



HAIR / #22

tbh

true
beautiful
honest

Inspirados
por um desejo
de auto-expressão
e autenticidade,
reinventamos
a cor como
a conhecemos hoje.




Schwarzkopf
PROFESSIONAL



HAIR / #22



It's tbh – true beautiful honest

true: Verdadeiramente iluminando
as mechas naturais do cabelo;

beautiful: Lindos tons naturalmente
iluminados;

honest: Honestos em nossas fórmulas:
até 92% de ingredientes de origem
natural somados a potencializadores
de performance.

Together. A passion for hair.

tbh

true
beautiful
honest

Inspirados
por um desejo
de auto-expressão
e autenticidade,
reinventamos
a cor como
a conhecemos hoje.




Schwarzkopf
PROFESSIONAL



HAIR / #22

Together. A passion for hair.

It's tbh – true beautiful honest

true: Verdadeiramente iluminando
as mechas naturais do cabelo;

beautiful: Lindos tons naturalmente
iluminados;

honest: Honestos em nossas fórmulas:
até 92% de ingredientes de origem
natural somados a potencializadores
de performance.



tbh

true
beautiful
honest

inspirados pelo movimento de autoexpressão & autenticidade, nós reinventamos a cor que conhecemos hoje.



É tbh - verdadeiro, bonito e honesto

verdadeiramente iluminando as mechas naturais do cabelo

lindos tons naturalmente iluminados

honesto quanto à nossa formulação:
até 92% dos ingredientes de origem natural,
com potencializadores de performance



Schwarzkopf
PROFESSIONAL

Together. A passion for hair.

ALEXA CHUNG
para L'Oréal Professionnel

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS



PERCEBA A DIFERENÇA, DESCUBRA


IN(O)A

A FORMA MAIS GENTIL DE COLORIR OS CABELOS*

SEM AMÔNIA • SEM ODOR • ÓTIMO CONFORTO

- 100% de cobertura de cabelos brancos
- Até 6 semanas de nutrição intensa**
 - 50% mais brilho**
- Tecnologia ODS², formulada com óleos

 /lorealprofessionnel.br

 @lorealpro | @segredosdesalao
#lorealpro | #descubrainoa

 LorealProfBrasil

 App Style My Hair

lorealprofessionnel.com.br | segredosdesalao.com.br

AS 10 MELHORES MANEIRAS DE USAR COLOR TOUCH

O Tonalizante sem amônia que preserva a estrutura da fibra, com cores intensas que cobrem até 50-70% dos brancos.

01. Tonalizar os primeiros fios brancos em até 50%.
02. Cobrir até 70% dos fios brancos com Color Touch Plus.
03. Corrigir trabalhos de cor.
04. Promover mudanças suaves de cor preservando a saúde dos fios.
05. Neutralizar o processo de alisamento.
06. Intensificar a cor natural e brilho do cabelo.
07. Tonalizar e matizar mechas com Color Touch Relights.
08. Uniformizar a cor do comprimento às pontas.
09. Renovar a cor entre as colorações permanentes.
10. Intensificar e personalizar nuances com Special Mix.



O MELHOR DA NATUREZA PARA REFLETIR OS MELHORES SENTIDOS.

Shampoos e condicionadores com propriedades aromáticas que refletem os melhores sentidos: Flor de Laranjeira (relaxante), Rosa Imperial (vitalidade), Gengibre (estimulante), Camélia (harmonia) e Lavanda (equilíbrio). Descubra o poder da aromaterapia com a linha Inoar Natural Collection.



NUNCA
testamos
em animais

inoar.com
f @ o v
inoarbrasil

A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA

INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ

Tecnologia em Descoloração



Para profissionais exigentes, Premium Powder de Itallian Color foi desenvolvido para obter **clareamento ultra rápido** com alta performance e segurança.

- Possui **Blend de 5 óleos**: Argan, Oliva, Amêndoas, Girassol e Milho, fontes de ômega 3, 6, 7, 9 e Vitamina E.
- **Sela as cutículas**, fornecendo brilho intenso.
- **Confere emoliência**, suavidade e maciez aos fios.

Proporciona reposição lipídica e efeito reparador para os cabelos.

H #22

Encontrar a nossa missão profissional não é algo simples. Descobrir o que temos a fazer – e como, e para quem, e por quais motivos é algo que demanda um profundo conhecimento de quem somos, dos nossos desejos e de nossas habilidades. Como mídia, temos ainda a responsabilidade de separar o conteúdo que vale a pena do que está apenas de passagem, do que não é verdadeiro ou do que não vale a pena. Por isso mesmo, estamos de olhos bem abertos o tempo todo – para o bom e para o ruim. É assim que escolhemos os temas de cada edição, as fontes, os produtos, os editores responsáveis. Este “treino” constante permite que, como publishers, consigamos ver o talento à distância, o diamante bruto, o profissional que está por surgir. O que pode ser mais estimulante do que enxergar o desabrochar de outra pessoa, o momento singular onde ela cria, inspira, transforma? Ter a chance (e o prazer) de testemunhar a chegada de toda uma geração de novos talentos é algo que nos faz acreditar ainda mais na nossa missão de levar conhecimento em beleza para o mundo. E foi exatamente isso o que a equipe HM vivenciou durante o shooting feito no Essential Looks 2019 – que originou a coleção lindíssima, feita por experts que ainda não são conhecidos no mercado (mas serão!) que você acompanha nesta edição. Mas não é só! O comprometimento de todos fez surgir também as capas H - sim, no plural! Pela primeira vez, teremos não uma ou duas, mas três capas para lá de especiais. Elas são a prova do talento dos cabeleireiros brasileiros, do amor pela profissão. Um brinde aos nossos experts!

A. Stevanato *Deise Gomes*

HIGH LISS

REVOLUÇÃO EM TRATAMENTO
MULTIFUNCIONAL



Resultados
surpreendentes
EM UMA
ÚNICA
APLICAÇÃO



PIGMENTOS
VIOLETA



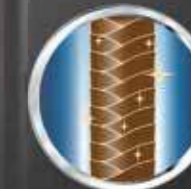
ATIVOS
TECNOLÓGICOS
INTELIGENTES

PREENCHE A
POROSIDADE DA FIBRA
RECONSTRUINDO
OS FIOS



TECNOLOGIA
NUTRI
SELANTE

FORMA VERNIZ DE
PROTEÇÃO QUE SELA
AS CUTÍCULAS
E REDUZ O VOLUME
DO CABELO



ULTRA
SHINE

PROPORCIONA
CAMADA DE
BRILHO INTENSO

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trusshair | trussprofessional

TRUSS
PROFESSIONAL



SUMÁRIO

HAIR: ELISE ANTOINE
PHOTO: PAWEL WYLAG
MAKE-UP: NATASZA BIGOS
STYLISM: JOANNA WOLFF
PROD: MKPRODUCTION & CHRISTOPHE GAILLET

- 24 BEAUTY EXCLUSIVE**
Ahn Co, um mestre dos fios

- 46 BEAUTY PRODUCTS**
Produtos tecnológicos de finalização + guia de produtos

- 56 BEAUTY MADE IN BRAZIL**
A inspiradora história de Kelvelin

- 68 BEAUTY CASES**
O voo da Felíthi

- 74 BEAUTY ACADEMY**
O ILP chega em Belém

- BEAUTY EVENTS**

 - 86 Essential Looks 2019: a grandiosidade de um evento
 - 118 Cless Professional: a esperada chegada
 - 152 Beauty Fair 2019: só sucesso
 - 148 Dexvitta chegou! O evento que movimentou o setor

SEMPRE EM HM

- 18 BEAUTY FOR HAIR**
Os melhores lançamentos estão aqui

- 22 BEAUTY BUSINESS**
by Richard Klevenhusen

- 34 BEAUTY TRENDS**
by Maria Cecília Prado

- 38 BEAUTY LIFESTYLE**
by Marta Rovella

- 40 BEAUTY FOR MAN**
by Wilson Weigl

- 40 BEAUTY HAIR TRENDS**
by L'Oréal Professionnel

- 152 BEAUTY SOCIAL**
by Zezinho Divanah

- 158 BEAUTY COLLECTIONS**

Cabelos fracos, quebradiços ou com queda excessiva, nunca mais!

O 90 DAYS PHARMACY+ É UM TRATAMENTO INTENSIVO PARA CRESCIMENTO CAPILAR E PREVENÇÃO DA QUEDA DOS FIOS EM 90 DIAS.

92%
DE EFICÁCIA COMPROVADA*

DIMINUIÇÃO DA QUEDA EM
60%

20%
MAIS DENSIDADE E ESPESSAMENTO DOS FIOS*

MELHORA O DESENVOLVIMENTO DO BULBO*

CRESCIMENTO DE ATÉ
38.000
NOVOS FIOS

FORTALECIMENTO E HIDRATAÇÃO INTERNA DA FIBRA CAPILAR

*Laudos confirmados pelo laboratório Kosmoscience Ciência & Tecnologia Cosmética Ltda.

TONIC +CAPS



imagens meramente ilustrativas

ANTES

DEPOIS
(90 dias)

INDICAÇÃO DE USO CONTÍNUO PARA MELHORES RESULTADOS.

Complexo vitamínico com alta concentração de **BIOTINA, ÁCIDO FÓLICO, VITAMINAS: B1, B2, B3, B5, B6, B12, MAGNÉSIO, SELÊNIO, SILÍCIO ORGÂNICO E PEPTÍDEOS DE COLÁGENO MARINHO.**

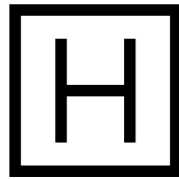
Pharmacy+

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trushair | trussprofessional



ANO III / #22
Setembro / Outubro 2019

Deise Garcia
Publisher
deise@hmemrevista.com.br
@deisegarcia

Jefferson Stevanato
Publisher
stevanato@hmemrevista.com.br
@jeffstevanato

Ennio Nascimento
Diretor de arte
ennio@hmemrevista.com.br

Zeinho Divanah
PR- Relações Públicas
zeinho@hmemrevista.com.br
@zeinhodivanah



contato@hmemrevista.com.br

Tiragem: 15 mil exemplares

HM em revista é uma marca registrada no INPI sobre o processo 916225453 de propriedade de GBS CONTEUDO E EVENTOS LTDA.

HM é uma revista bimestral voltada para profissionais de beleza. Assinaturas e edições anteriores podem ser adquiridas em nossa loja virtual www.assinehm.com

Esta publicação não se responsabiliza por ideias e conceitos emitidos em artigos, entrevistas ou matérias assinadas que expressam apenas o pensamento de seus autores. O seu conteúdo editorial não estabelece nenhum diagnóstico de tratamento fazendo a prescrição de algum produto ou serviço.



ASSINATURAS E EDIÇÕES ANTERIORES

www.assinehm.com

Edição 22: R\$ 29,90 / Assinatura 1 ano: R\$ 150,00



VISITE NOSSO SITE E PARTICIPE DAS NOSSAS REDES SOCIAIS

www.hmemrevista.com.br

[/hmemrevista](https://www.facebook.com/hmemrevista)

[@/hmemrevista](https://www.instagram.com/hmemrevista)

#HMTeam



SHAMIA SALEM
EDITORA



MARIA CECÍLIA PRADO
EDITORA



MONICA KATO
EDITORA



WILSON WEIGL
EDITOR



KARINA HOLLO
EDITORA



GIULIANA CURY
EDITORA



CARMEN CAGNONI
EDITORA



RICHARD KLEVENHUSEN
COLUNISTA



MARTA ROVELLA
COLUNISTA



SANDRA TACLA
COLUNISTA



DAVID DO CARMO
COLUNISTA



DIEGO MORENO
TRATAMENTO DE IMAGENS

MINI KIT
LOUCASPORTRUS

Não importa o destino,
a TRUSS está sempre com você!



Apenas 7 minutos para deixar seu cabelo *deslumbrante!*

TRÊS PASSOS ESSENCIAIS PARA QUEM AMA CUIDAR DOS FIOS E PRECISA DE ALGO PRÁTICO E EFICAZ.

- ♥ Glow System
- ♥ Exclusive H300
- ♥ Soft Hair
- ♥ Nano Repair
- ♥ Sericin
- ♥ Keratin
- ♥ Collagen
- ♥ Panthenol
- ♥ Phospholipids
- ♥ Bio Lipids
- ♥ Wheat Protein
- ♥ Blend of Miracle Oils

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trusshair | trussprofessional



DEXVITTA PROFISSIONAL: UM MUNDO DE OPÇÕES

Chega ao mercado uma marca que promete agitar o setor. Com uma enxurrada de lançamentos, impossível não se fazer notar pelos entusiastas da beleza. HM destaca alguns dos inúmeros – e maravilhosos – produtos.

AMPOLAS DE TRATAMENTO

COLOR INTENSIVE: Formulação extra concentrada rica em goji berry, crosspolímero de gelatina e proteína do arroz. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

ARGILA THERAPY: Formulação extra concentrada rica em argila estabilizada, crosspolímero de gelatina, extrato de musgo. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

PLATINADO REVIT: Formulação extra concentrada rica em topázio, lazulita preciosa e blueberry. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

SEGREDO DOS MARES: Formulação extra concentrada rica em omegas 3/6/9, peptídeos marinhos, extrato de caviar e oligoelementos. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

POWER CACHOS: Formulação extra concentrada rica em manteiga de karité, aminoácidos hidrolisados e silicone termorreconstrutor. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

SOS LOIRAS: Formulação extra concentrada rica em biomimético de queratina, peptídeos de colágeno e extrato de okra. Para todos os tipos de cabelos. Ação instantânea.

ANTI RESÍDUOS

Desenvolvido para cabelos mistos a oleosos, sendo suporte para processos químicos de tratamentos e alisamentos. Faz uma limpeza profunda e equilibrante no couro cabeludo e fios agindo como um desincruste devido a presença da Arginina Base como um potencializador de limpeza capilar. Isto garante com que o tratamento feito em seguida seja mais eficaz. Ele também ajuda a reforçar a fibra capilar para que ela fique mais resistente. Remove a oleosidade, gordura e impurezas enquanto mantém a saúde dos fios.

LAVATÓRIO

Desenvolvido para todos os tipos de cabelos. É voltado a uso profissional e sua fórmula proporciona maior hidratação, fortalecimento, brilho, proteção e leveza aos fios.

ONE STEP

Desenvolvida com exclusiva formulação e tecnologia Italiana Lusingare para todos os tipos de cabelos. Promove alisamento eficaz, ao mesmo tempo que hidrata e nutre os fios. Controla o volume dos cabelos, eliminando o frizz, oferecendo efeito liso e disciplinado, além de proteção térmica e brilho extremo.



X-FIBER, FELITHI. Com lipídeos, silicones nobres e um mix de aminoácidos selecionados, o produto atua na molécula estrutural do fio preenchendo os espaços entre as cutículas, promovendo recuperação e brilho intenso. Seus ativos aderem ao fio, uniformizando seu relevo e formando um filme maleável. Com efeito defrizante, ajuda a reduzir o volume dos cabelos alongando-os, deixando macios e soltos. Os cabelos ganham condicionamento, aparência saudável, brilho intenso com movimento natural e sem frizz. www.felithi.com.br



SCALP THERAPY, L'ORÉAL PROFESSIONNEL. Desenvolvida para oferecer um tratamento específico para as diferentes necessidades do couro cabeludo, a linha ganha 3 novos produtos: o Density Advanced (shampoo densificador), o Aminexil Advanced (tratamento antiqueda) e o Sensi Balance (para couro cabeludo sensível). Destaque para este último, o **Sensi Balance** | Tratamento couro cabeludo sensível: o produto tira a sensibilidade incomoda, elimina impurezas, limpa delicadamente e deixa uma sensação refrescante no couro cabeludo. Isso acontece devido a sua formulação que leva Sorbitol - agente hidratante, traz frescor e umectação. Vitamina PP que desempenha uma excelente ação de equilíbrio num só passo: hidrata para acalmar o couro cabeludo e refresca o cabelo. www.lorealprofessionnel.com.br | SAC 0800 701 7237



THE CIRCLE CHRONICLES, DAVINES. Linha de máscaras em monodose criada para proporcionar uma rotina de beleza capilar personalizável, formulada para atender as necessidades de cada momento. As cinco máscaras são formuladas com alta porcentagem de ingredientes de origem natural, como argilas, carvão vegetal e óleos vegetais. Cada máscara é dedicada para um momento ou necessidade. The Spotlight Circle é para ocasiões especiais quando a palavra de ordem é literalmente brilhar. A máscara branca cremosa traz luminosidade extra, instantânea e realça a cor. The Quick Fix Circle é para emergências, onde não se tem tempo. Em apenas três minutos, deixa os fios impecáveis, macios e luminosos. Renaissance Circle é para quando o cabelo está frágil e danificado, pagando o preço por um estilo de vida hiperativo ou pelas mudanças constantes dos fios. The Wake Up Circle! A máscara de cor violeta é para o couro cabeludo e fios estressados pela rotina. Ajuda a recuperar o equilíbrio trazendo cor e volume. Finalmente, também é preciso desconectar da rotina frenética para um verdadeiro momento de desintoxicação. Um momento para purificar corpo, mente e também os cabelos. Remover a poluição atmosférica, repletas de partículas finas e metais pesados, é uma necessidade. The Purity Circle. SAC 11 2538 3667 / davines.com.br



BLOND ABSOLU, KÉRASTASE. A linha promete cuidar de todos os tipos de loiro graças à exclusiva e tecnológica formulação que traz os benefícios restauradores comprovados do Ácido Hialurônico, juntamente com a naturalmente resistente Flor de Edelweiss. Blond Absolu oferece as maiores concentrações de pigmentos ultravioletas para a melhor coloração de loiro que você já teve. A mistura de tintura azul e roxa cancela os tons indesejados, para uma pureza duradoura da cor. A coleção completa traz: **Bain Ultra-Violet** | Shampoo ultravioleta Desamarelador **Bain Lumière** | Shampoo Iluminador Nutritivo **Masque Ultra-Violet** | Máscara ultravioleta desamareladora **Cicaflash** | Tratamento fortalecedor Intenso **Cicaplasme** | Sérum universal com Proteção Térmica

Para os Rituais de salão, a Kérastase preparou dois tratamentos: o Lumière e o Ultra Blond. Cada um com duração de trinta minutos e realizado após um diagnóstico capilar especializado da marca. O Ritual Lumière consiste na busca de reparação e brilho intenso, garantindo cabelos nutridos com toque suave e macio, proteção antioxidante com brilho duradouro. Já o Ritual Ultra Blond busca a neutralização da cor, tendo como resultado fios reparados com toque suave e macio, proteção antioxidante e neutralização dos cabelos loiros com mechas, morenas iluminadas e grisalhos. www.kerastase.com.br | S.A.C 0800 701 7237

20



LIGHTNER, CLESS. Com ametista, diamante e pérola, os 3 novos descolorantes abrem até 10 tons e proporcionam diversas tonalidades de loiros aos cabelos. Com os benefícios dessas matérias-primas, o produto minimiza a agressão que o processo de descoloração causa aos cabelos, deixando-os mais hidratados e recuperados. Todos têm ação ultrarrápida, tecnologia dust free (que não levanta pó), fragrância leve e são dermatologicamente testados. Com micropartículas de cristais de ametista, o Lightner Ametista tem pó descolorante em tom violeta, que previne tons amarelados. O Lightner Diamante contém um pó brilhante, que proporciona um loiro platinado. Já o Lightner Pérola, possui o pó na cor Azul, e garante um platinado num tom perolado. S.A.C 0800 702 2627 / sac@cless.com.br

**#ALFAPARFPEOPLE
DREAM LIKE LEONARDO**

ESTE ANO CELEBRAMOS LEONARDO DA VINCI E O TEMPERAMENTO QUE O FEZ O SÍMBOLO DO RENASCIMENTO: INOVADOR, REVOLUCIONÁRIO E O CONSTRUTOR DE SEU PRÓPRIO FUTURO.

NOS INSPIRAMOS EM SUA OUSADIA E NA BUSCA INCESSANTE PELO NOVO PARA CRIAR 6 NUANCES EVOLUTION OF THE COLOR³ INÉDITAS, SOFISTICADAS, INOVADORAS, QUE COMBINAM TONS FRIOS E QUENTES, RICOS EM REFLEXOS QUE MUDAM AO INTERAGIR COM A LUZ.

DESCUBRA ESTA NOVIDADE EM ALFAPARFMILANO.COM

**ALFAPARF
MILANO**

A BELEZA EM BRASÍLIA — PARTE FINAL

Na edição passada, escolhi como tema desta coluna o lançamento da “FRENTE PARLAMENTAR MISTA DA BELEZA E BEM ESTAR”, realizado na Câmara dos Deputados. Eu estive presente no evento – assim como importantes representantes de entidades de peso como ABSB, ABIHPEC, Sebrae e a indústria por meio das marcas L’Oréal, Alfaparf, Cadiveau, entre outras. A criação desta Frente Parlamentar teve o significativo apoio de 200 deputados federais. O presidente será o Deputado Federal Ricardo Izar e a vice-presidente, a Deputada Federal Soraya Santos, respectivamente autor e relatora da Lei do Salão Parceiro. São muitas as finalidades da Frente (citadas na edição 21) e todas merecem atenção.

A pauta de trabalho ainda será elaborada, mas podemos esperar prioridades como a certificação dos profissionais de beleza, revisão da carga tributária na indústria cosmética, entre outros. No mesmo dia de seu lançamento oficial, aproveitando a presença dos representantes do setor da beleza em Brasília, o Governo Federal, por meio da Ministra Damares Alves e sua equipe, apresentou no auditório do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos o projeto “SALVE UMA MULHER”, cuja embaixadora será a modelo Luiza Brunet. O objetivo será capacitar, qualificar e informar profissionais dos salões de beleza, clínicas de estética, academias e espaços voluntários sobre as agressões que as mulheres podem sofrer, sendo elas físicas, emocionais ou financeira e que podem levar

ao feminicídio. Estes profissionais, em contato com as suas clientes, podem identificar se elas sofrem uma das 3 agressões por parte de seu companheiro. Trata-se de um programa que terá 3 atuações:

- Capacitação para o enfrentamento à violência contra as mulheres.
- Grupos de apoio voluntário para estímulo à inteligência emocional
- Grupos para reabilitação do agressor

O setor da beleza começa a ser visto pelo governo federal com a importância que merece, não somente pela sua importância no PIB do país, como também pela forte geração de postos de trabalho. Os ventos sopram a favor da beleza no Brasil.



