

ESTETICA

ITALIA

the HairMagazine

COVER IDEA

by Monacelli Italy

PROFESSIONAL

Emergenza energia

L'Education si fa ibrida

LE TENDENZE

Punk it all up!

Salon Design Award



FARMACA INTERNATIONAL

Grazie per la fiducia riposta in noi
per l'anno che sta terminando

il **2023**

sarà un anno
di **importanti** progetti
a **Favore** dell'**Acconciatore**



Tanti Auguri di Buone Feste!



Quick Response Code

Benvenuti alla lettura dell'ultimo numero dell'anno 2022.

Che è anche l'ultimo del format inaugurato da Estetica oltre trent'anni fa. Un format attorno al quale si è sviluppato e declinato il Network di Estetica: a partire dall'edizione internazionale denominata EsteticaWorld **fino alle attuali 17 edizioni** diffuse in tutto il mondo.

Ed è proprio da inizio Anni '90 che il logo di Estetica appare in copertina con il carattere attualmente utilizzato...

Ancora per questo numero. Poi cambierà. Evolvendo verso una grafica più contemporanea e contraddistinta dal vocabolo **HAIR inserito in testata**.

Il vero **restyling** di EsteticaHAIR sarà subito evidente sfogliando poi le riviste in uscita dalla prossima primavera. Immagini più impattanti, testi più concentrati e leggibili, titoli di rubrica per percepire subito di cosa si parla, contenuti professionali ben contraddistinti, evidenza sui 'focus imperdibili', armonia nell'insieme dell'impaginazione...

Ma la grande novità che possiamo sin d'ora anticiparvi è legata **all'interattività tra le pagine della rivista e i contenuti digitali/multimediali**, di estetica.it e di tutti i social linkati.

La lettura di Estetica troverà infatti arricchimento immediato su **smartphone e tablet**: basterà inquadrare il QR code e... partiranno video e gallery fotografiche; si animeranno le schede tecniche dei prodotti e le sequenze tecniche di taglio e colorazione; aumenteranno e si completeranno i testi, le interviste e le news della carta stampata; sarete in **prima fila** a vedere show, eventi del settore...

Potete facilmente immaginare la **facilità di fruizione**, assolutamente 'quick'. Per essere collegati -ed avere poi sempre disponibili sul proprio device- tutti i 'contenuti arricchiti' di Estetica basterà inquadrare i QR code come si fa abitualmente al ristorante. Con una mano a sfogliare il menù proposto dalle pagine di Estetica e lo smartphone ad inquadrarli e renderli dinamici...

Altrettanto evidente è il valore aggiunto che potrete offrire alle **clienti che vorranno sfogliare la Rivista in salone**. Via tempi morti; sì ad un nuovo, dinamico modo di intrattenersi in salone tra un taglio e una colorazione; sì alle tante interazioni che faranno scoprire tutte le sfaccettature della bellezza e della modacapelli!

L'appuntamento è quindi all'edizione di marzo '23. Se volete scoprirne di più e anticipare la vostra 'digital experience'... eccovi il **Quick Response Code** con l'anteprima del nuovo logo di **ESTETICA HAIR**. A noi piace molto.





NEW



FLORESSENCE

Il colore ispirato all'essenza dei fiori

Florescence è la **colorazione permanente senza ammoniaca**, delicata sullo stelo, formulata per una bellezza senza compromessi. Un caleidoscopio di toni, che regala effetti colori profondi, coprenti, long lasting e brillanti.

Formula



Senza: ammoniaca, PPD e resorcina, oli minerali e petrolati.

Packaging



Astuccio in carta italiana riciclata e biodegradabile al 90%.



Seguici su  

Potrai scoprire le novità
del nostro brand.

www.nevitaly.com

ITALY



Carbon neutral

Impresa

ClimatePartner.com/15834-2205-1001



**Scopri la
Maison**



LA BIOSTHETIQUE®
PARIS

Born in Paris.
Made in
Foresta Nera.



Origine
naturale
al 90%



Botanique
vegan
al 100%



No test sugli
animali
al 100%



Olio di palma
sostenibile
al 100%



Energia
ecologica
al 100%



Testati derma-
tologicamente
al 100%



Confezioni a
zero impatto
sul clima



Spedizioni a
zero impatto
sul clima



Prodotti a
regola d'arte
al 100%

Echosline
the *vegan* way



KI-POWER VEG
System

LA RICOSTRUZIONE 100% VEGAN
per un capello sano e luminoso

www.echosline.it



[echosline.official](https://www.echosline.it)

Cover Monacelli Italy
Hair: Gianluca Grechi
Photo: Dino Frittoli
Make up: Alessia Stefano
Products: Monacelli Italy



in questo numero



Catwalks	Sparkling Rocks	8
Personaggio	Parrucche incantate	16
Attualità	Hair Freedom	19
Award	Design Award 2022	22
Icone	James Longagnani, un maestro	30
Modacapelli	Punk it all up	33
Speciale	Education e realtà aumentata	89
Business	Emergenza energia	112
Products	Novità prodotti	114
Events		121



COME TROVARCI

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



ABBONAMENTI

Posta: Edizioni Esav
via Cavour, 50 - 10123 Torino



ONLINE

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



numero verde
800-803016

EDITORE E DIRETTORE RESPONSABILE
Roberto Pissimiglia

CAPOREDATTRICE ESTETICANETWORK
Laura Castelli - l.castelli@estetica.it

GRAFICA
Manuela Artosi
Davide Cardente

EDITORIAL STAFF

ITALIA
Barbara Ferrero, Daniela Giambone, Giancarlo Rapetti,
Lucia Preziosi, Glorianna Vaschetto, Emanuela Vaser

UK
Gary Kelly

DEUTSCHE AUSGABE
Michaela Dee

FRANCE
Marie Coccoluto

USA
Marie Scarano

ESPAÑA
Cristina Hernández, Elisabet Parra

DIGITAL
Erica Balduini, Erika Marchese,
Stefania Rao, Alessandro Zanetti



CONFINDUSTRIA

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE





Rahul Mishra HC



FALL
WINTER
2022

Bjerrgaard



Juana Martin HC



Jean-Paul Gaultier HC

Sparkling Rocks

Brillano di luce propria. Giganteggiano e sbeffeggiano, ma soprattutto... suonano. Una musica diversa. Fatta di forme, intenzioni e sfide sotterranee. Mutazioni genetiche in atto, nei più ambiti fashion desire. *Laura Castelli*



Hobekka HC



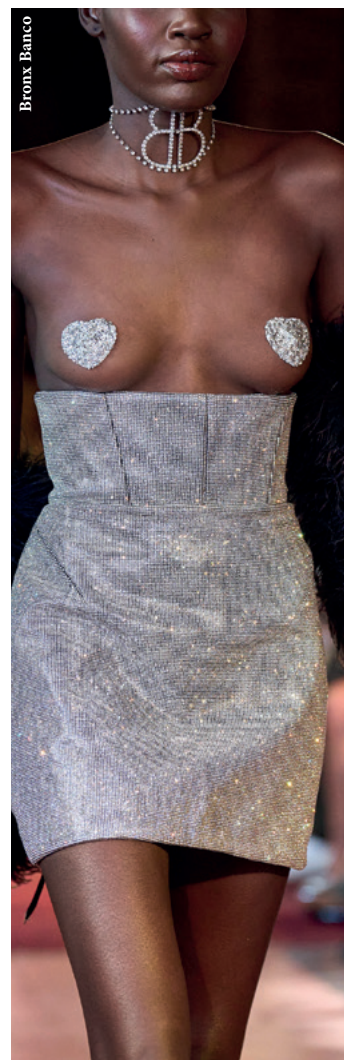
Jean-Paul Gaultier HC



GCDS



Elle Saab HC



Bronx Banco



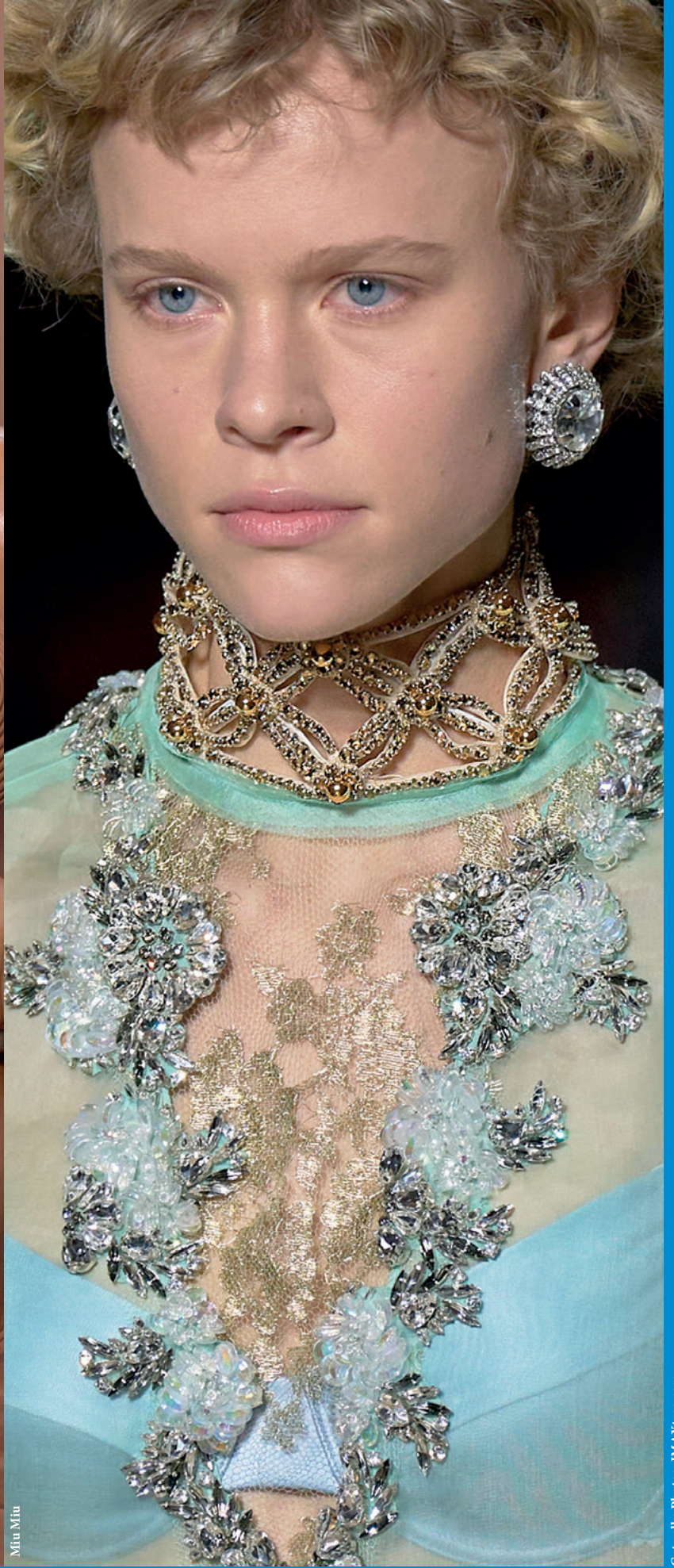
Moschino



Vauthier HC



Act VI





FALL
WINTER
2022



Bronx Banco



Givenchy



Etro



Fendi



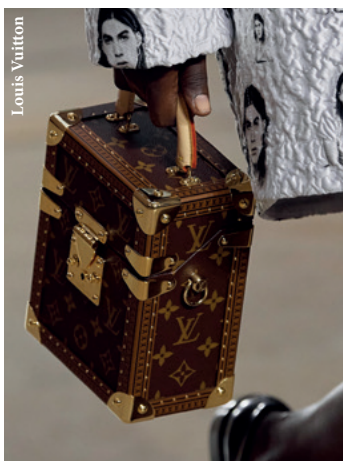
Balmain

Hand Artwork

Contenitori sì. Ma di idee. Grande successo di clutch e pochette. Da stringere, esibire come opere d'arte o manifesto d'intenti. Ancora di salvezza per un mondo che cambia, dove un chip contiene tutto e le dimensioni si liofilizzano, evidenziandosi.



Dior



Louis Vuitton



About Jammal



Valentino



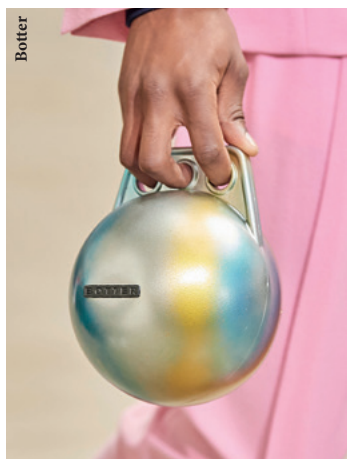
Moschino



Puppets and Puppets



Loewe

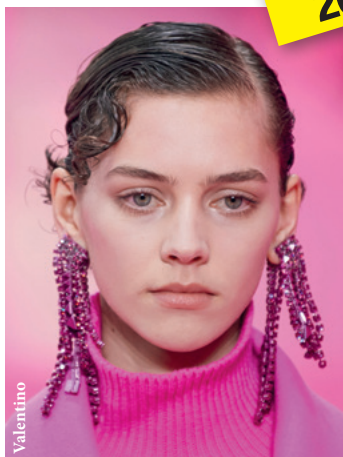


Botter

FALL
WINTER
2022



Armani Prive HC



Valentino



Palm Angels



Dolce & Gabbana



Yuhan Wang

Brain storming

Dal tutto al nulla. Cervelli in tempesta: nella moda e tra i capelli. Che ondeggiano senza pace tra boccoli barocchi e rasati no gender. Cercando luce per vie inesplorate. No a chignon inespressivi da sfilata: i capelli s'impongono.



Armani Prive HC



Saint Sintra



Moschino



Gucci



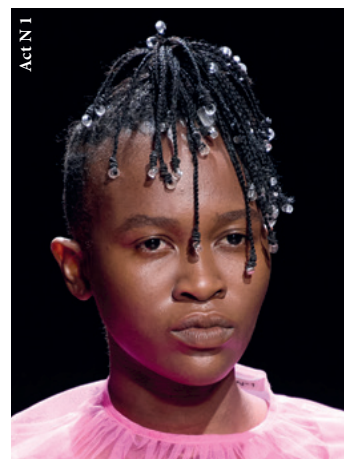
Philosophy



Death Dolls



Van Herpen HC



Act N1





Vauthier HC



Loewe



Balmain



Blumarine

FALL
WINTER
2022



Bjerrgaard



Jean-Paul Gaultier HC



Dior

Upside Down

La rivalsa. Ora tocca alle radici conquistare terreno. Farsi notare di diritto. Così s'infocchettano, brillano. S'impossessano di calze d'ogni genere, meglio se di texture e design opposti. Più improbabili, più credibili.



Loewe



Miu Miu



Hobeika HC



Heliot Emil



Botter



Bottega Veneta



Valentino

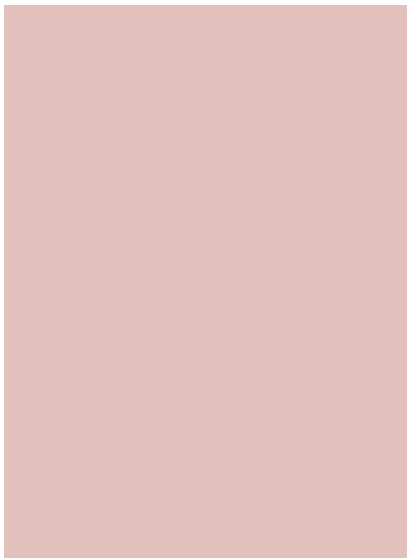


Death Dolls



Parrucche incantate

28 parrucche firmate Stéphane Scotto di Cesare esposte all'Eaton Centre di Montreal. Una parentesi incantata che invita al sogno. *Marie Cocoluto*



L'opera di Stéphane Scotto di Cesare non lascia indifferente nessuno. Soprattutto quando si scopre l'installazione "Impertinence" che consacra il suo lavoro di parrucchiere nella nuova vetrina dell'Eaton Centre di Montreal. Trasferitosi in Canada, questo designer francese noto per il know-how tecnico e il piacere di trasmetterlo, ha saputo imporre il suo stile oltreoceano, nel cuore dell'universo colorato e spettacolare delle Drag Queen. L'installazione delle sue 28 parrucche, sospese e cullate dal movimento del vento, è un invito a sognare. Una parentesi incantata dove ogni opera sembra evocare uno stato d'animo con la sua singolarità. "Armatura o travestimento, civetteria o espressione di un'identità profonda, ogni parrucca segna chi la indossa", spiega il creatore. Un'audacia creativa, mista a un pizzico di follia, che ha saputo sedurre non solo il cult show Canada's Drag Race, ma anche il Cirque du Soleil, Todrick Hall o, più recentemente, la serie evento Bridgerton su Netflix.



Festival Mode + Design

Questo festival canadese che celebra la creatività e la diversità, ha scelto quest'anno di onorare l'arte dell'acconciatura con questa realizzazione scenografica dell'arte di Stéphane Scotto di Cesare. "La capigliatura si confonde con la nostra identità. I nostri capelli esprimono chi siamo. Con il mio lavoro, voglio contribuire a ciò che la gente ha da dire su di sé. Si può desiderare la follia per una serata, oppure essere più giudiziosi. La parrucca permette tutto..."



nook_italy



nookecoinspired



the Secret to Sublime hair

SECRET MIRACLE BUTTER

Olio d'Argan e burro di Muru Muru da agricoltura biologica in una **formulazione eco-sostenibile, biodegradabile al 91%** e **Vegan-friendly**, per restituire nutrimento, morbidezza e un'incredibile setosità a tutti i capelli assetati di bellezza.



Nook[®]
ECO INSPIRED PRODUCTS



HAIR Freedom

Oggi più che mai i capelli si fanno simbolo di lotta e libertà. Non c'è media internazionale che non riporti l'eco della rivoluzione in Iran, seguita da partecipazione dalle donne di tutto il mondo. Un'eco che rimbomba potente e inarrestabile anche sui social. Sulla valenza simbolica dei capelli, Estetica ha sentito l'opinione di due donne di origini persiane molto affermate nel settore artistico e coiffure.

Laura Castelli



Alcune immagini delle performance dell'artista, che lavora col corpo umano rappresentando la sua vulnerabilità e realtà.

TANNAZ HOSSEINI LAHIJI

Artista performativa, figlia d'arte, nasce a Teheran ma si trasferisce a Firenze per poter sviluppare i propri studi artistici. Ricopre la cattedra di Anatomia artistica della Libera Accademia di Belle Arti, diventa gallerista e continua la sua investigazione verso lo studio dei colori, della luce e dell'energia cosmica, trasmettendola nella sua produzione artistica.

“Nasco in Iran proprio nel momento della rivoluzione e della cacciata dello Scià. Per cui ho portato il velo, all'inizio su capelli cortissimi, poi molto lunghi ma sempre racchiusi in trecce. In realtà quando si nasce in un Paese con un certo modo di vivere pensi che sia questa la realtà e che non ci sia qualcosa di diverso. In quel momento non avevo altre opinioni anche se percepivo questa aggressività e grande differenza nei confronti delle donne e la domanda ‘perché deve essere così?’ c'era sempre nel mio cuore. Poi sono entrata al liceo artistico: l'ambiente era molto più libero, dipingevamo togliendoci il velo, anche perché si tratta di scuole separate tra maschi e femmine. Ma anche lì percepivo il limite. Ero affascinata dall'anatomia e dalla ritrattistica ma non potevo studiare perché tutti i libri erano censurati: ho avuto la fortuna di potermi esercitare sui libri molto vecchi dei miei nonni artisti. Cercavo di capire che motivo può avere coprire una parte bellissima del corpo come i capelli... Un'usanza che ha origini antichissime nella storia indo-persiana, fondamentalmente sempre legata a un fatto maschile e religioso: per evitare che i bellissimi capelli delle donne potessero distrarre gli uomini nei momenti di preghiera. Poi però i paesi religiosi ne hanno sviluppato una fissazione che ha portato alla censura. Per me, i capelli delle donne sono come le antenne del loro corpo, lo strumento che le collega al mondo e le rende in grado di sentire molto più le vibrazioni della natura e degli altri. Quindi coprirli significa voler chiudere la loro apertura verso l'esterno, renderle più limitate. Certo non bisogna dimenticare che l'Iran è un Paese enorme: con 36 etnie e 14 confini. Questo vuol dire che ci sono molte visioni in merito: non posso permettermi di parlare per tutte le donne iraniane. Nelle 5 città più importanti dell'Iran ovviamente le donne sono contrarie all'obbligo di coprirsi i capelli, e nel Nord Ovest, verso i paesi Curdi/Turchi, le donne portano il turbante con i capelli sciolti o intrecciati ma liberi e visibili. Perché non è un fatto religioso ma culturale, legato all'etnia: è il simbolo della loro forza, così come lo sono i baffi per gli uomini. Mentre nel Sud dell'Iran, verso i Paesi Arabi ci sono tantissime donne che volontariamente si coprono i capelli per un fatto religioso o familiare. Nate e cresciute con quella idea,

non vogliono averne altra. Verso il confine con l'Afghanistan alcune portano il Burqa. Quindi in un Paese così vasto, con grandi varietà di culture e religioni non si può dichiarare che tutte le donne siano d'accordo a non portare il velo: ma si può senza dubbio affermare che questo movimento ormai è sempre più sviluppato e amplificato anche dall'uso dei social, che hanno aiutato moltissimo a far sì che la popolazione si aprisse al mondo. Oggi la sensazione bellissima che provo, vedendo queste manifestazioni in appoggio alle donne iraniane, è la possibilità di una reale unione tra esseri umani di paesi diversi, un'onda di energia che può commuovere con le enormi vibrazioni che ha. Che può coinvolgere tutto: non solo pensieri ma anche azioni ed emozioni..."

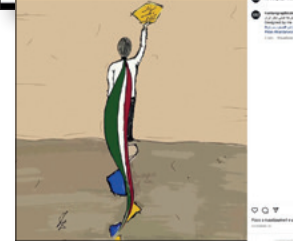
AFSOON NEGINY

Di origini persiane, dopo la laurea in Farmacia e il Master in Scienze e Tecnologia Cosmetica all'Università di Ferrara, entra in Revlon ricoprendo in 20 anni diversi ruoli apicali. Oggi è Chief Operating Officer Business & Sustainability Director AGF88 Holding Srl. È stata nominata tra le 100 donne di successo 2021 dalla rivista Forbes.

"Personalmente, ho sempre pensato che i capelli fossero un mio elemento distintivo. Ero abituata da piccola a sentirmi dire da tutti: "Ma quanti capelli hai? Come fai a lavarli?" Forse è per questo che ho iniziato ad analizzarli e studiarli, intraprendendo prima la carriera di farmacista e cosmetologa per poi passare al mondo dei capelli nella sua interezza, con l'organizzazione di risorse umane, economiche e di prodotto necessarie a sviluppare un business vincente. A livello più generale, credo che per ciascuno di noi - uomo o donna - riuscire ad esprimere la propria individualità sia fondamentale. Ed è indubbio che la nostra unicità venga trasmessa anche attraverso il nostro look, il make-up e soprattutto i capelli. Che sono fondamentali per il nostro benessere, in quanto ancorati a pochi millimetri da quel preziosissimo contenitore che avvolge e protegge il cervello: l'organo più importante del nostro corpo. I capelli non sono solo lì per bellezza, ma per proteggere e creare un *séparé* tra l'interno e l'esterno. Tra il nostro essere ed apparire. Tra chi sappiamo di essere e chi vogliamo essere o dimostrare al mondo. Parlare di capelli significa trattare elementi che rappresentano il nostro stato psicologico, il nostro mondo interiore: per questo si ribellano quando il nostro spirito e la nostra mente non accettano regole e costrizioni; per questo cadono per troppa sofferenza, dolore o depressione. Per le donne sono davvero espressione della personalità, delle emozioni che si vogliono mostrare oppure nascondere. Possiamo fare tutto ciò che vogliamo con i nostri capelli: per questo cambiamo colore o taglio. Perché decidiamo - anche inconsapevolmente - di dimostrare un lato di noi stesse diverso dal solito, stanche di mostrare qualcosa che non ci rappresenta più. E sempre attraverso i capelli esprimiamo la nostra voglia di rinascita o la gioia di ricominciare... Nasconderli per imposizione significa sotterrare la propria identità e unicità. Diventiamo tutte uguali: senza anima e senza volto."



iraniangraphicdesigner



Ad Afsoon Neginy, nella foto a sin. accanto a Tannaz Hosseini Lahiji, è stato tributato anche il Premio 505, (vedi report a pag. 137)



Design Award 2022

Saloni da tutto il mondo, per il Best Salon Award 2022 by Estetica Network in collaborazione con l'MCB di Parigi by Beauté Sélection. Ecco i vincitori e una Estetica Choice tra i 20 finalisti in gara! *Daniela Giambrone*

Egger3 Hair Beauty Photo - Lustenau, Austria

La forza del cerchio. Un simbolo antico e possente per un salone altrettanto sontuoso, il vincitore del Best Salon Award 2022. Il flagship La Biosthétique si estende infatti su ben 400 mq, dividendosi fra zone tecniche, sala VIP, area cosmetici e trucco, spazio outdoor per eventi e molto altro ancora. Mood futuristico, sostenuto da un interessante uso delle luci, abbinato a comfort (il pavimento in legno a listoni) aprono le porte a un altro universo.







Carr Salon - Pudong, Shanghai, Cina

Atmosfera pop e barocche per questo salone cinese, partner L'Oréal Professionnel e Shiseido Professional, che propone un concept di ispirazione museale. Citazioni artistiche - come il soffitto che rimanda a Van Gogh o i tasti del pianoforte ricavati sul pavimento - si alternano ai 400 pezzi di antiquariato coiffure e alle fotografie di acconciature delle dinastie antiche e moderne cinesi. Un luogo magico sospeso tra memoria e promesse di futuro.



Remedy Room Beauty Lounge - Abu Dhabi, Emirati Arabi Uniti

Tutte le tonalità della sabbia per questo salone che mette al centro, oltre la bellezza delle sue clienti, anche quella del pianeta, rispettando l'ambiente il più possibile. Sostenibilità qui fa rima con comfort e relax: fra sale coiffure, nail, hammam e aree per i trattamenti specializzati. Arredi in legno e tessuti naturali sottolineano l'approccio eco a tutto tondo (prodotti Davines, fra gli altri).



Zohara - Hazor Haglilit, Israele

Porta anche la firma di Maletti l'arredo di questo salone israeliano che rivela a sorpresa vibrazioni di gusto nord europeo. Dettagli design ben conosciuti sfilano discreti all'interno di uno spazio dai toni naturali, dove l'abbinamento di materiali diversi - dal legno al vetro alla resina - ha il comune obiettivo di restituire un'atmosfera ovattata e soft.



Umbrella

Torino, Italia

Laboratorio, cucina, atelier, salone. Umbrella by Aldo Ravarotto è uno spazio dove si respira artigianalità e amore per la natura, a partire dalla filosofia coiffure, il salone è partner Marcapar, fino alle scelte design. Legno scuro al pavimento, piante rigogliose e una ristrutturazione rispettosa dello storico, incluso l'intimo giardino che lo circonda, ne fanno una destinazione coccola.

Kertu Studios - Stoccarda, Germania

Aperto ad aprile 2022 e già si propone come uno dei saloni più eleganti della città. Sofisticato e contemporaneo, fa uso di una palette colori chiara e avvolgente, sapientemente esaltata dal light design che abbina lampadari, neon e tubolari intorno alle postazioni lavoro. L'effetto restituito è quello di uno spazio scintillante, attualissimo nelle sue citazioni Art Déco e flash dorati.





Toni&Guy Torino Bodoni - Torino, Italia

Elegantemente hi-tech. Il flagship torinese portavoce dell'homey feeling del marchio Toni&Guy è anche super tecnologico, nel rispetto dell'ambiente. Attento alle esigenze dello smartworking, con prese strategiche e wifi robusto, grazie a una speciale vernice alle pareti - capace di eliminare l'inquinamento, neutralizzare virus e batteri - è attento anche all'ambiente.



