Spritz, uno spray con vitamina E che prepara, protegge e nutre i capelli.

Previa
Sun First Aid Kit è il trattamento specifico quotidiano. I prodotti (Shampoo e Biphasic Sun protection) sono in linea con la filosofia etica e sostenibile di Previa, vantano una percentuale di attivi naturali e certificati che varia dall'82 al 99,2%, e non contengono siliconi, parabeni, petrolati, oli minerali, tensioattivi aggressivi, coloranti.



Franck Provost

Due nuovi prodotti: Solar Active Shampoo e Solar Active Maschera. Entrambi con olio di rosa per mantenere i capelli brillanti e lucenti. Inoltre l'olio di rosa garantisce anche una protezione extra dei capelli colorati che non sbiadiscono al sole.



Solari: un mercato in crescita che aiuta il business



Vitality's

Nasce Epura Sun Care, cinque prodotti che hanno come ingrediente principale Pura Complex, il complesso botanico a base di genziana, arnica montana, pino silvestre, melissa, ginepro, iperico, attentamente selezionato per garantire un prodotto sicuro e biologico, dal seme all'estratto.

EveryGreen

EveryGreen Sun è la linea ideale per preservare la salute del capello, garantendo protezione, riparazione e brillantezza. La linea è composta da: Spray protettivo pre-sole, Shampoo restitutivo doposole e Siero rigenerante doposole.



Eksperience

La linea Sun Pro, formulata con estratti marini, è composta da Bagno Doccia, Crema Marina, Conditioner Idratante e da Cera ad acqua, la cera ideale per lo styling da utilizzare prima e dopo l'esposizione al sole, per un look effetto bagnato. Contiene filtro UV.

Togethair

Meet the Sun presenta Low Shampoo, una crema lavante senza schiuma a base di cactus messicano biologico e Milky Oil, uno speciale latte olio solare che mantiene idratato il capello preservandone la fibra capillare.

Actyva

Linfa Solare di Kemon/Actyva presenta una tecnologia esclusiva basata sull'azione sinergica di principi funzionali antiossidanti, protettivi, rigeneranti e restituitivi. Una linea creata per soddisfare le specifiche esigenze di protezione, idratazione e nutrizione di pelle e capelli durante tutto l'anno durante la stagione estiva.



Cotril

Si rinnova la classica linea Beach: nuove formule, nuovi colori, nuove fragranze, nuovo packaging e nuovi prodotti ancora più performanti per una linea specifica e dermatologicamente testata per prevenire e proteggere i capelli e il corpo dai danni del sole.

Goldwell

Dualsenses Sun Reflects presenta tre prodotti che, grazie alla nuova tecnologia e al pantenolo, offrono ai capelli un trattamento intenso nel periodo estivo. Spray, Shampoo e Treatment da usare per avere capelli protetti e reidratati.

Kemon

Due prodotti per la linea Liding Bahia: Shampoo Hair&Body e Spray Dissetante Hair&Body. L'estratto di semi di girasole all'interno delle formule ha un forte potere antiossidante ed aiuta a contrastare gli effetti dannosi dei raggi ultravioletti.



Wella Professionals

Invigo Sun è un kit semplice ed essenziale, da portare sempre con sé, in viaggio e in spiaggia. Con pro-vitamina B5, che dona ultra-idratazione dopo l'esposizione al sole, vitamina E, per proteggere i capelli dai danni provocati dal sole e una leggera fragranza al fiore di arancia, che dona un piacevole effetto freschezza. Tre prodotti: Hair & Body Cleanser, After Sun Conditioner e Protection Spray.



La Biosthétique

Quattro i prodotti Soleil per l'estate: Shampoo, Spray Express e Creme Soleil a cui si aggiunge l'indispensabile Laque Soleil. Quest'ultima, è una lacca non aerosol per capelli, ad asciugatura rapida, con filtro UV resistente all'acqua, ideale per tutte le situazioni in cui si ha bisogno di dare forma ai capelli anche sotto il sole.



Aveda

La linea Sun Care si distingue per un aroma rinfrescante, leggero e tropicale a base di cisto selvatico, neroli e ylang-ylang di origine biologica certificata e di altre essenze pure derivanti da piante e fiori che proteggono dal sole, dal cloro e dal sale. Tre prodotti: Sun Care Hair and Body Cleanser, Sun Care After-Sun Hair Masque e Sun Care Protective Veil.

Sotto il sole: per una chioma curata e protetta

L'Oréal Professionnel

Nella linea Solar Sublime tre prodotti: Spray, Shampoo e Maschera, tutti con aloe vera. L'aloe vera è una pianta grassa dalle molteplici proprietà benefiche, che ripara e dona forza alla fibra capillare, nutre e idrata in profondità i capelli esposti al sole.



Kérastase

Nella linea Soleil ecco il nuovo Huile Sirene, l'olio spray bifasico. Un vero elisir di bellezza con estratto di noci di babassu, famoso per le sue proprietà anti-age ed emollienti. Dona ai capelli lucentezza, corposità e morbidezza.



Shatush

I prodotti Shatush Suncare sono formulati con la preziosa miscela Indian Chai Tea, con azione antiossidante, nutriente e idratante, ottima per la rigenerazione di cute e capelli disidratati. Cinque prodotti da usare in sinergia sotto il sole per proteggere le chiome.



pH Laboratories

Presenta il Sun Care Kit, un kit di tre prodotti, dalle deliziose note olfattive, studiati per contrastare lo stress ossidativo e arricchiti con estratto di aloe vera, tulipano e filtri UV. After Sun Shampoo, After Sun Conditioner e Moisturising Sun Protection Spray.

L'estate è un momento di grande vivacità per il salone: promozioni speciali, gadget e omaggi non mancano mai.

I SOLARI IN SALONE

Non è solo una questione di cura e bellezza: la vendita dei solari per i capelli rappresenta per il salone un'ottima possibilità di business, che potrebbe generare un fatturato 'supplementare' e soprattutto ribadire la competenza dell'acconciatore. Proprio per supportarli al meglio le aziende tricologiche si impegnano per rendere il "momento solari" il più possibile visibile e attrattivo, mettendo a disposizione dell'hairstylist gadget fashion, materiali di merchandising, kit travel personalizzati e un'intensa comunicazione, colorata e accattivante.

Tutti strumenti che servono a creare curiosità e interesse per prodotti che le donne stanno iniziando a considerare indispensabili per la bellezza dei propri capelli. C'è infatti una categoria di consumatrici sempre più attenta e consapevole, disposta ad investire per i propri capelli, interessata con il sopraggiungere dell'estate a chiedere consiglio al parrucchiere. Compito dell'acconciatore è proprio quello di fornire una risposta adeguata e professionale: che significa anche iniziare a parlare di questi prodotti magari al momento del lavaggio, sottolineandone l'importanza, spiegandoli e valorizzandoli anche con un certo anticipo rispetto alla stagione. Solo così si può creare il consiglio che genera poi l'acquisto, anche in un secondo tempo. In sostanza l'acconciatore deve saper 'offrire', o meglio vendere, la propria professionalità oltre che il singolo prodotto...



Paul Mitchell

Instant Moisture è la linea ad idratazione istantanea, perfetta per l'estate. Si compone di tre pratici prodotti hair: Shampoo, Conditioner e Instant conditioner, uno spray senza risciacquo ad azione acidificante. Equilibratore della porosità.

Davines

Ogni formula SU è arricchita con alte percentuali di ingredienti rapidamente biodegradabili e di origine naturale, per minimizzare l'impatto sull'ambiente e combinare sostenibilità e risultati di altissimo livello. SU/Hair mask, il trattamento anti-age completo ridona morbidezza, idratazione e lucentezza anche ai capelli più secchi ed opachi.



label.m

Una travel edition must-have perfetta per i giramondo, composta da tre nuovissimi prodotti (Doposole detergente, Maschera doposole, Olio doposole, tutti per pelle e capelli) più il best-seller di sempre, il Protein Spray, che rinnova in modo naturale le proteine perse dalla cheratina.



Jean Paul Mynè

Jala è la nuova famiglia di prodotti della linea Ocrys, ideale per la cura del capello in situazioni di stress atmosferici di varia natura. Composta da Shampoo, Maschera e Leave In bifase, fluido leggero e ricco da utilizzare durante l'esposizione.



Creativa

Solè Tropical Protective Milk SPF 30 Corpo e Capelli è un latte solare con SPF 30 che protegge dall'azione nociva dei raggi solari grazie ai filtri ad ampio spettro UVA-UVB. La formula, a base di principi attivi esotici quali lime, cocco e mango idrata e illumina la pelle regalando un'abbronzatura radiosa e satinata e dona lucentezza ai capelli.

I CONSIGLI AD HOC

L'hairstylist deve saper spiegare funzioni e peculiarità dei prodotti che ha scelto di avere in salone, tenendo presente che in estate una buona beauty hair routine di protezione e idratazione passa attraverso quattro referenze fondamentali. Quindi accanto a shampoo e conditioner è bene non dimenticare di proporre gli oli, che prevengono il disseccamento, e una maschera dopo sole dall'alto potere rigenerante. Perfetti i prodotti leave-in di ultima generazione: bastano pochi spruzzi per districare, proteggere, condizionare, lucidare in un solo gesto. E se le clienti prima di partire hanno scelto colorazioni fluo, che imperversano quest'anno, è bene raddoppiare le raccomandazioni: questi capelli meritano più attenzioni.

Prodotti solari e trattamenti su misura per proteggere i capelli. Sempre

VITALITY'S

ARMANDO TESTA

EPURÁ

THE NATURE OF BEAUTY

Oltre la superficie, oltre l'orizzonte.
Là, dove lo sguardo si perde e la natura si rigenera,
nasce una nuova bellezza.

Vera, naturale. Viva, emozionale.
Una bellezza che cura. Una bellezza che è pura.
La tua Bellezza. **La bellezza Epurá.**



#bellezzaviva

Scopri tutti i prodotti su www.vitalitys.it



Un team è fatto di persone

Si fa un gran parlare delle difficoltà che incontrano i parrucchieri nel trovare collaboratori di valore in salone. Un titolare su due non riesce ad assumere.

È diventato più difficile: giusto riconoscerlo. Evitiamo però di tirare in ballo la voglia di lavorare dei giovani, il reddito di cittadinanza, la perdita di percezione di “gavetta” ed “esperienza”: piuttosto proviamo a fare l’analogia fra il trovare collaboratori e il trovare clienti. Per molti parrucchieri anche trovare clienti nuovi è diventato più complicato. Forse perché il numero degli acconciatori è eccessivamente elevato o perché troppi si assomigliano “troppo”. Se il cliente fatica a cogliere le differenze, se non lo si aiuta a scegliere il proprio salone in mezzo a tanti, sarà estremamente difficile conquistare una nuova clientela. E con i collaboratori vale lo stesso, identico principio. Oggi i bravi collaboratori si devono meritare esattamente come i nuovi clienti. Occorre smettere di lamentarsi e proporre ai potenziali collaboratori un salone di livello, anche piccolo, ma curato ed ambizioso. Occorre definire con loro un piano di carriera ben definito, meritocratico, interessante. Sentirsi meno vittime e più responsabili della qualità dei curriculum che arrivano. Occorre moltiplicare i canali attraverso i quali articolare la ricerca, coinvolgendo clienti, vicini di attività, colleghi, online come offline. E una volta trovati, occorre dare valore non solo a loro, quanto alla relazione diretta col titolare! Perché ogni team è fatto di persone! Più è evidente questo aspetto, migliore sarà il team.

Lelio “lele” Canavero / Partner dei Parrucchieri PRO



Leggi di più su **ESTETICA.IT!**

www.leliolele.it / www.imprenditoridellabellezza.it

NEWS

Il ricavato delle opere messe in vendita sarà destinato alla Onlus "La Forza e il Sorriso" - per la bellezza delle donne che affrontano il cancro".



Alfaparf e i giovani

L'importanza dei capelli: attorno a questo concetto ruota il concorso artistico "I capelli: simbologia, semiologia e sociologia attraverso lo sguardo dell'artista", realizzato da Alfaparf Group in collaborazione e con il patrocinio dell'Accademia delle Belle Arti di Brera. Il concorso è rivolto agli studenti del biennio di Teoria e Pratica della Terapeutica Artistica.

Parlux ai saloni europei

Il nuovo phon Parlux Alyon® è stato protagonista alla più importanti fiere del settore: da Cosmobeauty a Barcellona, a ExpoCosmetica in Portogallo, alla manifestazione tedesca Top Hair Dusseldorf.



All'ampia gamma di colori si aggiunge la nuova nuance giada cangiante che offre al salone un tocco glamour.



Coppolino e i bambini

Il Coppolino, spazio di Aldo Coppola all'interno dell'Atelier Briand&Barry, il cui fine è quello di raccogliere fondi a sostegno di associazioni che aiutano i bambini meno fortunati, stringe una nuova collaborazione con la Fondazione G. e D. De Marchi per stare accanto ai bambini che lottano contro le emopatie e i tumori dell'infanzia.



Per ulteriori informazioni:
www.fondazionedemarchi.it
www.aldocoppola.com

Open Day Alter Ego Italy

Tutto esaurito per gli Open Day "I-Care", format dedicato ai rituali in salone e sviluppato a supporto della linea di trattamenti cute e capelli, ispirata alla filosofia #MadewithKindness e formulata con ingredienti di derivazione naturale fino al 99%.



