

ESTETICA

MODA CABELLO ESPAÑA

the Hair Magazine

DOSSIER

Anclar el cabello
para que no caiga

CURSOS

¿Cómo se forman
los formadores?

TENDENCIAS

La moda que ya está aquí





donde la biotecnología se encuentra con el cuidado del cabello.

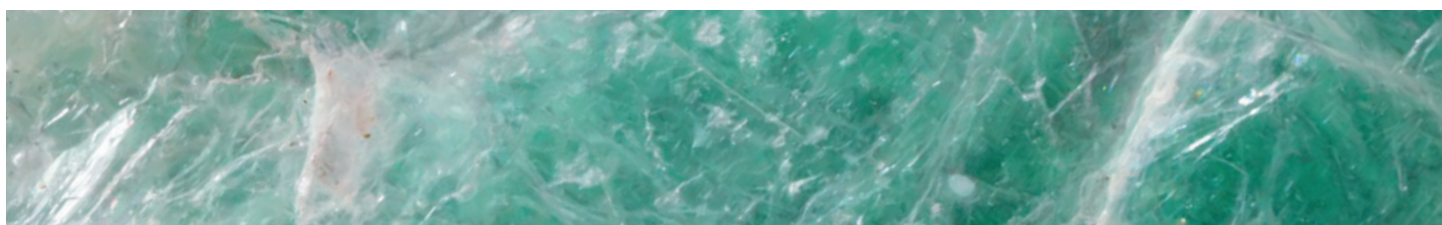
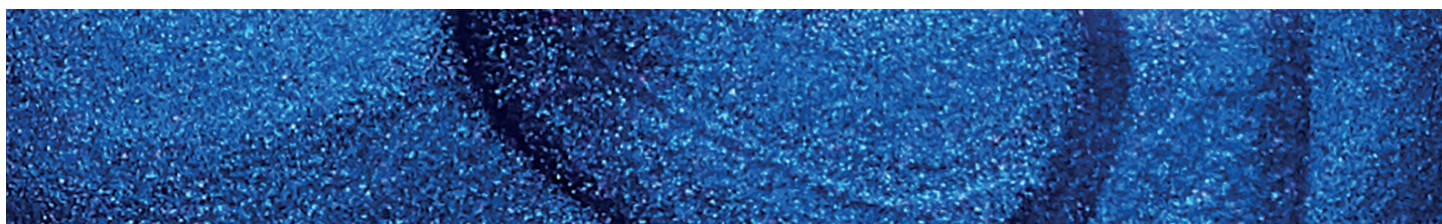
La ciencia es compleja – el cuidado
del cabello no tiene por qué serlo.

info@k18hair-spain.es

disponible compra rápida 24/7 en **sxs-pro.es**

S A L Ó N LOOK

Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral



**Miramos más allá.
Encuentros profesionales**





**22-24
Oct
2021**

**Recinto Ferial
ifema.es**

Peluquería / Uñas y Maquillaje

AVANCE PROGRAMA

**II Congreso
Iberoamericano de
Asesoría de Imagen**

Patrocina:
MONTIBELLO
EXPERIENCE BEAUTY

Business Meeting

**I Congreso de
Peluquería**

Patrocina:
PREVIMUTUA

Más allá de las tijeras

Colabora:
WELLA
PROFESSIONALS

Nailympion

Patrocinan:



Más información e inscripciones: ifema.es/salonlook Síguenos en: [@ifema_madrid](https://twitter.com/ifema_madrid)



Fanola

CREATIVITY TO SHARE

only
10
MINUTES

COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM /

COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM / COLORZOOM /



COLOR
ZOOM
MINUTES

La gama de coloración
profesional **en 10 minutos**



www.fanola.es @fanolaiberica

ESTETICA

editorial



Equipo creativo:
SK Style Barcelona
Peluquería: Alexander
Kiryliuk, Miguel Silva,
Inna Lipkovich
Maquillaje: Natalia Sidorova
Estilismo y accesorios:
Agata Karobka
Fotografía: David Arnal
Diseño gráfico:
Javier Villalabeitia



Ábrete a seguir
formándote tanto en
disciplinas artísticas y
técnicas como las
administrativas. Todas
ellas son imprescindibles
para tu negocio.

Sus ojos tienen la luz de la ilusión. Frente a ellos, un abismo de conocimientos que adquirir, que les ayudarán a conocer mejor el mundo en el que viven y hacer de él un lugar mejor. Con sus carteras repletas de libros de texto, lápices y cuadernos de hojas en blanco, los niños empiezan un nuevo curso. Esa ilusión, la de los pequeños de la casa, es la que nos debe llevar a completar nuestra formación e ilusionarnos más para adquirir nuevas competencias y habilidades. Nunca es tarde para aprender y nunca se sabe todo en ninguna materia. Durante esta pandemia hemos sido testigos de cómo ni las mayores eminencias en virología son capaces de dar las respuestas a todas las preguntas que nos formulamos respecto al COVID-19. Ellos continúan formándose para acabar con el virus, nosotros deberíamos hacer lo propio para complementar nuestros conocimientos y así dar un paso más en la excelencia en nuestro ámbito

La formación debe ser una necesidad para nosotros como profesionales y una obligación de cara a nuestros clientes.

El nuevo curso viene repleto de nuevos e ilusionantes retos. Sal de tu zona de confort y lánzate a investigar en nuevas disciplinas, ya sean técnicas, creativas o de gestión. Como dicen algunos de los formadores de prestigio que hemos entrevistado en este número, el campo de la formación puede (y debe) ir más allá del ámbito de la peluquería. Ellos son solo algunos de los más demandados porque continúan dedicando muchas horas de su tiempo a adquirir nuevos conocimientos. Ábrete a seguir formándote tanto en disciplinas artísticas y técnicas como las administrativas. Todas ellas son imprescindibles para tu negocio. Lo único que puede suceder es que descubras nuevas habilidades que desconocías y que éstas te puedan ayudar a mejorar en tu negocio. Abraza este otoño con la ilusión de cuando eras tú quien empezaba un nuevo curso con los ojos llenos de ilusión y un abismo de conocimientos por adquirir. Lánzate a buscar cursos que te puedan ayudar a ser, aún, un mejor profesional. A quien más va a beneficia sin duda, es a ti.

Elisabet Parra
elisabet@esteticamodacabello.es

Living proof.®

new

Curl.

*Verdadera Ciencia
Biomimética para tus rizos.*

*Una línea innovadora para el cuidado de los rizos
desarrollada con Ciencia Biomimética para ofrecerte
unos rizos más fuertes y sanos –y todos los magníficos
beneficios que los acompañan.*



*Tus rizos + fuertes,
bonitos y sanos.*

EL COMPLEJO BIOMIMÉTICO PARA UNOS RIZOS SANOS

Rizos + fuertes



frizz controlado



mayor brillo



suavidad extra



definición mejorada



SIN
SILICONAS
—
SIN PESO

**El poder de unos
rizos extraordinarios
—desde las raíces
hasta las puntas.**

La Ciencia Biomimética de Curl forma un escudo fortalecedor alrededor de cada hebra de tu cabello que previene roturas, mejora la textura y crea definición flexible para ofrecerte unos **rizos 3 veces más fuertes, definidos, brillantes, suaves y libres de frizz.**

contents

EDITOR Y DIRECTOR RESPONSABLE
Roberto Pissimiglia

DIRECTORA EDITORIAL
Elisabet Parra
elisabet@esteticamodacabello.es

REDACCIÓN
Rosa Girona Roig
redaccion@esteticamodacabello.es

RELACIONES PÚBLICAS/PUBLICIDAD
Leticia Niubó
leticia@esteticamodacabello.es

Elena Lorán
elena@esteticamodacabello.es

DIFUSIÓN Y ADMINISTRACIÓN
Marta Dubé
marta@esteticamodacabello.es

ESTETICA INTERNACIONAL (TORINO)

INTERNATIONAL EDITOR-IN-CHIEF
Laura Castelli
l.castelli@estetica.it

INTERNATIONAL ADVERTISING COORDINATOR
Monica Tessari
m.tessari@estetica.it

DISEÑO GRÁFICO
Manuela Artosi
m.artosi@estetica.it
Davide Cardente
d.cardente@estetica.it

COLABORADORES ESPAÑA
Cristina Hernández

ALEMANIA
Michaela Dee

FRANCIA
Marie Coccoluto

UK
Gary Kelly

ITALIA
Lucia Preziosi, Glorianna Vascetto

USA
Marie Scarano

DIGITAL
Erica Balduini, Ludovica Cavalli,
Erika Marchese, Wilma Sommariva

Looks	Chicas Almodóvar	9
Moda	Tendencias que vienen	12
Dossier	Anclar el cabello	18
Curiosidades	Surrealismo Eco-Chic	24
Entrevista	Ainhoa Aramburu	82
Evento	Congreso de peluquería	84
Evento	Más allá de los sentidos	85
Evento	Transformación digital	86
Focus	Formación de excelencia	88
Premios	Jurado de excepción	93
Presentación	ghd Unplugged	94
Design	Salones renovados	96
Productos	Novedades en innovación	100



Los looks de las tres "chicas Almodóvar" del nuevo filme del cineasta manchego. También observamos con detenimiento las tendencias otoño/invierno 20-21.



Cabello bien anclado para evitar la caída. No te pierdas nuestras propuestas.



international trends

Curl Mania	33
-------------------	----



También en este número: diseño en interiorismo y los secretos de los mejores formadores españoles.

LA BIOSTHETIQUE®
PARIS

THE CULTURE OF TOTAL BEAUTY

Para cabellos rebeldes y encrespados.

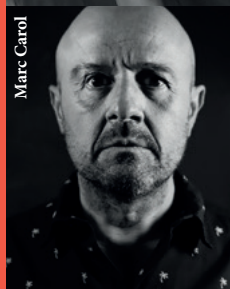
Desde el lavado hasta el Styling, *Frizz Control* calma el cabello rebelde, equilibra el contenido de hidratación y las debilidades estructurales y, además, alisa la superficie capilar. Reduce la carga electrostática y el encrespado y estabiliza el cabello, de modo que recupera su brillo y elasticidad.



LA BIOSTHETIQUE
PARIS

Frizz
Control

Tratamientos exclusivos para piel y cabello.
www.labiosthetique.es



Valoración total
8,1

Chicas Almodóvar

Aitana Sánchez-Gijón

ZIORTZA ZARAUZA: el escote a caja es poco favorecedor a partir de los 50, ya que resalta la zona del cuello y la mandíbula. Por suerte lo compensa con una coleta de efecto *lifting* que rejuvenece el conjunto.

Cabello: 8 / **Maquillaje:** 8 / **Estilismo:** 7 / **Valoración** 7,7

MARC CAROL: la madurez le hace interesante y mantiene su look sobrio, elegante y contemporáneo. Llevar transparencia denota que tienen seguridad en sí misma y demuestra que aún tiene mucho que dar.

Cabello: 6 / **Maquillaje:** 7 / **Estilismo:** 8 / **Valoración** 7

AMPARO CARRATALÁ: atrevida con las transparencias, pero a la vez con un estilo clásico, ya que su maquillaje y peinado son más sobrios. Me encanta la combinación de los complementos. El labial un acierto.

Cabello: 6 / **Maquillaje:** 8 / **Estilismo:** 9 / **Valoración** 9,5

ULISES MESA: nos deja sin palabras con ese look fresco y muy favorecedor. La coleta alta y muy pulida le rejuvenece, junto al maquillaje natural, que resalta la mirada y el labio en rojo.

Cabello: 9 / **Maquillaje:** 8 / **Estilismo:** 8 / **Valoración** 8,3



Milena Smit

ZIORTZA ZARAUZA: lejos de mis gustos, está impecable como *millennial* que es. Su look nos comunica modernidad y exclusividad, colocándola en el Olimpo de la nueva generación de *celebrities*.

Cabello: 7 / Maquillaje: 7 / Estilismo: 9 / Valoración 7,7

MARC CAROL: de mirada misteriosa, su melena castaño oscuro, sus maquillajes posgóticos y sus estilismos, casi siempre de color negro, la convierten en la promesa *vamp* mas joven y guapa de España.

Cabello: 7 / Maquillaje: 8 / Estilismo: 8 / Valoración 7,7

AMPARO CARRATALÁ: me encanta la gente que arriesga y lleva su propio estilo siendo auténtica. Me despistan un poco los tirantes del top que lleva bajo de las transparencias, por lo demás lo veo súper!

Cabello: 9 / Maquillaje: 9 / Estilismo: 10 / Valoración 9,3

ULISES MESA: sin duda es una mujer con mucha personalidad. No solo su vestuario lo grita, su look huye de la dulzura y de la tendencia, y aboga por elegir un look rompedor.

Cabello: 6 / Maquillaje: 7 / Estilismo: 8 / Valoración 7



Penélope Cruz

ZIORTZA ZARAUZA: no soy partidaria de peinados asimétricos con la raya en medio, no le aporta nada. Los ojos demasiado maquillados y el *eyeliner* en el párpado inferior le resalta las bolsas y las patitas de gallo.

Cabello: 6 / Maquillaje: 5 / Estilismo: 6 / Valoración 5,7

MARC CAROL: brilla por su talento y por su belleza. Con este vestido florero no me gusta mucho, me recuerda a los vestidos de la realeza europea, y está toda en decadencia por su pomposidad.

Cabello: 8 / Maquillaje: 8 / Estilismo: 8 / Valoración 8

AMPARO CARRATALÁ: siempre acierta elija lo que elija. Los colores pastel del vestido le dan mucha luz y lo acompaña con un peinado y maquillaje más sencillo. A veces ayuda mucho: el menos es más.

Cabello: 10 / Maquillaje: 10 / Estilismo: 8 / Valoración 9,3

ULISES MESA: teniendo en cuenta el peso visual del increíble vestido de flores, el recogido bajo con ondas suaves, junto con el maquillaje casi *nude* de piel aterciopelada, crean una armonía perfecta.

Maquillaje: 9 / Maquillaje: 8 / Estilismo: 9 / Valoración 8,7

Photos: Getty Images



Tendencias que vienen

Las hemos visto desfilar por la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid y #080 bcnfashion. Ahora llegarán a la calle después de pasar por tu salón. *Rosa Girona i Roig*





Otrura



Custo Barcelona



Álvaro Calafat

El peluquero Jesús de Paula, embajador de ghd España, interpreta así la moda que viene: “los looks de la próxima temporada traen una vuelta a los años 90 y 2000 pero con un toque renovado y adaptado al mundo digital en el que nos movemos hoy día. Los looks se vuelven naturales, con texturas muy sueltas, melenas de aspecto sano, con lisos rotos de acabado desgastado. Volúmenes, ondas grandes, rizos naturales que se recogen en moños bajos o se dividen con rayas centrales”.



Otrura



Yolaneris



Avellaneda



Angel Schlessner



Menchén Tomás



Is Coming

La #080 bcnfashion –con Kevin Murphy y ghd en el Backstage– nos ha dejado un claro mensaje para el cabello que viene: naturalidad. Ondas, flequillos y el tono *brunette* serán los protagonistas indiscutibles de la temporada. También el cabello pulido, con o sin coleta, pero con la raya marcada y de efecto *wet*. El boom del *curly* dará visibilidad a todo tipo ondas (bien peinadas o desenfadadas) sobre largas melenas o cortes *midi*.



Isabel Sanchis



Fernando Claro



Ulises Meri

La MBFW Madrid nos ha dejado looks de lo más sorprendentes, con estilos muy diferentes y diversidad de colores. Se juega con el volumen, con cardados y ondas, y con trenzas y recogidos inspirados en el “moño confinamiento”. También destaca el efecto *wet*, el *wolfcut* (el favorito entre las *celebrities*) y el cabello *midi*, con las puntas hacia fuera. Tocados, falsos flequillos y ondas cabaret rinden homenaje al mundo del espectáculo. Una gran fiesta para sacar a la luz el máximo derroche de creatividad.



Custo Barcelona



Victor von Schwarz



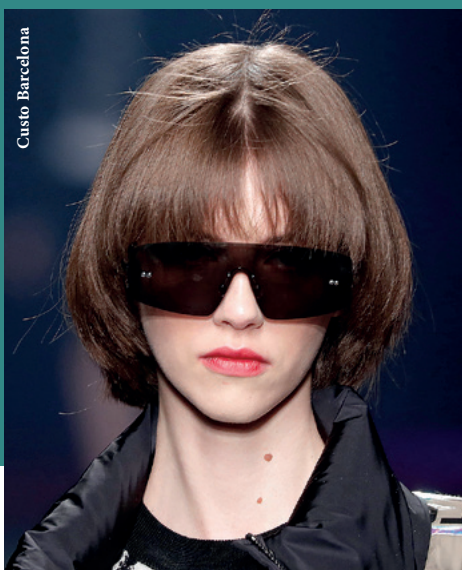
Guillermo Décimo



Angel Schlesser



Nicolás Montenegro



Custo Barcelona



PRESENTED BY



LONDON
EXCEL LONDON
16 -18 OCTOBER 2021



EDUCATION | INSPIRATION | INNOVATION

LIVE

BOOK TICKETS NOW

www.salonshow.co.uk/estetica



Main image: Hair, Robert Eaton; Photography, Richard Miles; Make up, Lucy Flower; Styling, Clare Frith



AT THE HEART OF HAIRDRESSING





Anclar el cabello

Objetivo: frenar la caída y conseguir que el cabello se mantenga en su sitio fuerte y sano. El correcto diagnóstico y tu consejo profesional son la clave. *Rosa Girona i Roig*

"Demasiado liso, demasiado rizado, demasiado graso, demasiado fino... A menudo nos gustaría cambiar nuestro cabello. Pero cuando empezamos a perderlo, nos damos cuenta de lo mucho que estamos dispuestos a hacer para conservarlo". Así resume René Furterer la importancia que tiene el cabello para todos.