RICHARD KLEVENHUSEN / Formado em Administração de Empresas pela PUC-RJ, com pós-graduação em Gestion Efficace pelo INSEAD (França), trabalhou 25 na indústria cosmética, foi dono de 2 salões de beleza com 110 empregados, participou ativamente na sanção da Lei Salão Parceiro e publicação das Normas Técnicas para Salões de Beleza. Atualmente é conselheiro da ABSB e sócio do Grupo Paradiso, consultoria especializada no setor da beleza para serviços e indústria cosmética.



INVIGO

A MARCA DE TRATAMENTO DE WELLA PROFESSIONALS

Diferentes soluções para todos os tipos de cabelo. Novas fórmulas com tecnologia avançada.

wella.com.br

@wellaprosasil

/WellaProfessionalsBrasil

★

HAIRSTYLIST SUPERSTAR

★

Ahn Co Tran consegue misturar beleza com cinema, arte e moda. Autor de looks verdadeiramente personalizados, foi um dos pioneiros a cortar o cabelo seco – justamente como é usado no dia-a-dia. Descubra o que o faz ser um dos maiores hairstylists do momento



“**O cabelo é um acessório que você veste. E deve poder mudar a maneira como faz isso, dependendo do dia, do seu estado de humor... O moderno é ter opções e, assim, poder ser quem você é**”

26

Ele tem 45 anos – mas energia de Millennial. Veio pela primeira vez ao Brasil a convite do amigo Rafael Bertolucci, também artista global de L'Oréal Professionnel. Depois de passar alguns dias no Urban Clinique, em São José do Rio Preto (interior de SP), seguiu rumo à capital para ministrar seu Look and Learn na Academia L'Oréal, em São Paulo – e as inscrições se esgotaram em segundos.

Pudera: o vietnamita que chegou aos Estados Unidos como refugiado, aos 4 anos de idade, hoje é um dos hair stylists mais badalados do mundo, responsável pelo cabelo, no dia a dia e no tapete vermelho, de uma constelação de estrelas de Hollywood. Em seu salão, em Los Angeles, Califórnia, tem clientes como Anne Hathaway, Julianne Moore, Emily Ratajkowski e, sua preferida, Gwyneth Paltrow. “Ela é a encarnação do lifestyle dessa era: é uma mulher de negócios, ativa, ocupada, não tem tempo para o cabelo, usa chapéus e roupas coloridas e de diversos estilos, sempre moderna. E transformar o cabelo faz parte de sua vida. Por isso ele precisa ser fácil de vestir”, diz ele.

Sua técnica de destaque é o corte com o cabelo seco. “Faço isso para ver como o cabelo se comporta. Porque o corte precisa ter um estilo que vista bem e que se torne uma parte de você. Faço isso inclusive em fios cacheados e crespos. Corto primeiro seco, lavo e então dou acabamento e customizo.” A seguir, a entrevista exclusiva que ele deu à revista HM.



HM Como você vê as tendências para os cabelos?

AHN CO TRAN Acho que o futuro, no que diz respeito aos cabelos, tem muito a ver com liberdade. Liberdade de poder ser feliz com a textura natural dos fios, liberdade de ter um corte que funcione tanto com o cabelo cacheado quanto com ele liso, liberdade de poder usá-lo solto ou preso. O cabelo é um acessório que você veste. E deve poder mudar a maneira como faz isso, dependendo do dia, do seu estado de humor... O moderno é ter opções e, assim, poder ser quem você é.

HM E para os cortes?

ACT A tendência é fazer face framing, ou seja, ter o cabelo emoldurando o rosto. As ondas também estão com tudo. Mas não é aquele cabelo wavy dos anos 1970, 1980 ou 1990, estilo Cindy Crawford. Hoje, as camadas são longas, menos marcadas, praticamente invisíveis. Elas se misturam para criar volume e dar movimento ao look. São personalizadas e ninguém consegue dizer que elas estão lá, até a mulher se mexer. Isso permite que o resultado fique lindo tanto solto como em updos. Novamente, a história de ter opções... Por que ter um look só? Cabelo é instante e a gente pode tudo o que quiser.

HM Nesse cenário, como usar produtos de styling?

ACT Para começar, acho importante ir aplicando camadas de produto, e não tudo de uma vez. Pode ser mousse, spray... O efeito não fica pesado e você ainda tem a possibilidade de ir retocando ao longo do dia. A ideia é sempre ganhar aquele volume 80's. E brilho.

HM Tudo, então, é uma questão de balanço?

ACT Sim, lógico! É preciso ter equilíbrio: cabelos simples pedem roupas mais marcantes e vice-versa. Essa é, aliás, a pegada dos looks de tapete vermelho. Quando vou fazer o cabelo de uma celebridade para um grande evento, tenho ainda que levar em conta a maquiagem, o vestido, os acessórios que ela vai usar.

HM Na sua profissão, qual a importância de viajar?

ACT Acabei de voltar da Ásia e fiquei impressionado com a maneira como eles cuidam do couro cabeludo. Aqui nos Estados Unidos, as pessoas lavam os cabelos uma vez por semana – o que é ótimo para o penteado, mas péssimo para a saúde dos fios. Sem falar que ao viajar, observo novas culturas e isso é tão bacana. →

CABELO ESTRELADO

OS 5 SEGREDOS PARA UM CABELO CHEIO DE ESTILO, SEGUNDO AHN CO TRAN PARA VOCÊ COMPARTILHAR COM A SUA CLIENTE



28

1 INVESTIR EM UM BELO CORTE. "Ele é o primeiro e mais importante passo para você ter um cabelo estiloso. Se estiver bem cortado, não importa o que fizer, estará linda. E o corte pode ser longo, médio... Existem inclusive curtos que funcionam tanto cacheados como lisos", fala Ahn.

2 OBSERVAR SEU ESTILO DE VIDA. "Onde você mora? Qual o grau de umidade do clima? Quanto tempo tem para o cabelo? As respostas a essas perguntas são importantíssimas na hora de escolher o corte", observa ele

3 RESPEITAR A TEXTURA DO CABELO - E ESCOLHER OS PRODUTOS ADEQUADOS. "Qual a textura natural dos seus fios? Conheço mulheres cacheadas que são uma persona diferente quando o usam assim. É curioso e essencial encorajá-las a ter o cabelo mais natural possível. O ideal é respeitar essa natureza e, ainda assim, ter um estilo versátil que funcione tanto quando ele estiver ondulado como liso ou até cacheado. Dessa forma, vai poder usar o cabelo como quiser", explica o hair stylist. Lógico, cercado-se de bons produtos.

4 TER AS FERRAMENTAS CERTAS - E SABER USÁ-LAS. "Se o seu cabelo tiver o corte certo, você só vai precisar dar pequenos retoques, no dia a dia, com as ferramentas certas, para estilizá-lo.

5 CUIDAR DO CABELO. "Por que o tratamento feito em casa não dá o mesmo resultado do tratamento feito no salão? Porque somos impacientes, não massageamos a mecha da maneira correta, com a quantidade ideal de produto, com a frequência que deveríamos."

“**Qual a textura natural dos seus fios? Conheço mulheres cacheadas que são uma persona diferente quando o usam assim. É curioso e essencial encorajá-las a ter o cabelo mais natural possível. O ideal é respeitar essa natureza e, ainda assim, ter um estilo versátil que funcione tanto quando ele estiver ondulado como liso ou até cacheado**”





FELITHI
PRO

XFIBER

SEM VOLUME,
MAS COM BALANÇO
E MOVIMENTO!

DEFRIZ



X-FIBER DEFRIZ
CREME NUTRITIVO DEFRIZANTE

Com Lipídeos, Silícones Nobres e um Mix de Aminoácidos selecionados, atua na molécula estrutural do fio preenchendo os espaços entre as cutículas, promovendo recuperação e brilho intenso. Seus ativos aderem ao fio, uniformizando seu relevo e formando um filme maleável. Com efeito defrizante, ajuda a reduzir o volume dos cabelos, alongando-os e deixando-os macios e soltos. Os cabelos ganham condicionamento, aparência saudável e brilho intenso; com movimento natural e sem frizz.

CHAME-NOS AGORA:
☎ 11 99913-0145
FALECONOSCO@FELITHI.COM
SIGA-NOS:    /FELITHIOFICIAL
WWW.FELITHI.COM

MARCA EXCLUSIVA PARA SALÕES DE BELEZA.
NÃO ESTAMOS PRESENTES EM PERFUMARIAS.



FELITHI
PRO

FELITHI PAY
SEM ALUGUEL,
SEM TAXA DE ADESÃO
E SEM MENSALIDADE!

CHAME-NOS AGORA:
☎ 11 99913-0145
FALECONOSCO@FELITHI.COM
SIGA-NOS: /FELITHIOFICIAL
WWW.FELITHI.COM

MARCA EXCLUSIVA PARA SALÕES DE BELEZA.
NÃO ESTAMOS PRESENTES EM PERFUMARIAS.

**A ÚNICA DO MUNDO FEITA
PARA O MERCADO BEAUTY!**

QUANTO MAIS
VOCÊ USA A
FELITHI PAY, MAIS
VOCÊ GANHA!
CASHBACK (retorno)
de 1% de tudo
que transacionar
em produtos
FELITHI PRO.



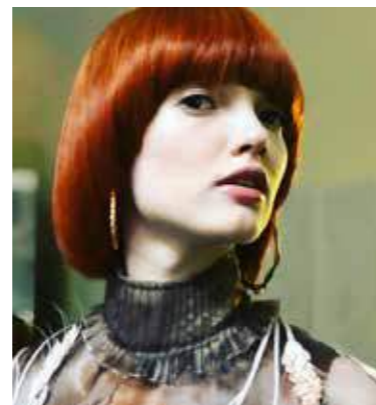
**AINDA CONTA COM MUITOS
OUTROS BENEFÍCIOS:**

- PAGAMENTOS EM ATÉ 12X
- CONTA DIGITAL GRÁTIS
- CARTÃO TOTALMENTE GRÁTIS
- SPLIT DE PAGAMENTO
- PRINCIPAIS BANDEIRAS DO MERCADO
- TRANSFERÊNCIA ENTRE CONTAS
- CONTROLE TOTAL DO SEU PLANO
- EXTRATO DIGITAL
- RECARGA VIA BOLETO

**TAXAS INCRÍVEIS E COM
RECEBIMENTO TOTAL EM
APENAS 02 DIAS!**

V de VERMELHO

E C de cobre. E A de alaranjado. Os tons avermelhados prometem voltar com tudo nos próximos meses. Prepare-se para essa nova onda colorida que está para chegar.



A cor surgiu em versão quente, poderosa e super trendy na produção das modelos no desfile **Fendi**.
© INSTAGRAM @SAMMCKNIGHT

34



© GUSTAVO ARRAS

MARIA CECÍLIA PRADO
Criadora do
beautyeditor.com.br
Diretora do bureau de
conteúdo e consultoria
Imagem e Conteúdo
@mceciliaprado

Marina Ruy Barbosa que se cuide. Em breve, muito em breve, vai deixar de ser a única ruiva fashion do pedaço. Aos poucos, os avermelhados e acobreados começam a se insinuar nas passarelas, entre as atrizes, nos feeds dos cabeleiros mais antenados do planeta. Depois de uma longa temporada longe dos holofotes, essa gama de tons promete reconquistar seu espaço no coração de quem ama uma coloração mais vibrante.

MAS COMO É O ACOBREADO ATUAL?

Lá fora, o tom do momento ganhou o nome de *ginger beer hair*. Uma mistura cuidadosa de acobreados, avermelhados e marrons que ilumina, que esquenta e que funciona para vários tons de pele. Até mesmo para as morenas, pelo menos para as mais ousadas – derrubando um tabu que, mesmo em tempos de individualidade e de estilo pessoal acima de tudo, continua imperando no subconsciente de muita gente. Combinadas, as nuances acabam criando um conjunto cuja leitura final pende para o laranja e que consegue trazer, ao mesmo tempo, frescor e luxo para o visual. →

© DIVULGAÇÃO



35

Os fios naturais de **JESSICA CHASTAIN** e **SADIE SINK** são ótimas inspirações para quem busca um ruivo com calor e com várias dimensões. © SHUTTERSTOCK



REDKEN Color Extend
Magnetics Deep
Attraction, 0800 7017237,
redken.com.br, @redken



Outros tons avermelhados, no entanto, chegam na esteira do *ginger beer hair*. Variações de cenoura mais ou menos lavadas e, por outro lado, vermelhos um pouco mais profundos – mas longe dos bordôs e dos borgonhas – surgem para atender tanto quem quer colocar um pezinho a mais nos avermelhados fantasia ou, no sentido contrário, ser um pouco mais discreta (mesmo que discrição e vermelho não tenham o hábito de caminhar juntos). Os ruivos versão 2019/2020 podem, inclusive, ser um pouco menos nuançados, mas precisam apresentar ao menos toques sutis de brilho. O expert em coloração Denis de Souza, colorista brasileiro radicado em Los Angeles, frisa: vermelhos e cobres sólidos devem ficar de lado, o contemporâneo é trabalhar o ruivo em várias dimensões.

Os ruivos, mas nem tanto, são outras opções que entram no radar. “Quem tem cabelo escuro ou pele bem morena e sente receio de aderir totalmente ao ruivo alaranjado pode optar por mechas mais quentes que remetam ao vermelho, mas sejam, na realidade, puxadas para o chocolate e o avelã”, diz o cabeleireiro Ricardo Rodrigues, outro expert com quem conversei para mapear a tendência acobreada. Ele dá a dica de trabalhar as raízes com uma tonalidade que misture o acobreado em alta com um tom base – um marrom ou loiro escuro natural. “A transição entre a cor da pessoa e a coloração que está sendo aplicada fica mais suave. E, assim, o resultado se torna mais

harmonioso.” Vale comentar que os acobreados podem sofrer uma ligeira influência das *fantasy colors*. Quando apresenta reflexos rosados, o ruivo acaba ficando mais etéreo e mais *girlie*.

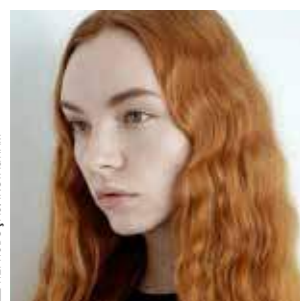
NOVAS CORES, ANTIGOS DESAFIOS

Se o cobre e o vermelho passaram por um update na apresentação, a manutenção continua sendo uma missão e tanto. “Os pigmentos avermelhados desbotam rápido e, se não há um cuidado intensivo, esse desbotamento ocorre em um intervalo menor ainda”, lembra Denis. E Ricardo complementa: “Fazer um ritual de glossing entre os retoques é essencial para manter a vibração da cor.”

Quem optar por essa paleta precisa entender que os avermelhados são apaixonantes, mas exigem comprometimento eterno. Na lista de *dos* está o uso de xampus, de condicionadores e de máscaras específicos, aqueles formulados para evitar a oxidação do tom, preservar o pigmento na fibra capilar o máximo possível e manter a integridade dos fios. E, claro, as visitas frequentes ao salão. Máscaras com pigmentos coloridos podem dar uma ajuda rápida entre as idas ao cabeleireiro, desde que utilizadas com moderação. Se o cabelo estiver muito sensibilizado e o uso desse tipo de recurso for recorrente, sempre há o risco daquele ruivo perfeito, conquistado depois de uma análise minuciosa e de tanto cuidado, vir a ficar manchado. **HM**

RUIVO EM QUATRO VERSÕES

Direto do Instagram de coloristas e marcas, ideias sobre como o avermelhado do momento pode ser trabalhado.



@JOSHWOODCOLOUR



@REDKEN



@MANE_CHAMPAGNE



@DEAR_BELLA



O mix de marrom, vermelho e laranja acendeu as passarelas em fashion shows recentes das grifes **THE PARADISE** e **ASHISH**.

AGÊNCIA FOTOSITE/DIVULGAÇÃO; INSTAGRAM @SAMMCKNIGHT



BIOEXTRATUS Máscara Cobre, (11) 3855 3002, bioextratus.com.br, @bioextratus



WELLA INVIGO Color Brilliance Condicionador para Cor Vibrante, 0800 7019276, wella.com, @wellaprobrasil



L'ORÉAL PROFESSIONNEL Color 10 in 1 Spray Perfecteur Multi-usage, 0800 7017237, lorealprofessionnel.com.br, @lorealprobrasil

MOROCCANOIL Protect & Prevent Spray, 0800 8889091, moroccanoil.com, @moroccanoil



OX COSMÉTICOS Cor Protegida Shampoo, 0800 7034071, oxcosmeticos.com.br, @oxcosmeticos



LOLA COSMETICS Ruivosa Máscara Tonalizante, (021) 9 7005 9241 (Whats App), lolacosmetics.com.br, @lolacosmetics



Ruivo quente para todas: as atrizes **Lena Headey** e **Bia Arantes** e a influenciadora **Jai Lima** estão entre as mulheres que aderiram à tendência. INSTAGRAM @JAILIMMA, @BIAARANTES E @JOSHWOODCOLOUR



Toda a beleza das coisas que nos são caras e raras



LUXO É PROCURAR CONHECER SUA PELE

Para mim ter uma pele perfeita é essencial! Se você também tem esta preocupação indico o super lançamento Tudo às Claras: um mergulho no melasma, a estréia como autora da Dra. Joyce Rodrigues, CEO e Diretora Científica da Mezzo Dermocosméticos. O objetivo é informar e instruir os leitores sobre os melhores tratamentos e como evitar o melasma, manchas escuras que normalmente aparecem devido a exposição solar e que podem causar um forte impacto negativo na autoestima. É um conhecimento que empodera e nos estimula a cuidar e ter amor à nossa pele, além de ser uma leitura deliciosa.

Tudo às Claras: um mergulho no melasma

94 páginas - R\$ 99,00

Disponível na Livraria Cultura e no site

<https://tudoasclaras.com.br>

38



Olá queridos, mais uma coluna feita especialmente para vocês com as minhas dicas de luxo, beleza e lifestyle. Quero saber a sua opinião. Vou adorar saber mais sobre você também. Me siga no @martarovella e no @rovellaschultz. Mande mensagem ou direct. Respondo a todos com a maior alegria. Beijos!!!

**MARTA ROVELLA
SCHULTZ**

ROTINA E SAÚDE: O LUXO DA UNIÃO

Acredito muito no cuidado com a saúde em primeiro lugar. O Ministério da Saúde divulgou dados que revelam que em 2018, os brasileiros atingiram o maior índice de obesidade dos últimos treze anos. Esse número alarmante só torna iniciativas como a do Método Ravenna mais importantes no Brasil. Em nove anos por aqui, o método já eliminou mais de 200 toneladas de peso, sem cirurgia e remédios. Já fiz o Método Ravenna e sei como é importante para aprender, de uma vez por todas, a cuidar da saúde sem abrir mão da sua rotina. Dentro da programação no Centro Terapêutico Máximo Ravenna, o SPA Ravenna Indoor é uma possibilidade muito interessante de imersão no tratamento. Durante quatro dias, os pacientes podem participar de atividades multidisciplinares, como consultas médicas, grupos terapêuticos, cinema e exercícios físicos. Tudo isso sem abrir mão do dia a dia, mostrando que é possível sim, continuar a vida e cuidar da saúde ao mesmo tempo. Informações adicionais pelo telefone (11) 5054-4200 ou pelas redes sociais @maximoravenna.



DESPERTAR, UM LUXO DE MOVIMENTO NEW AGE

Você já parou para pensar na palavra “despertar”? Ela é muito mais do que abrir os olhos pela manhã ou levantar da cama para iniciar um novo dia. É uma chamada de ação, sair da inércia, movimentar-se. Em 2020, é também um curso que vai mudar a forma como as pessoas enxergam a si mesmas, seja na vida profissional ou pessoal. Idealizado pela empresária e micropigmentadora Patricia Fraga, o projeto tem como missão desenvolver habilidades, trazer clareza e consciência e oferecer as ferramentas necessárias para que todos compreendam sua importância no mundo. E, com isso, alcancem o sucesso. “Nosso objetivo é ajudar as pessoas a tomarem grandes decisões”, conta Patricia. E aí, ficou motivado? Eu não poderia estar mais ansiosa! O curso, que acontecerá em abril, ainda não tem data definida, mas você já pode entrar na fila de espera no site www.despertar2020.com.br. Nos vemos lá!

39



EXPERT DE LUXO EM MÁSCARAS CAPILARES

Estresse, poluição, sol, umidade e rotina corrida. São muitos os fatores que influenciam diretamente na saúde dos nossos cabelos e nem sempre os cuidados têm que ser os mesmos. Os fios precisam de diversos tratamentos e estabelecer uma alternância é uma boa estratégia para identificar os problemas e saná-los da maneira mais apropriada, garantindo cabelos saudáveis e macios. Eu adoro revezar entre as linhas de tratamento da Goldwell, identificando quais problemas minhas madeixas têm e optando pela solução mais adequada. Aprendi tudo com a Alessandra Meller, diretora de educação da marca no Brasil. Para hidratar, sempre uso a Máscara Intensive Smoothingmask de Kerashape Control, da linha Color. Gosto de usar para nutrição, quando meus fios estão com frizz e indisciplinados. Já quando estão sem resistência, ou mais elásticos, como depois de uma temporada na praia, opto pela Repair Mask, de Kerashape Reconstruct.

Foto: DIVULGAÇÃO

HM



HOMENS E FORMATOS DE ROSTO



WILSON WEIGL
Editor do site
Homem No Espelho
homemnoespelho.com.br
f/homemnoespelho
@homemnoespelho

Sabia que os homens estão preocupadíssimos em adotar um corte de cabelo ou estilo de barba que combine com seu formato de rosto? Isso mesmo: valorizar traços faciais e disfarçar imperfeições é mais uma “necessidade” que a ala masculina não admite abertamente, conversando com amigos na mesa do boteco ou no almoço de trabalho. E nessa pesquisa do cabelo e da barba “ideais”, o melhor amigo do homem é o Google. Então, barbeiro ou cabeleireiro antenado, neste momento em que o visagismo ganha força nos salões, que tal dar uma forcinha para seus clientes nessa busca pela melhor imagem?