Per maggiori informazioni sugli Open Day:
educationalarea@alteregoitaly.com
www.AlterEgoItaly.it

NEWS



Federico Pegorin, runner, prosegue il suo impegno contro la violenza.

Pettenon Cosmetics e la maratona

Federico Pegorin, amministratore delegato di Pettenon Cosmetics Spa, ha corso la Padova Marathon per Casa Viola, per sensibilizzare contro la violenza sulle donne e a favore della raccolta fondi per il progetto Casa Viola di Gruppo Polis.

Tendenze Go Coppola

Sono naturali e morbide le proposte per la prossima stagione di Mauro Sutura, testimonial artistico Go Coppola. Schiariture che si fondono con le proporzioni del taglio, rimangono nascoste e creano un emozionante gioco di contrasti. Le asciugature sono senza sovrastrutture, libere e mosse dal vento.

Un'estate a colori

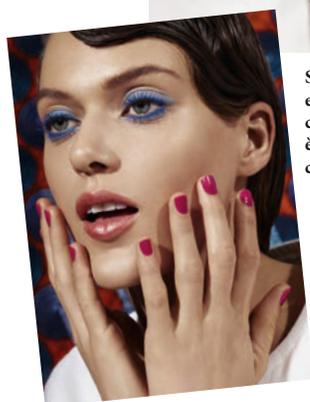
Modern Beauty: quest'estate tutto è concesso. Attraverso combinazioni cromatiche nuove, forti, con accenti moderni ed esotici con la nuova Make-up Collection de La Biosthétique ed i suoi tre mood d'ispirazione: Fresh Orange, Exotic Pink e Modern Blue.

Child to Child for Africa

La generosità degli acconciatori non si ferma mai, come quella dell'hairstylist Alberta Balestra, attiva nell'associazione che si occupa di training e formazione nella scuola professionale destinata a ragazze con background difficili a Ukunda, in Kenya. Lo scopo è dare loro utili strumenti di vita e istruzione di qualità e nozioni per una professione futura.



Le proposte Go Coppola sono un inno alla naturalezza e al movimento.



Seducente, frizzante ed esotica, la nuova collezione make-up è un tripudio di colore e fantasia.



Per info: www.childtochildforafrica.com/it



ESTETICA

EVENTS



Top-coiffure ON STAGE



I numeri



Numeri in crescita per Cosmoprof Worldwide Bologna 2019: oltre 265.000 operatori dell'industria cosmetica, 3.033 le aziende provenienti da oltre 70 Paesi, e un aumento di visitatori dall'estero del 10%. Le tendenze del mercato? Una maggior attenzione alla sostenibilità, al risparmio energetico e al corretto utilizzo delle risorse ambientali. Edizione 2020: 12/15 marzo Cosmopack e Cosmo|Perfumery; 13/16 marzo Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon.

Barbers



Il campionato mondiale dei barbieri organizzato da Sen Martin, Barber Mind, Bottega della Barba e Cosmoprof Worldwide Bologna ha registrato anche per questa edizione una grande affluenza. Obiettivo dell'evento? Unire la categoria e stimolare il confronto. "In questo momento di crescita del settore - ha dichiarato Pier Luigi Favia, fondatore della Sen Martin - avevamo bisogno di un evento che mettesse in risalto la categoria."

Cosmoprof Worldwide Bologna 2019. Un viaggio nel futuro tra sostenibilità ed economia circolare.

Cosmopack



Innovazione, ricerca e sostenibilità sono stati i temi chiave anche di Cosmopack, caratterizzato da nuove aree, nuove iniziative e soluzioni industriali in grado di ridurre l'impatto ambientale dell'industria cosmetica. La settima edizione di Cosmopack Factory ha realizzato live No.Co. - No Compromise, uno shampoo non chimico, con una formula di derivazione naturale biodegradabile e un packaging interamente costituito da polimeri riciclati, sposando il concetto di economia circolare.

Inaugurazione



Ad inaugurare la 52ª edizione di Cosmoprof è stato Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, che ha voluto mettere l'accento sui progressi dell'evento: "Cosmoprof raggiunge ormai tutto il mondo con manifestazioni in ogni continente. Dopo lo sviluppo in Europa grazie all'acquisizione di Health & Beauty, siamo ora pronti per allargare le frontiere con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di ICE e di Cosmetica Italia."

Award



Anche quest'anno Cosmoprof Awards e Cosmopack Awards hanno premiato i prodotti, le formulazioni, il packaging e il design dell'industria beauty. Tra i vincitori, due i prodotti hair: il giapponese The Shampoo by Bulk Homme Co.,Ltd., vincitore nella categoria Hair Product, e la linea Actyvabio di Kemon, che si è aggiudicata la categoria Natural & Organic.

Leonardo Genio e Bellezza

Grande successo a Bologna per la mostra "Leonardo Genio e Bellezza", voluta da Cosmetica Italia, Accademia del Profumo e Cosmoprof per celebrare i cinquecento anni dalla scomparsa di Leonardo da Vinci. Un'iniziativa che ha messo in evidenza le innovazioni di Leonardo in ambito cosmetico e che sarà ripetuta a Venezia presso il Museo di Palazzo Mocenigo-Centro studi del Tessuto, del Costume e del Profumo (3 maggio/20 settembre), e a Milano presso la Casa degli Atellani (28/29 settembre).



La parola a... Renato Ancorotti

In occasione di Cosmoprof Worldwide Bologna 2019 Cosmetica Italia è restata al fianco di BolognaFiere nel rappresentare un settore fiorente per l'economia nazionale e mondiale. Presente con una lounge presso il Centro Servizi, l'associazione ha proposto un calendario ricco e articolato: approfondimenti sui trend di mercato, convegni, seminari ed eventi a supporto delle diverse realtà del settore beauty. Estetica ha incontrato Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia.

Un commento sul Cosmoprof...

Il Cosmoprof si conferma l'appuntamento di grande interesse per le nostre imprese perché è la fiera più importante al mondo con una visitazione incredibile e una presenza di stranieri del 90%.

Appuntamento chiave anche per evidenziare la competitività del sistema cosmetico italiano, un comparto che fattura 11,2 miliardi di euro e ha un saldo positivo sulla bilancia dei pagamenti di un miliardo e 600 milioni. Si parla molto di cibo e moda e poco di cosmesi eppure esportiamo più di quello che importiamo: con quasi 1,8 miliardi di euro siamo un'eccellenza, anche se un po' nascosta...

Un'eccellenza sottovalutata?

Sottovalutata perché c'è l'idea che la cosmesi non sia così necessaria ma se ci pensiamo, già nella beauty routine del mattino utilizziamo moltissimi prodotti cosmetici: shampoo, bagnoschiuma, dentifricio, deodorante. E poi c'è il make-up, utile per rafforzare l'autostima: una donna che si trucca si sente meglio,

appare più bella, può cambiare anche personalità. È chiaro quindi che è un discorso non solo utile ma necessario, ecco perché vorremmo che la reputation del nostro settore fosse più evoluta e più compresa soprattutto da parte delle istituzioni.

Siamo un'industria che produce occupazione stabile e in crescita: lo scorso anno abbiamo fatto un +2%, quest'anno il settore farà + 2.6%, direi che è un'eccellenza straordinaria.

L'Italia però, per quanto riguarda le agevolazioni alle imprese, non è allineata al resto dell'Europa

Bisogna fare più Europa. Come associazione siamo in contatto con le altre associazioni del mondo perché oggi bisogna pensare in modo più globale. Ciò di cui abbiamo bisogno non è tanto un aiuto ma di una riconoscenza da parte degli stakeholder. In Europa ci siamo, ma dobbiamo rafforzare l'immagine.

Un obiettivo di Cosmetica Italia?

Nella nuova vision oggi c'è la cosmesi e la sua filiera, che vale più di 15 miliardi. Quindi, agli 11 miliardi che abbiamo già nel settore, contiamo di allargare l'associazione a fillers - coloro che fanno confezionamento, materie prime, macchinari - e soprattutto al packaging che deve lavorare non per la cosmesi ma nella cosmesi. Un'azienda che fa plastica deve trasformarsi in un'azienda che fa plastica cosmetica! Abbiamo bisogno di più certezze dal punto di vista primitivo, abbiamo bisogno di fare più ricerca e più sostenibilità.

Sostenibilità è anche il tema Cosmoprof di quest'anno...

Sì, nella Factory abbiamo visto realizzare uno shampoo biodegradabile contenuto in una bottiglia di Pet derivante da bottiglie riciclate.

Un discorso non semplice ma che le aziende cosmetiche stanno portando avanti ormai da anni.



Quanto è importante il Cosmopack?

Cosmopack è la punta di diamante del made in Italy cosmetico, nel senso che tutto qui parla italiano: materie prime, produzione, pack, macchinari, ricerca e sviluppo. Inoltre Cosmopack testa, rifinisce e rende appetibili prodotti che italiani non sono ma che acquistano la tipica allure italiana. È una delle aree più importanti del Cosmoprof e si sta sviluppando sempre di più.

Come si concilia il ruolo di presidente di Cosmetica Italia con quello della Ancorotti Cosmetics?

Si dice che quando uno vuole la bicicletta poi deve pedalare. Io sto pedalando molto velocemente e spero di ottenere grandi risultati per la nostra associazione. Per quanto riguarda la Ancorotti Cosmetics, sta andando molto bene. Lo scorso anno abbiamo chiuso con 101 milioni di euro e quest'anno contiamo di fare un ulteriore +10%.

Tre concept per Cosmetica Italia?

Molto organizzata, grande voglia di fare e proiettata verso il futuro.

E lei come si definisce?

Una definizione che mi appartiene, e che spesso mi viene riferita, è che sono rimasto me stesso. E questo mi fa piacere, a volte c'è chi nel veder crescere il proprio fatturato e il proprio ruolo si sposta in alto di personalità, ma sono convinto che un po' di umiltà non guasta mai.



A sinistra, Roberto Pissimiglia, editore EsteticaNetwork, con Renato Ancorotti, presidente Cosmetica Italia, a Cosmoprof Worldwide Bologna.

Passeggiando tra gli stand, tra nuove colorazioni, arredi made in Italy, attrezzature ergonomiche

Maletti



Nuova frontiera del benessere allo stand Maletti con il lancio di una vera e propria Spa per capelli: Eden Plus. A presentarla alla stampa presente in fiera, Danilo Maletti, presidente del gruppo, e la professoressa Bianca Maria Piraccini del dipartimento di medicina sperimentale e diagnostica dell'università di Bologna che ha collaborato al progetto Eden Plus. Tra le altre novità Sarah, la nuova collezione di arredamento firmata dalla Maison Sarah Lavoine.

Müster & Dikson



L'azienda ha accolto i visitatori in un grande stand nell'area esterna del padiglione 32C e in altri due stand del padiglione 30. Tra le novità, la nuova linea arredo Lignum Line by Münster in stile industrial chic; la linea di shampoo e maschere SM by Dikson, la linea di styling HS Milano e l'ampliamento di gamma di EveryGreen, sempre nel rispetto della sostenibilità ambientale.

Nyce



Un viaggio attraverso una New York rinnovata allo stand Nyce. La nuova #2 Tribute Collection – Design Mood ha ripercorso le grandi avenue della città attraverso look iconici, unici, contaminati dalle tendenze più elaborate di colore, forme e design. Tra le novità più apprezzate in fiera, Color Oil E.C.O., nuova colorazione dall'anima green.

MAXXelle



Grandi novità in tema di decolorazione e colorazione dei capelli allo stand MAXXelle. Accanto alle già conosciute linee di prodotti tricologici, quest'anno il brand ha dedicato particolare attenzione alla nuova linea di decoloranti in burro Eye_Candy. Non solo, Eye_Candy Pigmented Bleaching Butter è stato selezionato tra oltre 600 candidati, come finalista ai Cosmoprof Awards 2019, categoria Hair Product.

Excel

Excel ha lanciato la nuova linea "Belle Collection", ideata dall'interior designer Charlotte Biltgen. "Insieme ad Aldo Belkour, ho voluto creare una collezione dal design semplice e dalle forme pulite, per uno stile raffinato e senza tempo - ha raccontato la designer - L'idea era creare una collezione che potesse essere componibile, versatile e quindi adatta a saloni di ogni dimensione."



Nika



Tante le novità presentate dal brand. Dai Liquid Pigments ai decoloranti fino a Grace, linea di colorazione senza ammoniaca. E poi un premio: all'HPA 2019, Fairy Silk Premium si è aggiudicato il titolo di Miglior Trattamento Lisciante. "Tanti i liscianti sul mercato ma non tutti così performanti - ha commentato Eduard Nika, Co-founders Ibecosmetica - Per idratazione ed elasticità, Nika è al top".

Labor Pro



Tecnologia, funzionalità, design. Anche quest'anno il gruppo Labor Pro ha portato in fiera attrezzature e accessori all'avanguardia: spazzole, piastre, styler e diffusori a marchio Upgrade o Gettin'fluo studiati per i professionisti dell'hairstyling.