Hair Plaza - Zwolle, Paesi Bassi

All'interno di una palazzina storica tutta per sé, questo salone sviluppa su 175 metri quadri un concept classico dai dettagli contemporanei. Parquet protagonista dei pavimenti, ben si abbina alla palette neutra di tutti gli ambienti, vivacizzati dalle linee grafiche degli arredi neri minimali. Il tocco di classe, gli scintillii dorati di qualche complemento.



David Lucas Vendôme - Parigi, Francia

Raffinatissima la geometria gentile di questo salone parigino, dove il bianco immacolato si fa tela per dettagli preziosi: arredi grafici disegnati a compasso, piastrelle ordinate, rivestimenti lucidi e lucenti. A portare una nota fuori dal coro, il legno di piccole sedute distribuite ad arte. L'ultimo dei saloni di David Lucas ne conferma il gusto sofisticato e garbato.



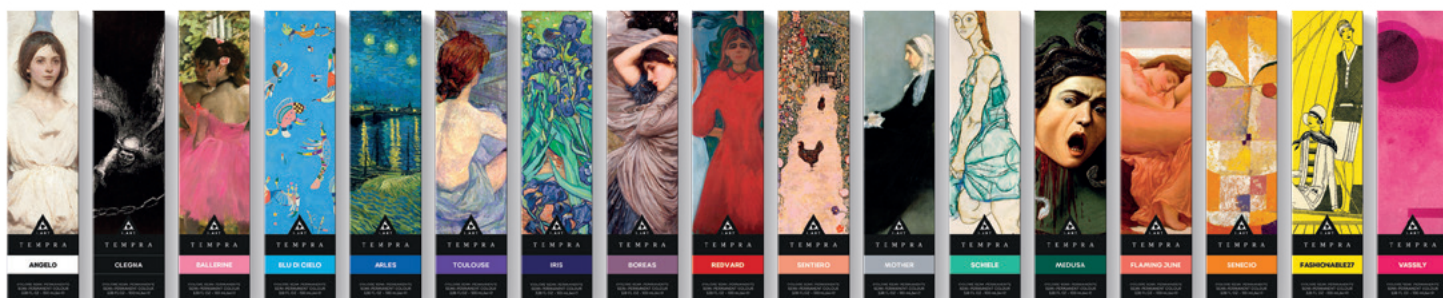
Salon bei Freunden - Kempten, Germania

Stile industriale arrotondato. In questo salone tedesco la durezza del metallo e la croccantezza delle luci perdono asprezza grazie ad abbinamenti con tessuti confortevoli, piante verdi e colori caldi. Anche le pareti in mattone a vista diventano più accoglienti grazie a un'illuminazione senza ombre. Una location perfetta per ospitare tutta l'energia del team Bei Freunden.

(Vedi report MCB a pag. 124)



Hair by Mauro Basso



TEMPRA

il colore dell'arte, **l'arte del colore**

Prodotto e distribuito da ADI srl | info@iarthaircare.com | 0383.47631 | www.iarthaircare.com



Un sorriso dolce e riservato che nasceva da un animo sensibile e leggero in cui si leggeva tutta la passione e l'amore per l'universo femminile e per una professione che amava profondamente.

Glorianna Vaschetto

James Longagnani, un maestro

Un creativo, l'inventore di celebri tagli scalati e tecniche di colorazione, ma anche un grande imprenditore, fondatore di una accademia, ideatore di un metodo e di una rete di franchising che porta il suo nome. Ma è stato soprattutto un grande maestro: lui vedeva ed immaginava il futuro attraverso gli occhi dei tanti, tantissimi, giovani che ha saputo far appassionare al mondo della coiffure. Lo si capisce bene anche sfogliando il suo libro "Emotionhair", progetto nato anche grazie alla collaborazione storica con Wella Professionals: ogni scatto è un omaggio alla bellezza, alle donne e alla sua professione. Un percorso privilegiato con il costante desiderio di trasmettere la passione instancabile per questo lavoro ai futuri hairstylist. Nelle parole di sua figlia Sara, è racchiuso tutto: "Ci sarebbe così tanto da dire su di lui. A livello professionale siamo sempre stati dei grandi partner. Mio padre è stato un uomo dedito al lavoro, curioso, un visionario, non ha mai mollato nel perseguire le sue idee e i suoi sogni, generoso nel trasmettere il suo sapere e lasciare un segno. Amava il suo lavoro così come ogni cosa che toccava, ci metteva amore e passione: dai capelli alla sua casa, alla buona cucina, alle sue rose e ai cavalli. Tutte grandi passioni. Come padre mi ha trasmesso valori come l'umiltà, l'onestà e l'indipendenza. Mi ha sempre trattato come gli altri sul lavoro, spronandomi a fare esperienza, proprio come lui che si è fatto da solo."



“Mi ha sempre colpito il suo gusto, il suo approccio alla sensibilità, la sua tecnica nel lavorare i capelli e toccarli, sentirli, viverli come fossero materia da plasmare. James era un professionista che dava tanto, ma soprattutto ti offriva l'opportunità di crescere. Capace di lasciarti fare, di darti fiducia senza mai tirarsi indietro.”

Alessandro Squarza, Creative Director James Hair Fashion Club



“Oltre ad essere un uomo di grande talento e per certi aspetti un visionario, James è stato un precursore della formazione e del made in Italy dell'acconciatura. Aveva un eccellente fiuto nello scoprire talenti di cui era mentore e nell'insegnare loro l'importanza di una visione globale del 'mestiere'. Un uomo di grande carattere, un combattente... a volte meravigliosamente strafottente.”

Alessandra Spaggiari, Lead Trainer Stylist James Hair Fashion Club



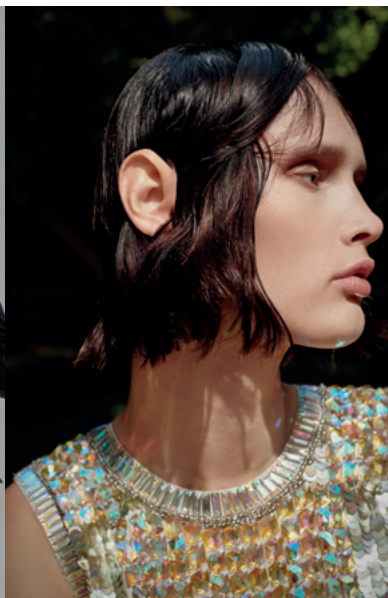
“Ci conosciamo da oltre 40 anni. Il suo percorso professionale è stato costantemente scandito da Estetica con reportage, interviste, racconti, immagini... Come era giusto che fosse per un autentico protagonista e riferimento del nostro settore. James generava simpatia, empatia, affetto, stima. Da un incontro con lui non ne uscivi mai a mani vuote. Le sue clienti sono sempre state le sue migliori portavoce. I suoi colleghi hanno tratto per decenni ispirazione dai suoi metodi di lavoro e dalla sua creatività. Ci ha lasciato un autentico emblema dell'acconciatura italiana.”

Roberto Pissimiglia, Editore EsteticaNetwork



“Protagonista indiscusso dell'acconciatura made in Italy, maestro d'arte e custode di sapere, ha saputo unire creatività e imprenditorialità, lasciando un segno indelebile in molte generazioni di parrucchieri di cui è stato mentore e formatore. Resterà una guida indiscussa per tantissimi parrucchieri e manager del nostro settore. Un uomo moderno con la stoffa dei grandi acconciatori del passato.”

Luca Moscon, Direttore Commerciale Wella Company



Alcune delle più recenti collezioni firmate James Hair Team in collaborazione con Wella.



INTERNATIONAL
HAIRDRESSING
AWARDS®

SEND YOUR COLLECTIONS! **DEADLINE** 17th JANUARY 2023

Eight categories:

- Best International Men's Commercial Collection
- Best International Women's Commercial Collection
- Best International Avant-garde Collection
- International Artistic Team of the Year
- International Hairdresser of the Year
- International Hair Legend of the Year
- International Hair Influencer of the Year
- International Film & TV Hairdresser of the Year - **NEW CATEGORY**

MAIN SPONSOR

REVLON
PROFESSIONAL®

GLOBAL MEDIA PARTNER

ESTETICA
the HairMagazine

SPONSOR

SALON
LOOK

the
HAIR
MBA



INFO AND ENTRIES

WWW.IHAWARDS.COM

Follow us: @ihawards



treatwell

2023: è ora di
voltare pagina

Inizia a scrivere la tua storia di successo con Treatwell

01

Fatti trovare

Distinguiti dalla folla.
Fatti trovare da milioni di persone che ogni mese prenotano trattamenti online tramite Treatwell, grazie al tuo profilo dedicato e a recensioni verificate.

02

Riempi l'agenda

Offri ai tuoi clienti la possibilità di prenotare direttamente online 24 ore su 24, 7 giorni su 7, e vedrai la tua agenda riempirsi senza alzare un dito.

03

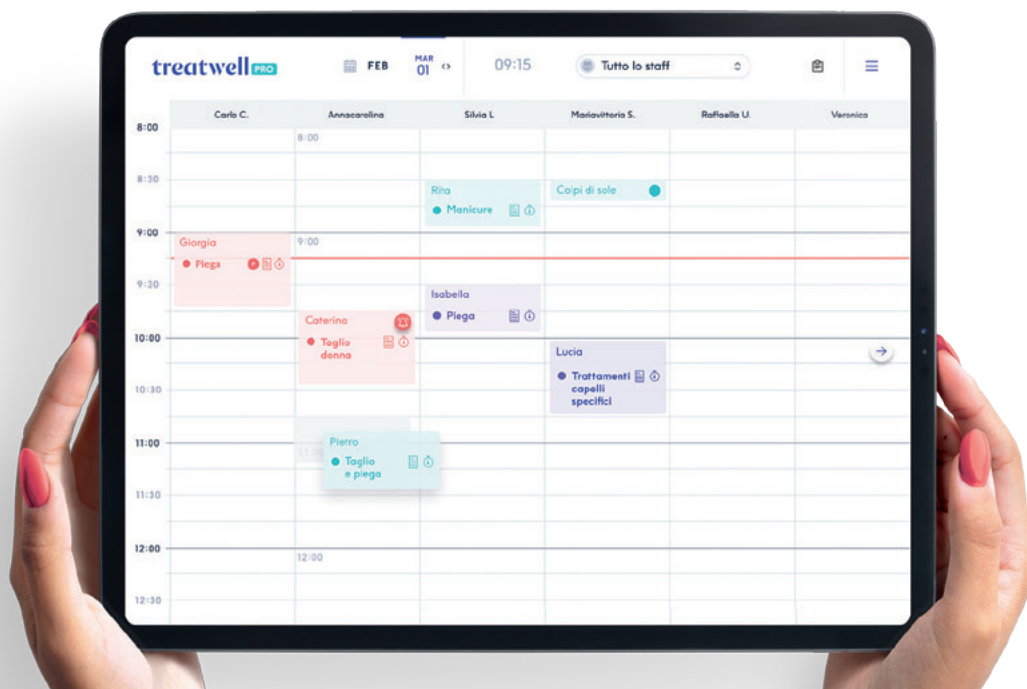
Fidelizza i clienti

Offri ai tuoi clienti esperienze personalizzate grazie a un avanzato gestionale che traccia abitudini, trattamenti preferiti, note tecniche e tanto altro - tutto a portata di clic.

04

Riprenditi il tuo tempo

Con il nostro gestionale mai più tempo perso in amministrazione e riduci gli appuntamenti mancati grazie ai promemoria via SMS gratuiti e illimitati.



Entra a far parte della community di oltre 50.000 saloni in Europa

Scansiona il QR code e contattaci



treatwell



Scarica su
App Store

DISPONIBILE SU
Google Play

ESTETICA

MODA
INT'L

Hair Concept, Execution & Dress: Fabrizio Del Buono/Photo: Claudio Gangi/Make-up: Graziano Senesi

**PUNK
IT ALL UP**





Hair: Bernadette Beswick
@ Bezaboo
Colour: Stevie English
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Cheriene Waddell



PUNK
IT ALL UP

Hair & Photo: Bill Tsiknaris
Colour: Chris Tsiknaris
Make-up: Brooke Stanley
Styling: Colab X

Hair & Colour: Kristie Kesic
@ Cobelle Creative
Photo: Georgia Wallace
Make-up: Gemma Elaine
Styling: Tamzen Holland

***“Punk is the
freedom to create,
freedom to be
successful or not,
freedom to be who
you are. It’s freedom.”***

Patti Smith



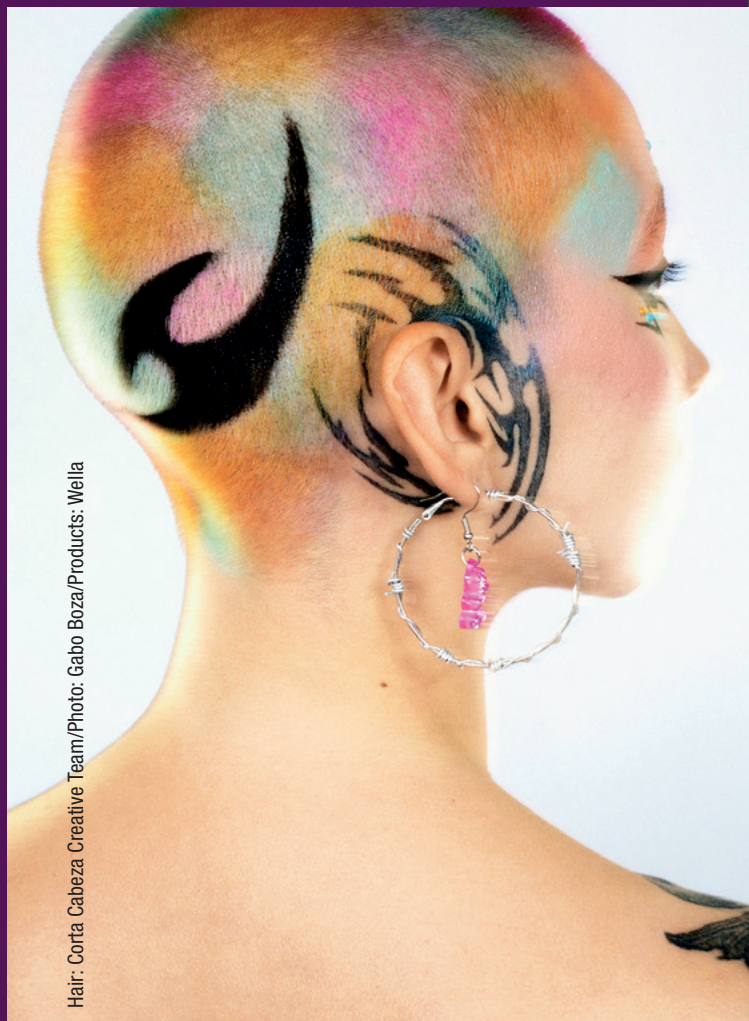
PUNK
IT ALL UP

Art Direction: Errol Douglas MBE
Hair: F.A.M.E. Team
Photo: Chris Bulezuik
Make-up: Elizabeth Rita
Styling: Anna Latham
Products: Avlon



PUNK
IT ALL UP

Hair: Jude McEwen @ Toni&Guy
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Kylie O'Toole
Styling: Emma Boseley



Hair: Corta Cabeza Creative Team/Photo: Gabo Boza/Products: Wella



Hair: Shy+Flo/Photo: John Rawson/Make-up: Nicola Fischer



Hair: E. González & J. Salvador @ Makeover/Photo: David Arnaiz/Make-up: E. Quilez/Products: Schwarzkopf Professional



Hair: Amy Wardley @ John Oliver's



Art Direction: Christophe Gaillet
Hair: Quentin Lafforgue - Team HCF
Photo: Maros Belavy
Make-up: Martyna Molenda
Products: L'Oréal Professionnel, Revlon Professional

***“I’d rather be hated for
who I am, than loved
for who I am not.”***

Kurt Cobain



PUNK
IT ALL UP

Hair: Attilio Artistic Team @ Lorenzo Marchelle
Photo: Lele Oldrini
Make-up: Rossella Pisani
Styling: Isabella Ingravallo

Hair & Colour: Mark Eubanks
@ Mark Christopher Salon
Photo: John Rawson
Styling: Rose Swift





PUNK
IT ALL UP

Hair & Colour: Mark Eubanks
© Mark Christopher Salon
Photo: John Rawson
Styling: Rose Swift

Hair: Jacques Moisant Paris Team
Photo: Kei Takeda
Make-up: Yusaku Nakahara

COMMITTED
&
REBELLIOUS

Art Direction: Bruno Marc Gianmattei
© Marc Antoni
Hair: Marcus Giamattei & Dan Spiller
Photo: Jamie Blanshard
Make-up: Katie Moore
Products: Joico


PUNK
IT ALL UP






PUNK
IT ALL UP

Art Direction & Hair: Eric Maurice/Photo: Pascal Lati/Make-up: Ambre Thomas/Styling: Véronique Suchet

***“What is attitude?
It’s a small thing which
always makes a really
big difference.”***

Sir Winston Churchill



Hair: Giovanni Damiani & Simone Virdis/Photo: Alessandro Dalla Fontana

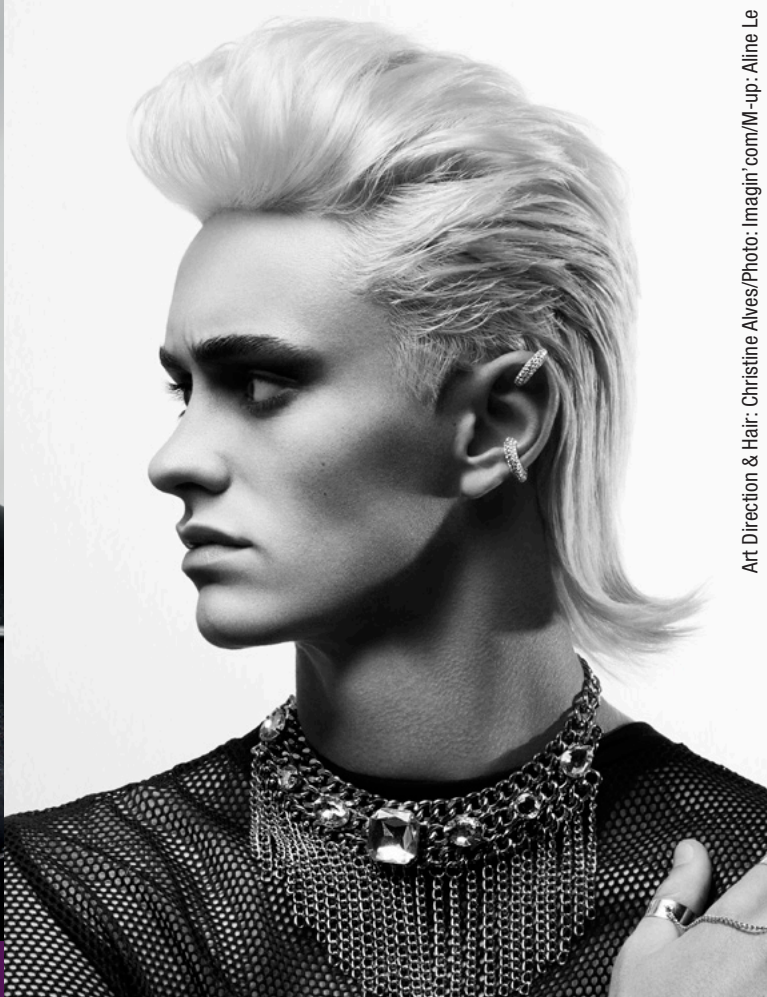
Hair & Styling: Shae Tsiknaris/Photo: Bill Tsiknaris/Make-up: Brooke Stanley



Hair: Elle Broadhurst/Colour: Kristie Kesic @ Cobelle Creative/Photo: Georgia Wallace



Art Direction & Hair: Eric Maurice/Photo: Pascal Latil



Art Direction & Hair: Christine Alves/Photo: Imagin'com/M-up: Aline Le

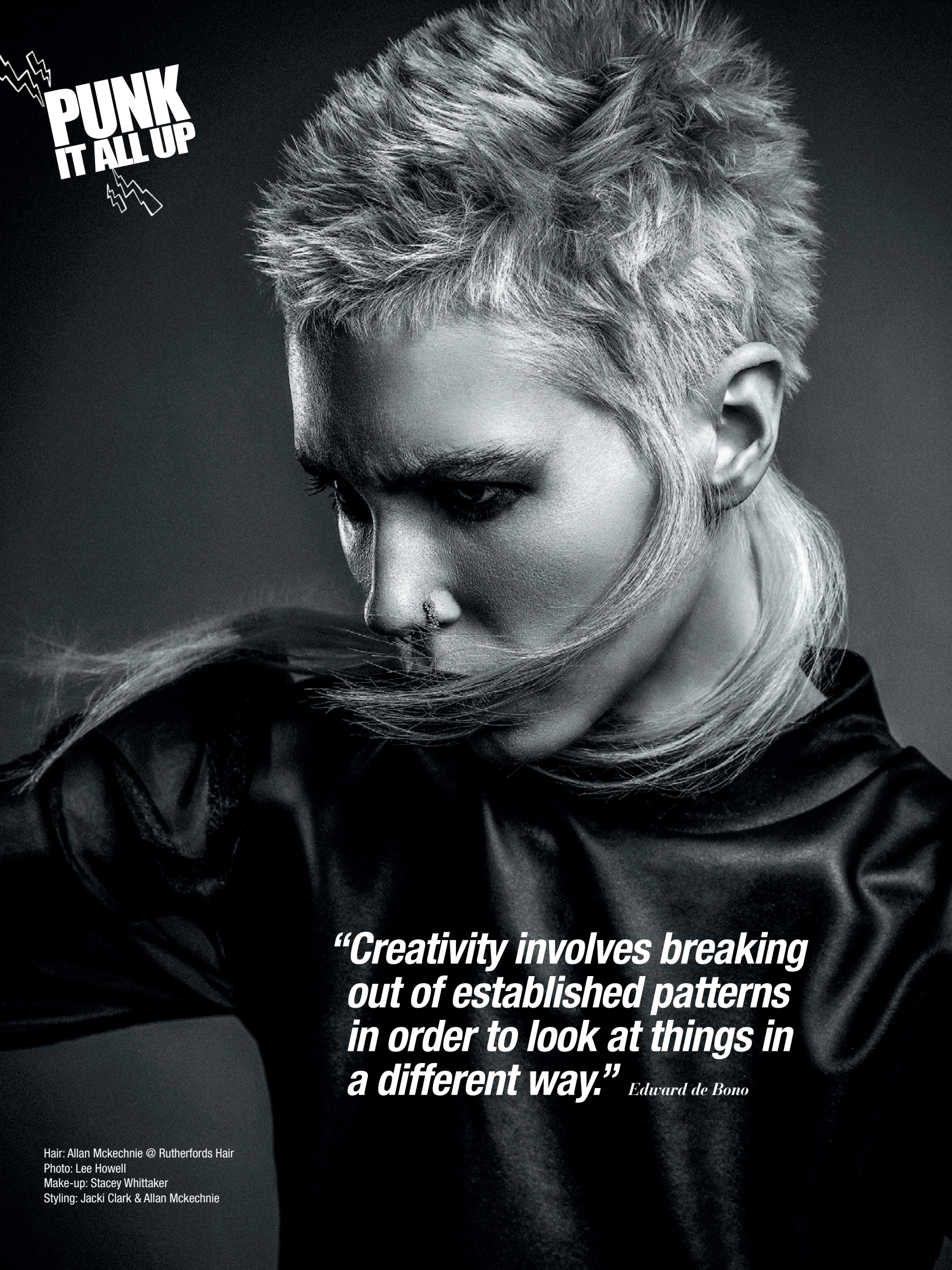


PUNK
IT ALL UP

Hair: Christian Ríos
@ Christian Ríos Hair Couture
Photo: Esteban Roca
Make-up: Gloss Make Up
Styling: SergiDevcia Couture

Hair: Pauline McCabe
@ Rock Paper Scissors
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Hendra Widjaja
Styling: Rochelle Renwick





PUNK
IT ALL UP

***“Creativity involves breaking
out of established patterns
in order to look at things in
a different way.”*** *Edward de Bono*

Hair: Allan McKechnie @ Rutherfords Hair
Photo: Lee Howell
Make-up: Stacey Whittaker
Styling: Jacki Clark & Allan McKechnie



Hair, Colour & Styling: Charlie Price
Photo: EJ Carr
Make-up: Tiaja Pierre



PUNK
IT ALL UP

Hair & Photo: Bill Tsiknaris
Colour: Chris Tsiknaris
Make-up: Brooke Stanley
Styling: Colab X



Hair: David Barron @ Barrons London Salon/Photo: John Rawson/Make-up: M. Austin/Styling: M. Jacobs

Hair: Bernadette Beswick @ Bezaboo/Colour: Stevie English/Photo: Andrew O'Toole/M-up: Cherie Waddell

OPPORTUNITY & DESIRE



Hair: Jude McEwen @ Toni&Guy/Photo: Andrew O'Toole/Make-up: Kylie O'Toole

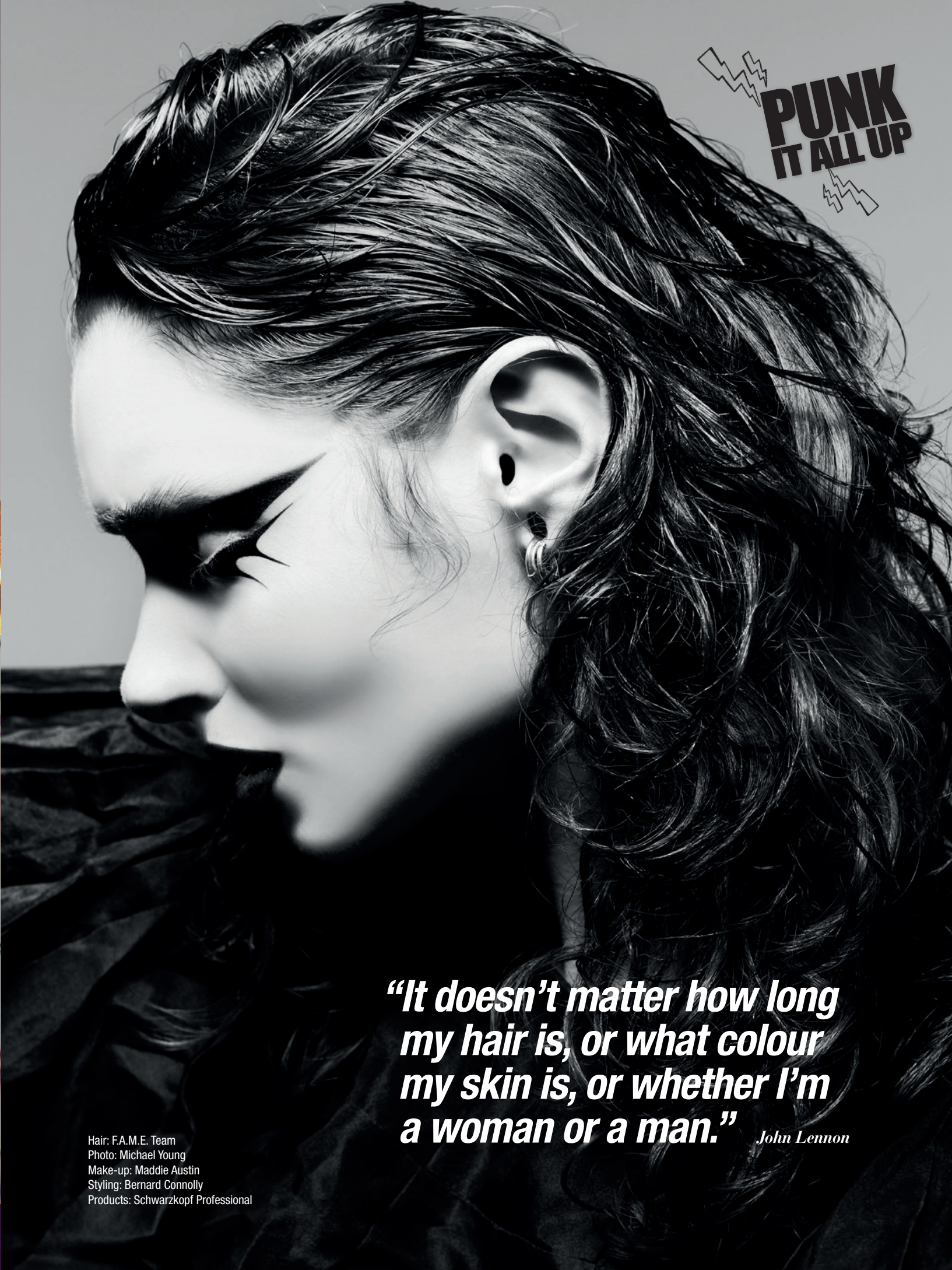


Hair: Danny van Tuijl @ Ginger/Lennon Hair/Photo: G+K Photo/Make-up: Sophia Gunev