Cierto, a nadie le gusta que se le caiga. Sigue siendo un atributo de fuerza y un reflejo de buena salud. Por eso hay que conservarlo. Pero cuando ocurre -y entramos en una de las estaciones del año más propicias- hay que tenerlo todo a punto para poder ofrecer la solución que esperan nuestros clientes.

El cabello se renueva y cuando cae no siempre hay que hacer saltar las alarmas. Pero sí estar atentos a esta señal y poner manos a la obra antes de que sea demasiado tarde. Este es el mensaje y en tus manos está la solución.

A las causas genéticas y externas que todos conocemos, y que determinan que la caída del cabello sea más o menos abundante, definitiva o temporal, hay que añadir como nuevo factor la pandemia. El confinamiento ha agudizado el problema de la caída capilar relacionada con la salud emocional. La incertidumbre, la pérdida de empleo, los problemas económicos, la preocupación por la salud... han hecho que el cabello se resienta. Como solución a nuestro alcance está el aconsejar a nuestros clientes la visita periódica al salón para la realización de un correcto seguimiento, y de la puesta en práctica de nuevos tratamientos y rituales anticaída. Champús, acondicionadores, concentrados y mascarillas serán nuestros aliados junto a una opción en alza como son los complementos nutricionales que aportaran los activos que ayudan a anclarlo: aminoácidos que forman la queratina, (metionina, cistina y arginina), vitaminas (grupo B, biotina, vitamina D) y minerales (Zinc).

Los productos anticaída tienen agradables texturas y una presentación de lo más cómoda para facilitar su aplicación diaria.



Una pérdida ente 50 y 200 cabellos al día puede considerarse normal



1. La Bioethétique



2. Rene Furterer



3. Davines



4. Davines



5. Kérastase



6. Eva Professional Hair Care

1. Elixir Anti-Chute Premium, de La Bioethétique. Tónico con activadores celulares para el cuero cabelludo. Previene la caída, protege frente a los procesos de envejecimiento y fortalece el crecimiento del cabello. / 2. Triphasic Réactional, de Rene Furterer. Desde el primer mes, relanza rápidamente el crecimiento del cabello y lo refuerza preservando el equilibrio del cuero cabelludo. / 3. Root activating Lotion #2 Care, de Indola. Activador de raíces en prácticas monodosis. / 4. Champú Energizing NaturalTech, de Davines. Proporciona un efecto equilibrante y una acción hidratante para el cabello frágil con tendencia a la caída. / 5. Sérum anticaída fortificante Genesis, de Kérastase. Fortalece el cuero cabelludo a largo plazo y ofrece resistencia a la caída del cabello. / 6. Peeling Regulator concentrado Capilo Vitalikum de Eva Professional Hair Care. Actúa sobre la sobreproducción de grasa.



Nioxin

Muchos productos proporcionan al cabello un efecto densificador inmediato, además de favorecer su anclaje.

El potencial de la venta de tratamientos anticaída en el salón es muy grande y más si se tiene en cuenta que “alrededor de un 50 % de la población mundial está preocupada por la caída del cabello, pero solo un 5 % utiliza productos para solucionarlo” comentan desde Nioxin, que además recogen como uno de los motivos destacados “la baja credibilidad de los beneficios prometidos”. Para revertir esta creencia, las mejores marcas del mercado se afanan constantemente en lanzar nuevos productos y mostrar los estudios de sus laboratorios que avalan importantes resultados. Y es que, a diferencia de la piel, el cabello necesita tiempo para demostrar los resultados de la aplicación de un buen cosmético anticaída, pero la espera vale la pena. Los resultados obtenidos son: un importante freno en la caída y un mejor anclaje del cabello en el cuero cabelludo en el 90 % de los casos.



1. Aveda



2. L'Oréal Professionnel



3. Inebrya



4. Nioxin



5. Kin Cosmetics



6. Energy Care



7. Bonacure

1. Scalp Revitalizer Invati Advanced, de Aveda. Revitalizador del cuero cabelludo. Vigorizante, reduce la caída. / 2. Champú Hipoalergénico cabello natural Serieoxyzil, de L'Oréal Professionnel. Maximiza el efecto de los sérums de la misma gama, con el objetivo de densificar el cabello fino. / 3. Ice cream Energy Lotion, de Inebrya. Estimula el tono y vitalidad del cabello a través de una acción específica de oxigenación y regeneración. / 4. Sérum anticaída, de Nioxin. Reduce la caída del cabello en un 20 % en tan solo 8 semanas. Consigue un mejor anclaje del cabello en el cuero cabelludo. / 5. Pack Kinactif Force, de Kin Cosmetics. Reténe Complexe Trico-Active son 12 ampollas de uso diario y el champú kinactif Force. Frena la caída del cabello y mejora el anclaje. / 6. Champú fortalecedor, de Energy Care. Purifica y revitaliza el cuero cabelludo, desarrollando una acción energizante y tonificante. / 7. Scalp Genesis Serum Bonacure. La Biotina (Vitamina B7) incluida en su fórmula ayuda a fortalecer el folículo capilar.



1. BasiCare Hair-Loss Control Lotion, de Nirvel. Su combinación polivitamínica de origen vegetal nutre y regenera el folículo piloso para que el cabello consiga más fuerza y vigor. / 2. Loción tratamiento de choque anti-caída, de Nyce. Previene el endurecimiento del colágeno que es una de las principales causas de pérdida del cabello. / 3. Hair-Loss Control Cryoactive, de Montibello. Pack de tratamiento para todo tipo de caída capilar. Incluye champú y concentrado. / 4. Tratamiento de mantenimiento y prevención anticaída, de nook. Estimula y revitaliza el bulbo piloso.



Indola



Kérastase

Es importante fortalecer la estructura interna del cabello para evitar la caída por rotura

Cada vez son más los jóvenes que empiezan a buscar soluciones para evitar y tratar la caída del cabello. La acción temprana es fundamental.

En cuanto a los activos anticaída de demostrada eficacia se encuentran la cafeína: un antioxidante que incrementa la circulación de riego sanguíneo del cuero cabelludo. También destaca la Quinina que, asociada con el Edelweiss Bio, posee una acción inédita y potente sobre el crecimiento del cabello. El ácido láurico, penetra en el cabello y lo fortalece desde el interior. Y la niacinamida, que engrosa el diámetro del cabello para un aspecto más voluminosos desde el primer uso. Como descubrimiento cabe citar el del Professor Ralf Paus de Monasterium Laboratory, quien afirma que “los folículos capilares cuentan con receptores olfativos que si se estimulan correctamente pueden afectar al ciclo capilar y reducir la caída del cabello, prolongando así la fase de crecimiento del cabello”. Este hallazgo ha dado pie a que una marca como Nioxin añada la esencia de Sandalore™ compuesta por sándalo a su tratamiento para incrementar su eficacia.

BEAUTY ASIA 2022

24TH EDITION

TRADE AND PROFESSIONALS ONLY

2 - 4 MAR 2022

11AM - 7PM

SUNTEC SINGAPORE

LEVEL 4 HALLS 401 - 403



NATURAL
INGREDIENTS

FACE & BODY
TREATMENT



MANICURE
& PEDICURE

HAIR CARE
& SALON



THE MOST COMPREHENSIVE
BEAUTY AND WELLNESS TRADE EXHIBITION

OWNED AND PRODUCED BY:

LINES
EXHIBITION

MAKING EXHIBITIONS MATTER

Beauty Asia 2022
Singapore

The 24th International Cosmetics, Skincare,
Fragrance and Hair Products, Equipment
& Packaging Technology Exhibition

Incorporating

Spa Asia
2022

The International Spa and
Wellness Products & Services
Exhibition

Health & Asia
2022

The International Health and
Lifestyle Products & Services
Exhibition

Natural Asia
2022

The International Natural and Organic
Products & Services Exhibition

Lines Exhibition Pte Ltd

In affiliation: Lines Exposition & Management Services Pte Ltd

• Tel: (65) 6299-8611 • Fax: (65) 6299-8633

• Email: enquiry@lines.com.sg • Website: www.beautyasia.com.sg

fb.com/BeautyAsiaSingapore

FASHION/ care

FASHION CARE made in ITALY
línea de alta cosmética capilar
profesional.
Los productos FASHION CARE
han sido creados para dar belleza,
bienestar y profesionalidad.

los valores ancestrales de la
naturaleza se combinan
con la innovación tecnológica,
para garantizar un rendimiento
óptimo, respetando siempre
el cuerocabello y el cabello.

Disponible en la versión SALON PROFESSIONAL
para profesionales del sector y la versión
HOME SOLUTION para mujeres que quieran
continuar el tratamiento en casa.

she[®]
PROFESSIONALS

She Hair Extension, S.A.
C/De les Moreres, 69 - Pol.Industrial Estruch
08820 El Prat de Llobregat
Barcelona - España
tel. + 34 935 165 155
e-mail: info@shehairs.es
MADE IN ITALY



she hair extensiones



@shehairextensiones



CHAMPU
(250 ml)

MASCARA
(250 ml)

REESTRUCTURANTE
(150 ml)

Surrealismo Eco-chic

Ambientados en objetos reciclados, los retratos de Alexandra Dillon se transforman en deliciosos obsequios pintados en un ambiente surrealista contemporáneo.



Cepillos viejos, hachas, cuchillas, cerraduras, guantes. Alexandra Dillon prefirió estos objetos a los clásicos lienzos blancos para respaldar sus visiones artísticas. Los retratos cultos de mujeres, que citan la tradición pictórica europea, los códigos barrocos, hasta las pinturas de momias romano-egipcias, surgen de objetos usados y gastados que se encuentran en los "mercados de pulgas". Personajes únicos, de ojos profundos que cuentan historias y emocionan con diferentes miradas, como en la realidad. Nacida en Los Ángeles y con sede en Santa Mónica, California, Alexandra se volvió viral gracias a las redes sociales. "Estos pequeños cuadros tienen el encanto de los espejos de un bolso", declara el artista, "reflejan nuestro yo más profundo" en un juego magnético de miradas. Y no se olvidan de enviar también un mensaje de respeto al medio ambiente y recuperación del pasado, en consonancia con el estado de ánimo sostenible de nuestro tiempo.



“Mis personajes me vienen como los de un novelista”, dice Alexandra: “crecen a través del proceso creativo y me dicen quién soy”. Las miradas densas y el cabello con cerdas de colores realistas nos ayudan a sumergirnos en sus mundos posibles.



global creative awards

¿Quién se llevará el oro?

Únete a nosotros para disfrutar del Global Creative Awards, el 3 octubre de 2021, en Kao Salon Virtual Experience.

Para los estilistas de todo el mundo, los Global Creative Awards son la oportunidad de mostrar toda su creatividad sin limitaciones.

Los Global Creative Awards son una gran oportunidad para que los estilistas creen su propia candidatura personal, mostrando su propia visión y toda su creatividad.

"Creemos especialmente que ahora es el momento de mostrar al mundo lo que hacen los verdaderos creativos y que la creatividad nunca se detiene", afirmó John Moroney, director Creativo Global.

Los Global Creative Awards se llevarán a cabo el domingo 3 de octubre a las 6:00 pm, dentro del evento Kao Salon Virtual Experience, que tendrá lugar durante 48 horas del 3 al 4 de octubre.

Más de 30 artistas diferentes compartirán lo mejor en educación técnica y artística en color, corte y estilismo, incluida una colección especial de Angelo Seminara.

¡En 2021 el evento virtual está abierto para todos! No dejes de ser parte de la creatividad y la comunidad de Kao Salon, el hogar de las marcas Goldwell, KMS, Oribe y Varis.

¡DESCUBRE EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS A LOS FINALISTAS DE ESTA EMOCIONANTE COMPETICIÓN CREATIVA!

Regístrate ahora: www.kaosalondivision.com/virtualexperience

#creativityneverstops

KAO SALON
VIRTUAL EXPERIENCE
Oct 3-4, 2021



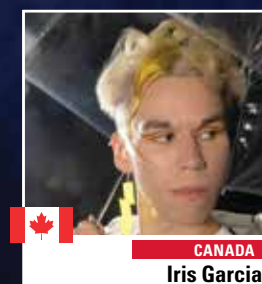
New Talent Colorist of the year



AUSTRALIA
Christiana Fuglsang



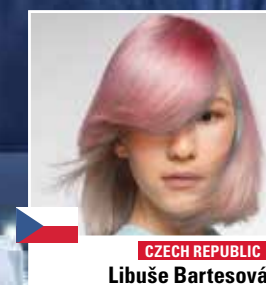
AUSTRIA
Tanja Ranacher



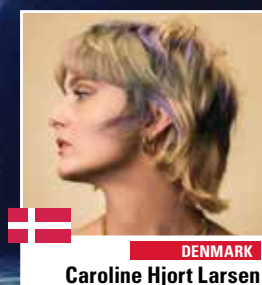
CANADA
Iris Garcia



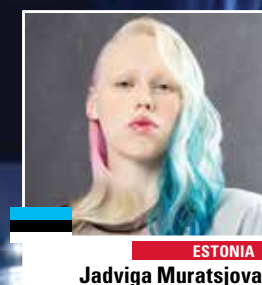
CHINA
Chloe Ng



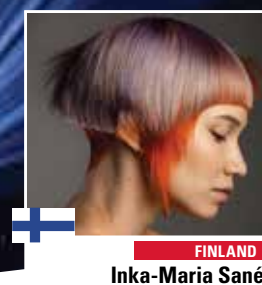
CZECH REPUBLIC
Libuše Bartesová



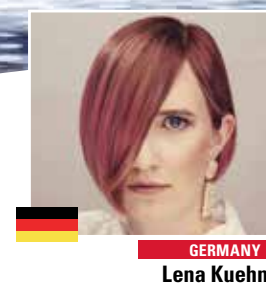
DENMARK
Caroline Hjort Larsen



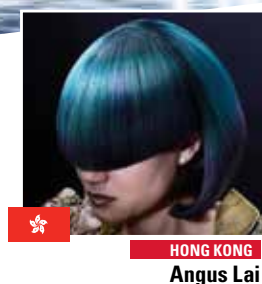
ESTONIA
Jadviga Muratsjova



FINLAND
Inka-Maria Sané



GERMANY
Lena Kuehn



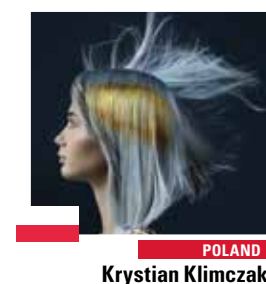
HONG KONG
Angus Lai



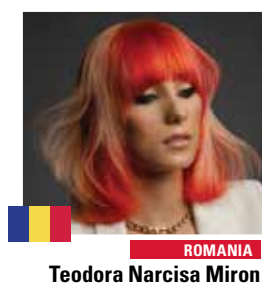
ITALY
Emanuele Toscano



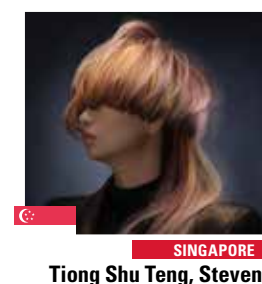
NETHERLANDS
Britt Sturing



POLAND
Krystian Klimczak



ROMANIA
Teodora Narcisa Miron



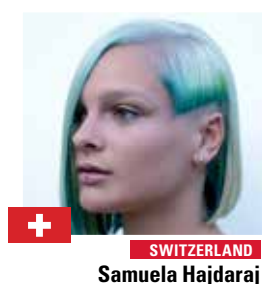
SINGAPORE
Tiong Shu Teng, Steven



SOUTH AFRICA
Mia Crous



SPAIN
Asunción Torres Valero



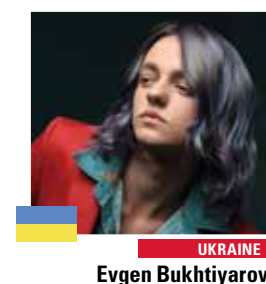
SWITZERLAND
Samuela Hajdaraj



TAIWAN
Harley Liu



UK
Katie Drury



UKRAINE
Evgen Bukhtiyarov



USA
Alexx Thompson

New Talent Colorist of the year

Men's Hairstylist of the year

Men's Hairstylist of the year



UKRAINE
Renat Murzahaleiev



UK
Lydia Wolfe / Jack Meade



RUSSIA
Rustam Mirasov



FINLAND
Harri Åkerberg



UK
Izaak Brading



AUSTRIA
Tanja Ranacher

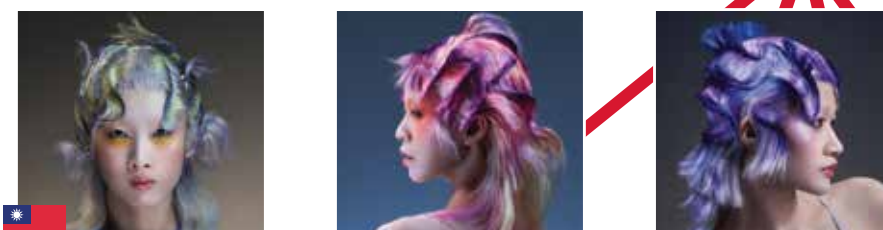
www.kaosalondivision.com/virtualexperience

global
creative
awards

Avant Garde Stylist of the year



HONG KONG
Sean Chiu



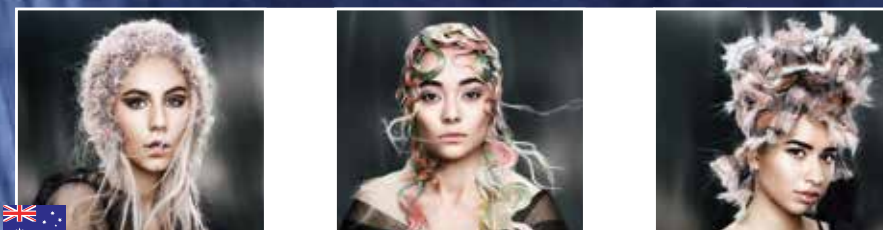
TAIWAN
Shi-Han Zhou



CZECH REPUBLIC
Marcela Blechová



NORWAY
Svetlana Jouini



AUSTRALIA
Abbie Jackson



MALAYSIA
Tom Yek Teng Siong

KAO SALON
VIRTUAL EXPERIENCE
Oct 3-4, 2021



Avant Garde Stylist of the year

Únete a nosotros para disfrutar del Global Creative Awards, el 3 octubre de 2021, en Kao Salon Virtual Experience