BaByLissPro



Passione, innovazione ed eccellenza con le attrezzature professionali BaBylissPro. Piastre, asciugacapelli, ferri arriccianti, rasoi, spazzole professionali: ogni strumento è progettato per dare al lavoro in salone il massimo in potenza, ergonomia e design.

Elgon



Parola d'ordine: unicità. Il cuore dello stand ha dato spazio alla consulenza e migliaia sono stati i visitatori che si sono fatti creare da un professionista Elgon un prodotto haircare o haircolor unico e su misura. Tra le novità, Blonde Ambition e la linea Elgon Man Beardcare.

Gamma & Bross



Innovazione e design sono da sempre i plus di Gamma & Bross. E lo dimostrano le tante novità presentate al Cosmoprof: i lavaggi Morphowash Basic e Mambowash Shiatsu Black, con massaggio ad aria e poggipiedi elettrico; la poltrona Fifties Full Color Base Parrot; Madison, posti lavoro disponibili in diverse varianti; Aida Reclinabile by Marcel Wanders; le poltrone lavatesta multipostazione Beauty Flower Sofa by Aldo Coppola.

Sens.ùs Hairlovers

Uno stand 4.0: un'idea di salone innovativa, tecnologica e di design che agevola il metodo lavorativo. Questo il messaggio lanciato da Sens.ùs Hairlovers al Cosmoprof. "Abbiamo presentato anche una macchina che eroga shampoo e condizionanti in maniera equa - ha dichiarato Stefano Tricca, Ceo G&P Cosmetics - per un salone 4.0 che pensa ecosostenibile". Tra le novità, Direct Fluo, il trattamento di colorazione per capelli al neon che ha sorpreso il pubblico con un momento cocktail a tema.



Tecnoelettra

La grande novità portata in fiera da Tecnoelettra si chiama Alys Style Pro, un phon ergonomico e dotato di motore 100% made in Italy a risparmio energetico ed eco-friendly. Con una potenza pari a 2100 Watt, riassume molti anni di innovazione tecnologica ed è particolarmente apprezzato dai parrucchieri grazie alle ridotte dimensioni, il peso contenuto, il design contemporaneo.



Vezzosi



Un armonioso intreccio di modernità e tradizione, ergonomia e design allo stand Vezzosi. Come sempre il brand ha messo al centro dell'attenzione le esigenze del cliente con l'obiettivo di trasformare l'arredo in un vero e proprio oggetto di design. Tante le novità presentate, ma grande successo in fiera per lo specchio Cleopatra che ha conquistato il pubblico grazie alla sua allure made in Italy.

HSA Cosmetics



Caratterizzato da un anno di cambiamenti e internazionalizzazione, il brand ha portato in fiera numerose novità, sia in campo private label che house brand haircare e skincare. Dal nuovo decolorante tonalizzante 9 toni alla nuova immagine di Nouvelle, fino ad arrivare a Eslabondexx con la linea Clean Care dall'innovativa Eco-Protect Technology.

Inebrya



Il brand ha festeggiato i suoi 20 anni di attività attraverso due momenti clou: la cena celebrativa con i top-client e la dimostrazione della maestra dell'arte ikebana Sachiko Yamaguchi, che attraverso composizioni floreali ha svelato in anteprima la nuova linea di trattamenti Sakura (in giapponese, fiori di ciliegio). Tra le novità, Kolor Vibes, la nuova colorazione cosmetica semi-permanente in gel 100% vegan.

Opificio Emiliano



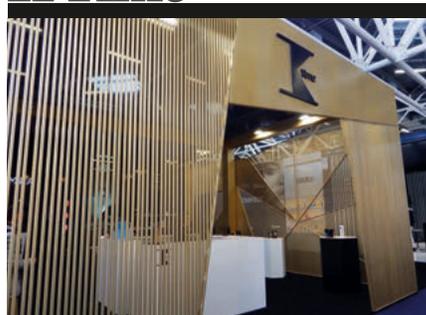
Situato nell'esclusiva area dedicata ai marchi di maggior lusso e innovazione – quella riservata a buyer e distributori italiani e internazionali – Opificio Emiliano ha introdotto i visitatori in un mondo di artigianalità con formule vegane certificate, materie prime purissime e servizi esclusivi.

Helen Seward



Il brand ha festeggiato i suoi 50 anni con un brindisi speciale e uno stand dal design completamente nuovo che ha messo in risalto le tante novità: BBColor Beauty, colorazione tono su tono senza ammoniaca; BBColor Pigma, gamma di nuance pigmentate che spalanca le porte a un mondo di colore; l'esclusiva Goddess Collection, con le sue proposte ispirate alle immortali dee dell'Asgard.

K-Time



Lo spazio espositivo in gold&black è stato allestito come una vera e propria galleria d'arte dove ogni prodotto ha trovato la sua giusta collocazione. A riscuotere il maggior successo, la linea Somnia, prodotti per la cura dei capelli colorati a base di ingredienti naturali, con una novità: Silver Color Code, maschera antigiallo con semi di girasole e vitamina E.

Fanola



Conosciuto a livello internazionale per il suo No-Yellow Shampoo, il brand ha presentato al Cosmoprof una novità 'sea friendly': No Yellow Ocean Collection Kit, shampoo e maschera antigiallo che ai pigmenti antigiallo funzionali aggiungono un estratto di alghe del Pacifico e un'esclusiva profumazione dalle note marine. Altra novità No Yellow Color, con cinque color toner di tendenza.

Alfaparf Milano



Nuovo ed esclusivo stand in cui il concetto di "casa Alfaparf Milano" ha esaltato la filosofia people, con persone sempre connesse tra loro in un flusso continuo di idee e immagini. Tante le attività interattive, come il maxischermo pensato per connettere visitatori e ospiti esterni grazie all'hashtag #alfaparfpeople, o l'app per le ricette Pigments. Tra le novità, le sei nuove nuance della linea Evolution of the Color in onore del cinquecentesimo anniversario di Leonardo Da Vinci.

Parlux



Best seller e classici rivisitati a beneficio della professionalità del parrucchiere allo stand Parlux. Il phon Alyon si è presentato in una versione ancora più attraente grazie alla nuova colorazione giada cangiante. Dal design ergonomico, il phon è un concentrato di potenza e leggerezza e grazie all'innovativo motore K-Advance Plus assicura asciugature perfette e veloci. L'altra novità, il restyling tecnologico del Parlux 3200 Plus: una potenza di 1.900 Watt, maggiore silenziosità, materiali eco-friendly.

Adi



Tre le novità: Olaplex, linea lisciante e anti-crespo; Nanokeratin System, linea basata su tecnologie biomimetiche che permette ai capelli danneggiati di autoripararsi; Show Beauty, linea luxury di haircare, styling e finishing. Su Olaplex Andrea Guizzardi, ADI Co Founder e Adicted Adi, ha dichiarato: "Ci prepariamo a consolidare l'enorme successo di Olaplex n.3 e dei recenti n.4 e n.5, facendo in modo che protagonisti siano gli acconciatori e vincitori i clienti finali."

OP Cosmetics

Sinonimo di eccellenza italiana nella distribuzione e nella ricerca cosmetica, OP Cosmetics ha regalato al pubblico della fiera un grande momento internazionale: lo show @ Guy-Tang con la presentazione in anteprima mondiale della sua linea professionale Mydentity. "Una linea – come ha sottolineato lo stilista – che riporta il divertimento e l'eccitazione nel settore della coiffure".



Renée Blanche

Passione italiana, innovazione e ingredienti altamente selezionati. Questi i plus di Renée Blanche, l'azienda italiana che dal 1970 produce, crea e sviluppa prodotti haircare & men's grooming per il settore professionale, ma anche per mass market e private label. Tra i prodotti in fiera, Option Sea Oil di H.Zone a base di ingredienti marini.



Great Lengths



Per esprimere al meglio il mood 'Hair Like You' - campagna internazionale 2019 di Great Lengths che mira a rendere le extension dei capelli attraenti per ogni tipo di donna – il brand ha presentato al Cosmoprof un nuovo e più grande stand in un'area al centro della manifestazione: il padiglione 25. All'interno, tutte le novità in fatto di extension.

Nevity



Con i suoi prodotti di derivazione naturale, il brand ha lanciato l'ampliamento della linea Care – che all'Olio Ayurvedico 3 in 1, al Bagnodoccia e al Fluido Ayurvedico aggiunge Abbronzantissimo Spray multifunzione per un'abbronzatura più intensa e rapida – e Terrae, maschere nutrienti arricchite con lo speciale mix di oli vegetali Essentia Mundi.

GA.MA



Piastre, ferri, tagliacapelli e una novità rivoluzionaria allo stand Gama Professional: IQ, il phon compatto, minimalista, longevo, ultra leggero, potente, digitale. Solo 282 grammi di peso studiati per soddisfare le esigenze dei saloni di bellezza di tutto il mondo. Il brand è infatti presente a livello internazionale in tantissimi Paesi, dalla Russia al Brasile, alla Cina.

Oway



Uno stand all'insegna della sostenibilità: dalla location ai prodotti formulati secondo i principi della green chemistry, ai pack realizzati con materiali riciclabili come vetro e alluminio. Alessandra Pantella, R&D Manager di Oway, ha poi portato al CosmoTalks un suo intervento sull'agricosmetica spiegando come l'azienda coltivi sulle colline bolognesi piante che diventano complessi ultra-performanti per oli essenziali a km 0. Show moda infine all'Auditorium Fico Eataly World con Blue Tit, Oway International Creative Team.

Cosmo Organic



Non più solo cura dei capelli per Cosmo Organic. Tra le novità presentate in fiera, una linea uomo formulata con un innovativo ingrediente: il pistacchio, noto per le sue proprietà emollienti e lenitive. Altra novità, la linea viso donna per contrastare i primi segni dell'invecchiamento, formulata con un mix di estratti 100% naturali. Nell'area tricologica, prodotti per prevenire e ridurre la caduta dei capelli e referenze mirate e purificare e normalizzare il cuoio capelluto.

Eugène Perma

Oltre 100 anni di innovazione, esperienza e competenza al servizio della bellezza dei capelli per il brand francese, che al Cosmoprof ha celebrato questo importante traguardo con uno stand dal claim "100 years of beauty with purpose". Tra le novità presentate in anteprima, la nuova gamma Keratin e i solari Collections Nature, ispirati ai benefici della natura.



Kaaral

La grande novità del brand è stata Människan, linea interamente dedicata al Grooming maschile. Un debutto che ha visto lo Shampoo Tonalizzante Nero selezionato tra i prodotti più innovativi del mercato beauty e inserito nei Cosmotrends 2019. Tre nuovi alleati poi per Purify: Ultra, la maschera intensiva ristrutturante, Leave In, il condizionante senza risciacquo e Soffice, mousse corporizzante con estratto di cotone.

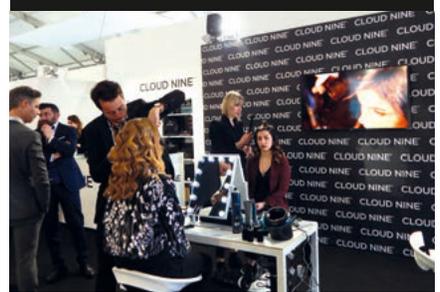


Echosline

Nuovo mood "The Vegan Way" con l'estensione della linea Karbon 9, 100% Vegan: tre nuovi trattamenti per la cura dei capelli stressati, che la rendono una linea rigenerante dalla speciale tecnologia antipollution. E con Charcoal Color ecco cinque speciali nuance grigie al carbone, che permettono di ottenere biondi puri e tonalizzati.



Cloud Nine



Ricci, onde e acconciature live allo stand di Cloud Nine, brand internazionale nel campo dell'hairstyling. Il prodotto di punta del brand - The Original Iron - ha ricevuto da Estetica il Premio Speciale HPA 2019 per la Miglior Tecnologia Intelligente: si tratta infatti di una piastra in grado di adattare la temperatura al tipo di capello e di styling.

Jean Paul Mynè



Salon Experience

Più che uno stand, un salone dove vivere live lo stile Jean Paul Mynè. Ad animare lo spazio, un team formato da Marco Migliorelli, Jean Paul Mynè Global Artistic Director; Angelo Frasca, Top Trainer, Stefano Altobelli, Educational Coach J Academy, e lo special guest Dino Cafaro, Salon Prestige Hairstylist. Tra i prodotti presentati, il trattamento lisciante Keratin Plus Infinity e Color Juice, la colorazione in versione smart.

Lisap Milano

Stand dedicato al metodo di colorazione 4Dcolor e alla linea Keraplant® Nature, con formulazioni innovative e ingredienti di origine naturale. Ma non soltanto: anche quest'anno lo spazio Lisap Milano è stato sinonimo di lavoro in pedana, con gli stilisti che hanno realizzato tagli, colorazioni e acconciature dalle ultime tendenze tema street style e modacapelli.



Ceriotti



Arredamenti e attrezzature ai massimi standard di design, qualità, funzionalità ed affidabilità. Tutta la collezione Ceriotti è prodotta a Milano, esclusivamente da componentistica italiana o europea, e con un'attenzione ai dettagli di alta sartoria. Come i ricami realizzati su lavaggi e poltrone che rendono unico ogni arredo per colore, forma e carattere.

