



HAIR / #18



A PODEROSA FUSÃO ENTRE
ultra clareamento
& *cuidado absoluto*

NOVO
BLOND
Studio 9

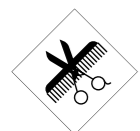
+73% DE COSMETICIDADE APÓS DESCOLORAÇÃO*

- ABERTURA DE ATÉ 9 TONS
- MÁXIMA VELOCIDADE
- TECNOLOGIA À BASE DE ÓLEOS
- NEUTRALIZAÇÃO IDEAL

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

[f /lorealprofessionnel.br](#) [@lorealpro](#) | [@segredosdesalao](#) [LorealProfBrasil](#)

[lorealprofessionnel.com.br](#) | [segredosdesalao.com.br](#)



Experimente looks incríveis.
Faça o download do app
Style My Hair.

Disponível na
App Store

Disponível na
Play Store



BLONDE *or* BRUNETTE?

**NÃO IMPORTA DE ONDE PARTE,
IMPORTA ONDE CHEGA.**

Qualquer que seja a base de partida dos cabelos, hoje pode chegar exatamente onde quer. Alfaparf Milano apresenta **BB Bleach**, a linha de descoloração inovadora para obter resultados precisos e personalizados quer em tons mais claros quer naqueles mais escuros. Produtos específicos ideais para dar largas à sua criatividade, que graças ao **BI-BOND COMPLEX**, tecnologia de proteção exclusiva, respeitam o bem-estar dos cabelos.



**ALFAPARF
MILANO**

A M E R I C A N

CREW®



Official Supplier to Men™

NÓS CRIAMOS PRODUTOS PARA HOMENS DE SUCESSO.

Produtos perfeitos para cabelo e barba. Combinação de ingredientes essenciais e fragrâncias marcantes. Só para eles!
A marca mais importante de cuidados pessoais do mundo.
NÃO PROCURE MAIS; CHEGOU AMERICAN CREW!



NAS MELHORES LOJAS E BARBEARIAS DO BRASIL.

WORLD COMEXX | 11 5070-0400 - www.americancrew.com
Um grupo de marcas profissionais.   /americancrewbrasil

SEJA UM DISTRIBUIDOR AMERICAN CREW



O INGREDIENTE PERFEITO PARA A BELEZA DOS CABELOS ESTÁ NA NATUREZA.

O Óleo de Coco Virgem Inoar traz o melhor da polpa do coco para a saúde dos cabelos. Possui grande capacidade de penetração nos fios e é multifuncional: use para umectação, massagens, como finalizador ou leave-in para cabelos naturalmente macios e brilhantes.



INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

www.inoar.com

[f](#) [@](#) [▶](#) [t](#) inoarbrasil

#BeautyEditorial



Natal, Ano Novo, Aniversário de 3 (lindos, maravilhosos, incríveis e suados) anos da HM. Como não celebrar? Como não encher o coração e a alma de alegria e orgulho? Como não deixar escapar um sorriso e uma sensação de gratidão a cada novo dia? Estamos de olho no mercado, nas mudanças, nos altos e baixos, na crise, nos medos e nas inseguranças, mas seguimos, sim, certos de que as coisas vão se encaixar, crescer e prosperar para todos. Tudo muda, tudo se renova. Alterações podem doer um pouco no começo, mas quem sabe o que nos espera adiante? Quem sabe o que – ou quem – encontraremos no caminho? Por isso, por nossas crenças e valores, por nosso histórico no mundo da beleza, comemoramos! E anunciamos a chegada de gente do maior quilate no nosso time: Sandra Tacla e David do Carmo, nossos novos colunistas. Sandra querida falará de tudo o que permeia o universo da arte (o que é a maquiagem senão arte?) e da comunicação e David trará um bem-humorado painel de pluralidade de gêneros, gostos e afins. De todos nós – David, Deise, Diego, Diogo, Ennio, Giuliana, Jefferson, Karina, Maria Cecília, Martinha, Nicole, Sandra, Shâmia, Zezinho, Wilson – para todos vocês: FELIZ ANO BOM!

A. Stevanato *Deise Gomes*

PROFESSIONAL
TRIVITT
Sun

PROTETOR SOLAR PARA CABELOS

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

EDIÇÃO LIMITADA

PROTEÇÃO COMPROVADA
UV UVA/UVB
2x MAIS PROTEÇÃO

DESEMBARAÇO, BRILHO, MACIEZ E PERFUME COM PROTEÇÃO REAL CONTRA OS DANOS CAUSADOS PELA ÁGUA DO MAR, PISCINA E RAIOS SOLARES.

ABUSE DA PROTEÇÃO QUE CABE NÁ BOLSA

20ml e 4.05 FL. OZ.

Acesse e descubra mais sobre Trivitt Sun



SUMÁRIO

Hair: Kelly Angel for Craig Chapman Salon
Photography: Barry Jeffery
MUA: Elizabeth Rita
Stylist: Magdalena Jacobs

18	BEAUTY FOR HAIR Produtos, acessórios e outras coisinhas	84	BEAUTY TECH 10 tons de loiro by Yamá Cosméticos
26	BEAUTY FOR MAN Seção masculina by Wilson Weigl	91	BEAUTY TREND PRODUCTS Linhas para volume e corpo para os fios
28	BEAUTY BUSINESS Seção de negócios com Richard Klevenhusen	102	BEAUTY COVER Alison Alvarez, Studio W, vencedor do Color Trophy
30	CONEXÃO INTERVIEW SEBRAE e o mundo da beleza	110	BEAUTY EVENTS ITVA 2018
38	CONEXÃO BEAUTY EDITOR Produtos, técnicas, inspirações by Maria Cecília Prado	124	BEAUTY EVENTS COLOR ZOOM 2018
40	BEAUTY ASK Sprays de raiz no salão?	144	BEAUTY EVENTS Formatura ASK Academy Brasil
46	BEAUTY SALON A grandiosidade do Le Fil	148	BEAUTY TRENDS 2019 O que o WGSN traz para mexer com a nossa cabeça
52	BEAUTY LIFESTYLE Seção luxo by Marta Rovella	154	BEAUTY CELEBRATION Os 60 anos da rede Jacques Janine
56	BEAUTY PRODUCTS Os talentosos multitarefas	164	BEAUTY COLLECTIONS
74	BEAUTY HISTORY Lowell à frente do seu tempo		

— PERFECT BLOND



O protocolo do
LOURO PERFEITO
ainda mais completo!

USE!
Apaixone-se!
POSTE!



trusshair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com





ANO II / #18
Janeiro / Fevereiro 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

Diogo Micheletti
Gerente de Negócios
diogo@hmemrevista.com.br

Zezinho Divanah
PR- Relações Públicas
zezinho@hmemrevista.com.br
@zezinhodivanah



contato@hmemrevista.com.br
Rua Major Prado, 64
Moema - São Paulo- SP
CEP 04517-020
Tel: (11) 3624-5386 / 3624-5710

Tiragem: 15 mil exemplares

HM em revista é uma marca registrada no INPI sobre o processo 910117276 de propriedade de Jefferson de Oliveira Stevanato Eventos e Produções ME.

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 18: 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



NICOLE RAMALHO
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

Diga "Oi" ao INFUSION
e ao NIGHT SPA...

A nova era em
tratamentos capilares
com a exclusiva **Cera
Vegana dos Andes.**

INFUSION:
uso profissional

NIGHT SPA:
home care
tratamento
noturno

...e "Adeus" ao cabelo danificado!

USE!
Apaixone-se!
POSTE!

[f](https://www.facebook.com/trushair) [i](https://www.instagram.com/trushair) [yt](https://www.youtube.com/trushair)
trushair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com





A Nova Era em Cuidados Diários para seu cabelo!