Editorial Colorist of the year



RUSSIA
Svetlana Zaytseva



USA
Carlos Alvarez

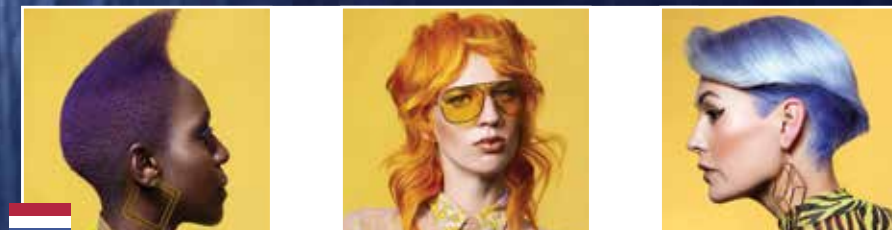


UK
Casey Coleman



UK
Emma Jones

Salon Team of the year



NETHERLANDS
Hairstudio Infinity



TAIWAN
K-Hans



UK
New Wave Hair



CHINA
Mainstage Hairdressing



SINGAPORE
Starlight Salon

Editorial Colorist of the year



KAO SALON
VIRTUAL EXPERIENCE
Oct 3-4, 2021

¡DESCUBRE EN LAS SIGUIENTES
PÁGINAS A LOS FINALISTAS DE ESTA
EMOCIONANTE COMPETICIÓN CREATIVA!



Salon Team of the year
www.kaosalondivision.com/virtualexperience

CONNECTED

2021

TONI&GUY

FUTURE FOUNDATION

Este curso es especialmente dirigido para todo estilista que quiere ganar seguridad, aprender y desarrollar las técnicas fundamentales de **TONI&GUY** y además, convertirse en maestro en el arte de cortar cabello

Keep it Real

FECHAS DISPONIBLES
www.toniandguy.es

CURSO 5 DÍAS

HORARIO LUNES A VIERNES
10:00 A 18:00

Para más información
llama al 962 062 096
o escribenos un email
info@toniandguy.es

www.toniandguy.es

NEVER STOP
LEARNING



TONI&GUY ACADEMY

ESTETICA

MODA
INT'L

“Curls are like a box of chocolates - you never know which type you're going to get.”

Lorraine Massey

CURL MANIA

“I ricci sono come una scatola di cioccolatini, non sai mai quale tipo prenderai.”

*„Locken sind wie eine Schachtel Pralinen.
Man weiß nie, welchen Typ man bekommt.“*

“Les boucles. C'est comme se retrouver devant une boîte de chocolat. On ne sait jamais lequel on va choisir.”

*“Los rizos son como una caja de bombones,
nunca sabes de qué forma los tendrás.”*

Hair: Team Jacques Moisant Paris
Photo: Hiroki Taguma
Make-up: Yusaku Nakahara

CURL MANIA

They're timeless, elegant and softly seductive in a way that transcends the confines of conventional hair fashion trends. Imagine your perfect on-screen heroine from that most dreamy of period dramas – perhaps an adaptation by Jane Austin or Charlotte Brontë. Doubtless she will have clouds of soft curly hair piled on top of her head!

Sono senza tempo, eleganti e dal tocco seducente, tali da trascendere il convenzionale dei trend coiffure. Immaginate la vostra eroina ideale apparire sullo schermo da uno di quei drammi d'epoca da sogno – magari un adattamento di Jane Austin o Charlotte Brontë... Senza dubbio il suo capo sarà ricoperto di soffici nuvole di ricci!

Sie sind zeitlos, elegant und sanft verführerisch auf eine Weise, die die Grenzen konventioneller Haar-Trends überschreitet. Stellen Sie sich Ihre perfekte Heldin auf dem Bildschirm vor, im verträumtesten aller historischen Dramen – vielleicht eine Adaption von Jane Austin oder Charlotte Brontë. In jedem Fall türmt sich eine Wolke aus weichem, lockigem Haar auf ihrem Kopf auf!

Intemporelles. Élégantes. Toujours séduisantes. Elles sont hors des conventions et des tendances coiffure. Imaginez votre héroïne préférée apparaître au sein d'un sublime film d'époque, dans un mélange de Jane Austin et Charlotte Brontë. Sans aucun doute, elle sera parée d'une chevelure magnifiquement composée de délicates boucles vaporeuses.

Son atemporales, elegantes y suavemente seductores, de una manera que trasciende los límites de las tendencias convencionales de la moda del cabello. Imagina a tu heroína cinematográfica de los dramas de época; tal vez una adaptación de Jane Austin o Charlotte Brontë. ¡Sin duda tendrá nubes de cabello suave y rizado sobre su cabeza!



Art direction: Constance Laporte
Photo: Antoine Delage
Make-up: Celine Hum



Hair: G. Tentillier,
A. Dieu, F. Debruxelles
Photo: Pawel Wylag
Make-up: Izabela Szelagowska
Products: MK Production



Hair: Alba Andreu
@ Salones Carlos Valiente
Photo: Esteban Roca
Make-up: Nacho Sanz
Styling: Art Team



Hair: Gogen Team
Photo: Alessandro Abei
Make-up: Claudia Ferri
Styling: Edoardo De Giorgio



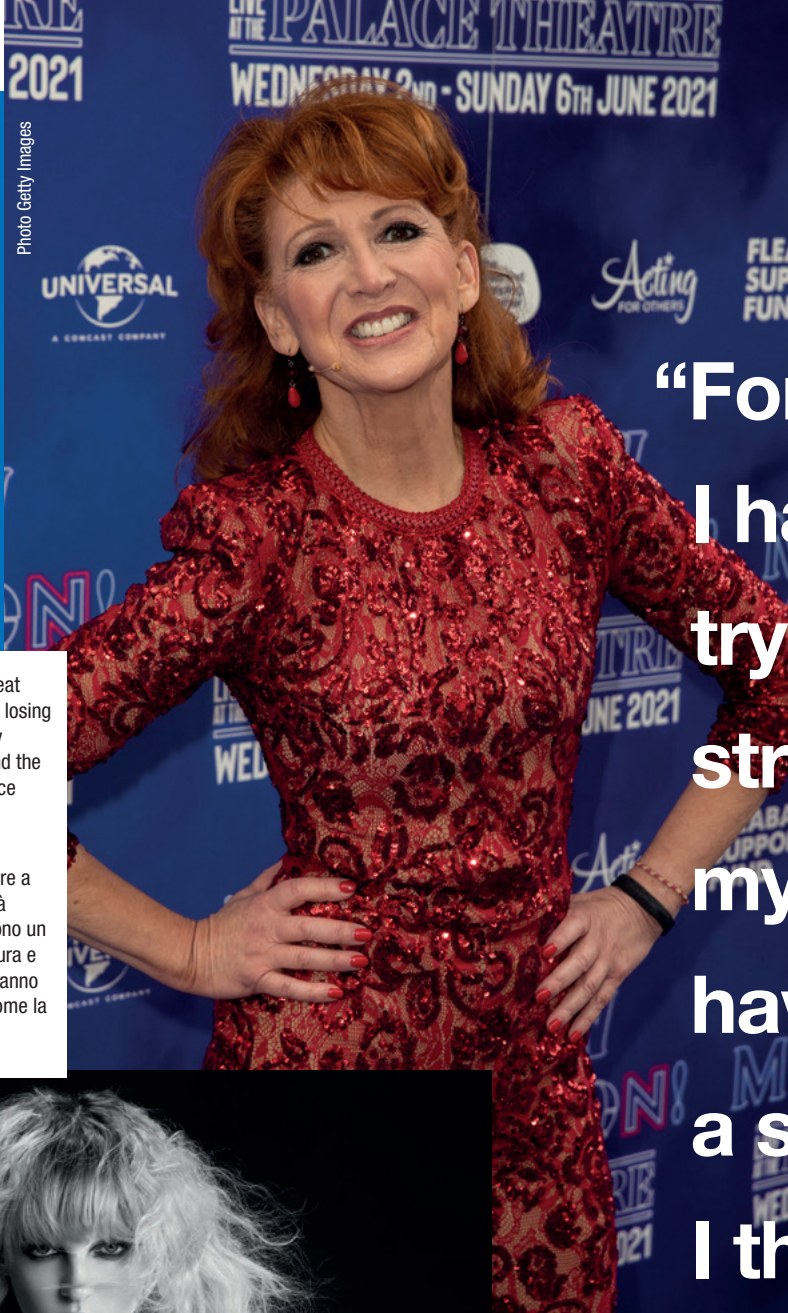
Hair: Marc Antoni Artistic Team
Photo: Jamie Blanshard
Products: Joico

**CURL
MANIA**

Photo Getty Images

As Bonnie says, you can't beat them, so why try and fight a losing battle!? Curls are a naturally beautiful gift and girls around the globe are learning to embrace them as their finest asset.

Come dice Bonnie, non puoi batterli, quindi perché provare a combattere una battaglia già persa in partenza?! I ricci sono un meraviglioso dono della natura e le donne di tutto il mondo stanno imparando ad apprezzarli come la loro migliore risorsa.



**“For years
I have been
trying to
straighten
my hair, but I
have reached
a stage where
I think: I have
curly red hair,
and it’s really
great.”**

Bonnie Langford



Wie Bonnie schon sagt, kann man sie nicht zähmen, warum also in einen ausweglosen Kampf ziehen?! Locken sind ein Geschenk der Natur. Immer mehr Frauen weltweit umarmen ihre Locken als ihr bestes Kapital.

Comme le souligne Bonnie, si tu ne peux pas te battre, pourquoi se mettre à lutter pour une bataille perdue d'avance. Les boucles sont un merveilleux don de la nature. Toutes les femmes du monde sont en train de revaloriser leurs plus belles ressources personnelles.

Como dice Bonnie, si no puedes vencerlos ¿por qué enfrentarse a una batalla perdida? Los rizos son un regalo naturalmente hermoso y las mujeres de todo el mundo están aprendiendo a abrazarlos y considerarlos como su mejor activo.

Hair: Rebecca Dickenson
Photo: John Rawson
Make-up: Maddie Austin
Styling: Jamie Russell



Hair & Products: Elgon



Creative Direction: Toni Pellegrino
Artistic Direction: Salvo Binetti
Photo: Domén & Van de Velde
Products: Redken, Kérastase,
L'Oréal Professionnel



Hair: Mitù
Photo: Lorenzo Sampaolesi
Make-up: Claudia Ferri
Products: Wella



Hair: Lucca & Yvan Estatoff
Photo: Bruno Estatoff
Make-up: Morgane Guillet

**“Curly hair
expresses a
particular beauty
not without
restlessness: in
their shapes they
have something
of the wind
and the swirling
of the waters.”**

Fabrizio Caramagna



**“Curly hair is
as beautiful as
it is demanding.”**

Anonymous





*“They say the hair
is everything, you
know. Have you
ever buried your
nose in a mountain
of curls... just
wanted to go to
sleep forever?
Or lips... and when
they touched, yours
were like... that
first swallow of
wine... after you just
crossed the desert.”*

Al Pacino

Left page.
Above:
Hair & Styling: Ivan Rodriguez
Photo: Luis Arzate
Make-up: T. Peralta
& G. del Toro

Bottom:
Hair: Amine Badaoui
Photo: Loris Hug

In this page.
Above
Hair: Thierry Lothmann
Photo: Jules Egger
Make-up: Émeline Marret

Bottom
Hair: Elise Antoine
Photo: Pawel Wylag
Make-up: Natasza Bigos





Hair: Jose Urrutia/Photo: Esteban Roca/Make-up: Nacho Sanz



Hair: Alessandro Bonetto/Photo: Arianna Borsarelli /Make-up: Arianna Scapola



Hair: team Contrasto/Photo: Marco Di Filippo
Color: Alessandro Florin - Gionathan Contino, Fanola Technical Team



Art Direction: David Katchadourian & Pascal Latil
Hair: Alexandra Grey Team/Photo: Pascal Latil



Art Direction: Tom Connell
Photo: Jon Gorrigan
Make-up: Jose Bass
Styling: Steph Stevens
Products: Davines



Hair: Let Lew
Photo: Richard Miles
Make-up: Zoe Cornwell
Styling: Amy Still



Hair: Éric Zemmour
Photo: Stéphane Gagnard
Make-up: Kelly McClain
Products: L'Oréal Pro,
Babyliss Pro, Mizutani scissors



Hair: The Artistic Team Inebrya
Photo: Filippo Fortis



Hair: Anna Barroca
Photo: David Arnal
Make-up: Anna González
Styling: Ikka's & Yons



Hair: Mikel Luzea
Photo: David Arnal
Make-up: Alicia Najera
Products: Revlon Professional

From the tightest of corkscrews to the softest, most undulating of waves, curly hair encompasses so much of an individual's personality: it's a statement which demands to be noticed, to be commented on and, perhaps above all, to be adored.

Dal tirabaci più avvitato a quello più morbido, la più ondeggiante delle onde: i capelli ricci racchiudono così tanto della personalità di un individuo: sono un'affermazione che pretende di essere notata, commentata e, forse prima di ogni altra cosa, di essere amata.

Von kleinsten Korkenzieherlocken bis hin zu sanftesten Wellen, lockiges Haar zeigt so viel Persönlichkeit: Es ist ein aufmerksamkeitsstarkes Statement, das kommentiert und vielleicht vor allem verehrt werden will.

“I was born with curly hair. It fits my personality and totally expresses who I really am.”

Erin Wasson

Photo Getty Images

Hair: Ulta Beauty Pro Team

De la boucle la plus serrée et à la plus souple. Des ondulations tout en délicatesse. Les cheveux frisés regorgent de mille personnalités. Une affirmation individuelle qu'il est indispensable de mettre en valeur, de chouchouter, et bien-sûr d'aimer.

Desde el rizo más enortijado hasta las ondas más suaves y onduladas, el cabello rizado muestra gran parte de la personalidad de un individuo: es una declaración que exige ser notada, comentada y, quizás sobre todo, adorada.