Left & right: Global Creative Director: Ezio Diaferia @ Cotril/Art Direction: Luca Gillo/Hair: Yuri Napolitano & Consuelo Pignatano





PUNK
IT ALL UP

***“It doesn’t matter how long
my hair is, or what colour
my skin is, or whether I’m
a woman or a man.”***

John Lennon

Hair: F.A.M.E. Team
Photo: Michael Young
Make-up: Maddie Austin
Styling: Bernard Connolly
Products: Schwarzkopf Professional



**PUNK
IT ALL UP**

Hair: David Corbett
@ David Corbett Hairdressing
Photo: Michael Young
Make-up: Maddie Austin Kelly
Styling: Claire Frith

**AUTHENTICITY
& BELIEF**

Hair: Dee Parker Attwood
@ Wieselmann Salon
Colour: Rob Watson
Photo: Andrew O'Toole
Make-up: Kylie O'Toole
Body Tattooing: Liz Mason
Styling: Elaine Marshall





PUNK
IT ALL UP

Hair & Colour: Ann Marie Young
@ Jingles Hair Design
Photo: Fiona Quinn
Make-up: Chanelle Aldridge
Styling: Fiona Quinn



***“Always be yourself,
express yourself, have
faith in yourself, do
not go out and look for
a successful personality
and duplicate it.”***

Bruce Lee

Hair: D. Carsidona & F. De Palma
@ Klaus Peter Ochs
Photo: Dan Candler
Make-up: Alice Owens
Styling: Mickael Komer



Hair: Attilio Artistic Team @ Lorenzo Marchelle/Photo: Lele Oldrini/Make-up: Rossella Pisani/Styling: Isabella Ingravallo



Hair: Mayte Garrote @ Different Estilistas/Photo: David Arnal/Make up: José Luis Blasco/Styling: Eunmis Mesa

Art Direction & Hair: Eric Maurice
Photo: Pascal Latil
Make-up: Ambre Thomas
Styling: Véronique Suchet


PUNK
IT ALL UP






PUNK
IT ALL UP

Hair: Giuseppe Stelitano,
Creative Director @ trevorsorbie
Photo: Pascal Latil
Styling: Gumidafe Gutiérrez
Nails: Jimena Nails

Hair & Colour: Viktoriya Vradii
Photo: Desmond Murray
Make-up: Lauren Mathis
Styling: Jamie Russell





Art Direction & Hair: Marco Iafraite @ Deco Beauty Salon
Photo: Lorenzo Sampaolosi



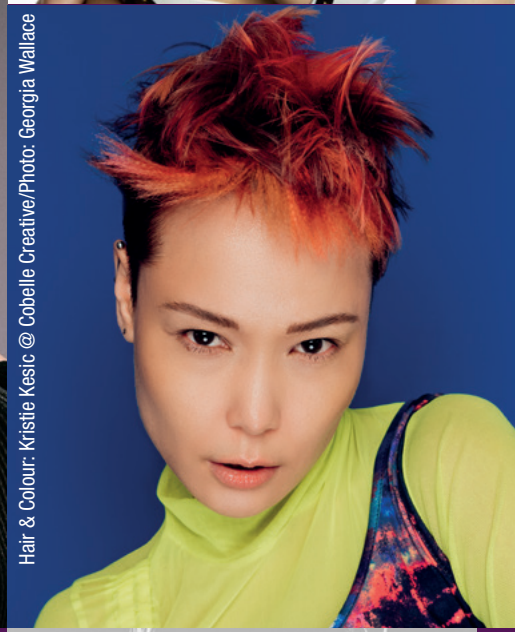
Hair: Shy+Flo/Photo: John Rawson/Make-up: N. Fischer



Hair: Allan McKechnie @ Rutherford's Hair/Photo: Lee Howell



Art Direction & Hair: Valérie Guillaume/Photo: Elya Kéran



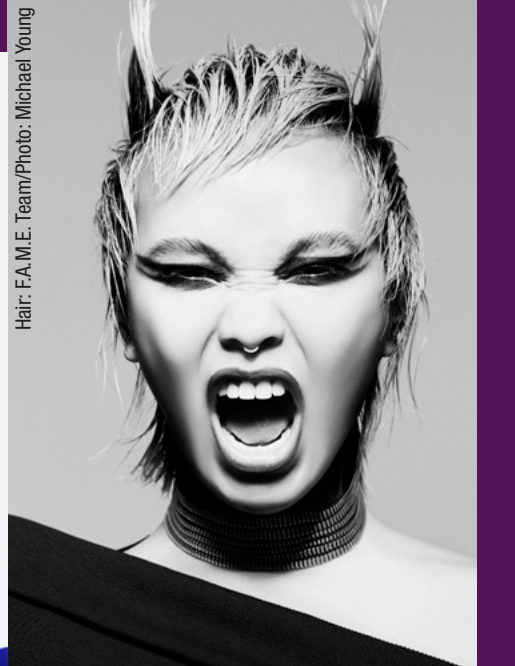
Hair & Colour: Kristie Kesic @ Cobelle Creative/Photo: Georgia Wallace



Art Direction & Hair: Eric Maurice/Photo: Pascal Latil



Hair: B. Beswick @ Beza Boo/Colour: S. English/Photo: A. O'Toole



Hair: F.A.M.E. Team/Photo: Michael Young



Hair: Alazne Montero @ Punkrose Salon/Photo: Jorge Rastrojo
Hair & Styling: Shae Tsiknaris/Photo: Bill Tsiknaris



Art Direction & Hair: Marco Iafraite @ Deco Beauty Salon/Photo: Lorenzo Sampaiolesi



Hair & Colour: Ann Marie Young @ Jingles Hair Design/Photo: Fiona Quinn



Hair: E. Broadhurst/Colour: K. Kesic @ Cobelle Creative/
Photo: G. Wallace



Hair: Jose Urrutia/Photo: Esteban Roca



Art Direction & Hair: Christine Alves/Photo: Maurizio Pighizzin





PUNK
IT ALL UP

Hair: Alfredo Valero
@ Blades Hair Studio
Photo: David Arnal
Make-up: Jose Luis Blasco
Products: Goldwell



Art Direction & Hair: Marco Iafrate
@ Deco Beauty Salon
Colour: Mario Giorgetto
Photo: Lorenzo Sampaolesi
Make-up: Massimo Palasciano

PUNK
IT ALL UP



Hair: Darrel Starkey
Photo: Anthony Sheridan
Make-up: Abbie Beauteмент



CONFIDENCE & ARTISTRY

Hair: Darrel Starkey
Photo: Anthony Sheridan
Make-up: Abbie Beaument



**PUNK
IT ALL UP**

***“I enjoy looking good
and love experimenting
with my hair colour.
I’ve just gone from
blonde to brunette,
and keep looking in
the mirror and not
recognising myself!”***

Katie Piper

Art Direction: David Katchadourian & Pascal Latil
Hair: Team Alexandra Grey
Photo: Pascal Latil
Make-up: Mariana Miteva
Products: Schwarzkopf Professional



Art Direction: Eric Maurice &
Jacques Seban @mydentity
Colour: A. Zachary, E. Belmonte,
E. Maurice, L. Dupont
Photo: Glenn Norwood
Make-up: F. Díaz & F. Milanez



PUNK
IT ALL UP

Hair: Francine Ladrière
Photo: Nicolas Huret
Make-up: Cécile Prat
Styling: Justine Wessels

Hair: Danny van Tuijl
@ GingerLemon Hair
Photo: G+K Photo
Make-up: Sophia Gunev
Styling: Lizzy Lemon



Art Direction & Hair: Valérie Guillaume
@ Salon Kinki Kappers
Photo: Elya Kéran
Make-up: Roberto Godales Del Valle
Styling: Monique Désar

**EMPOWERMENT
& SUCCESS**



PUNK
IT ALL UP

Hair: Lucia McEvoy
@ Tony Wood Hairdressing



Hair & Styling: Shae Tsknaris/Photo: Bill Tsknaris



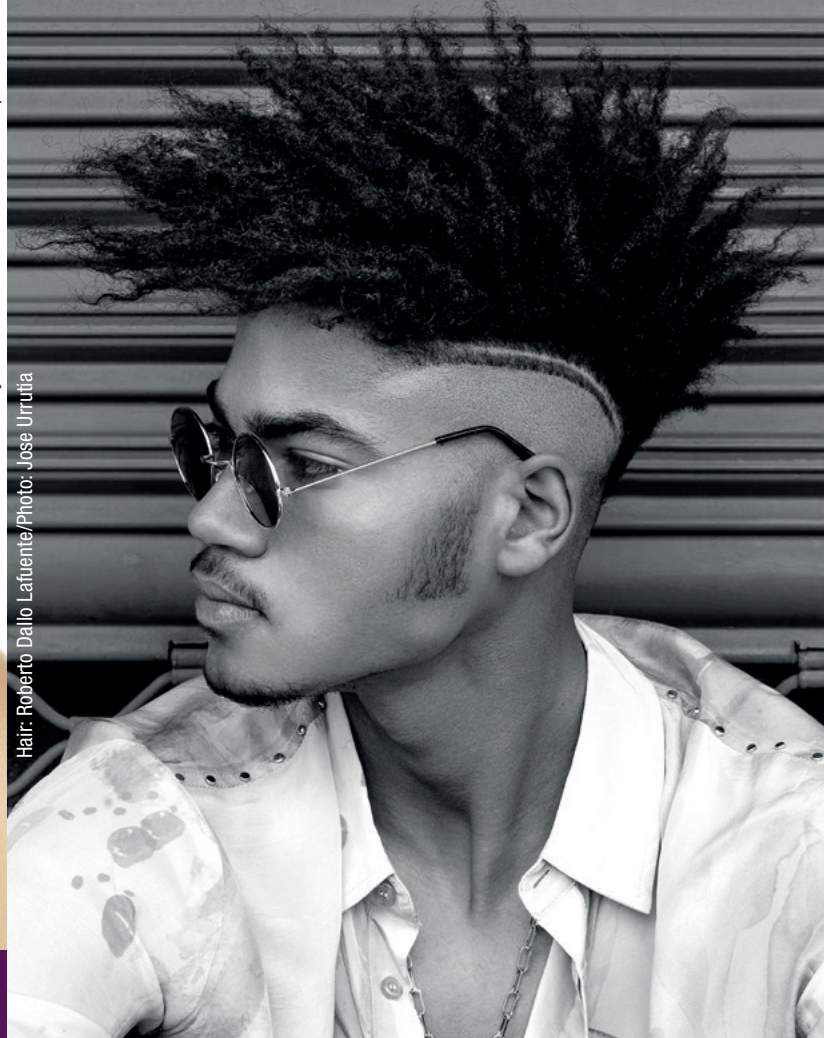
Art Direction: Suzie McGill @ Rainbow Room International/Photo: Chris Bulezuik



Hair & Colour: Mark Eubanks @ Mark Christopher Salon/Photo: John Rawson



Hair: Shy+Flo/Photo: John Rawson/Make-up: N. Fischer



Hair: Roberto Dallo Lafuente/Photo: Jose Urrutia

Hair: The Club
Photo: Vincent Urbani
Make-up: Valentina Achilli
Products: Wella

PUNK
IT ALL UP





PUNK
IT ALL UP

Hair: Josh Woodman
Photo: Desmond Murray
Make-up: Fatin Hasdo
Products: Denman
Images: FPA



Hair: Marc Thibault
Photo: Steeve Josch
Make-up: Laurent Tonder

“You are your greatest asset. Put your time, effort and money into training, grooming, and encouraging your greatest asset.” *Tom Hopkins*

VITALITY'S

HEART

**POUR UN CHEVEU FORT, SAIN, BRILLANT
ET UNE COULEUR INTENSE**



Heart est la coloration Vitality's qui renforce les cheveux tout en les colorant, en améliorant la consistance du cheveu et en augmentant sa résistance de plus de

+35%*

*Essai ex vivo de résistance à la casse des cheveux après le soin colorant Heart (avec l'activateur Heart) réalisé par un laboratoire indépendant externe en comparant des cheveux colorés avec Heart à des cheveux non colorés.

vitalitys.it



NUOVO PARLUX DIGITALYON® PIÙ LEGGERO E POTENTE DI SEMPRE* NON L'HAI ANCORA PROVATO?

Sei un professionista? Provalo!

-  Più leggero
-  Più potente
-  Più silenzioso
-  È made in Italy
-  È un PARLUX



**Probabilmente il miglior
phon professionale al mondo.
Fino al prossimo Parlux.**


THE PROFESSIONAL'S CHOICE

*Rispetto agli altri modelli della gamma Parlux.



protoplasmina®

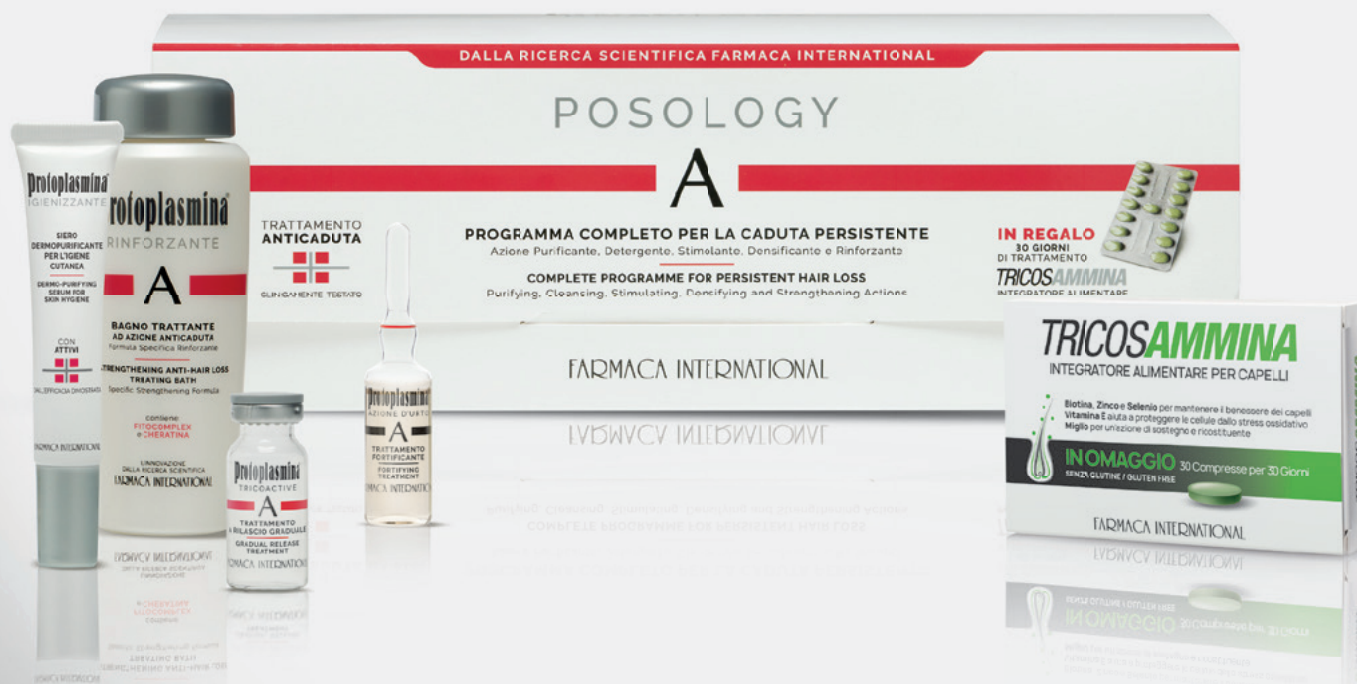


La linea leader per la cura e la bellezza dei capelli
al servizio della professionalità del parrucchiere

POSOLOGY

IL KIT DALLE 4 AZIONI SPECIFICHE

per una sinergia ancora più efficace



**NON PUÒ MANCARE NEL TUO SALONE
CONTATTA**

FARMACA INTERNATIONAL



FARMACA.COM

TEL.011-8015801

SCEGLI LA SOSTENIBILITÀ

SCEGLI ACT NOW!



> Formule all'avanguardia

- Vegane
- Prive di solfati, siliconi, parabeni, oli minerali e coloranti artificiali
- Con ingredienti naturali come estratto di semi di chia e olio di avocado

> Packaging sostenibile

- Fino al 97% di plastica riciclata
- Completamente riciclabile

> Cooperazione sociale

con Plastic Bank per combattere l'inquinamento da plastica



SCOPRI LE 3 NOVITÀ! >



indola.it



NEW!

COLOR SPRAY
CONDITIONER



NEW!

FIXATION SPRAY
NO GAS



NEW!

VOLUME MOUSSE
NO GAS

#SimplySmarter



COLORS OF THE MIND COLLECTION

Let emotion color your beauty

Scopri i 6 kit Semi di Lino in edizione limitata, ispirati al mondo dei colori e delle emozioni. Ogni kit contiene tre prodotti per offrire un trattamento completo e specifico per la tipologia di capello. Cercali nel tuo salone Alfaparf Milano Professional e scegli quello perfetto da regalare o da regalarti.

alfaparfmilano.com



ALFAPARF
MILANO
PROFESSIONAL



ALL IN ONE HAIR CREAM

TRATTAMENTO LEAVE IN
MULTIFUNZIONALE



Per una completa azione riparatrice,
protettiva e disciplinante.

RISULTATI IMMEDIATI E VISIBILI PER TUTTI I TIPI DI CAPELLI E TEXTURE.

#hairbeauty #hairprotection #hairmanageability



www.barex.it



[barex_italiana_official](https://www.instagram.com/barex_italiana_official)


barex[®]
italiana



Education e realtà aumentata

Esperienze, show, aula, webinar, salone.
Formazione è tecnica e creatività, studio e manualità,
mano e pensiero. Aziende del settore coiffure ed
hairstylist raccontano i loro piani formativi. *Lucia Preziosi*

360 GRADI. È il concetto chiave attorno al quale ruota la formazione professionale rivolta ai parrucchieri. Che non è più solo in presenza come nel periodo pre-covid, né solo webinar come in pandemia. Ma è realtà aumentata, education ibrida, fatta di corsi in aula e contenuti digitali, di show abbinati a seminari di taglio e colore, di percorsi esperienziali. È specializzazione, comunicazione, condivisione, business. Esperienze a 360 gradi, appunto. Perché come raccontano in queste interviste i protagonisti del settore, parlare di acconciatori è sempre più riduttivo. Chiamateli beauty consultant!

HYBRID LEARNING

Punto di forza per il gruppo Adi è l'“Hybrid Learning”: la fusione tra corsi in presenza e online. È il futuro?

La formazione ibrida è sicuramente parte del futuro degli hairstylist. Ci sono tipi di corsi che si prestano molto a questo tipo di fruizione, come i **corsi PK**, di conoscenza prodotto, oppure quelli di utilizzo base di una linea. Ma anche corsi tecnici a tema colore o decolorazione: se ci si organizza con un buon set video si possono proporre formazioni davvero eccellenti sotto ogni punto di vista. Proporre una formazione ibrida è indispensabile: i contenuti digitali possono essere acquistati e visionati in modalità diretta oppure conservati e condivisi con il proprio staff in un secondo momento. La formazione digitale permette di allineare nuovo personale entrante senza muoversi dal proprio salone e consente sia a noi azienda che al cliente di diminuire costi, consumi e spostamenti, abbracciando quindi una visione più “green”. Un punto forte del combinare formazione digitale e in presenza è sicuramente il tempo di raggiungimento dei propri obiettivi, che si abbrevia notevolmente e permette una crescita professionale più rapida.

Qual è il corso più cliccato dai vostri parrucchieri?

L'Olaplex Campus. Tra l'altro, la formazione digitale è strategica per illustrare ai clienti i lanci in modo esaustivo e immediato. Olaplex ha appena lanciato due novità: in questo modo loro possono utilizzare da subito i nuovi prodotti e aumentare il business.

Novità per il 2023?

Le novità digitali per il 2023 riguardano il mondo della decolorazione, della colorazione diretta e tonalizzazione. Per la formazione classica in presenza, porteremo in Italia delle superstar dell'hairstyling come Nicolas Jurnjack, Sabrina Dijkman e Wendy Iles. Faremo viaggi, percorsi di taglio, colore, braiding dallo stile editoriale. Insomma, il nostro programma è ricco: Moreno Bianchini, Valentina Boscolo, Massimo Ostanello e tutti i nostri trainer sono pronti...

SPECIALISTI DEL COLORE

*La formazione **Alter Ego Italy** è flessibile e si adatta alle esigenze di clienti e partner commerciali. Quali i plus?*

Offriamo formazione a tutti i livelli: partiamo dalla conoscenza del prodotto per passare alle tecniche creative e ai servizi innovativi per valorizzare le nostre linee all'interno del salone, terminando con i master, come l'accademia d'immagine. Non trascuriamo neppure i giovani, avendo creato un programma formativo per soddisfare le nuove generazioni, affamate di conoscenza.

Aula o webinar?

Principalmente aula: la formazione, soprattutto quella pratica, richiede la presenza, il confronto con il formatore, l'attività su testina, modelle o ciocche e il confronto al termine dei lavori per valutare i risultati finali. Ma prenderà sicuramente piede anche quella ibrida: i parrucchieri non percepiscono più il webinar come una "necessità pandemica", bensì come un valido strumento per iniziare a conoscere un prodotto, ottimizzando tempi, costi e spostamenti. Per il 2023 abbiamo pensato a percorsi con una prima fase di "apprendimento" teorico online, e una seconda fase pratica in presenza.

Corso più innovativo del 2023?

Il **Color Salon Hub**, che ha l'obiettivo di creare un circuito di saloni specializzati nel servizio colore, creando una figura altamente specializzata nella conoscenza tecnica dei prodotti coloranti, nel problem solving quotidiano, nella creatività e massima personalizzazione del colore e nella consulenza d'immagine. Il percorso è dedicato a tutti quei professionisti che vogliono distinguersi, a chi vuole essere ed avere uno staff preparato e pronto a soddisfare la cliente più esigente, a chi vuole offrire un servizio tecnico estremamente personalizzato.

TECNICA & BUSINESS

*Nessun dubbio per **Artègo Italia**, la formazione è tornata a registrare dati di partecipazione da pre-covid.*

Quali sono i corsi più richiesti al momento?

"La partecipazione ai corsi stilistici ha ripreso un trend paragonabile al periodo pre-covid – spiega **Vincenzo Casillo, Responsabile Education** – Anche la richiesta di corsi manageriali è in forte crescita poiché legata alla



necessità di conoscere la propria azienda e di ottimizzarne l'organizzazione nella quotidianità. Il nostro corso di punta 2023 è un percorso legato alla **specializzazione sulle schiariture** che comprende tecniche come balayage, air-touch, k-flash: vi è una forte necessità da parte dei saloni di acquisire alta specializzazione per gestire al meglio il risultato stilistico e benessere del capello.”

Quale sarà lo sviluppo dei webinar?

“Se abbiamo lavorato moltissimo nel periodo covid è grazie ai webinar e attualmente disponiamo di un portale ricchissimo di contenuti. Il post-covid ha invece ricollocato l'interesse verso gli incontri in presenza, ma sarà solo attraverso un connubio delle due modalità che si potrà essere ancor più efficaci: modalità in presenza per parrucchieri singoli e titolari, webinar per permettere all'intero team del salone di partecipare più facilmente.”

MODA E TOTAL LOOK

*Nel 1979 **Framesi** ha introdotto il concetto di total look nel mondo dell'acconciatura. Da allora, l'azienda ha fatto della ricerca e della collaborazione con professionisti del settore moda e make-up un tratto distintivo della sua offerta formativa. Quanta attenzione dedicate alla formazione del parrucchiere in termine di gusto per scatti fotografici e proposte moda?*

“Ad oggi siamo ancora una delle poche aziende a creare una collezione istituzionale che rappresenta la punta di una piramide da cui si sviluppa a cascata tutta la formazione”, ha dichiarato **Camilla Franchina, Responsabile Servizi Framesi**. “Nei corsi incentrati sulla collezione, i nostri clienti imparano a sviluppare competenze tecnico-stilistiche per esprimere al massimo l'abilità professionale di un titolare che vuole portare nella sua realtà non solo novità per le clienti più attente, ma anche servizi esclusivi che alzano il livello del salone. Per completare la figura del consulente di bellezza a 360°, abbiamo inserito nella nostra offerta formativa un corso di Armocromia, tenuto da un alto esponente di una delle maggiori agenzie europee di ricerca trend, e un appuntamento intitolato **Post Your Business**, incentrato sulla creazione di contenuti social di qualità.”

Collaborate con il mondo della moda?

“Negli ultimi dieci anni ci siamo avvalsi della consulenza di Ilaria Pizzoferrato del gruppo Carlin. Questo ci permette di lavorare con largo anticipo sulle collezioni, di avere una visione completa dell'evoluzione dei fenomeni sociali che influenzano i gusti del cliente finale.”

Qual è il vostro corso di punta sul tema?

“Is The Hair Trend Collection si racconta in due seminari: **Haircut&Color**, durante il quale gli acconciatori provano i tagli della collezione guidati dai nostri master e formatori; **Fashion Color**, seminari sulle tendenze colore. Il primo è un corso prettamente stilistico che parte dalla presentazione dei trend, racconta come nasce la collezione e sviluppa le proposte di Italian Style Framesi, Italian Style Energy e Italian Style International. Da non dimenticare il progetto **Italian Style Community**: un pacchetto di corsi a tema collezione tenuti in esclusiva dai nostri direttori artistici solo per gli aderenti, con la possibilità di assistere in anteprima al lancio della collezione.”





LO SHOW DIVENTA FORMAZIONE

Si sono da poco spente le luci sul grande evento di moda e formazione **Screen e tagliatiXilsuccesso** a Riccione (vedi pag. 140). Come si differenzia la formazione offerta durante un grande evento da quella in accademia? “La forza di un grande evento come questo sta nell’essere un’anteprima di ciò che sarà poi il percorso education della nostra Academy”, spiega il **Direttore Artistico Rocco Blasoli**. “A Riccione abbiamo presentato una due giorni di moda, tecnica, innovazione e creatività. Culmine di tutto, lo show finale durante il quale l’International Artistic Team ha presentato la nuova collezione Primavera/Estate 2023: proprio da questo evento, frutto di un grande lavoro di ricerca di un team di oltre 50 creativi, partiranno poi tutti i corsi e i progetti formativi dei prossimi mesi.”

La vostra Academy è tra le più grandi d’Europa...

“Sì, l’**Headquarter Educational Center di Pescara** ha una superficie di 6800 mq e 2300 postazioni lavoro ed è attrezzata per permettere il lavoro contemporaneo, a phon accesi, di più di 1000 hairstylist. Il plus dei nostri training center – abbiamo anche una sede distaccata a Milano – sta nell’organizzare quotidianamente corsi: lasciamo liberi solo i giorni di fine settimana perché sappiamo essere i più affollati in salone. Abbiamo tantissimi incontri pensati sia per i giovani senza alcuna esperienza, sia per i professionisti. Sicuramente molto apprezzati sono i corsi dedicati alle tecniche più esclusive di taglio durante i quali lavoriamo per migliorare non solo la qualità delle mani ma anche del pensiero, che delle mani è la guida.”