- RESISTÊNCIA • ELASTICIDADE • RECONSTRUÇÃO • SELAMENTO PROTETOR

NOVO



100% BASE VEGANA

A diversidade faz a nossa cabeça. Um de nossos cuidados fará a sua!

USE!
 Apaixone-se!
 POSTE!



trusshair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



PHYTOMILLESIME, PHYTO PARIS.

Feita com ingredientes botânicos, a linha promete cuidar dos fios coloridos evitando o desbotamento, nutrindo e protegendo. Composta por pré shampoo, shampoo, máscara e leave in, traz em sua formulação um extrato exclusivo de uma espécie rara de maçã chamada Red Love, considerada uma superfruit e fonte de antioxidantes poderosos, que preservam a cor. Tem também o extrato de Flor de Hibiscus e a Manteiga de Argan que juntos proporcionam nutrição, maciez e brilho aos cabelos. Além disso, a linha conta com um complexo de aminoácidos, Color Locker, que cria um escudo protetor na fibra capilar e evita que os pigmentos desbotem.

SAC atendimento@alesgroup.com.br | 0800 1034004 | www.phytoparis.com.br



18



CLARIFY SHAMPOO, KEUNE.

Com um upgrade em sua composição, o produto (que já era amado pelos cabeleireiros) traz agora 5 minerais essenciais em sua composição garantindo mais cuidados para os fios. O shampoo, que antes pertencia à linha Design, agora integra a Care – voltada ao tratamento dos cabelos – como o primeiro item da linha de uso exclusivo profissional. A qualidade do shampoo permanece – a fragrância e a textura são as mesmas, mas além de limpar profundamente os fios, diminui a sensação de aspereza pela presença dos minerais essenciais. www.keune.com/br



NASCE CABELO, G. HAIR COSMÉTICOS. Trata-se de um Tônico Capilar que, segundo a marca, auxilia no crescimento de novos fios e na redução de queda. Indicado para cabelos frágeis ou com queda, age prolongando a vida dos fios já existentes, no controle da oleosidade, protege a saúde do couro cabeludo e ainda previne a caspa. "O teste clínico mostrou uma alta eficácia: 40% dos participantes perceberam o fortalecimento dos fios a partir do sétimo dia de uso e 88% o crescimento mais rápido dos cabelos. O efeito varia conforme cada organismo, mas para quem ainda tem o folículo capilar, o produto traz resultado", afirma Alfredo Miras, Diretor da G.Hair Cosméticos. SAC 11 4771-2117 | www.ghaircosmeticos.com.br





RÉSISTANCE, INOAR COSMÉTICOS. Focada em produtos veganos, a empresa lança sua nova linha nas versões Flor de Lótus e Bambu. Com shampoo, condicionador, máscara, leave-in, ampola e óleo, os produtos possuem ingredientes vegetais em sua fórmula. Flor de Lótus tem como um dos ingredientes o Colágeno Vegetal, oferecendo reparação intensa para proporcionar cabelos mais saudáveis e brilhantes. Além de ter poder revitalizante, os produtos regeneram os fios, deixando-os muito mais macios e maleáveis. Já a Bambu, traz a Biotina, vitamina que estimula o crescimento e trata os fios de dentro para fora, em sua composição. Com poder rejuvenescedor, os produtos reparam os cabelos enfraquecidos e fortalecem os fios, deixando-os com muito mais brilho. www.inoar.com | SAC (11) 4135-4555

COCO LOCO HAIR OIL, LEE STAFFORD. Para integrar a linha, Lee lança agora um luxuoso óleo de fórmula leve, que hidrata, restaura e dá brilho aos fios, sem deixá-los gordurosos. Perfeito para dar um up nos cabelos das clientes que usam muita química: basta espalhar alguns pumps do produto na palma das mãos e aplicar nos cabelos secos ou molhados, do comprimento até as pontas. SAC 0800 7733450 | www.leestafford.com.br



ELASTINE, LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE. Linha composta pelo shampoo e condicionador profissionais ARGAN & Olive e ARGAN (cabelos oleosos) & Macadâmia (cabelos secos e danificados), com 100% de componentes derivados de plantas e formulação patenteada. De origem sul-coreana, os produtos integram o conceito K-Beauty (Beleza Coreana). A linha profissional da Elastine traz ainda o finalizador Bio Glue, que combina o própolis com a geléia real em sua formulação, garantindo a recuperação de 99% da massa protéica. A fórmula patenteada, baseada em "cera de abelha", permite uma técnica de selagem permanente, com maior capacidade de cobertura dos fios ao reparar as escamas danificadas e uniformizar a superfície, conferindo brilho perceptível, maciez, sedosidade e redução no volume dos cabelos. À venda nas lojas da rede Farmax.





BLOND FOREVER MAN, MIX USE. Focado no público masculino, é um programa de embelezamento dos fios que promove a pigmentação de brancos e grisalhos. Ele conta com o Shampoo Blond Forever Man, o UPGRAY condicionador e a Pomada Modeladora. "Sua formulação foi desenvolvida para ter uma maior absorção dos pigmentos e um enxague mais rápido, o que faz o tempo de realização levar, em média, apenas 7 minutos. O Blond Forever Man também proporciona uma sensação de conforto e bem-estar no couro cabeludo após o uso. Com certeza ele é garantia de sucesso junto ao exigente público masculino", explica a Coordenadora Técnica da MIX USE, Shaienne Bocca. SAC 0800 521 3232 | sac@mixuse.com.br

INVIGO, WELLA PROFESSIONALS. Abreviação da palavra Invigorate, o nome da nova marca do grupo traduz a principal proposta dos produtos: revigorar todo e qualquer tipo de cabelo instantaneamente. São cinco linhas: Nutri Enrich (cabelos ressecados), Color Brilliance (cabelos coloridos), Volume Boost (cabelos finos), Blonde Recharge (cabelos loiros e claros) e Balance (cabelos oleosos). SAC 0800 702 9966 | www.wella.com.br

MÁSCARA RECONSTRUTORA REPOSIÇÃO DE CARBONO, NATUMAXX COSMÉTICOS.

Desenvolvida para atender às necessidades dos fios que precisam de uma reconstrução imediata, combate os danos provocados por químicas, chapinhas e ação de radicais livres. O efeito "teia", muito em moda, permite que a máscara seja distribuída com mais facilidade, fazendo com que os ativos que restauram a camada hidrolipídica formem um filme protetor mantendo a hidratação e proteção aos cabelos por muito mais tempo. Disponível nas versões: 1Kg e 250g. SAC (21) 3760-7072 | www.natumaxx.com.br





ALL SOFT MEGA MASK CAP, REDKEN. Máscara coringa para os fios que proporciona nutrição instantânea e traz uma aplicação inovadora. Seu formato de "touca" potencializa a ação nutritiva da fórmula e é simples de aplicar. Todos os produtos da linha contam com o poderoso SuperFood Nutri-Complex, um complexo com 3 ingredientes naturais riquíssimos em nutrientes essenciais (aloe vera, extrato de cactos e óleo de sacha inchi, este último altamente nutritivo tem elevada concentração de Ômega 3, responsável por manter a hidratação e os nutrientes dentro do fio. SAC 0800 701 7237



PLATINUM COLORS, FELITHI PROFESSIONAL. Além da repaginada nas embalagens e no acréscimo de cores ao portfólio da linha, a marca inova ao incorporar na formulação o blend de ativos LUNACTIVE®, criado exclusivamente pela Felithi Professional. Entre os ativos, vale destacar uma manteiga extraída de quatro palmeiras brasileiras que garante aproximadamente 35% a mais de brilho ao cabelo colorido. Além disso, tem uma durabilidade aproximadamente 15% maior que as outras, graças a qualidade de pigmentos e percentual de amônia mais baixo que não abre tanto as cutículas. Veja quais são as 10 cores novas: 5.713 Castanho Mate, 1.1 Preto Acinzentado, 8.26 Marsala, 9.21 Louro Ultra Claro Irise, 11.2 Louro Matizador Especial Irise, 11.11 Louro Matizador Especial Cinza Platinum, 11.21 Louro Matizador Especial Pérola, 12.09 Louro Especial Irisado Suave, 12.19 Louro Especial Cinza Irisado, 0.2 Violeta SAC (11) 2941-1471. www.felithi.com