Vitality's

Per Vitality's la strada per il futuro passa attraverso la sostenibilità. Lo dimostra l'attenzione che da sempre mette nel controllare la filiera e nel dar vita a prodotti e packaging in linea con gli ultimi orientamenti ambientali ed etico-sociali. Per raggiungere sempre più un concetto evoluto di bellezza, il brand ha lanciato Epurá, linea nata dalla natura incontaminata delle Alpi e dalla tecnologia avanzata dei suoi laboratori di ricerca.

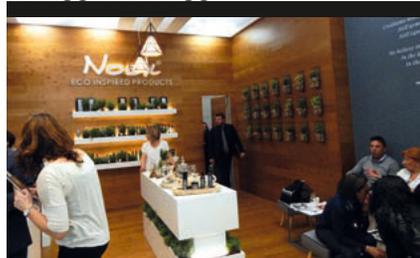


Rica

Relax allo stand di Rica. Nel corner Naturitua! Mediterranean Spa, trattamenti e rituali ispirati ai profumi e agli ingredienti del Mediterraneo. Per amplificare il benessere della cliente l'azienda si è avvalsa del lavatesta e della postazione styling by Maletti, con i quali anche gli ospiti in fiera hanno potuto rilassarsi con il Welcome Massage o provare trattamenti Shiatsu.



Maxima



Prodotti eco-ispirati allo stand Nook by Maxima, un brand dalla filosofia naturale caratterizzata da prodotti ricchi di estratti botanici e oli naturali e organici. Tra le novità presentate, una nuova famiglia di ricostruzione e riparazione capillare e Nook Virgin Again Hair Elixir, il primo booster spray, senza risciacquo, dedicato ai capelli colorati e trattati.

Alter Ego Italy



Presentata da Alter Ego Italy l'estensione della linea di trattamenti per la cute, sviluppata nel totale di rispetto di Made with Kindness, una nuova filosofia che porta con sé cura, attenzione e benessere attraverso veri rituali. Un coinvolgimento sensoriale totale, dal pittogramma evocativo dai colori pastello alle profumazioni, sino all'uso di ingredienti di derivazione naturale fino al 99% e vegan friendly. In vetrina anche la nuova colorazione diretta in gel Just Color e la gamma BlondEgo.

Farmagan

Sguardo green allo stand Farmagan, sempre più attento alle problematiche ambientali e sempre più impegnato ad utilizzare processi produttivi a basso impatto ambientale, a ridurre e riutilizzare gli scarti, a creare pack "cosmeticamente corretto." Al Cosmoprof il brand ha ricevuto per Botanic Color by Bioactive Naturalis - colorazione composta da oltre il 92% di ingredienti naturali all'interno - il Premio HPA 2019 per la Miglior Colorazione ad Erbe Tintoree.



Previa/pH Laboratories



“Crediamo nella perfezione della natura e ci impegniamo a preservarla”, il claim allo stand Previa Natural Haircare. In ogni fase di ricerca e produzione, infatti, l'azienda abbraccia la filosofia Natural: dalla scelta dei principi attivi fino all'eco-pack realizzato in materiali green. Per pH Laboratories è stato presentato l'ampliamento della linea Flower, prodotti professionali impreziositi da bouquet floreali che trasformano i servizi in salone in trattamenti di bellezza esclusivi. Il brand si è inoltre aggiudicato con pH Argan & Keratin Color il Premio HPA 2019 per la Miglior Colorazione in gel.

Nuova Fapam



Tante le novità e i prodotti presentati allo stand, ma uno in particolare ad attirare l'attenzione del pubblico: Legerity by Screen Professional Hair Care, la prima crema di bellezza per capelli ad effetto trasformazione istantaneo che ha debuttato proprio sul palco del Cosmoprof. Rigenera, rinforza e rivitalizza con un'azione setificante e illuminante di lunga durata. Aiuta a mantenere la piega e dona volume.

Medavita



Medavita ha rinnovato il suo impegno nella valorizzazione dello stile personale di ogni uomo con la nuova linea Idol Man. Nuovi strumenti di espressione che rispondono ad ogni esigenza – dalla cura e trattamento dei capelli e della cute alla barba – coniugando protezione, qualità, performance e moda.

Davines

Uno stand che ricorda il Davines Village, una stazione di shampoo personalizzati presa d'assalto dai visitatori e una grande novità: View, sistema di colorazione demipermanente a pH acido formulato con ingredienti di origine naturale dall' 88% al 93% e ingredienti biodegradabili dal 95% al 99%. Il prodotto ideale per chi si avvicina al colore per la prima volta.



Parisiienne Italia



Allo stand di Parisienne Italia le novità firmate Black Professional Line e Dandy, con aree dedicate dove provare tutti i prodotti e ricevere campioni omaggio per testarne la qualità anche a casa. Nell'area Rebeel, invece, i visitatori hanno potuto scoprire le settantanove nuance di Protective Colour Cream, colorazione cosmetica trattante dai risultati tecnici altamente performanti.

Togethair



Uno spazio all'insegna della naturalità per Togethair Meeting Nature e due lanci prodotto: Newave Perm One Strength, sistema ondulante delicato con cisteamina, arricchito con olio di Carapate giamaicano; White Deko Professional 9+, polvere decolorante bianca arricchita con olio di semi di acai per arrivare a schiarire fino a 9 e più toni.

Gam Cosmetics



Due le linee di prodotti presentate al Cosmoprof da Gam Cosmetics, il partner professionale dell'operatore tricologico. Il trattamento Hair. Toxx che, in combinazione con la Frozen Machine, ripara e protegge i capelli danneggiati per una vera e propria chirurgia plastica dei capelli, e Pro Keratin di Brazilian Secrets Hair, il trattamento alla cheratina e all'olio di babassu dell'Amazzonia.



Uno spazio fieristico di circa 1000 metri quadrati per la rivista Estetica, dove sono stati accolti gli ospiti più illustri del settore e lanciati nuove partnership e progetti export. A cominciare dalla prossima edizione di On Hair Show & Exhibition – evento a marchio Cosmoprof giunto al suo decimo anniversario, in programma il 17/18 novembre al Pala Alpitour di Torino – che vedrà in passerella 30 show e, in collaborazione con Estetica, la Master Class: 4 hairstylist di fama internazionali che

BOLOGNA
14/18 Mar

EsteticaNetwork a Cosmoprof 2019



porteranno on stage le tecniche più all'avanguardia e le tendenze che influenzeranno il mercato nei prossimi mesi. Presentato in anteprima anche il progetto 'Estetica Export', che sarà lanciato ufficialmente nel mese di luglio al Cosmoprof North America di Las Vegas, mentre sulla scia del successo dei 'Best in Italy', 'Best in Germany', 'Best in Spain', 'Best in France' e 'Born in Usa' sono state lanciate due nuove edizioni: 'Best in Brazil' e 'Best in Asia & Australasia'. Tra le iniziative che hanno animato lo stand, l'aperitivo chic&pink con grandi nomi del settore – da Gigi Gandini a Sergio Valente, da Filippo Sepe a Mikel Luza – e la proclamazione dei vincitori di due importanti award: il Grand Trophy AIPP, assegnato ad Angelo Seminara, e la terza edizione di Hair Products Award 2019. Al Centro Servizi del Cosmoprof, Estetica ha invece presentato i due incontri firmati 505 Parrucchiere è donna (vedi pag 126).

A destra, Angelo Seminara, vincitore dell'AIPP Grand Trophy Award 2018-2019, tra Roby Pissimiglia e Sergi Bancells. Sotto, le dieci protagoniste del nuovo network femminile '505 Parrucchiere è donna'.





Il Centro Servizi del Cosmoprof si è tinto di rosa con i due incontri firmati 505 Parrucchiere è donna, organizzati in partnership con EsteticaNetwork e Cosmoprof: “Salone oggi: problemi e soluzioni” di domenica 17 marzo ed “Esperienza al servizio dei giovani: mentoring & coaching” di lunedì 18 marzo. “Ci si dimentica che questa è una professione al femminile - ha esordito on stage Roberto Pissimiglia, editore di EsteticaNetwork - Due acconciatori su tre sono donne eppure sul palco ci sono sempre gli uomini. Le 505 sono

BOLOGNA
14/18 Mar

Le icone della coiffure on stage a Bologna



nate proprio per dare voce alla parte femminile di questo mestiere”. Le dieci icone della coiffure italiana - moderate on stage da un'altra donna, Laura Castelli, caporedattore EsteticaNetwork - si sono raccontate al pubblico attraverso i frutti di un grande albero, l'albero delle 505. Ogni frutto, un plus che ognuna porta nel gruppo: “Sognare l'impossibile” by Adriana Valles; “Rischiare fa bene” la parola chiave di Alberta Balestra; “Curiosità” per Elena Kotanidis; “Gruppo” by Carla Amaducci; “Efficacia” per Marisa Savorelli; “No limits” la key-word di Dolores Barbieri; “Polarità” per le sorelle Marta e Maria Cò; “Movimento” per Giusi Bassani; “Prendere vs lasciare” per Carla Bergamaschi; “Armonia” per Morena Rossi. “L'albero rappresenta molto bene questa professione così come l'essenza del gruppo - ha sottolineato Afsoun Neginy, Business Consultant, ospite tra il pubblico - perché ha radici molto profonde come dovrebbe essere il mestiere del parrucchiere, ma anche una parte che va verso il cielo, perché bisogna saper sognare”. Il gruppo è pronto sin da subito ad offrire ai giovani e a chiunque si iscriva al network tutta l'esperienza dei 505 anni di carriera nel mondo coiffure.



Le “505” hanno incontrato i visitatori del Cosmoprof in due seminari dedicati alla professione. Sotto, le dieci icone italiane della coiffure allo stand Estetica per un incontro con altrettanti grandi uomini del settore: Gigi Gandini, Sergio Valente, Angelo Seminara, Zeo Baldi, Filippo Sepe, Mikel Luzea, Gerry Santoro.



**Per info: www.5zero5.it - info@5zero5.it
@505_cinquezerocinque**



HPA: premiati i vincitori 2019



BOLOGNA
14/18 Mar

In occasione del Cosmoprof Worldwide Bologna sono stati consegnati gli Hair Products Award 2019 by Estetica, il primo riconoscimento italiano dedicato ai prodotti professionali. I dieci vincitori di questa terza edizione sono stati invitati allo stand di Estetica per ricevere la targa e raccontare in una video intervista – online su estetica.it – la ricerca che sta dietro ogni prodotto premiato, i plus offerti dalle formulazioni, i progetti futuri del brand. Anche questa edizione del Premio ha visto i migliori prodotti finalisti confrontarsi col giudizio dei professionisti online e

solo le referenze che hanno saputo conquistare il settore in termini di innovazione e unicità hanno ricevuto l'ambito riconoscimento. Ecco i vincitori dei premi speciali:

- Actyvabio, Kemon: Miglior Miscela di Estratti Vegetali
- And 40 Dry Powder, Kemon: Miglior Polvere Opacizzante
- Bioactive Naturalis Botanic Color, Farmagan: Miglior Colorazione ad Erbe Tintoree
- Booster Dose, Eksperience: Miglior Rituale di Bellezza
- Colordem, Rica: Miglior Brillantezza e Durata del Colore
- Fairy Silk Premium, Nika: Miglior Trattamento Lisciante
- Glow, Cotril: Miglior Colorazione Demi-permanente
- Ph Argan & Keratin Color, PH Laboratories: Miglior Colorazione in gel
- The Original Iron, Cloud Nine: Miglior Tecnologia Intelligente
- Zero, Vitality's: Miglior Formulazione a ridotto rischio allergie.

Oltre ai 10 Premi, HPA 2019 ha visto l'attribuzione di una Menzione Speciale della Giuria per l'Originalità del Concept a Studio7Creazioni, azienda mantovana che ha portato la moda in salone.





Alcuni momenti dei Kemon Days. A sinistra, il produttore e regista Pupi Avati insieme alla conduttrice Petra Loreggian. Sotto, il presidente e CEO di Kemon Giuliano Nocentini intervistato da Mauro Galzignato.



BOLOGNA
15/18 Mar

Kemon Days 2019 a Cosmoprof

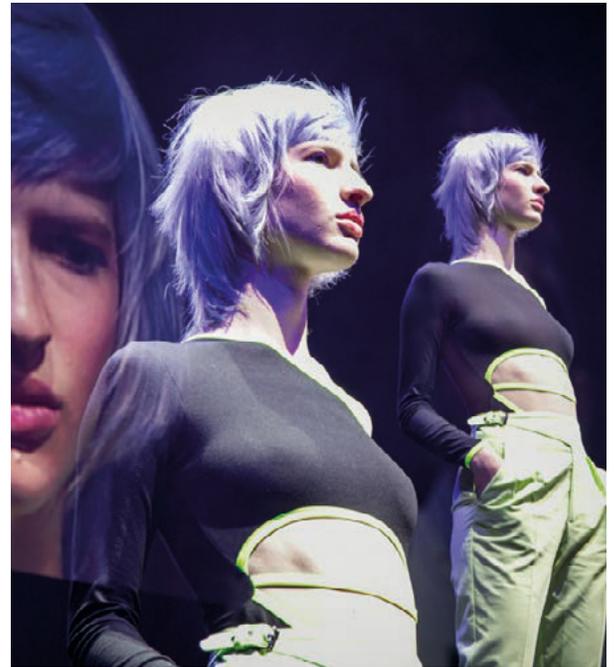
Per festeggiare i 60 anni, Kemon è tornata a Bologna con uno show esclusivo. Due giorni in cui non si è solo promossa la bellezza, ma anche il rispetto per la diversità e la creatività.