Em dezembro passado, a revista GQ norte-americana publicou uma reportagem chamada “Por Que Os Homens São Tão Obcecados Por Seu Formato de Rosto?”. A revista contava o caso de um Youtuber de moda e estilo que, após postar um vídeo sobre a relação entre cortes de cabelo e formatos faciais, recebeu avalanches de fotos de seguidores implorando para saber se seus rostos eram ovais, redondos, quadrados, triangulares ou em forma de diamante.

Depois de entrevistar influenciadores, barbeiros e cabeleireiros, a GQ concluiu que os homens adorariam que a escolha do estilo de cabelo e barba se resumisse a uma mera fórmula matemática que pudessem aplicar com resultado garantido: “Se meu rosto tem formato

X, basta adotar o corte Y e está resolvido”. Simples assim. Mas infelizmente a vida real é bem mais complicada.

Para mim, fez-se a luz: caiu a ficha porque o post mais lido do meu site Homem No Espelho, todos os dias, o ano inteiro, é “Os Óculos Certos Para Cada Formato de Rosto”. O post foi publicado em 2016 e desde então tem uma média de 300 visualizações diárias, 9.000 por mês, mais de 100.000 por ano! Outros dois posts (também antigos), “Escolha O Corte De Cabelo Para Seu Formato De Rosto” e “Descubra A Barba Ideal Para Seu Formato De Rosto” não alcançam esse desempenho, mas são absurdamente acessados.

Traduzindo: todos os anos mais de 100.000 caras navegam na internet procuram informações sobre formatos de rostos e armazém antes de investir em óculos de sol ou grau e vão parar no meu site. Agora imagine quantos homens chegam a outros sites e blogs que falam do mesmo assunto. Com certeza milhões.

Percebeu onde você, profissional de beleza, entra nessa história? É hora de se engajar na empreitada de ajudar seus clientes a descobrir sua “optimal beard” (expressão usada pelos gringos para nomear a “barba perfeita”) ou um corte de cabelo que disfarce a cara de bolacha, o queixo quadrado ou a testa muito larga.

A dificuldade dos homens é identificar suas formas faciais, que nem sempre é tarefa simples. À parte os rostos que são escancaradamente redondos, quadrados ou pontudos, descobrir se uma cara é oval, diamante, coração ou retangular exige conhecimentos de visagismo e noções de estética e proporção de que poucos homens dispõem. Mas que os profissionais de salão têm de sobra.

Exemplos: um corte com topete alto e laterais baixas ou raspadas, ajudam a afinar um rosto redondo ou anguloso; laterais de fios longos “alargam” para os lados formatos faciais finos e compridos. E por aí vai. Para os barbeiros e cabeleireiros nada disso tem mistério. Essa “sabedoria” é quase instintiva e, melhor ainda, pode ser aprimorada pelo estudo do visagismo, de forma a proporcionar ao cliente a satisfação de sair do salão não apenas com o cabelo da moda, mas com o corte que valoriza seus traços e camufla suas imperfeições.

Então, apure seu olhar e coloque mãos (e tesouras e máquinas) à obra. Ao ajudar seu cliente a descobrir o cabelo e a barba perfeitos para seu rosto quadrado, redondo, retangular, triangular ou coração, você vai roubar visualizações do meu site. Mas não vou ficar bravo não! →



VERSACE APRESENTA NOVO PERFUME EROS FLAME

Donatella Versace soube como ninguém manter vivo o legado de seu irmão Gianni à frente da grife. Poucas marcas são vibrantes, ousadas, sensuais, arrebatadoras, excêntricas até, como a Versace. E esse conceito do “mais é mais” se estende aos perfumes como o Eros Flame, novidade nas perfumarias brasileiras.

Como o nome já diz, Eros Flame não quer ser nada menos do que uma opção “flamejante” e intensa para homens que querem marcar presença pelo perfume. É uma eau de parfum (tipo de perfume mais concentrado e marcante) aromática especiada que combina limão, tangerina, laranja amarga, pimenta preta, alecrim, gerânio e rosa sobre fundo amadeirado de cedro, patchuli, vetiver, musgo de carvalho e sândalo, com um toque adocicado de baunilha.

O frasco vermelho rubi e a campanha publicitária (uma releitura do mito grego da paixão de Eros e Psíquê) reafirmam a intenção do Versace Eros Flame de ser um perfume ardente e apaixonante. Ele está disponível em frascos de 30 ml (R\$ 299), 50 ml (R\$ 399) e 100 ml (R\$499,00).



MARCA HOLANDESA LANÇA 18 PRODUTOS MASCULINOS

A 1922 By J.M. Keune fincou pé definitivamente no Brasil. A marca holandesa da Keune Haircosmetics acaba de lançar dezoito produtos, entre shampoos, condicionadores, finalizadores e produtos de barba, que se juntam aos cinco tonalizantes que chegaram há alguns meses.

O nome da marca junta o ano de criação da Keune, em Amsterdã, e o nome de seu fundador, o químico Jan Keune. Essa homenagem às raízes está explicada nas embalagens, com visual retrô inspirado nos produtos das barbearias do começo do século 20.

O ingrediente de destaque da 1922 é a creatina, aminoácido famoso entre os praticantes de musculação pela ação no aumento da força muscular (no cabelo, a creatina reforça a estrutura e diminui a quebra dos fios). As fórmulas levam também vitaminas, cânhamo (cannabis), bambu, ginseng e abacate, com ação fortificante e hidratante.

Entre os cinco shampoos e dois condicionadores da linha capilar, o produto inovador é o Shampoo Stick, em bastão, com embalagem igual à de um desodorante roll-on. Há também shampoos purificante, fortificante e de limpeza profunda. Os finalizadores também são cinco: gel, pasta, pomada e duas ceras, com todas as opções de brilho e fixação.

Completam o lançamento produtos para barbear e finalizar a barba: creme, bálsamo hidratante (com manteiga de karité e cera de abelha) e óleo para barba (tem óleo de amêndoa, abacate e damasco).

A 1922 By J.M. Keune chega como mais uma opção para salões masculinos. www.2.keune.com/br/Linhas/1922-by-JM-Keune

Novidades para o homem



SHAMPOO PARA CABELOS GRISALHOS GREY GAMBLER ALEXANDRE TALEB.

O consultor de imagem Alexandre Taleb, um dos maiores especialistas em moda masculina do Brasil, assina o shampoo que acinzentos os fios brancos, ideal para quem não quer escurecer completamente o cabelo com tinta. www.usegambler.com.br

POMADA EM SPRAY EL CAPITÁN KING OF THE SEA

Fácil de aplicar, por ser em spray, dá fixação média a forte. Também promete não ressecar os fios, por ter cera de abelha como princípio ativo. Pode ser aplicada diretamente no cabelo ou primeiro nas mãos e depois distribuída nos fios. www.elcapitan1963.com



POMADA EM PÓ FELPS MEN BLACK JACK.

Mais uma opção de pomada masculina em pó, serve para todo tipo de cabelo, mas é especialmente indicada para quem tem cabelo fino, ralo ou quer dar volume ao penteado. Com textura de talco, pode ser aplicada ao longo dos fios ou nas raízes. www.felps.com.br/categoria/felps-men/



Twisted




CONHEÇA NOSSA LINHA PROFISSIONAL PARA
CABELOS CACHEADOS E ONDULADOS, INSPIRADA NO FUNDO DO MAR.

LIBERTE SEUS CACHOS

PROFESSIONAL
SEBASTIAN

www.sebastianprofessional.com

 @sebastianprobrasil

 SebastianProfessionalBrasil

STYLING COM UM

"plus a mais"

46

Perdão pela redundância, mas é exatamente assim que os finalizadores atuais vêm se moldando para atender a demanda por produtos de styling que facilitem a vida, garantam praticidade no dia a dia, valorizem e prolonguem a beleza natural (aquela com cara de que foi conquistada sem a interferência de cosméticos) e façam do cabelo uma pedra bruta, prestes a se tornar obra-prima

SHÂMIA SALEM (@SHAMIASALEM)

SHUTTERSTOCK E DIVULGAÇÃO



Quem ainda acha que a beleza natural é só mais uma moda, precisa voltar urgentemente a casa. Impulsionada pelo empoderamento feminino, a tendência já foi adotada como estilo de vida, e, falando especificamente do universo capilar, aplicada não só no cabelo do dia a dia, mas também no look produzido em salão. “As pessoas – e não só as mulheres, ok? – querem seus fios com cara de naturalmente bonitos, e associam a conquista dessa aparência ao uso de pouco produto. Paralelo a isso, elas ainda desejam poder passar a mão em seus cabelos sem que eles percam a modelagem e, importantíssimo, que no dia seguinte as mechas continuem lindas, com liberdade de movimento, leveza no toque”, resume o cabeleireiro Ricardo Rodrigues, do Studio W Higienópolis, em São Paulo.

Os finalizadores entenderam o recado. E, para atender essa nova definição do que é se sentir bem e belo, os investimentos em tecnologia e performance dos produtos de styling têm se inspirado na vida real, na tendência da praticidade das coisas e na valorização da experiência sensorial. “Essa miscelânea toda foi traduzida na criação de finalizadores que simplificam a vida por serem mais fáceis e práticos de aplicar, permitirem uma modelagem mais rápida, acabamento natural e flexível para todo tipo de cabelo e terem memória. Daí a garantia da manutenção da forma (e da beleza) por mais tempo, e não mais de maneira instantânea, apenas durante a festa ou no dia da ida ao salão. Beleza de curta duração, com aparência fake, de fios engomados, rígidos e carregados definitivamente não têm mais vez”, ressalta o cabeleireiro Edvaldo Nery, do Allummê Sallon By Wesley Nóbrega, em São Paulo.

“As pessoas – e não só as mulheres, ok? – querem seus fios com cara de naturalmente bonitos, e associam a conquista dessa aparência ao uso de pouco produto. Paralelo a isso, elas ainda desejam poder passar a mão em seus cabelos sem que eles percam a modelagem e, importantíssimo, que no dia seguinte as mechas continuem lindas, com liberdade de movimento, leveza no toque. A nova geração de finalizadores garante isso”

RICARDO RODRIGUES, DO STUDIO W HIGIENÓPOLIS





CURVACEOUS WIND UP, REDKEN. Formulado com tecnologia curl memory complex, à base de cristais de açúcar, o spray texturizador supervaloriza as curvas naturais dos fios e as mantém até o cabelo ser lavado com xampu.



RING LIGHT TECNI. ART, L'ORÉAL PROFESSIONNEL.

Ultra luminosidade instagramável é a proposta desse spray com difusor de micro partículas brilho. Outras vantagens são a ausência de fragrância e o aplicador de Oz, que garante menor desperdício de produto, leveza na aplicação e uniformidade no borifo.



DESLUMBRE SPRAY DE BRILHO 2x1, LOWELL. Além de finalizar a escova ou penteado, deixando os fios cintilantes, reforça o aspecto de cabelo limpo e bem cuidado por neutralizar odores de poluição, cigarro e até fritura.



KERASHAPE REPOWER BLOW DRY SPRAY, GOLDWELL.

Multifuncional, esse spray bifásico com proteção térmica dá corpo extra aos cabelos sem volume e forma um filme que mantém o formato dado aos fios, seja liso ou ondulado.



TEXTURIZING DRY SHAMPOO STYLE STORIES, ALFAPARF MILANO.

Mais do que a função básica de xampu a seco, de absorver imediatamente a oleosidade, o produto texturiza e dá volume imediato ao cabelo, deixando-o com aspecto de limpo, saudável e empoderado.



WE  ITALIAN STYLE

Yellow Silver, ready for a cool party!

Para louros, cinzas e platinados com resultados glaciais, nasce hoje a nova linha Yellow que ajuda a **manter e revitalizar os reflexos frios, neutralizando os tons amarelo/laranja.** Com **Bagas de Açaí**, com intensa cor púrpura, e **Rosa de Jericó**, capaz de proteger o cabelo do amarelamento causado pela poluição diária.



ALFAPARF GROUP



OSIS+ BOHO REBEL PIGMENTED DRY SHAMPOO, SCHWARZKOPF.

Trata-se de um xampu pigmentado texturizante a seco. Traduzindo: ele disfarça a oleosidade, dá textura e volume sem deixar resíduos ou o cabelo esbranquiçado, já que possui amido de arroz pigmentado (são várias opções de cor).



SPRAY TEXTURIZADOR 3 EM 1 MEU LISO ONDULADO, SALON LINE.

Fixa e memoriza o formato dos fios, tenham eles ondas largas, superdefinidas ou mesmo um visual mais liso e alinhado. E tudo com a promessa de não deixar o toque enrijecido.



STYLE BLOWOUT GELÉE, KEUNE.

É um protetor térmico que também funciona sem calor, já que permite fazer (e manter!) a escova modelada ou definir os cachos quando aplicado no cabelo úmido e seco ao natural.



STYLE CREAM POMADE, CKAMURA.

Criada com base nas necessidades de Celso Kamura, a pomada estilizadora em textura creme com efeito seco espalha fácil, de maneira uniforme e deixa o look com aspecto de natural, como se nenhum finalizador tivesse sido aplicado mesmo com o penteado tendo máxima fixação.



SPRAY FIXADOR S&F, SP HAIR COSMETICS.

Destaque para o jato seco desse spray de alta fixação e longa duração, que mesmo sendo forte não deixa os fios com aparência de endurecidos.

STEPHEN
KNOLL
NEW YORK



**RICH
MOIST**

BALANÇO NATURAL, COM DISCIPLINA E VIGOR INTENSOS

A linha Rich Moist une fórmulas exclusivas de rápida penetração na fibra capilar, otimizando a absorção dos nutrientes e a hidratação dos fios. Controla o volume, ao mesmo tempo que proporciona um balanço natural, realçado por fios sedosos, disciplinados e totalmente sem frizz. Um cuidado sem igual que somente um profissional como você pode proporcionar a sua cliente.



TECNOLOGIA JAPONESA VALORIZANDO A BELEZA DA MULHER BRASILEIRA

@skny_bra

/sknybrasil

www.skny.com.br



RESHAPE, SEBASTIAN PROFESSIONAL. Com fixação média e jato direcionado, que garante melhor controle de onde é aplicado, esse spray modelável permite mudar completamente o styling do cabelo durante sua própria construção.



LAQUE NOIRE, KÉRASTASE. Parte da coleção Couture Styling, cocriada com Ale de Souza, embaixador da marca, o spray tem fixação forte, longa duração, memória da forma, não é pegajoso nem deixa resíduos. Ainda oferece brilho intenso e proteção contra a umidade.



NEON SUGAR CONFECTION, PAUL MITCHELL. Está aí um spray de controle flexível, que permite montar o penteado várias vezes ao dia e da forma que quiser. Mais: por ser formulado com açúcar, deixa o cabelo leve, brilhante e cheiroso.



HEALING STYLE DRY SHAMPOO, L'ANZA.

Com pó mineral e outros ingredientes naturais, que deixam o cabelo e o couro cabeludo limpos e fresquinhos, sem resíduos ou esbranquiçados, o xampu a seco oferece proteção térmica de até 260 graus.

#OndeEncontrar

ALFAPARF MILANO 0800-0212652
 C.KAMURA (11) 5621-4696, www.ckamuraproductos.com.br, @ckamuraproductos
 GOLDWELL sac@tbpcosmeticos.com.br, @goldwellbrasil
 KÉRASTASE 0800-7017237, www.kerastase.com.br, @kerastase_official
 KEUNE www2.keune.com.br
 L'ANZA (11) 98515-8233, www.lanzabrasil.com.br, @lanzabrasil
 L'ORÉAL PROFESSIONNEL 0800-7017237, www.lorealprofessionnel.com.br, @lorealprobr
 LOWELL 0800-100829, www.lowell.com.br, @lowelloficial
 PAUL MITCHELL (11) 98515-8233, www.paulmitchell.com.br, @paulmitchellbr
 REDKEN 0800-7017237, www.redken.com.br, @redken
 SALON LINE (11) 4134-2747, www.lojadasalonline.com.br, @salonlinebrasil
 SCHWARZKOPF 0800-7042334, www.schwarzkopf-professional.com.br, @schwarzkopfbr
 SEBASTIAN PROFESSIONAL www.sebastianprofessional.com/pt-br, @sebastianprobrasil
 SP HAIR COSMETICS www.sphaircosmetics.com, @sphairoficial

NIOXIN®

NOVO

NIGHT DENSITY RESCUE

TRATAMENTO NOTURNO ANTIQUEDA.


CLINICAMENTE PROVADO QUE PROMOVE A DENSIDADE REDUZINDO A QUEDA DOS FIOS.



GAROTO- REVELAÇÃO

*Aos 22 anos, **Kelvin** conta em detalhes sua carreira meteórica no mundo da coloração – regada a doses de empreendedorismo nato, de força para ir à luta, de desejo de realizar sonhos e de uso correto do mundo digital via canal no Youtube e perfis perfeitos nas redes sociais*

56

 KARINA HOLLO (@BEAUTYBYKA)

 DIVULGAÇÃO E ACERVO PESSOAL

Kelvin Adriel (@kelvin) começou a trabalhar aos 12 anos, sob influência da mãe, cabeleireira. “Sempre fui muito sonhador... Quando completei 14, perguntei para ela o que poderíamos fazer para ficarmos conhecidos na nossa cidade, Itapeva (SP)”, lembra ele, contando que já existia uma cabeleireira bem conhecida por lá. “Minha mãe não soube responder, claro. Mas foi então que percebi que o sucesso deixa rastros.”

No caso desta cabeleireira, ela era especializada em loiros. E Kelvin, então, decidiu também se tornar um expert em tons loiros. “Queria aprender desco-

loração e fui buscar informação na internet, no Youtube. Antes eram as blogueiras que faziam tutoriais e não os cabelereiros. O pouco que tinha, eu assistia e tentava aprender. Dormia e acordava assistindo os passos-a-passos”, lembra ele. Obstinado, ia replicando o que aprendia nas primas e vizinhas. Até que conseguiu bons resultados e passou a atender algumas clientes. Mas ainda não tinha o reconhecimento na cidade que, aliás, não era o objetivo. “Preferia que o tal reconhecimento viesse para o salão da minha mãe. Minha única intenção era fazer minha arte e trabalhar. Não pensava ainda no dinheiro. Meu sonho do momento era ser um bom cabelereiro e fazer um bom loiro.”





MUITAS CURTIDAS NO FACEBOOK

Kelvelin montou uma página no Facebook. Mas para driblar o preconceito da escola e do pai, a nomeou Rose Cabelereira. “Ali, eu postava os trabalhos e os créditos iam para minha mãe. Eu tinha bastante medo de me expor, era muito novo. Algumas clientes que conversavam comigo no Face, chegavam ao salão achando que tinham conversado com a minha mãe e pediam para que ela fizesse o que haviam combinado. Mas como quem estava por trás da página era eu, minha mãe começou a se incomodar. E para ela era um sacrifício fazer aquele pré-atendimento e avaliação das clientes”, conta ele.

Foi então que pediu para que o filho tirasse o nome dela da página e que, se quisesse, colocasse só o nome dele. “Minha primeira publicação foi em uma página de um grupo e foi muito curtida. No outro dia, eu já tinha 15 clientes agendadas para avaliação. Eu só tinha 14 anos! E então eu e minha mãe começamos a atender em média de 8 a 15 clientes, por dia, fazendo luzes.”

LUTA CONTRA O PRECONCEITO

O salão tinha menos de 40 m² e somente duas cadeiras. O problema é que ficava próximo da escola.

“Quando os alunos saíam, para mim, era a pior hora, pois todos passavam me xingando e usando palavras preconceituosas. Isso mexia muito comigo, até que um dia eu estava sozinho no salão, minha mãe tinha ido buscar meu irmão na APAE, pois ele tem paralisia cerebral. Eu, para não me incomodar com as pessoas que passavam na calçada, colocava um biombo para que não me vissem e não me incomodassem, mas nesse dia um garoto jogou uma pedra em mim. Consegui terminar o cabelo da cliente, com dor física e emocional, fechei o salão e fui para casa, chorando”, se recorda.

ALMA EMPREENDEDORA

A mãe quando soube, decidiu se mudar para uma casa, e tudo melhorou. “Eu pensava em crescer, colocar assistentes para ajudar, mas ela não aceitava muito. Estávamos trabalhando neste novo espaço eu minha mãe e uma manicure. Foi então que eu comecei a ensinar a manicure a atender as clientes e fazer cabelos também – progressivas, chapinha, escovas. Minha mãe chamou uma outra manicure e pedi para termos uma esteticista também.” Foi o começo. Em pouco tempo, vieram outra escovista, uma designer de sobrancelhas e uma maquiadora. →



RECONHECIMENTO CONQUISTADO

Kelvelin tinha 15 anos, trabalhava bastante com as redes sociais e havia conquistado reconhecimento. “Uma vez fui comprar sapatos e se formou uma rodinha de mulheres querendo dicas. As pessoas começaram a me parar para perguntar sobre cabelos. Eu via muito o Rodrigo Cintra, ele era minha inspiração e eu queria dar cursos para cabeleiros”, diz. Ele começou a dar receitinhas de beleza no Facebook, colecionando muitas curtidas e compartilhamentos. Um dia de 3 mil seguidores, fui para 7 mil e um ano depois já estava com 50 mil. Foi aí que uma marca da região me chamou para dar cursos. Na volta, o responsável me deixou em casa e falou para minha mãe que poderia fazer de mim uma estrela. Mas também disse que se eu me achasse muito, ele poderia apagar o meu brilho a qualquer momento. Minha mãe ficou com muito raiva e depois disso não me deixou mais ir. Fiquei revoltado, pois queria muito!”

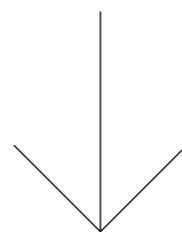
RUMO A SÃO PAULO

Dias depois, outra marca da região, a Magnific Hair, o chamou. Queriam que ele divulgasse os produtos na internet. “Comecei a dar cursos. A indicação da marca era para que eu fizesse no palco o que eu fazia no salão. E deu certo!” Tempos depois, Kelvelin começou a viajar o Brasil inteiro com salas lotadas. “Eu fiquei muito reconhecido no Facebook. E foi assim até eu completar os 18 anos. Foi então que disse para minha mãe que precisaria me reinventar, que gostaria de ir para São Paulo. Ela, apesar da tristeza da separação, me disse para ir.”