MOUSSES CHARMING, CLESS. Em três opções, os produtos promovem diferentes efeitos e fios brilhantes: Mousse Fixa Solto (ideal para um visual ondulado natural), Mousse Forte (para um visual ondulado marcado), Mousse Extraforte (perfeita para um cabelo supermarcado, definido e com fixação duradoura). www.cless.com.br | 0800 702 2627 | sac@cless.com.br



COLOR GLASS, LOWELL. Linha de descoloração que fica transparente quando aplicada, permitindo a visualização perfeita do grau de clareamento da mecha, trazendo mais assertividade no resultado e evitando possíveis manchas. É composta por pó e revelador, enriquecidos com colágeno hidrolisado e rice silk (sílica do arroz micronizada), que auxiliam no processo sem prejudicar a saúde dos fios. O Pó Descolorante ainda conta com colágeno Pró-H, que garante proteção extrema à fibra capilar e o aumento da resistência do fio à quebra. Já o Gel Revelador é estabilizado, promovendo volumagem constante e oferecendo uma textura cristalina em gel. lowell.com.br



2019, O ANO DAS NOVIDADES!

Tradicionalmente a indústria cosmética é responsável pelas grandes novidades do setor da beleza no Brasil, lançando sempre novos produtos e serviços, trazendo tendências e inovando na educação. Ao que tudo indica, iremos testemunhar grandes novidades além da proporcionada pela indústria cosmética em 2019. A ABSB (Associação Brasileira dos Salões de Beleza) prepara-se para iniciar ano que vem a divulgação dos indicadores do setor de beleza. Sabemos, pela primeira vez com precisão, a evolução do setor da beleza – inclusive por categoria (corte, coloração, tratamento, revenda, entre outros). O grande beneficiário desta informação, além dos próprios salões de beleza, será a indústria cosmética, que poderá se programar melhor e investir onde realmente for prioritário. A ABSB também apoiará a criação da Frente Parlamentar da Beleza, através da qual diversos temas serão debatidos como tributos, regulamentação da profissão, certificação dos profissionais da beleza, entre outros. Outra grande novidade será a expansão nacional do sindicato laboral Pró-Beleza. Os profissionais-parceiros do setor de beleza (de todo o território nacional) passam a ser representados pelo Sindicato Pró-Beleza, fundado em 02/01/1919, até para a homologação de seus contratos de parceria, ou seja, nos municípios onde não houver um sindicato ou uma DRT, os contratos poderão ser homologados através do site www.contratodeparceria.com.br, via certificado digital. No embalo da Lei do Salão Parceiro, outra inovação para o setor da beleza será a chegada ao Brasil da rede americana de salões de beleza Sola Salon Stu-

dios, fundado em 2003, com mais de 400 lojas nos EUA e Canadá, com quase 11.000 profissionais em seus estúdios. A primeira unidade, de 450 m2, será inaugurada no Barrashopping, Rio de Janeiro e terá 22 estúdios. Cada estúdio, montado com lavatório, bancada e móveis, será utilizado por apenas um profissional-parceiro. É como se o profissional tivesse o seu próprio salão de beleza, sem ter que se preocupar com a manutenção, pagamento de aluguel, entre outros. Este modelo de negócio é uma grande novidade para o mercado brasileiro. Sim, 2019 promete ser um daqueles anos que nunca será esquecido.



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.



COLOR FRESH CREATE

A NOVA MARCA DE COLORAÇÃO FANTASIA DE WELLA PROFESSIONALS

Coloração semipermanente com uma paleta de 7 cores vibrantes e puras.



Tanto faz se a opção é tingir totalmente o cabelo ou apenas atenuar os brancos, os homens dispõem agora de um amplo arsenal de produtos para obter o efeito desejado. Além de disponíveis em diversas cores, do loiro claro ao castanho escuro, os produtos masculinos geralmente são formulados para serem usados também na barba. Existem dois tipos de colorações: a tinta e o tonalizante. Quem quer mudar a cor do cabelo ou cobrir totalmente os grisalhos deve optar pela tinta de cobertura total; se o objetivo é só atenuar os grisalhos, a opção certa é o tonalizante, que dá uma leve escurecida no cabelo, deixando os fios brancos ainda aparentes; escolha certa para uma mudança mais discreta, até porque eles realçam a cor natural do cabelo.

Colorir o cabelo em casa é fácil, ainda mais para quem tem fios curtos, como a maioria dos homens. Entretanto, o serviço do cabeleireiro é quase sempre garantia da escolha do tom e do produto certo para cada caso. Além disso, os salões oferecem técnicas profissionais, como o reflexo invertido, feito só em algumas mechas. Uma touca com furos separa pequenas porções de fios, que são tingidos na cor original. Quanto menos fios forem selecionados pelo cabeleireiro em cada mecha, mais natural fica o tingimento. Para colorir o cabelo escuro de platinado, loiro ou outra cor clara, é preciso descolorir os fios e esse processo de retirada do pigmento é bem agressivo. Ao fazer em casa é muito fácil detonar o cabelo, deixá-lo seco, quebradiço e manchado. Enquanto o tonalizante pode ser usado em casa sem problemas, a descoloração deve ser feita em salão de cabeleireiro. Aliás, existem cabeleireiros especializados em tingimento: são os chamados coloristas. Outra vantagem de recorrer a um cabeleireiro é que ele dispõe de produtos de uso profissional, de uso ou venda restrito aos salões.

Aqui vão sugestões de tinturas e tonalizantes, encontrados em salões de cabeleireiros, barbearias, farmácias e supermercados.

Entre no tom

Colorir o cabelo deixou de ser tabu entre os homens há muito tempo. Fato é que, hoje, quem não se sente confortável com os fios grisalhos (por serem precoces ou por achar que eles envelhecem) ou tem vontade de mudar a cor do cabelo não só pode, como deve, colorí-los. Sem medo de ser feliz! Até porque dispomos de diversas opções de coloração que dão resultado bem natural. A ala masculina que não teme radicalizar, por sua vez, se sente cada vez mais encorajada a assumir a descoloração em tons de loiro ou platinado. Celebidades como Zayk Malik, Adam Levine, Ryan Gosling e Lucky Blue Smith deram o empurrão que faltava para derrubar o preconceito contra o cabelo masculino colorido.



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



1922 BY J. M. KEUNE. A Keune inaugurou no Brasil sua nova marca (batizada em homenagem ao seu fundador) com cinco opções de tonalizantes: Medium Blonde, Dark Blonde, Light Blonde, Medium Brown e Dark Brown. O produto age em apenas cinco minutos e contém creatina, que fortalece o cabelo.



ESCURECEDOR BARBA E CABELO BARBA DE RESPEITO. Tem consistência de bálsamo e deve ser aplicado com pente, mecha por mecha. Age em 20 a 30 minutos; depois, é só enxaguar e modelar o cabelo.



POMADA BLACK FELPS MAN. Funciona como uma pomada modeladora comum, só que cobre fios brancos de cabelo e barba. Pode ser usada para modelar o cabelo seco ou úmido e tem efeito temporário (sai com a lavagem, como qualquer finalizador).



COVER GEL MED FOR MEN. É um gel matizador para cabelo e barba. Basta aplicar com pincel ou pente, deixar agir por 5 a 15 minutos e enxaguar. Tonaliza os fios grisalhos com resultado bem natural e pode ser usado em casa ou no salão.