SERVICE CYCLE

Base fondante di tutti i corsi di formazione di **Goldwell**, è il concetto di **Service Cycle**. “Parliamo di un processo che semplifica la routine lavorativa quotidiana degli stilisti strutturandola in cinque fasi, dalla consulenza in salone fino al mantenimento a casa. L’obiettivo è di aiutare l’hairstylist ad accompagnare la cliente in tutti i momenti di un servizio e di trasformare la visita in salone in un’esperienza straordinaria grazie all’analisi personalizzata, a tecniche all’avanguardia e a prodotti professionali dalle elevate prestazioni”, spiega **Roberta Fiorindo, Head of Education Kao Italy**. In particolare, i seminari del **percorso Mastercolorist** rappresentano una nostra eccellenza: il Technician, seminario di quattro giornate per gettare le basi della conoscenza colore e di tutte le tecnologie Goldwell; il Blonde Specialist, seminario di tre giornate per specializzarsi nel variegato mondo dei biondi e l’Artist, seminario creativo di due giornate che alla specializzazione colore aggiunge l’importanza della forma e del taglio.

Che tipo di apporto ha dato una figura come quella di Angelo Seminara in termini di Direzione Artistica?

“Un importantissimo pilastro della formazione Goldwell è l’ispirazione, ed è qui che si posiziona **Angelo Seminara**. Grazie alla sua visione innovativa e rivoluzionaria, Angelo ha aiutato Goldwell ad arricchire e stimolare la creatività e la vena artistica di tutti gli stilisti che partecipano ai nostri percorsi di formazione.”

Eventi come il Global Creative Award quanto sono motivanti per fidelizzare i giovani?

“Il Global Creative Awards è per i clienti di Kao Salon un appuntamento importante per mettersi alla prova a

livello internazionale e ha un impatto molto positivo sui giovani che vogliono emergere e crescere professionalmente. Quest'anno anche l'Italia si è aggiudicata un award con **Daniela Farzetti vincitrice nella categoria Creative Haircutting of the Year** (vedi pag. 128). L'esempio di Daniela ha dato un'energia positiva ai giovani e ha ribadito quanto sia importante la formazione per poter crescere, passare a un livello superiore ed emergere in contesti internazionali."

FORMAZIONE ESPERIENZIALE

"Quest'anno abbiamo deciso di spingere l'acceleratore sulla formazione esperienziale - racconta **Elia Savino, Marketing & Education Manager di Jean Paul Myné** - il salone ha bisogno di allargare gli orizzonti, vivere di ispirazioni da altri mondi. Da sempre, ad esempio, ci facciamo ispirare dal mondo del vino e del cibo, da cui è nato il corso **Color Gourmet Bistrot & Wine Experience**: la domenica coinvolgiamo i partecipanti nella visita di una cantina del nostro territorio e, con il supporto di enologi e chef, diamo loro spunti declinabili in salone. Il lunedì, un look & learn insegnerà a trasformare l'esperienza della colorazione in un trattamento di benessere e cura e ad allestire le zone del salone per stimolare la curiosità degli ospiti. Altrettanto strategico il **modulo business A-key**, una giovane ma consolidata realtà formativa specializzata nel management del salone."

Con questo approccio nascono anche tutte le altre "experience" in J Academy...

"Sì. Nell'area tricologia, ad esempio, con **Kyklos experience** portiamo i parrucchieri nella natura per cogliere le opportunità che ci offre nella cura delle anomalie cutanee. Nell'area **arte e stile**, abbiamo un corso che organizza percorsi di trend scouting per cogliere, nell'arte e nella bellezza dell'architettura, spunti creativi per tagli e nuovi look. Nell'area texture, la trasformazione dei capelli e del loro movimento - dal riccio al liscio e viceversa - si affianca alle forme della pasta: un'eccellenza made in Italy che mostra, proprio come accade per i capelli, le sue innumerevoli capacità di trasformazione e duttilità."

SAPER COMUNICARE

*Stilista di fama internazionale, e business coach dell'education, **Rudy Mostarda** è da quest'anno il nuovo Direttore Creativo Globale Alfaparf Milano. Tra i suoi obiettivi, dar vita a un programma education internazionale.*

Qual è lo strumento formativo su cui hai costruito qualcosa di importante?

"Quello che ho imparato ed ho capito essere la leva fondamentale per essere competenti e riconosciuti è la comunicazione. Su questo ho costruito qualcosa di importante, scoprendo di avere l'attitudine di comunicare e di trasmettere. Ho lavorato formandomi, cercando sempre di implementare un linguaggio professionale e soprattutto comprensibile, perché non serve solamente saper fare un bel taglio o un bel colore, la cosa fondamentale è saperlo trasmettere agli altri."

Per partecipare a un evento come l'Alternative Hair Show non ci vuole solo creatività ma anche tanta competenza tecnica. Come si diventa "animali da palcoscenico"?

"Attitudine, conoscenza, competenza, ambizione, ricerca, know-how, immagine e stile sono le parole chiave per arrivare al successo. Per il palcoscenico ci vuole talento, deve diventare quotidianità. Il mio consiglio è non



dimenticare mai da dove si è partiti e soprattutto alimentare sempre l'ambizione e la passione per il nostro lavoro, mettendoci costanza e impegno. Arrivare in alto si può, restarci è più complicato.”

Un tuo corso per Alfaparf Milano irrinunciabile per un giovane creativo?

“Il nostro è un percorso formativo a tutto tondo: taglio, colore, hairup, taglio base, collaboratori, management, rivendita... **Extrema hair** educa il parrucchiere ad avere una visione completa della propria professione, solo così si diventa un consulente e precursore d'immagine.”



NEXT GENERATION

Stilista internazionale e Direttore Creativo di Lisap, Luigi Martini ha creato per il piano formativo del brand un entusiasmante percorso per i giovani: Next Generation. Di cosa si tratta?

“Di una serie di corsi che offrono ai giovani la possibilità di migliorare le proprie skills e di poter imparare a ideare nuovi look. Verranno trattati tutti gli argomenti per formare gli hairdesigner del futuro”, ha spiegato Luigi.

Quanto la direzione artistica influenza i programmi formativi?

“Come direttore creativo mi pongo l'obiettivo di promuovere format di corsi in linea con l'esigenza dei saloni e dei colleghi parrucchieri. Devo prevedere, capire e interpretare le tendenze, per poi poterle rendere fruibili durante i corsi e replicabili in salone.”

Nel 2023, a quale corso education ti dedicherai in particolare?

“Sarò presente personalmente durante il programma education di Lisap Italia attraverso un interessante e coinvolgente percorso di tendenza moda, chiamato **Woow Hair Project**. Il corso si rivolge ai saloni e ai parrucchieri che vogliono stare al passo con la moda e vivere i backstage delle sfilate.”



FORMAZIONE E SOCIAL

Focus sulla comunicazione social con Francesca Barilà, Manager Nashi Salon Porta Genova (a Milano), che mette l'accento su due progetti formativi. “Il primo è il Nashi Social Club: un percorso formativo di due giornate con nuove tecniche di taglio e colorazione (collezioni), unite a un piano editoriale con testi, foto e video per comunicare, attraverso le pagine social, con le nashilovers. Nel corso vengono svolti workshop e role play sulla modalità di realizzazione di stories e post social in modo che i partecipanti possono apprendere le regole per realizzare contenuti efficaci all'interno del loro salone e le modalità di engagement per innescare un passaparola efficace online e attrarre nuove followers/clienti.

Il secondo è il Beauty Social Forum, una giornata di formazione itinerante (oltre 10 città in tutta Italia) durante la quale tre esperti del settore condividono con i partecipanti la propria expertise e le case history di successo attraverso i social. Lo scorso anno il corso è stato tenuto da Luca Picchio, con interventi su come comunicare una salon identity coerente attraverso i social; Luca Pissimiglia di Estetica, con case history di hairstylist e saloni internazionali che si differenziano sulle pagine social; e da me, con campagne di successo per attrarre nuove clienti in salone e creare engagement”.



Luigi Martini@Lisap





CORSI PIÙ GREEN

*Il tema della sostenibilità è sempre più importante e il settore coiffure non fa eccezione. Ecco perché la Global Fashion Academy di **Sens.ùs** ha voluto rendere più green tutti i corsi.*

“Utilizziamo ormai da due anni le tecnologie digitali per l'accesso, la valutazione e la condivisione delle dispense: questo ci ha permesso di ridurre molto il consumo di carta e in generale risorse ed energie – spiega **Michele Minciotti, direttore Global Fashion Accademy** – Inoltre, per aumentare la consapevolezza e l'attenzione sulle tematiche di sostenibilità ambientale, nella parte introduttiva di ogni singolo corso affrontiamo sinteticamente gli argomenti di economia lineare e circolare, su cui è bene mantenere l'attenzione per creare virtuosismo 'green'. Viene affrontato anche l'argomento della raccolta differenziata dando informazioni dettagliate su tutti i simboli che troviamo nei contenitori, gli involucri e imballaggi per il corretto smaltimento all'interno dei saloni. In questa breve introduzione mettiamo a conoscenza i partecipanti del corso che **Sens.ùs** è **certificata ISO 14001**, norma che definisce i requisiti per il sistema di gestione ambientale all'interno delle organizzazioni.”

Ci sono corsi che riguardano l'uso di colorazioni green?

“Nel caso di clientela attenta a tematiche green, la nostra linea dedicata è **MC2**, colorazione ad ossidazione senza ammoniaca con quinoa, bacche di acai e Active Revitalizing Complex, un blend di sostanze di origine vegetale ad azione ristrutturante. Il suo modo d'uso è identico a quello delle colorazioni più classiche, quindi non si riscontra nessuna difficoltà d'uso.”

HAPPY HAIR BEAUTY CONSULTANT

*I corsi della **Monacelli Academy** rappresentano una spinta alla trasformazione personale e cambiamento professionale: un percorso interiore alla ricerca del proprio Io, raggiungibile attraverso la conoscenza e lo sviluppo dei propri punti di forza. Avete creato la figura dell'H2BC: di cosa si tratta?*

È l'acronimo di **Happy Hair Beauty Consultant**, un'artista a tutto tondo che sappia guidare il cliente finale attraverso un progetto di bellezza su misura. Monacelli Italy ha due armi fondamentali: la formazione in e-learning, attraverso la quale il cliente può formarsi e tornare ad allenarsi in ogni momento, e le Monacelli Academy diffuse su tutto il territorio nazionale, in cui i nostri Happy Educator aiutano i partecipanti a mettere in campo la loro creatività attraverso l'utilizzo di sistemi e tecniche innovative, studiate per rendere il lavoro più semplice, veloce ed efficace.

I corsi organizzati si rivolgono più al prodotto o alla tecnica?

I corsi del nostro brand si suddividono in due tipologie: corsi **etici e motivazionali**, tenuti da **Giorgio Monacelli, Fondatore e CEO dell'azienda**; corsi **tecnici**, attraverso i quali insegniamo ai parrucchieri ad utilizzare i nostri prodotti e che ogni semestre vengono implementati da nuove tecniche di colore e sistema di taglio attraverso Chameleon, una forbice totalmente innovativa.

Il corso più innovativo del 2023?

Il **'Phi nel nuovo mondo dell'Happycromia'**, un viaggio attraverso la “via della perfezione”, passando per il Sogno come elemento motivante, fino ad arrivare ad un Tempo Felice, che per la cliente finale è rappresentato dalla creazione di una bellezza oggettiva creata su misura per lei.



IL BUSINESS? UNA CASA A PIÙ PIANI

“I clienti che scelgono di formarsi con Wella lo fanno soprattutto perché cercano soluzioni sempre in linea con le loro aspettative e in grado di colmare le loro esigenze a 360°”, ha dichiarato **Francesca Atzori, Education, Strategy and Planning Leader Wella Company**. “In Wella ci piace pensare al nostro modello di business come ad una casa su più piani. Il nuovo cliente è accolto dall'education che, attraverso una vasta scelta di titoli suddivisa su diversi livelli, lo prende per mano e lo aiuta a crescere sentendosi a casa. Accanto ai classici corsi di metodo o taglio, diamo infatti la possibilità di spaziare in attività di diverso tipo: da quelle ispirazionali, confrontandosi con stilisti di tutto il mondo, comprese le nostre Accademie partner all'estero, ai corsi legati al mondo della moda, a vere e proprie masterclass, come il nuovo seminario **Top Colorist**. Durante il corso, i partecipanti dovranno affrontare diverse sfide confrontandosi con un mental coach. Riceveranno nozioni di cosmetologia, chimica teorica e applicata e alla fine del corso vedranno realizzato il proprio mood board colore su modella.”

Per rendere più completa la sua formazione, Wella ha pensato ai parrucchieri che vogliono far parte di una community...

“Oggi per essere un salone di successo è fondamentale lavorare su competenze trasversali al fine di offrire un servizio eccellente alla consumatrice – ha spiegato **Federico Sposetti, Franchise & Digital Education Leader Wella Company** – L'universo dei **Gruppi (o Light Franchise)** è il livello più alto della nostra proposta formativa e ha la missione di offrire ai saloni partner un portfolio di contenuti e servizi in linea con le esigenze di mercato. Significa accedere a un progetto annuale composto da formazione tecnica ma anche da tematiche di business, marketing e comunicazione, in grado di accompagnare i clienti nel tempo. Ogni gruppo ha le proprie specificità, ma tutti propongono un percorso che ha l'obiettivo di far crescere il business dei saloni: prova ne sia che chi aderisce a un gruppo presenta indicatori di business migliori della media del settore.

Il mondo Gruppi è composto da diversi progetti, tre di questi sono di proprietà di Wella come **Art Hair Studios, Mitù e The Best Club**, altri sono definiti da collaborazioni di alto valore come con **Centro Degradé Joelle, James Parrucchieri e i Salon Partners**.”

IL MASTER DEI RICCI

*Aumentare la conoscenza del mondo curly con un metodo brevettato, il **Curly methodology**. È quello che ha fatto **Genny D'Auria, Direttore Artistico Farmaca International**: “Si tratta di un sistema che ho messo a punto in Brasile. Si parte dalla zona lavaggio con una beauty routine che si preoccupa innanzitutto di effettuare un pre-shampoo per eliminare i residui di deposito sui capelli e rendere i ricci più leggeri, per poi proseguire con l'applicazione simultanea di shampoo e conditioner, pettinando i capelli senza usare spazzole ma con le dita a rastrello e seguendo movimenti in orizzontale e verticale in modo da non far perdere elasticità al riccio. Il sistema prevede anche un **metodo di taglio e colore studiati appositamente per il mondo curly** e che utilizzano strumenti ad hoc e un finish finale che applica il prodotto più idoneo al tipo di riccio.”*

Dove avvengono i corsi?

“Oltre che nella mia **Accademia di Napoli**, organizziamo corsi in presenza in tutta Italia: sono incontri a numero chiuso e finalizzati a ricevere la targa **Curly specialist**. L'obiettivo infatti è quello di creare saloni esperti su tutto il territorio nazionale, dove le clienti troveranno un menù esclusivo per i propri capelli ricci. Il messaggio che mi piace dare ai parrucchieri è proprio questo: solo specializzandosi è possibile aumentare il business in salone.”

NESSUNA CRISI IN RUSSIA

*Da oltre 30 anni, **Carlo Bay** rappresenta lo stile italiano nel mondo, con saloni in Francia, Svizzera, Libano, Kazakistan e Russia. Vista l'attualità, com'è la situazione dei saloni in Russia?*

“Essendo molto difficile uscire dal Paese, in questo periodo i **saloni di Mosca funzionano molto bene** e addirittura registrano molte più visite sia all'interno dell'area capelli che nella parte Spa – spiega Carlo Bay – I russi tengono molto allo stile italiano e le clienti amano vivere l'intera esperienza in salone, dalla colorazione, al taglio, allo styling.”

Riesci ad organizzare eventi in presenza o ti affidi a una formazione online?

“Stiamo organizzando **solo formazione online, puntando soprattutto sulle tendenze**. Il corso di punta per il 2023 è infatti rappresentato dalle **due Collezioni Moda di stagione**: abbinamento dei nuovi tagli e dei nuovi colori con un focus sullo styling, sempre molto importante per il risultato finale.”



Genny D'Auria

Genny D'Auria@Farmaca International

FORMULA CLUB PER CDB

Compagnia della Bellezza Academy ha lanciato Club, un progetto di formazione innovativo - creato da Salvo Filetti, fondatore del gruppo - che permette agli hairstylist di sviluppare il business salone ed essere aggiornati sulle ultime tendenze moda (vedi pag. 102).

Un percorso che si basa sull'approccio metodologico dello step by step.

CdB Academy ha un team di 60 formatori specializzati, ma come vengono formati i formatori?

“Sembra un gioco di parole ma la formazione del nostro education team avviene proprio attraverso la formazione: ossia attraverso incontri formativi in presenza e on line che li preparano a condividere le competenze acquisite”, racconta **Gabriella Messina, Responsabile Formazione Compagnia della Bellezza Academy**. “In questi incontri, oltre a trasmettere i contenuti tecnici relativi alle nuove collezioni, vengono trattati argomenti di natura trasversale come creare una relazione efficace o gestire i conflitti e le obiezioni.”

Che tipo di contenuti digitali fornite ai vostri corsisti e quali i loro vantaggi?

“I nostri corsi sono sempre corredati da materiale didattico cartaceo, ideale per il lavoro in aula, e materiale digitale, indispensabile per potersi allenare una volta rientrati in salone. Ai corsisti vengono forniti quaderni per gli appunti, schede tecniche e video tutorial in cui passo-passo viene realizzato e spiegato il servizio tecnico, il taglio o lo styling: tutti questi materiali poi sono ben organizzati all'interno di uno spazio online dedicato. L'enorme vantaggio è quello di poter rivedere, tutte le volte che lo si vuole, i contenuti affrontati in aula e potenziare la propria competenza.”

METODO 4DCOLOR

*Appassionato del mondo colore, **Johnny Almagno, Ceo del brand**, ha creato un metodo innovativo che viene divulgato attraverso i corsi di formazione e che arriverà fino in America. (vedi pag. 107). Nel panorama delle sfumature, il Metodo 4Dcolor® è l'unico sistema che si acquisisce con corsi in presenza: come mai questa scelta?*

“I corsi in presenza garantiscono più esclusività facendo in modo che i nostri ‘segreti’ non restino in balia della rete. Il secondo motivo è il rapporto umano. Nelle nostre aule, abbiamo in media 5/7 formatori su 15/18 partecipanti, permettendo così a tutti i presenti di imparare perfettamente il Metodo. Una volta effettuato il corso però il partecipante avrà a disposizione un coach online H24 e 7 giorni su 7, un servizio completamente gratuito e molto apprezzato dai nostri corsisti.”

Il metodo arriverà anche in Usa dove quasi tutto viaggia in rete: come pensate di organizzarvi?

“Manterremo la nostra filosofia e viaggeremo lungo tutto il paese. Abbiamo già molte prenotazioni perché gli americani sono incuriositi dal fatto che offriamo qualcosa di diverso: con noi potranno avere quel contatto diretto formatore-parrucchiere che di solito non hanno. Il primo incontro sarà il 15 Marzo a Miami, con oltre 250 professionisti che verranno ad assistere a un **Visual 4Dcolor®**. Naturalmente anche a loro, dopo il corso, sarà garantito il coach online.”





Marco Todaro
al Summit di Parrucchiere
Organizzato.

LA FORZA DELLE DONNE

*Albanese di nascita ma italiana d'adozione, **Marsela Pupa** è hairstylist e make-up artist, ha creato una linea propria di prodotti naturali per capelli, viso e corpo, ha un salone e ha recentemente inaugurato un'Accademia, oltre a tenere corsi all'estero. Qual è il tuo segreto?*

“Determinazione ed energia: ogni momento libero è buono per fare ricerca e sviluppo di nuove formule, per studiare il prodotto ideale in grado di agevolare il lavoro dei colleghi e facilitare il mantenimento a casa. In merito ai corsi di formazione, all'inizio ero titubante ma le richieste su facebook di tenere giornate formative da parte dei colleghi erano tante e così ho ceduto. E mi sono dovuta ricredere: organizzare corsi mi ha dato una gran carica e anche la mia linea di prodotti ne ha tratto vantaggio. Successivamente ho dato vita all'**Accademia**, nata per accogliere un maggior numero di corsisti e offrire percorsi formativi più completi, con nozioni per gestire al meglio la propria attività e migliorare dal punto di vista della comunicazione.”

Nella coiffure, come in altri settori, i grandi nomi sono quasi tutti uomini: quali consigli vuoi dare alle giovani ragazze che si affacciano per la prima volta in questo mestiere?

“Forse corro il rischio di essere impopolare, ma credo che nel mondo del lavoro ci sia tra le donne poca complicità, si vivono molto come rivali e poco come colleghe. Gli uomini sono competitivi ma più sportivi, a mio parere. Alle giovanissime dico che senza passione e tenacia non si va da nessuna parte: il nostro è un lavoro difficile che richiede sacrifici, ma le soddisfazioni poi arrivano. Per il prossimo anno è previsto un progetto molto ampio in partnership con alcuni enti di formazione che si occupano di imprenditoria femminile ma per ora è tutto top secret!”

ESSERE O AVERE?

Si è recentemente concluso a Milano il **Summit di Parrucchiere Organizzato** realizzato dall'hairstylist e business coach **Danilo Foresi** per tutti coloro che desiderano avere un salone efficiente che attira clienti alto-spendenti grazie ad una gestione innovativa dell'attività. Tra gli special guest dell'evento, **Marco Todaro** – titolare del salone a accademia torinese Casa Arpège e creatore, in partnership con Emsibeth, del brand Arpège Opera – con un intervento che ha sottolineato l'importanza dell'education e di eventi formativi come il Summit.

“**Per me la formazione è un terreno.** – ha spiegato Todaro – **Prima di chiedere a un campo di darci dei frutti bisogna seminare, prendersene cura, aspettare e poi, forse, si potrà raccogliere.** E dovremmo anche essere certi che i frutti che abbiamo seminato siano gli stessi che volevamo mangiare... Ecco perché in un momento di ricostruzione come questo dobbiamo chiederci non ‘cosa’ vogliamo ma ‘se’ veramente lo vogliamo. Dobbiamo investire sul verbo ‘essere’, perché essendo si può avere, e bisogna farlo attraverso lo studio, l'informazione, il coinvolgimento.”



kemon
TRUE · VISIONARY · BEAUTY

SCOPRI L'OFFERTA FORMATIVA KEMON

Contenuti educativi e ispirazionali
declinati in tre aree chiave
per elevare le competenze dei
professionisti della bellezza.

ACADEMY

Per migliorare le skills
tecniche valorizzando il listino dei servizi

CREATIVITY

Per essere propositivi e sempre aggiornati sulle novità
di mercato e le tendenze moda

VISIONARY

Per conoscere in anteprima gli sviluppi del mondo
beauty e le evoluzioni del settore professionale



Scegliere il percorso migliore

L'offerta formativa in Italia è ampia e varia, tanto che a volte risulta difficile trovare il percorso più adatto alle proprie esigenze e caratteristiche. Ne parliamo con Mauro Galzignato, Direttore Artistico Kemon.



“In Italia c'è una tale offerta education che si potrebbe creare un po' di confusione nello scegliere il percorso da fare. Il mio consiglio è di iniziare da un'autoanalisi, volta a identificare i punti di forza e le aree di miglioramento. A volte risulta difficile essere obiettivi con se stessi, per cui è importante analizzare gli aspetti su cui lavorare; le cosiddette “aree di comfort” vanno consolidate con continui aggiornamenti, mentre le “aree di miglioramento” vanno sviluppate seguendo percorsi specifici, indirizzati proprio a colmare i gap tecnici/stilistici di cui il proprio business necessita. Per questo con **Kemon**, per rendere più funzionale e semplice il percorso formativo da intraprendere nell'anno 2023, abbiamo pensato di segmentarlo in quelli che definisco i tre pilastri principali della professione. “**Accademia**”, volta a consolidare gli aspetti più tecnici del nostro lavoro, le basi su cui costruire un percorso che ci permetta di aumentare la specializzazione e la professionalità, il sapere e il saper fare. “**Creatività**”, fondamentale per tenere accesa la fiamma che ha spinto molti di noi a scegliere questa professione; uno stimolo continuo per incrementare il proprio business e rimanere un passo avanti ai tempi. “**Visione**”, uno scambio di informazioni provenienti da mercati di tutto il mondo in modo da comprendere le abitudini dei consumatori attuali e futuri. La condivisione di idee e il metodo da noi utilizzato per tradurle in immagini e messaggi appetibili per il mercato di appartenenza; infine uno sguardo al futuro con un occhio critico e attento, in modo da prepararci ai continui cambiamenti richiesti a chi vuole continuare ad eccellere nella beauty industry”.

Come si gestisce al meglio il palcoscenico durante uno show?

“Mi viene chiesto spesso quali siano i ‘trucchi’ per performare al meglio quando ci si trova su un palcoscenico e in verità credo che non esista una risposta univoca: ognuno di noi ha un proprio stile e modo di porsi davanti al pubblico. Sicuramente percorsi formativi inerenti alla comunicazione e alla prossemica sono necessari per avere delle basi solide su cui costruire il proprio personaggio; la gestione dell'ansia e degli imprevisti sono funzionali per sentirsi pronti a ogni eventualità; per concludere però mi sento di assicurare, dicendo che a distanza di tanti anni dal mio primo show, quei minuti che precedono l'inizio e che creano quello stato di panico dove ti chiedi chi te l'ha fatto fare, sono fondamentali per mantenere alta l'adrenalina e stimolarti a dare sempre il meglio di te stesso, per rispetto di chi ti sta guardando.

Una delle novità nel mondo Kemon Education? Il “**Mauro Galzignato Unplugged**”: dove condividerò con un numero ristretto di colleghi il mio percorso, le informazioni in mio possesso, frutto di continui confronti con il mercato Italia ed Export, ed infine la mia visione, perfettamente allineata con l'azienda che rappresento, tradotta in proposte moda attraverso la mia “Private Collection”.

Qualità e know-how



Compagnia della Bellezza Academy Club:
il progetto-formazione innovativo che permette
di sviluppare il proprio business salone.

Club è il progetto di Compagnia della Bellezza Academy pensato per soddisfare le esigenze di ogni titolare di salone che punta sulla formazione per incrementare la qualità dei servizi del proprio punto vendita. Per essere competitivi sul mercato, essere sempre aggiornati sulle

ultime tendenze moda aumentando la redditività del salone, Compagnia della Bellezza mette a disposizione il suo know-how trentennale per formare gli hairstylist.

IL PROGETTO FORMAZIONE

Le proposte del progetto di formazione riguardano:

- Tecniche consolidate in 30 anni

di franchising;

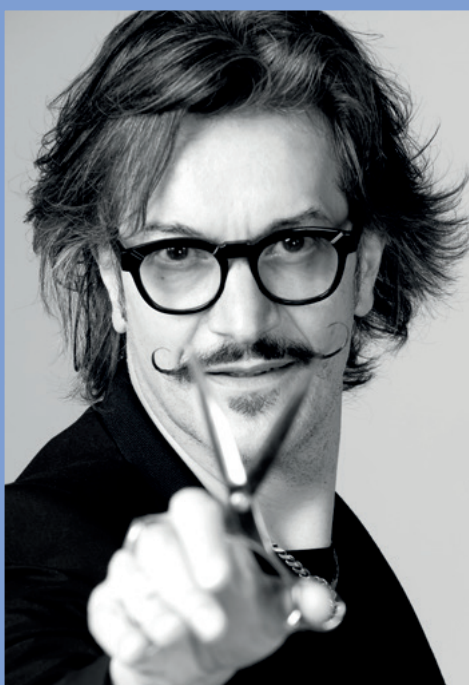
- Proposte moda per soddisfare le esigenze della consumatrice;
- Metodo di lavoro per tutta la squadra;
- Vantaggio competitivo;
- Materiale didattico per formarti ovunque tu sia;
- Tutor a disposizione durante gli incontri formativi.