Hair: Thomas Hills
Photo: Richard Miles
Make-up: Jo Sugar
Styling: Bernard Connolly



Art direction: A. Cruzel
& M. Pacheco
Photo: Pascal Latil
Make-up: Mariana Miteva
Styling: Véronique Suchet



Creative direction: Gogen team
for Alter Ego Italy International
Photo: Marco Di Filippo
Make-up: Trine Marie Skauen



Hair: Richard Ashforth
Producer: Live Fashion Hair
Photo: Vishal Baharani
Styling: Maison Yolé
Make-up: Yely Rodríguez



**“People always expect
more of you when you
have naturally curly hair!”**

Kyra Sundance

Hair: Richard Ashforth
Producer: Live Fashion Hair
Photo: Alfonso Bravo
Styling: Rubén DLima
Makeup: Juan Castañeda

**“If your hair is
done properly
and you’re
wearing good
shoes, you can
get away with
anything.”**

Iris Apfel



Hair: Tyler Johnston, Lesley Jennison/Photo: Simon Emmet
Make-up: Helge Branscheidt, Lisa Breittfeld
Products: Schwarzkopf Professional

Hair: Éric Zemmour/Photo: Stéphane Gagnard
Make-up: Kelly McClain/Products: L'Oréal Pro, Babyliss Pro, Mizutani scissors

***“Nobody is really
happy with what’s
on their head.
People with straight
hair want curly,
people with curly
want straight, and
bald people want
everyone to be blind.”***

Rita Rudner





Hair: Andrew Smith
Photo: Richard Miles
Make-up: Louise Lerego
Styling: Magdalena Jacobs



Hair: Pierre Ginsburg for Revlon Professional
Photo: Louis Piquemil/Make-up: Hicham Ababsa



Hair: Mode Hair artistic team, Chipping Campden/Photo: Richard Miles/Make-up: Lan Nguyen-Grealis



Hair: Daniel Gallego/Photo: Esteban Roca



Hair: Juliette den Ouden/Photo: Michelle van Dijk/Make-up: Juliette den Ouden



Hair: Shae Tsiknaris
Photo: Bill Tsiknaris
Make-up: Sarah Smith
Styling: Liz Golding



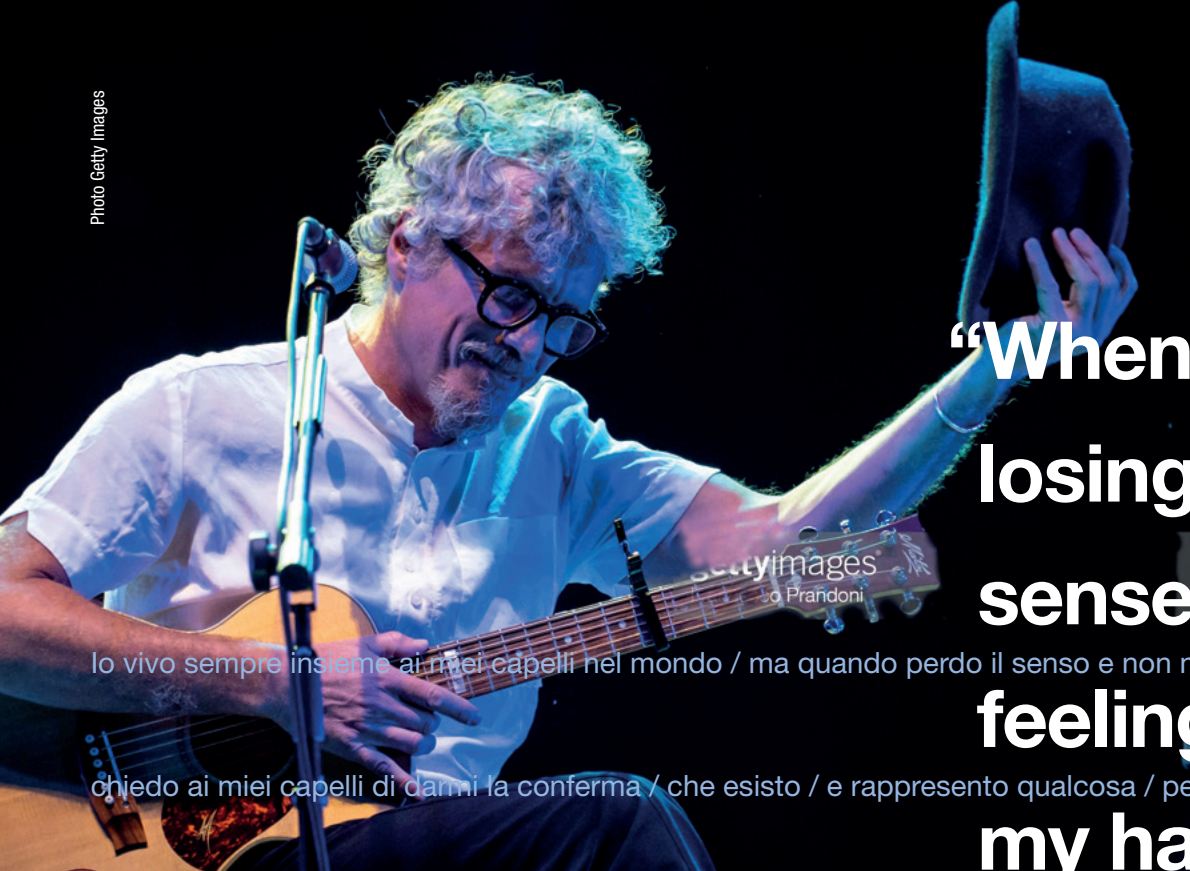
Creative direction: Eric Maurice
Hair: A.Zachary, E. Belmonte
Photo: Latil Pascal
Make-up: Stéphanie Joffroy



Hair: Éric Zemmour
Photo: Stéphane Gagnard
Make-up: PKelly McClain
Products: L'Oréal Pro,
Babyliss Pro,
Mizutaniscissors



Hair: David Corbett
Photo: John Rawson
Make-up: James O'Reilly
and Lan Nguyen-Grealis
Styling: Jared Green
and Marika Page



CURL
MANIA

**“When I’m
losing my
senses and
feelings, I ask
my hair to
give me the
confirmation
that I exist.”**

Niccolò Fabi, Capelli, 1997

Io vivo sempre insieme ai miei capelli nel mondo / ma quando perdo il senso e non mi sento niente, / io
chiedo ai miei capelli di darmi la conferma / che esisto / e rappresento qualcosa / per gli altri / di unico vivo,
vero e sincero. / Malgrado questa pietosa impennata di orgoglio, / io tento ogni giorno che vivo / di essere
un uomo e non un cespuglio.

Niccolò Fabi's song "Capelli" (Hair), which received an award at the Sanremo Music Festival in 1997, confirms that even in moments of self doubt, our hair can be a determining factor in identifying who we feel we really are.

La canzone "Capelli" di Niccolò Fabi, vincitrice del premio Festival di Sanremo nel 1997, ci ricorda che, anche nei momenti di insicurezza, i nostri capelli possono svolgere un ruolo determinante nel comprendere chi sentiamo di essere davvero.

Niccolò Fabi's Song „Capelli“ (Haare), der 1997 beim Sanremo Festival ausgezeichnet wurde, zeigt, dass uns unsere Haare - selbst in Momenten der Selbstzweifel - zeigen, wer wir wirklich sind.

Le fameux refrain « Capelli » de Niccolò Fabi, vainqueur du Festival de San Remo en 1997, nous rappelle que même dans des moments d'insécurité, nos cheveux peuvent jouer un rôle déterminant pour comprendre qui nous sommes réellement.

La canción "Capelli" de Niccolò Fabi, ganadora del Premio del Festival de San Remo en 1997, nos recuerda que, incluso en momentos de inseguridad, nuestro cabello puede jugar un papel decisivo en la comprensión de quiénes nos sentimos realmente.



Hair: Serena Hussain
Photo: Ben Fones



Art direction: François Mazeau
for Intercoiffure
Hair: N. Astruc, A. Baz, D. Cognin,
V. Moutault, D. Suquet, P. Thénard
Photo: Yves Kortum



Art direction: Cyril Laforêt
& Fabrice Parra for Kydra
Photo: Anthony Arquier



Hair: Robert Eaton
Photo: Richard Miles
Make-up: Lucy Flower
Styling: Clare Frith



Hair: HCF
Photo: Pawel Wylag, Kamil Cichon
Make-up: Izabela Szelagowska
Styling: Paula Dudziak
Production: MKProduction



Art direction: Delphine Pallaro
Photo: François Fauré
Make-up: Colombe Gardin

In This Page.

Above:

Art direction: A. Cruzel
& M. Pacheco

Photo: Pascal Latil

Make-up: Mariana Miteva

Bottom:

Hair: Geoffrey Tentillier

Photo: Pawel Wylag

Make-up: Izabela Szelagowska

Right page.

Above:

Hair: Raffel Pagès

Photo: Kike Miranda

Bottom:

Art Direction: Sabrina Nasri
for JLD

Photo: Charlotte Lapalus

Make-up: N. Maillard, C. Carrette



***“The tenacity
with which I fight
against my curly
hair is a perfect
metaphor for how
you deny who I am
in order to affirm
what I want to be.”***

@ mesmeri, Twitter

**“I live unkempt,
because all the
truly beautiful
things in this life
are... unkempt.”**

Anonymous



**“What I love most
about my hair-up
is the way the curls
that escape fall
lasciviously towards
my collarbones.”**

@ IoeAnnie, Twitter



Hair: Borja Carbonell/Photo: Esteban Roca
Make-up & Styling: Art Team Salones Carlos Valiente



Hair: Barry Kieran/Make-up: Fiona Flynn/Styling: Brian Begley



Hair: Ross Charles/Photo: David Charles



Hair: HCF/Photo: Pawel Wylag, Kamil Cichon
Make-up: Izabela Szelagowska/Production: MKProduction

Hair: Jude McEwen
Photo: David Mannah
Make-up: Chereine Waddell
Styling: Belinda Morton





Hair: Robert Eaton
Photo: Richard Miles
Make-up: Lucy Flower
Styling: Clare Frith



Hair: William Gray & Bianca Gray
@ Grays International
Photo: Lee Howell
Make-up: Darci Wardrope

Creative Direction: Toni Pellegrino
Art Direction: Salvo Binetti
Photo: Domen & Van de Velde
Products: Redken, Kérastase,
L'Oréal Professionnel





Art direction: A. Cruzel
& M. Pacheco
Photo: Pascal Latil
Make-up: Mariana Miteva
Products: ELP Hair Production



DISCOVER ESTETICAEXPORT.COM

A new digital way to enhance
international business is
now available!

An editorial and digital
service supporting hair & beauty
product manufacturers in enterprises
into new international markets.



JOIN US TODAY!
www.esteticaexport.com





ibd.
the Nail People™

MANICURAS PERFECTAS...

TAMBIÉN EN TU SALÓN

SI QUIERES AÑADIR VALOR EN TU
SALÓN, AMPLIA TUS SERVICIOS.
OFRECE MANICURAS DE CALIDAD
CON IBD GRACIAS A SU COMPLETA
LÍNEA DE PRODUCTOS QUE
VAN DESDE EL ESMALTADO
SEMIPERMANENTE HASTA LA
CONSTRUCCIÓN.

Marca comercializada por



¿Quieres más información?

93 3513889 - ventas@kapalua.es

Ainhoa Aramburu

“NUESTRA MISIÓN ES AYUDAR A LOS SALONES A ADAPTARSE A LA NUEVA REALIDAD, ACTIVÁNDOSE DIGITALMENTE PARA ASEGURAR LA VISIBILIDAD DE SUS NEGOCIOS”

Sergi Buncells

Ainhoa Aramburu es la directora general de L'Oréal Productos Profesionales.



Con motivo del L'Oréal Open Show, tuvimos la posibilidad de conversar en exclusiva con Ainhoa Aramburu, directora general de L'Oréal Productos Profesionales. Reproducimos un extracto de la entrevista, que podrás leer completa en [esteticamagazine.es](https://www.esteticamagazine.es).

¿Cuáles han sido los principales retos con los que te has encontrado en este último año y medio?

El confinamiento llevó a millones de consumidoras, que antes iban a la peluquería, a probar el color a domicilio. Nuestra batalla diaria ha sido y es asegurar que esos millones de clientas vuelvan a ellas, e incluso traer otras nuevas. Para ello lanzamos la campaña #VuelvoALaPelu para reforzar la idea de que los salones son lugares seguros, e incentivando a miles de consumidoras a visitarlos para hacerse el color o descubrir los servicios exclusivos profesionales en el lavacabezas; esos que solo los peluqueros pueden hacerles vivir.

La pandemia ha acelerado radicalmente la digitalización...

Sí, la experiencia de la consumidora con la belleza, las marcas y los peluqueros, ha cambiado. Nuestra misión es ayudar también a los salones a adaptarse a esa realidad, activándose digitalmente para asegurar la visibilidad de sus negocios a través de todas nuestras iniciativas de *Business Lab*, un equipo especialmente dedicado a trabajar en el desarrollo de los peluqueros como empresarios y a proporcionarles formación y herramientas que les ayuden a impulsar sus negocios.

La experiencia de los estilistas también ha cambiado en este tiempo.

Cierto, para ellos, en L'Oréal hemos desarrollado todo un ecosistema digital con *Access*, nuestra plataforma de educación donde co-creamos contenido con los profesionales para la formación integral de todos los peluqueros, y *L'Oréal Partner Shop*, para atender todas las necesidades



de nuestros clientes, desde hacer un pedido a cualquier hora del día, cualquier día de la semana, hasta obtener información o imprimir una factura.

¿Cómo ha sido el proceso de modernización que L'Oréal Productos Profesionales ha puesto en marcha?

Queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio más ágil, sencillo, eficiente y personalizado, a través de una nueva estructura enfocada en los profesionales e impulsando nuestro ecosistema digital. Se integran nuevas áreas cuya labor será ayudar a las peluquerías a construir una estrategia de crecimiento y desarrollo.

¿Qué ventajas ofrece la una dirección 'omnicanal' que engloba todas las marcas de la división?

Ahora el equipo comercial tiene la visión global del salón, su potencial de crecimiento y los aspectos en los que necesita acompañamiento, por lo tanto, pueden contribuir al desarrollo del negocio y hacer la buena recomendación de presencia de las marcas, para que no compitan entre ellas en el salón, sino que cada peluquero reciba lo que su negocio necesita y va a ayudarle a crecer.

¿En qué consiste la nueva dirección de transformación de la educación de la división?

Nos estamos reinventando y hemos dado también un giro radical a nuestro modelo de formación. Los equipos de educación de nuestras marcas acompañan a los profesionales en su búsqueda de inspiración, de innovación y de excelencia técnica. Cuentan con *L'Oréal Access*, el espacio por antonomasia para la formación *online* de todos los estilistas que muy pronto conocerán nuevos formatos y modelos formativos, tanto digitales como presenciales. Pero nos han hecho saber que, además de eso, necesitan mucho más: formación digital, de marketing, de venta... todo lo que impacta en su dimensión empresarial. Por eso hemos creado para ellos *Business Lab*, un equipo exclusivamente dedicado a trabajar en su desarrollo y el de sus salones.

¿Qué nuevos proyectos de futuro podrías desvelar a los lectores de Estetica?

Estamos poniendo el foco en volver a disfrutar de momentos de inspiración que todos tenemos como referente en la memoria, como los famosos *Martes de L'Oréal*. Transformamos nuestra educación con innovadores formatos como *Hair Confessions*, donde descubriremos los secretos del éxito de grandes firmas de nuestro país, para inspirarnos y aprender con ellos. Queremos que vivan la mejor experiencia educativa con espacios abiertos a la creatividad. Muy pronto en Barcelona, contaremos con un nuevo espacio que nos permitirá compartir, aprender y crecer juntos: *L'Oréal Lab Bcn*.

Uno de los principales objetivos de L'Oréal Productos Profesionales es la digitalización del sector y los servicios que ponen a disposición de los clientes de todas las marcas de la división.

Lee la entrevista completa en nuestra web.

Congreso de peluquería

Salón Look organizará este año el primer Congreso de Peluquería que responderá a los nuevos retos que se plantean en el sector de la Peluquería y la Barbería. *Elisabet Parra*



Los peluqueros y empresarios Xavi García y David Rodelas ofrecerán dos ponencias en el primer Congreso de Peluquería, igual que la licenciada en Ciencias Económicas y Administración de empresa, Pilar Castellanos. Abajo, Antonio Jaumandreu, director general de Previmutua, junto a Julia González, directora de Salón Look.



El próximo 23 de octubre verá la luz, por vez primera y en Salón Look, el I Congreso de Peluquería. Su objetivo: dar respuesta a las necesidades y nuevos retos del sector de la Peluquería y la Barbería.

La primera ponencia será *Bases para crear tu propia colección* y la pronunciará Xavi García, director creativo de la Factoría Vangar y Peluquero Español del año 2013. Xavi García ha desfilado con sus colecciones en la Pasarela Cibeles MBMFW y en la Fashion Week de París, entre otras. García ha colaborado con todas las grandes marcas del sector y la moda a nivel internacional. Sus colecciones son portadas de destacadas revistas. Seguidamente será el turno de Pilar Castellanos, directora de Grandes Cuentas y Relaciones Institucionales de Previmutua, la mutualidad de la imagen personal. Castellanos abordará el interesante tema *¿Conoces la importancia del seguro en el desarrollo de tu negocio?* La tercera intervención correrá a cargo de David Rodelas, quien describirá *Las cinco claves en gestión del salón*, en la que expondrá cómo interpretar el

negocio y el paso a paso de la cuenta de explotación básica de este. David Rodelas es CEO y fundador de los salones de peluquería y barberías Rodelas que, desde 2012 a hasta la actualidad, cuenta con 16 centros en Madrid y Barcelona. También es fundador del MBP, el máster de la peluquería española. La jornada finalizará con la mesa redonda *Redes, luego existo*, en la que, además de debatir sobre por qué tu negocio debe estar presente en las redes sociales, expertos en periodismo y comunicación descubrirán las claves para que el salón tenga la mejor comunicación. El Congreso de Peluquería de Salón Look cuenta con el patrocinio de Previmutua. Esta entidad aseguradora, especializada en el sector de la belleza, da un paso más y afianza su compromiso con los profesionales de la imagen personal con su presencia en Salón Look, que se celebrará del 22 al 24 de octubre de 2021 en IFEMA Madrid.