TINTURA BIOCOLOR HOMEM NIASI. Disponível em várias cores, permite o controle do tom: se deixado por menos tempo colore apenas de leve os fios. Em 5 minutos atinge o máximo de cobertura. A cor dura até 30 lavagens.

SEBRAE: de mãos dadas com a *beleza*

30

Ok, o momento político e econômico vivido nos últimos anos gerou uma onda crescente de desconfiança e desânimo em relação a instituições privadas, públicas, híbridas ou alternativas. Mas, verdade seja dita: embora compreensível, jogou-se também na vala comum quem definitivamente não merecia ser visto com receio. Um exemplo é o **SEBRAE**, cuja missão maior é dar suporte ao empreendedor – isso inclui (claro!) os visionários empresários da beleza. Por isso mesmo, HM abre suas páginas para **Durcelice Candida Mascêne**, Coordenadora Nacional da Cadeia de Valor de Beleza do SEBRAE, a fim de que ela fale – em detalhes – sobre todo o serviço que uma equipe engajada e combativa pode (e quer!) oferecer ao sempre destemido povo brasileiro



“A integração da beleza com a Saúde e Bem-estar é direta e acontece especialmente na capacitação para fornecimento de produtos e serviços de qualidade, nas compras corporativas e públicas de produtos de higiene pessoal para hospitais, clínicas médicas e de estética, no varejo de produtos de beleza.”

HM / O mercado de beleza brasileiro é visto pelas empresas internacionais como uma terra de oportunidades. O SEBRAE enxerga o setor da mesma maneira?

DURCELICE CANDIDA MASCÊNE / Sim, desde 2006 o Sebrae desenvolve ações e projetos para fomentar o empreendedorismo no setor, por meio de programa voltado para o desenvolvimento setorial e da cadeia de valor. Buscamos fortalecer as empresas de HPPC (higiene pessoal e produtos cosméticos) e aumentar seu grau de inovação; para tanto, priorizamos estratégias como promoção da gestão empresarial, promoção do conhecimento, o acesso ao mercado, a tecnologia, à inovação e as práticas de sustentabilidade, de acordo com a nova agenda do século 21.

A beleza está contida na área de bem-estar do SEBRAE. Qual espaço ela ocupa, neste momento, nas ações para 2019?

A área de beleza está alocada na gerência de Competitividade do Sebrae Nacional que tem como missão contribuir com a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios, com visão de cadeia de valor, por meio da geração de inteligência em temas estratégicos e da articulação de parcerias e políticas para apoiar o atendimento do Sistema Sebrae. A integração da cadeia da beleza com a Saúde e Bem-estar é direta e acontece especialmente na aproximação, na capacitação para fornecimento de produtos e serviços de qualidade, nas compras corporativas e públicas de produtos de higiene pessoal para hospitais, clínicas médicas e de estética, no varejo de produtos de beleza em farmácias e manipulação de fórmulas, dentre outras.

Em anos anteriores (antes de 2016), o SEBRAE (aparentemente) promovia mais ações para a beleza como ciclos de palestras, workshops, oficinas. O que mudou?

Na beleza, na alavancagem dos projetos nos Estados, percebeu-se tanto a necessidade de se conhecer melhor a cadeia produtiva quanto a importância de se estabelecer estratégias diferenciadas para os pequenos negócios, visto que a concorrência de grandes players é intensa no mercado. Nesse contexto, potencializa-se a importância do trabalho articulado com os membros do setor e integração das cadeias de valor para aumento da competitividade dos pequenos negócios do setor de HPPC.

A criação de uma cartilha oficial que detalha e padroniza questões pertinentes ao salão de beleza é um marco na área e teve muita participação do SEBRAE. Qual a estratégia por trás deste empenho?

O intuito foi todo pensado no sentido de facilitar o esclarecimento destas questões, com linguagem mais acessível para os empresários e consequente busca da melhoria da competitividade das empresas.



“O Sebrae está engajado desde o início neste processo. A regulamentação é uma mudança e reconhecimento do modelo de empreendedorismo. A lei salão parceiro é um incentivo à regularização e formalização dos pequenos negócios do setor da Beleza.”

34

Ainda sobre este tópico, quais os próximos passos?

Continuar a capacitação das empresas identificando novas necessidades e novas demandas; e estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento e/ou disponibilização de soluções adequadas.

A lei salão parceiro também marcou positivamente o setor. Como o SEBRAE vê esta mudança?

O Sebrae está engajado desde o início neste processo. A regulamentação é uma mudança e reconhecimento do modelo de empreendedorismo. Tanto os donos de salão de beleza quanto os profissionais terão mais alternativas sobre o regime de trabalho, que deve ser acordado entre as partes, podendo optar pelo que for mais adequado à sua realidade. A lei salão parceiro é um incentivo à regularização e formalização dos pequenos negócios do setor da Beleza.

Embora muito falada, a lei ainda gera polêmicas e dúvidas em algumas regiões. O SEBRAE pretende se engajar nesta divulgação?

A Unidade Competitividade juntamente com a Unidade de Políticas Públicas realiza palestras/workshops em eventos de grande circulação do setor e outras ações junto ao público alvo nos Estados. Durante a Beauty Fair 2018, no período de 08 a 11 de setembro de 2018, foram ministradas 55 minipalestras sobre 14 temas, dentre elas, a lei do Salão Parceiro. Além disso, outros materiais produzidos são disponibilizados nas redes sociais do Sebrae.

A presença do SEBRAE em feiras do segmento é muito ativa. Qual a avaliação deste “corpo a corpo” que tais eventos possibilitam?

Essa participação possibilita o acesso a informações, network, governança, tendências, ferramentas de inovações e relacionamentos, além da aproximação e realização de negócios como o mercado e grandes empresas comerciais com o mercado consumidor.

Os micro e pequenos empresários são muito valorizados pelo SEBRAE. Há intenção de se aumentar as rodadas de semanas do empreendedor e, mais, de focar algumas no setor de beleza?

Durante o mês de novembro, na semana Global do Empreendedorismo existem ações sendo realizadas pelo sistema Sebrae, sendo que elas independem do mês do empreendedorismo.

O que podemos esperar de ações do SEBRAE em 2019 para a beleza?

Para 2019, priorizaremos estratégias focadas em conhecimento, inovação, tecnologia, marcos legais, acesso a mercado e práticas de sustentabilidade.



PRECIOUS
NATURE
ITALIAN HAIR MENU

NÓS SOMOS FASCINADOS POR COR

EXATAMENTE POR ESTA RAZÃO APRESENTAMOS A RECEITA IDEAL PARA UM SERVIÇO DE COLORAÇÃO PERMANENTE PERFEITO. SÃO 49 TONALIDADES SEM AMÔNIA, PPD E RESORCINOL ONDE ACRESCENTAMOS O LEITE DE ARROZ, AÇÚCAR E OS MAIS DELICIOSOS INGREDIENTES NATURAIS. TEXTURAS IRRESISTÍVEIS PARA AGUÇAR TODOS OS SENTIDOS, COM RESULTADOS EXTRAORDINÁRIOS.



ALFAPARF.MILANO.COM




ALFAPARF
MILANO


enzz


COSMETICS



HAIR
enzimage
SYSTEM

 Enzz Cosmetics

 @enzzcosmetics

 Enzz Cosmetics - Brasil

(11) 2615-7182

Seja um distribuidor



www.enzzcosmetics.com.br



ARQUIVO PESSOAL



Phyto Phytovolume Actif, 0800 1034004, @phyto brasil

Verão na cabeça

Texturizados, derrubados e luminosos. O cabeleireiro Diego Américo analisa os estilos de cabelo e de penteado que chegam com o verão.