Al Palazzo dei Congressi, i KemonDays hanno reso protagonista ogni donna, al di là di stereotipi riguardanti forme, età ed etnia. E la continua ricerca di una bellezza reale, comprensiva anche di imperfezioni, è proprio il concept alla base della nuova collezione P/E 2019 KNOW#3 Heritage, lanciata a fine febbraio e presentata ufficialmente sul palco dell'Europauditorium. Francesca Nocentini, responsabile marketing Kemon Italia, ha aperto la due giorni invitando sul palco Mauro Galzignato, che ha a sua volta accolto il presidente Giuliano Nocentini per un excursus sui 60 anni di storia del brand di San Giustino, sin da quando il marchio era conosciuto come Kramer. Kemon ha raccontato una storia che ha come protagonista la bellezza. Un concetto che però troppo spesso ha contribuito ad alimentare il razzismo tra culture, il rifiuto del proprio corpo e dell'invecchiamento. "La bellezza nasce proprio dove una curva o una ruga trasmettono un'attitudine, un carattere, non un difetto".

Ed è stato con queste parole che Mauro Galzignato ha aperto le danze dei KemonDays 2019, insieme ad Alessia Solidani, hairstylist regina dei raccolti. Cinque i capitoli chiamati a comporre la visione di questa primavera-estate firmata Kemon. Il primo si è concentrato sul concetto di una perfezione classica che da sempre la moda ha promosso come standard: è l'irresistibile freschezza della giovinezza che riesce serenamente a vestire i tratti più scuri e pesanti dell'inverno per poi, con estrema disinvoltura, spogliarsi in primavera entrando in un mood

shiny e ludico. Il secondo quadro ha descritto il mondo curvy, che oggi trova finalmente spazio anche nella moda. Esistono regole precise in fatto di forme e colori che gli hairstylist devono assolutamente conoscere e padroneggiare per armonizzare e valorizzare le forme di questa tipologia di bellezza. Prende forma così il concetto di shaping, per tagli e linee che diventano i veri scultori dello stile. Terzo capitolo: una rivisitazione del mondo "agéé" secondo Kemon. Il concetto anagrafico rimane certamente un numero, ma l'acconciatore deve riuscire a dare il giusto valore e la giusta caratterizzazione ai diversi momenti della vita, mantenendo ad esempio il bianco laddove è rappresentativo di una storia, di un vissuto. "Perché l'età deve essere prima di tutto una ricchezza, un traguardo di cui andare fieri". Il quarto capitolo si tinge dei colori della natura e dei viaggi in terre lontane. Introduce il concetto di "folk" e cultural fusion: una lettura contemporanea di etnico che ci porta a conoscere culture e rituali diversi dai nostri. Il biondo si arricchisce così di sfumature sabbia e corallo, anticipando quello che quest'autunno sarà conosciuto come "irish blonde", con pigmenti che durano nel tempo. Con il quinto capitolo Kemon si accosta alla quotidianità del lavoro in salone

attraverso un'esibizione incrociata tra Mauro e Alessia che, in poche e apparentemente semplici mosse, sono riusciti a reinterpretare e trasformare i più classici look di partenza. A chiudere la serata, l'irriverenza del maestro Pupi Avati che, attraverso racconti di vita vissuta, ha strappato al pubblico un'ultima risata. Lunedì protagonisti gli #Edufashion insieme a Mauro Galzignato e Alessia Solidani, durante i quali sono stati reinterpretati i look della collezione KNOW#3 Heritage. Molti i consigli che i due top hairstylist, insieme ai rispettivi team, hanno dato agli acconciatori presenti in platea, anche partendo dal concetto più generale di moda, e da come è possibile riportarlo in salone.



Non solo show per Kemon al Cosmoprof. Oltre alla due giorni in pedana, con la quale si è valorizzata ogni donna nella sua unicità, il brand umbro nato a fine degli anni Cinquanta è stato protagonista della fiera bolognese anche con uno stand di oltre 280 metri quadri, con un'area dedicata al marchio e uno spazio per i prodotti.





Davines World Wide Hair Tour 2019

REYKJAVIK
4/9 Mag

Dopo anni in città metropolitane del calibro di Parigi, Los Angeles e Londra, la community di Davines si è riunita in uno dei luoghi più affascinanti al mondo: l'Islanda, con la sua natura incontaminata. Reykjavik, la terra del ghiaccio e del fuoco, ha infatti ospitato il Davines World Wide Hair Tour 2019, l'occasione per incontrare parrucchieri creativi, scoprire le nuove tendenze, scambiare idee e progetti, condividere i valori del rispetto della natura. A presentare le proprie creazioni sul palco dell'Harpa, il direttore artistico Davines Angelo Seminara, il team Allilon, Isaac Salido, Anna Pacitto, Michael Polsinelli e, per la prima volta con Davines, i Brockmann. E poi il World Style Contest, che ha dato la possibilità agli stilisti di mostrare il loro talento e di ottenere un riconoscimento internazionale. I vincitori? Mirela Moko (Italia), Best Total Look; Ira Mikhailyukova (Russia), Best Color; Lo Shih-Ting (Taiwan), Best Cut. Due giornate ricche di emozione e spirito di condivisione, in puro

stile Davines, ma non solo. In linea con la filosofia e i valori del marchio, l'evento WWHT ha posto l'attenzione sull'ambiente: i 1.600 ospiti hanno partecipato a un progetto di riforestazione locale - reso possibile grazie agli sforzi congiunti del Servizio di Conservazione islandese (SCSI), del Ministero delle Risorse naturali e ambientali e del Servizio Forestale islandese (IFS) - per compensare l'impronta di carbonio del loro viaggio. Tra i momenti clou dell'evento, la presentazione del film documentario "Tomorrow and the Butterfly", incentrato sulla storia, la missione e la filosofia di Davines; un nuovo manuale per i saloni che raccomanda pratiche e idee "belle e buone" a chi vuole avere un impatto positivo nel mondo; il lancio di A Single Shampoo, che stabilisce nuovi standard di sostenibilità e trasparenza, ridefinendo il concetto di ingredienti di origine naturale con regole più restrittive rispetto alle rinomate certificazioni internazionali utilizzate.



Sul palco dell'auditorium Harpa di Reykjavik gli stilisti internazionali Davines hanno condiviso tendenze, progetti, valori di sostenibilità ambientale. A sinistra, Angelo Seminara, direttore artistico Davines; in alto, Davide Bollati, Presidente Davines.



BORGARO T.SE
5/6 Mag

Due giornate di competizioni, 180 concorrenti provenienti da tutta Italia, 18 categorie in gara, tre nazioni ospiti: Serbia, Francia, Montenegro. Sono i numeri del primo OMC Italy National Championship, organizzato da INAI e sponsorizzato in esclusiva da Vitality's. "È stato un momento importante per l'Italia perché ha fatto da Paese apripista. Questo è stato infatti il primo Campionato nazionale nato sotto l'egida OMC, a cui seguirà il Campionato OMC Argentina e via di seguito - ha raccontato Salvatore Fodera, OMC World President - Si tratta di una gara individuale che metterà in luce la creatività e il talento di

Gianni Manzetti, co-titolare Farmen ICD Spa: "Vitality's è stato sponsor unico di questo evento e la cosa ci riempie di orgoglio perché è frutto di anni di lavoro e di pubbliche relazioni con le varie associazioni italiane e dimostra come, per una volta, l'Italia sia riuscita ad uscire da quello spirito individualista che solitamente la caratterizza per dar vita ad un campionato unificato della categoria. Il nostro obiettivo è quello di far capire che uniti si vince." Accanto alle gare anche momenti in/formativi come la presentazione dell'OMC Jury Seminar - un corso di formazione per 300 giurati OMC studiato per rendere più oggettivi i criteri di giudizio - e l'intervento del maestro italiano Gigi Gandini, 12 volte campione del Mondo: "Questi campionati rappresentano un'esperienza importante per i giovani acconciatori perché acquisiscono una formazione tale da poter fare un giorno un salto di qualità. Nei miei tanti anni di carriera e di insegnamento però non ho mai visto uno di questi ragazzi fare un servizio fotografico o firmare la cover di una rivista. Ecco perché il consiglio che sento di dare alle associazioni di categoria è quello di imparare ad essere più imprenditoriali, a collaborare maggiormente con le aziende, ad aiutare i giovani acconciatori ad entrare nel mondo della moda."

OMC Italy National Championship



giovani acconciatori in diverse categorie, in preparazione del Campionato Mondiale OMC che si terrà dal 14 al 16 settembre a Parigi." Elio Vassena, Presidente Europeo OMC, ha aggiunto: "Per valorizzare il Campionato italiano INAI abbiamo fatto in modo che partecipassero tre Paesi della zona centrale europea con marchio OMC e i risultati oggi sono stati ottimi! Speriamo che questa iniziativa venga intrapresa anche da altre nazioni." Ad incoraggiare i giovani concorrenti c'era anche



Parigi 17 Feb

Haute Coiffure Française

È sotto il segno delle novità che ha aperto questa nuova edizione dell'HCF. Una nuova sala - la salle Delorme del Carrousel du Louvre a Parigi - e un format rivisto, con accesso al backstage e un palco centrale per una giornata all'insegna dell'interattività. Tra i momenti clou, il lancio della nuova collezione P/E 2019 - ispirata alle campagne pubblicitarie dei maggiori marchi di lusso francese, ma molto commerciale e facile da proporre ai saloni - e l'11ª edizione dell'HCF Trophy.



Milano 24/25 Feb



Portraits by James

Moda, tecnica e formazione al Wella Studio Milano per il workshop firmato James Longagnani. Focus dell'evento, il lancio della nuova collezione Portraits, una bellezza senza ritocchi, di naturale spontaneità, raccontata attraverso le immagini fotografiche di Max Cardelli. Look che spaziano da una moderna Valentina dal carré destrutturato a una bellezza botticelliana, che lascia liberi i capelli lunghi. Capelli vissuti, attentamente scompigliati anche per l'hairstyling maschile.

Show, pedane, anniversari, novità prodotto, workshop, concorsi ed eventi moda. La coiffure on stage.

Roma 7/10 Mar

American Crew firma lo stile on the road

Continuano le avventure on the road di American Crew.

Dopo aver preso parte al Motor Bike Expo 2019 di Verona, il brand è sbarcato al Roma Motodays allestendo all'interno dello stand Harley-Davidson un barber corner al servizio dei riders e dei visitatori della fiera. Gli hairstylist American Crew si sono divertiti a creare oltre trecento tagli 'barba&capelli'.



Bussolengo 24 feb



Miami Collection @ Gandini

Tagli, colori e ispirazioni moda al Montresor Hotel Tower di Bussolengo (VR) per l'evento Gandini Team. Davanti a una sala gremita di affiliati provenienti da tutto il mondo, il team ha lanciato la nuova collezione Spring Summer 2019: Miami Collection. Per gli stilisti del brand l'ispirazione arriva soprattutto dal mare, dalla sabbia, dal cielo con look natural addict ma curati nei minimi particolari, tonalità pastello e biondi very ice.

Roma 9 Mar



A Beautiful Day

Terza edizione per 'A Beautiful Day', l'evento beauty organizzato da Family Welcome e Machedavvero presso l'accademia L'Oréal di Roma. Un'intera giornata dove le mamme hanno riscoperto il piacere di valorizzare la propria immagine con la consulenza di esperti del settore. Una pausa di benessere con servizi piega, make up, trattamenti e consulenze beauty firmati da L'Oréal e dai suoi partner nel mondo cosmetico.

Parigi **24 Mar**



110 anni per L'Oréal Professionnel

Per festeggiare i suoi 110 anni, il brand ha scelto come cornice il Carrousel du Louvre di Parigi riunendo più di 2.000 acconciatori, provenienti da oltre 40 Paesi, e ospiti prestigiosi. La serata è stata introdotta da Nathalie Roos, President L'Oréal Professional Products Division, e da Marion Brunet, International General Manager, e ha visto tra i momenti clou la sfilata "La French, Art of Hair Coloring" firmata da sei acconciatori di fama internazionale: Odile Gilbert, John Nollet, Anh Co Tran, Adir Abergel, Godhands Joe e Khun Gong.

Milano **25 Mar**

Flow Color Trend

La 21ª edizione dello show Class ha visto on stage la macro tendenza Freestyle e il nuovo logo del brand. A Luigi Neri, Art Director Class, e ai Master Color il compito di presentare i tre mood del macro trend: Midnight Ray, Summer Sorbet e Naked Stone. Ad Ernesto Spica, Commercial Leader del gruppo, il compito di illustrare la nuova vision del brand esplicitata dal nuovo logo "Class Hair. Com": "Il ".com" indica la comunità, l'invito a venirci a conoscere per "allenarci" insieme, preparandoci seriamente".