Programa completo en:
www.ifema.es/salonlook/
horario-actividades

Más allá de los sentidos

Vuelve a Salón Look el exitoso Congreso Iberoamericano de Imagen Personal. *Elisabet Parra*

Patrocinado por Montibello y coordinado por Gonzalo Zarauza y organizado por IFEMA Madrid, Salón Look celebra el II Congreso Iberoamericano de Imagen Personal, que transcurrirá durante la jornada del 22 de octubre, bajo el título *Más allá de los sentidos*. Su coordinador y promotor Gonzalo Zarauza, nos introduce en el universo de la Asesoría de Imagen en esta entrevista.

¿Qué es la Asesoría de Imagen?

Es una profesión multidisciplinar que se encarga de gestionar tanto los aspectos visuales, como la



Gonzalo Zarauza es el coordinador y promotor del Congreso Iberoamericano de Asesoría de Imagen.

actitud y comportamiento social de las personas. Todo para conseguir que la imagen que proyectamos esté en línea con nuestros objetivos personales o profesionales. La asesoría de imagen es un gran recurso al servicio de las personas para infundirles confianza en sí mismas, para que se sientan mejor e impulsar su carrera hacia el éxito.

¿Por qué participar en el II Congreso Iberoamericano de Asesoría de Imagen?

Los peluqueros y maquilladores no podemos y, sobre todo, no debemos, tener únicamente conocimientos de nuestra propia especialidad. Además, la asistencia a un congreso como este, nos permite abrir nuevos horizontes y situarnos en el auténtico epicentro de la imagen personal. Escucharemos ponencias de altísimo nivel, disfrutaremos de talleres sorprendentes y nos codearemos con profesionales de primera línea, donde el *networking* va a fluir de forma natural, brindándonos nuevas oportunidades de negocio. Estoy convencido de que nadie se va a quedar indiferente.



¿Cómo valoras el patrocinio de Montibello en una iniciativa como esta?

Si hay algo que me apasiona de mi marca de cabecera –de la que tengo el honor de ser embajador– es la cercanía con los clientes. Este contacto tan directo permite a Montibello detectar rápidamente las demandas de las nuevas generaciones de profesionales. Por si fuera poco, la asesoría de imagen es también una potente herramienta que facilita la venta de productos y servicios en los salones. Montibello siempre ha apostado por la formación con el convencimiento de que es garantía para el éxito profesional.

Programa completo en:
www.ifema.es/salonlook/
horario-actividades

La primera edición del Congreso Iberoamericano de Asesoría de Imagen fue todo un éxito de participación.

Transformación digital

La IV edición del Business Meeting se celebrará en el marco de Salón Look, con la vista puesta en el entorno digital y la participación de destacados profesionales. *Elisabet Parra*

El encuentro empresarial para los profesionales de la industria de la belleza profesional que este año celebrará su cuarta edición el 22 de octubre en Salón Look, el Business Meeting, desarrollará un ciclo de conferencias dirigidas a empresarios, distribuidores y mayoristas del sector, que girará entorno del tema: *Transformación digital, sí o sí*. El evento estará organizado en forma de exposiciones y debates, protagonizados por destacadas personalidades como Óscar Mateo –director de conocimiento responsable del Área de Formación y Estudios de Mercado STANPA– que actualizará la situación de los mercados de Peluquería y Estética Profesional en España en 2020.

Sergi Moiset –licenciado en ADE por la LMU, master en New Media por el IIM, EP en transformación digital por ESADE y experto en gestión y marketing para el salón– impartirá una ponencia sobre la supervivencia del salón en la nueva era digital. Por su parte, Gonzalo Fuster-Fabra –licenciado en Derecho por la Universidad Central de Barcelona y master en Ciencias de los Negocios por la Management School– hablará sobre los retos de la digitalización, sus pros y contras, y sobre qué áreas son susceptibles de digitalizarse en la empresa. Por último, Juan Delgado –sociólogo, psicólogo social, licenciado en Derecho, y profesor universitario– deleitará con su *Transformotion*.

El objetivo de este encuentro es ofrecer la más reciente información y las mejores estrategias para impulsar el negocio de la industria cosmética. Esta iniciativa cuenta con la colaboración de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), y la Asociación Nacional de Empresas del Sector Profesional de Peluquería y Estética (ANEPE). Los *Premios a la transformación digital* –organizados por SalonSolutions.io, en colaboración con Salón Look, Blow Marketing y Shortcuts Software– esperan cosechar un éxito aún mayor que en su primera edición, con más participantes y con el firme objetivo de innovar para apoyar la digitalización del sector. Estos premios tienen como objetivo reconocer y premiar las mejores iniciativas y proyectos en este ámbito, y servir como plataforma de difusión y potenciación de la transformación digital del sector.

Programa completo en:
www.ifema.es/salonlook/
horario-actividades

Gonzalo Fuster-Fabra



Los cuatro profesionales pondrán sus conocimientos al servicio del Business Meeting y sus asistentes.

Juan Delgado



Óscar Mateo



Sergi Moiset



DIVA | ATMOS

PRO STYLING



Estilo a todo color™

Con carcasas de color personalizadas intercambiables



Escanee el código
QR para obtener
más información

*Creative
Energy*

divapro.co.uk

Formación de excelencia

Calvo, Ordás, Sánchez, Garrote, Boix... todos ellos son excelentes formadores, pero ¿cómo se forman ellos? Se lo preguntamos y te lo explicamos. *Elisabet Parra*

Creador de impresionantes colecciones de vanguardia, Antonio Calvo está al frente de Antonio Calvo Estilistas y es también director artístico de Salon in Recamier Profesional. Calvo afirma que “la formación que más me ha impactado fue una de iluminación para foto, video y cabello”.

Antonio Calvo



Que la formación continuada es imprescindible, sobre todo en una profesión tan creativa como es la peluquería, es por todos sabido. Pero... ¿Por qué tienen tanto éxito algunos formadores? Sencillamente porque ellos son los primeros en buscar nuevas inspiraciones en formaciones y cursos. **Antonio Calvo**, director de su propio salón, nos explica: “Intento recibir cursos que pueda aplicar a la peluquería: edición de foto, cursos de iluminación, de comunicación, de dibujo técnico... Todas estas formaciones externas que, a priori, no tienen tanto que ver con la peluquería me ayudan a buscar equilibrio, líneas y texturas aplicables al cabello”. En su faceta de director artístico de Recamier Profesional, Calvo confiesa que “también me empapo de los conocimientos y técnicas de sus peluqueros invitados”, de quienes extrae lo bueno y mejor.



Felicitas Ordàs



Felicitas Ordàs, al frente de Felicitas Hair y presidenta de Club Figaro, confiesa que la formación que más le marcó fue “la que hice en Taiwán. Me fui a aprender a cortar el pelo con las dos manos y con varias tijeras a la misma vez. ¡Es un curso que aún se imparte!”



Felicitas Ordàs (Felicitas Hair), asegura que “priorizo lo que más me interesa en ese momento y puede ser por la colección que me interesa, por el tipo de curso que es, por el profesional que lo imparte, y muchas veces por curiosidad de aprender cosas nuevas para seguir innovando”. Para ello, habitualmente viaja a Londres y también por España. Descubre esos cursos “directamente con la empresa que los imparte, en ferias o con las personas que se encargan de vender estas formaciones”.

Por su parte, **Carles Sánchez** (Pelsynera) explica que “muchas veces investigo en disciplinas en las que no tenemos referentes claros y busco por la red qué opciones hay que me seduzcan. También en función de si

Carles Sánchez asegura que “este último año hemos estado consumiendo documentales y libros sobre el crecimiento creativo individual y colectivo en diferentes disciplinas”.

Carles Sánchez



conozco al formador y sé que trabaja bien y es alguien a quien sigo con frecuencia. Esto le da al curso más opciones de que sea una apuesta segura”. Carles Sánchez alerta: “En el momento que uno piensa que con lo que ya sabe puede ir haciendo, o que ya domina lo suficiente porque trabajo no le falta, es entonces, en ese momento, el principio del fin. La sociedad continuamente cambia, nuestros clientes también y la manera de relacionarse y transmitir nuestros conocimientos también deben cambiar”.



Mayte Garrote, directora del salón de su mismo nombre, explica que: “Cada formación me ha aportado algo, pero las que he realizado a través del Club Figaro han marcado mi carrera profesional, igual que las de Peluqueros Millonarios de Oscar G., ‘Cómo crear una colección’ con José Boix y mi querido David Arnal; ‘Aprender a hacer pelucas’ con Xavi García. Con ‘Cómo hablar en público’ con la Escuela L’art, sin duda, me han hecho ver más allá y dar un paso grande en mi carrera. Ahora, Universidad de la Imagen imparte formaciones nacionales e internacionales del más alto nivel”.

Reconocida por sus recogidos y texturas, **Mayte Garrote** dice: “Escojo los cursos siempre en función del formador o escuela. Me gusta variar: desde la técnica más clásica, que es la que te da la base y crea los cimientos, hasta la más vanguardista”. A la hora de escoger una formación, la mejor forma para ella es “el boca a boca entre profesionales, puesto que partes de su experiencia. Una vez que ellos te informan puedes corroborar y completar esa información en internet. Las formaciones son motivadoras, conoces a otros profesionales que siempre te aportarán cosas buenas desde su experiencia y es la mejor forma de tener éxito desde la calidad de tu trabajo”.



José Boix

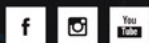


José Boix (director y responsable de formación de Toni&Guy España) sigue las formaciones que imparte la empresa para la que trabaja desde hace 21 años y “que están impartidas por sus líderes internacionales como Bill Watson, Cos Sakkas y otros veteranos que lideran la educación de los formadores”. Al resto de profesionales, Boix les anima a seguir cursos para “tener más conocimientos y salir de la zona de confort. No por el hecho de llevar años trabajando tenemos que parar de formarnos, solo cuando lo hacemos dejamos de aprender y es necesario que, estemos donde estemos profesionalmente, siempre tengamos a personas a las que admirar, compañeros con los que trabajar y discípulos con los que compartir. El éxito es el proceso de superación al que nos sometemos día tras día beneficiando a aquellos que nos rodean. ¡Lideremos con el ejemplo!”

“Nuestras formaciones combinan un porcentaje similar de habilidades duras (o técnicas) y blandas (las relacionadas con el compromiso, la capacidad de resolución, la empatía, la constancia, la comunicación, y el trabajo en equipo) para, de esa forma, crear profesionales de éxito”, afirma Jose Boix, de Toni&Guy.



Más información en nuestra web.



@clubfigaro

LOS PREMIOS
DE LA PELUQUERÍA ESPAÑOLA

PREMIOS FÍGARO
2021 - 12.ª EDICIÓN



WWW.CLUBFIGARO.COM

LA GRAN CITA

¡EL GRAN JURADO!

BEATRIZ MATA LLANA (ESPAÑA)
CESAR MORALES (ESPAÑA)
MAEVE O'HEALY-HARTE (IRLANDA)
MIKE VINCENT (FRANCIA)
SALLY BROOKS (UK)



¡YA ESTÁN AQUÍ!
LOS PREMIOS DE LA PELUQUERÍA
ESPAÑOLA



RETRANSMISIÓN ONLINE Y EN DIRECTO
ENTREGA DE LOS PREMIOS FÍGARO

SPONSOR OFICIAL

REVLON
PROFESSIONAL®

COLABORADOR OFICIAL



COLABORADOR



MEDIA SPONSOR



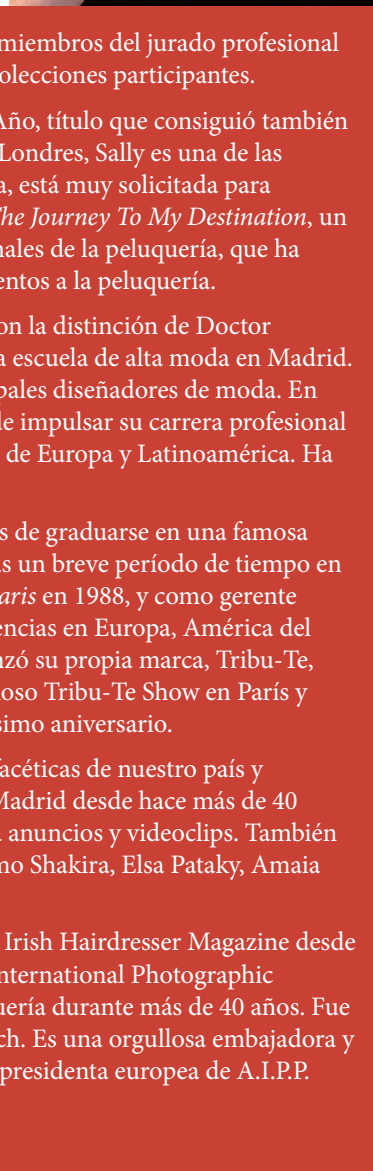
Jurado de excepción

Los Premios Fígaro de la Peluquería Española ya tienen miembros del jurado profesional. ¡Te los presentamos!

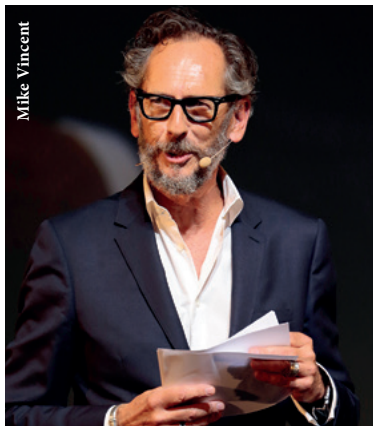
Elisabet Parra

Sally Brooks

César Morales



Mike Vincent



Beatriz Matallana



Maeve O'Healy-Harte



La cuenta atrás ya ha comenzado y los nombres de los cinco miembros del jurado profesional han sido desvelados. Ellos tendrán como misión valorar las colecciones participantes.

Sally Brooks (Reino Unido), actual Peluquera Británica del Año, título que consiguió también en 2017 y 2018. Como cofundadora de Brooks & Brooks, en Londres, Sally es una de las peluqueras más prolíficas de su generación. Como formadora, está muy solicitada para impartir cursos y seminarios. Recientemente ha producido *The Journey To My Destination*, un documental de 90 minutos sobre las oportunidades profesionales de la peluquería, que ha mostrado en escuelas y universidades, para atraer nuevos talentos a la peluquería.

César Morales (España) es el primer peluquero nombrado con la distinción de Doctor Honoris Causa de la peluquería. En 1985 inauguró la primera escuela de alta moda en Madrid. Es colaborador habitual de la Pasarela Cibeles y de los principales diseñadores de moda. En 1990, tras haberse consolidado en el mercado nacional, decide impulsar su carrera profesional a través de su expansión internacional, dando el salto al resto de Europa y Latinoamérica. Ha trabajado en platós y *shows* con Vidal Sassoon y Toni&Guy.

Mike Vincent (Francia) comenzó su carrera en 1987, después de graduarse en una famosa escuela de negocios y de cursar cinco años de publicidad. Tras un breve período de tiempo en L'Eclaireur des Coiffeurs, se unió a la revista *La Coiffure de Paris* en 1988, y como gerente general difundió la marca en todo el mundo, abriendo 22 licencias en Europa, América del Norte, América del Sur y Asia. En 2002, dejó la empresa y lanzó su propia marca, Tribu-Te, que incluía publicaciones impresas, digitales, así como el famoso Tribu-Te Show en París y Londres. En este mes de septiembre, Tribu-te celebra su vigésimo aniversario.

Beatriz Matallana (España), es una de las estilistas más polifacéticas de nuestro país y directora de peluquería de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid desde hace más de 40 ediciones. Su portfolio va desde producciones para revistas, a anuncios y videoclips. También es la maquilladora y peluquera de confianza de *celebrities* como Shakira, Elsa Pataky, Amaia Salamanca y Eugenia Silva, entre otras.

Maeve O'Healy-Harte (Irlanda) es la fundadora y editora de Irish Hairdresser Magazine desde su creación en 1996 y fundadora de Best of the Best Irish & International Photographic Awards (1997). Maeve está inmersa en el mundo de la peluquería durante más de 40 años. Fue propietaria de un negocio de Hair & Beauty, peluquera y coach. Es una orgullosa embajadora y asesora de la OMC, presidenta de Intercoiffure Irlanda y vicepresidenta europea de A.I.P.P.