Calor pede penteado preso? Textura podrinha? Tom iluminado? Valem todas as alternativas. Com a chegada do alto verão, vem o desejo de agregar frescor, sensualidade e brilho ao visual do cabelo – informações de moda e de beleza que reforçam o espírito libertário da estação. Para checar como incorporar, de uma maneira renovada, esses detalhes ao look, decidi conversar com o cabeleireiro Diego Américo (@diegoamerico), diretor da agência Amuse Beauty e artista do salão Amuse Studio (@amuse_studio). A seguir, o que ele me contou durante o bate-papo.

Salon Line Modelador
Orion Gold Universe,
(11) 4134-2727 @salonlinebrasil



MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA:
O efeito texturizado vem emplacando há alguns anos. Ele continua em alta?

DIEGO AMÉRICO: Esse tipo de acabamento pode até ter perdido o status de tendência, mas não será abandonado nos meses de calor. A textura meio podrinha conversa muito bem com as produções de verão.

MCP/HM: Que styling acompanha essa textura?

DA: Nos soltos, a modelagem é natural. A proposta é ou manter o estilo existente – valorizar a beleza de cada mulher –, ou então dar movimento com baby-liss, mas sem deixar ondas evidentes. Também é importante não criar muito volume, já que agora a ideia é usar um cabelo mais baixo – estejam os fios texturizados ou polidos, modelados com escova. Quanto aos presos, vale investir nos penteados derrubados.

MCP/HM: Quer dizer que os coques altos vão perder espaço?

DA: Não, eles continuam por aí, fazendo sucesso. Mas são uma exceção – tanto coques como rabos de cavalo vêm posicionados próximos à nuca. Uma ideia interessante para as fãs do coque alto é atualizar



O brilho quente, o movimento lateral suave e a risca central do look de Jessica Biel são pura tendência. Na modelo do ensaio da Amuse Beauty, o meio coque atualiza o penteado alto. CORTESIA DA TELEVISION ACADEMY e R+R



Tangle Teezer Blow Styling Round Tool, tangleteezer.com.br, @tangleteezerbr ou na www.thebeautybox.com.br



o look investindo no meio coque. Fica feminino e cria um contraste interessante entre a parte presa e o comprimento solto e mais texturizado.

MCP/HM: Alguma outra sacada para trazer modernidade para a aparência?

DA: Dividir o cabelo ao meio, especialmente quando os fios estão soltos. A divisão lateral anda em baixa...

MCP/HM: Quais são os produtos must-have para construir esses visuais?

DA: Mousse, volumizador para a raiz e pomada em pó para dar uma certa aspereza ao toque. Além dos já clássicos sprays do tipo beach spray, que contêm sal.

MCP/HM: E para quem quer aproveitar e renovar a cor para a estação, o que você recomenda?

DA: Investir nos tons dourados, com uma pegada anos 1970. Castanhos quentes, loiro mel, luzes com um quê de manteiga... Esquecidos por causa da ascensão das nuances frias, eles voltaram com tudo e conversam super bem com a alta temporada. Acendem o visual e valorizam tudo o que se faz no cabelo: textura, movimento e penteado. ❏



Amend Mousse Modeladora Valorize, 0800 0197473, @amend_oficial



Keune Salt Mist, (41) 3086 8181, @keunebrasil



Tangle Teezer Smoothing Tool Full Paddle

DIVULGAÇÃO

L'Oréal Professionnel Techni.Art Super Dust, 0800 7017237, @lorealpro



GUSTAVO ARAIAS

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



O retocador de raiz chega ao salão

Num surpreendente caminho inverso, o produto, que foi criado como um quebra-galho para disfarçar a raiz branca ou crescida da consumidora final, agora salva a pele de profissionais como a cabeleireira **Jô Nascimento** (@espaco.jonascimento), de Limeira (SP), que conta aqui suas peripécias com o cosmético

1 **Você diz que retocador de raiz não é um produto para fazer retoque de raiz. Pode explicar?**

Ele é como uma maquiagem, uma solução temporária para você sair de uma situação difícil que precisa ser resolvida em questão de segundos. Na prática, isso significa que a aplicação deve ser pontual, ou seja, apenas na raiz branca ou crescida que está à mostra; e não para fazer, literalmente, o retoque de raiz na cabeça toda. Isso ainda é papel da coloração.

2 **E o que esse cosmético faz no salão?**

Ele é uma maravilhosa alternativa de emergência para o profissional não ser obrigado a mudar toda a estratégia de um penteado ao atender pela primeira vez aquela cliente que chega com a raiz em petição de miséria, e não dá tempo de pintar, ou a cliente habitual que tem um ou outro fiozinho branco que teima em aparecer. Como o retocador também tinge delicadamente a pele, ele também é ótimo para disfarçar o couro cabeludo que fica aparente por causa da queda capilar, coisa comum em grávidas e estressadas, ou em donas cabelo muito fininho, senhoras, por exemplo.

3 **Qual o segredo para o resultado não ficar medonho, como o da lendária campanha do canal pago, em que o homem tentava esconder a careca com o spray preto?**

Graças à tecnologia, esse tipo de bizarrice não acontece mais. Também não há mais a insegurança de ficar manchada como antigamente, quando os produtos escorriam com chuva e suor e na balada todo mundo ficava quietinho, morrendo de medo de dançar. Por terem alta durabilidade, fórmula leve e cores variadas, os sprays atuais conferem um acabamento natural, mas, para isso, é importante aplicar aos poucos, sempre com cautela, para não ficar concentrado. Não posso compará-lo com o stick porque gosto mesmo é de spray. Mas, clientes que usaram disseram que o bastão também oferece boa cobertura e não deixa o cabelo enebado.

4 **Num look preso, como garantir que os contornos fiquem perfeitos?**

Perfeição só com coloração. Mas, voltando ao retocador de raiz, cada um tem um truque: há quem use papel para fazer bordas, outros que aproximam bem o bico aplicador da cabeça. Minha preocupação é proteger o rosto da cliente com a minha mão, já que, em comum, esses sprays só saem com xampu ou, no caso de atingirem a pele, demaquilante.

5 **Qual a dica para quem quer investir nesse tipo de produto sem gastar muito?**

Acho bacana ter as três opções de cores que conseguem atingir a maior parte das raízes que atendemos em salões de qualquer canto do Brasil, que são o loiro-claro, o loiro-escuro e o castanho.



COVER HAIR CORRETIVO CAPILAR, DERMAGE. Com argan, hidratantes e antioxidantes, o spray seca rápido e não deixa o cabelo duro nem opaco. São duas opções de cores: light, para atender de loiros a castanho-claros, e dark, indicado para castanhos a pretos.

RETOK, ANACONDA COSMÉTICOS. Em spray e stick, só mudam a forma de aplicação – o primeiro deve ser borrifado direto na raiz e o segundo, passado nos fios, de cima para baixo. Em comum, eles vêm nas versões preto, castanho, castanho-médio, loiro e acaju.



RETOQUE DA COR, AMEND. Nas cores preto, vermelho, castanho-claro, castanho-escuro e loiro natural, promete resistir à água e cobrir as raízes brancas e desbotadas sem entregar o truque.



BLACK STICK, K.PRO PROFESSIONAL. Como o nome adianta, trata-se de uma cera em bastão na cor preta, mas que também atende os castanhos e tem a função de modelar, texturizar e definir os fios.



KOLESTON RETOQUE INSTANTÂNEO, WELLA. Indicado para quem tem poucos brancos, dura até 30 aplicações e vem nas cores preto, castanho-claro, loiro-escuro e castanho-escuro.

COLORIFIC, ASPA COSMÉTICOS. Desde 2010 no mercado, ganha pela alta fixação e pela variedade de cores, oito no total: castanho-claro, castanho-médio, castanho-escuro, preto, vermelho, cobre, louro-acinzentado e loiro-claro.