Logo que chegou na capital, conheceu Rebeca, sua assessora. “Ela foi meu anjo aqui em São Paulo, me ajudou inclusive financeiramente, pois eu não tinha educação financeira nenhuma. Rebeca que me apresentou para todo mundo, na Beauty Fair, na Hair Brasil...”

MENSAGEM INBOX SURPRESA

Com quase 20 anos, em 2017, Kelvelin recebeu uma mensagem inbox de Marco Antônio de Biaggi, para ir trabalhar no MG Hair Design. “Lógico que eu aceitei! Eu já era conhecido, mas o MG Hair me trouxe a credibilidade no mercado. A partir disso, foi só crescimento e aprendizado.” Ele, lógico, passou por uma adaptação para aprender a lidar com o segmento de luxo e excelência. Alguém duvida que o céu é o limite para ele?



DE MÃOS DADAS COM A TRUSS

Uma das missões da TRUSS é buscar novos talentos e investir e apoiar o lado educacional desses profissionais de beleza. Kelvelin é o típico garoto prodígio, um menino tão novo, mas com uma maturidade profissional de quem tem muitos anos de carreira. “Assistir um passo a passo do Kelvelin é ganhar na loteria. Ele ensina com detalhes. Tem um trabalho enriquecedor. Faz louros impecáveis, ao mesmo tempo que entende e domina colorimetria. A TRUSS é privilegiada por ter encontrado em um mercado tão vasto um profissional como ele”, diz Manuella Bossa CEO TRUSS.





UM NOVO CONCEITO EM COSMÉTICA

Derik Andrade - CEO da empresa Dexvitta Profissional, com experiência de 20 anos no mundo dos cosméticos, lançou, no último dia 08 de Setembro, sua marca, com 35 linhas Profissionais de uma única vez.

Com seu conhecimento nacional e internacional, promete movimentar o mercado da beleza, trazendo o que há de melhor do mundo para o Brasil e levar ao mundo o que temos de melhor.

O evento aconteceu no Coco Bambu em São Paulo e contou com pocket show de Lucas Lucco, presença da atriz Cleo, distribuidores e convidados.

Com sede em Itapira - São Paulo, a Dexvitta Profissional tem em seu DNA a tecnologia, qualidade e inovação em suas linhas.

“O mundo dos cosméticos é realmente fascinante! Queremos algo inovador, tecnológico e qualitativo. Hoje o profissional está cada dia mais exigente, e é essa exigência que nos move.

- Derik Andrade

dexvitta®

PROFISSIONAL



Modelo
@blenda
Fotografia
@fabiozang.photo

dexvitta.com
/dexvittaoficial

O que é e será tendência em moda-cabelo você vê antes aqui

OBRAS DE ARTE CAPILARES

Assim como o escultor tem em mãos mil possibilidades de criação quando encontra o material certo (pedra, madeira, rochas, argila, entre outros) e as ferramentas ideais (martelo, formão, estilete, lixas, etc), o beauty artist também mostra seu talento ao se deparar com uma cliente que adora variar o cabelo e com um arsenal cosmético que possibilite um manejo impressionante. Com vocês, a nova linha Tecni.Art, de L'Oréal Professionnel

Que a estilização capilar ainda é a forma mais democrática e prática de transformação, ninguém duvida. O trio técnica certa + profissional habilidoso e criativo + produtos que entregam possibilitam que se criem várias versões e identidades para uma mesma pessoa, com a vantagem de que nada é definitivo: é só lavar e voltar à sua versão original. A fim de facilitar ainda mais a vida do profissional de salão e atender a demanda crescente por novidades imediatas e sem complicação, L'Oréal Professionnel relança

seu portfólio de Tecni.Art no mundo e os produtos repaginados acabam de chegar no Brasil (em breve em todos os salões da marca.) Frutos de um co-desenvolvimento com profissionais super renomados em styling, como Anh Co Tran (@anhcotran), Sacha de Carteret (@mysacha), Adam Reed (@adamreedhair), Ashley Streicher (@streicherhair), entre outros, Tecni.Art é, hoje, uma ferramenta que os melhores cabeleireiros do mundo não abrem mão. Não só para uso em penteados, como também para styling prático, do dia-a-dia, como: redução de frizz, alcance de volume, textura, forma ou brilho.



A LINHA, EM DETALHES

PARA BRILHO | UM DOS MAIORES DESEJOS DA CLIENTELA

► **RING LIGHT:** Novidade na linha, o Ring Light é um spray finalizador com difusor de micropartículas para efeito de brilho e luminosidade, totalmente instagramável. Com fórmula sem fragrância para maior conforto.

PARA FIXAÇÃO | DA NATURAL À MÁXIMA, ESCOLHA A FORÇA E A TEXTURA MAIS ADEQUADA

- **AIR FIX:** spray fixador extraforte que oferece instantaneamente controle de longa duração e proteção anti-frizz sem resíduos de produto.
- **FIX DESIGN:** spray que garante fixação extraforte com aplicação direcionada. Proporciona brilho natural e controle durante todo o dia.
- **FIX MAX:** gel de modelagem transparente com máximo poder de fixação, sem ficar pegajoso e sem deixar resíduos. Possui fragrância fresca e é ideal para cabelos curtos, efeito molhado e rabos de cavalo polidos.

VOLUME | DO NATURAL AO DE MAIOR IMPACTO, GARANTA O SEU ESCOLHIDO

- **PLI:** a loção transparente termo ativada para modelagem e escovas cria memória e fixa os fios por mais tempo.
- **FULL VOLUME EXTRA:** Mousse denso de fixação extraforte que oferece volume extra duradouro e modela os fios sem pesar.
- **VOLUME LIFT:** mousse spray com aplicação direcionada para um efeito de volume extra na raiz sem pesar o comprimento.

PARA TEXTURA | DO CONTROLE AO ACABAMENTO, MAIS DEFINIÇÃO E TEXTURA

- **BEACH WAVES:** spray texturizador queridinho dos profissionais e consumidoras para o desejado “efeito praia” com acabamento natural. Traz movimento aos fios, compondo um look descontraído.
- **SUPER DUST:** pomada em pó com efeito matificante. Usado para criar volume, dando mais corpo e sustentação aos fios.
- **WEB:** cera em pasta modeladora ultra fibrosa com alto poder de fixação. Proporciona forma, molda e define com acabamento brilhoso e aparência natural.

19ª FEIRA INTERNACIONAL DE BELEZA, CABELOS E ESTÉTICA

HAIR BRASIL

PREMIUM





21 a 24 **2020**
MARÇO EXPO CENTER NORTE
SÃO PAULO

TODAS AS BELEZAS
em um só lugar



clube vip HAIR BRASIL @CELSOKAMURAOFFICIAL
make @NIKOLASMIGUELPRO
stylist @RICABENOZZATI
photo @PATRICIACANOLA

HAIRBRASIL.COM

    @hairbrasilprofissional

TOQUE *de* MÍDAS

68

Como a Felithi Pro, marca referência de produtos profissionais para cabelo, deu origem a uma solução de tecnologia financeira exclusiva para o mercado de beauty, que facilita a vida do salão de beleza? Você descobre a seguir

KARINA HOLLO (@KARINAHOLLO) DIVULGAÇÃO

A Felithi nasceu em 1999, como uma distribuidora de produtos profissionais para cabelo. “Eu tinha entre 16 e 17 anos e precisei ser emancipado para poder abrir a empresa em conjunto com meu sócio e irmão Thiago Barros [hoje Commercial Director & Founder]”, lembra o CEO & Founder Felipe Barros. Em quatro anos, os dois criaram a Felithi Pro, e se tornaram fabricantes de produtos capilares voltada para o segmento profissional, com itens para coloração, tratamento, manutenção, finalização. Hoje, 20 anos mais tarde, fabricam anualmente 3 mil toneladas de produtos. Seus Top 3? O BB Cream, sucesso desde o lançamento, em 2015, toda a linha de coloração e a linha Coconut, com óleo de coco. “Temos grandes clientes em todo o Brasil e nossos distribuidores (mais de 600) atendem somente salões de beleza. Não estamos e não pretendemos estar presentes em perfumarias”, conta Felipe.



“**Não havia nenhuma maquininha exclusivamente direcionada para o Mercado Beauty até que lançamos, em julho de 2019, a FELITHI PAY, um produto Oruspay Customizza**”

BELEZA & FINANÇAS ANDAM JUNTAS

E foi desse contato tão próximo com os distribuidores que surgiu a ideia de unir o mundo Beauty ao mundo tecnológico financeiro. “Estamos no mercado de tecnologia financeira desde 2015, quando decidimos criar o Grupo Felithi Oruspay”, conta ele. Então, passaram dois anos desenvolvendo todo o sistema tecnológico internamente, até entender as necessidades e dificuldades do mercado de meios de pagamento. “Foi em 2018 que a Oruspay se tornou Oruspay Customizza, uma plataforma White Label de soluções financeiras customizadas para qualquer tipo de empresa. Você quer ser uma Fintech? Você quer ter a sua maquininha com a logomarca da sua empresa? Você quer ter um cartão de crédito com a logomarca da sua empresa? Você quer ter um banco digital? Nós possibilitamos tudo isso e ainda geramos receita sobre as transações financeiras para nossos clientes.”

SOLUÇÃO EXCLUSIVA PARA O MUNDO BEAUTY

Ainda assim, Felipe e Thiago perceberam que o Mundo Beauty – de distribuidores de produtos de beleza, salões e funcionários de salões – precisavam de um produto exclusivo. “Não havia nenhuma maquininha exclusivamente direcionada para o Mercado Beauty até que lançamos, em julho de 2019, a FELITHI PAY, um produto Oruspay Customizza”, fala Felipe. Com todas as funcionalidades que o setor pede: é possível fazer pagamentos, distribuir comissões, com um plus de cashback de 1% em relação a todas as transações efetuadas, que

pode ser revertido em produtos Felithi Pro. “Hoje, nossos distribuidores ganham receita em cada transação que o salão atendido faz com a maquininha Felithi Pay e o salão também ganha: damos 1% de tudo que ele transaciona em produtos Felithi PRO, uma vantagem única no mercado. Isso é tecnologia financeira aliada ao mercado beauty. Não existe outra empresa no mundo que possibilite isso, somente a Felithi.”

ECOSSISTEMA FINANCEIRO PRÓPRIO

A ideia de Felipe é que salões de beleza e o mercado de beleza tenham um Ecosistema Financeiro próprio – e que não dependam de bancos tradicionais. “Na nossa plataforma, é possível criar contas adicionais e realizar o ‘split’ para os funcionários. Vamos dizer que um cliente faça mão e escova, gastando 300 reais. No momento do pagamento na maquininha, a comissão do cabeleireiro cai direto na conta dele e a da manicure, idem, evitando-se, assim a bitributação dentro dos salões.” É possível cada um ter um cartão de crédito com bandeira Master Internacional, movimentar dinheiro de forma segura com apenas um clique, pagar contas, gerar boletos, entre outras vantagens.

“Temos as melhores taxas, o salão recebe tudo que ele transaciona na maquininha Felithi Pay em apenas dois dias. E ainda oferecemos cashback – 1% de retorno – de tudo que ele transaciona na maquininha em produtos Felithi PRO. Criamos um ecossistema para o mercado Beauty, o primeiro e único do mundo, com treinamento e suporte”, complementa.



BENEFÍCIOS GLOBAIS

A Conta do Cabeleireiro ou Banco do Cabeleireiro é uma conta digital criada pela Oruspay Customizza. “Esse ecossistema funciona da seguinte forma: o dinheiro que é gerado por meio da maquininha Felithi Pay gira em toda a cadeia – salões de beleza, funcionários dos salões, distribuidores, funcionários dos distribuidores, fábrica da Felithi PRO e funcionários da fábrica”, fala Felipe. “Então, a Felithi PRO não é mais apenas uma empresa de produtos Hair Profissional, agora agregamos tecnologia financeira para o nosso público e tudo isso só foi possível com a criação da Felithi Pay.”

“Foi uma enorme realização. Facilitamos, descomplicamos e conseguimos atender milhares de pessoas que estão fora dos bancos ou que não querem mais pagar altas taxas/mensalidades”, finaliza Felipe Barros.

87%
Setor de meios de pagamento
e de cartões de crédito
cresce exponencialmente

O uso de cartões para pagamento no Brasil cresceu **14,5%**, atingindo mais de **1 trilhão de reais** em compras em 2018

O interior do país corresponde hoje a **54%** do consumo do Brasil



ETHEREAL
P L A S M A

A MARCA DA RECONSTRUÇÃO CAPILAR

Resultado imediato, reconstrói qualquer dano na fibra e recupera a fisiologia natural do couro cabeludo e da raiz.

Nosso cabelo passa por muitas situações em nossa vida que podem danificá-lo. Exposição ao sol, cloro, química e até uso de produtos inadequados. Tudo isso faz com que nosso cabelo perca a força, ficando seco, quebradiço e com frizz. Além, é claro, de toda preocupação que temos de sempre tentar deixar os fios lindos.

Ter cabelo saudável e brilhoso pode ser um trabalho fácil, através do poder da natureza! A WNF tem um tratamento completo para seu cabelo, com o uso de óleos essenciais em sua linha Ethereal Plasma.

Em 4 passos você pode conquistar a reconstrução capilar em 6 semanas, deixando seu cabelo mais forte, brilhoso e hidratado. Veja ao lado como é fácil.



Aplicação simples e rápida:

1 SINERGY COMPLEX

Massagem tônica

Aplique o WNF ETHEREAL PLASMA SINERGY COMPLEX nos cabelos, massageando metade do conteúdo da ampola no couro cabeludo, usando a metade restante para massagear, mecha por mecha, da raiz às pontas. Depois de massagear, enrolar os cabelos e deixe o produto agir por 10 minutos.



2 MOISTURIZING PREMIUM SHAMPOO

Lavar e Hidratar

Lave os cabelos com WNF ETHEREAL PLASMA MOISTURIZING PREMIUM SHAMPOO usando água morna, massageando o couro cabeludo e os fios.



3 MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER

Condicionar

Condicione os cabelos com WNF ETHEREAL PLASMA MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER.



4 THERMO SHIELD

Selagem e brilho
Proteção térmica

Retire o excesso de água e distribua uma pequena porção do WNF ETHEREAL PLASMA THERMO SHIELD na superfície dos cabelos com a palma das mãos. Seque e modele como de costume.



100% NATURAL



DETOX • RECONSTRUÇÃO • HIDRATAÇÃO

Seja um especialista WNF Ethereal Plasma e aplique o tratamento no bulbo, couro cabeludo e haste.

WNF Ethereal Plasma usa princípios ativos 100% naturais com certificado de origem e plantações próprias. A linha possui teste de eficácia e segurança, resultados comprovados e 100% de satisfação dos clientes.

Suporte técnico e comercial exclusivo

(11) 3060-8816



wnf.com.br

@etherealplasmaoficial



wnf.cuidadosnaturais

EDUCAÇÃO DE PONTA CHEGA A BELÉM

A bela capital paraense foi o endereço escolhido para o Instituto L'Oréal inaugurar sua nona unidade no país, a primeira na região Norte-Nordeste. A convite da marca profissional, a HM acompanhou esse importante momento e conheceu de perto o centro educacional que promete ser mais um grande sucesso

74

📄 CARMEN CAGNONI (@CARMENCAGNONI)

📷 DIVULGAÇÃO

O Instituto L'Oréal se tornou referência em educação na área da beleza, tendo sua primeira unidade inaugurada em 2010, na cidade do Rio de Janeiro – atualmente, certifica a cada ano mais de três mil alunos em suas oito unidades espalhadas pelo país. Graças ao ensino moderno e eficiente, a escola ganhou reconhecimento e prestígio pelo seu comprometimento em preparar grandes profissionais para o mercado da beleza. Na nova unidade de Belém, essa história não deve ser diferente. Com instalações modernas e funcionais, que permitem a conclusão de todas as etapas do curso, a nova unidade visa atender a demanda do mercado de beleza da região - com capacidade de movimentar 500 milhões de reais por ano. A expectativa é que o Instituto atraia

mais de 500 alunos no primeiro ano de funcionamento.

“O Brasil é um mercado fantástico para profissionais, um negócio de beleza extraordinário no qual há a mais alta frequência de mulheres no salão – em comparação com a França, onde a estatística aponta para 4,5 visitas/ano ao salão; no Brasil esse número é de 10 visitas/ano. É um mercado totalmente diferente e isso também se dá na relação da cliente com o cabeleireiro. No entanto, apesar dessa força, não existe uma organização de educação - você pode acordar e decidir ser cabeleireiro. No país não há uma exigência de formação como existe em outros lugares. E a educação é muito importante. Por isso, o Instituto é uma oportunidade fantástica de desenvolver o setor”, afirma Cecile Piel-Benson, diretora de educação da Divisão de Produtos Profissionais na L'Oréal Brasil.





O PADRÃO L'ORÉAL ESTÁ PRESENTE EM TODOS OS AMBIENTES DO NOVO INSTITUTO

76

“É uma emoção estarmos aqui hoje, nessa inauguração. O nosso Instituto vem com novidades e dinamismo em um espaço que, na nossa concepção, deve ser simples, com a capacidade de abraçar as pessoas, criar proximidade. Nosso intuito é que todos se sintam em casa”, diz emocionado Alessandro Bortman de Albuquerque Silva, franqueado Instituto L'Oréal em Belém do Pará. Ele que nasceu no mundo da beleza, pois seu pai tinha uma distribuidora de cosméticos, deu prosseguimento ao negócio da família e há 24 anos é distribuidor L'Oréal. “Eu acabei abraçando essa área, tenho negócios voltados para o setor de alimentos, mas o que me realiza de fato é a área da beleza. E construí uma relação bastante duradoura com a marca. Quando o Instituto L'Oréal veio para o Brasil, com a concepção de formação profissional, já era uma época na qual vivíamos um grande problema com relação a donos de salão que dividiam conosco as dificuldades de encontrar profissionais qualificados e com formação técnica. Víamos essa carência. Quando surgiu a

oportunidade de termos o nosso Instituto, pensamos: se fomentarmos a mão de obra, fomentaremos o mercado também. Adquirimos a franquia há cinco anos e esperamos o momento certo para implementá-la. Hoje, é um sonho realizado”, relata Alessandro.

Nessa empreitada, Thatiana Emi Minori Nakashima, sua esposa e advogada de formação, o acompanhou. “Eu me envolvi de corpo e alma quando entrei na distribuidora para cuidar da área de educação do nosso Centro Técnico. A carência de qualificação do mercado era enorme. E tínhamos a vontade de transformar, de deixar um legado. Isso despertou a vontade de trazer o Instituto para nossa região. A L'Oréal tem padrão internacional e exige postura do profissional que se torna diferenciado no mercado, vira uma referência. E formar esses profissionais é mais do que nunca necessário para nossa região. Isso se concretiza hoje”, expõe Thatiana, que passou por todo o processo de formação de instrutor juntamente com mais três profissionais, sob a orientação de Ingrid Perone, formadora do Instituto L'Oréal.



ANIMAÇÃO E OTIMISMO MARCARAM A INAUGURAÇÃO. NA FOTO, ALESSANDRA VALENÇA, DIRETORA DE CUSTOMER RELATIONSHIP DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL, CECILE PIEL-BENSON, DIRETORA DE EDUCAÇÃO DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL E INGRID PERONE, FORMADORA DO INSTITUTO L'ORÉAL.

77

“Essa segurança de ter o acompanhamento da Thatiana junto às instrutoras é um dos nossos pontos principais. Isso porque a estrutura pode ser linda, mas a educação tem de estar em primeiro lugar, é preciso trabalhá-la com excelência. Isso vai muito além de conteúdo, engloba a forma de abordar o aluno, o comportamento na sala de aula. Com a reestruturação do conteúdo feito pela marca recentemente, inauguramos o Instituto com inovação pedagógica. Acredito que será um sucesso e temos certeza de que o profissional que entrar aqui terá destaque na área”, pontua Alessandro.

O ESPAÇO

Localizado no bairro do Marco, o Instituto conta com mais de 400 metros quadrados, divididos entre quatro salas, um auditório e o salão-escola. “Desde o início do nosso projeto, nós queríamos conceber tudo da forma mais adaptável, mais correta possível para receber os alunos da melhor maneira. Esta é a primeira franquia do Norte-Nordeste e isso tem muita importância.

Por isso, nossa ideia sempre foi montar um negócio específico para ser o Instituto e não procurar um lugar para transformá-lo. Resolvemos escolher o terreno e começar tijolo por tijolo”, explica o franqueado. Assim, 100% do terreno foi utilizado na construção do espaço. “A unidade é bem ampla. Cada sala com mesas e cadeiras comporta 20 alunos. No auditório, cerca de 60 pessoas podem se acomodar para assistir palestras e acompanhar grandes artistas da marca em ação, apresentando novidades, tendências e muita informação. Cada vez mais os Institutos levam esses grandes artistas embaixadores para que, além de todo processo de sala de aula, os jovens profissionais recebam inspiração pura. Essa proximidade é muito desejada por todos e essa dinâmica cria outras perspectivas, como a visão de grandes experts que lá no começo também estudaram e foram jovens profissionais. Abre a possibilidade de ser quem se quer ser”, conta Marcelo Laureano, gerente de desenvolvimento profissional da Divisão de Produtos Profissionais na L'Oréal Brasil.