Un percorso unico nato dalla visione di Salvo Filetti, fondatore del gruppo, che sotto la guida di Nadia Ceccarelli e con i migliori hairstylist del gruppo come Flavio Scarfalloto, Anna Ceglie, Graziella Politi permetterà a ogni parrucchiere di crescere professionalmente, personalmente e diventare il principale punto di riferimento del suo territorio.

Il sistema didattico del Club si basa sull'approccio metodologico dello step by step, in grado di favorire e facilitare il processo di apprendimento, attraverso la dimostrazione e la ripetizione di gesti e tecniche. Ogni incontro prevede due aule tematiche attive, nelle quali si affrontano e approfondiscono aspetti diversi della collezione in corso, dalle novità legate agli haircut, a quelle relative allo styling e/o alla colorazione. L'utilizzo di particolari strumenti, come l'esclusivo Joya Baloon Academy di Compagnia della Bellezza permetterà a ogni partecipante di sperimentare le tecniche di colorazione più nuove sul mercato e padroneggiarle per offrire alle proprie clienti servizi unici e innovativi. Ogni lezione è poi accompagnata da materiale didattico di supporto, indispensabile sia durante i corsi che una volta rientrati in salone, ma anche da contenuti digitali, che consentono di rivedere, tutte le volte che si vuole, i lavori affrontati in aula. E per facilitare la fruizione, video didattici e tutorial estrapolati dalle lezioni dopo ogni corso vengono raccolti all'interno di una pagina online dedicata al progetto Club, organizzata per sezioni tematiche.

I Punti di Forza di CdB Academy

- 2 accademie a Milano e Catania, per una formazione sempre più vicina;
- 2100 mq di superficie accademica attrezzata per il lavoro tecnico e in grado di rispettare gli standard di sicurezza;
- 60 formatori specializzati che insegnano tutti i segreti degli hairlook collection;
- Materiale didattico esclusivo sia cartaceo che digitale indispensabile per il processo di apprendimento.



APPUNTAMENTI 2023

> MARZO

_Aula 1 Hairfit Collection

_Aula 2 Styling Collection

12-13/03 → MILANO

19-20/03 → ROMA/CATANIA

>> MAGGIO

_Aula 1 Color special

Blond Edition

_Aula 2 Styling special

Summer Edition

21-22/05 → MILANO

28-29/05 → CATANIA

>>> OTTOBRE

_Aula 1 Hairfit Collection

_Aula 2 Effetti Luce

15-16/10 → MILANO

22-23/10 → ROMA/CATANIA

Il team dei formatori CdB: Nadia Ceccarelli, Anna Ceglie, Flavio Scarfallotto e Graziella Politi. Ognuno dei nostri tutor è riconosciuto nel settore perché, oltre alla formazione tecnica, ha alle spalle anni di esperienze nei backstage di sfilate, shooting, backstage show tv ed eventi, personal hairstylist di vip e celebrities.



Farmaca International offre ai suoi acconciatori una formazione dinamica e all'avanguardia. Nuovi percorsi da scoprire per il 2023.

parrucchieri è in continua crescita e con esso anche il livello di concorrenza, per questo seguire i giusti corsi e aggiornarsi costantemente è l'unico modo per potersi distinguere dagli altri. Per rimanere al passo con i tempi, c'è sempre qualcosa da imparare: conoscere le ultime tendenze moda, acquisire nuove tecniche e poterle eseguire in salone per soddisfare una clientela sempre più esigente.

L'EDUCATION FARMACA

L'azienda ha posto da sempre particolare attenzione al mondo della formazione con programmi tecnici e creativi studiati appositamente per supportare l'hairstylist nel suo lavoro quotidiano in salone. Per il 2023 i team formativi hanno realizzato un programma intenso ed impegnativo con nuove collezioni e suggerimenti taglio e colore che offrono all'acconciatore gli strumenti più idonei per realizzare le proposte della primavera-estate e autunno-inverno del nuovo anno. Lo studio di pantoni, delle forme, dei trend legati al mondo dell'architettura, dell'arredo, dell'automotive e dell'alta moda sono fonte di ispirazione per creare mood sempre contemporanei.

L'Education per il tuo successo

L'azienda Farmaca International da 40 anni si pone al servizio esclusivo dell'acconciatore con prodotti innovativi e performanti ed una formazione di alto livello. L'acconciatore e le sue esigenze sono da sempre al centro dell'Academy Farmaca International. Il mondo dei

I team formativi Farmaca International portano nel 2023 sul territorio nazionale, con un fitto calendario di incontri, le collezioni moda con un programma ben definito ed una formazione completa che prevede percorsi accademici, corsi colore, corsi taglio, un esclusivo corso dedicato al mondo Curly con Genny D'Auria e il suo Team, e corsi Barber.



Artestile Team



BHC Team



Barber Crew Team

I Team

GENNY D'AURIA è il Direttore Artistico: istrionico, sempre molto attento alle nuove tendenze che influenzano la programmazione dei suoi incontri formativi, è considerato un formatore di eccellenza. Nuovi percorsi implementano la consolidata offerta formativa che guiderà insieme al suo Team.

BHC TEAM si presenta con una nuova e completa offerta formativa legata ad una maggiore conoscenza di tutte le referenze Farmaca. Il Team comprende due figure di riferimento importanti, che sono Alessandro Alaimo (Responsabile Stilistico) e Michele Trentini (Responsabile Tecnico).

BARBER CREW TEAM è il nuovo gruppo di Farmaca International che si presenta con una proposta formativa che prende spunto dalle influenze del momento con l'obiettivo di fornire sempre servizi esclusivi e su misura.

ARTESTILE TEAM è un gruppo storico che negli anni si è arricchito con nuove leve che hanno permesso di rivisitare e proporre una formazione in chiave moderna con nuove proposte della tecnica di colorazione da loro ideata: Velando.

Scopri tutta la formazione Farmaca International:

**Ricerca, moda e passione,
sono gli ingredienti
della **formazione Farmaca
International****

DIVA | ATMOS

PRO STYLING

*Stile in
tutti i colori*



NUOVA SCATOLA DI
STOCCAGGIO DI LUSO IN
METALLO RICICLATO
Manicotti a colori aggiuntivi
disponibili separatamente



divapro.co.uk

*Creative
Energy*

Velocità e colore



Lei ha studiato anche un metodo di applicazioni di Hair Exstension, cosa ci può dire?

Il secondo step della nostra formazione, nata nel 2017, è l'applicazione delle extension. Oltre a garantire lunghezza e durata, possiamo intervenire anche per realizzare effetti colore laddove la salute dei capelli non lo permetta.

Come si può conoscere il vostro metodo?

Il metodo 4Dcolor è l'unico brand che si acquisisce solo con corsi in presenza, è un marchio registrato sia in Europa che negli Stati Uniti, non viene divulgato su altri canali. Il nostro metodo è stato scelto da oltre 3600 professionisti e 1600 saloni in Europa.

Per fare questo mestiere bisogna sempre trovare nuove sfide?

Il parrucchiere è una di quelle categorie che ha difficoltà a ritoccare il listino prezzi: il nostro consiglio, per non perdere la cliente, è di offrire nuovi servizi e ampliare l'offerta, dare un'alternativa di scelta. Solo in questo modo si può cercare di creare un equilibrio e comunicare nella maniera più professionale e corretta. Nei nostri corsi insegniamo anche il metodo corretto per approcciarsi al cliente. L'errore più comune che può fare il parrucchiere è aumentare i prezzi perché aumenta tutto. La nostra grande novità nascerà con la 4Dcolor Usa, la sede sarà in Florida nella città di Miami, il progetto formativo Italia sarà lo stesso che faremo in America, i due progetti andranno di pari passo e ne siamo molto orgogliosi.

**Per info: 4Dcolor.com
4Dcolorusa.com**

Johnny Almagno, acconciatore di grande esperienza, ha creato il metodo 4Dcolor, che ora arriverà anche in America.

Dopo tanta esperienza a contatto con le clienti, Johnny Almagno ci racconta come è nata l'idea di fare formazione creando il metodo 4Dcolor che sta per debuttare anche negli Stati Uniti.

Come è iniziata la sua attività?

Faccio questo lavoro da quando avevo 15 anni, ho frequentato la scuola professionale e diversi corsi, iniziando poi a lavorare in salone. In salone quando ero solo un parrucchiere e mi dedicavo esclusivamente alla cliente, ero appassionato del mondo del colore, degli aspetti tecnici, mi concentravo su come ottenere le sfumature migliori. Notavo però che i tempi erano troppo lunghi per realizzare dei lavori perfetti, quindi ho cercato di trovare un sistema affinché questo problema si potesse risolvere.

Il metodo 4Dcolor. In cosa consiste?

Il metodo 4Dcolor è un metodo applicativo di più colori e decoloranti. In pratica ottimizza i tempi: ad esempio nel balayage, il tempo di esecuzione è di oltre tre ore, (dipende anche dalla lunghezza dei capelli) con più passaggi, mentre con il mio metodo si effettuano sei servizi colore in un unico passaggio e in soli 30 minuti. La cliente va al risciacquo una sola volta, non è necessario tonalizzare. Questa è stata la fortuna del metodo 4Dcolor al di fuori anche del nostro salone. Quando abbiamo iniziato a farlo vedere ai colleghi, molte aziende ci hanno notato, riconosciuto la validità del metodo e hanno sponsorizzato la formazione del 4Dcolor in Europa.



Johnny Almagno, hairstylist di fama internazionale, al lavoro per spiegare il suo metodo esclusivo.





DISCOVER ESTETICAEXPORT.COM

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

An editorial and digital service supporting hair & beauty product manufacturers entering new international markets.



JOIN US TODAY!
www.esteticaexport.com



Percorsi di formazione

GService con l'Accademia Genialità in Testa ha messo a punto un programma intenso ed efficace.

Genialità in Testa è un giovane brand creato da Giancarlo Bongiovanni per tutti gli acconciatori che desiderano acquisire, migliorare o mettere a disposizione dei colleghi le proprie competenze per la massima soddisfazione delle consumatrici. Nasce in Sicilia, isola straordinaria ricca di tradizioni e modernità. I punti di forza del brand sono la certificata competenza manageriale di Giancarlo, l'eleganza e la cura del marketing della moglie Enza, l'innovazione e la gestione dei clienti del figlio Christian, l'esclusivo utilizzo di prodotti made in Italy, la professionalità degli acconciatori che lo compongono. Il cuore del progetto Genialità in Testa è il percorso formativo creato con la collabo-



Le tecniche e i servizi Genialità in Testa sono studiati e realizzati con i prodotti Previa e Ph.

razione degli 'Specialist' per esaltare la competenza degli acconciatori. "L'obiettivo primario di uno Specialist" come afferma Daniele Tarantino, Direttore Tecnico del brand, "è l'esclusivo sviluppo di tecniche di lavoro personalizzate, prendendosi cura del benessere dei capelli per renderli più sani più a lungo grazie all'eccellente utilizzo di prodotti adeguati. La formazione, che dal 2023 si terrà all'interno della nuova Academy situata ad Ortigia-Siracusa, si concentra sulla conoscenza dei prodotti haircare e tecnici, sul loro utilizzo e su metodi di lavoro moderni ed efficaci studiati per creare bellezza". Ad esempio il percorso 'Luce in testa', nasce per offrire un'ampia scelta di schiariture, utilizzando diverse tecniche. Il suo successo consiste in una schiaritura localizzata e sfumata, dall'aspetto molto naturale, versatile su ogni tipo di base, non solo bionda, declinandosi su innumerevoli gusti colore. A caratterizzare la tecnica è 'l'effetto seta', che, con sfumature diffuse, gradevoli e luminose, esalta l'integrità e la morbidezza dei capelli.

Per info: www.genialitaintesta.com



COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

.....

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

.....

BOLOGNA
QUARTIERE FIERISTICO

.....

16 – 18 MARZO 2023

COSMOPACK

COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

.....

17 – 20 MARZO 2023

COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

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

COMPANY OF



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI





Heads Collective

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

Emergenza energia



Tra una pandemia non del tutto conclusa, un'economia condizionata dalle tensioni del conflitto russo-ucraino e l'impennata dei costi dell'energia che ha fatto salire in modo impressionante gli importi delle bollette, si apre l'ennesima sfida che vede gli acconciatori in prima linea. *Barbara Ferrero*

Pur colpendo indiscriminatamente tutte le realtà economiche, i rincari energetici si stanno rivelando particolarmente gravosi proprio per le piccole e medie imprese, come confermato da **Conflavoro PMI**, che già a inizio anno aveva lanciato un allarme stimando per le imprese un aumento dei costi dell'energia di circa il 375% in un solo triennio, passando dagli 8 miliardi del 2019 ai 38 miliardi previsti per il 2022. In particolare per i saloni, in cui ai consumi per illuminazione e riscaldamento si aggiunge quello di strumenti energivori come piastre e phon, si può parlare di vera emergenza.

ENERGIA: LA NUOVA SFIDA

“Con il caro-bollette è anche allarme licenziamenti nel settore” sottolinea **Luca Piattelli** - stilista e proprietario di un noto salone in Toscana ma soprattutto **presidente di HairLobby Conflavoro PMI** - che ricorda come secondo un recente studio (promosso proprio dalla sezione di Conflavoro PMI per verificare la situazione del settore) la bolletta di un'attività di medie dimensioni, quindi con 4/5 dipendenti sia - nel migliore dei casi - ormai raddoppiata. “Dai 10 mila euro di media del 2021 il costo è oggi lievitato fino a quota 18 mila con una spesa totale a fine anno di oltre 720 milioni di euro per gli oltre 90 mila saloni di parrucchieri e barbieri presenti in Italia. Il 70% dei parrucchieri - aggiunge Piattelli sempre rifacendosi allo studio - sta già mettendo in campo alcune misure 'salva-



impresa' aumentando i costi delle prestazioni, con inevitabili impatti sulle tasche dei clienti. Ma anche così, **più del 15% è già stato costretto a licenziare del personale**. Tutto questo porta con sé un'altra inevitabile conseguenza, **l'incremento dell'abusivismo**, innescato da un circolo malsano di situazioni: rincari nei saloni, clienti che cercano risparmio e lo trovano proprio in chi offre servizio illegale a domicilio. Tutto questo non può più essere assolutamente sottovalutato". Quella degli aumenti delle tariffe si conferma a tutti gli effetti una scelta insidiosa per i professionisti della bellezza, proprio a causa dell'inflazione che incide negativamente sul potere d'acquisto dei consumatori. Eppure ci sono settori, come quello alberghiero, in cui è stata proposta addirittura una "energy surcharge", un aumento sul costo della camera dichiaratamente applicato per ammortizzare i costi energetici. "La mia opinione, da imprenditore prima ancora che da acconciatore, è che **la strada giusta da percorrere non sia un aumento vissuto dalla clientela come una 'tassa' aggiunta all'abituale costo del servizio**" commenta Matteo Susini, AD Loft Parrucchieri, che aggiunge: "se è indispensabile un ritocco dei prezzi meglio proporlo, magari a inizio anno, accompagnato da un'offerta più ampia e innovativa di servizi." Di certo una buona regola di sopravvivenza in anni così difficili è proprio quella di far leva sulla creatività non soltanto per tagli e colorazioni ma anche a livello gestionale, continuando a cercare soluzioni per far fronte ai rincari salvaguardando la qualità e il rapporto di fiducia con i clienti.

LE SOLUZIONI IN SALONE

Nei mesi scorsi sono stati richiesti a gran voce interventi governativi per contrastare gli aumenti in bolletta, ma le pur consistenti tranche messe a disposizione prima dal governo Draghi e poi dall'esecutivo attuale - **nove miliardi previsti dal decreto 'Aiuti quater' di novembre**, oltre alla proroga a fine anno dei crediti d'imposta e la possibilità di rateizzazione delle bollette - sono **considerate da molti insufficienti**. Senza contare il fatto che la complessità dei fattori che hanno determinato i rincari energetici non consente di certo facili e rapide soluzioni: pur essendosi verificati nei mesi scorsi improvvisi ribassi come quello del prezzo del gas ad ottobre, gli esperti prevedono nuove oscillazioni per i costi dell'energia anche nel prossimo anno. **Indispensabile quindi, per gli acconciatori, mettere in atto strategie di difesa analizzando la realtà dei loro saloni in ogni dettaglio, a cominciare dal tipo di illuminazione adottato.** "La luce è un elemento importante dell'immagine del salone - dice Matteo Susini - deve essere funzionale sia per l'aspetto tecnico che per quello artistico. Io avevo già in precedenza installato intorno agli specchi un'illuminazione a led, con un risultato molto soddisfacente non solo a livello estetico, ma anche in termini di risparmio. Si tratta di un investimento che si recupera rapidamente, tenendo conto dei recenti rincari che hanno triplicato i costi in bolletta. Per quanto riguarda l'illuminazione diffusa del salone e delle vetrine, occorre dosare al meglio tempi e modi per ridurre gli eventuali sprechi senza penalizzare la luminosità degli spazi. In questo senso è utile confrontarsi con persone esperte, a cominciare dal proprio elettricista di fiducia che può dare utili consigli." Anche la scelta degli strumenti di lavoro deve essere fatta con attenzione: scegliendo ad esempio **phon a basso consumo** si può risparmiare notevolmente in bolletta, oltre a contribuire al minore impatto ambientale. Infine, mai rinunciare ad un costante confronto tra le tariffe proposte dai vari gestori per trovare quelle più convenienti. **"Con Hairlobby stiamo cercando di creare convenzioni con le società fornitrici di energia** - commenta Luca Piattelli - non è facile, si tratta di una vera e propria giungla, ci vogliono figure preposte che sappiano interpretare i preventivi e le spese perché è davvero complicato venirne a capo. Ma la nostra mission continua per portare all'attenzione delle figure competenti e del nuovo governo tutte le richieste e le esigenze di un settore già particolarmente colpito negli scorsi anni dalla pandemia e che rischia di essere nuovamente penalizzato dalla situazione contingente."



Per fronteggiare al meglio i rincari è importante partire da un'attenta analisi dei consumi energetici del salone.



Novità prodotti

Capelli curati e in forma grazie a referenze professionali da trovare in salone ma da usare anche a casa. *Glorianna Vascetto*

1. ALTER EGO ITALY Il primer Egobond è il trattamento preparatore che ricostruisce i legami e ripristina l'integrità del capello. Permette agli ingredienti attivi di lavorare in modo efficace in sinergia, proteggendo il capello dall'interno. **2. DAVINES** Dalla linea Naturaltech: Nourishing Keratin Wonder Superactive, trattamento professionale di ricostruzione per capelli seriamente destrutturati che sigilla le cuticole, rafforza e protegge la fibra con azione antiossidante. **3. L'ORÉAL PROFESSIONNEL PARIS** SteamPod 4 è una piastra professionale all-in-one, alimentata a vapore e con nuove tecnologie per realizzare lisci, onde o ricci su ogni tipo di capello, per una piega fino a 3 volte più veloce e con il 95% in meno di danni. **4. DOTT. SOLARI COSMETICS** Love Me Color è la crema colorante permanente ad ossidazione dalla formula bilanciata, a basso contenuto di ammoniaca e con una combinazione di retinolo e cheratina che consente risultati perfetti. **5. LA BIOSTHÉTIQUE** Protective Glossing Essence della linea Long Hair assicura capelli lucidi e brillanti in pochi secondi con un'azione trattante e riparatrice. Capelli setosi e morbidi al tatto. **6. MONACELLI ITALY** Preziose molecole naturali che rigenerano e ristrutturano in profondità, restituendo energia e luminosità ai capelli sono alla base di Linea Gold 20. Una linea che ricostruisce l'integrità dei capelli rendendoli ristrutturati e rimpolpati dalla base alle punte. **7. REDKEN** Il nuovo Acidic Bonding Concentrate Intensive Treatment, è un trattamento pre-shampoo che rafforza la fibra capillare, preparandola a ricevere tutti i benefici dello Shampoo e Conditioner della linea Acid Bonding Concentrate. **8. EMSIBETH COSMETICS** Whim Color Mask è una maschera professionale super-idratante che permette di giocare a tonalizzare i capelli. Facile da usare sia in salone che a casa, ravviva il colore fra una colorazione e l'altra, dona riflessi luminosi ai capelli naturali. **9. ELGON** Una nuova formulazione a base di attivi biotecnologici, un packaging sostenibile e una rinnovata veste grafica sono le caratteristiche della nuova linea Get the Color, con una gamma di ben 74 nuance, per andare incontro a ogni esigenza e creare tutte le sfumature desiderate. **10. SENS.ÛS** Colorgrace è la colorazione con una nuova formula, etica e sostenibile, sviluppata con tecnologie di ultima generazione ed è ricca di elevate proprietà idratanti e cosmetiche. I capelli sono colorati e condizionati. **11. LABEL.M** Le nuove linee Cleanse, Condition e Care sono state formulate in base ad un progetto di biocompatibilità: realizzate con i migliori ingredienti naturali, componenti sintetici e innovativi abbinati a tecnologie esclusive. **12. SCHWARZKOPF PROFESSIONAL** La gamma Fibre Clinix offre trattamenti personalizzabili che iniziano in salone e continuano a casa, grazie alla Triple Bonding Technology, che crea una rete tridimensionale all'interno della fibra capillare, e al C21 Technology, un agente condizionante altamente efficace che rinforza i capelli aumentando elasticità e resistenza. **13. NASHI ARGAN** Filler Therapy è il trattamento di ricostruzione professionale capace di restituire idratazione, volume e leggerezza ai capelli sottili e sfibrati in pochissimo tempo.



La Biothétique

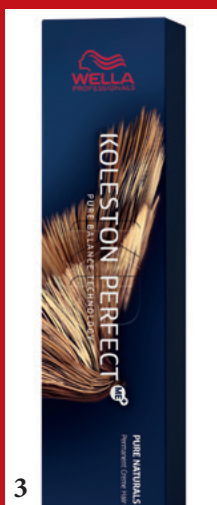


Davines



**Illuminare,
idratare, lisciare.
I prodotti
per capelli
sono ormai
multifunzione**





Nuovi ingredienti, profumazioni gradevoli, formule tecnologiche per prodotti al top





1. ECHOSLINE Echos Color, composta da 89 nuance, vede l'inserimento di Extra Intense Naturals, una palette di 6 colori che va dal Castano Medio al Biondo Chiarissimo e che garantisce una copertura perfetta dal colore intenso, coprendo anche i capelli bianchi più folti e resistenti. **2. PROFESSIONAL BY FAMA** Strong Essence Restorative Shampoo è lo shampoo specifico per capelli trattati e danneggiati. Con estratto di girasole e Keraoil, deterge e fortifica la struttura proteggendo la fibra capillare. **3. WELLA PROFESSIONALS** Koleston Perfect Me+ presenta la Pure Balance Technology, che assicura un colore puro e perfettamente bilanciato per ognuna delle infinite possibilità di cromie della palette, composta da 150 nuance anche mixabili. **4. INDOLA** Per mantenere perfetti i risultati colore, la linea colore Blonde Expert è ora accompagnata dal nuovo Blonde Expert Care che dà a tutti i biondi la cura speciale di cui hanno bisogno. **5. WAHL** Nasce Cordless Combo con due strumenti di lavoro indispensabili racchiusi in una esclusiva valigetta: la clipper Cordless Super Taper, in versione limitata nera, e il trimmer a batteria Beret Stealth. **6. DIKSON PROFESSIONAL** Per capelli luminosi: The Illuminaction, il sistema di laminazione per capelli a doppia azione, ristrutturante e laminante, potenziato dalla speciale tecnologia termo attiva a base di biopeptidi. **7. SO ONE** Nel Kit Daily c'è lo Shampoo e Condizionante Delicato, dalla formula a base di D-pantenolo, glicerina vegetale, rosmarino, lavanda, salvia e timo. Ideale per la detersione frequente dei capelli, garantendo freschezza e pulizia quotidiana. **8. VITALITY'S** La crema colorante Heart è arricchita con fitocheratina, la cheratina di origine vegetale derivata da canapa e riso, una proteina che conferisce compattezza ed elasticità ai capelli. **9. SINESIA** Per capelli nutriti ed idratati c'è Hydra-Remedy Chrono Mask con l'olio di argan che conferisce elasticità e luminosità, la lespedeza capitata che apporta idratazione, l'olio essenziale di carvi che dona tono e struttura alla fibra capillare e il burro di karité per nutrimento ed emollienza. **10. COTRIL** Firewall è il termoprotettore che, vaporizzato sui capelli prima di utilizzare le fonti di calore, preserva la fibra capillare dalle alte temperature e dall'umidità; contrasta l'effetto crespo e l'elettricità statica; previene la rottura delle lunghezze e la formazione delle doppie punte causata dal calore. **11. FANOLA** Lo shampoo antigiallo No Yellow è indicato su capelli biondi, superschiariti, decolorati o grigi, formulato con pigmento viola che attenua i riflessi gialli indesiderati. Lascia i capelli con un riflesso freddo, brillanti e luminosi. **12. PARLUX** Il phon Parlux Digitalyon incorpora una tecnologia digitale in grado di incrementarne eccezionalmente le prestazioni in termini di potenza e calore, migliorando e velocizzando il lavoro dei professionisti più esigenti. **13. JEAN PAUL MYNÉ** Keratin Plus Sound Wave arricchita con estratti di aloe vera e di rafano bianco fermentato, consente di ottenere la giusta ondulazione donando nel contempo idratazione e luminosità dalla base alle punte. Il risultato è un capello ondulato, sano, elastico e luminoso.

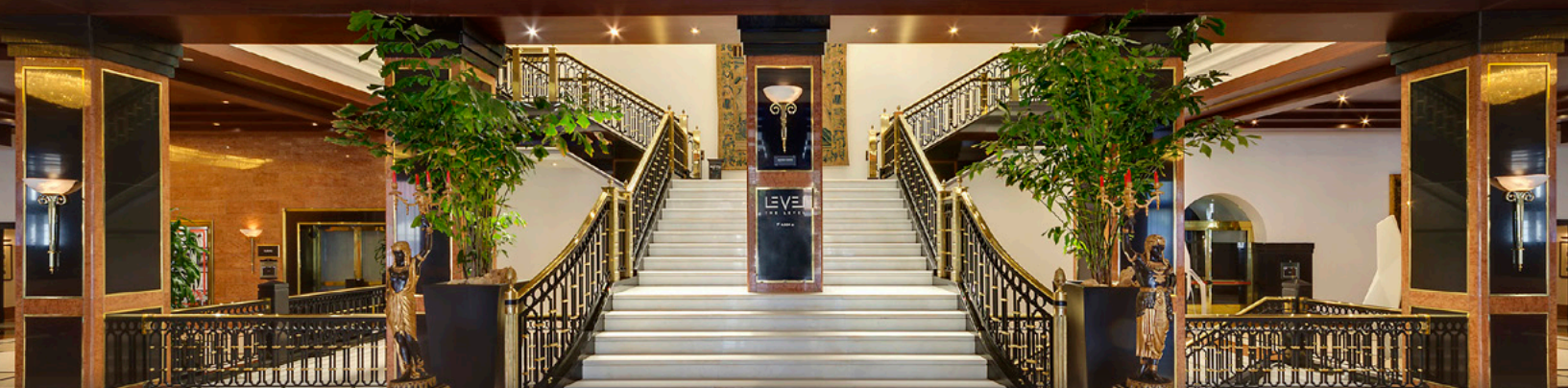
omCHAIRWORLD
ACADEMY

PRESENTS

GLOBAL CERTIFICATION

TRAINERS-JURORS

Hair-Aesthetics-Nails



OMC WORLD BEST EDUCATORS
will be showing the newest inspirations
in Fashion & Competitions.

Save the Date

APRIL 30 - MAY 1, 2023

Online Registration - January 15-20, 2023
www.omchairworld.com

Trainer /Jurors Global Certification fees \$500

Includes - Lunches & Sunday Gala Night.