RETOQUE INSTANTÂNEO DE RAÍZES, ASPA COSMÉTICOS. Lançado na última Hair Brasil, a recomendação é aplicar com jatos curtos e em movimento, para evitar excessos, e deixar secar bem. Disponível nas tonalidades preto, castanho-claro, castanho-médio e castanho-escuro.



HAIR TOUCH UP, L'ORÉAL PROFESSIONNEL. Possui pigmentos de maquiagem profissional que são disparados por um aplicador que garante uma distribuição uniforme, sem acúmulos ou marcações. São quatro nuances: black, brown, light brown e dark blonde.



#OndeEncontrar
 AMEND 0800-0197473, www.amend.com.br, @amend_oficial
 ANACONDA COSMÉTICOS (11) 2694-7766, anacondacosmeticos.com.br, @anacondacosmeticos
 ASPA COSMÉTICOS 0800-0261841, www.aspacosmeticos.com.br, @aspacosmeticos
 DERMAGE (11) 3088-1809, www.dermage.com.br, @dermagebrasil
 K.PRO (11) 3842-3931, www.kpro.com.br, @kpro_oficial
 L'ORÉAL PROFESSIONNEL 0800-7017237, www.lorealprofessionnel.com.br, @lorealprobr



A REDESCOBERTA DO LISO
O APOGEU DO BRILHO

B R A É
BRAEHAIRCARE.COM

Puring.

ATIVOS PUROS, LISO EXTREMO E
BRILHO EXTRAORDINÁRIO

**REVELE LISOS EM SEU MÁXIMO
ESPLENDOR COM PURING.**

Fórmula inovadora e exclusiva,
com avançada nanotecnologia
que torna os fios alinhados e
surpreendentemente sedosos.

Conheça e apaixone-se!



 /braehair

 /braehaircare

LEFIL BEAUTY

46

Quando a casa que abrigava o salão já não tinha mais para onde crescer, os sócios resolveram construir um prédio! E que ele pudesse oferecer glamour para que a cliente do tradicional bairro das Perdizes não precisasse cruzar o caótico trânsito de São Paulo chegar até a região dos Jardins. “Fomos além e criamos um espaço aconchegante e sem exageros, que valoriza elementos da natureza como madeira, planta e iluminação natural – tanto que em alguns lugares sequer precisamos acender as luzes durante o dia”, comemoram os sócios Eny Curtolo e Elvis Laurindo dos Santos, que abriram as novas portas recentemente

❑ A recepção é marcada pelo piso quadriculado, já que o do restante do salão é de madeira. Dali, é possível ver todo o primeiro andar, já que não há paredes, apenas divisórias vazadas, um pedido de Eny para que o Lefil parecesse ainda mais amplo e as pessoas pudessem circular livremente.





❑ O prédio de cinco andares foi construído especialmente para abrigar o Lefil. “Desde o início tivemos a intenção de aproveitar ao máximo a luz natural, por isso é que, além da fachada e da cobertura toda em vidro, construímos três sacadas e colocamos poltronas para que a cliente pudesse se sentir livre e segura ao mesmo tempo”, conta a arquiteta e decoradora Bia Salviano.

❑ O pequenino – e charmoso – café divide espaço com a recepção, mas ganha status de cantinho de convivência graças ao jardim vertical de samambaias contornado pela parede de madeira e o teto de vidro.



❑ As bancadas são, na verdade, prateleiras suspensas em MDF com padrão amadeirado, cada uma com espelho individual e iluminação especial e cadeira grafite com estrutura de metal. “A ideia era usar cores sóbrias, que não mostram a sujeira, e, mais importante, deixar vãos para dar fluidez e espaço para a cliente alongar as pernas e acesso para tomadas sem que os fios ficassem pendurados”, conta a arquiteta e decoradora Bia Salviano.





50



❑ A grande mesa branca e o lustre fumê valorizando as flores naturais no centro do salão também foram desejos de Eny. “Eles trazem beleza, vida, aconchego e boas sensações para quem trabalha e frequenta o salão, e isso é muito importante para ajudar a manter a harmonia num lugar onde circulam muitas pessoas”, justifica ela.

❑ Localizado no fundo do salão, o lavatório do primeiro andar também tem teto de vidro. Para o profissional, ele ajuda a conferir a cor do cabelo, para a cliente, induz ao relaxamento enquanto a química age.

❑ Por serem bastante compactas, Eny preferiu que as salas de massagem e pedicure prezassem pelo branco asséptico e reunissem apenas o básico necessário para cumprir o serviço oferecido ao invés de uma decoração que comprimisse o espaço.



❑ O salão continua no segundo andar, que também abriga o lavatório mais disputado da casa, pela localização: com cadeiras viradas para a rua, têm-se uma visão panorâmica pela fachada de vidro. Se quiser, a cliente ainda tem a opção de esperar pela ação do tratamento sentada na sacada, onde pode tomar um solzinho enquanto faz as unhas.



51



❑ Para garantir que a noiva tenha espaço de sobra, não se estresse e possa se ver de vários ângulos, Eny apostou em tons delicado de rosa e prata na decoração, fez questão de colocar ofurô no banheiro, espelhos que vão do chão ao teto, uma long chaise e charmosas almofadas na sala do grande dia.



Olá amados! Fiquei muito feliz com as mensagens e os comentários sobre a minha coluna da edição passada. Vocês são show!!! Muito obrigada. Quero ter sempre vocês por perto. Me escrevam: marta@rovellaschultz.com.br ou me sigam pelo instagram @martarovella. O importante é estarmos sempre juntos!!!
MARTA ROVELLA SCHULTZ

Um segredo na região dos Jardins

O bairro Jardins, em São Paulo, é um dos locais que mais gosto na cidade. Não é a toa que meu escritório fica lá. Suas ruas sempre apresentam novidades e segredinhos especiais para quem gosta de se aventurar e caminhar um pouco. Uma das lojas que mais amo visitar é a Giovanna Baby. Uma marca que está na memória afetiva de muita gente. A loja tem uma fachada cinza chic e elegante. Dentro, a decoração e a arquitetura de interiores fazem com que os clientes se sintam em casa. Lá, é possível encontrar todos os produtinhos que já amamos como fragrâncias, sabonetes, shampoos, óleos de banho e massagem e muito mais e, ainda, descobrir a nova linha GB Premium, com produtos para decoração, beleza e bem-estar com o mesmo cheirinho delicioso que já está guardado na nossa lembrança. Quem não pode ir até o bairro, pode conhecer os quiosques, localizados em shoppings da capital, ou no e-commerce da marca, que também oferece todas as linhas. O verdadeiro luxo emocional.



Ah! Os Perfumes...

Eles são a minha paixão. Coleciono as miniaturas. Levo esse hobby a sério. Hoje meu acervo contém 2.200 mil preciosidades. E olha que só eu limpo e cuido de cada frasquinho. Sei da história e do aroma de cada um. Uma delícia essa experiência. Com todas essas opções imagine o que significa para mim escolher a fragrância que mais me identifica? A tarefa não é fácil, mas, sempre procuro me manter atenta as novidades que desembarcam por aqui. O meu queridinho da vez é o lançamento da Jimmy Choo, Fever, que chega ao Brasil por meio da Vizcaya Cosméticos. Com notas de ameixa, lichia e fava tonka, a fragrância gourmand representa todo o poder da mulher e é a combinação ideal para as festas de fim de ano e para o verão. Experimente e depois me conte o que achou.