A METODOLOGIA

A unidade Belém será a primeira a adotar a modernização pedagógica da marca, cuja principal mudança consiste em ter o consumidor como parte da avaliação do profissional, além de aulas teóricas e práticas mais eficientes visando atender as necessidades do público aliadas ao exemplar desempenho dos produtos das marcas que compõem o portfólio da linha profissional, L'Oréal Professionnel, Redken e Kérastase. “Decidimos transformar o conteúdo para adaptá-lo à vida atual. Eu acredito que quando você decide fazer um curso nessa área, não gosta de assistir aulas teóricas por horas. Por isso, as mudanças. Transformei e adaptei o conteúdo, mas ao final do dia o conhecimento sobre cabelo, ontem e hoje, é igual. A transformação está apenas na forma de transmitir informação fazendo isso com um método mais interessante. Começamos esse trabalho em março e o Instituto de Belém já adotará o novo formato. E ele será implantado em todos os outros a partir de fevereiro de 2020. Outra mudança é que a partir de agora, teremos um contato maior com quem passou pelos Institutos. Antes, não acompanhávamos essa trajetória e encontramos muitos donos de salão que procuram profissionais. Por isso, nossa intenção agora é conectar o Instituto com o mercado, ressaltando o valor que esses profissionais têm”, argumenta a diretora de educação. Além das aulas in loco, a plataforma digital de educação L'Oréal Access integra o início do método de aprendizado. Depois, os alunos debatem os temas abordados com o instrutor. Em seguida, há dinâmicas em sala. Finalizada essa etapa, os alunos partem para a prática em cabeças de bonecas e, então, irão para o salão-escola com supervisão e posterior avaliação tanto dos instrutores quanto do público que passar pelo local.

OS CURSOS

“Hoje, a L'Oréal quer que o profissional tenha uma educação contínua. Ele nunca pode parar. E para que ele tenha isso, desenvolvemos programas em todas as áreas. A ideia é trazer para o Instituto novos profissionais e especializar quem já está no mercado. A educação deve ser contínua de modo a acompanhar as mudanças do mercado e suas inovações”, defende Marcelo Laureano. Sob essa premissa, na área de formação são oferecidos quatro cursos: Maquiagem

“**O Brasil é um mercado fantástico para profissionais, um negócio de beleza extraordinário no qual há a mais alta frequência de mulheres no salão – em comparação com a França, onde a estatística aponta para 4,5 visitas/ano ao salão; no Brasil esse número é de 10 visitas/ano. No entanto, apesar dessa força, não existe uma organização de educação. Por isso, o Instituto é uma oportunidade fantástica de desenvolver o setor**”

AFIRMA **CECILE PIEL-BENSON**, DIRETORA DE EDUCAÇÃO DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL.

Profissional, Curso de Cabeleireiro (com duas propostas de duração para conclusão) e Curso de Auxiliar de Cabeleireiro. Há nove opções em Especialização: Master Coiffeur Especialista em Cor, Master Coiffeur Especialista em Mechas, Master Coiffeur Especialista em Corte, Penteados, Escovista, As Chaves da Cor (nível 1), Color Change (nível 2), Gestão de Salão e Automaquiagem. Na área criativa, mais duas opções: Colorful Inspira Cor e 50 Tons de Loiro Perfeito. Os cursos são abertos a todos as pessoas que desejam se profissionalizar e aos profissionais do mercado que buscam por especializações no seu segmento. Há uma pré-seleção obrigatória de candidatos às vagas, na qual são selecionados apenas os alunos que se identifiquem com a proposta do curso e que tenham disponibilidade para o cumprimento de todas as etapas.



ABERTURA OFICIAL COM O CORTE DA FITA NA ENTRADA DO INSTITUTO.



FOTO PARA A POSTERIDADE: **ALESSANDRA VALENÇA**, DIRETORA DE CUSTOMER RELATIONSHIP DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL; **MARCELO LAUREANO**, GERENTE DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL; **CECILE PIEL-BENSON**, DIRETORA DE EDUCAÇÃO DA DIVISÃO DE PRODUTOS PROFISSIONAIS NA L'ORÉAL BRASIL; **THATIANA EMI MINORI NAKASHIMA** E **ALESSANDRO BORTMAN DE ALBUQUERQUE SILVA**, FRANQUEADOS INSTITUTO L'ORÉAL EM BELÉM DO PARÁ.

SABRINA ROSA:

*o coração,
a alma
e o motor da*

DE SÍRIUS

O mundo da beleza brasileira ainda engatinhava quando a De Sirius, a passos largos, já falava (e praticava) sobre sustentabilidade, respeito ao meio ambiente, produtos plurais em suas entregas e empoderamento feminino. Tudo graças à visão singular de seus líderes – entre eles, a inigualável Sabrina – que você conhecerá melhor a seguir



HM Antes de o termo “empoderamento feminino” sequer existir, você já reinava do chão de fábrica até a mesa da diretoria. Como é a sensação de desbravar áreas desconhecidas?

SABRINA ROSA Um sentimento unilateral, sem lados e sem verdades inteiras, transformando a fragilidade do sentimento de ter que ser capaz de fazer multifunções, no poder de ser multifuncional.

HM Você e Flávio parecem muito parceiros nas decisões. Você teve que estimular isso nele ou ele já veio disposto a dividir tudo com você?

A nossa parceria (que funciona muito bem) veio da visão compartilhada que temos de somar o melhor de cada um com muita resiliência. Eu acredito que isso nos tornou parceiros, transformando diferenças – sim, elas existem – em forças.

HM Ser mulher ajuda a pensar a empresa (de beleza) melhor? Há mais afinidades?

Sim, com certeza. Eu penso e vejo que é preciso entender os vários motivos que nos fazem querer nos sentirmos belas. E isso sem termos que ser algo que não somos; e sempre buscando chegar nisso com produtos e procedimentos que tragam facilidade, praticidade e verdade. Quando enxergamos essas necessidades, o caminho fica mais fácil.

HM E ser uma mulher de gênio e opiniões fortes - mais ajuda ou mais atrapalha?

Na verdade, dependendo da situação e do contexto, os dois. se não houver uma empatia real pela opinião do outro, o gênio forte tende mais a atrapalhar do que ajudar. Por outro lado, em determinados ambientes que exijam pulso firme, essa segurança no agir facilita a negociação.

HM Como você se vê à frente da equipe?

É difícil falar de mim mesma, mas creio que me descreveria como uma líder confiante e inspiradora.

HM Como se definiria?

Uma louca (risos) com empatia sincera pelas causas e pessoas, corajosa e visionária.

HM O que a empresa trouxe para você e o que você trouxe para a empresa?

Autoconfiança de parte a parte. Uma dá força à outra. Acho que quando amamos o que fazemos, imprimimos muito de nossa personalidade e de nossos valores no que criamos.

HM Você é muito amorosa com os seus. Como concilia trabalho, família, amigos, sem perder o lado “cuidadora”?

Não é fácil para ninguém ser multitarefas – tão pouco lidar com um bem precioso e escasso como o tempo. Por isso, levo a vida com fé que tudo tem um momento e um motivo certos para acontecer.

HM Qual o legado que espera ter passado para seus filhos?

Espero ser um modelo de conduta que os estimule a ser sempre autênticos, sinceros e tenham coragem e verdade para fazerem o que acreditam, sempre sendo o que são. É muito importante que nunca se perca a essência durante nossa (nem sempre fácil) jornada.

HM O que a beleza trouxe para a sua vida?

Autoestima.

HM O que você diria para mulheres que estão ingressando agora no mercado de trabalho da beleza?

Em um mundo onde ainda temos muito para conquistar, digo as mulheres que valorizem a si próprias e aos outros.

HM

“**Eu penso e vejo que é preciso entender os vários motivos que nos fazem querer nos sentirmos belas. E isso sem termos que ser algo que não somos; e sempre buscando chegar nisso com produtos e procedimentos que tragam facilidade, praticidade e verdade. Quando enxergamos essas necessidades, o caminho fica mais fácil**”





ABUSE DA PROTEÇÃO
QUE CABE NA BOLSA!!

**TRIVITT SUN
PROTETOR SOLAR
PARA OS CABELOS**

QUEM DISSE QUE NÃO
EXISTE PROTEÇÃO DE
VERDADE E BELEZA AO
MESMO TEMPO?



GANHE
01 BOLSA DE PRAIA
E 01 PENTE EXCLUSIVO

ITALLIAN
HAIRTECH

@itallianhairtech
itallianhairtech.com.br

ESSENTIAL LOOKS 2019

Laços

86

Parodiando o filme da turma mais amada do Brasil – a da Mônica – e seu criador, Maurício de Souza, o título desta reportagem mostra bem o que o maior evento da Schwarzkopf Professional trouxe nesta edição: a criação de laços. Sim, em meio a um gigantesco grupo de profissionais, a quantidade de conhecimento, conteúdo, aulas, encontros promoveu entre os presentes uma união em prol da beleza como poucas vezes se viu neste tão concorrido segmento. HM esteve lá – ativamente e com uma missão cujos detalhes você conhecerá ao longo desta cobertura jornalística – e conta, agora, tudo o que aconteceu nesta deliciosa viagem

DEISE GARCIA (@DEISEGARCIA) MARCO MÁXIMO



O EVENTO. O Essential Looks é um evento anual, promovido pela Schwarzkopf Professional e focada em profissionais de beleza – cabeleireiros e coloristas. Nele, são apresentadas as tendências do que será mais relevante não só em moda-cabelo, mas também em atitude e comportamento. “Temos que pensar que o conhecimento dos movimentos sociais ajuda o profissional no entendimento de sua clientela. Mudam-se as atitudes e conceitos, muda junto a demanda”, define Juliana Parra, head de marketing.

A ORGANIZAÇÃO. Organizar um encontro de quase 500 profissionais das Américas demanda – e como! Embora as empresas estejam habituadas a eventos de alta complexidade e muita concentração de pessoas, tudo tem que funcionar como um relógio a fim de que a impressão seja a melhor possível, os convidados saiam felizes e o conhecimento compartilhado realmente faça sentido e circule. Equipes de São Paulo tiveram apoio local e um número enorme de pessoas se viu envolvido pela organização. “Parte da equipe foi para o destino com bastante antecedência a fim de que na data oficial tudo estivesse pronto. Além da recepção do grupo, tivemos também um jantar temático, um desfile, um look and lean, enfim, trabalhosos micro-eventos dentro do principal, a viagem em si”, explica Verônica Vicentin, do marketing team da marca.

O DESTINO. O Essential Looks tem, a cada edição, um novo destino. Desta vez, o Brasil foi contemplado para receber profissionais de praticamente todos os países das Américas. A fim de mostrarmos as belezas do nosso país – flora, geografia, paisagens, clima, culinária – Porto de Galinhas, em Recife (PE) foi o local selecionado. Hospedados em um Resort lindíssimo, o Enotel (@enotelporto), sob o regime de all inclusive, todos os hóspedes desfrutaram das belezas e serviços à beira-mar.



Os números do EL 2019

Profissionais participantes: **450**

Países participantes: **10**

Equipe de Produção: **+ de 50**

Tempo de Planejamento: desde **julho de 2018**, e a equipe estava alocada em Recife desde o dia **25 de agosto**

Embaixadores presentes: **10**

Modelos contratadas: **45**

Bastidores do evento

Por trás de todo grande acontecimento há uma equipe gigantesca envolvida. Com o Essential Looks 2019 não foi diferente. Nada melhor do que trazermos para o ‘palco’ o nome dos responsáveis, certo?

- **Rosana Rodrigues** – Maquiagem
- **Luciano Bortolotti** – Figurino
- **Escola de Artes Lulu** – Bailarinos
- **La Difference** – Agência Produtora de Eventos (Atendimento Aéreo: Graciele Oliveira, Atendimento passageiros: Yeda Hirota Rocha; Atendimento artístico: Rafael Gomes; Gerenciamento evento: Maura Saninni; Alimentos e Bebidas: Flavia Lima; Plenária e direção artística: Thais Alves; Direção técnica: Pedro Gomes; Produção artística: Wanderson Vieira; Camarim e preparação: Natalia Bonavita; Preparação e casting: Paulo Carneiro; Direção geral: Billie Peppe)
- **Hannu Espaço de Beleza** – Salão parceiro para a preparação das modelos
- **Equipe Enotel Porto de Galinhas**
- **CDN** – assessoria de imprensa com o jornalista Erick Paytl
- **Equipe de apoio:** Aline Camargo Moura (PPS Adviser Schwarzkopf Professional), Samir Varani (fotógrafo)

A PROGRAMAÇÃO.

O período foi curto, porém intenso:

- ▶ **Jantar temático** – baile de máscaras – para as boas vindas e networking entre os países presentes
- ▶ **Digital talks** – ‘aula’ sobre redes sociais com as presenças da digital influencer Mari Saad e do hairdresser e embaixador da marca Jean Philippe
- ▶ **Look & Learn** sobre corte, cor e textura com os embaixadores internacionais Tyler Johnston e Rossa Jurenas
- ▶ **Desfile** das tendências do Essential Looks 2019
- ▶ **Hands on** para a criação de uma coleção para interpretação do Essential Looks 2019
- ▶ **Workshop HM EM REVISTA**: como nasce uma coleção
- ▶ **Shooting** das criações com a equipe HM



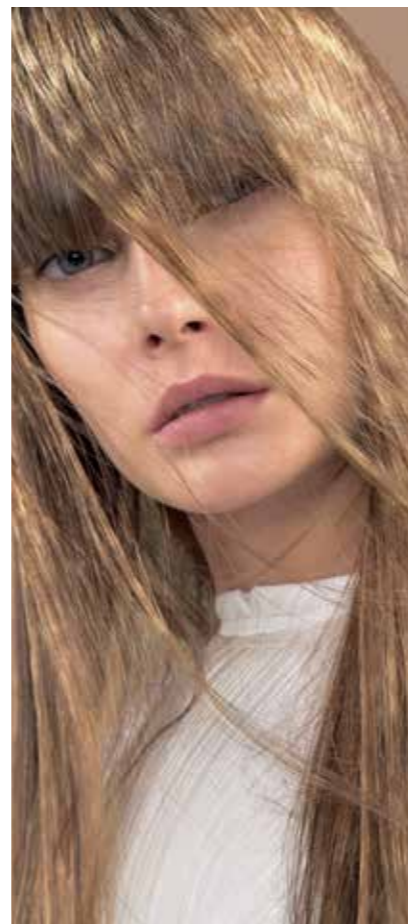
90



OS EMBAIXADORES.

Um timaço esteve presente e foram recebidos como ídolos pelo público. São eles:

- Brasil:** Jean Philippe, Cristina Bezerra, Jades Sales e Ezequiel Blanc
- Argentina:** Marina Arakaki
- México:** Daniel Alvarado
- Colômbia:** Alexandra Perez
- Costa Rica:** David Montero
- Reino Unido:** Tyler Johnston
- Canadá:** Rossa Jurenas



A COLEÇÃO. A coleção de Essencial Looks 2019, da Schwarzkopf Professional, atinge o equilíbrio perfeito, com tendências que agradarão tanto os amantes da alta moda quanto aqueles que amam looks simples, fáceis de usar e acessíveis, para todos os dias. "É uma nova ordem mundial de autoexpressão super diversificada, onde todos têm a liberdade de serem quem quiserem e de exercerem todo o seu direito individual ao expressionismo criativo. Enquanto a mudança está no ar, também estamos vendo a necessidade de autenticidade em tudo. Então, qual é a nossa opinião sobre a cor de amanhã? É tudo sobre contradições", descreve

Simon Ellis, diretor criativo internacional da Schwarzkopf Professional. Sob o título de "Criando Hoje a Cor de Amanhã", ela se inspirou nos extremos para trazer oito looks novos e as técnicas para recriá-los - interpretados por alguns dos artistas de cabelo mais visionários do mundo. Esta é uma coleção para camaleões da moda em todo o mundo. Fiel à forma, mantém uma conexão clara com o mundo da moda, com um look conceitual por tendência, inspirado nas passarelas, além de interpretações prontas para o salão de beleza que são perfeitas para clientes que buscam inovação e transformações cotidianas.

© DIVULGAÇÃO



**O SHOOTING:
PROJETO MY COLLECTION.**

Uma parceria da Schwarzkopf Profissional com a HM EM REVISTA gerou um ensaio fotográfico. Quinze profissionais, a partir das tendências apresentadas durante o evento, criaram seus looks. Para tal, todos tiveram a orientação dos embaixadores da marca e workshop com a equipe HM onde aprenderam tudo sobre como criar uma coleção e se fazer ver com a mídia. “Eu ficaria o dia todo ouvindo dicas tão preciosas! Foi uma imersão incrível, do tipo que se leva para a vida toda”, celebra Ezequiel Blanc, embaixador da marca. O resultado, capturado pelas lentes do mago das fotos, Marco Máximo, você vê no final desta reportagem, com a coleção EL 29019.



BENILDES BRAGA DE OLIVEIRA
Modelo: JULIANA FREITAS



BETO SILVEIRA
Modelo: RAFAELA MARTINS



KEITH SIMON HARRIS
Modelo: ALINE LINS



MARCUS PRADO
Modelo: GRAZIELA SANTOS



MARIA LUIZA SILVEIRA MARTINS
Modelo: CAMILLA VIEIRA



CRISTINA BEZERRA
Modelo: NATHALIA OLIVEIRA



FABRÍCIO HERZOGH
Modelo: GABRIELA LINS



JADES SALES
Modelo: SUELANE MUNIZ



MAURICEIA DA SILVA LIMA
Modelo: CINTHIA MOURA



MAYARA GOULART
Modelo: BARBARA FONSECA



MÔNICA MACHADO
Modelo: ALINE MENEZES



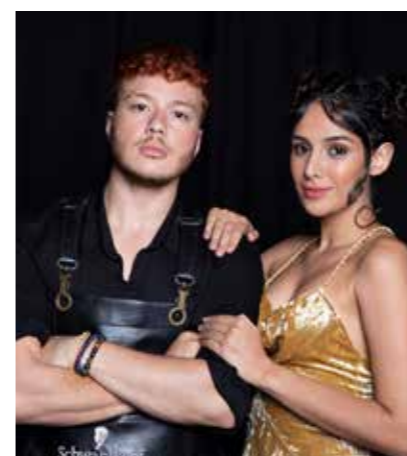
JANAÍNA PANIGUEL
Modelo: ARIELY LUNA



JORDÃO DOMINICCI
Modelo: INGRID VASCONCELOS



JOSE ARNALDO ALVES DE ARAUJO
Modelo: BRENDA PONTES



PEDRO TAVARES
Modelo: JESSICA MEDEIROS



SUELY SILVA
Modelo: AMANDA SILVA



TATIANE MACHADO
Modelo: JESSICA KARLA

A CAPA.

Uma é pouco, duas é bom, três é DEMAIS DE MARAVILHOSO. Isso mesmo! O resultado de toda a viagem – desfile, workshop, look & learn, palestra HM – foi tão espetacular que ficou difícil escolher apenas um trabalho. Debruçados sobre os trabalhos lindíssimos, eu, Deise Garcia (Publisher), Jefferson Stevanato (Publisher), Ennio Nascimento (diretor de arte) e Marco Máximo (fotógrafo), definimos as 3 vencedoras.

“Estou meio sem palavras! É bem emocionante. Que honra em receber este reconhecimento. Estou muito emocionada e grata a Deus. Ouvir a Deise foi desafiador – é um encargo forte. Tínhamos o compromisso de fazer algo diferente, com o nosso melhor, com o coração. E para mim foi uma experiência fantástica participar, receber aquela bagagem da equipe HM. Tem um momento que tu pensas que não sabe, que não consegue fazer aquilo. É algo diferente do teu dia a dia, algo que te desafia. Então, traz um peso grande. Pedi a Deus para me dar graça e inspiração e eu fui fazendo o cabelo. Quando subi para o palco para fazer as fotos eu lembro da minha vibração. Foi algo que me acrescentou muito como profissional. Não foi só uma foto com cabelo, mas estar ali aprendendo mais com profissionais tão reconhecidos. Ser reconhecido pelo trabalho traz motivação para a nossa carreira, para tu continuares, para se querer ir além. Isso nos empurra para a frente. O que é mais lindo na nossa área e fazer com amor. Muito difícil colocar em palavras porque estou muito, muito emocionada. Desculpem meu choro, mas estou muito agradecida a todos, em especial à marca que me convidou. Quem dera todos os profissionais tivessem essa oportunidade de aprendizado”

CRISTINA BEZERRA, educadora,
Porto Alegre (RS)
Modelo **CAMILLA VIEIRA**

“Oh, My God!! Eu não estava esperando isso não! Incrível, foi uma experiência incrível. Nem sei o que dizer. Várias vezes eu olhei esta foto e sempre lembro desta experiência. Senti muita camaradagem com as equipes. Eu não fiz isso sozinho não, todos se ajudaram muito, compartilharam ideias e conhecimento. Isso significa que estou no caminho certo. Muitas vezes, diante de algum obstáculo, a gente pensa que não está fazendo a coisa certa, sempre fica na batalha, tentando. E isso me diz que estou, sim, no caminho; isso me dá uma fé no futuro, no que está por vir. Meu pai era cabeleireiro e eu comecei minha carreira com ele. Então, eu dedico a ele esta minha conquista”

KEITH SIMON HARRIS, Salão Meraki
Cabeleireiros, Fortaleza (CE)
Modelo **ALINE LINS**

“É com imenso prazer que recebo a notícia de ser um dos vencedores. É surpreendente para mim. Eu coloquei muita emoção neste trabalho, mergulhei profundamente no universo que ali estava, naquele momento. Procurei me inspirar um pouco em cada tendência. Aquele cabelo surgiu como uma expressão bem singular; ele é direcionado para Urbaganza, mas com um pouquinho de cada tendência. Isso significa muito para mim: e a primeira capa de revista que faço e tenho certeza que isso será um divisor de águas na minha vida. Eu não tenho como descrever o quanto eu estou feliz com esta oportunidade! Só tenho a agradecer. Estou muito, muito, muito feliz! Estou explodindo de felicidade! Adorei trabalhar com a equipe HM – vocês são muito incisivos, muito profissionais!”

FABRÍCIO HERZOGH, Salão CDMHD,
Rio de Janeiro (RJ)
Modelo **GABRIELA SLINS**



Blusa Souq
Shorts Raizz



Jaqueta Casa Juisi



Top
Calça Renner
Jaqueta Forever21
Scarpin

AS LIÇÕES QUE FICAM.