Más información: www.clubfigaro.com



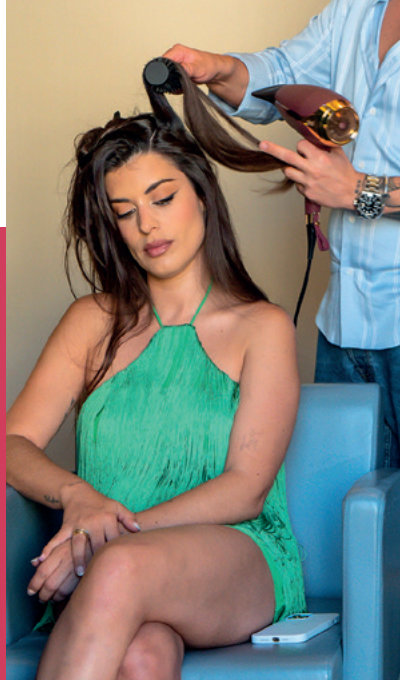
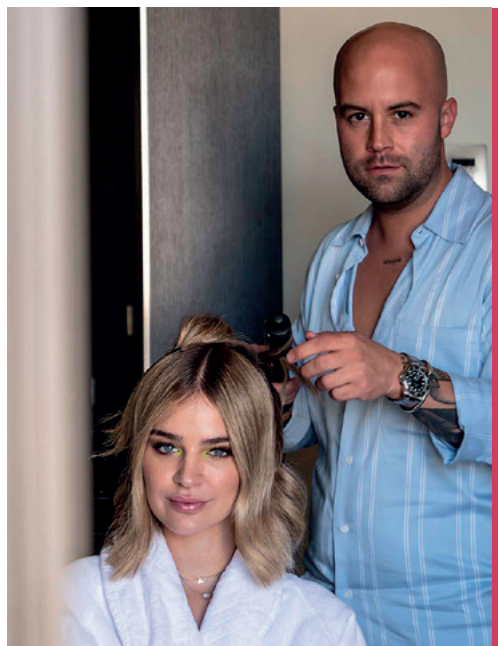
Unplugged: sin cable

Chiara Ferragni es la embajadora de la nueva y revolucionaria 'styler' de ghd que se presentó recientemente en Milán. *Sergi Bancells*



Chiara Ferragni asegura haberse convertido en una fan de Unplugged





Los estilistas Javier Vila y Rafael Bueno fueron dos de los invitados estrella españoles a la presentación de ghd Unplugged en Milán. Además, ellos se encargaron de peinar a tres famosas 'influencers' españolas (Laura Escanes –a la izquierda–, Dulceida –en el centro– y Rocío Osorno, a la derecha) que también fueron invitadas al exclusivo evento: .



El pasado mes de julio Estetica se desplazó a Milán para asistir a la exclusiva presentación de la nueva *styler* compacta y sin cable de ghd, la revolucionaria ghd Unplugged. El evento de lanzamiento global más esperado de la temporada contó como estrella invitada de la velada con la célebre Chiara Ferragni, imagen de la nueva campaña de ghd y embajadora internacional de la marca.

Del Excelsior Hotel Gallia –donde tuvimos la oportunidad entrevistar a Chiara (puedes leer lo que nos explico en nuestra web)– nos desplazamos a la Sala Reale de la Stazione Centrale de Milán. Allí tuvo lugar la presentación, que contó con la presencia de Jeroen Temmerman, CEO mundial de ghd; Stefano Filipazzi, general manager de ghd Italia y Grecia; y la propia Chiara Ferragni. En sus parlamentos destacaron las bondades de la nueva ghd Unplugged, una *styler* inalámbrica que garantiza unos resultados profesionales con un rendimiento idéntico al que consigues con las *stylers* de ghd con cable, obteniendo hasta un 65 % de cabello más brillante. Entre los invitados al evento se encontraban destacadas *influencers* de la escena europea, así como las españolas Dulceida, Rocío Osorno y Laura Escanes, también los reconocidos estilistas Javier Vila y Rafael Bueno, quienes se ocuparon de los fabulosos looks de nuestras tres *influencers*.

Rafael Bueno creó el peinado de Rocío Osorno: un trabajo de ondas *glam* realizado con las tenacillas ghd Curve Soft Curl para conseguir un look muy elegante y jovial. Por su parte, Javier Vila se ocupó de que las *top influencers* Dulceida y Laura Escanes. Para la primera creó un fabuloso look alisado con un suave movimiento, conseguido con el secador ghd Helios. Para la segunda optó por un look juvenil y desenfadado con ondas suaves creado con ghd Curve Soft Curl.



A la izquierda, una divertida instantánea de Rocío Osorno, Dulceida y Laura Escanes, en un momento de la exclusiva fiesta de presentación de ghd Unplugged, que tuvo lugar en la Sala Reale de la Stazione Centrale de Milán. Sobre estas líneas, las 'influencers' flanqueadas por Jeroen Temmerman, CEO de ghd, y Norberto Videira, general manager EMEA (Europa, Oriente Medio y África) de ghd.



Cociu Beauty Salon. Madrid. (Pietranera).



Alma Hair Spa Salon. Barcelona. (Pietranera).

Salones renovados

En Cociu Beauty Salon, la decoración elegida es muy “british”, y la elegancia e interiorismo del espacio nos hace dudar si realmente estamos en una peluquería. En el caso del Salón Alma Bcn no hay nada al azar. Cada estancia ofrece una experiencia. En el área Hair Spa, por ejemplo, se instalaron lavacabezas con un sistema de cromoterapia para una desconexión total.

“Renovarse o morir” dijo Unamuno. Y ahora más que nunca. En ocasiones solo son necesarios pequeños cambios para renovar la imagen del salón.

Rosa Girona i Roig

La decoración hace milagros: resucita rincones, reconstruye espacios y amplía con sencillos elementos lo que a la vista puede parecer pequeño. Especialistas en esta labor nos demuestran con ejemplos que así es. Y comparten su trabajo en salones que ya han dado el paso y buenos *tips* e ideas para animarte a renovar o redecorar tu salón. ¿Manos a la obra? Crear cultura de salón pasa por espacios como el Salon Cociu, donde todo está pensado y todo habla el mismo idioma. M^a Ángeles García es la gerente de Pietranera y responsable de todos los proyectos de salones.

“En este salón se ha conseguido crear un concepto diferente basado en la profesionalidad ante todo, pero también en el punto de vista decorativo que ahora impera tanto. El color verde inglés fue el arranque del proyecto, de él surgieron todos los demás colores y estancias. Un salón 10 donde la vista no escapa a detalles. La zona de lavacabezas apartada permite realizar rituales en tranquilidad y fuera del ruido del salón”. Para M^a Ángeles García, la luz es vital en los proyectos de salones, “hablamos de luces técnicas de trabajo con temperaturas estudiadas para cada estancia que garantizan resultados óptimos tanto en el trabajo realizado como en la calidez lumínica con la que cada empleado trabaja”.

Para Amparo Forcada, export manager de SEAP, “las nuevas tendencias en peluquerías se basan en crear un lugar que se amolde a los gustos, patrones culturales y estéticos de los clientes que asisten o que se pretende



Arteon Perruquers.
Reus (SEAP).

Para Mónica Forcada el espacio y su diseño dice mucho del salón y puede hacer que el cliente escoja uno u otro en función de este. Por otro lado, el estrés diario nos impide sentirnos bien, y el salón aparece como una oportunidad para mimarnos, de darnos un regalo.

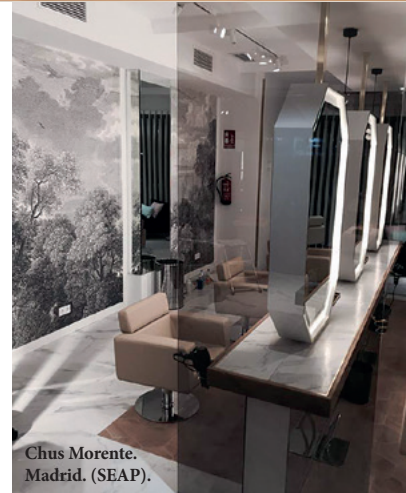


White. Coruña. (SEAP)

atraer. Pensar en el diseño del salón es reflexionar sobre qué tipo de clientes esperamos recibir. Por ello, estamos creando ambientes personalizados para cada cliente haciendo la experiencia exclusiva y diferente en la creación de cada salón”.

EL MOBILIARIO

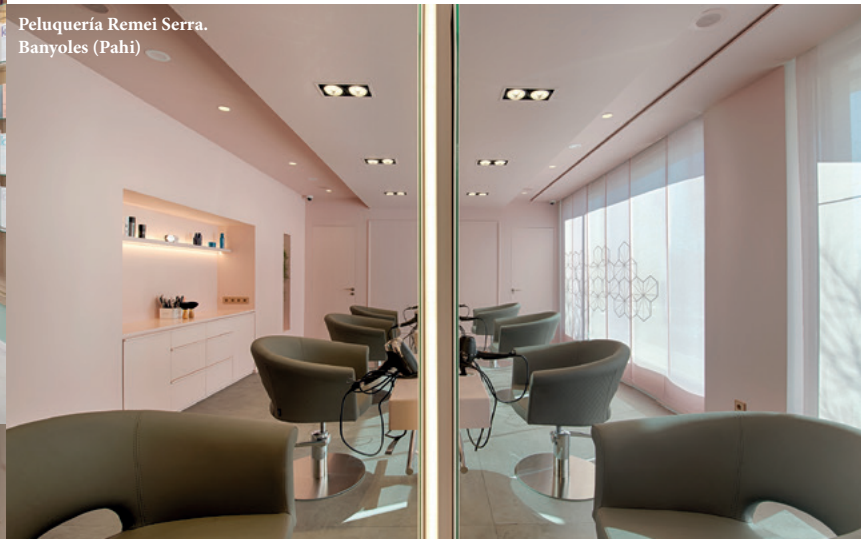
La visión del equipo Pahi arranca con una buena selección de sus elementos principales: sillones, tocadores, lavacabezas y mobiliario. Estos definirán la atmosfera que se respirará en el salón. “A partir de aquí –comentan estos expertos– escogeremos los accesorios imprescindibles, que proporcionen orden y practicidad, para nuestro espacio de trabajo. Solo después podremos empezar a aportar nuestras propias pinceladas de decoración. Un truco básico: pintar las paredes en tonos pastel, esto suele funcionar muy bien en espacios pequeños. En cuanto al mobiliario, los acabados de madera siempre transmitirán calidez y confort, tanto al equipo como a nuestro cliente. Integrar estantes y demás zonas de almacenamiento en la misma pared consigue simplicidad y pulcritud. Por otra parte, una iluminación indirecta con luces LED aportará exclusividad y relax a la experiencia”.



Chus Morente.
Madrid. (SEAP).



Musa Nail&Beauty Bar. Barcelona (Pahi)



Peluquería Remei Serra.
Banyoles (Pahi)



Salón Montse Bonet.
Vilafranca del Penedès (Pahi)

TIPS PRÁCTICOS DE PAHI

- Agregar algún cuadro inspiracional marcará la diferencia, como en Musa Nail&Beauty Bar, de Barcelona.
- Los elementos presentes en el espacio deben combinar a la perfección y a simple vista, así se consigue un ambiente armonioso y agradable, como en la Peluquería Remei Serra, de Banyoles.
- La zona de lavado debe inspirar tranquilidad y relajación, la disposición de toallas, champús, tintes y demás utensilios deberá ser impecable si estos quedan a la vista, como en el Salón Montse Bonet, de Vilafranca del Penedès.



GET THE RESORT SALON LOOK FROM COMORTEL
 1.MESSINA TERRAZZO Salon Mirror €559,- 2.ARIA TAN II Styling Chair €499,-
 3.HAZEL TAN Wash Lounge €1755,- 4.SADDLE STOOL TAN II €149,-



GET THE INTERIOR LOOK

RESORT

YOUR SALON DESIGN STYLE
 modern mediterranean
 & dreamy escapes



YOUR SALON DESIGN STYLE
 lovers of black &
 modern monochrome

GET THE INTERIOR LOOK



GET THE STYLE ICONS LOOK WITH COMFORTEL
 1.VERONA ARCH Salon Mirror €429,- 2.CHLOE Styling Chair €379,-
 3.SUPERNOVA Footrest €99,- 4.SADDLE STOOL BLACK €149,-
 5.HAZEL BLACK Washlounge €1755,-

STYLEICONS



GET THE INTERIOR LOOK

modern MINIMAL

YOUR SALON DESIGN STYLE
clean lines & a
streamline silhouette



GET THE MODERN MINIMAL LOOK FROM COMFOTEL
1. JOEY Salon Chair €499,- 2. STUDIO 3 DRAWER Salon Trolley €549,-
3. PALLAZIO Salon Mirror €519,-



YOUR SALON DESIGN STYLE
soft, pretty,
with loads of blush

GET THE BLUSH ROMANTIC LOOK FROM COMFOTEL
1. ROSIE BLUSH Styling Chair €435,-
2. LARA BLUSH Reclining Salon Chair €739,-
3. HALO BRASS Salon Mirror €385,-
3. COMET BRASS Footrest €89,-



GET THE INTERIOR LOOK

BLUSHromantic

GUY SARLEMIJN DESIGN

COMFOTEL EUROPE STOCKIST

SHOWROOM
ZUID-KAVELSEDIJK 3
3291 LX STRIJEN
OPEN EVERY SUNDAY 12-17

WWW.GUYSARLEMIJN.COM
INFO@GUYSARLEMIJN.COM
PHONE +31 (0) 10 303 1600
WHATSAPP 31 (0) 6 57 83 86 88

Inspiring Creativity
comfortel
SALON FURNITURE

Novedades en innovación

Con la nueva temporada llegan nuevos productos que seguro vas a desear tener en tu salón.

GHD UNPLUGGED

Unplugged es la revolucionaria *styler* inalámbrica de ghd. Compacta y potente, incorpora la tecnología Dual-zone que garantiza una temperatura constante y homogénea de peinado de 185°C, la temperatura óptima para lograr resultados impecables.



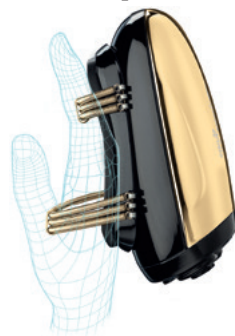
K18

Recupera el cabello tras cualquier servicio químico con la Mascarilla y la Bruma K18. Ambos están formulados con el más eficaz péptido, fruto de más de 10 años de investigación, capaz de conectar las cadenas de queratina rotas. Esto significa que K18 puede ofrecer resultados duraderos que reparen y sanen el cabello en 4 minutos.



BABYLISSPRO

Absoluto bienestar y el mejor servicio para el cliente en el salón de peluquería o barbería, gracias al masajeador VibeFX. Silencioso y liviano, posee dos velocidades que combinan la precisión de un masaje manual con pulsos relajantes. La carcasa, de acero inoxidable, encierra un motor de larga duración y lo más importante, gran eficacia.



TERMIX

La firma Termix presenta el nuevo Evolution Gold Rose, de edición limitada, que incorpora un diseño *premium* y responde a la necesidad de ofrecer una nueva experiencia en el *brushing*, respetando la salud del cabello. Apto para todo tipo de cabello, el cepillo Evolution Gold Rose ilumina la fibra capilar con cada pasada y aporta un brillo espejo con la vitalidad propia del oro. Además, sella a la perfección la cutícula y ayuda a optimizar el tiempo de secado.



FANOLA / COLORZOOM

ColorZoom de Fanola es una nueva gama de cremas colorantes que actúan en tan solo 10 minutos, acorde con la filosofía dinámica e inteligente de la marca. ColorZoom permite a los peluqueros tomar más citas durante la jornada y ofrecer incluso servicios parciales en muy poco tiempo, como tratamientos de brillo y color.



CHINA GLAZE

Con la llegada del otoño apetecen colores más discretos para las manicuras. Los tonos vibrantes dan paso a otros más reposados, como los que presenta China Glaze para esta temporada. Seis tonos cálidos, que te traerán recuerdos de especias dulces y picantes, con toques de arándano, calabaza y nuez moscada.



SUAVIDAD
& MÁXIMO BRILLO
SIN SILICONAS

NEW!

LIQUID

- TRATAMIENTO MÁGICO
CON O SIN COLOR -

Nuestro exclusivo Complejo de Quinoa, Vitamina E, Aceite de Semilla de Uva, Romero, Aceite de Aguacate y de Girasol en una fórmula ácida **100% Vegana, libre de amoníaco y silicona**, que no aclara ni modifica el color natural de tu cabello:

- × APORTA MÁXIMO BRILLO Y LUMINOSIDAD A TU COLOR.
- × ACONDICIONA TU CABELLO.
- × RENUEVA Y REAVIVA EL COLOR ENVEJECIDO.
- × CORRIGE O MATIZA TU COLOR.
- × DIMENSIONA TU COLOR NATURAL SIN ACLARAR.
- × DIFUMINA LAS CANAS.
- × RESULTADOS EXTRAORDINARIOS Y DURADEROS.

ZERØ AMONIACO, ZERØ GLUTEN, ZERØ SILICONA, 100% VEGANO Y CRUELTY FREE.

— El 98,4% de usuarios destaca su capacidad de acondicionado. —



Realizado con PULPRIOT
DEMI-PERMANENTE LIQUID COLOR.

APUNTA TU
CÁMARA





INTERNATIONAL
HAIRDRESSING
AWARDS®

IHAs 2022 THE 4th ANNUAL COMPETITION BEGINS!