Amo cabelo cacheado

Sou cacheada. Faço escova de vez em quando, porém, o que gosto mesmo é do meu cabelo natural - acho jovem e descolado. E quando vejo crianças com cachos? Fico encantada. Mas, para ficarem soltos e com forma precisam de bons produtos e cuidados especiais. Para os adultos o que não faltam são opções. Mas e para os pequeninhos? Para quem têm crianças e adolescentes em casa, tenho uma dica especial! A K.Pro, empresa brasileira, com tecnologia de ponta para o cuidado dos fios, já tem uma linha incrível chamada Petit, que cuida dos cabelos desde a infância, com um cheirinho maravilhoso de marshmallow. E, agora, acaba de lançar o Petit Leave-In Cachinhos, um produto especial que ajuda a definir e modelar os cacheadinhos, além de hidratar e proteger contra os raios solares. É muita fofura com qualidade. Experimente nas crianças. Elas vão amar!!!



Uma agência que promove experiências e surpreende

Sempre penso que temos muito a aprender com as empresas e com as pessoas que se destacam na sua área de atuação. No caso da Avantgarde esse é o seu DNA, surpreender sempre. A agência de comunicação global é especializada em proporcionar experiências entre marcas e consumidores. O diretor-geral da agência, Luiz Arruda, é fera! Estuda em Harvard e se prepara para ser o CEO global no próximo ano. A companhia possui 10 escritórios em 7 países. Arruda, que é expert em negócios, me contou que a agência é a única, no Brasil, autorizada a atuar na Expo 2020, em Dubai. Sabe por quê? Para participar dessa exposição mundial que envolve centenas de países é necessário que a agência possua escritório próprio na localidade, e adivinha, no País qual tem essa estrutura? A Avantgarde!!!! Sucesso!!!



**EXPO
2020
DUBAI
UAE**

COMPLEXO ANTI EMBORRACHAMENTO



PÓDESCOLORANTE com ação ultrarrápida



UNIEM TODOS *e todos em um*

~

O multitarefas Uniq One fez escola – não à toa é um dos produtos mais copiados do mundo da beleza! Hoje é possível encontrar inúmeros finalizadores que cumprem oito, dez, doze funções ao mesmo tempo, oferecem um cabelo de melhor qualidade instantaneamente para o profissional trabalhar e aumentam o potencial de vendas na lojinha do salão





Sabe quando uma coisa parece tão boa que a gente até desconfia? Com os multifunções é assim, a diferença é que eles realmente funcionam. E cada cabeleireiro parece ter um jeito particular de usar esses produtos. Marcelo Brito, do Studio Lorena (@studiolorena), adota na hora de fazer escova, para ter um cabelo com mais qualidade para trabalhar. “A cliente sente e comenta que os fios ficam diferentes, com uma estrutura melhor, menos frizz, mais soltos, com a cor mais bonita, e o penteado dura mais”, diz ele. Mesmo custando mais que um leave-in ou termoativado tradicionais, o cabeleireiro Cristiano Vianna, do Jacques Janine Moema (@

jacques_janine_moema), também prefere investir no multibenefícios. “Ele facilita o desembarace, especialmente do loiro pós-descoloração, e ainda agiliza a escova. Ou seja, viabiliza meu trabalho e a cliente não perde tempo”, resume.

Na contramão, o cabeleireiro Sérgio G., do G.Lass Hair (@glasshair), diz que no dia a dia do salão prefere usar produtos específicos e indicar o multitarefas para homecare. “Para mim, ele tem mais potencial de negócio na revenda, já que é fácil de usar, atende a mulher nas mais diferentes ocasiões, esteja ela na praia ou na cidade, num evento sofisticado ou na academia, e ela adora porque não precisa carregar um milhão de potes quando vai viajar, porque só esse já dá conta do recado”, conta.



BB CREAM BLOND 12 EM 1, NÁTUM PROFESSIONAL. Apesar do nome, também pode ser usado por grisalhas, já que seus pigmentos violeta matizam a cor, evitando que os fios amarelem. Outro destaque da formulação é a presença do poliuretano 55, bem parecido com a queratina, que ganha pelo toque sensorial, o brilho tridimensional, a ação reconstrutora, a selagem das cutículas, a proteção térmica, a melhora da penteabilidade, a redução do frizz e a maciez. Por não ter efeito build-up, pode ser usado diariamente que não deixa resíduos nem os fios pesados.



EVOLUTY LEAVE-IN SPRAY MULTI-FUNCIONAL 10 EM 1, AMÁVIA. Livre de parabens, turbinado com proteína, arginina e óleos de abacate, argan, macadâmia, oliva e coco, é ideal para quem faz muita escova. Isso porque ele atua como protetor térmico, facilitador da escova e instensificador do liso, tem efeito antifrizz, antiumidade, hidratante, nutritivo, reconstrutor e iluminador.



SPRAY ANTIFRIZZ LISO, LEVE AND SOLTO, LOLA COSMETICS. A marca carioca aposta na inusitada combinação de combinação de tamarindo com canela e óleo de oliva para proteger do calor do sol e do secador, alinhar os fios, prolongar o efeito liso, assentar os arrepiados e dar brilho.



MATCH SOS RECONSTRUÇÃO ÓLEO, O Boticário. Promete recuperar os fios severamente danificados em 15 dias com sua fórmula à base de filtro UV, proteínas e aminoácidos. De quebra, também protege contra o calor do secador e da prancha, aumenta a elasticidade e a resistência do cabelo, deixar o toque macio e ajuda a controlar o volume.



COCO LOCO BLOW & GO GENIUS LOTION, LEE STAFFORD. Pegando carona na alta hidratação e na ação anti-inflamatória e cicatrizante do óleo de coco, o leave-in promete dar brilho, maciez, condicionar, suavizar, fortalecer e nutrir os fios. Também facilita o penteado, ajuda a reparar os danos, protege contra a umidade, o desbotamento da cor e o calor do secador e da prancha.



BB CREAM CAPILAR, DERMAGE. Com óleo de cártamo, arginina, ceramidas, queratina, silicone e filtro solar, funciona como leave-in e condicionador, só que sem necessidade de enxágue, claro. Ainda tem proteção térmica, ajuda a preservar a cor e a controlar o volume e o frizz.



BC BRAZILNUT OIL TALENT 10, SCHWARZKOPF. À base de óleo de castanha-do-brasil, reconhecida por ser rica em proteínas, minerais e ômega 3 e 9, esse leite condicionador em spray sem enxágue protege a cor, nutre, hidrata e condiciona os fios. Também traz uma fragrância duradoura, tem ação antifrizz, facilita o desembarace e dá brilho instantâneo sem pesar.



USO OBRIGATÓRIO 10 EM 1, TRUSS PROFESSIONAL. Trata-se de um reconstrutor indicado para cabelos danificados, ressecados, quebradiços, quimicamente tratados e que fazem uso constante de secador e prancha. O trunfo está na nanoqueratina, que regenera a estrutura interna da fibra capilar, e no soft hair, um agente condicionante de excelente desembaraço e que minimiza os danos na cutícula, além do um mix de aminoácidos, vitaminas, óleos vegetais, lipídeos e protetores térmicos capazes de controlar os arrepiados, resgatar a resistência e a flexibilidade capilar, prevenir pontas duplas e evitar o desbotamento da cor.



LEAVE-IN COM ÓLEO DE COCO, BIOZENTHI. Mais uma marca que aposta no poder hidratante e protetor do óleo de coco para recuperar o cabelo danificado, condicionar, modelar e reduzir as pontas duplas. Como o produto também traz glicerina e silicones, ainda forma um filme ao redor do fio que controla o frizz, o volume e o embaraço por até 48 horas. É termoativado.

LUMINOUS SPRAY SHINE & CARE, MEDITERRANI PROFESSIONAL. Para todos os tipos de cabelo, oferece 12 benefícios, entre eles deixar os fios mais sedosos, controlados, reparados e com brilho intenso. Por ser elaborado com óleo de oliva e de damasco, nutre, fortalece e suaviza as cutículas, aumentando a resistência da fibra capilar.