“A cor passou a ser uma ferramenta extra de criatividade. Com ela e as técnicas que mostramos aqui, ganhamos textura com a aplicação correta de tons em lugares estratégicos. É um caminho sem volta, um mundo de possibilidades se abriu agora”

ROSSA JURENAS, CANADÁ



“As tendências mostradas ano a ano pelo Essential Looks devem ser uma abertura, uma referência. A interpretação cabe a cada profissional. A lição que fica deste ano pode ser resumida em ‘menos E mais’. Veja bem, o ‘é’ deve ser substituído pelo ‘e’”

JADES SALES, BRASIL



“A cor e o corte sempre caminharam juntos. Mas eu diria que a grande novidade, a palavra de ordem agora é a textura capilar. Estamos vendo o começo de uma onda que veio para ficar, que só crescerá nos próximos anos. Quando se usa a cor como texturizador, o resultado é diferente de tudo o que se conhece, de tudo o que já vimos até aqui. É algo que não acontece toda hora”

JEAN PHILIPPE, BRASIL



“Quando criamos looks que representem tendências, estamos trazendo a tona o trabalho de muitas pessoas. A inspiração vem de muitos movimentos e lugares – das ruas, da arte, do cinema, do comportamento, da indústria, dos estudos sociais. Quando estou em produção para um desfile, falo e ouço todos os profissionais envolvidos. Vivemos um tempo de excesso de informação e é preciso uma avaliação profunda e conjunta para separarmos o que realmente importa”

TYLER JOHNSTON, REINO UNIDO



Vestido Raíssa Brand

Camisa Colcci
Capa Alt
Calça Alcaçuz
Sandália Santa Lolla
para Zattini





Camisa Rocio Canvas
Camiseta Forever21



Vestido Rocio Canvas
Bota Acervo



Blazer Alcaçuz
Vestido Mãos da terra



Colete Lafort
Vestido Forever21

Vestido Alcaçuz
Body Acervo



108

Casaco Colcci
Blusa Forever21



109



Blazer Infiny
Vestido A.Cult



Vestido Forever21
Sobretudo Morena Rosa

Vestido For
Your Informativo



Vestido
Rocio Canvas





Jaqueta Colcci
Top Forever21
Saia Forum



Vestido Forever21

Prepare-se para

transformar

o seu negócio!



BELEZA PRO BUSINESS 2020

O NOVO CANAL DE NEGÓCIOS, RELACIONAMENTO E CONTEÚDO DO MERCADO DA BELEZA.

6 arenas de conhecimento com espaço para mais de

200

atrações educacionais

20 mil

m² de área de exposição

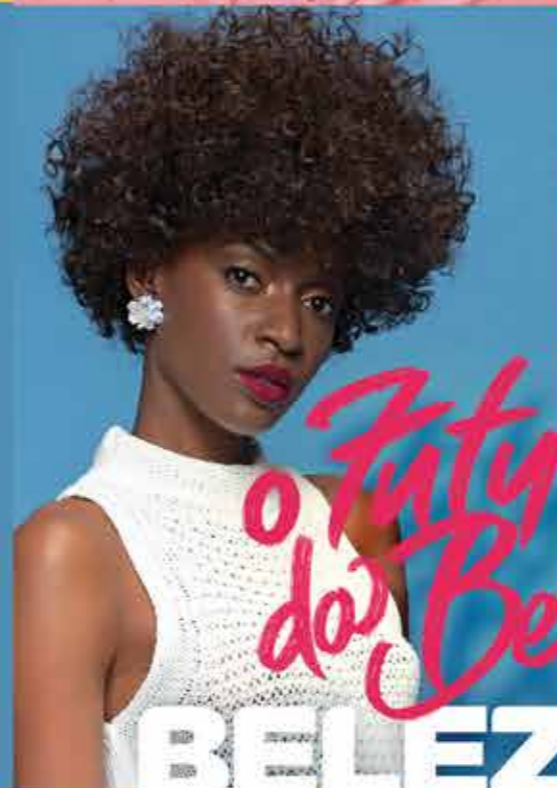
250

marcas (nacionais e internacionais)

Mais de

150

palestrantes



O Futuro
da Beleza

BELEZA Pro BUSINESS

ANHEMBI
SÃO PAULO

04 a 06

ABRIL

2020




NA MELHOR
DATA PARA
A INDÚSTRIA!


3 dias

conexão, inspiração e negócios na feira mais inspiradora da América Latina!

Acompanhe todas as novidades nas nossas redes sociais:

 www.belezapro.com.br

   @belezaprobusiness

 Beleza Pro Business



BELEZA Pro BUSINESS

intercoiffure
MONDIAL

HCF

Haute Coiffure Française
BRASIL

A *(esperada)* CHEGADA DA CLESS PROFESSIONAL

118

O lançamento oficial da marca – que já é sucesso absoluto com o consumidor final – no setor profissional aconteceu durante a Beauty Fair e foi, como era de se esperar, recebida com empolgação, ansiedade e alegria por uma legião de beauty artists que passaram por lá. Não à toa, afinal, qualidade e excelente custo-benefício fazem dos produtos um luxo acessível para a maioria. No evento de apresentação, muita emoção, apresentações artísticas, barber e hair show. Vale a pena conhecer tudo sobre esta novidade!



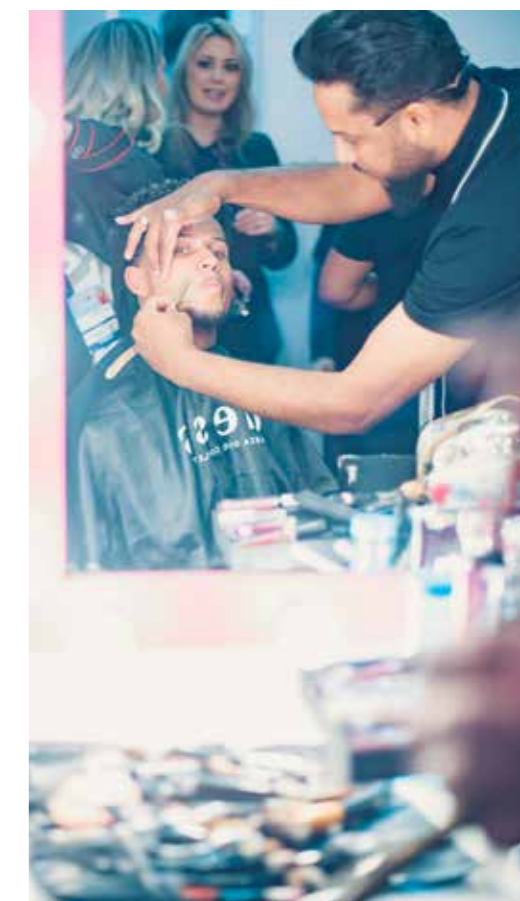
Linaugurada em setembro de 2004, a Cless completou 15 anos de sucesso cumprindo sua missão: valorizar a beleza feminina por meio de produtos de beleza e higiene pessoal que respeitem os mais altos requisitos de qualidade. Care Liss foi a primeira marca da empresa, depois vieram muitas outras para atender ao consumidor final e até algumas opções para o profissional do setor. Agora, inaugura uma nova fase com a divisão Cless Professional. Para marcar o grande acontecimento, a empresa montou um espaço incrível na Beauty Fair, com design primoroso para valorização da marca, palco, sala reservada para influencers digitais com espaço instagramável, recinto para workshops, bem como uma ampla área para recepcionar amigos, clientes e futuros parceiros, além de um local específico para venda de produtos, todos com desconto na feira para gerar experimentação. Sempre movimentado, no ambiente não faltou empolgação.

“A Cless tem como proposta agregar valor para as partes relacionadas. E ao longo desse tempo de atuação no varejo, desenvolveu marcas líderes no mercado, como Charming e Lightner, entregando excelente custo-benefício para o público em geral, além dos lojistas que conseguem ter ótima rentabilidade por meio da venda de produtos com ótima apresentação e performance. Com nossa experiência, entendemos estar preparados para levar um pouco desses benefícios também para os profissionais, um público que sempre prestigiou alguns de nossos produtos, como Charming. Agora, nós acreditamos poder agregar valor para o público profissional, levando toda tecnologia e o know-how da companhia a fim de oferecer itens de excepcional qualidade por um preço justo. Assim, lançamos a linha com o posicionamento de luxo acessível”, detalha Luiz Piccoli, fundador e CEO do Grupo Cless Cosméticos.

COMPROMISSO DE VALOR

Seguindo no firme propósito de contribuir para o desenvolvimento das pessoas e consequentemente do país, o projeto da Cless Professional vai além de oferecer bons produtos. “Na nossa avaliação, nessa crise severa pela qual o país passa, uma área que continua sustentando a economia é a de serviços. Por isso nós acreditamos que a linha profissional possa ser um veículo de crescimento disponibilizando bons produtos e formando bons profissionais. Dessa forma, a companhia também mantém a proposta de contribuir socialmente lançando uma área de formação, a Cless Academy, uma escola onde se pode aprender uma profissão através dos nossos produtos. Dessa maneira, contribuimos para a sociedade ajudando muitas pessoas que estão sem um caminho, formando-as em uma nova profissão”, argumenta Piccoli.

O projeto da Cless Academy está sob a coordenação de Márcio Michelasi @marciomichelasi, diretor da divisão profissional da Cless e também diretor do Pró-Beleza. “A Academia partiu de uma pesquisa e de uma parceria tecnológica com o sindicato. A Cless acreditou no projeto de fortalecimento da categoria via Pró-Beleza e lançou a Cless Professional que já nasce com todo um modelo educacional reconhecido e com um propósito verdadeiro de fortalecer o profissional da base. Vários cursos serão oferecidos, desde a formação básica à complementação técnica. Na primeira etapa, nosso foco principal foi o curso de instrutor técnico sob um novo paradigma educacional. São pessoas que já estão no mercado, mas não tiveram acesso a algumas disciplinas, bem como etiqueta profissional, postura de palco, oratória, além de realimento técnico a fim de que sejam capazes de criar novos serviços com a gama de produto disponíveis. Elas adquirem instrução para ser um co-criador, não alterando as formulações dos produtos, mas criando possibilidades de uso. Isso só é possível através de um modelo tecnológico educacional. Na primeira fase foram formados 85 instrutores”, detalha. →





122



123

LANÇAMENTO OFICIAL

Sábado, dia 7 de setembro, primeiro dia de Beauty Fair. A visitação foi intensa, muita gente nos corredores, nos stands, a agitação dominava o Expo Center Norte, na capital paulista. No camarim do espaço Beauty Collection, a movimentação também era ativa: um grande evento estava sendo preparado para acontecer no final daquela tarde que marcaria a história da Cless. A divisão profissional seria oficialmente anunciada ao cenário nacional. Kátia Coutinho @kcoutinho, consultora e responsável pela Cless Professional, viveu o grande desafio de preparar a mega-apresentação dividida em quatro atos. Os convidados lotaram o recinto e vivenciaram momentos de emoção, beleza e muita alegria.

A abertura do evento foi conduzida por Mohamed Gorayeb @mohamedgorayeb, responsável pela área de treinamento da Cless. “Está dada a largada para o lançamento oficial da linha profissional da Cless. Vocês estão fazendo parte de um marco histórico”, disse antes de chamar ao palco, Luiz Piccoli. Em seu discurso, o fundador da companhia agradeceu a presença de todos e reconheceu o novo desafio que resolveu empreender, mas a determinação faz parte de sua vida. “Quando montamos essa empresa de varejo, queríamos que ela fosse um veículo para que pessoas humildes, como eu

fui, pudessem crescer por meio de um trabalho sério e honesto. Hoje, entregamos ao mercado profissional produtos de excelente qualidade e apresentação para que esse público possa desenvolver sua arte. Somos as ferramentas para que vocês possam realizar a arte de vocês, deixando as clientes felizes e, assim, melhorando sua própria condição de vida”, disse emocionado.

Em seguida, foi a vez da apresentação do projeto da Cless Academy, cujo papel é fundamental na construção dessa nova visão de mercado da empresa. “Nosso primeiro ato foi expor ao público a nossa academia. Mostramos um vídeo contando essa história, a estrutura, os alunos, o aprendizado, a experiência. Começamos nosso evento assim, porque o show artístico que iríamos ostentar no palco estava muito bem-conceituado, porém o nosso grande diferencial estava no backstage, onde cerca de 90 profissionais formados pela Cless Academy deram todo o suporte para que a noite fosse um sucesso”, revela Kátia Coutinho. Coube a Márcio Michelasi comandar a exibição do vídeo institucional e chamar ao palco os 85 formandos da primeira turma. Alessandra Beltran, Darlan Gonçalves e Joseane Venâncio também receberam homenagens pelo trabalho desenvolvido junto à nova divisão da empresa.

Finalizado o primeiro ato, era hora dos shows!

VÍTOR OU VITÓRIA?

A exibição da linha Cless Men Barber, comandada por Nariko @nariko_hairstyle, embaixador da marca, levou ao público certa provocação. Inspirado em um filme de 1982, no qual a artista feminina Victoria se faz passar por Conde Victor - um transformista - para conseguir destaque. Kátia Coutinho explica: “O mercado tem questionado vários pontos em relação às barbearias e um deles diz respeito à indagação se a mulher vai entrar nesse espaço ou não. Será um lugar onde ela também vai frequentar e que também será dela como foi o salão para o homem durante todos esses anos? Em função dessa e de outras questões do mercado, trouxemos o show Vítor ou Vitória para fazer uma alusão aonde começa o feminino e aonde começa o masculino. Para mostrar isso no palco, os barbeiros entraram com seis modelos usando uma capa preta – andrógenos, era impossível identificar quem era quem. No final, ao tirarem a capa, vimos três homens e três mulheres, todos com o cabelo cortado na técnica masculina. Assim, mostramos esse universo aberto e generoso”, explica.

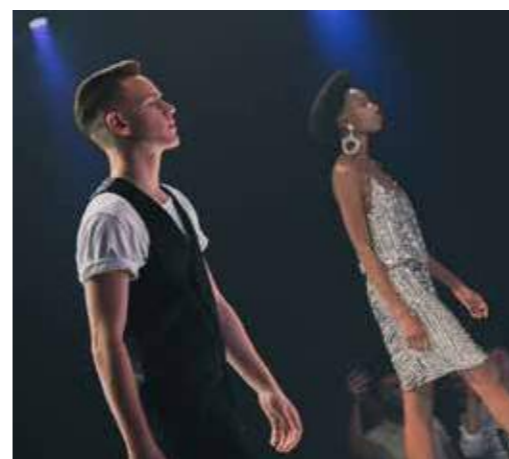
COLORS

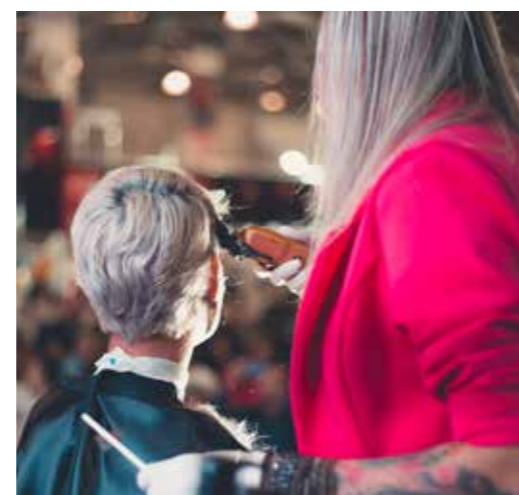
Concebido com base na visão do profissional que quando está com a cliente na cadeira encara o cabelo como uma tela em branco onde ele expressará sua criatividade. “Ele une técnica, formação e criatividade para criar o cabelo mais incrível do mundo. É assim que o profissional se sente. Por outro lado, a cliente ao sentar na cadeira do cabeleireiro espera que ele tenha técnica e criatividade para transformar o cabelo dela no mais lindo do mundo, uma verdadeira obra de arte, fazendo com que ela se sinta uma rainha. Assim, trouxemos Colors by Cless mostrando a importância da inspiração das cores em uma produção artística”, esclarece Kátia Coutinho. A apresentação foi baseada no clipe Apeshit, de Beyoncé e Jay-Z, filmado no Museu do Louvre, em Paris. “Eu tive apenas 10 dias pra preparar o show. Eu precisava colocar no palco alguém capaz de montar com perfeição essa apresentação em tão pouco tempo. Convidei Erik Morais, hairstylist experiente e maravilhoso,

e ele topou o desafio”, argumenta Kátia. “Eu fiquei muito encantado com o projeto da Cless Professional porque eu sempre tive vontade de me envolver com o profissional, e o projeto da Academia me fascinou. Além disso, as colorações são fantásticas, a qualidade do produto é incrível. Eles têm um trabalho muito bacana e fizemos muitos testes antes. Peguei o projeto nascendo e decidimos fazer essa apresentação da linha Colors envolvendo também a finalização. Nos baseamos na arte, abordamos também o artesanal, com mulheres sofisticadas e cabelos artísticos, mas com um toque do dia a dia. Trabalhamos com blond, cobre, mechas, desenvolvendo algo para o cotidiano, mas com um lado artístico para mostrar também a potencialidade dos sprays finalizadores”, explica Erik Morais que teve cerca de 70 profissionais da Academia sob sua coordenação neste projeto.

OLHOS COLORIDOS

O encerramento da noite especial teve como trilha sonora a música de Sandra de Sá. “Trouxemos uma linha de varejo, para a qual estamos dando tratamento profissional, que é a linha Essenza, de transformação de fios. Nós queríamos mostrar a brasileira que tem todo tipo de cabelo e encerrar o evento de forma vibrante, então chamamos oito passistas e a bateria de uma escola de samba. Nossos profissionais cuidaram do cabelo delas na semana anterior e elas foram apresentar o show acompanhadas do batuque. Nós encerramos a noite em alta, dizendo para o mercado: a gente chegou e chegou para suspender esse mercado. Para levantar você da cadeira. Para trazer você para uma nova experiência”, comemora Kátia. Segundo ela, tudo o que foi apresentado não teve um apelo só cenográfico e conceitual. Cada um dos movimentos tinha algo a expressar aos profissionais do setor: “Nós abrimos com a academia dizendo, a Cless como empresa está ajudando você a crescer, os nossos produtos são só ferramentas para você poder se tornar o melhor. Estamos ao seu lado. O que a gente tem de preocupação é fazer com que você aprenda e cresça. O restante é consequência”, pontua. A noite foi encerrada com um coquetel em comemoração à data especial.





APRESENTAÇÕES NO STAND

Muitas ações também foram apresentadas no palco do stand, sempre prestigiadas pelo animado público presente à feira. Não faltaram distribuição de brindes e muitas fotos durante os quatro dias da feira! A maioria das apresentações foi realizada por profissionais da Cless Academy, mas outros artistas também estiveram no local, como Leonardo Lima, do Manual do Macho Alpha @manualdomachoalpha, que a convite da Cless Professional esteve no stand dias 8 e 9 acompanhando as novidades e passando por uma transformação da sua longa barba pelas mãos do mestre Ale Arrais, da Barbearia Barbalhada @barbalhada. O público vibrou!

Outro evento imperdível foi Amigos do Nariko & Amigos do Coruja com os dois artistas consagrados. “A Cless Professional me deu todo suporte e a estrutura necessária para eu trazer minha equipe e fizemos apresentações bem bacanas, com muitas brincadeiras no palco. Tivemos até essa disputa, eu e meu amigo Coruja @fabiano_coruja, com bastante descontração no palco, mostrando um pouco do dia a dia da Barbearia. Isso porque o barbeiro é descontraído, amigo do cliente e dos outros barbeiros, a gente brinca um com o outro e eu quis passar tudo isso no palco. Os barbeiros que estavam assistindo entraram na brincadeira e essa foi a ideia, aproximá-los ainda mais desse universo fantástico”, contou Nariko. Em outra apresentação ele levou ao palco outro amigo, o cantor e compositor Yudi Tamashiro @yuditamashiro.

FOCO NO FUTURO

O sucesso foi enorme, sem dúvidas, mas a companhia sabe que há um caminho desafiador pela frente. “Estamos com grandes expectativas, chegamos com o pé direito, mostramos um grande show, montamos um stand fantástico, fizemos grandes parcerias, como com Nariko e outros técnicos superconceituados. Nossa branding é muito boa. Estamos trabalhando com múltiplos canais, com distribuidores independentes e focando na segunda etapa em grandes per-

fumarias com espaço dedicado aos profissionais. E estaremos na web, apostando muito no marketing digital para atender as necessidades desse mundo conectado”, conta Alisson Oliveira, consultor de eventos e marketing digital. “Agora queremos sedimentar tudo o que a gente plantou. Embora tivesse uma parte da Cless que era dedicada ao profissional na venda direta, ela não era vendida por profissionais com especialidade nisso. Então, ela não se desenvolveu plenamente. Agora isso será intensificado com a primeira turma da Cless Academy, professores homologados para o negócio e estamos fechando os primeiros distribuidores regionais pelo Brasil”, complementa Luiz Piccoli.

Kátia Coutinho reitera: “Neste momento estamos estruturando todo departamento comercial e temos um projeto bem ousado para o primeiro ano. A nossa intenção é fazer uma introdução muito sólida desse portfólio com cerca de 90 produtos, investindo sempre em educação. Cada produto vendido, cada salão introduzido é um parceiro. Nós não vendemos produto, mas oportunidade. Produto todo mundo vende, nós estamos vendendo uma grande oportunidade de crescimento, de abertura, então, isso tudo é muito lindo, é real, mas não é fácil de ser realizado. O grande desafio é você trazer toda uma estrutura num trabalho conjunto - distribuidores, salões, vendedores, equipe técnica -, todos alinhados no mesmo discurso e olhando para a mesma história, na mesma direção. Nesse momento pós-feira, nossa missão é estruturar tudo isso muito bem. De maneira processual, para ser replicado de forma fácil, transmitir o conceito antes da compra do produto e esse é um processo trabalhoso. Depois, nosso desafio é monitorar essa transação para que ela ocorra exatamente como estamos planejando e esteja dentro do nosso controle. No final de outubro já temos alguns projetos apontados pela área técnica, essa é uma das grandes vantagens de termos uma academia, porque a gente traz a voz do profissional para dentro da empresa. Temos algumas sugestões de produtos, mas isso ficará para o ano que vem. Aguardem!”