Guest Participation \$350 - Lunch and Sunday Gala Dinner.



omc **HAIRWORLD** PRESENTS
INTERNATIONAL
omc GOLD CUP
ONLINE PHOTOGRAPHIC 2023



The OMC Gold Cup is an online competition open to all OMC members across all five OMC Zones (America, Asia, Western Europe, Central Europe & Eastern Europe) and offers multiple categories in Ladies, Gents, Junior and Aesthetics & Nails competitions.

ONLINE REGISTRATION FEB. 15th - 20th 2023

www.omchairworld.com



TUFT®

THE SILVER SNOW COLLECTION



Disponibile nei migliori saloni.
Distributore esclusivo per Europa, Regno Unito e Irlanda: RIMIND GROUP SRL
Via della Comunità Europea, 22/D - 50063 Figline e Incisa Valdarno (FI)
Tel. 055 959547 - e-mail: info@rimindhair.com
www.tufteurope.com

ESTETICA

EVENTS



Top-coiffure ON STAGE



www.estetica.it/events

Milano 21/25 Sett



Wella a MFW

In qualità di official partner di Camera della Moda, Wella è stata presente alla Milano Fashion Week portando nel backstage di molti brand tutta l'esperienza dei suoi acconciatori. Un team di più di 70 hairstylist che ha creato look per oltre 25 brand: dall'hair look minimal e iper femminile realizzato per la sfilata di Ferragamo al tema 'Oriente incontra l'Occidente' per Annakini, alla donna di Roberto Cavalli ispirata alla figura di Grace Kelly.

Coiffure in continuo movimento. L'anno si chiude con la nascita di nuovi brand, nuovi laboratori di bellezza e la conquista del Metaverso...

Milano 21/25 Sett



ghd per Alberta Ferretti

La settimana della moda milanese ha visto tra i protagonisti della coiffure anche ghd, che ha firmato l'hairlook del fashion show di Alberta Ferretti SS23. Per le viaggiatrici della collezione, Franco Gobbi, celebrity hairstylist, si è ispirato alle nuvole che si muovono creando l'effetto del vento e delle onde dei capelli: "Ho voluto portare un look multi genderless: capelli ricci, mossi e lisci. Un range larghissimo di caratteri che abbiamo mantenuto con i prodotti ghd donando lucentezza, morbidezza e volume ai capelli".

Riccione 25/26 Sett

Meeting dr. solari cosmetics

Tante le novità aziendali presentate al tradizionale meeting annuale di dr. solari cosmetics e alla quale hanno preso parte oltre cento ospiti tra acconciatori e distributori. In tema di sostenibilità l'azienda si è contraddistinta nel 2022 per l'acquisto di packaging per il 96% in materiale riciclato o riciclabile e per la messa in funzione dell'impianto fotovoltaico per 60 Kw di potenza. Tra le novità, l'inizio della costruzione di un nuovo magazzino logistico di oltre 500 mq.



Italia 1° Ott



Alter Ego Italy@Pink is good

Alter Ego Italy ha aderito all'iniziativa Pink Is Good creando un prodotto Pink - una crema mani venduta nei saloni del brand - e devolvendo una parte del ricavato alla Fondazione Veronesi. L'obiettivo è quello di sostenere la ricerca assegnando una borsa di studio a favore di un ricercatore, scelto tra le proposte più meritevoli individuate dalla Fondazione. "Abbiamo deciso di collaborare con Fondazione Umberto Veronesi" ha spiegato Afsoon Neginy, Coo Business e Sustainability Director di AGF88 Holding "perché condividiamo i suoi valori e da sempre riteniamo che investire nella ricerca scientifica sia il miglior modo per sviluppare nuove conoscenze."

Sky 27 Ott



Wella a X-Factor 2022

Nuova collaborazione tra Wella, Opi e il mondo

della musica. I due brand sono stati official partner di X Factor 2022. In un contest dove la musica continua ad opporsi ai confini di genere per esprimersi in modo fluido, anche la bellezza e la cura del look non hanno avuto barriere, muovendosi nella continua ricerca dell'essenza di ogni talent in gara. "X Factor ha portato on stage quei valori che Wella e OPI sposano da sempre" ha commentato Alice Farella Monti, Communication, PR & Event Manager OPI e Wella Professionals.

Mumbai 6/8 Ott

Cosmoprof India

L'edizione 2022 di Cosmoprof India si è chiusa con risultati molto positivi: 7.500 operatori da oltre 50 paesi hanno partecipato alla manifestazione, oltre 300 marchi provenienti da 12 paesi hanno presentato le loro ultime novità, più di 1.500 gli incontri b2b. Ad arricchire ulteriormente l'appeal internazionale della manifestazione, l'Agenzia ICE ha partecipato con 15 aziende italiane, presentando in fiera le migliori proposte di bellezza Made in Italy.



Trento **12 Ott**



Laboratori di bellezza alla Anvolt

In occasione del mese rosa per la prevenzione, La forza e il sorriso Onlus ha avviato a Trento - in collaborazione con Anvolt - dei laboratori di bellezza gratuiti per donne colpite da tumore. "La nostra struttura dispone di un proprio ambulatorio di prevenzione senologico, dove ogni donna può accedere per effettuare una visita e avere supporto psicologico - ha commentato Elisa Zeni, referente locale Anvolt - In ottobre, oltre ad aumentare gli appuntamenti di ambulatorio, ci siamo dedicati alla qualità di vita delle pazienti oncologiche anche attraverso il riavvio in presenza di questi laboratori".

Parigi **20 Ott**



Power Talks

Si è tenuto a Parigi il primo evento internazionale Kérastase dell'era post-pandemica: Power Talks. Riunendo diverse personalità ed esperienze - dall'artista 3D Harriet Davey all'imprenditrice e autrice Emily Ratajkowski, alla modella, poeta, attrice ed attivista Ebonee Davis - la kermesse ha aperto le porte ad una nuova era di responsabilità sociale e di eventi, incoraggiando le donne ad essere più sicure di sé. "Con le nostre Power Talks vogliamo rendere visibile il nostro scopo: valorizzare il potenziale delle donne e il loro ruolo nel mondo", ha dichiarato Rosa Carriço, Kérastase Global President.

Roma **13/23 Ott**

Festa del Cinema di Roma

Anche quest'anno Cotril ha confermato la sua presenza alla Festa del Cinema di Roma, giunta alla sua 17ª edizione. Oltre alla partnership con "Alice nella città" il brand ha messo a disposizione una Luxury Beauty Suite curando il look di Anne Parillaud, Margherita Buoncristiani, Gabriela Giovanardi, Claudia Potenza, Stella Egitto e di Mahmood, presente per il lancio del suo nuovo docufilm, il racconto della sua vita tra Milano e l'Egitto.



Italia **1° Nov**



Mi si spettina il cuore...

Quando sono a Dynamo mi si spettina il cuore. Questo il bellissimo claim che sponsorizza la collaborazione tra Alfaparf Milano e Dynamo Camp, inaugurata nel 2019 e continuata ogni anno con progetti speciali. In oltre 500 saloni del brand, acquistando due prodotti *Semi di Lino* le clienti hanno ricevuto in omaggio un trattamento di ricostruzione, un braccialetto di Dynamo Camp e un codice sconto per l'acquisto dei regali solidali di Dynamo Camp.

NEXT → 2023



HairStyle: The Talent Show

Da un'idea di Rossano Ferretti nasce HairStyle: The Talent Show, un nuovo format prodotto da Shine Iberia e sponsorizzato da Alfaparf Milano Professional (main sponsor), Great Lengths, Maletti e Gama Italy Professional. I partecipanti dovranno dimostrare talento e creatività, fronteggiando diverse sfide. Il vincitore sarà incoronato Miglior hairstylist del Paese con un premio senza precedenti: arredamento completo per il salone, fornitura di prodotti/attrezzature professionali, education per tutto lo staff.

Leggi di più su ESTETICA.IT!

Londra **14/16 Ott**



Parlux a Salon International

Eccezionale partecipazione di espositori e pubblico di professionisti del settore a Salon International di Londra. Tra i partecipanti anche Parlux, presente con una vasta gamma di asciugacapelli professionali. Lo stand del brand, organizzato da Hair Tools, distributore per la Gran Bretagna, era dedicato in particolare alla novità 2022: Parlux Digitayon®, il primo asciugacapelli con motore digitale professionale della famosa azienda italiana.

Metaverso **17 Nov**



L'Oréal pettina gli avatar

L'Oréal Professionnel Paris entra nel Metaverso con cinque hairlook virtuali per consentire ai gamer di personalizzare i loro avatar. "Per più di 110 anni, L'Oréal Professionnel Paris ha messo il suo spirito pionieristico al servizio dei parrucchieri, per sviluppare l'industria della bellezza professionale nel mondo - ha commentato Anne Machet, L'Oréal Professionnel Paris Global - Questa nuova stimolante collaborazione con Ready Player Me è un modo significativo di continuare il nostro viaggio nel mondo virtuale."

Creativo, ricco e stimolante.
L'MCB by BS 2022 ha soddisfatto i
suoi ambiziosi obiettivi accogliendo
oltre 46.000 partecipanti provenienti
da tutto il mondo.

Creatività e business per questa
edizione dell'MCB by Beauté
Sélection. I professionisti
dell'acconciatura e della bellezza
presenti all'evento hanno potuto
scoprire nuovi prodotti e tendenze
emergenti, ispirarsi per creare
nuove proposte in salone,
arricchire il loro know-how,
incontrare gli esperti del settore.
Per tre giorni, creatività, tendenze,
business e innovazione hanno fatto

MCB by Beauté Sélection 2022





@ Crédit photo - MCB by BS Officiel - Jérémie Leconte.

rima con dinamismo, energia e coinvolgimento per i 290 espositori. I marchi migliori e i protagonisti più talentuosi hanno apprezzato il profilo professionale (40% di imprenditori e il 31,6% di dipendenti) e internazionale (8,7%

di visitatori stranieri) del pubblico. Durante tutto l'evento, conferenze, workshop, sfilate e ricevimenti privati hanno rafforzato i legami tra brand, espositori e visitatori. Un successo della kermesse annunciato, grazie anche alle tante

competizioni organizzate - tra cui l'OMC World Championships (vedi pag. 126) - e a un programma artistico con più di 10 ore di show firmati da hairstylist francesi di fama internazionale che ha coinvolto ed entusiasmato tutti i visitatori.

Best Salon Award 2022



Christophe Gabreau, presidente di Standing Events e co-organizzatore di MCB by BS, discute dell'importanza del design nel mondo della bellezza.

Il meglio del design internazionale con il Best Salon Award, che ogni anno si tiene all'MCB di Parigi. L'edizione 2022 ha visto in gara 80 saloni, provenienti da 15 nazioni. Partecipazione record della Germania, con 20 candidature, ma numerose iscrizioni sono pervenute anche da Austria, Inghilterra, Italia, Paesi Bassi e Spagna. Questa edizione ha inoltre registrato una presenza consistente di saloni asiatici, da Cina, Hong Kong, Giappone, Singapore, Taiwan e Vietnam. Così come due bei saloni sono arrivati dagli Emirati Arabi Uniti e dagli Stati Uniti. Ed ecco i tre vincitori: il primo posto se l'è aggiudicato l'austriaco Egger3 Hair Beauty, un salone futuristico di 400 metriquadrati che ha sedotto la giuria per l'incredibile concetto basato sull'armonia del cerchio; il secondo posto è andato a Carr Salon, dalla Cina, mentre la terza posizione è stata conquistata da Remedy Room, Emirati Arabi Uniti. (Una carrellata dei migliori saloni in gara a pag. 22)



Best Salon Award-What's Up in Paris 2022
Winner
EGGER3
Hair Beauty Photo
Laustenu - Austria
Best Salon Design
Paris, 11 September 2022
MCB
ESTETICADESIGN



OMC Hairworld

2022

PARIGI
10/12 Sett

Grande successo per l'OMC Hairworld 2022, è tornato live a Parigi con oltre mille partecipanti provenienti da cinquanta nazioni.

Un pubblico internazionale entusiasta ha apprezzato l'esperienza live dei World Hairdressing Championships. L'OMC Hairworld 2022 si è infatti tenuto in presenza, a Parigi, durante l'MCB by Beauté Sélection, in un'area appositamente dedicata. Più di 1.000 concorrenti in rappresentanza di 50 nazioni hanno partecipato ad una vivace competizione live che, domenica 11 e lunedì 12 settembre, ha attirato tutta l'attenzione del pubblico.

Un maestoso evento sponsorizzato da: Wella Professionals, L'Oréal Professionnel Paris, Takara Belmont, Aderans e MCB di Beauté Sélection (OMC Platinum Sponsor); Raphaël Perrier, Vitality's, Silkey Professional e Cindarella Paris (OMC Gold Sponsor); YY Hair, Pivot Point, Calcagni Diffusion e Jinda Hairs (Mannequin Head OMC Gold Sponsor).

A presentare l'OMC Hairworld 2022 c'erano Salvatore Fodera, Presidente, CEO e fondatore di OMC e OMC Hairworld, Gianni Fodera, Presidente Mondiale WTO, Vincent Fodera, Direttore Hairworld e Marketing WTO, e Carmelo Gugliotti, Direttore Globale

Salvatore e Gianni Fodera insieme a Hidetaka Yoshikawa, Presidente e CEO Takara Belmont. Il prossimo Global Symposium OMC 2022 e l'emozionante Battle of the Champions si svolgeranno a Yokohama (in Giappone), durante il World Business Congress Takara 2022.





OMC - Competition. Il contest ha messo in scena varie prove pratiche offrendo ai presenti la possibilità di vedere all'opera, contemporaneamente, tantissimi talenti della coiffure, pronti a trasformare i capelli in vere e proprie sculture.

75 ANNI DI ACCONCIATURE

Durante i World Hairdressing Championship di Parigi, OMC ha festeggiato il suo 75° anniversario. Si tratta della più grande organizzazione professionale di parrucchieri del mondo, con più di 50 paesi membri e oltre un milione di singoli associati in tutto il mondo. OMC offre una piattaforma globale a tutti i concorrenti del settore beauty che desiderano diventare Campioni del Mondo nel proprio campo, con contendenti dai cinque continenti. "Non tutti possono vincere, ma partecipare è già vincere: l'esperienza che si acquisisce, le conoscenze che si portano nel proprio salone... E poi durante l'anno ci si allena e prepara per il grande evento. E non dimentichiamo che i social media al giorno d'oggi connettono tutti a tutto, connessioni che culminano nella grande piattaforma di OMC", ha dichiarato Salvatore Fodera. Ma con tanta passione per il mestiere, chi ha vinto? L'elenco completo dei premiati su www.esteticamagazine.com



Agli OMC World Championships ovunque guardi c'è un trucco speciale o un segreto da imparare dai numerosi concorrenti e dalle loro creazioni. Un ambiente creativo dove la competizione e il talento permettono all'ispirazione dei presenti di volare.



LONDRA
AMSTERDAM

2/3
Ott

Vince il made in Italy

Due italiani sui palcoscenici internazionali: Lorenzo Marchelle a Londra e Daniela Farzetti ad Amsterdam. Due premi prestigiosi della coiffure in cui hanno trionfato lo stile e la tecnica italiana.

INTERNATIONAL VISIONARY AWARD

Dopo due anni di live streaming, il premio International Visionary Award è stato attribuito all'acconciatore torinese Lorenzo Marchelle per la categoria Avantgarde. La premiazione è avvenuta al Troxy Theatre durante l'Alternative Hair Show. (vedi pag. 130)

Quest'anno il titolo della competizione era 'Leggende' e Marchelle ha interpretato in pieno lo spirito e la creatività del tema assegnato. La sua proposta era davvero visionaria come ci racconta: "Io sono un'appassionato dei film di Tim Burton e in particolare di 'Edward mani di forbice'. Ho pensato alla scena finale del film, in cui lui scolpisce con le sue grandi forbici una statua di ghiaccio e mi è venuto in mente di ricreare quell'effetto su una modella. Ho voluto applicarlo però su una ragazza di colore, per creare maggior contrasto e, ispirandomi ai personaggi della Marvel, ho creato una pantera nera di ghiaccio.

L'organizzazione dell'Alternative Hair Show mi ha inviato una mail dicendo che tutti i giudici hanno avuto parere unanime nel premiare la mia creazione ed era la prima volta che succedeva



Lorenzo Marchelle, il giovane torinese e la sua proposta estremamente creativa, la pantera nera di ghiaccio.

in questa competizione. Ma il vero successo - per me - è stato far passare il messaggio che c'era dietro, il valore universale dell'integrazione, attualità e passione per il proprio lavoro”.

GLOBAL CREATIVE AWARDS

Daniela Farzetti ha vinto al Global Creative Awards di Amsterdam, presentato da Kao Salon Division, il primo premio nella categoria Creative Hair Cutting. (vedi a pag. 146) Una grandissima soddisfazione ed una gioia immensa quando ha sentito scandire il suo nome e ha realizzato che l'Oro veniva assegnato per la prima volta all'Italia e alla sua splendida creazione. Daniela Farzetti, fondatrice di Daniela Hair Group parrucchieri & barbieri, esercita questa professione ad Agliana, in provincia di Pistoia, da 36 anni e da 26 la svolge in proprio. È già stata due volte campionessa italiana al Global Creative Awards. Questa volta ha raggiunto il massimo della competizione con l'award per un taglio che rispecchia in pieno la sua personalità: futuristico, molto

tecnico e molto creativo nello stesso tempo, che ha conquistato i giudici. Se lo aspettava? “Speravo di salire sul podio, ma non di conquistare il primo premio. Un ringraziamento sentito ai miei collaboratori: Alessandro, Valentina, Monia e Francesco. È insieme a loro che ho messo punto il taglio vincente!” Una curiosità: Daniela è stata una delle prime donne barbiere d'Italia negli Anni '80. Per circa 10 anni si è occupata di tagli maschili per poi passare all'unisex.



Daniela Farzetti ed il suo team mostrano con orgoglio il premio vinto ad Amsterdam grazie ad un taglio estremamente originale.



SALON LIVE

Esclusivo hub formativo di Salon International, Salon Live ha offerto l'opportunità di sperimentare sessioni di formazione approfondite con Mahogany, Patrick Cameron, Sassoon Academy e Toni&Guy. Gli show hanno dato ai parrucchieri l'opportunità di sperimentare le ultime tecniche di taglio, colore e styling, lasciando ai presenti un bagaglio di nuove idee per il lavoro creativo e commerciale.

BUSINESS LIVE

Le sessioni Business Live sono state particolarmente rilevanti quest'anno, date le numerose sfide economiche che il settore sta affrontando a causa dei costi giornalieri significativa-

LONDRA
8/10 Ott

Salon International 2022: innovazione e creatività



► Salon International
ritornerà all'ExCel
di Londra dal 14 al
16 ottobre 2023.
Ulteriori informazioni su
www.salonshow.co.uk

Una tre giorni ricca di ispirazioni e opportunità: dalla retail therapy con centinaia di marchi in promozione, agli show dei più grandi nomi del mondo dell'acconciatura. Ma anche opportunità di formazione, business, networking, spettacoli live, l'opportunità di visitare la British Hairdressing Awards Gallery di HJ, sponsorizzata da Schwarzkopf Professional, lanci di nuovi prodotti, numerose offerte speciali e dimostrazioni pratiche da seguire negli stand espositivi. Questi includevano aziende di prodotti tricologici, software house, agenzie di formazione, produttori di apparecchiature, distributori. "Salon International ha regalato un weekend intenso e ricco di attività", ha affermato Jayne Lewis-Orr, HJ's executive director. "L'evento è stato pieno di ispirazione, education e positività. Siamo orgogliosi di tutte le persone coinvolte e di chi ha contribuito a rendere Salon International lo spettacolo incredibile che è".

mente più elevati di gestione delle attività. I visitatori hanno ricevuto consigli e tutto il supporto di cui hanno bisogno grazie al Business Live Stage, sponsorizzato dalla NHBF. Gli esperti hanno trattato argomenti quali apprendistato, salute mentale, inclusività, nonché informazioni sul lancio di un marchio, assunzioni e gestione e mantenimento di un team motivato.

I BRAND PIÙ PRESTIGIOSI

Dagli innovativi strumenti per lo styling basati sulle tecnologie più all'avanguardia agli elementi essenziali per le attività di tutti i giorni in salone, Salon International ha fornito agli hairstylist l'opportunità perfetta per saperne di più sui più recenti lanci di mercato utili a far crescere il loro business. Tra i marchi presenti: Schwarzkopf Professional, Great Lengths, Diva, Dyson Professional, Level 3, Moroccanoil, Takara Belmont, Maria Nila, Amika, Denman, Crazy Color, Wahl, e Zenoti, sponsor principale di questa edizione.



Sotto, da sinistra, Anthony Mascolo, presidente di Alternative Hair Worldwide; Linda Evans, conduttrice dell'evento, Tony Rizzo, fondatore di Alternative Hair Show.

Foto: Alex Barron-Hough



Alternative Hair Show: Legends 2022

Il Troxy Theatre, gioiello art déco di Limehouse (East London), ha ospitato Legends, lo spettacolo live che ha festeggiato il 40° anniversario dell'Alternative Hair Show. Grande l'entusiasmo dei presenti, felici di incontrarsi nuovamente di persona; spettacolare lo show grazie al supporto degli sponsor e ai Global Artistic Team che si sono esibiti sul palco. Come sempre, l'evento si è focalizzato sul dare e il condividere, stimolare e divertire e, soprattutto, raccogliere fondi per numerosi enti di beneficenza che si occupano di leucemia: quest'anno la cifra raccolta ha raggiunto le 103.000 sterline. L'Alternative Hair Show fu infatti fondato nel 1983 da Toni Rizzo proprio per raccogliere fondi a favore della ricerca: un evento ideato in memoria di Valentino Rizzo, il giovane figlio di Tony e Maggie Rizzo, mancato di leucemia prematuramente. L'obiettivo è rimasto immutato, ma con il passare degli anni, l'evento si è focalizzato sul mettere in mostra l'abilità e la creatività dei parrucchieri di tutto il mondo, così come sulla scoperta e la promozione di nuovi talenti. Gli hairstylist che presentano il loro lavoro sul palco sono artigiani, artisti

e visionari assoluti. Sono appassionati e colgono appieno la libertà creativa offerta dall'Alternative Hair Show. Quattordici sono state le squadre protagoniste di Legends, mentre la novità di quest'anno - il New Visionaries Show - ha portato sul palco 18 parrucchieri già vincitori dell'Alternative Hair Visionary Awards. Durante lo spettacolo, Tony Rizzo e il presidente di Alternative Hair Worldwide, Anthony Mascolo, hanno presentato i vincitori: Lorenzo Marchelle (vedi pag. 128), Avant Garde; Laurentiu Bostan, Cut & Colour; Wei Wei Chuang, Men's.

THE NEW VISIONARIES: Chrystopher Benson, HC Salon, Esperimento No Name, Pino Troncone, Shogo Ideguchi and Victoria Vradii.

THE 2022 LEGENDS ARTISTIC TEAMS: Sassoon, Babicz, Carlo Bay, Sanrizz, Gogen, Marc Antoni, Sebastian Artistic Team, Klaus Peter Ochs, Saco, Anne Veck, Rudy Mostarda, Laszlo Hajas, Dmitry Vinokurov (video) and Stevo Pavlovic (video).





Revlon al Rome Film Festival

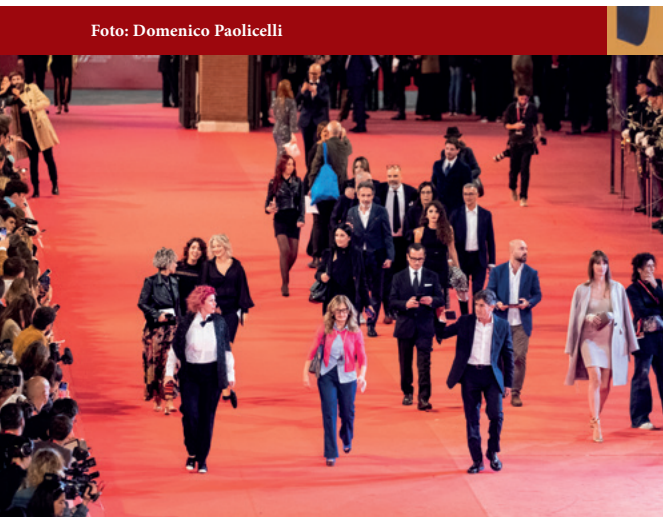
ROMA
13/23 ott

Revlon e il cinema: un amore intenso. Alla Festa del Cinema di Roma, Revlon è stata official beauty partner esclusivo.

Il rapporto tra Revlon e il cinema ha radici profonde: una per tutte la celebre scena in taxi con un'icona della bellezza femminile, nel 1961. Chi non ricorda infatti Audrey Hepburn che nel film Colazione da Tiffany si passa velocemente sulle labbra un rossetto, il 415 Pink in the Afternoon Super Lustrous?

Un rossetto - naturalmente firmato Revlon - che è diventato cult per migliaia di donne in tutto il mondo. Da allora Revlon ha scelto moltissime star di Hollywood come testimonial: la stessa Audrey Hepburn negli anni '80 e in tempi più recenti Halle Berry ed Emma Stone.

Foto: Domenico Paolicelli



FESTA DEL CINEMA DI ROMA

Ecco perché Revlon è stata particolarmente orgogliosa di prendere parte come official beauty partner in esclusiva alla diciassettesima edizione della Festa del Cinema di Roma, che si è svolta presso l'Auditorium Parco della Musica dal 13 al 23 ottobre. Il team di make-up artist e di hairdresser Revlon Professional si è preso cura a 360° del look dei partecipanti all'evento, esaltando la bellezza di ciascuno con passione e dedizione. L'esaltazione dell'unicità è stata grande protagonista di uno dei red carpet più prestigiosi nel mondo del cinema grazie ai professionisti Revlon. Le star, i vip e gli ospiti internazionali hanno così potuto conoscere ed apprezzare la bravura degli hairstylist e make-up artist Revlon.

LIVE BOLDLY

Revlon è stata fondata con la missione di dare vita ed esaltare la bellezza in tutte le sue forme e le sue manifestazioni, incoraggiare l'inclusione e promuovere l'auto espressione. Per quasi un secolo i valori aziendali Revlon hanno contribuito alla creazione di un mondo in cui ognuno può vivere liberamente la propria vita, celebrando l'audacia e la bellezza in ogni sua manifestazione. "Live boldly" è una espressione coniata dal brand stesso che letteralmente significa "vivere



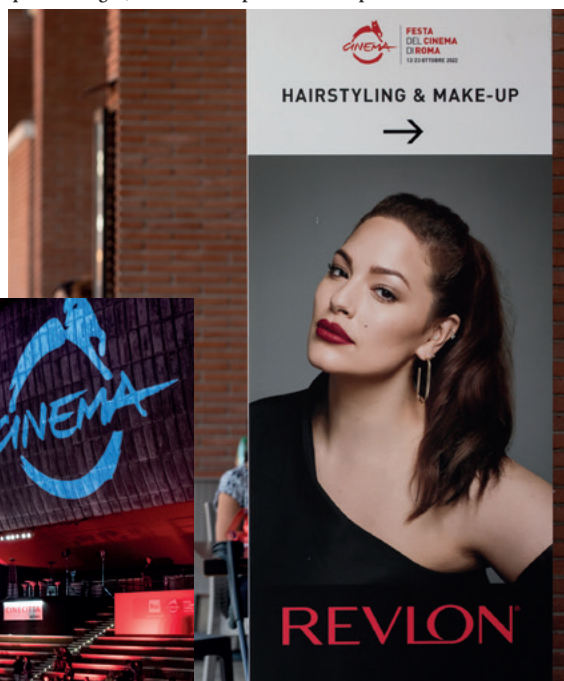
Federica Ricci, La Snika, Tik Tokker e influencer.

con coraggio": un invito alle donne, ma non solo, a esprimersi appieno e con passione, facendo della personale diversità il proprio punto di forza, senza vergogna. Per questo la bellissima modella curvy Ashley Graham è stata scelta come volto associato alla partecipazione di Revlon come sponsor ufficiale della Festa del Cinema di Roma. Chi meglio di lei incarna i valori del brand?