Seven categories:

International Hair Influencer of the Year
International Hair Legend of the Year
Best International Men's Commercial Collection
Best International Women's Commercial Collection
Best International Editorial Collection
International Artistic Team of the Year
International Hairdresser of the Year

MAIN SPONSOR

REVLON
PROFESSIONAL®

GLOBAL MEDIA PARTNER

ESTETICA
the HairMagazine

SPONSOR

BEAUTY
UNDERGROUND



Calendar IHA 2022:

September 13, 2021

Announcement of prenominations for
International Hairdresser of the Year and
International Artistic Team of the Year

September 15, 2021

Opening day for participation

January 10, 2022

Closing day for participation

February 13, 2022

Announcement of finalists

INFO AND ENTRIES

WWW.IHAWARDS.COM

Follow us: @ihawards



ivive: simplicidad rapidez y eficacia

La coloración vegana ivive, de René Furterer, ha sido formulada para hacer más sencillo el trabajo del colorista, respetar su bienestar y el de sus clientes, y proteger el medio ambiente.

ivive, la coloración vegana de René Furterer, ofrece todas las ventajas de una coloración vegetal, a la vez que se beneficia de la simplicidad de aplicación de una coloración química, como por ejemplo su misma nomenclatura. Lista para su uso, sin preparación, se presenta en forma de gel –¡que no gotea!–, en lugar de las habituales cataplasmas, y tiene un tiempo de pausa corto, lo que la hace especialmente atractiva para el profesional y la cliente.

MARCA CERTIFICADA

Totalmente comprometida con el respeto por la salud del profesional, de su cliente y la naturaleza, ivive es una coloración vegana, ética y bio, avalada por las principales certificaciones de organismos internacionales, externos y reconocidos: Cosmebio, Vegan, Fair for Life y ECOCERT. A nivel técnico, ivive es una coloración ultraconcentrada que

cuenta con 5 patentes, entre ellas su innovador modo de extracción, que permite tener solo la parte tintórea de la planta. Destaca también la compatibilidad con la coloración química, lo que ofrece tranquilidad al peluquero de conseguir una gran variedad de mezcla de técnicas. El resultado es inmediato, garantizado y totalmente respetuoso con el tono y la naturaleza original del cabello. Asimismo, ivive proporciona



De un rubio ceniza increíblemente luminoso a un auténtico rubio veneciano; de un castaño claro con reflejos fríos ultra modernos a un espléndido castaño cobrizo; todas las combinaciones y sutilezas son posibles con ivive.

reflejos a medida, increíblemente profundos y brillantes, que se funden con el color natural para sublimarlo y matiza las canas para un resultado natural.

Isa Somano, experta colorista, es formadora de ivive y recorre toda España realizando *masterclass* teóricas y prácticas a las que se puede apuntar cualquier peluquero, para así descubrir, de su mano y en primera persona, la aplicación, resultados, cobertura, textura del cabello, conseguidos con la nueva coloración ivive.

Información sobre formación en:
pfi.color.renefurterer@pierre-fabre.com

ivive propone 7 tonos listo para usar, y que se pueden mezclar.

OnBeauty

by **COSMOPROF**
WORLDWIDE BOLOGNA

9 – 13 SEPTEMBER 2021
BOLOGNA, ITALY
FAIR DISTRICT

SUPPLY CHAIN, RETAIL
9 – 10 SEPTEMBER 2021

GREEN & ORGANIC
9 – 12 SEPTEMBER 2021

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

Cosmoprof Worldwide Bologna
presents **OnBeauty**, the first
in-person event, crucial
to return to face to face business,
promote networking and create
new opportunities.

**THE COSMETIC INDUSTRY
RESTARTS FROM BOLOGNA**

Onbeautybycosmoprof.com

ORGANIZED BY
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.
Milan, Italy
P +39 02 796 420
F +39 02 795 036
info@cosmoprof.it

COMPANY OF
 **Bologna
Fiere**

IN PARTNERSHIP WITH
 **COSMETICA ITALIA**
the personal care association

WITH THE SUPPORT OF
 
ITALIAN TRADE AGENCY

CONJUNCTION WITH
 **COSMOFARMA[®]**
EXHIBITION 

Tecnología digital

Especialmente pensado para el profesional de la peluquería, BaByliss PRO presenta su nuevo secador digital BaByliss PRO4Artists GOLDFX. ¡Todo prestaciones!



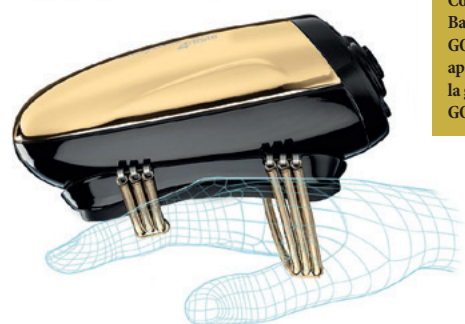
Con un alto rendimiento, un equilibrio perfecto y diseño italiano, BaByliss Pro presenta su nuevo secador profesional BaByliss PRO4Artists GOLDFX, que viene a completar la gama Gold FX PRO. Provisto de un motor digital de alto rendimiento (2.200 W) su vida útil es hasta 10 veces mayor que la de los secadores tradicionales. Su flujo de aire y velocidad (190 km/h) se controlan en todo momento para una máxima estabilidad, sin disminución de potencia ni de rendimiento. Además, ha sido diseñado para reducir notablemente las vibraciones. Gracias a su función turbo es posible aumentar la velocidad y el flujo de aire sin subir la temperatura. Todo ello hace que el secado sea más rápido o puede enfatizar los toques finales en ciertos mechones, sin comprometer la protección del cabello.

El secador PRO4Artists GOLDFX presenta dos configuraciones de velocidad y otras dos de temperatura, para una máxima flexibilidad y un trabajo más rápido, mientras preserva la

integridad del cabello. Su generador iónico facilita el secado y el peinado al disminuir la tensión en la superficie del cabello, por lo que el resultado es un acabado suave, brillante y saludable. El PRO4Artists GOLDFX pesa solo 420 gramos y su mango de metal garantiza un agarre antideslizante definitivo. Perfectamente alineado con el centro de gravedad del aparato, ofrece garantía de un agarre cómodo y equilibrado.



Con el secador BaByliss PRO4Artists GOLDFX, la marca de aparatología completa la gama profesional GOLDFX.





Éclat es una innovación exclusiva de Montibello que transforma el color en tratamiento.

Llega Éclat, un salto al mañana

Éclat, de Montibello es la coloración demipermanente de pH ácido que transforma el color en un tratamiento. La coloración del futuro es ya un presente.

Éclat de Montibello es una coloración demipermanente tratante de pH ácido, que transforma el color en tratamiento. Es la respuesta de la marca líder en coloración a la exigencia del mundo actual y de las nuevas tendencias que reivindican un mayor cuidado, respeto y sostenibilidad. Su nombre comunica la explosión de beneficios y vitalidad que supone este revolucionario tratamiento para el salón. Y es así porque es una nueva coloración tratante con resultados garantizados, que renueva e incorpora nuevos servicios, que atrae y

fideliza nuevos clientes. Y uno de sus pilares básicos: manifiesta un gran compromiso con el planeta.

ASÍ ES ÉCLAT

La clave de esta importante innovación es el **pH ácido 6.9**, que no modifica ni aclara la melanina natural y mantiene la calidad del cabello en perfecto estado. Esto supone un máximo respeto por su estructura y la fibra capilar. A su vez garantiza un proceso suave y confortable.

La fórmula de Éclat incluye la **Tecnología Tech Bonder** y proteínas vegetales con la que fijar el relleno proteico y los colorantes en la fibra capilar. Éclat rellena y refuerza los enlaces estructurales

del cabello al mismo tiempo que le devuelve su fuerza y la elasticidad. Además, la **Vitamina C** (antioxidante natural) aporta un brillo sublime, protege el color y genera un efecto anti-ageing.

ALIANZA ENTRE COLOR Y TRATAMIENTO

Éclat garantiza un “color sin compromiso” porque no crea raíz y se desvanece en 15-25 lavados. Esto es posible porque no aclara ni modifica la melanina natural. A su vez, revitaliza el cabello natural, coloreado y decolorado. Gracias a sus propiedades tratantes, esta nueva coloración rellena la fibra, mejora la estructura del cabello, repara el daño degenerativo, rellena y acondiciona la cutícula a la vez que potencia y fija el brillo. Esta nueva coloración líquida ha sido creada con colorantes de máxima pureza.

UNA GAMA VERSÁTIL

La gama se compone de:

- **30 tonos.** Éclat es una coloración líquida creada con colorantes de máxima pureza. Está disponible en 30 tonos intermezclables, con los que puedes conseguir efectos de color naturales, vibrantes e



intensos; fríos nítidos, y/o suaves tonos pastel. Formato: 3 unidades de 60 ml.

La coloración Éclat abarca estas gamas cromáticas: cenizas e irisados, dorados, marrones, rojos, cobres, caobas y púrpuras.

- **Processing gel.** Transforma la coloración líquida en gel creando una textura sorprendente que facilita la aplicación. Formulado exclusivamente para mezclarse con los tonos Éclat en una mezcla de 1+2. (900 ml).

- **Clear.** Tono sin pigmento que puede utilizarse solo para aportar un brillo sublime o con cualquier

otro tono para diluir su intensidad. (250 ml).

COMPROMISO VERDE

Con Éclat, Montibello da un paso más en su compromiso con el cuidado del cabello, de las personas y del planeta. Su fórmula incluye un 90 % de ingredientes de origen natural y un 99 % son biodegradables. Es una coloración vegana y *clean* ya que no incluye ni amoníaco ni MEA. Los envases son sostenibles con hasta el 100 % de plástico reciclado. Todo el proceso de creación se desarrolla con energía 100 % renovable.

En el salón, Éclat se convierte en una experiencia spa capilar tratante, por su fresca textura en gel y su suave fragancia cítrica y sensual.

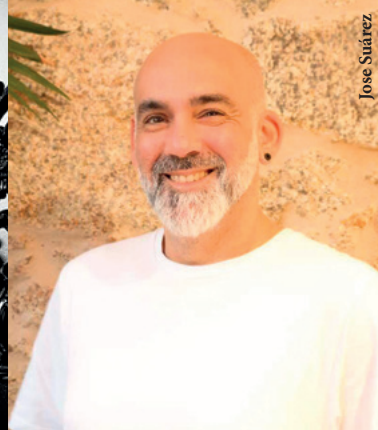
EL AVAL DE LOS PROFESIONALES



ZIORTZA ZARAUZA, Centro Beta (San Sebastián): “Montibello ha vuelto a acertar con este nuevo avance hacia la sostenibilidad y el medioambiente.



ANNA BARROCA, Anna Barroca Perruquers (Andorra): “Estoy entusiasmada con ÉCLAT. Me permite ofrecer a mis clientes un tratamiento exprés de color y brillo con resultados espectaculares en tan sólo 30 minutos”.



JOSE SUÁREZ (A Coruña): “Con ÉCLAT por fin he podido dar respuesta a las necesidades de mis clientas: una coloración que, además de garantizar una óptima cobertura, trate y mejore la textura de su cabello.



NADIA ACÍN (Sabadell, Barcelona): “Lo que más me ha sorprendido de ÉCLAT es que, además de aportar color al cabello, lo trata, dejándolo mejor que antes de su aplicación”.

Fabricación inteligente 4.0

Carlos Corchero, director general de Termix, nos explica como está encaminando su empresa a lo que ya es un presente 'smart', que habla en clave de digitalización y sostenibilidad.

Desde su creación hace más de 30 años, Termix se ha convertido en la empresa española líder mundial en la fabricación de productos profesionales de peluquería. Su planta de fabricación en Lleida produce más de 5 millones de cepillos al año que se distribuyen en más de 90 países de todo el mundo. Con la mirada puesta en la digitalización y la sostenibilidad, hablamos con su director general Carlos Corchero sobre los nuevos desafíos de futuro de la compañía.

¿A qué retos se enfrenta Termix en la actualidad?

La innovación y la mejora continua forma parte del ADN de la compañía para anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y ofrecer herramientas de peluquería a la vanguardia. Pero desde hace años, la apuesta de Termix va más allá: convertir nuestra planta de producción en un ejemplo de fábrica 4.0 para seguir liderando el sector con la digitalización y las nuevas tecnologías, sin perder de vista la sostenibilidad medioambiental.

Con todo ello, hemos iniciado ya la transformación con un esfuerzo especial en la digitalización e interconexión de sistemas con el fin de aumentar los niveles de automatización, y conseguir una



Carlos Corchero, director general de Termix, empresa española líder en productos profesionales de peluquería.

mayor eficiencia y eficacia en las operaciones. En una segunda fase del proyecto además, está prevista la ampliación de nuestra fábrica en 2.000 metros cuadrados, con su correspondiente ampliación del equipo productivo.

¿En qué consiste dicha transformación?

Estamos inmersos en la primera fase del proyecto con la digitalización de nuestros almacenes y procesos logísticos. Nuestro objetivo es adaptar ágilmente nuestra industria a las nuevas necesidades del mercado, agilizando los pedidos y reduciendo, por ejemplo, en un 60 % los tiempos de entrega. Una necesidad que nos han transmitido nuestros *resellers* que necesitan nuestro producto más rápido y reducir *stock* en sus almacenes. Por otro lado, las mejoras de trazabilidad que estamos implantando están pensadas para mejorar la seguridad y calidad del producto. En 2022, pasaremos a la automatización e integración de nuevas tecnologías en las áreas de producción, para mejorar sus rendimientos, ergonomía de los puestos de trabajo, así como para desarrollar y ser más innovadores en nuestros proyectos medioambientales. Con todo, buscamos incrementar la flexibilidad, seguridad y la calidad total de la fabricación.

¿Podría detallar algún ejemplo de los cambios que mejoren el impacto medioambiental?

Hemos establecido sistemas *paperless* integrados en todas las áreas para tener automatizado y a disposición *online* todos los documentos y registros necesarios para un ahorro total de papel. Por otro lado, ya trabajamos con materiales renovables reciclados. Tenemos una gestión del aluminio 100 % responsable así como packagings 100 % reciclables. Nuestras cajas de almacén y expedición ya han sido rediseñadas con cartones reciclados y con

iconografía integrada del producto. Nuestro objetivo es garantizar a largo plazo la utilización de materias primas sostenibles y contribuir a que el sector sea más sostenible y respetuoso con el medioambiente. Estamos trabajando para utilizar exclusivamente materiales renovables o reciclados. Con todo ello, no tengo duda de que el futuro pasa por las personas y por generar valor trabajando conjuntamente con el equipo, los distribuidores, los estilistas, los consumidores, en definitiva, con las personas. Es fundamental apoyarnos en toda la cadena de suministro y ayudarnos de las nuevas tecnologías para mejorar la respuesta al cambio. Juntos confío en que podamos contribuir a que nuestra industria sea cada vez más sostenible e innovadora.



Termix se ha convertido en una empresa pionera en innovación y digitalización de su fábrica, que está previsto que se amplíe en 2.000 metros².

Las cajas de almacén y expedición también han sido diseñadas para hacerlas más sostenibles.



Formación en uñas: Thuya

El tratamiento y cuidado de las manos y los pies es un plus para un salón de peluquería. Formarse en esas disciplinas es ya una necesidad.



Tanto en el Curso Belleza de manos y pies, como en el Máster de uñas, adquirirás las competencias que necesitas para complementar tu negocio de peluquería.

El mundo de la belleza avanza a pasos agigantados y no es ninguna novedad. En la actualidad los clientes del salón de peluquería no solo buscan al mejor profesional para el cuidado de su cabello, sino que también esperan encontrar expertos en tratamientos de embellecimiento de manos y pies y salir del salón con un look total y actualizado en cabello y uñas. Y es que, mientras tu clienta está esperando que le suba el color, puede aprovechar para hacerse la manicura o pedicura, y para eso es preciso disponer del personal perfectamente formado.

Thuya escuela, referente en el sector de las uñas, ofrece todo tipo de formaciones desde hace más de 25 años. Gran parte de sus estudiantes son profesionales de la peluquería en activo, que deciden formarse en el sector de las uñas para ofrecer un plus a sus salones.

Si eres un profesional del sector de la peluquería y quieres adquirir los conocimientos básicos en manicura y pedicura para realizar este tipo de servicios en tu salón, te aconsejamos el Curso de Belleza de manos y pies o el Máster de uñas, dónde podrás aprender o reforzar los conocimientos en:

- Manicura rusa
- Esmaltado semipermanente
- Cuidados estéticos de manos y pies.
- Técnicas de decoración y *nail art*
- Técnicas en construcción en gel, acrílico o acrígel.



Piénsalo bien, hoy en día, ¿Quién no lleva las uñas perfectas? Pues que mejor que se las haga en su salón de confianza. ¿no?

Infórmate sobre los cursos de uñas de Thuya Escuela. Ahora puedes incorporarte a la formación cuando quieras gracias al planteamiento por módulos, sus cursos se adaptan a tus necesidades y horarios.

Thuya Escuela

info@thuya.com

932127412

@thuyaescuela

<https://escuela.thuya.com/>

C/ Sant Gervasi de Cassoles 68, Barcelona

La formación 'online' de Universidad de la Imagen permite ampliar conocimientos con decenas de vídeos que puedes seguir en cualquier momento, según tus necesidades.



Amplía tus conocimientos

Universidad de la Imagen ofrece cursos presenciales y 'online', que se ajustan a tus necesidades.



El lema de Universidad de la Imagen es: "La formación te enseña todo lo que eres capaz de hacer".

Llega el nuevo curso con la Universidad de la Imagen repleta de nuevas formaciones e ideas. La compañía propone dos formaciones

presenciales y *online* de diferentes tipos, con el claro objetivo de adaptarse a todo tipo de perfiles, estilos y necesidades.