CLESS MEN BARBER

A linha composta por 13 produtos, Gel de Barbear, Espuma de Barbear, Gel Esfoliante, Spray Pós-barba, Balm Pós-barba, Shampoo Probiótico, Shampoo Antirresíduos, Shampoo Matizador, Máscara Hidratação Profunda, Máscara Pigmentação Black, Gel Cola Megafixação, Pomada Transparente e Pomada Matte, foi desenvolvida com aval de Nariko @nariko_hairstyle, um dos barbeiros mais conhecidos e admirados do Brasil (senão do mundo!) e é alinhada mais customizada da empresa. “Eu estou muito feliz pela parceria com a Cless Professional, porque estou com uma empresa que acreditou no profissional da área de hair style. Hoje, estamos com uma linha de qualidade classe A para qual eu me doe bastante, fiz com todo amor, com todo carinho, cada produto tem um pedaço do meu coração”, afirma o profissional conhecido por assinar o visual de muitas celebridades, especialmente do futebol, como dos jogadores Neymar, Casemiro, Fagner, Danilo, Douglas Costa, Philippe Coutinho, Gabriel Jesus, Paulinho, Thiago Silva entre outros. Há 19 anos na profissão, ele começou aos 13, e hoje possui três unidades da Barber Nariko Hair Style, duas no litoral de São Paulo e uma em Paris (França), além de uma escola na cidade de Ribeirão Preto (interior paulista). Seus cortes exóticos de cabelo, bem como o trabalho com navalha e o design diferenciado, o transformaram num artista do setor.



CLESS COLORS

Coloração creme permanente, formulada com bioativo de algas marinhas e complexo de aminoácidos que auxiliam na fixação da cor e na hidratação do cabelo. Proporciona excelente cobertura dos fios brancos, maior durabilidade da cor e brilho intenso com ultraproteção. A paleta de cores tem 40 opções. “Nossa coloração tem alta tecnologia e é formulada com algas marinhas e complexos de aminoácidos que ajudam na fixação do pigmento e na cobertura total dos brancos, dando durabilidade de cor e brilho. É nossa estrela da feira. E já tínhamos no portfólio de produtos Studio Pro Água Oxigenada em três volumes (20, 30 e 40); Studio Pro Pó Descolorante com uma performance incrível e abre até nove tons; e Studio Pro Lumina Plex, um creme que protege os fios durante a coloração ou a descoloração sem interferir no processo, bem como intensifica o poder das máscaras de tratamento”, exemplifica Andréia Castro Bernabe, gerente de produto.

STUDIO PRO

A novidade é a linha de Reconstrução: Shampoo formulado com complexo de aminoácidos e Condicionador e Máscara à base de complexo de aminoácidos + mix de óleos (coco, argan e macadâmia). “Fora isso, tem uma fragrância que dura mais de 12 horas nos fios, dando a sensação de cabelo cheiroso por muito tempo, mas sem interferir no perfume usado habitualmente”, completa Andréia Bernabe. Todos têm a função de renovar a força e a vitalidade dos fios ressecados e danificados, cuidando da raiz às pontas do fio. Libera gradualmente os ativos graças a um sistema inovador desenvolvido pela empresa. No quesito tratamento há ainda Studio Pro Chantilly (shampoo, condicionador e máscara, nas versões salão e home care, e ampolas) para reduzir a porosidade e alinhar a fibra capilar; Studio Pro Matizador (shampoo e máscara nas versões salão e home care). “Não podemos esquecer o Hair Spray Mega Hold, muito usado tanto para penteados femininos como masculinos, pois tem alta fixação e brilho intenso”, avisa Andréia Bernabe.



Mirella Santos, parceira da Cless há três anos visitou o stand no dia 9 de setembro e foi recepcionada por muitos fãs. “Minha história com a marca já virou uma relação familiar. Eu sempre fui fã dos produtos e fico impressionada com a diversidade de opções. Admiro muito essa grande empresa, sua postura no mercado e a capacidade de gerar tantos empregos!”, disse entre uma foto e outra.



cless
STUDIOPRO

COLORS

A NOVA MARCA DE

COLORAÇÃO
PROFISSIONAL



Coloração em
creme permanente

Excelente
cobertura dos
fios brancos

40
NUANCES

Maior
durabilidade
da cor

Brilho intenso
com ultra proteção

cless
PROFISSIONAL

www.clessprofessional.com.br

[f clessprofissionaloficial](#)

[@ clessprofissionaloficial](#)

A GRANDIOSIDADE DA BEAUTY FAIR

132

Os números refletem um mercado que voltou a aquecer. Sim, definitivamente o setor aposta na volta do crescimento, com um volume de negócios na casa dos 800 milhões de reais e um público de 200 mil pessoas circulando no ambiente durante os quatro dias de feira. O evento com congressos, workshops, negócios, compras e várias celebridades superou todas as expectativas! HM esteve lá o tempo todo e conta tudo aqui

 CARMEN CAGNONI (@CARMENCAGNONI)  DIVULGAÇÃO





A 15ª edição da Beauty Fair registrou recorde de público e aumento de 8,5% em volume de negócios em comparação ao ano anterior, bem como um aumento de 9% dos visitantes no Expo Center Norte, em São Paulo. “Preparamos a edição deste ano para impactar o público de todas as áreas e superamos todas as expectativas. Pretendíamos gerar 700 milhões de reais em negócios e contabilizamos 100 milhões a mais! Podemos afirmar que a 15ª edição foi a melhor da nossa história e mantivemos o nosso compromisso de pioneirismo junto ao mercado e com os nossos públicos”, analisa César Tsukuda, diretor-superintendente da Beauty Fair.

O balanço positivo reflete a visão do senhor Hirofumi Ikesaki, fundador e presidente de honra da Beauty Fair, que na abertura da feira destacou a importância do segmento de beleza para a economia brasileira. “Apesar do cenário de instabilidade política e econômica, este é o momento de não recuar, mas de criar oportunidades e buscar soluções para o desenvolvimento do setor e do mercado de beleza no país. Toda a programação educacional deste ano foi criada para ampliar o conhecimento dos profissionais do setor”, ressalta.

A feira foi dividida em sete setores: Profissional; Varejo Profissional; Estética; Internacional; Negócios, Profissional Negócios e Makeupnail, abrigando mais de 500 expositores e duas mil marcas nacionais e internacionais. O pavilhão do Expo Center Norte

foi totalmente tomado por empresas tradicionais, como a Itallian Hairtech, marca brasileira que participa da Beauty Fair desde a sua primeira edição. Ou ainda com diversas ações especiais acontecendo ao mesmo tempo, como a Cless.

Para comemorar os 15 anos de existência, uma grande novidade: a apresentação do Beauty Fair Trends, um relatório de tendências e comportamento de consumo nas áreas de hair, make, nail e skincare com curadoria internacional da Beautystreams. Cinco tendências e inovações do setor foram apontadas com base nos produtos inscritos pelas marcas expositoras da feira: Invisible Friends, cuidado probiótico para reforçar a beleza da pele; Safe & Skilful, química ‘inteligente’ que protege o cabelo com eficácia; Next Gen Glow, radiância saudável em todas as categorias de beleza; Vegan Manes, formulações veganas nos cuidados dos cabelos; e Beauty’licious, o uso de ingredientes inspirados na gastronomia. “O Beauty Fair Trends é uma iniciativa inédita no mercado brasileiro e que irá permitir que jornalistas, influenciadores, profissionais e consumidores conheçam os rumos do mercado de beleza e os produtos que veremos nas lojas daqui em diante”, explica a gerente de comunicação e conteúdo da Beauty Fair, Deborah Huff. O relatório foi apresentado durante a feira e uma área de exposição especial no evento foi montada para que todos conhecessem o melhor que os expositores criaram para atender ao exigente novo mercado. →



A 15ª edição da Beauty Fair contou com a presença da primeira-dama do estado de São Paulo e presidente do Conselho do Fundo Social de São Paulo, **Bia Doria**. “Para a Beauty Fair é uma honra fortalecer a cada ano a parceria que temos com os programas sociais do Governo do Estado de São Paulo. Nosso objetivo é oferecer por meio da beleza uma oportunidade de carreira promissora a todos os interessados na área”, disse o fundador e presidente de honra da Beauty Fair, **Hirofumi Ikesaki**.



Na abertura do evento aconteceu a já tradicional cerimônia japonesa. A passagem pelo Torii, símbolo das culturas orientais que representa a entrada em um território sagrado, e a quebra do barril de saquê simbolizando superação, sucesso e longevidade reuniram autoridades e profissionais do setor.





APRENDIZADO E ATUALIZAÇÃO

Quem buscou conhecimento teve chance de escolher entre mais de 30 opções de especializações divididas entre 11 congressos, seminários e jornadas profissionais; nove workshops e 11 cursos e masterclasses. “Tivemos um crescimento de 30% de inscrições nos congressos oferecidos em comparação ao ano passado. Isso mostra que o profissional percebe a importância de se capacitar e ter esse diferencial. É assim que ele aumenta sua rentabilidade e não perde cliente, por ter sempre novidades a oferecer”, pondera Marie Suzuki Fujisawa, gerente educacional e de relacionamento institucional da Beauty Fair.

Entre os palestrantes nacionais e internacionais, destaque para o português Freitas Magalhães, psicólogo, fundador e atual diretor do Laboratório de Expressão Facial da Emoção, da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade Fernando Pessoa (UFP), na cidade do Porto, onde por meio de técnicas de leitura das microexpressões faciais, ele auxilia o trabalho do profissional visagista na harmonização do rosto.

O São Paulo International Micropigmentation Meeting reuniu conteúdo de peso durante quatro

dias de treinamento, 30 palestrantes e mais de 16 masterclasses práticas. Integrantes de um comitê científico e profissionais consagrados no setor compartilharam seus aprendizados sobre o uso das ferramentas adequadas para aplicação do pigmento e do delineado, aliadas aos diferentes métodos utilizados para o melhor gerenciamento das tonalidades.

Já o 14º Congresso de Estética e Cosmetologia, idealizado e presidido por Hugo Turovelzky, apresentou durante quatro dias tendências, novidades e avanços acadêmicos realizados no setor sob a curadoria do Ateneu Científico Internacional de Estética (ACIES). Palestrantes brasileiros e vários internacionais se revezaram no palco. Também houve palestra da atriz Nathalia Timberg que falou sobre A Beleza da Longevidade. No primeiro dia, um pré-congresso em parceria com a marca Bel Col brindou o plenário com uma imersão tecnológica em cosmetologia, tendo como tema principal O Encantamento da Pele e Alquimias da Beleza. Também aconteceram congressos de Extensão de Cílios, Barber, Depilação, Manicures, Visagismo e Maquiagem Profissional; além do Seminário de Gestão de Negócios de Beleza. →



Muitas celebridades transitaram pela feira e causaram alvoroço, como Malvino Salvador, Adriane Galisteu, Michel Teló, Felipe Títto e Larissa Manoela.





138

Alfaparf e Yellow dão show!

O diretor artístico da Alfaparf Milano, Eliabe Moreira, e os hairstylists Miró Rodriguez e Bruno Tiltcher foram os responsáveis pela apresentação da marca italiana com o workshow Dream Like Leonardo – colorações holográficas. Eles mostraram, em primeira mão, Arts of Geometrics Collection, com cortes e colorações. O convidado especial e internacional da tarde foi Mimmo Laserra apresentando o show Art of Freedom, com seis cortes médios e curtos. O palco da Yellow Professional foi comandado pelos experts Natã Moreira, Roberto Martins e Andre Sartori, o mais novo embaixador da marca. O tema principal da apresentação foi A volta dos Platinados, com o pré-lançamento da nova linha Yellow Silver. Com vasta experiência internacional, os estilistas da marca Natã e Roberto foram responsáveis pelo primeiro ato no palco com Empowerment Collection,

inspirado no empoderamento feminino e nos sentidos da beleza e do estilo. Andre Sartori produziu o show Power Beauty, com desfile de penteados impactantes. Segundo Julia Alves, diretora de marketing do Grupo Alfaparf no Brasil, foram mostradas muitas surpresas em técnicas de corte, penteado e cor, enriquecidas por produtos inovadores. “Em Alfaparf Milano, o efeito holográfico das cores da linha Leonardo fez contraste aos penteados luxuosos e inspirados na arte desse gênio. Com Yellow Professional, tons de louros sob as mais diversas técnicas foram combinados com looks glamorosos de tradição italiana e reforçados pelo tratamento profundo da nova linha Silver. O intuito foi levar muitas técnicas inspiradoras, que podem ser aplicadas no dia a dia dos salões de beleza, levando um leque de novos serviços aos cabeleireiros e clientes!” →



139





1º lugar / Senior: **Diogo Godoi**



Novos Talentos: **Andre Brito**

© NUNO ALVES

Campeonato HCF

A Haute Coiffure Française (HCF), associação internacional de grandes cabeleiros, criada em 1945 e hoje presente em mais de 50 países, promoveu um campeonato de Corte, Estilo & Cor, ou seja, um look completo que também envolveu maquiagem e figurino. Sob a coordenação de Bete Omori, presidente da instituição no Brasil, e contando com um júri de especialistas, do

qual a HM em Revista participou, os vencedores foram o hairstylist André Ricardo Brito da Silva, com maquiagem de Angelica Freitas, na categoria Novos Talentos; e Diogo Godoi, hairstylist e visagista, com maquiagem de Aline Gois, na categoria Talento Sênior. Eles irão representar o Brasil na final internacional do Campeonato HCF Trophy, em Paris, no mês de fevereiro de 2020.

Lançamentos direto da Beauty Fair

COLORAÇÃO CREME BE COLLORS, BEOX PROFESSIONAL. Traz uma inovadora tecnologia chamada Visible Base Collor®, sistema exclusivo da marca capaz de revelar o fundo do tom (única no Brasil) no momento do preparo da cor. Isso proporciona segurança ao profissional para conseguir atingir o tom desejado. Tem baixo teor de amônia e é enriquecida com queratina e algas. Pigmentos importados garantem alta fixação da cor e eficiente cobertura dos fios brancos.



UNBROKEN BLONDE, CADIVEU. Protetor de danos condicionante que proporciona 70% mais proteção no processo de decoloração. Ideal para cabelos danificados e descoloridos. Após combinar o pó decolorante com a água oxigenada, deve-se adicionar o protetor e misturar até obter ficar homogêneo (a indicação é de 6 gramas do produto para cada 20 gramas de pó decolorante). Faz parte do conceito Safe & Skilful da Beauty Fair Trends.



LASH COUTURE TRIPLE PUSH UP, KISS NEW YORK. Cílios com tecnologia de design triplo, com fios de três formatos e espessuras diferentes em uma única tira. Ideal para realçar o volume e definir o comprimento produzindo um olhar mais impactante.



KIT OMEGA ZERO UNIQUE NANOPLASTIA RESISTANCE E SENSITIVE, FELPS. Escova progressiva em gel, com fórmula inédita e que atende tanto os fios grossos e resistentes como os fragilizados e sensíveis. Enriquecida com colágeno, queratina, silicone e um conjunto de substâncias que alisam e nutrem o fio ao mesmo tempo. Vencedor na Beauty Fair Trends, na categoria Safe & Skilful.



LINHA BOTÂNICA, G. HAIR PROFESSIONAL. Sem ingredientes de origem animal, sal e sulfetos, mantém o equilíbrio capilar de forma suave e efetiva. Em três versões: para os mistos, Flor de Laranjeira e Vitamina C no shampoo e máscara, e Flor de Laranjeira e Extrato de Verbena no condicionador. Para os coloridos, óleo de semente de uva e vitamina E no shampoo, e óleo de semente de uva e pantenol no condicionador e máscara. Para os normais, óleo de rosas e aloe vera.



MODELADOR EM PÓ TRIVITT STYLE, ITALIAN HAIRTECH. Indicado para os cabelos curtos e médios, garante fixação leve, sem deixar um aspecto pesado. Com efeito matte, dá volume e textura ao cabelo. Ele também é ideal para manter efeitos de ondas.



FRIZZ DISMISS, REDKEN. A linha ganhou um upgrade e foi reformulada. Agora ela protege todos os tipos de cabelo contra o frizz, em qualquer temperatura e estação do ano. Com fórmulas sem sal e sem sulfato, permite uma limpeza suave e não agressiva para todos os tipos de cabelos com frizz, incluindo os coloridos. A linha também inclui dois novos óleos feitos para combater tipos específicos de frizz e ambos podem ser usados nos cabelos secos e úmidos. E para completar todas as necessidades de finalização, a linha inclui o Rebel Tame, creme de controle que foi aperfeiçoado em textura e formulação mantendo a proteção térmica de até 230o C.



DONNA-CIDE BIO SAFETY, BIOCIDÉ Líquido higienizador pronto para uso, é ideal para a higienização de pincéis e esponjas de maquiagem. Bastam três minutos para a limpeza completa dos acessórios.



INTENSE, INOAR. Com formulação 100% vegana é desenvolvida com exclusiva tecnologia e microcápsulas de óleo de argan para tratar os fios. Promete a maior e melhor cobertura dos fios brancos, com cores intensas, bem definidas e duradouras. Foi a premiada na categoria Vegan Manes na Beauty Fair Trends. A linha, além de Coloração e Tonalizante, também é composta por Pó Descolorante, Água Oxigenada e Emulsão Reveladora.

RING LIGHT TECNI.ART PURE, L'ORÉAL PROFESSIONNEL.

Spray finalizador com difusor de micropartículas para efeito de brilho e luminosidade, totalmente instagramável. Com fórmula sem fragrância para maior conforto, possui aplicador de Oz, que garante menor desperdício de produto, uniformidade, leveza na aplicação e suavidade no resultado. Foi selecionado na categoria Next Gen Glow da Beauty Fair Trends.



YELLOW SILVER, YELLOW PROFESSIONAL. Os produtos foram desenvolvidos com uma tecnologia que permite a neutralização imediata dos efeitos amarelados, desde o primeiro uso. A linha é composta por três produtos: shampoo, condicionador e neutralizador. O destaque vai para o Pure Silver, considerado um super-herói e neutralizador indispensável que aumenta o efeito neutralizante do shampoo e do condicionador, personaliza os serviços e atende as diversas exigências das clientes.

GLOSS PROTEIN EXTREME FLORA VEGAN, FLORACTIVE PROFESSIONAL.

Desenvolvido com o que há de melhor da flora brasileira, o produto é um tratamento eficaz, pois possui nutrientes poderosos, como óleo de rícino, coco e moringa, cacau, café, vitaminas A, B2, E, K, ferro e potássio. Esse mix auxilia na hidratação profunda, na maciez, no crescimento e no brilho intenso, tratando os fios e garantindo cabelos lisos. Reconhecido na categoria Vegan Manes da Beauty Fair Trends.





CHAPA FRIZZ, TAIFF. Ideal para quem possui cabelos finos, pois cria volume e proporciona estrutura para facilitar a elaboração de penteados. Possui cinco temperaturas, para diferentes necessidades e espessuras de fios. Seu perfil largo e com revestimento de cerâmica protege os cabelos e agiliza o processo de frisar. Tem bivolt automático e cabo giratório de 3 metros.

TOP COAT LABIAL, ANA HICKMANN. Uma gama de produtos compõem o catálogo da marca que lançou mais novidades. Uma delas, a linha completa de maquiagem. Destaque para este top coat labial com efeito verniz, alto brilho e textura confortável.



BASE ILUMINADORA, CATHARINE HILL. Em tom extremamente dourado e brilhoso, garante aquele glow que o verão pede, com alta duração e efeito. O frasco em airless permite aproveitar o produto ao máximo. Está na coleção Hill 40° produzida em parceria da marca com Pri Lessa, influencer digital, e inspirada no verão.



PÓ TRANSLÚCIDO FEELS, RUBY ROSE. Faz parte da primeira linha de maquiagem da empresa com cobertura leve e efeito natural. Tem efeito matificante.



TUTTI SUPER PROFESSIONAL, LION. Com potência de 2600 Watts de aquecimento, conta com gerador de íons negativos que diminuem a estática do cabelo, proporcionando mais brilho. Seu bico é resistente e possui um sistema de fixação especial que impede a queda do acessório e tem motor AC de alta durabilidade e maior vida útil com menos manutenção. Tem a função Cool Shot, que ajuda a fixar o penteado, além de cinco combinações de temperatura em duas velocidades e cabo de 3 metros.



PINCÉIS TRIDIMENSIONAIS, BELLIZ. Inovadora linha de pincéis em formato 3D, com maior quantidade de cerdas com recortes exclusivos que se encaixam em todos os ângulos do rosto, garantindo acabamento uniforme e perfeito. São quatro modelos para aplicações de corretivos e bases líquidas e cremosas, bem como pó facial, tudo com maior precisão na área dos olhos, cantos do nariz e ainda no contorno das maçãs do rosto, na testa e no maxilar.

PREP SPRAY, GLOX.ME. A marca de produtos importados com comercialização e produção brasileiras traz ao mercado duas linhas. Este produto, por exemplo, faz parte da Spring, com embalagens delicadas e femininas. Ele pode ser usado tanto no preparo da pele para a maquiagem como na finalização para fixar a produção.



IQ PERFETTO, GA.MA ITALY PROFESSIONAL Secador totalmente inovador, com design minimalista, ergonômico e compacto. O peso mínimo (294 g, pouco mais do que um smartphone) torna a ferramenta perfeita para profissionais, evitando danos musculares resultantes do uso prolongado do equipamento. Conta com um motor inteligente com interface digital e o efeito Venturi multiplica o fluxo de ar, tornando possível cabelos secos 30% mais rápido. O sistema de autodiagnóstico facilita a identificação de qualquer problema operacional por meio de luzes LED, enquanto o Auto-Clean faz com que a turbina do motor gire na direção oposta, permitindo uma limpeza profunda do filtro. Equipado com Oxy Active, cuja emissão de ozônio atua como bactericida e protetor da coloração do cabelo. Possui três níveis de fluxo de ar e três de temperatura mais o jato de ar frio.



LINHA FIT ME!, MAYBELLINE NY.

Foi totalmente renovada e todo o portfólio de base, corretivo, pó e blush ganharam novos tons, nomes e embalagens. Uma das novidades são as novas cores de bases com nuances que atendem a pele da mulher brasileira. Além disso, todas as cores, sejam novas ou já do portfólio, ganharam ajuste no subtom, indicados pelas letras R (rosado), N (neutro) e B (bege), facilitando a escolha. Ao todo são 18 shades – três claras, quatro médias claras, oito médias escuras e três escuras. Promove efeito matte e poros invisíveis, dando um acabamento excelente para diferentes tipos de pele.



PALETTE DE SOMBRAS AMOR POR MIM, VULT.

Composta de cinco diferentes cores, há cinco opções de estojos. As sombras prometem alta pigmentação, textura aveludada e versatilidade nas tonalidades, que variam entre acabamentos foscos e cintilantes. O produto é um dos ganhadores da categoria Next Gen Glow da Beauty Fair Trends.