Milano **31 Mar**



Wedding Hair Show

Un evento dedicato al mondo delle spose quello firmato a Milano da Salvo Filetti. Protagonista, la nuova collezione Hair Bouquet, declinata in tre mood: Indie Rose, per una sposa di carattere, pronta a sfidare le convenzioni; Melody Daisy, il mood delle sognatrici; Jazz Lily, per la donna raffinata che sa giocare sull'improvvisazione. L'evento ha visto sul palco anche tanti ospiti, come i bridal designer Antonio Riva e Annagemma Lascari e la make up Artist Barbara del Sarto.

Milano **1° Apr**

Cotril @ Alessandro Martorana

Anche quest'anno il brand Cotril è stato partner del party organizzato dal couturier torinese Alessandro Martorana. Gli stilisti del brand hanno curato capelli e trucco per la padrona di casa, Elena Barolo, per tutto il corpo di ballo e per le hostess in stile Crazy Horse. A fare da sfondo l'universo sofisticato e provocante dei club parigini negli anni '20.



Rodi **5/7 maggio**



The Creative Escape Unplugged

Masterclass e seminari creativi per The Creative Escape Unplugged, il primo raduno creativo internazionale indipendente organizzato dalla start-up Front Row Professional. Oltre 200 professionisti sono stati ispirati da top artist come Patrick Cameron e Egidio Borri, unico stilista italiano.

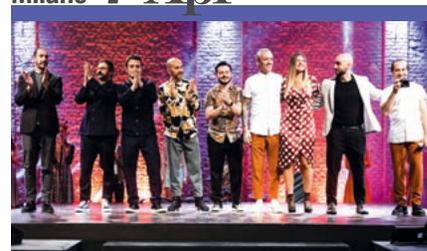
Torino **1° Apr**

Marcapar lancia Recette

Marcapar, azienda che da sempre punta alla sostenibilità, ha scelto l'Italia per lanciare la nuova linea di shampoo Recette. Una linea che, come hanno spiegato Christian Roche, presidente Marcapar, e Aldo Ravarotto, Marcapar Italia, utilizza ingredienti naturali e guarda all'ambiente grazie anche al riuso dei contenitori. Durante l'evento, molte le testimonianze di donne che utilizzano prodotti vegetali con evidenti vantaggi sui loro capelli.



Milano **7 Apr**



Toni&Guy Collection Show

Tendenze e progetti al Collection Show di Toni&Guy. A cominciare dalla collezione Legacy, i cui look sono stati reinterpretati dall'artistic team secondo i trend P/E '19. Sono stati quindi presentati il Toni&Guy Bootcamp - progetto education itinerante in partnership con L'Oréal Professionnel - e il progetto di affiliazione Essensuals educated by Toni&Guy, arrivato in Italia alla fine dello scorso anno.

Leggi di più su **ESTETICA.IT!**



Shine & Colorful

La Haute Lumière Color Collection de La Biosthétique porta in passerella capelli dalle sfumature affascinanti ed espressive, create per le donne moderne.



Scopri tutto con l'hashtag
#HauteLumiereColor:
[https://www.instagram.com/explore/
tags/hautelumierecolor/](https://www.instagram.com/explore/tags/hautelumierecolor/)

Colori brillanti, ricchi e sfumati: i look, che danno spazio a un'ampia gamma di variabili, dal classico brillante al colore sgargiante più alla moda, portano la firma inconfondibile di Andrea Bennett, International Creative Color Director de La Biosthétique. Hairstylist di fama internazionale, conosce il DNA del colore delle clienti più esigenti meglio di chiunque altro. Ha quindi creato le esclusive ed eleganti tonalità da passerella della Haute Lumière Color Collection con le colorazioni intensive demipermanenti Color & Gloss de La Biosthétique. Quattro gli hairlook di riferimento. Il look Romy, Radiant Ginger, presenta un gioco cromatico mozzafiato basato su tre nuance molto trendy del ginger che si fondono mirabilmente tra di loro grazie alla tecnica di applicazione a mano libera. In base a come si muove la testa, la fusione di colori, ricca e satura, si presenta sempre nuova nelle tonalità luminose del rame. Il gioco cromatico del mood Hanna, Desert Blonde Glow, sinonimo di estate, è fatto di beige, fresco e luminoso, e nuance biondo dorate e sabbia. La tecnica a mano libera impiegata permette la realizzazione mirata di interessanti punti di colore sulla parte superiore della testa e attorno al viso. I punti di colore si fondono poi con tre nuance di biondo diverse, lussuose e meravigliose. Sibui, Bronze Topaz Shimmer, accentua e glorifica la forma grafica del taglio e il colore naturale dei capelli con nuance brillanti beige, ambra e castane. Mentre Lea, Lavander Rose Flirt, presenta un biondo pastello non soft e cool al tempo stesso. Per questo look i capelli vengono prima decolorati e poi tonalizzati con delicate nuance lavanda e pink applicate con la tecnica Color Melt che garantisce una fluidità estrema tra le nuance, molto trendy.



COLOR & GLOSS

“Attualmente il colore dei capelli è un tema molto discusso, anche sui social network, dove produttori, saloni e consumatori finali postano ogni giorno nuovi look e variazioni di colore”, ha dichiarato Andrea Bennett. “In questo contesto, la colorazione demipermanente risponde all’esigenza, oggi molto sentita, di poter provare l’esperienza del colore come espressione della propria personalità. La colorazione demipermanente Color & Gloss utilizzata in Haute Lumière è molto delicata, personalizzabile e adatta

sia per i capelli non colorati che per quelli tinti, indipendentemente dalla loro lunghezza e struttura. Priva di ammoniaca, delicata sui capelli, scompare completamente con i lavaggi senza lasciare tracce. Quindi offre la possibilità di provare anche tonalità forti o inconsuete senza vincolarsi a un colore per un periodo lungo. Al tempo stesso la tenuta è ottima, pur non tingendo i capelli in maniera permanente: la durata è un perfetto compromesso tra un riflesso e una colorazione permanente”.

**Colori brillanti,
ricchi e sfumati per
la nuova collezione
dedicata alla
donna moderna**

#SpecialeColore



Lavoro di squadra

Cotril e Giovanni Iovino: un amore a prima vista, con una comune visione del mondo dell'hairstyling. In primo piano: ricerca, creatività e innovazione.

Giovanni Iovino è un hairstylist di grande talento internazionale: nato in Germania, si trasferisce in Italia all'età di quattordici anni ed è qui che comincia la sua brillante carriera. Dopo l'apertura di tre saloni in Toscana, Giovanni Iovino insegue il suo sogno a Milano e nel suo percorso artistico e professionale incontra il mondo della moda. Shooting, campagne pubblicitarie, sfilate e programmi televisivi... fino a diventare Global Creative Director Cotril. Ci racconta il suo ruolo creativo nel brand.

Come nasce la tua passione per l'hairstyling?

“L'amore per il mio lavoro nasce molto presto, quando avevo circa 12/13 anni e con una determinazione fortissima, al punto da dedicargli la maggior parte del mio tempo. Per me è sempre stato, più che un lavoro, un hobby. Sono sempre stato un piccolo 'costruttore' fin da bambino, amavo giocare con tutto ciò che richiamava l'arte, la pittura, il modellare il legno, la creta: amavo aggiustare e rendere migliore tutto ciò che non funzionava più. Poi a 12 anni sono andato nel salone dove lavorava una delle mie sorelle. Essendo sempre stato solo in negozi da uomo, ho scoperto un mondo tutto nuovo, molto più complesso, dove la creatività era in primo piano, con la possibilità di colorare, creare nuove forme e, soprattutto, rendere felici le persone... e ho capito quale era il mio futuro”.

Quali i punti in comune con il brand Cotril?

“Sono tanti i punti in comune con Cotril, ma tra i più forti, sicuramente, il desiderio di evolversi sempre, di migliorarsi, la passione per i nuovi progetti e lo





Immagini dall'ultima collezione Cotril SS 19: massima espressione di libertà, giochi cromatici, regole ed eccezioni, moderno vs rétro. Tutto è ammesso e tutto concesso.



sviluppo del prodotto, che si plasma sulle esigenze quotidiane di parrucchieri e clienti. C'è un grande lavoro di squadra in Cotril, un team di persone che lavorano insieme giorno dopo giorno con impegno e dedizione. Il nostro rapporto è iniziato circa 6 anni fa, e nel conoscerci meglio la nostra collaborazione è andata a intensificarsi fino ad arrivare ad oggi, con una buona dose di progetti sviluppati insieme e una densa collaborazione con i vari settori”.

Cosa significa essere Global Creative Director Cotril?

“Significa occuparsi della sfera creativa; in Cotril siamo riusciti a costruire un team di persone con un continuo scambio di idee e competenze, ognuno dà il proprio contributo e insieme si arriva al risultato. Si parte dalla ricerca, dalla collezione, fino ad arrivare alla nascita dei nuovi prodotti cercando di portare sempre al top le prestazioni. Personalmente, seguo anche gli shooting prodotto e

alcuni eventi importanti”.

Cosa ha ispirato la tua ultima collezione?

“La mia ispirazione sono sempre le persone, che vivono sviluppando un proprio stile, un proprio modo di essere e finiscono col creare nuove tendenze. Anche la moda è una mia continua fonte di ispirazione, fatta di tante donne diverse, ciascuna unica a modo suo. E così è stato anche per questa collezione, un punto di vista sempre diverso dove trovare il bello in ogni personaggio”.

Quali saranno le tendenze colore per l'estate?

“Ci sono, da un lato, dei picchi di colore più estremi, che si alternano a sfumature, quali il rosaceo salmone un po' aragosta, che però si amalgama anche a sfaccettature molto più sobrie, che tornano a riprendere toni più naturali. L'importante è avere sempre profondità nel colore e miscelare le varie note con morbidezza, senza creare stacchi netti”.



Nome e cognome:

Giovanni Iovino

Data e luogo di nascita:

28/01/79 a Pforzheim, Germania

Segno zodiacale:

Acquario

La sua frase preferita:

volere è potere

Un pregio:

tenace

Un difetto:

impaziente

La sua icona di stile:

una donna sempre attuale, trasformista, di carattere, elegante, intensa, melodica, passionale: Mina!

#SpecialeColore

Studia il colore

Color Method Aveda: il metodo studiato per gli Artisti del Colore. Il programma che comprende un percorso formativo unico e interessante e un sistema colore di altissima qualità.

#SpecialeColore

Il colore è uno dei servizi più importanti in salone: crea reputazione e offre un'ottima redditività. Come professionista, l'hairstylist non deve solo saper applicare il colore ma imparare a progettare, scegliendo la tecnica e le tonalità più adatte al taglio e alla personalità della cliente. Aveda ha messo a punto Color Method, un metodo tecnico e un sistema colore esclusivi. Il programma comprende tecniche artistiche innovative e proposte di trend look stagionali, realizzati con prodotti di derivazione naturale. Un'offerta di formazione tecnica completa: dall'assistenza business e gestionale, al materiale marketing per il salone e piani digital dedicati.

INFINITE POSSIBILITÀ CREATIVE

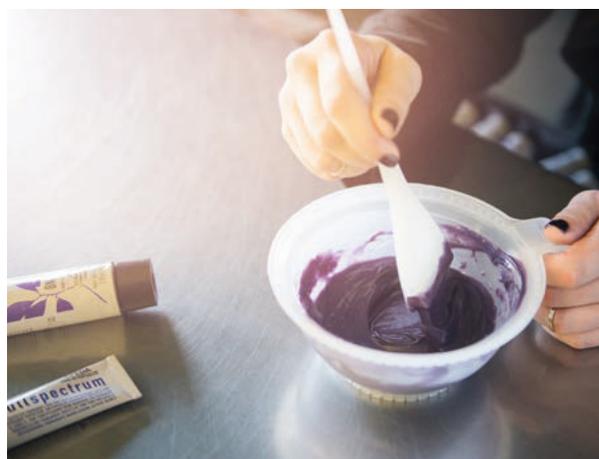
Il mondo del colore è in continua evoluzione e gli acconciatori devono condividere le idee, la creatività e le esperienze con le loro clienti: per questo è necessario un sistema che permetta loro di affrontare il tema colore con assoluta sicurezza e competenza.



Con il Color Method Aveda l'acconciatore può personalizzare e semplificare la gestione tecnica del proprio lavoro. Vantaggi concreti in salone? Risultati di elevata qualità e personalizzati per ogni singola cliente. Il sistema Color Method Aveda prevede 3 momenti dell'anno con focus sulle nuove proposte colore firmate dal brand, ispirate ai trend internazionali, e un percorso Education suddiviso in 3 livelli di crescita. Momento clou è sempre l'Aveda Congress: un evento annuale in diverse parti del mondo, un'occasione unica di incontro con gli artisti dei team internazionali. Un vero e proprio concentrato unico d'ispirazioni, tecniche, trend e condivisione. A supporto di questa offerta tecnica c'è l'attività di comunicazione tradizionale e quella dedicata ai nuovi media. Come l'Aveda Digital Competition, con concorsi digital nazionali ed internazionali per celebrare la creatività degli hairstylist con premi esclusivi o il Programma Social con immagini e video Aveda per far conoscere le nuove proposte colore dei saloni partner. Chi sceglie questo programma ha a disposizione un consulente dedicato per arricchire le proprie competenze di sviluppo professionale come leader di un team. In questo modo l'hairstylist potrà tenere sempre sotto controllo l'andamento del suo business, grazie a strumenti specifici.