FORMACIÓN PRESENCIAL

Quienes deseen iniciarse en el mundo de la peluquería o ampliar sus conocimientos en las aulas, tienen a su disposición el Curso de Iniciación a la Peluquería –que te hará amar la profesión– y un amplísimo programa de formaciones de perfeccionamiento. Todos ellos están adaptados 100 % a los alumnos en contenidos, tiempo y duración, según su disponibilidad, ritmo de aprendizaje, conocimientos previos y necesidades particulares. Las formaciones de perfeccionamiento preparan al cursillista para que salga de la academia preparado para enfrentarse a sus trabajos con seguridad. Además, la compañía se adapta a sus horarios, para que pueda realizar un curso completo y

de forma compatible con horarios de trabajo. El cursillista, así mismo, puede escoger el tiempo en el que desea formarse, y cuenta con la recomendación del equipo de formación. Son cursos ideales para estilistas que quieran reforzar sus técnicas y especializarse aún más en el ámbito profesional.

FORMACIÓN 'ONLINE'

Por otra parte, Universidad de la Imagen dispone de un amplísimo abanico de formaciones *online*, gran complemento a las formaciones presenciales, y una opción estupenda para quienes carecen de posibilidades de desplazarse a Madrid o a las ciudades donde la compañía imparte su formación itinerante. Se dividen en: formación multidisciplinar, con decenas de vídeos de corta y media duración de todas las áreas formativas, y *masterclass*, cursillos más detallados para profundizar más en un área en concreto. El objetivo de la empresa de formación es que cualquier tipo de persona que sienta los deseos de crecer o avanzar, pueda hacerlo sea cual sea su situación, planteándose nuevas opciones y retos y aumentando su nivel y valor profesional.



Kin cremTM Color

100 % vegana, KINCREMTM Color, es la propuesta de KIN Cosmetics, para un perfecto equilibrio entre color, cuidado del cabello y luminosidad.

La coloración se ha convertido en el accesorio imprescindible para realzar la belleza de un cabello sano y bonito. Cuidar la melena con el máximo color, esta a la

orden del día y KIN Cosmetics ofrece una nueva coloración 100 % vegana, con activos cuidadosamente seleccionados, y así ofrecer el mejor equilibrio para un color, cuidado y luminosidad del cabello sublimes.

CUIDADO Y COLORACIÓN

KINCREMTM Color conecta el mundo de la coloración con el del cuidado capilar gracias a su exclusiva tecnología vegana CRK+v. Su fórmula con ingredientes procedentes en su totalidad del mundo vegetal, y una perfecta calibración en el uso de pigmentos proporciona resultados de color sublimes, de larga duración, con una cobertura del 100 % de los cabellos blancos, y siempre con el máximo cuidado y protección hacia la fibra capilar y el cuero cabelludo. “Nunca tuve un mejor aliado para conseguir el color perfecto”, afirma el colorista Xevi Jubany, y eso es por su equilibrada composición, en la que destacan:

- **Ceramidas vegetales:** son lípidos presentes en la fibra capilar de forma natural. Estas poseen propiedades hidratantes y fortalecedoras del cabello. Las ceramidas reconstruyen la estructura interna del cabello, aumentando su resistencia.
- **Quinoa:** un súper alimento con beneficios espectaculares por lo que respecta al mundo de la coloración capilar. El peso molecular optimiza-

KINCREMTM Color proporciona resultados de color sublimes, de larga duración, con 100 % de cobertura.



do de las proteínas de quinoa, ricas en aminoácidos, vitaminas y minerales, producen un efecto filmógeno en la fibra capilar que le aporta un extra de protección, brillo intenso y mejora la retención y el rendimiento del color logrando una mayor duración del color.

• **Perfect Color Complex:** asociación de activos de origen vegetal que optimizan y equilibran la fórmula, potenciando el resultado de un color supremo, intenso e irradiante de vitalidad. Posee efecto anti-encrepamiento para que el cabello permanezca hidratado y suave.

COOL BLONDIES

La nueva colección KINCREM™ Color se compone de 120 tonalidades, entre los que destacan Cool Blondes, la nueva colección de Rubios Fríos.

El nacimiento y constante evolución de nuevas técnicas de color como el *balayage*, las *babylights* o el *money piece* hace que los rubios sean protagonistas. Además, los tonos fríos son la última tendencia para combinar con looks decolorados y/o neutralizar reflejos amarillentos no deseados. Los rubios KINCREM™ Color son el *must have* para conseguir reflejos fríos, ricos en matices ahumados e irisados para realzar la belleza de los looks más frescos y *trendies*.



“Nunca tuve un mejor aliado para conseguir el color perfecto”, afirma el estilista Xevi Jubany, al referirse a la coloración 100 % vegana KINCREM™ Color, de KIN Cosmetics.

ECO FRIENDLY

KINCREM™ Color es una coloración con textura cremosa, que se ha desarrollado poniendo el foco en la sostenibilidad, uno de los valores más destacados de la marca KIN Cosmetics siempre fiel y respetuosa con la inclusividad en su entorno. Mimetizada con la fabulosa tierra donde está ubicada –la Costa Brava, en Girona– la maraca toma consciencia en cada detalle del proceso, de cada producto. Por esta razón, más allá de la fórmula vegana del producto, en KINCREM™ Color el *packaging* ha sido optimizado. El nuevo formato de 100 ml, el menor uso de plástico en el tapón y la sustitución del prospecto por un código QR, permite un ahorro del 53 % en plástico y un 39 % en papel.

KINCREM™ Color conecta el mundo de la coloración con la del cuidado capilar gracias a su exclusiva tecnología vegana CRK+V.



LET'S RESTART TOGETHER!

ARE YOU READY FOR COSMOPROF 2022?

RESTART: this will be the keyword for the next edition of Cosmoprof Worldwide Bologna, in Bologna from 10th to 14th March 2022.

The exhibition, the most representative event for the global cosmetic industry, will welcome again the main players of the industry, from all over the world, offering the traditional itineraries through the different sectors and distribution channels: from Thursday to Sunday, the event will introduce the pavilions dedicated to the production chain of **Cosmopack** and to the retail and perfumery segment of **Cosmo Perfumery and Cosmetics**, while from Friday to Monday Bologna will welcome the professional operators with **Cosmo Hair, Nail and Beauty Salon**.

Cosmoprof Worldwide Bologna 2022 will offer, in one event, all the key figures of the **hair sector**, from companies to distributors, from hairdressers to hair salon owners, from trend experts to international scale hairstylists. An appointment very much anticipated for the hair segment, with stakeholders ready to meet again in person, after months of restrictions and distancing rules, and share experiences and new projects, strengthen commercial relationships and discover the new trends of the sector.

"The world of the hairstyle has been revolutionized by what has happened in the last few months, - highlights **Enrico Zannini, General Manager of Cosmoprof Worldwide Bologna**. - The digitalization and the growth of e-commerce have given a substantial boost to direct sales to consumers, but at the same time, they represent a new important challenge for the professional channel. Today, brands, distributors and operators must join forces to re-establish the quality of the sector and regain consumers' loyalty. **Cosmoprof 2022 will bring the attention back to the relationships between companies and hairdressers, with the objective of encouraging consumers' return to hair salons and re-assert the value of the experience and professionalism of hairstylists.**"

THE VOICES OF THE INDUSTRY

The cosmetic industry is animated by a strong optimism: after having demonstrated to be able to withstand the unpredictable scenario of the recent months, entrepreneurs are now ready to meet the market's requirements with innovations, quality and professionalism. **Cosmoprof is the perfect stage to start a new development path.**

"Cosmoprof has its own magic that cannot be substituted by a digital event. Barex Italiana will participate as always, celebrating 53 years of presence at the exhibition and continuing to consider it **the most strategically important exhibition on an international level**," says **Carlo Baiesi, founder and Managing Director of Barex Italiana**. The return of Cosmoprof Bologna symbolizes a new signal of recovery, a step towards a (new) normality. Finally together for a few days, with the desire for direct relationships, paving at the idea of showing to the public what we have been creating. The pandemic will definitely impose new guidelines, but it will not take away our wish to meet and tell."

"Cosmoprof is surely a strategic presence for us to resume conversations with our potential stakeholders and strengthen past relationships after this long pandemic", highlights **Davide Bollati, President of Davines Group**, who pauses on the need of a more sustainable approach for the sector. "It becomes more and more evident that the only way to start and accelerate the necessary transformation of our current social-economic extractive model towards a new regenerative paradigm is to create alliances and multilateral coalition. These would work jointly to achieve the objective. For this reason, we created the **Regenerative Society Foundation**, of which I am the Vice-President, with the aim to promote a dialogue between stakeholders on the topic of **regenerative economy, climate change and individual and collective wellness as engine of the economy itself**. Moreover, it spreads knowledge and supports regeneration projects in many sectors and geographies. We recently announced the partnership with Rodale Institute in the field of organic regenerative agriculture. The new Davines Group - Rodale Institute European Regenerative Organic Center, starting from next autumn, will include an area of 10 hectares around the Davines Village in Parma and will concentrate its activities on the tight relationship between agriculture and the cosmetic sector."

Many are the companies that at Cosmoprof Worldwide Bologna will present new projects and growth plans. "This difficult time represented a **great challenge for everyone**. We took advantage of this forced break to bring forward our corporate and **market expansion plans**, as well as product development, - highlights **Nico Parnazzini, Chief Executive Officer of Nuova Fapam**. "We look forward to sharing these while finally participating in person to exhibitions that are fundamental for collaboration and exchange, especially for a dynamic sector such as the beauty and cosmetic one. Our company was recently at the center of a development

project that included a commercial and corporate expansion plan, which saw the involvement of Mandarin Capital Partners fund. An important challenge that aims high. We started and we did it with a broad-spectrum vision."

Oyster Cosmetics too started a transformation process in the last few months, adapting themselves to the new market needs. **Dimitri Markomichelakis, Marketing Director of OYSTER COSMETICS Spa**, offers a detailed picture of the ongoing process: "The company launched a new medium/long-term development plan, both industrial and strategic, aimed to **internationalize and boost the 3 main areas of business: Professional, Consumer and Private Label**. During these times of cuts and reductions, Oyster Cosmetics implemented the Strategic-Operative Marketing and the Sales Management Italia, with the integration of two new managers with many years of experience in the cosmetic sectors and of 14 agents specialized in the Consumer channel. We will therefore continue to attend international exhibitions to promote our multichannel and multibrand identity".

The return of in-person exhibitions is a key element for companies leaders of the hair segment, to resume normal business relationships. To highlight this aspect is **Daniela Moroni, Export Manager of Pool Service**. "Participating in OnBeauty and in Cosmoprof 2022 is for us a synonym of optimism and great enthusiasm. It has been a few months since we started feeling the need of our hairstylists to meet again and participate in live shows to develop their creativity. The concept that the Hair Company Professional's stylists will bring on stage refers to the idea of **"duality"**, inspired by the contrasting feelings that we experience on a daily basis, exploding in versatile looks that convey a new self-concept". This event has always been the meeting point for the main players of the professional hair sector and **this year more than ever it symbolizes the beginning of a new birth and a new start.**"

Keep following us for updates on Cosmoprof Worldwide Bologna!

For more information www.cosmoprof.com

COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

THE MOST IMPORTANT BEAUTY
TRADE SHOW IN THE WORLD,
DEDICATED TO ALL SECTORS
OF THE BEAUTY INDUSTRY
COSMOPROF.COM

BOLOGNA, ITALY
FAIR DISTRICT

10 - 13 MARCH 2022

COSMOPACK

COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

11 - 14 MARCH 2022

COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

Heads Collective

ORGANIZED BY
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.
Milan, Italy
P +39 02 796 420
F +39 02 795 036
info@cosmoprof.it

COMPANY OF

**Bologna
Fiere**

IN PARTNERSHIP WITH

COSMETICA ITALIA
the personal care association

WITH THE SUPPORT OF


Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY

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

ad index

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

ESTETICA ESPAÑA
Plaza Dr. Letamendi 3, 2º1ª
08007 Barcelona (Spain)
Tel. 93 2265910
publicidad@esteticamodacabello.es
www.esteticamagazine.es

BABYLISS PRO www.babylisspro.eu/es-es	105	MARIA NILA www.marianila.com/eu	IV
BEAUTY ASIA SINGAPORE www.beautyasia.com.sg	22	MONTIBELLO www.montibello.com/esp	106-107
CLUB FIGARO www.clubfigaro.com	92	NIRVEL COSMETICS www.nirvel.com	IIC
COSMOPROF 2022 www.cosmoprof.com	104-105	ON BEAUTY BY COSMOPROF www.onbeautybycosmoprof.com	104
DIVA/SALON EUROPE www.divapro.co.uk	87	PULP RIOT www.pulpriothair.com	101
FANOLA - PERFECT BEAUTY www.perfectbeauty.es	4	RENE FURTERER www.renefurterer.com/es/es	103
GLOBAL CREATIVE AWARDS www.globalcreativeawards.com	26-31	SALON INTERNATIONAL www.salonshow.co.uk	16
GUY SALERMIJN www.guysalermijn.com	98-99	SALÓN LOOK www.ifema.es/salonlook	2-3
INTERNATIONAL HAIRDRESSING AWARD www.ihawards.com	102	SHE www.extensionesshe.com	23
K18 HAIR www.k18hair.com	IIC-1	TERMIX www.termix.net.es	108-109
KAPALUA www.kapalua.es	81	THUYA www.thuya.com	110
KIN COSMETICS www.kincosmetics.com	112-113	TONI&GUY www.toniandguy.es	32
LA BIOSTHETIQUE www.labiosthetique.es	8	UNIVERSIDAD DE LA IMAGEN www.universidaddelaimagen.com	111
LIVING PROOF www.livingproof.es	6		

PRINTED IN ITALY BY
Tipo Stampa srl

Registration n. 435 of 7.4.49, Turin Law Court. All rights reserved. Reproduction in whole or in part of texts or photography is prohibited. Manuscripts, photographs and art are selected at the discretion of the publisher free of charge (advertising excluded). Whether published or not, no material will be returned and remains the property of the publishing house, which may make use of it as seen fit. This may include the withdrawal of publication rights to other publishing houses. Estetica requires exclusive publication rights in the hairdressing sector for all photography submitted which must not therefore be offered for publication to other magazines in the hairdressing trade or industry.

Aviso a los suscriptores
(Art. 13 del reglamento UE 679/2016)

De conformidad con el art. 13 del Reglamento 679/2016 de la UE, nuestra empresa procesará los datos personales proporcionados por usted en cumplimiento de las normas sobre la protección del procesamiento de datos personales y en cumplimiento de las obligaciones y garantías de la ley, contractuales y reglamentarias.

Los datos del suscriptor solo pueden ser conocidos por personas específicamente autorizadas e instruidas por nuestra Compañía y por terceros para la realización de actividades organizativas y económicas relacionadas con la suscripción (por ejemplo, administración de envío, preparar sobres y envío de correspondencia) y no serán divulgados. a terceros para fines no permitidos por la ley o sin consentimiento expreso; se mantendrá con el propósito de enviar nuestras publicaciones y durante el tiempo necesario para lograr los fines de la actualización profesional para lo que fueron recopilados. El controlador de datos es Edizioni Esav S.r.l. - Via Cavour 50, 10123 Turin. El interesado puede ejercer en cualquier momento los derechos previstos por el Reglamento de la UE (Artículo 15 Derecho de acceso, Artículo 16 Corrección, Artículo 17 Cancelación) escribiendo a Edizioni Esav - edizioniesav@pec.it.

PARA SUSCRIBIRSE

Tel: 93 226 59 10
e-mail: difusion@esteticamodacabello.es
online: www.esteticamagazine.es



CONFINDUSTRIA

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



The "Elemental Chlorine Free" mark certifies that the cellulose used for the production of the paper has been bleached without the use of chlorine dioxide



The "100% recyclable" mark certifies that the paper is a recyclable material, since the cellulose it contains can undergo repeated processing cycles



The "Green Paper" mark is synonymous with quality and respect for the environment

EL ALISADO BRASILEÑO *ideal*

DURACIÓN
12
SEMANAS

con
glixilico

Alisa los cabellos
rizados y ondulados

Con memoria termoactiva,
se activa con el calor
del secador

Controla eficazmente
el encrespamiento

Aporta brillo,
hidratación y suavidad

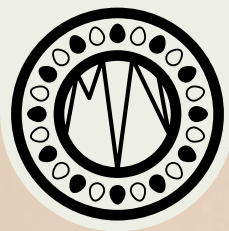
Fácil aplicación
y distribución

Perfume agradable



PROFESSIONAL
nirvel

nirvel.com |   



ECO THERAPY REVIVE

MARIA NILA ECO THERAPY REVIVE es un tratamiento détox suave. Gracias a su exclusiva tecnología micelar y proteínas botánicas como la col rizada, la zanahoria y el limón, este tratamiento de tres pasos deja el cabello con una sensación fresca y fuerte. Todos los productos están certificados por ECOCERT, contienen ingredientes 100% veganos y los envases están hechos con plástico 100% reciclado del océano.



marianila.com

maria nila
STOCKHOLM