#OndeEncontrar

ANA HICKMANN, www.anahickmann.com.br, @anahickmann.beauty
BELLIZ, 0800-7703200, www.bellizcompany.com.br, @belliz
BEOX PROFESSIONAL, (11) 3476-1650, www.beox.com.br, @beoxprofissionaloficial
BIOCIDE, (11) 4459-5258, www.biocide.com.br; @donna.cide
CADIVEU PROFESSIONAL, 0800-9422224, www.cadiveu.com.br, @cadiveu
CATHARINE HILL, (11) 5070-1060, www.catharinehill.com.br, @catharinehilloficial
FELPS (11) 3941-7572, www.felps.com.br, @felpsprofissional
FLORACTIVE PROFESSIONAL (11) 4408-6582, www.floractive.com.br, @floractiveoficial
G. HAIR PROFESSIONAL (11) 4771-2117, www.ghaircosmetics.com.br, @ghair_oficial
GA.MA ITALY PROFESSIONAL, 0800-7244262, www.gamaitaly.com.br, @gamaitaly
GLOX.ME, (11) 3227-1535, www.facebook.com/gloxmeoficial, @gloxmeoficial
INOAR (11) 4135-4555, www.inoar.com, @inoarbrasil
ITALIAN HAIRTECH (11) 2095-8888, www.italianhairtech.com.br, @italianhairtech
KISS NEW YORK (11) 2369-4004, www.kissnewyork.com.br, @kissnybrasil
KLASS VOUGH, (11) 3208-3047, www.klassvough.com, @klassvough
L'ORÉAL PROFESSIONNEL 0800-7017237, www.lorealprofessionnel.com.br, @lorealprobr
LION 0800-7770477, www.liondobrasil.com.br, @liondobrasil
MAYBELLINE NY, 0800-7010114, www.maybelline.com.br, @maybellinebrasil
REDKEN 0800-7017237, www.redken.com.br, @redken
RUBY ROSE, (11) 3473-0636, www.rubyrosemaquiagem.com.br, @rubyrose_oficial
TAIFF, 0800-171655, www.taiff.com.br; @taiffbrasil
VULT, 0800-413011, www.facebook.com/vultcosmetica, @vult
YELLOW PROFESSIONEL 0800-0212652, www.yellowalfapargroup.com/pt-br, @yellow_alfapargroup

COLA DUO 2 EM 1, KLASS VOUGH.

Ideal para quem utiliza os dois tipos de cola, transparente e preta. Em formato bastão, tem aplicador em forma de pincel que garante uma precisão maior na hora de usar. Adere em 30 segundos.



TRUSS

IN CONCERT

2019/20

A CELEBRAÇÃO DA BELEZA E DA MÚSICA
 NO MAIOR EVENTO PARA PROFISSIONAIS
 CABELEIREIROS DA AMÉRICA LATINA.



03
 NOVEMBRO
 2019

DOMINGO | 19H
 CREDICARD HALL
 SÃO PAULO-SP



Informe-se com o seu Distribuidor.

UM FURACÃO CHAMADO DEXVITTA

A nova marca de produtos profissionais de haircare chega para abalar o mercado de beleza. A aposta é alta e ela tem tudo para decolar. Entenda por que

📄 MÔNICA KATO (@MOKATO13) 📷 DIVULGAÇÃO

O convite para o lançamento já trazia o espírito do negócio: “Onde o sonho se realiza”. Foi assim, nessa atmosfera, que aconteceu, no início de setembro, a apresentação oficial da Dexvitta, no Espaço Coco Bambu, em São Paulo (SP). A festa foi superlativa, como tudo o que vem acompanhando a marca, desde a sua concepção: um jantar para mais de 300 convidados – vindos de todo o país – com comes & bebes sofisticados, presença da atriz Cleo Pires e pocket show do cantor Lucas Lucco, que animou a plateia durante duas horas. Nesse cenário, o empresário e CEO da companhia, Derik Andrade, 37 anos, anunciou a concretização do seu sonho, que começou a gestar no início deste ano.

Parece pouco tempo e, de fato, é. Mas Derik Andrade tem pressa. Embora seja jovem, praticasse atividade física e vivesse uma rotina saudável, no fim do ano passado, ele sofreu dois AVCs (acidente vascular cerebral) consecutivos. Ficou na UTI e, depois, internado por um mês. Isso foi o gatilho para refletir bastante sobre a vida e chegar à conclusão de que precisava dar uma virada na carreira: “Estava infeliz, trabalhando em um negócio de família. Decidi que queria outra coisa para mim. Terminei meu casamento e deixei a empresa para experimentar um período novo, em todos os sentidos”, conta. Em alguns meses, estava à frente da Dexvitta. “De, de Derik, x, de multiplicação e vitta, de vida, em italiano”, explica o empresário. De lá para cá, tudo aconteceu muito rápido.



OS NÚMEROS DA DEXVITTA

Investimento inicial:
R\$ 8 milhões

Portfólio: **35 linhas,**
mais de **100 produtos**

Número de funcionários: **49**

“**Frequento feiras de beleza ao redor do mundo há muito tempo. Já fui para mais de 60 países e, onde quer que esteja, estudo o mercado e os produtos. Isso foi fundamental para que eu soubesse exatamente o que queria.**”

DERIK ANDRADE, EMPRESÁRIO E CEO DA DEXVITTA

EXPERT EM CABELOS

“Trabalhar com produtos de beleza é o que eu sei fazer”, diz Andrade. Não à toa: ainda bem jovem, ele já ajudava a família a produzir e vender cosméticos. “Fazíamos os produtos, literalmente, no fundo do quintal de casa, e saíamos para vender na rua”, lembra. O rapaz e a família foram crescendo, ganhando experiência, prosperando, e se tornaram uma empresa forte no mercado profissional de cuidados para cabelos. Nesse negócio familiar, ele era responsável pelas áreas de produção, marketing e comercial. Essa vivência serviu como base para ele criar e colocar sua própria marca de pé. “Fora isso, frequento feiras de beleza ao redor do mundo há muito tempo. Já fui para mais de 60 países e, onde quer que esteja, estudo o mercado e os produtos. Isso foi fundamental para que eu soubesse exatamente o que queria.”

PROJETO AMBICIOSO

E o sonho de Derik é grande: com um investimento de cerca de R\$ 8 milhões e de um trabalho árduo, ele acaba de lançar 35 linhas diferentes, com mais de cem produtos. “Tudo produzido 100% na Dexvitta”, conta. Em poucos meses, contratou equipe, concebeu e desenvolveu o portfólio, fabricou e embalou absolutamente tudo. E o “sonho” já está nas mãos dos distribuidores em todo o país. “Vamos atuar somente por meio dessa modalidade de vendas. Hoje, com a internet, os distribuidores têm condições de chegar a qualquer lugar”, resume.

Ele tem ajuda nessa jornada: entre os 49 profissionais que o cercam, Fernanda Gonçalves, diretora comercial, é sua parceira para todos os desafios. Thiago Pater

Noster, embaixador da Dexvitta, já começou a dar treinamentos para demonstrar os benefícios dos produtos.

Derik Andrade não vai parar por aí. Os olhos brilham ao falar dos planos: “Hoje, fabrico de tudo para o cabelo. Só não tenho coloração, mas isso já está em planejamento para breve, assim como várias outras linhas.”

Agora, é pôr o pé na estrada e sair para trabalhar”, diz, animado. Ele afirma que vai, pessoalmente, correr o Brasil para apresentar e vender seus produtos. “Adoro isso, é a minha vida!” Alguém duvida que vai ser um sucesso?

Para todas as necessidades

Um portfólio com 35 linhas diferentes e mais de cem produtos tem tudo o que o consumidor precisa. Saiba para que serve alguns itens que estão no “cardápio”:

- **BOND NINE:** descoloração uniforme
- **SMART LISS:** efeito liso natural de longa duração
- **ANTI-RESÍDUOS:** suporte para processos químicos de tratamentos e alisamentos
- **BTOX:** para domar frizz e excesso de volume
- **CABELOS DE OURO:** com nano partículas de ouro 24K para fios mais saudáveis e brilhantes
- **PROSS:** para ser usado no pós-química, prolonga a vida útil do alisamento
- **ANTI-QUEDA:** com ativos que hidratam e fortalecem o cabelo
- **MICELAR:** para limpar sem ressecar





© DOUGLAS MOREIRA

MEUS HM LOVERS,

Definitivamente, nessa temporada em que nossa edição era produzida com todo o carinho para vocês, estive em eventos tops da beauté e trouxe aqui para as nossas páginas, um resumo por onde passei. Fazendo jus ao título, no nosso espaço é assim mesmo: só entram os amantes da DIVINA BELEZA!

@zezinhodivanah



© PATRÍCIA CANOLA

HAIR BRASIL PREMIUM

Quando dois gigantes se unem só poderia dar nisso, né, minha gente? Celso Kamura assina a campanha da Hair Brasil Premium 2020. Nem preciso dizer que ficou um luxo acessível. Parceria mais do que premiada.



FORCE BARBER

O evento de lançamento dos produtos Force Barber, realizado no salão Gilberto Cabeleireiros, foi exclusivamente patrocinado pela marca Floractive Barber. Um sucesso que vale a pena vermos de novo.

© DIVULGAÇÃO



© DIVULGAÇÃO

MINI INTERVIEW

A BELEZA AOS SEUS PÉS

Pelo oitavo ano consecutivo, Alexandre Araújo, CEO da International Professional Fair, a maior feira de beleza regional do país, realizada em Belo Horizonte sempre no mês de julho, foi honrado para estar no seletivo time de convidados especiais do empreendimento. No nosso papo, ele divulga um balanço de sua gestão nos últimos anos. Acompanhe:

HM O evento existe há 16 anos mas sua gestão está no comando há 8 anos, faça um balanço desse período e cite os diferenciais que a colocaram como a feira de beleza regional mais visitada do Brasil

ALEXANDRE ARAÚJO Mesmo com a crise econômica, o mercado de beleza demonstrou a sua habilidade em se adequar e buscar o crescimento. Isto provocou um aumento da concorrência, a necessidade de atualização profissional e de um espaço que entendesse essa demanda, oferecendo oportunidade para os profissionais do setor. Neste foco, a Professional Fair se reinventa a cada ano, trazendo novidades nacionais e internacionais de beleza. Nosso diferencial está justamente em oferecermos oportunidade e conhecimento atrelados à excelência nas relações comerciais com os investidores. Não adianta apresentar uma novidade e não mostrar/ensinar a aplicabilidade dela. Por isso estamos cada vez mais focados na atualização profissional. Nosso objetivo é transformar os profissionais que participam da Professional Fair, nos melhores do mercado de beleza. É isso que nós chamamos de oferecer oportunidade.

HM Atualize-nos em números de visitantes e expositores na edição 2019 e qual foi o grande destaque?

AA Este ano, nós recebemos mais de 53 mil visitantes, movimentando mais de 33 milhões em negócios, recorde absoluto – mesmo em crise. Nossos congressos se consagraram como referências para o mercado não só em Minas Gerais, mas para todos os Estados em seu entorno. O grande destaque foram as renovações para participação em 2020, temos mais de 83% de expositores já confirmados, isto reafirma o sucesso do evento e nos provoca a ter ainda mais excelência no próximo evento.

HM Para as próximas edições pensa em trazer profissionais internacionais para atrair mais visitantes? Pode citar pelo menos um?

AA Para o próximo ano, investiremos ainda mais, entendemos que o nosso grande objetivo é promover o encontro de conhecimento com profissionais e empresas como potenciais compradores, e neste foco iremos movimentar o mercado mais uma vez, com a certeza de resultados extraordinários.

PROFESSIONAL FAIR 2019

1. Da esquerda para a direita: Neverson Figueiredo, técnico Itallian Hairtech, Michelle Brasileiro, embaixadora Maxiline Brasil, Victor Hugo Carvalho, técnico Itallian Hairtech, Madá Silva, técnica Itallian Hairtech e Charlem Strelow, hairstylist e protagonista Itallian Hairtec



12. Maquiagem assinada por Allisson Rodrigues para Catharine Hill



13. Maquiagem assinada por Allisson Graeff para Catharine Hill



14. Eduardo Muller, top barber artist com nossa HM EM REVISTA



2. Da esquerda para a direita: Hueslerson Bassani, CEO Faccinius Cosméticos, Thagner Ramos, barber artist e Alexandre Araújo, CEO Professional Fair

15. Alexandre Araújo, ladeado por Decio Alcântara, marketing Itallian Hairtech e Helio Pimentel, gerente regional Itallian Hairtech

3. Euzinho com o casal Felipe Câmara e Ana Clara Amorim, diretores comerciais Professional Fair

16. Selfie bapcho com o meu lindo Rodrigo Cintra



4. Alexandre Araújo com Dierley Rodrigues e Leonardo Maciel, gestores e do salão Espaço DR

17. Thagner Ramos e Barbeiro Lopes, barber artist equipe Fox For Men

5. Alessandra Lima, hairstylist e protagonista Itallian Hairtech com suas modelos

18. Nell Carmo, Desirré Viero e Matheus Turek que compõem a equipe Vloss Professional

6. O palestrante Fernando Cavalcanti durante o Fórum Digital

19. Euzinho com Denis Alexandre, organizador do Prêmio Beauty Minas

7. Euzinho com o top barber artist Tiano

20. Anderson Mendes, responsável pela área de Media Training do Youtube Space



8. Com Aiara Fonseca, gerente geral da Professional Fair e Alexandre Araújo

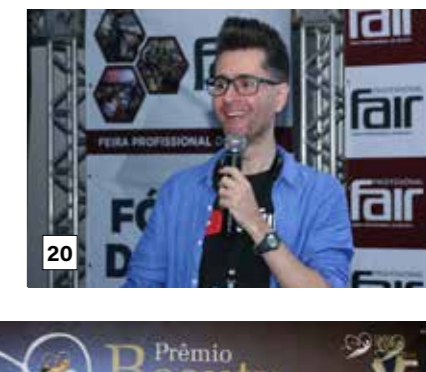
21. Noite de glamour mineira no prêmio Beauty Minas com Denis Alexandre, promotor do evento, ladeado pelos hairstylists e paraninfos, Charlem Strelow e Nell Carmo.

9. O poderoso Rodrigo Cintra recebendo os fãs na Olenka Cosméticos

23. Da esquerda para a direita: Ludimila Bonelli, Charlem Strelow, Ana Paula Marçal, Denis Alexandre, Érica Santiago, Edimar Torres e Nell Carmo

10. Alexandre Araújo, Rodrigo Cintra e Rodrigo Soutto, CEO Olenka Cosméticos

11. Francisco De La Lastra, hairstylist



MAXILINE EM FOCO

Durante os três dias da Professional Fair, que aconteceu na capital mineira, a marca de cosméticos capilares, apresentou para imprensa e convidados, sua mais nova Embaixadora, a talentosa Michelle Brasileiro.

1. Michelle Brasileiro recebe Pâmela Almeida, diretora de negócios da Beleza Pro Business

2. Michelle Brasileiro recebe a equipe Maxiline Brasil, da qual foi nomeada Embaixadora, em seu novo espaço de beleza, o Salão Meraki

3. Euzinho com Michele Brasileiro e suas modelos by Maxiline Brasil



WELLA PROFESSIONALS

Oil Reflections

A PRIMEIRA COLEÇÃO DA WELLA À BASE DE ÓLEOS PRECIOSOS PARA CABELOS MAIS MACIOS, COM LUMINOSIDADE INSTANTÂNEA.*

[f/WellaProfessionalsBrasil](#) [@wellaprobrasil](#) [CAC 0800 702 9966](#)

* resultados comprovados por testes científicos.

CABARET GIRLS

HAIR: NEANDRO FERREIRA
COLORAÇÃO: MICHELLE SANTOS
MAKEUP: TEO JUNIOR
ASSISTENTE MAKEUP: MARCO MONTENEGRO
STYLIST: KAREN BRUSTTOLIN
ASSISTENTE: CLAUDIA SILVA
FOTOGRAFIA: LUCIO LUNA
DIREÇÃO E CRIAÇÃO: NEANDRO FERREIRA





ANNE VECK

HAIR: ANNE VECK FOR ANNE VECK SALONS
ASSISTED BY CASSIE JENNIGS
MAKE-UP: MORGAN DEFRE
PHOTOGRAPHY: MAGIC OWEN
STYLING: SUE FYFE-WILLIAMS
DESIGNERS: AMBER HARDS
KNITWEAR, KAROL CYGAN,
MERCURIOARGENTO, KAREN MILLEN
COLLECTION SPONSORED BY
REVLON PROFESSIONAL

164

TOXIC FASHION



165







SP

CONHEÇA O SERVIÇO
DE PREENCHIMENTO
MOLECULAR COM
LIQUID HAIR.

**REPOSIÇÃO DE AMINOÁCIDOS
ESSENCIAIS PARA RECONSTRUÇÃO
DA FIBRA CAPILAR**

Cabelos mais fortes, macios
e resistentes à quebra.

Disponível nos melhores salões de beleza.



DARK SECRETS

HAIR: ANNE VECK FOR
ANNE VECK SALONS
ASSISTED BY JOWITA HOLT
MAKE-UP: KAYA KARASINSKA, ANNA KRZAK
PHOTOGRAPHY: GRZEGORZ SIKORSKI, DAGMA PHOTO
COLLECTION SPONSORED BY REVLON PROFESSIONAL

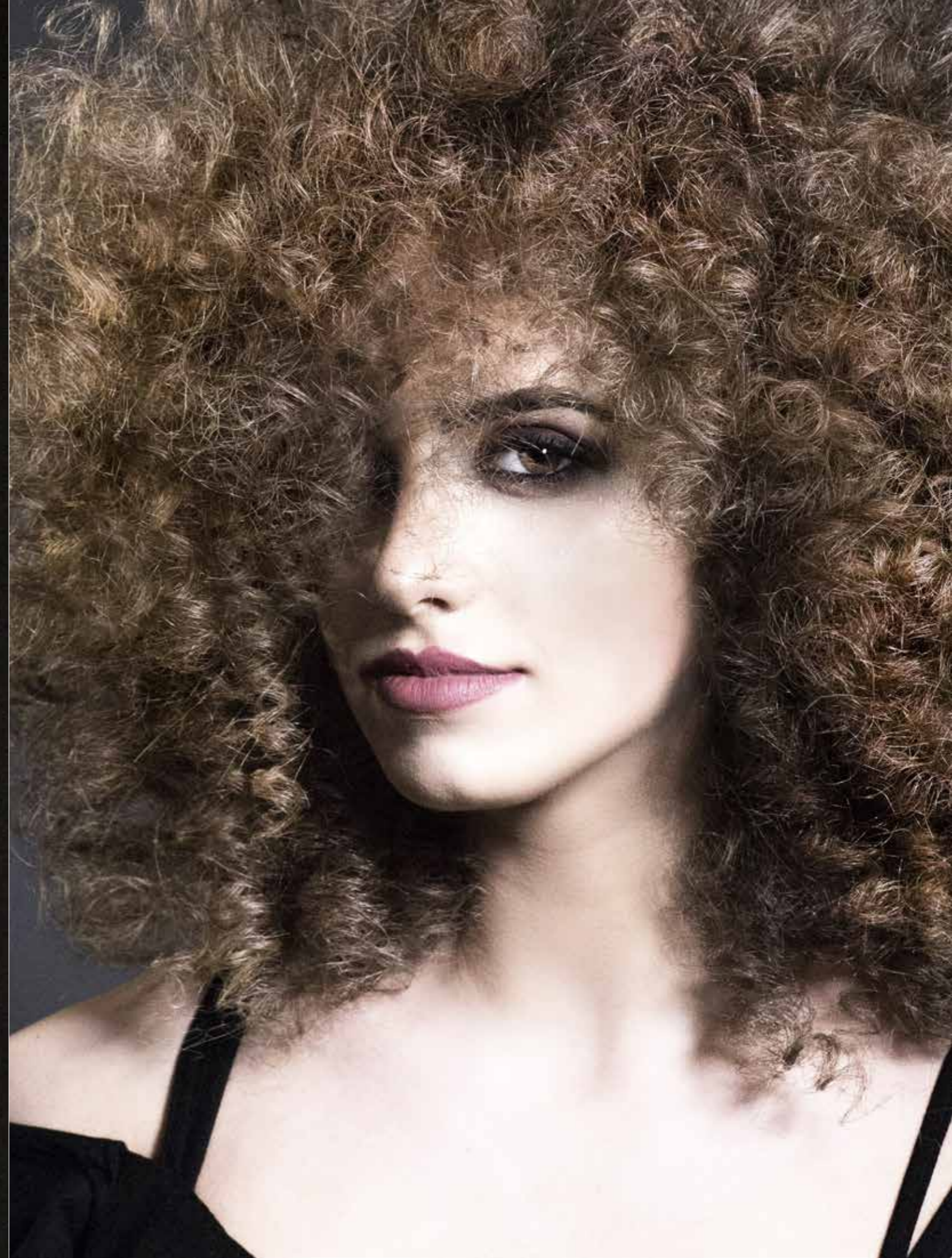




COLOUR COLLECTIVE



HAIR: HOOKER & YOUNG ART TEAM
PHOTOGRAPHY: MICHAEL YOUNG





CURSOS

CATHARINE HILL

NÃO É POR QUE VOCÊ ESTÁ COMEÇANDO QUE VOCÊ NÃO SABE POR ONDE COMEÇAR.

Se você sonha em ser um maquiador, sabe que precisa dominar e executar as técnicas que fazem a cabeça das clientes. Por isso, anote esta dica valiosa: busque o seu aperfeiçoamento nos cursos da Catharine Hill. Grade diversificada, conteúdo exclusivo, técnicos experientes, horários flexíveis, didática acessível.



Com duração de 1 hora, para você praticar lado a lado com o professor e tirar todas as suas dúvidas.

E AINDA: CURSO VIP

Para mais informações, ligue (11) 5060-1068 ou acesse www.portal.catharinehill.com.br/cursos.php

ELISE ANTOINE

HAIR: ELISE ANTOINE
PHOTO: PAWEŁ WYŁAG
MAKE-UP: NATASZA BIGOS
STYLISM: JOANNA WOLFF
PROD: MKPRODUCTION & CHRISTOPHE GAILLET