IL COLORE AVEDA

Il Colore Aveda Full Spectrum (nelle sue varie declinazioni: permanente, demi-permanente, per capelli scuri e per schiariture) non è un colore premiscelato e vanta una performance di alto livello con un'elevata luminosità, ottima copertura e tenuta nel pieno rispetto della struttura del capello. I laboratori Aveda di ricerca e sviluppo hanno un credo: innovazione continua per un risultato eccellente ed infinite possibilità creative. Inoltre, proprio per esaltare ancora di più il risultato, vengono combinati i migliori ingredienti naturali alle tecnologie più innovative, per offrire il massimo nel rispetto dell'ambiente e delle persone.



Color Method Aveda: un progetto unico per un risultato eccezionale

L'offerta colore è il core business di ogni salone: con Aveda diventa facile gestire l'offerta colore alla clienti.



Colore & Natura

La colorazione 100% vegetale Marcapar. Una nuova grande opportunità per il salone.

Marcapar nasce circa 30 anni fa dal desiderio di offrire agli acconciatori e alle loro clienti un approccio nuovo alla coiffure, più naturale, sano e moderno, di pari passo con la nuova filosofia di benessere, sempre più richiesta. Con questo obiettivo Christian Roche, un acconciatore francese, prende spunto dalle tinture vegetali per gli abiti e mette a punto una propria gamma di colorazioni vegetali al 100% per capelli, dando vita, insieme alla moglie Isabelle, al primo salone pilota in cui è possibile avere un servizio colore in sintonia con la natura. Il successo cresce ogni anno e ora sono oltre 560 i saloni indipendenti che utilizzano le colorazioni Marcapar. "Le colorazioni Marcapar sono naturali, 100% vegetali e totalmente prive di sostanze chimiche: senza ammoniaca, parabeni, ossigeno, ppp, peg. Le erbe, selezionate e testate una per una, ossigenano e migliorano

la struttura del capello. Ogni risultato è unico e personalizzato. Il Coiffeur Coloriste Végétal Marcapar può personalizzare la colorazione secondo i desideri della cliente, partendo da una base naturale e aggiungendo i pigmenti delle piante. Gli ingredienti sono il meglio che la natura offre in fatto di oli vegetali ed essenziali, uniti ad altri ingredienti attivi, sempre selezionati, coltivati e lavorati in Francia".

I RISULTATI

Le colorazioni Marcapar sono al 100% vegetali e in grado di coprire i capelli bianchi. I tempi di posa possono variare da 15 a 45 minuti, ma già in 15 minuti si ottiene un biondo sui capelli bianchi. Inoltre l'utilizzo di una colorazione vegetale migliora lo stato di salute e l'aspetto di un capello sottoposto a precedente colorazione chimica. La colorazione vegetale rappresenta un'alternativa 'sana' per tutti quei casi in cui la colorazione tradizionale è sconsigliata: in gravidanza, a chi soffre di allergie, a chi segue un trattamento medico importante.

COIFFEUR COLORISTE VÉGÉTAL

Oltre 500 saloni hanno già scelto i prodotti Marcapar e usufruito della formazione esclusiva che il marchio offre a chi vuole conoscere e sfruttare al meglio - in termini di risultati - le potenzialità dei suoi prodotti. Anche per gli acconciatori italiani è stato messo a punto un programma intenso, con un percorso particolareggiato, che permette di diventare Coiffeur Coloriste Végétal, accrescendo così la propria professionalità e acquisendo nuove competenze, in un segmento di mercato in continua espansione.

Per info: www.marcapar.it



Marcapar è il brand francese dedicato a tutte quelle donne che ricercano prodotti in sintonia con la propria voglia di benessere e di naturale. Come le colorazioni vegetali che offrono copertura dei capelli bianchi e risultati ottimali.

140 products



Urban Glamour

Unapologetic Collection: proposte sportive nel taglio ma sofisticate nel colore. Per donne dinamiche e sexy.



Immagini della Collezione Revlon PE2019 Unapologetic Collection



Revlon Professional propone per la PE 2019, la Unapologetic Collection: un tributo allo street style, uno stile inclusivo e fuori dagli schemi, più attivo e libero che mai. La collezione introduce una nuova interpretazione del look sportivo, trasformando i suoi elementi essenziali in proposte sexy ed attraenti, grazie all'elaborazione di taglio e colore. Gli stili di capelli corti e molto corti, insieme a look più lunghi che sono facili da indossare e da mantenere, sono aggiornati con strati morbidi che aggiungono texture affascinanti e giocose e permettono ai look da giorno di assumere la sofisticazione della serata con il minimo sforzo. Le tinte metallizzate virano verso la fantasia in contrasto con capelli quasi naturali, basi in bronzo o



castagno e bionde opache o sfumature platino sbiadite. Servizi o tecniche tono su tono per la creazione del colore ridefiniscono il lavoro del parrucchiere professionista, che affronta la sfida dello street style per rendere i capelli l'elemento più espressivo e libero della stagione.

GLI HAIRSTYLE

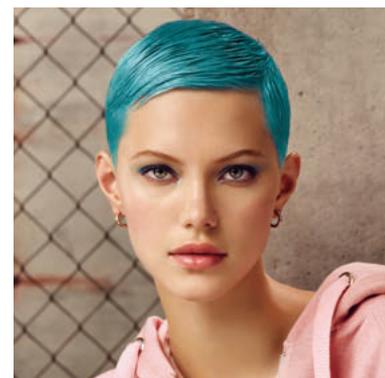
The Unapologetic Collection ispira con quattro look affascinanti che incarnano l'urban glamour e raccontano storie di sogni e obiettivi contemporanei che condividono un filo conduttore: l'intenso splendore di un'immagine impeccabile.

Allinclusive Rainbow: lo stile urbano urla innovatività attraverso una tecnica tono su tono che crea contrasto tra colori naturali e colori metallici che esaltano la vitalità del capello e dell'immagine di chi lo porta.

Metallcaille: i ricci vibranti sono capaci di ipnotizzare e far trasparire l'affascinante personalità a chi li guarda. Il favoloso trend del rosa metallico è un classico femminile che aggiunge tocchi d'avanguardia luminosi e attraenti.

Turquoise Shimmer: la nuova tendenza ribelle metallica rompe ogni schema proponendo colori e vitalità. In questo look, dolce e sofisticato, cerca di trovare un equilibrio tra lusso e funzionalità.

Metalyage: il mondo della moda propone tagli e colori luminosi che fanno parte del trend dei toni metallici, un must di stagione. Un tocco spontaneo e competitivo che sta rivoluzionando le acconciature maschili.

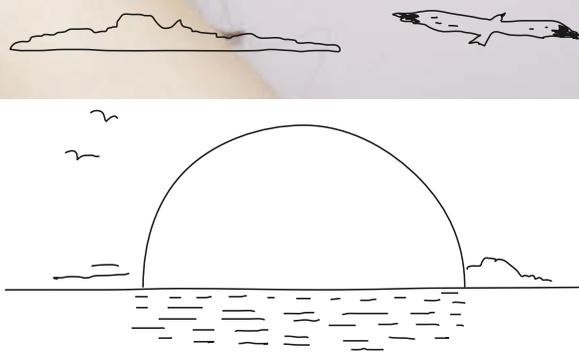




RICA
RESPONSIBLE BEAUTY

NEWDAY

NEW BLEACHING SYSTEM



TODAY IS A BRAND NEWDAY.
Ed è il tuo momento per brillare.

Newday è il nuovo sistema di decolorazione Rica creato per esaltare abilità e creatività di tutti i coloristi del mondo. I nuovi decoloranti della linea Newday sono formulati con materie prime scelte ad hoc per rispondere a tutte le esigenze del capello durante la decolorazione.

Scopri di più su haircare.ricagroup.com/it/newday-2

#SpecialeColore

Sotto una nuova luce



“Today is a brand Newday” ed è il tuo momento per brillare e risplendere grazie a Newday, i nuovi decoloranti di Rica.

Newday è il nuovo sistema di decolorazione Rica creato per esaltare l'abilità e creatività di tutti i coloristi del mondo.

INGREDIENTI AD HOC

Sappiamo che la decolorazione è un trattamento invasivo per il capello, soprattutto se fatta con prodotti non adeguati e secondo modalità non totalmente corrette. Per questo i nuovi decoloranti Newday sono formulati con materie prime scelte ad hoc per rispondere appieno a tutte le esigenze del capello durante la decolorazione. Come la gomma di guar, per le sue proprietà emollienti ed ammorbidenti, il bisabololo, per le sue proprietà lenitive ed addolcenti, l'aloè barbadensis, cicatrizzante e ri-epitelizzante e la cheratina idrolizzata, che ridona struttura e forza ai capelli.

LA LINEA NEWDAY

La linea si compone di 3 prodotti:

- **Bleaching Powder:** una polvere decolorante a basso contenuto di ammoniaca e dustfree che ha un'azione veloce e permette di schiarire fino a 9+ toni. Si utilizza per tutte le tecniche di schiaritura (balayage, cartine, ecc.) ed è ideale per ottenere tonalità molto chiare di biondo e tonalità fredde.
- **Bleaching Cream:** crema decolorante a basso contenuto di ammoniaca, dustfree e con un limitato rischio di reazioni avverse sul cuoio capelluto. Garantisce nutrimento ed alta protezione e permette di schiarire fino a 8 toni. Si utilizza per tutte le tecniche di schiaritura (balayage, cartine, ecc.).
- **BBK Perfect Oil:** un olio schiarente in gel privo di ammoniaca, che grazie ai suoi delicati agenti schiarenti e alla sua azione autobloccante, alleggerisce gradualmente il colore naturale fino a 3 toni. È ideale per essere utilizzato sulle radici e per gli highlight. Grazie alla solida esperienza nel campo delle colorazioni, Rica propone Gorepair System, sistema combinato di ristrutturazione capillare da utilizzare in associazione con la nuova linea di decoloranti.



TOGETHAIR.IT



O-RANGE
HAIR
COLOR

THE COLOR OF THE ORIGINS MEET BEAUTY

TOGETHAIR®
MEETING NATURE

#SpecialeColore

Colori a confronto



Togethair: due modi di vivere il colore, nel totale rispetto della natura e della salute del capello. Nabè vs O-Range. Scopriamo le differenze.

Ad ogni donna il suo colore: è qui che entra in gioco la professionalità e la bravura degli hairstylist nel saper proporre soluzioni personalizzate e declinate su ogni diversa esigenza. Togethair mette a disposizione dei suoi acconciatori due colorazioni di altissimo livello: Nabè e O-Range. Scopriamo insieme le caratteristiche e le differenze.

UNIVERSO COLORE

O-Range è la colorazione professionale PPD free a base di Cation Fructan approvato Bios, una multiproteina condizionante composta da aminoacidi e zuccheri in grado di mantenere il giusto livello di idratazione del capello nel servizio colore, mentre

Nabè è la colorazione professionale a base di olio di semi di Chia, senza Resorcina e Parafenilenidammina, a basso contenuto di ammoniaca. Inoltre la sua formula con Chiaprotect crea un film protettivo che riduce i danni dei raggi UV sul capello. Due composizioni diverse dunque, dedicate a donne con esigenze differenti. Nabè ha una formula nutriente e protettiva per il capello. Adatta a servizi colore su cute delicata e sensibile con un risultato cosmetico eccellente. O-Range ha una formula tradizionale, sicura ed affidabile, adatta a servizi colore su cute senza particolari problematiche, con risultati tecnici ottimali. Entrambe hanno una copertura al 100% dei capelli bianchi e se Nabè ha 78 nuance a disposizione, con O-Range le possibilità di scelta salgono a 81. Variano i tempi di posa: fino a 45 minuti per Nabè e solo 30 minuti per O-Range. Queste due colorazioni sono due validissime alternative per chi vuole un colore in tutta sicurezza oltre ad avere risultati ottimali e affidabili. Per l'hairstylist diventa così più semplice accontentare tutte le richieste colore, il servizio top di ogni salone.

Per info: www.togethair.it

Due colorazioni a confronto: due modi di interpretare il colore, per risultati sempre splendidi e creativi.





Genio e creatività

Alfaparf Milano presenta le nuove e sofisticate shade della linea Evolution of the Color.

di scoperta e innovazione che caratterizza il marchio e tutti i coloristi della famiglia Alfaparf Milano.

UOMO E TECNOLOGIA

Ispirandosi agli studi e all'innovazione di Leonardo, Alfaparf Milano ha voluto creare qualcosa di mai visto prima che unisse il talento dei coloristi alle più avanzate tecnologie: un nuovo mixer automatico gestito da un software in grado di immagazzinare nella sua memoria oltre 2000 nuance esistenti, per trovare nuove e originali combinazioni di colori e permettere ai formulatori di dedicarsi interamente alle fasi che richiedono estro e immaginazione. Nasce così una nuova palette di colori che non rientra nella numerazione regolare. Il suo segreto? Il terzo riflesso, la novità assoluta. A disposizione dell'acconciatore ci sono 6 nuove nuance: marroni, rame e biondi complessi e sofisticati come una miscela, ricchi di sfumature diverse che mutano interagendo con la luce. Toni caldi e freddi convivono e raggiungono la massima espressione negli accostamenti che il colorista esperto può creare, per un risultato totalmente nuovo. Queste 6 nuove nuance vanno ad ampliare la gamma della linea di punta Evolution of the Color.