Dharma Mangia Woods, attrice.

Ashley Graham, in basso, è una modella e conduttrice Tv americana. Sostenitrice del body positivity è stata nel 2016 la prima modella curvy sulla copertina di Sports Illustrated, mentre nel 2017 è apparsa su quella di Vogue, diventando la prima modella plus size della rivista.





MADRID 21/23 Ott **Salón Look**

Con 50.712 professionisti presenti, la 24^a edizione di Salón Look ha raggiunto un numero di visitatori molto vicino alle edizioni pre-pandemia.

I dati registrati da Salón Look lo dimostrano chiaramente: la 24^a edizione, tenutasi dal 21 al 23 ottobre presso il centro congressi Ifema Madrid, è stata un successo. La partecipazione al salone è aumentata del 70% rispetto all'edizione precedente: in totale, sono stati 50.712 i professionisti del settore della bellezza che hanno visitato la fiera, 300 aziende e 1000 marchi presenti, 53 espositori internazionali provenienti da 15 paesi stranieri come Belgio, Corea, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Lituania, Pakistan, Perù, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Singapore, Stati Uniti e Svizzera. Cifre nettamente superiori al 2021 e molto simili a quelle registrate nel 2019, nel periodo pre-pandemia. Dopo anni difficili, è un risultato che conferma il buon andamento del settore.

AREA ESPOSITIVA

Entusiasmo e positività si respiravano già nell'area espositiva, dove molte delle aziende disponevano di un palco per le dimostrazioni live e i meeting si susseguivano con successo uno dopo l'altro.



Attività frenetica anche nello spazio Hair Focus dove Estetica è stata testimone d'eccezione della consegna dei diplomi agli studenti del primo master The Hair MBA, partecipando anche al primo incontro creativo di Club Fígaro con un'interessante tavola rotonda tra tutti i membri della giuria professionale del premio spagnolo. Come ogni anno, Intercoiffure Mondial ha organizzato il tradizionale buffet, seguito da un emozionante documentario dedicato a Manuel Mon, un omaggio all'emblematico parrucchiere asturiano.

CONGRESSI

Salón Look è stato anche teatro di molteplici attività, show e conferenze che, nei diversi spazi, hanno offerto agli oltre 4.000 professionisti presenti possibilità di discussione e confronto. Si sono distinti in particolare il III Congresso Iberoamericano di Consulenza d'Immagine e il Congresso di Acconciatura e Gestione Aziendale.

IL RITORNO DI EFFERVESCENE

Effervescene, lo show ideato e prodotto da Mikel Luzea, è tornato sulla Passerella Hair Look, e lo ha fatto coinvolgendo grandi nomi del panorama dell'acconciatura attuale, come Manuel Mon, Rafael Bueno e il sorprendente ed enigmatico Experimento No Name. Il successo dell'iniziativa sta proprio qui, nella capacità di riunire grandi hairstylist spagnoli in grado di svelare tecniche, trucchi e segreti per ottenere i look presentati in passerella. Sponsor di questo format unico al mondo, Revlon Professional, International Hairdressing Awards e Salón Look.

CLUB FÍGARO

Come ogni anno, a chiudere in bellezza la fiera sono i Premi creati da Club Fígaro.

A destra, Julia González dà il benvenuto ai partecipanti al Congresso di Consulenza d'Immagine e Personal Branding.



La passerella Hair Look ha ospitato i migliori acconciatori di tendenze attuali e d'avanguardia spagnoli, annunciando quindi i premiati: Alba Andreu (Rivelazione), Christian Ríos (Men's Commercial Collection), Experimento No Name (Women's Commercial Collection), Manuel Mon (Avant-Garde Collection), Juliette den Ouden (International Collection) e Rafael Bueno (Catwalk Award). Ad aggiudicarsi il titolo di Spanish Hairdresser Of The Year è stato invece Carlos Valiente. Complimenti da Estetica.



A lato, Albert Catalán durante il suo intervento al Congresso di Acconciatura e Gestione Aziendale.

In senso orario: uno degli spettacoli sul palco dello stand di Artero; Manuel Mon durante Effervescene; meeting di clienti internazionali; l'incontro creativo Club Fígaro con i membri della giuria e, infine, la collezione di Carlos Valiente, Spanish Hairdresser Of The Year per Club Fígaro.



LIDO DI
VENEZIA
23 Ott

Life as a movie set



Solo diventando consapevoli di ciò che si è e dei ruoli che si rivestono sarà possibile diventare registi della propria stessa vita. Questo il tema di *Life as a movie set*, l'evento organizzato da Alter Ego Italy presso l'Hotel Excelsior (Lido di Venezia) e presentato da una madrina d'eccezione, Elenoire Casalegno. Come in un cinema, infatti, ognuno di noi proietta sul mondo i propri pensieri e per questa ragione non ha mai un accesso diretto alla realtà, sempre filtrata da costruzioni mentali inconscie. Costruzioni che condizionano le scelte di vita obbligando a recitare ruoli che gli altri hanno scelto per noi. Come fare dunque per 'uscire da questo film'? Il segreto è diventare registi della propria vita. E in questo percorso di ricerca di vita autentica, il ruolo del parrucchiere è fondamentale perché ha la possibilità di aiutare la donna a fare il primo passo, di aiutarla a giocare con la

Sotto, da sinistra, Gina Rossi, Alain Corazza, Anthony Galifot, Jerry Del Duca e Marco Lamberti sul palco di *Life as a movie set*.

propria immagine e interpretare il ruolo che davvero desidera. Durante la kermesse, hairstylist di fama internazionale hanno sfilato con le loro creazioni per celebrare insieme la bellezza e la vita. Tra i protagonisti, Zoih Team - gruppo direzione artistica di Alter Ego Italy composto da Gina Rossi, Jerry Del Duca e Marco Lamberti - che ha proposto look in grado di rappresentare le diverse identità che una persona può assumere in funzione della maschera che indossa. Il Team Akademia, rappresentato sul palco da Alessandra Marzolini e Alain Corazza, ha invece portato in scena l'idea di spirale dark, dei ruoli più oscuri che l'uomo nel corso della vita è costretto ad interpretare. Ospiti d'eccezione, Anthony Galifot e Stefano Conte, hairdresser di star nazionali e internazionali. La performance di Galifot si è ispirata ai classici dei film noir, attraverso l'utilizzo del bianco e nero per porre il focus sulla contrapposizione uomo-donna; Conte ha voluto far riflettere gli ospiti sul rapporto tra l'uomo e le tecnologie digitali. Nel pieno rispetto della mission aziendale, lo show di Alter Ego Italy è stato realizzato secondo gli standard internazionali Carbon Neutral, assicurando cioè una riduzione delle proprie emissioni di CO2 sostenendo un interessante progetto di protezione di più di 1.150.200 ettari di foresta pluviale tropicale in Colombia.





Carla Amaducci e Afsoon Neginy, le due donne che hanno ricevuto il "Premio 505" negli ultimi due anni. Carla, tra le fondatrici del Network, ha compiuto 73 anni di carriera nel mondo dell'acconciatura. Il premio è un'opera d'arte creata dallo scultore Davide Caprili.

505: la donna dell'anno

FERRARA
17 Ott

Anche quest'anno le protagoniste di '505 Parrucchiere è donna' hanno voluto conferire il loro prestigioso riconoscimento a una donna capace di lasciare un segno, e di rispecchiare tutti i valori di forza, energia, condivisione e sorellanza del network. Il Premio 505 è stato infatti assegnato all'imprenditrice e manager Afsoon Neginy, Coo Business e Sustainability Director di AGF88 Holding, nominata tra le 100 donne di successo 2021 dalla rivista Forbes. Grazie alla sua determinazione e capacità, Afsoon, di origini persiane, è riuscita ad affermarsi ai massimi vertici in un paese diverso da quello di nascita, ed è oggi anche la grande guida dell'associazione Woman For Beauty, volta ad aiutare altre donne con percorsi di re-skilling: "Perché una donna realizzata in ambito professionale rende il mondo più bello arricchendolo di sfumature e dettagli". Un evento – moderato da Roberto Pissimiglia, Editore EsteticaNetwork – che ha messo al centro la forza delle donne e la loro

capacità trasformativa del mondo circostante. Iraniana anche un'altra ospite dell'incontro, Tannaz Hosseini Lahiji, un'artista con una sensibilità e una visione profonda sulla conoscenza del corpo umano e delle energie che esso sprigiona. Tra gli altri ospiti, il fotografo Amedeo Turello con un intervento dedicato alle qualità oggi imprescindibili per la creazione di immagini, e la sociologa Serena Sala. Dopo un periodo di sconvolgimenti e in un presente caratterizzato dall'instabilità finanziaria, e sociale, l'incontro delle 505 ha voluto esplorare quali nuove energie e scopi, priorità e competenze, aspirazioni ed aspettative si possono elaborare e incoraggiare per dare forma ad un futuro fertile... e al femminile!

Leggi a pag. 19 l'intervista ad Afsoon Neginy e Tannaz Hosseini Lahiji.

www.5zero5.it
www.women4beauty.it



Photo: Arianna Lodato



Dall'alto, il gruppo delle 505 con Tannaz Hosseini Lahiji (al centro); Amedeo Turello e Serena Sala; Roberto Pissimiglia con Carla Amaducci e Afsoon Neginy.

Farmaca International

40 anni di storia

MILANO

23/24
ott



Un evento davvero speciale per Farmaca International, che ha celebrato 40 anni di bellezza e creatività in una delle più esclusive location di Milano, il Superstudio Maxi.

Il gala organizzato da Farmaca International rimarrà nell'immaginario di tutti come un'occasione di gioia, festa, creatività e grande professionalità. A celebrare la bellezza e i 40 anni del brand c'erano 1500 clienti

accolti a Milano in una location d'eccezione, il Superstudio Maxi.

Impeccabile l'organizzazione: la direzione dello show è stata affidata al Direttore Artistico Genny D'Auria; il maquillage era nelle mani di una squadra di oltre 20 make-up artist guidati da Simone Belli, truccatore noto nel mondo della moda e del cinema; gli abiti erano a cura di Luca Termine, noto stylist che lavora per magazine di moda e agenzie pubblicitarie; gli 80 ballerini e modelle che hanno animato lo show sono stati coordinati da Maura Paparo, coreografa in tv e teatro.



Estro Magazine di Farmaca International celebra i 40 anni del brand. Sul retro del book, Estetica racconta quegli anni attraverso una lunga storia di copertine inedite.



Laura Castelli di Estetica intervista il direttore artistico Genny D'Auria. Sotto, Roberto Pissimiglia, editore di EsteticaNetwork, sul palco al fianco di Emilana Volonnino; a destra, Roberto con Tino Bonino, per anni direttore commerciale di Farmaca International.



Fulvio Fardelli e Viviana Marsella, seconda generazione alla guida dell'azienda di Settimo Torinese, hanno dato il via ad uno show che è stato un viaggio di due giorni nella moda degli ultimi 40 anni, ma anche nel futuro. Il lunedì, i clienti hanno assistito in anteprima alle proposte moda 2023, tradotti poi in format education. Sulla sontuosa passerella lunga sette metri, hanno sfilato le creazioni di: Daniele Caltagirone, Direttore Tecnico del brand, che ha raccontato un nuovo modo di utilizzare ed interpretare il mondo delle extension abbinate al colore; Artestile Team con 'Favorita': il racconto attraverso tecniche di colorazione di una moda e di una bellezza senza tempo; Barber Crew ha portato in pedana 'Venti+', un quadro che ha saputo mescolare il sapore vintage degli anni Venti al nuovo millennio in una percezione assolutamente moderna. E non poteva mancare Genny D'Auria con il suo team, che ha ripreso la narrazione della domenica raccontando attraverso il concetto di reciprocità, dura realtà, armonia, rifugio e reciprocità l'alternanza tra retro e futuro. 'Retrofutura': il futuro immaginato nel passato...



Due giorni di full immersion nella moda, nella tecnica e nelle tendenze: un appuntamento di formazione, spettacolo e condivisione con l'obiettivo di chiudere e aprire allo stesso tempo le attività 2022 e 2023, coinvolgendo hairstylist e professionisti del settore nazionali e internazionali in un'atmosfera di convivialità e ispirazione. In sintesi il Two Days Grand Event di Screen, tagliatiXilsuccesso e Nubeà. Moda, estro, innovazione ed evoluzione, sono solo alcune delle parole chiave che hanno accompagnato la kermesse di Riccione. La domenica è stata dedicata alla formazione tecnica con, a concludere, la consueta cena di gala che ha visto tutta l'energia

RICCIONE
27/28
Nov



Il Two Days Grand Event 2022



Laura Chiatti per
tagliatiXil successo
PARRUCCHIERI

creativa che da sempre contraddistingue gli affiliati a questo brand, all'opera. Il giorno seguente è stato il momento per lo show: sul palco l'International Artistic Team ha presentato agli oltre 1800 acconciatori presenti, le nuove collezioni acconciatura, taglio e colore. Nella stessa occasione è stata annunciata anche la nuova campagna di comunicazione che ha il compito di veicolare nel mondo l'immagine Primavera/Estate 2023 Screen e tagliatiXilsuccesso, e presentare l'attesissima nuova testimonial: Laura Chiatti. Tra animazioni

artistiche e splendide coreografie, tantissimi applausi per il direttore artistico di tagliatiXilsuccesso e Screen, Rocco Blasioli, accolto da una vera e propria ovazione in sala. Insieme al team ha dato le anticipazioni di quelli che saranno i trend forti nel 2023: il wet look, capelli effetto bagnato dove il gel è protagonista. Andranno i tagli scalati ma ribelli, con asciugatura spettinata e tecnica scrunch. La frangia torna di nuovo in auge. I capelli lisci diventano veri e propri liquid hair. Il tutto naturalmente condito da un mondo di colore, come è prerogativa del brand.



In alto la nuova testimonial Laura Chiatti. Sul palco al lavoro, Rocco Blasioli, Davide D'Ettore e Vania Barbieri.



ROMA
27/28
Nov

Signature Color Show

sono state chiamate a parlare sul ruolo della donna oggi nel mondo del Cinema e delle fiction tv. Ad aprire la giornata del lunedì sono stati Athina Nikolaidou, General Manager Wella Company Italia e Grecia, che ha sottolineato l'importanza del ritorno ai grandi eventi live e dell'importanza della presenza femminile nello show, e da Luca Moscon, Direttore Commerciale Wella Company, che ha tracciato un quadro del mercato del settore e ricordato la scomparsa del maestro James Longagnani. Via libera quindi agli show con l'apertura del team tutto al femminile Wella Woman Artistic Team, composto da Alessia Sigona, Suleima Di Martino, Erika Scatigna, Giulia Pascolini. Per la prima volta on stage in Italia, l'hairstylist Wella Color Ambassador James Earnshaw ha presentato colori e tecniche inedite, mentre Art Hair Studios, con i direttori Artistici Alessandro Galetti e Jo Capelli, ha presentato uno show onirico, visionario e iconico. Tra i protagonisti on stage anche i Wella partner Sabrina Locci e Christian Nanni di Weeme, Fiorindo di Claudio e Patrizio di Serafino di 06 LAB; seguiti dal Team Firriolo, con Mario, Andrea e Marco che hanno firmato teste raffinate ed iconiche, ed Egidio Borri che ha conquistato il pubblico con il suo stile unico. Mitù, guidato dai Direttori Artistici Dario Manzan e Carlo Di Donato, ha portato in passerella un racconto di personalizzazione, mentre Pier Paolo Lai ha presentato delle acconciature-scultura ispirate al Sol Levante.

Un evento all'insegna del colore e delle sue declinazioni. È il Wella Professionals Signature Color Show che ha visto la partecipazione di oltre 1.600 acconciatori provenienti da tutta Italia, curiosi di assistere alle performance degli stilisti del brand. "Un grande momento di condivisione con i saloni Wella, un momento per ritrovarsi insieme in famiglia dopo tanti anni 'fisicamente' lontani" ha commentato Marco Vurro, Direttore Comunicazione e Education Wella Italia. Domenica 27 novembre è stata una giornata di incontri e cultura. A partire dalla lectio magistralis del sociologo Domenico De Masi che ha tratteggiato bisogni, desideri e consumi della società di oggi, per poi continuare con l'intervento dello psichiatra Paolo Crepet, che ha spinto il pubblico a interrogarsi su coraggio, passione e libertà. Spazio alle donne poi con una doppia intervista: l'attrice Giusy Buscemi e la regista Jan Michelini





SINESIA

MIND THE TIME



[sinesia.com](https://www.sinesia.com)

© Copyright 2021 - All rights reserved

LA RIVOLUZIONE PARTE DALLA TESTA.

**LA PRIMA LINEA PER IL SALONE,
DAL COLLO IN SU.**

Sinesia è la rivoluzionaria linea professionale che abbina hair care a skin care per riconnettere corpo e mente. Una linea di prodotti innovativi in cui ogni gesto è connesso al tempo, e dove ogni momento dedicato alla bellezza si trasforma in una preziosa esperienza di benessere.



LINK-D

NEW



BOND NOURISHING DRY OIL N°5

OLIO SECCO SENZA RISCIACQUO
30 ml

- *Lucentezza naturale*
- *Idratazione e protezione da agenti esterni*
- *Effetto anti-crespo*
- *5 Oli Biofermentati*



Pidielle S.p.A.

info@pidiella.it



I vincitori dei Global Creative Awards 2022

La serata dei Global Creative Awards con l'annuncio dei nuovi Vincitori Gold, Silver e Bronze è stata uno dei numerosi momenti clou del Kao Salon Global Experience 2022. Per gli stilisti di tutto il mondo, i Global Creative Awards offrono la possibilità di mostrare tutta la loro creatività, senza limiti. I Global Creative Awards sono un'opportunità unica per gli stilisti di creare il proprio look capelli, mettendo in mostra le loro capacità innovative e la propria piena visione creativa.

Gli stilisti possono competere in due modi diversi: concorrere per i Technical Awards, con tre categorie differenti, oppure Editorial Awards, con quattro categorie.

Quest'anno circa 70 stilisti da 37 Paesi hanno partecipato alla competizione live in Amsterdam per mettere alla prova la propria creatività di fronte ad una giuria internazionale. Ecco i vincitori di quest'anno dei Global Creative Awards.

www.globalcreativeawards.com

**GOLD
WINNERS**

**Technical
Awards**

New Talent Colorist of the year



MALAYSIA
Tiew Pei Yu
The Editor Salon

Creative Colorist of the year



SINGAPORE
Junz Loke
Evolve

Creative Haircutter of the year



ITALY
Daniela Farzetti
Daniela Hair Group

**global
creative
awards**

GOLDWELL. KMS ORIBE

GLOBAL EXPERIENCE 2022
GOLDWELL. KMS ORIBE

Technical
Awards



New Talent Colorist of the year

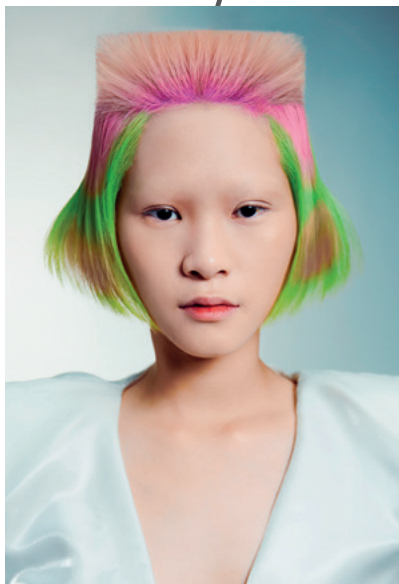
Creative Colorist of the year

Creative Haircutter of the year

SILVER



CANADA
Emily Kooistra
Cyan



MALAYSIA
Ian Lee Jia Pei
The Editor Salon



USA
Rafael Monzó López
D'Autor by Rafa Monzó

BRONZE



UNITED KINGDOM
Lucia McEvoy
Tony Wood Hairdressing



HONG KONG
Tasha Yip
Red Hill Hair Salon



USA
Alex Tant
The Upper Hand - River Oaks

A wide-angle photograph of the Chicago skyline at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm orange glow over the city. The skyscrapers are silhouetted against the sky, and their lights are beginning to reflect on the water of Lake Michigan. The title 'Kao Salon Global Experience a Chicago!' is overlaid on the image in large, bold, white and red letters.

Kao Salon Global Experience a Chicago!

Competi dal vivo alla prossima Kao Global Experience a Chicago. Gli stilisti possono competere in due modi diversi: concorrere per i Technical Awards, con tre categorie differenti, oppure Editorial Awards, con quattro categorie.

TECHNICAL AWARDS

Creatività che inizia con un servizio fotografico e termina con una competizione tecnica dal vivo. I partecipanti delle categorie tecniche devono competere prima a livello nazionale nel loro Paese. Successivamente i vincitori dell'oro passano alla competizione internazionale dal vivo.

EDITORIAL AWARDS

Quattro entusiasmanti categorie di concorso globale Photo-Only che celebrano il massimo della creatività editoriale. I partecipanti delle categorie editoriali devono competere a livello globale in questo concorso internazionale Photo-Only.

I Gold Winner di ogni categoria tecnica meritano il giusto riconoscimento per tutti i loro sforzi creativi. Oltre al trofeo, riceveranno una copertura editoriale globale con le riviste **ESTETICA**.

Cogli l'occasione per mostrare al mondo cosa fa un vero creativo: Immagina, Crea e Ispira.

Per ulteriori informazioni, per conoscere il regolamento ed i requisiti per partecipare, visita il sito:

www.globalcreativeawards.com

La grande famiglia Kao Salon ti aspetta LIVE al prossimo Kao Salon Experience a Chicago, 24/25 Settembre 2023!

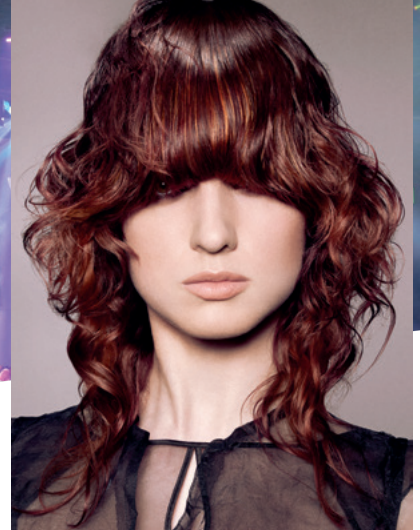
KAO SALON
GLOBAL EXPERIENCE
Sept 24-25, 2023

Editorial Colorist of the year

GOLD



UNITED KINGDOM



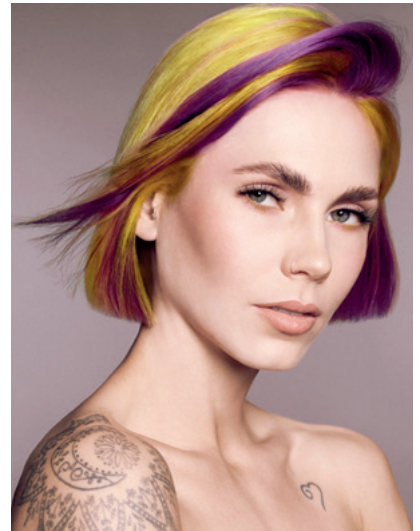
Ben Driscoll-Price

Price & Driscoll

SILVER



UNITED KINGDOM



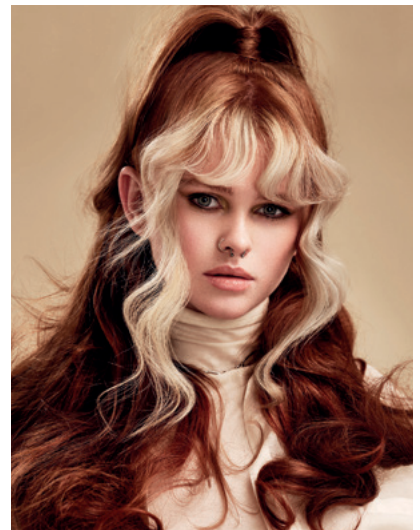
Amy Wardley

John Oliver's

BRONZE



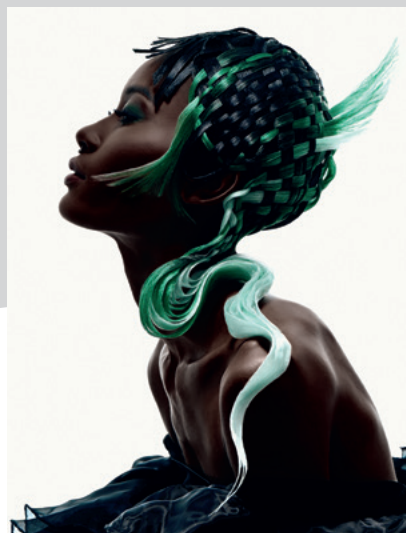
UNITED KINGDOM



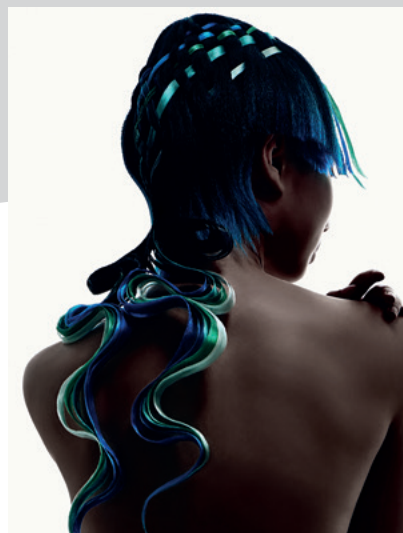
Jack Mead & Lydia Wolfe

Jack & the Wolfe

Avant Garde Stylist of the year



MALAYSIA



GOLD

Tom Yek Teng Siong

Decrypt Hairdressing



NETHERLANDS



SILVER

Manou Grijzen

Twins Hair & Beauty Dalen



AUSTRALIA



BRONZE

Abbie Jackson

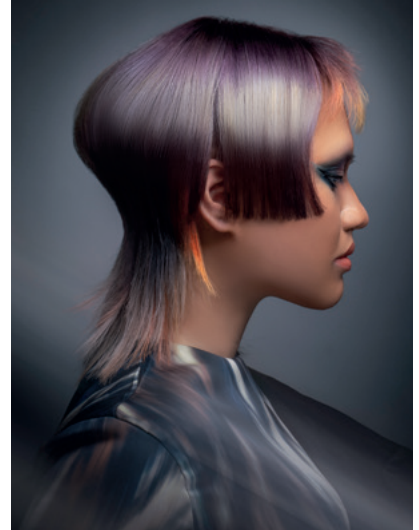
Temple

Salon Team of the year

GOLD



MALAYSIA



Siew Thiam Kui
Artist Hairdressing

SILVER



SPAIN

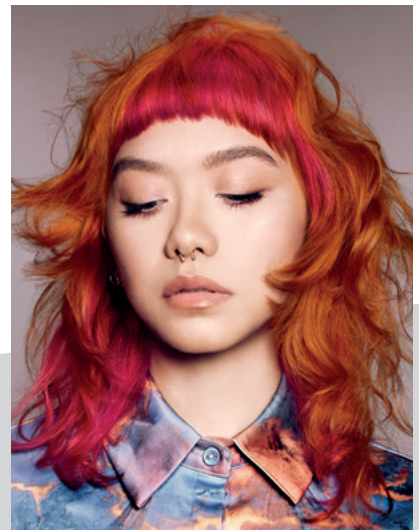


Rafa Monzó López
D'Autor by Rafa Monzó

BRONZE



UNITED KINGDOM

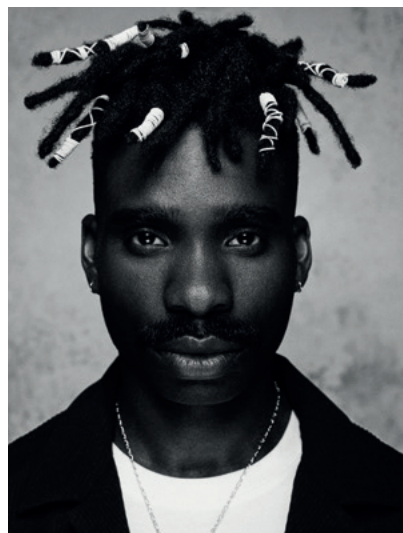


Donna Page
Salon Prisma

Men's Hairstylist of the year



UNITED KINGDOM



Andrew Plester

Hare & Bone

GOLD



NETHERLANDS



Jeffrey Den Dikkenboer

Jeffrey Den Dikkenboer

SILVER



NETHERLANDS



Jos Verzijlberg

Kapsalon Jos Verzijlberg

BRONZE



Kao Salon Global Experience 2022

La città di Amsterdam ha ospitato oltre 2.300 parrucchieri e ospiti provenienti da tutto il mondo, riuniti per Kao Salon Global Experience 2022 e l'annuncio dei vincitori dei Global Creative Awards di quest'anno. *Gary Kelly*

LA SERATA DEI GLOBAL CREATIVE AWARDS

Per i partecipanti al concorso, il momento più atteso di Kao Salon Global Experience è stata senza dubbio la serata di Gala presso il Centro Congressi RAI di Amsterdam, dove sono stati annunciati i vincitori dei Gold, Silver e Bronze Award, per ciascuna delle categorie in gara. La serata ha visto anche i due eccezionali show di Angelo Seminara e Mario Krankl, oltre alla presentazione di una splendida collezione per annunciare il rilancio di Kerasilk all'inizio del 2023.

“È stato un enorme piacere poter ospitare questo evento di nuovo dal vivo quest'anno”, ha dichiarato John Moroney, VP Creative & Communication.

“I proprietari dei nostri saloni e gli hairstylist erano entusiasti. È un luogo dove incontrarsi con artisti affini e creare amicizie per la vita. Ogni tipo di creatività attendeva gli ospiti: dal colore e stile contemporaneo di Goldwell, allo street style magistrale di KMS, allo stile editoriale chic di Oribe.”



SESSIONI ARTISTICHE E ACCADEMICHE

Gli ospiti di tutto il mondo hanno avuto l'opportunità di sperimentare l'assoluta padronanza della tecnica attraverso cinque stimolanti Artist Sessions a cura di: J.7 Creative Team da Stoccarda, Germania; EVOLVE, un salone di Singapore; Oribe Hair Care ambassador, STACEY CICERON; top international hairstylist HUUB EYSINK e vincitore di numerosi premi, TAZ HAIR CO. La Academy Session ha presentato cinque Academy Team internazionali che hanno condiviso le ultime tendenze dalle loro città. I migliori educatori e artisti si sono uniti a loro dal vivo sul palco: Sona Brado & Daniel Bruns, Agnes Westerman & Sascha Haseloff, Salome de Wet & Neil Barton, Kylie Bussing & Jacob Khan e Nicci Welsh. L'evento si è concluso con l'annuncio che Kao Salon Global Experience 2023 si terrà a Chicago, USA!

GOLD
WINNERS



SILVER
WINNERS



BRONZE
WINNERS



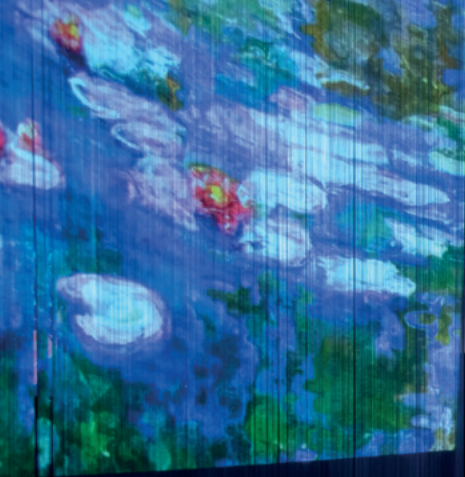
>>> Per saperne di più e
per conoscere la lista
completa dei vincitori:
www.esteticamagazine.com

global creative awards

GOLDWELL. KMS ORIBE







Arte, filosofia e scienza

“La cultura della bellezza” Giorgio Monacelli alla guida della direzione artistica di Monacelli Italy.

Giorgio Monacelli è il nuovo direttore artistico di Monacelli Italy. Un'azienda che da sempre insegna agli hairstylist un nuovo concetto di bellezza, con un metodo, unico e certificato, in grado di creare e rendere visibile la bellezza che si cela in ogni persona.

Perché questa scelta?

“Per prima cosa vorrei ringraziare Gianluca Grechi che - scelto da me - mi ha preceduto in questo ruolo. Con Gianluca abbiamo fatto un bellissimo percorso insieme cercando di andare oltre, verso quelle innovazioni che io ritengo fondamentali per questo settore e a cui ho dedicato molti anni di

ricerca e di sviluppo personale e aziendale. Auguro a Gianluca di realizzare tutti i suoi sogni nella sua nuova avventura e sancisco il tempo felice passato insieme dedicando la copertina di Estetica della Monacelli Italy ad una sua creazione di modacapelli.

Il mio obiettivo è dare un contributo a “costruire il bello” perché, da sempre, sono convinto che la bellezza genera felicità, in quanto capace di illuminare l'esistenza delle persone.

Questo nuovo incarico non mi allontana troppo da quello che già facevo prima in questa area della nostra azienda, ma mi offre la possibilità di incidere direttamente sulle scelte in modo da continuare



Giorgio Monacelli
e il gruppo artistico
che si occupa delle
creazioni di modacapelli.



a sviluppare quella che è la mission fondamentale dell'azienda da me creata nel 1991: costruire la Cultura della Bellezza come sintesi di arte, filosofia e scienza”.

Ci può spiegare meglio questa sua visione?

“L'arte è un modo di comunicare il proprio pensiero, la propria idea della vita, il proprio stato d'animo, emozioni e sentimenti e soprattutto quando è 'arte vera' l'artista ha la possibilità, attraverso la sua opera, di veder rivivere tutto questo negli occhi e nella mente di chi la guarda. Questa ne è la bellezza: accendere un fuoco intorno al quale le persone possano sedersi per ascoltare se stessi e le sensazioni che l'opera muove dentro il proprio cuore, dentro la propria anima.

L'opera d'arte sprigiona emozioni e questo è quello che mi ha sempre attratto: muovere noi stessi, muovere gli altri, per muoversi insieme.

Su questo si inserisce un'altra mia passione: la filosofia, l'amore per il sapere che ha la capacità di orientarti nella vita. Un sapere che ti guida e che indica la via: da che parte stare, che cosa scegliere, che cosa cercare e ricercare, un sapere che costruisce i valori fondanti di un uomo da cui prendono vita le conoscenze e le competenze che lo porteranno ad essere nel presente un uomo vero, toccabile, tangibile e soprattutto in continuo miglioramento. Ecco che allora la filosofia ci aiuta a completare il concetto di bellezza: bello può essere solo ciò che è vero, che è giusto, che è bene, che è buono. I greci avevano già capito tutto questo e parlando di bellezza sostenevano che l'unica possibile è quella che rispetta il principio “kalòs kai agathòs”. Bello e Buono diventa così lo stimolo per ricercare e fortificare tutte quelle virtù che fanno sentire l'uomo degno di stima e di rispetto. In ultimo mi attrae la scienza, perché è la possibilità dell'uomo di andare oltre, di sperimentare per

dimostrare che le proprie intuizioni possono diventare realtà. La scienza chiude, per me, il cerchio perché mi dà la possibilità di creare, di generare innovazione utile al mondo, di pensare e di costruire quelle cose che possono contribuire a costruire un mondo migliore, un mondo in cui la bellezza ha un ruolo fondamentale in quanto può illuminare l'esistenza delle persone e generare felicità”.

Che cosa farà nella sua nuova veste di direttore artistico?

“In questi 25 anni sono sempre

Come pensa di poter fare questo?

“Ho la fortuna e la possibilità di poter contare su una squadra tecnicamente molto preparata e molto affiatata. Tutti padroneggiano il “nostro linguaggio”, che non è soltanto un linguaggio tecnico ma è un linguaggio che, come dicevo prima, tiene insieme e miscela arte, filosofia e scienza e fa sì che i nostri insegnamenti producano dei miglioramenti significativi prima a livello umano e poi a livello tecnico. È una squadra molto forte perché quello che ciascuno di loro



Monacelli International Academy

Lo studio, la ricerca e la sperimentazione sono il motore dell'attività Monacelli, volta alla continua creazione di soluzioni innovative e originali destinate al mondo della bellezza e della salute della persona.

stato il presidente della Monacelli Academy ed il mio compito è sempre stato quello di fare in modo che la Cultura della Bellezza, come sintesi di arte, filosofia e scienza, potesse ispirare l'operato di questo settore divenendo uno strumento di formazione capace di portare gli operatori di questa professione nel posto che gli spetta: eccellenza in quello che fanno per generare qualità, felicità e redditività in salone. Le immagini di una collezione moda sono uno strumento fondamentale per condensare tutto questo in un comportamento che mette in correlazione il team del salone con i propri clienti e fare in modo che si generi così un tempo felice per tutti, che è la mission Monacelli Italy. Pertanto, il mio primo intento sarà proprio quello di continuare sulla strada intrapresa cercando di rafforzare le aree dove ancora possiamo migliorare e cercare di esaltare ancora di più quei punti che ci caratterizzano e che oggi ci rendono fieri di quello che siamo”.

trasferisce in aula lo ha già precedentemente trasferito nel proprio salone e ha fatto in modo che il proprio team realizzasse risultati incredibili di qualità, felicità e redditività. Sono felice di poterli guidare e cercherò di mettere ancora di più a loro disposizione tutti quegli strumenti di sviluppo che caratterizzano e identificano Monacelli Italy come unica azienda cosmetica al mondo certificata come Azienda di Sviluppo e di Crescita Aziendale, in modo da poter creare ancora con più forza una “Bellezza Oggettiva su Misura in Risonanza con l'Universo”, che è lo scopo principale di ogni salone vincente. In ultimo fortifierò ancora di più il concetto di “inclusività” nel team, aprendo la porta a tutti quelli che hanno qualcosa di importante da dire per lo sviluppo e la crescita di questo settore che, in definitiva, è ciò che anima ogni mia giornata di lavoro”.

www.monacellitaly.it

Nuove aperture

TagliatiXilsuccesso dà vita a due prestigiosi saloni nel cuore di Milano. Location d'eccezione.



Da sempre Milano significa moda e design. La città è la capitale italiana ed europea del fashion system, ospita meravigliose opere d'arte e moderne architetture ma anche ristoranti stellati e i brand più prestigiosi. Ed ora anche due saloni firmati tagliatiXilsuccesso, proprio nel cuore più creativo della città.

LOCATION PRESTIGIOSE

Roberto Belvedere, hairstylist e manager di successo, ha una storia importante nel mondo della coiffure italiana, ed è protagonista della moda milanese da tantissimi anni. Inevitabile l'incontro con tagliatiXilsuccesso, sinonimo di made in Italy ed esclusività. Il marchio creato da Maria Parnazzini e dai suoi figli, Alessandro e Nico, è oggi tra i brand leader nel settore dell'hairstyling, con un'importante presenza su tutto il territorio nazionale con più di mille affiliati, caratterizzati dall'uso di speciali ed innovative tecniche di taglio e colorazione, un servizio al cliente completo e l'uso di prodotti Screen di alta qualità. "Quello che ci lega personalmente a Roberto Belvedere è una grande

Dopo le ultime aperture di Firenze e Chioggia, Venezia, arriva Milano, altra città metropolitana ad ospitare il marchio tagliatiXilSuccesso.



stima reciproca ed ora l'importante progetto di far vivere il marchio tagliatiXil successo nel cuore del fashion system" afferma Maria Parnazzini, fondatrice e presidente del marchio. "Siamo molto orgogliosi di queste due nuove acquisizioni. Due saloni che si affacciano sulle strade più prestigiose di Milano e che parlano di modacapelli tagliatiXil successo ai visitatori internazionali della città della creatività e dell'innovazione per eccellenza". Roberto Belvedere intraprende sin da giovanissimo la professione di famiglia, poiché i Belvedere sono parrucchieri da generazioni, e da subito collabora con importanti personaggi del mondo dello spettacolo sino a contare, nel 2009, 15 saloni e 117 dipendenti, mentre nel 2022 lancia sul mercato una linea esclusiva dedicata ai pet. "Il segreto del successo è mantenere la serenità" dice "e con serenità ho scelto di entrare a far parte di un brand internazionale.

Essere tagliatiXil successo significa prima di tutto avere a disposizione ricerca ed innovazione stilistica continua, ed una formazione dedicata a tutto lo staff grazie all'Accademia del brand, la più grande in Europa, nonché prodotti di altissima gamma come i prodotti Screen e Nubeà".



Le vetrine tagliatiXil successo si affacciano nel centro del quadrilatero della moda milanese. Location prestigiose per una modacapelli esclusiva firmata tagliatiXil successo. I due saloni sono in via San Marco 25 e in via Solari 42 a Milano.

Blonde addicted

La nuova linea Blonde Experience e le Hairlove Extension: le innovazioni di Sebastiano Attardo.

Ha inaugurato da poco il nuovo salone Privé a Milano in cui offre un'esperienza esclusiva alle sue clienti, ora

l'hairstylist e formatore Sebastiano Attardo propone due interessanti novità per chi ama il biondo. Conosciuto nel mondo della coiffure come il primo 'Specialista del Biondo' in Italia, è l'ideatore del suo rivoluzionario metodo Armocromia, che aiuta centinaia di donne a realizzare il loro desiderio: il biondo perfetto. In pochi anni ha cambiato le regole del biondo grazie alle sue innovative tecniche per la realizzazione di questa colorazione così amata: senza macchie, né sfumature giallo/arancio, lasciando i capelli sani e brillanti. Nei suoi corsi di formazione in Accademia, ma anche online, prepara gli acconciatori ad avere una nuova visione della professione, che si orienta verso il lusso, attraverso i suoi due metodi infallibili: Armocromia by Attardo e Color 3D.

BLONDE EXPERIENCE

Grazie alla sua profonda conoscenza del mondo del colore Sebastiano Attardo ha lanciato una nuova linea dedicata a chi ama i capelli biondi. Si chiama Blonde Experience, ed è stata studiata per far vivere anche a casa il rituale di bellezza per capelli che si effettua in salone.

La linea è composta da 5 prodotti. Si inizia con Night & Day Cream, che offre una ricostruzione immediata della struttura del capello da utilizzare mentre si dorme, si prosegue con lo Shampoo, e dopo si applica Instant Repair, un conditioner spray comodo e veloce, mentre per un'azione più profonda c'è il Milk Hair, ovvero il latte supernutriente. L'ultimo gesto di bellezza è l'Oil Day To Day, da utilizzare tutti i giorni per un capello curato e splendente.

PER VESTIRE LA TESTA

Da Sebastiano Attardo arriva l'idea in più per vestire la testa. Proprio come indossiamo abiti per ogni occasione, possiamo indossare 'capelli' per situazioni diverse: le Hairlove Extension sono ideali per dare lunghezza, volume e colore. Estremamente facili da applicare (sono disponibili con adesivo o con connettori) queste extension permettono di avere una capigliatura più folta in soli 7 minuti, sono leggerissime e riutilizzabili e offrono un risultato naturale.

Per info corsi ed extension:
www.sebastianoattardo.com



In alto, Guendalina Canessa, influencer e opinionista tv, cura capelli, colore ed extension da Sebastiano Attardo. Qui a sinistra, l'hairstylist.





Look perfetto

Stayling Alive è la nuova linea styling firmata Sinesia per un look alla moda e adatto a qualsiasi esigenza.

Stayling Alive è nato con uno scopo ben preciso: offrire alle clienti uno styling armonico e a lunga durata in termini di tenuta, volume e lucentezza grazie a prodotti efficaci e leggeri che non appesantiscono e opacizzano la chioma. Oltre a permettere di interpretare ogni stile con dinamismo e versatilità, la nuova gamma di styling Sinesia protegge i capelli da agenti esterni e stress termici rendendoli sempre morbidi e lucenti. L'utilizzo di Stayling Alive è anche un viaggio sensoriale attraverso profumi avvolgenti e texture fragranti grazie a preziosi e ricchi ingredienti quali: estratto idrolizzato di castagna con un'azione protettiva della fibra capillare da stress termici, e olio di nocciolo di albicocca dall'intensa azione condizionante. La nuova linea si compone di 8 prodotti versatili.

• SHAKE & SHAPE

Mousse morbida che fissa e definisce per styling perfettamente controllati, aumentando e rinforzando l'elasticità dei capelli e contrastando il crespo e l'elettricità statica. Perfetta per capelli mossi o ricci.

• EVERYTHING IN PLACE

Lacca a rapida asciugatura che fissa senza appesantire o lasciare residui, ideale per styling che richiedono buona morbidezza, tenuta e struttura, senza lasciare elastici i capelli.

• PUMP UP THE VOLUME

Indicata specialmente per capelli fini o privi di tono, questa mousse leggera e soffice dona volume

e consistenza alla capigliatura, regalando styling definiti ad effetto naturale. Arricchita con un mix di condizionanti, lascia i capelli morbidi al tatto e perfettamente idratati.

• PLAYING PASTE

Pasta modellante morbida a effetto matt di lunga durata. Dona texture, movimento e controllo anche alle capigliature più difficili da gestire.

• CURL ME ON

Crema che definisce, esalta e perfeziona i capelli ricci, contrastando l'effetto crespo e regalando elasticità, idratazione e luminosità. Applicata alle radici aiuta a dare volume e supporto.

• PRIMER READY

Trattamento pre-styling leave-in che protegge le lunghezze dallo stress delle alte temperature rendendoli forti, setosi e splendidi. Controlla l'effetto crespo e facilita la piega rendendo i capelli elastici ed estremamente luminosi, idratati e privi di effetto elettrostatico.

• GET THE SLEEK LOOK

Spray lisciante progressivo senza risciacquo. Grazie alla sua azione termo-attiva e protettiva, aiuta a contrastare il crespo, assicurando capelli morbidi, perfettamente gestibili e luminosi.

• GLAMIFICATOR

Olio delicato e leggero che regala luminosità, morbidezza e pettinabilità, proteggendo i capelli da fonti di calore, umidità ed inquinamento, prevenendo la formazione di doppie punte per una chioma sempre curata.

Da Sinesia una linea completamente dedicata allo styling: 8 prodotti che rispondono ad ogni esigenza di hairlook dal più creativo al più classico.



OLAPLEX®



THE ORIGINAL BOND BUILDER



@OLAPLEX
IT.OLAPLEX.COM

Winter Hair

Riparare i danni capillari o creare uno stile perfetto? L'Hair Repair Treatment Kit di Olaplex assicura che quest'inverno le tue clienti possano avere i capelli più sani possibili!

Lo Style & Strengthen Set propone un trio di trattamenti idratanti e riparatori per ammorbidire le lunghezze, domare l'effetto crespo, aggiungere lucentezza e rendere perfetti i ricci, oltre a proteggere i capelli dal calore.



Capelli belli e in forma non solo a Natale, ecco perché Olaplex offre una soluzione per qualsiasi stagione! Per chi desidera capelli luminosi, idratati e dall'aspetto sano quando le temperature precipitano e il tempo non aiuta, Olaplex ha ideato la routine casalinga più innovativa di riparazione e manutenzione: l'Hair Repair Treatment Kit e lo Style & Strengthen Set.

HAIR REPAIR TREATMENT KIT

Appositamente creato per detergere, nutrire e rinforzare i capelli, ricostruendo i legami della fibra capillare, il cofanetto top di gamma presenta i trattamenti più iconici del marchio: N°0 Intensive Bond Building Hair Treatment, N°3 Hair Perfector, N°4 Bond Maintenance Shampoo e N°5 Bond Maintenance Conditioner.



L'Hair Repair Treatment Kit è stato appositamente creato per detergere, nutrire e rafforzare i capelli, ricostruendo i legami della fibra capillare.



STYLE & STRENGTHEN SET

Per lo styling, Olaplex ha ideato il rivoluzionario cofanetto styling che propone un trio di trattamenti idratanti e riparatori per ammorbidire le lunghezze, domare l'effetto crespo, aggiungere lucentezza e rendere perfetti i ricci più belli, oltre a proteggere i capelli dal calore. Lo Style & Strengthen Set Olaplex include: N°6 Bond Smoother, N°7 Bonding Oil e N°9 Bond Protecting Nourishing Serum.

Per ulteriori informazioni visita it.olaplex.com / @olaplex



THE PROFESSIONAL
HAIR PRODUCTS DEPARTMENT
ESTABLISHED 2012

MY.ORGANICS®

VENICE - ITALY

WWW.MYORGANICS.COM



MY.LUXE

la routine del capello potenziata dall'innovativa tecnologia
delle proteine vegetali idrolizzate e arricchita con olio di Neroli ed oro.

Potenza e leggerezza

È di uno splendido colore blu il nuovissimo Parlux DIGITALYON®.

Il phon più moderno di Parlux, il primo con motore digitale professionale, si arricchisce di una nuova versione dal colore blu. La nuova colorazione ne conferma il suo carattere digitale e tecnologico, oltre alle già disponibili argento e antracite. Già molto apprezzato grazie alle sue caratteristiche tecniche innovative ed efficaci, tra le quali spiccano la tecnologia digitale, la potenza e la leggerezza, il Parlux DIGITALYON® migliora e velocizza il lavoro degli acconciatori più esigenti assicurando ottime prestazioni.

TECNOLOGIA RIVOLUZIONARIA

Parlux DIGITALYON® racchiude un motore digitale professionale di nuova concezione, è leggerissimo, è più duraturo ed evita cali di potenza anche nei periodi più estenuanti di lavoro in salone. Per ottenere asciugature velocissime e un ottimo risparmio energetico, la sua nuova resistenza “ad onda”, a geometria variabile “evoluta”, permette di aumentare la potenza dell’asciugacapelli con conseguente aumento della temperatura e mantenere la distribuzione del calore costante. L’asciugacapelli è dotato dei sistemi “Air Ionizer Tech”, per ottimizzare l’emissione di ioni negativi eliminando l’elettricità statica e rendere il capello più morbido e lucido, e del sistema “HFS - Hair Free System” (Patented), il dispositivo “cattura capelli” integrato sull’aspirazione

dell’asciugacapelli che, trattendoli, permette di mantenere pulito l’apparecchio garantendone una maggiore efficienza nel tempo. Un nuovo filtro ridisegnato e brevettato gli conferisce un design elegante e accattivante, oltre a trattenere lo sporco che potrebbe rovinare l’asciugacapelli, mantenendone inalterata la potenza. Inoltre, inclusa nella confezione, la nuova bocchetta Slim, che offre un “effetto piastra” e permette la stiratura e lucidatura dei capelli in breve tempo, con pochi movimenti. Leggerezza, potenza e silenziosità sono le tre principali caratteristiche dell’asciugacapelli professionale digitale di Parlux, fondamentali per gli hairstylist di tutto il mondo che lo utilizzano per molte ore consecutive.



Disponibile in tre colorazioni (argento, antracite e blu) e due versioni:

- “Standard” con due bocchette (Standard e Slim)
- “Pack” Parlux DIGITALYON® + Diffusore MagicSense®, con il diffusore per le asciugature naturali dei capelli ricci incluso nella confezione.



indice inserzionisti

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

TRAFFICO ADV
Monica Tessari
m.tessari@estetica.it
Tel: 011 83921234

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

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

Printed by Tipostampa
Moncalieri (TO)

4DColor	www.4DColor.com	107
Adi	adipro.it	29
Alfaparf Milano	alfaparf milano.com	86-87
Alter Ego Italy - Pettenon	www.alteregoitaly.com/ +39 049 9988800	136-156-157
Alternative Hair	www.alternativehair.org	130-131
Barex	www.barex.it/ +39 051 751554	88
Compagnia della Bellezza	www.compagniadellabellezza.com	102-103
Cosmoprof 2023- BolognaFiere	www.cosmoprof.it/ +39 02 796420	110-111
Diva/Salon Europe	www.divapro.co.uk	106
Echosline	www.echosline.it/ +39 049 9988800	6
Elgon - Pidielle	www.elgoncosmetic.com/ +39 0331 580166	144-145
Fanola	www.fanola.it/ +39 049 9988990	IIIC
Farmaca	www.farmaca.com/ +39 011 8015801	IIC-82-83-104-105-138-139
Genialità in Testa	www.genialitaintesta.com/ +39 0931.1960579	109
Ghd	www.ghdhair.com/ +39 055 49811	IVC
Goldwell Global Creative Awards	www.kaosalondivision.com/globalexperience	128-129-146/155
Indola	www.indola.it	84-85
International Hairdressing Awards	www.ihawards.com	32
Kemon	www.kemon.it/ +39 8000 15496	100-101
La Biosthetique	www.labiosthetique.com/ +39 045 9696900	4-5
Maxima	www.maximacosmetics.com/ +39 045 8601074	18
Modial Coiffure Beauté	www.mcbybeauteselection.com	124-125
Monacelli Italy	www.monacelliitaly.it/ +39 075 927 7974	C-158-159
My.Organics	www.myorganics.com	166
Nevity	www.nevity.com/ +39 0444 751309	2-3
Olaplex-Adi Srl	www.adiflagstore.it/ +39 0383 47631	164-165
Omc International Beauty Expo	www.omchairworld.com	118-119-126-127
Parlux	www.parlux.it/ +39 02 48402600	81-167
Revlon Professional	www.revlonprofessional.com/ +39 051 6823111	132-133
Salon Look	www.ifema.es	134-135
Sebastiano Attardo	www.sebastianoattardo.com	162
Sinesia	www.sinesia.com	142-143-163
TagliatiXilsuccesso	www.screenhaircare.com/it/tagliatixilsuccesso	140-160-161
Treatwell	www.treatwell.it	32Bis
Tuft/Remind Group	info@rimindhair.com/ +39 055 959547	120
Vitality's	www.vitalitys.it	80
Wella Professionals	www.wella.it/ +39 06 50972200	141

ABBONAMENTI O INFORMAZIONI

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



ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE



Fanola
WONDER

No Yellow
EXTRA CARE

VEGAN

Tutte le performance
di **No Yellow**
con una **nuova formula**
Extra care

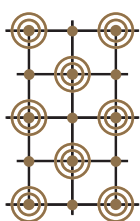
Capelli più morbidi e lucenti
con effetto **WOW**

GHD PLATINUM+

**LA PRIMA PIASTRA INTELLIGENTE
DI GHD CHE RICONOSCE
I BISOGNI DEI CAPELLI**



ghd platinum+ si adatta alle esigenze dei capelli e alle abitudini di styling, controllando il calore ancora più efficacemente e anticipando i bisogni dei capelli, per garantire i migliori risultati e capelli più forti e più sani*.



**ULTRA-ZONE
TECHNOLOGY**

L'innovativa predictive technology riconosce lo spessore dei capelli, la dimensione della sezione da modellare e la velocità di styling. E grazie alla ultra-zone technology vi si adatta costantemente per garantire sempre la temperatura ideale per lo styling.

**2X
PROTEZIONE
DEL COLORE**

Monitora il calore 250 volte al secondo per mantenere una temperatura di styling ottimale di 185°C, per capelli 70% più forti*, 75% più lucenti** con 2 volte più protezione del colore.

**3
ANNI DI
GARANZIA**

Il nostro tool più rigorosamente testato: ghd platinum+ è così sicura e affidabile che vanta una garanzia al consumatore di 3 anni.

Per avere l'innovativa styler ghd Platinum+ in salone contatta il tuo agente di fiducia ghd. Oppure chiama ghd Italia allo 055.49811

     @ghditalia

* riduce la rottura del capello e 2x più protezione del colore vs una styler che lavora a 230°C **vs capelli asciugati naturalmente