Come Leonardo, oltre ogni immaginazione: è questo il leit motiv del nuovo lancio colore by Alfaparf Milano che vuole celebrare chi osa, chi sperimenta, chi è incessantemente alla ricerca di qualcosa di nuovo. Sei nuove nuance dedicate a tutti gli spiriti liberi. Non a caso il luogo scelto per la presentazione di questa novità è stato il Museo della Scienza e della tecnologia Leonardo Da Vinci di Milano, l'artista rivoluzionario che ha influenzato le generazioni future di tutto il mondo, dal Rinascimento in avanti. La metafora utilizzata per il lancio delle nuove nuance, tre ragazze che trascorrono una giornata al museo, ha come obiettivo celebrare il desiderio

Dream like Leonardo: Alfaparf Milano si ispira al grande inventore, per osare e sperimentare una nuova colorazione.

#SpecialeColore





Dedicare a tutti gli acconciatori e handmade in Solingen, le forbici Tondeo seducono per il loro design, l'ergonomia, la qualità e la funzionalità.

Realizzate in esclusiva per gli hairstylist professionisti che conoscono e apprezzano le forbici del brand da anni e sono consapevoli che si tratta di tools con cui possono ottenere risultati di alto livello e vivere

l'acciaio rimanda alla materia prima dello strumento. Il nuovo logo Tondeo è stilizzato ed elegante: la 'N' simboleggia l'incontro delle due lame che vanno a comporre la forbice mentre il nuovo slogan "You feel it", è la promessa dell'esperienza. Con questa nuova immagine, Tondeo ha presentato alla fiera Top Hair di Düsseldorf, le sue nuove forbici Countess, dotate della più recente tecnologia di taglio, che trasformano l'hairstyling in una vera e propria esperienza. La tecnologia Conblade, presentata contemporaneamente al rilancio dei brand Premium e S-line, rappresenta un nuovo modo di interpretare il momento del taglio. Le forbici sono levigate in modo diverso, più modellate e notevolmente più affilate. Gli strumenti di taglio Tondeo sono realizzati a mano e promettono un taglio morbido e soffice, grazie anche alla perfetta interazione tra la lama convessa e l'estrema affilatura concava. Senza dimenticare le altre caratteristiche distintive Tondeo: affidabilità e resistenza.

Per maggiori informazioni:
www.tondeo.com

Passione & qualità

Tondeo si reinventa: nuovo logo, nuova immagine e nuova tecnologia che rappresentano i valori tradizionali del marchio Solingen.

un'esperienza di taglio inedita. La possibilità di tagliare con una forbice Tondeo di elevata qualità è per l'hairstylist un evento unico: le forbici sono al centro di questa nuova avventura, vere protagoniste, guidate dalla mano dei professionisti. Così come si evince dalle nuove immagini che accompagnano il lancio di questa novità: i capelli e la forbice rappresentano la parte emozionale dell'esperienza mentre



Design forbici: COUNTESS
Tecnologia innovativa: CONBLADE.
Qualità che puoi provare:
FATTO A MANO A SOLINGEN.

MAXXelle®

MADE IN ITALY
NATURAL
HAIR CARE
ATTITUDE



Colora
ULTRACOLOR

STAY YOUNG FOREVER
Trattamento Colore Antiage con Estratto di Goji

www.maxxelle.com | Follow us on Facebook 

I trend dell'estate

Terra di Sicilia è il nome della collezione per l'estate del brand Genialità in Testa. Colori intensi e tagli che esaltano la femminilità.



Genialità In Testa è un'azienda familiare "made in Sicily" creata da Giancarlo Bongiovanni, manager e team builder di successo, che offre agli acconciatori gli strumenti più idonei per migliorare i servizi in salone e rendere la propria attività redditizia e competitiva.

I plus di Genialità in Testa sono:

- gli acconciatori Specialist, veri testimonial del progetto Genialità in Testa
- la scelta di un target specifico di professionisti del settore
- la partnership con Previa Natural Haircare e pH Laboratories, due eccellenti brand di prodotti grazie ai quali i saloni possono offrire alle proprie clienti servizi e competenze esclusive
- un percorso formativo che si distingue per eccellenza e semplicità
- la territorialità che premia l'identità di ogni salone.



Hair: Genialità in Testa - Photo: Skyline



TERRA DI SICILIA

La collezione Primavera-Estate 2019 creata da Genialità In Testa si intitola "Terra di Sicilia" ed è ispirata all'artigianalità siciliana della maiolica, famosa ceramica colorata e smaltata. L'esclusivo metodo di lavoro utilizzato per creare gli hairlook della collezione rispetta la texture dei capelli, valorizza la competenza tecnica dell'acconciatore e permette di soddisfare anche le clienti più esigenti. La collezione propone diversi stili: dai corti ai medi, a proposte per i capelli lunghi, sia mossi che morbidi. Il tutto all'insegna di una naturalezza semplice ma ricercata, che valorizza la struttura del capello. Le colorazioni proposte e le tecniche sono il risultato dell'incontro fra le capacità artistiche e creative degli hairstylist Specialist e il sapiente utilizzo dei prodotti professionali pH laboratories e Previa Natural Haircare. Il prossimo evento di formazione si terrà a Palermo, il 15 e 16 Settembre 2019.

Per info: tel. +39 320 766 31 00
facebook @genialità in testa
Instagram @genialitàintesta



Sole & protezione



Previa Sun First Aid Kit, il miglior alleato per capelli sotto il sole.

Non solo la pelle, ma anche i capelli hanno bisogno di essere protetti dall'azione aggressiva degli agenti esterni. Soprattutto d'estate i lavaggi frequenti, uniti allo stress ossidativo causato da sole, vento, cloro e salsedine, agiscono su fusto e lunghezze lasciando i capelli sfibrati, scoloriti, stopposi e difficili da disciplinare. Per prevenire secchezza e disidratazione occorre affidarsi a dei professionisti nella cura del capello e a prodotti e trattamenti specifici che offrono protezione, idratazione e lucentezza. Per l'estate 2019 Previa lancia Sun First Aid Kit, un trattamento specifico quotidiano per capelli esposti a

sole, vento, cloro e salsedine. Perfetto e comodo da portare in vacanza per proteggere e idratare i capelli è composto da Shampoo Dopo Sole e uno Spray bifasico, senza risciacquo, ad azione districante e restitutiva.

- Sun First Aid Shampoo Dopo Sole: è un prodotto green con il 99,2% di ingredienti di origine vegetale. Al cuore della formula trovano posto estratto di caviale verde, idratante e levigante, e proteine della quinoa, ricchissime di vitamine C e D per un'azione antiossidante naturale.

La texture, avvolgente e deliziosamente profumata ai fiori di tiaré, a contatto con l'acqua forma una schiuma delicata che rimuove efficacemente ogni residuo di cloro e salsedine e, al contempo, lascia i capelli morbidi e profumati. Ideale per lavaggi frequenti.

- Sun First Aid Biphasic Sun Protection: un prodotto leave-in ideale da avere sempre con sé: protegge dai raggi UV grazie alla presenza di filtri UVA e UVB e rende i capelli più morbidi, elastici

e naturalmente luminosi. Formulato senza siliconi, petrolati, oli minerali o attivi di derivazione animale e con una percentuale di attivi di origine vegetale dell'82%, è facile da usare e si assorbe rapidamente senza appesantire i capelli. La formula in spray è perfetta da usare al mare, in piscina o all'aria aperta.



Natural Summer Box 2019: il nuovo alleato di bellezza per capelli sotto il sole.

indice inserzionisti

**ADVERTISING
HEAD OFFICE**
Corso Cairoli, 16
10123 Torino (Italy)
Tel.: +39 011 83921113
Fax: +39 011 8171188
adv@estetica.it
www.estetica.it

TRAFFICO ADV
Monica Tessari
m.tessari@estetica.it

**ESTETICA ITALIA
EDIZIONI ESAV**
Via Cavour, 50
10123 Torino (Italy)
Tel.: +39 011 83921111
Fax: +39 011 8125661
www.estetica.it

Autorizzazione del Tribunale di Torino n. 435 del 7/4/49. Tutti i diritti sono riservati: è vietata la riproduzione anche parziale di testi e fotografie. Articoli, foto e disegni vengono scelti a giudizio dell'editore e pubblicati gratuitamente (se non pubblicitari); anche se non pubblicati non possono venire restituiti e restano di proprietà della casa editrice, che ne potrà fare l'uso che riterrà più opportuno, compresa la cessione dei diritti di pubblicazione ad altri editori. Per la pubblicazione delle foto è richiesta la loro "esclusiva" limitatamente alle riviste tecniche del settore pubblicate in Italia.

AVVISO PER GLI ABBONATI
art. 13 del Regolamento UE 679/2016)

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 679/2016, la nostra società procederà al trattamento dei dati personali da Lei forniti nel rispetto della normativa in materia di tutela del trattamento dei dati personali e nel rispetto degli obblighi e delle garanzie delle norme di legge, contrattuali e regolamentari. I dati dell'abbonato potranno essere conosciuti solo da soggetti specificatamente autorizzati e istruiti dalla nostra Società e da soggetti terzi per lo svolgimento delle attività organizzative ed economiche connesse all'abbonamento (es. gestione della spedizione, imbustamento, invio corrispondenza) e non saranno comunicati a terzi per scopi non consentiti dalla legge o senza espresso consenso; saranno conservati ai fini dell'invio delle nostre pubblicazioni e per il tempo necessario a conseguire gli scopi di aggiornamento professionale per cui sono stati raccolti. Titolare del trattamento è la società Edizioni Esav S.r.l. - Via Cavour 50, 10123 Torino. L'interessato potrà in qualsiasi momento esercitare i diritti previsti dal Regolamento UE (art. 15 Diritto di accesso; art. 16 Rettifica; art. 17 Cancellazione) scrivendo a Edizioni Esav - edizioniesav@pec.it.

Stampa:
Stamperia Artistica Nazionale
Trofarello (TO)

Alfaparf Milano alfaparf milano.com	4-5-146	Omc International Beauty Expo www.omchairworld.com	131
Alter Ego Italy - Pettenon www.alteregoitaly.com / +39 049 9988800	6-7-88	OnHair-Bologna Fiere onhairshow.com/+39 02 796420	80
Aveda - Estee Lauder www.aveda.it / +39 800 301177	138-139	Oway-Rolland www.oway.it/+39051763418	80 Bis
Cloud Nine it.cloudninehair.com / +39 055 9155838	28-29	Parlux www.parlux.it / +39 02 48402600	81
Cotril www.cotril.it / +39 02 3834321	2-3-136-137	Paul Mitchell www.paulmitchell.it / +39 06 5750190	8-9
Davines www.davines.it / +39 0521 965611	130	Piero Bastiani www.pierobastiani.com/+39 0586 800055	C-12-13
Elgon - Pidielle www.elgoncosmetic.com / +39 0331 580166	IIC-1	Ph Laboratoires www.phlaboratories.com/+39 011 96 24 787	IVC
Genialità in Testa www.genialitaintesta.com/+39 0931.1960579	149	Previa www.previa.it / +39 011 9624787	150
K-Time www.k-time.it	32	Revlon Professional www.revlonprofessional.com / +39 051 6823111	103-141
La Biosthetique www.labiosthetique.com / +39 045 9696900	30-31-134-135	Rica www.ricagroup.com/+39 095 7132022	142-143
Marcapar www.marcapar.it / +39 011 6601634	140	Sens.ùs www.ilovesensus.it/+39 0575 720682	82-83
Maxima www.maximacosmetics.com/+39 045 8601074	152-IIIC	Togethair www.togethair.it / +39 045 7150833	144-145
MAXXelle www.maxxelle.com/+39 0733 904373	148	Tondeo www.tondeo.com	147
Muster & Dikson www.muster-dikson.com / +39 0331 525111	84/87	Vitalitys - Farmen www.vitalitys.it / +39 011-8023411	111
Olaplex-Adi Srl www.adiflagstore.it/+39 0383 47631	10		

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDIZIONI DI SETTORE



CONFINDUSTRIA

ABBONAMENTI O INFORMAZIONI

- Chiama il **Numero Verde 800-803016** • scrivi a abbonamenti@estetica.it
- approfitta dei **prezzi speciali** sottoscrivendo il tuo abbonamento su:
www.estetica.it – sezione abbonamenti

Copie singole: € 10,00 caduna, in vendita presso i migliori grossisti del settore.
Copie arretrate: € 11,00 caduna. Torino



THE NECTAR COLOR

made with passion



*un elisir prezioso che depura e protegge
i capelli colorati da inquinamento e metalli pesanti
donando intensità, brillantezza e una maggiore durata alla colorazione,
lavaggio dopo lavaggio*

*with
Organic Ecocertified
Quinoa and Desert Fruits
&
Bioactive D-Complex*

Nook[®]
ECO INSPIRED PRODUCTS

pH

LUXURY HAIR ROUTINE



ARGAN & KERATIN COLOR

VINCITRICE DELL'HAIR PRODUCTS AWARD 2019

MIGLIOR
COLORAZIONE IN GEL



WWW.PHLABORATORIES.COM #PHLABORATORIES #FEELTHEDIFFERENCE #PHBACKSTAGE