QUERATAN, K.PRO PROFESSIONAL. Trata-se de um condicionador em gel sem enxágue e com proteção solar e térmica para cabelos cacheados. A textura, o poder de fixação extra suave e a queratina hidrolisada garantem os cachos definidos, macios e soltinhos, o controle do volume e a modelagem do penteado.

DD CREAM DNA DA MAÇÃ, PHYTOERVAS. Sem corantes e parabenos, o produto condiciona, desembaraça, facilita o uso da escova e da chapinha, previne as pontas duplas e repara os fios danificados. Também ajuda a cuidar dos cabelos de uma maneira geral, mantendo o penteado, controlando o frizz e o volume.



BB CREAM 10 EM 1, NATUMAXX PROFESSIONAL. Combina ativos vegetais ricos em ômega 6, 7 e 9 que nutrem, hidratam e amaciam os cabelos secos e danificados sem pesar ou prejudicar o volume natural. Essa 'gordura do bem' ainda forma um filme protetor ao redor do fio que ajuda a controlar o frizz, proteger do calor do secador e da prancha, facilitar o desembaraço e a escovação e prevenir pontas duplas.



WE  ITALIAN STYLE

Yellow Liss: liso perfeito!

Uma receita com sabor italiano dedicada a **cabelos ondulados, indisciplinados e rebeldes**, que precisam de ajuda extra para ficarem **perfeitamente lisos por muito mais tempo, mesmo em condições extremas**. Com **Keratin-HT**, queratina de alta tecnologia que repara e deixa o cabelo mais saudável, e **Óleo de Amaranço**, com propriedades antifriz e anti-umidade.



ALFAPARF GROUP



The first

O mercado dos multifunções foi inaugurado pelo Uniq One, da Revlon Professional, que chegou ao Brasil em agosto de 2012 com distribuição da World Comexx. A empresa não divulga números sobre o total comercializado, mas anda tão feliz com as vendas que aumentou a família, com novas fragrâncias, a Coconut e a Lotus Flower, além de Shampoo 2 em 1 e Supermask Máscara Capilar. Para quem não lembra, o Uniq One, que dizem que criou o conceito de BB Cream capilar no país, promete dez benefícios, entre eles facilitar o penteado, nutrir, hidratar, proteger contra danos do sol e reduzir o frizz. E a importadora faz uma alerta: hoje, devido ao contrabando e as falsificações, o produto traz um selo de originalidade que garante os princípios ativos da sua formulação. Fique de olho.



EXTRAORDINARY ALL-IN-1 FLUID, ALFAPARF MILANO. Levinho, o leave-in dá brilho, desembaraça, protege contra raios UVA e UVB, evita o desbotamento da cor, previne pontas duplas, tem ação antifriz, sela as cutículas, deixa o cabelo macio, agiliza a secagem com secador e facilita o penteado.

#OndeEncontrar

ALFAPARF MILANO 0800-0212652, www.alfaparfmilano.com/pt-br, @alfaparfmilanobrasil
 AMÁVIA (71) 3289-5302, www.amavia.com.br, @amaviacosmeticosoficial
 BIOZENTHI (48) 4102-3322, www.biozenth.com.br, @biozenth
 DERMAGE 0800-0241064, www.dermage.com.br, @dermagebrasil
 KPRO PROFESSIONAL (11) 3842-3931, www.kpro.com.br, @kpro_oficial
 LEE STAFFORD 0800-7733450, www.leestafford.com.br
 LOLA COSMETICS (21) 97005-9241, www.lolacosmetics.com.br, @lolacosmetics
 MEDITERRANI PROFESSIONAL www.mediterrani.com.br, @mediterraniprofessional
 NATUM PROFESSIONAL (32) 3741-1773, www.natumcosmeticos.com.br, @natumcosmeticosprofessional
 NATUMAXX PROFESSIONAL (21) 3760-7072, www.natumaxx.com.br, @natumaxxcosmeticos
 O Boticário 0800-413011, www.boticario.com.br, @oboticario
 PHYTOERVAS 0800-117707, www.phytoervas.com.br, @phytoervasoficial
 SCHWARZKOPF 0800-7042334, www.schwarzkopf-professional.com.br, @schwarzkopfbr
 TRUSS (17) 3808-9900, www.trussprofessional.com, @trusshair

JOICO

LIVE THE BLONDE LIFE™

VIVA SEU LOIRO SAUDÁVEL E LINDO COM JOICO.

Mantém o loiro brilhante e no tom certo por ATÉ 8 SEMANAS*



Em breve nos melhores salões de beleza do Brasil.
www.joico.com.br /joicobrasil

* Quando utilizado o Brightening Shampoo e Condicionador/Máscara, que preserva até 80% mais a cor após 18 lavagens. ** vs outros descolorantes Joico.

ITALLIAN
HAIRTECH
RETROSPECTIVA
2018
O ANO DO
CRESCIMENTO

Nada de parar e esperar.
A ordem do dia – dos 365 dias do ano –
foi crescer, crescer e crescer

DIVULGAÇÃO



MARÇO

➔ FEIRA ABRADILAN - SÃO PAULO

Com a marca Professional Donna, a Itallian Hairtech participou da feira Abradilan, importante para o canal de distribuição Farma. Lá todos puderam conhecer os lançamentos da Coloração Donna Color. [1]

➔ FÓRUM DE GESTORES - SÃO PAULO

Evento voltado à gestão de salão de beleza, traz conteúdo para desenvolvimento das competências de um gestor. A Itallian Hairtech interagiu com os convidados através de Realidade Virtual, onde era possível acompanhar uma visita guiada à fábrica da Itallian sem sair do lugar.

➔ CIRCUITO TÉCNICO NACIONAL - ARACAJÚ

➔ PARCERIA COM BEAUTY FAIR ACADEMY

Iniciada parceria entre a Beauty Fair Academy e Academia Itallian Hairtech com o objetivo de fortalecer ainda mais a área educacional da empresa. [2]



ABRIL

➔ 2º ENCONTRO DE DISTRIBUIDORES ROMA

Nossos distribuidores são divididos em quatro categorias: Roma, Milão, Nápoles e Veneza. Em abril aconteceu a 2ª edição do encontro do principal grupo de distribuidores, Roma. [3]

➔ RELANÇAMENTO DA LINHA TRIVITT

Trivitt, umas das principais marcas da Itallian, ganhou nova fórmula, embalagem moderna e gama de produtos, tendo como seu principal lançamento o produto “O Segredo do Cabeleireiro” [4]

➔ WORKSHOP ITALLIAN HAIRTECH - EMBAIXADA DO BRASIL EM LONDRES

Em parceria com nosso distribuidor da Inglaterra, fizemos um workshop para 80 cabeleireiros de diversas nacionalidades, que se atualizaram sobre as últimas técnicas de coloração e mechas. [5]

➔ CIRCUITO TÉCNICO NACIONAL - SALVADOR



MAIO

➔ **WORKSHOP ITALIAN HAIRTECH - PORTO**
Dezenas de profissionais portugueses e brasileiros participaram deste evento, promovido por nosso distribuidor em Portugal. Nosso educador Alex Magno, baseado em Marseille, França, fez o responsável pela aula de técnicas em mechas e manutenção do loiro perfeito.

➔ **FÓRUM DE GESTORES - CAMPINAS - SP**
Mais uma vez a Itallian marcou presença no Evento do Fórum de Gestores podendo apresentar todos os seus lançamentos para a região.

➔ **CIRCUITOS TÉCNICOS NACIONAIS - RIO DE JANEIRO, MACEIÓ, RECIFE, PORTO ALEGRE, CURITIBA, BELO HORIZONTE** [6]

➔ **FÓRUM DIGITAL BEAUTY FAIR**
A Itallian participou com a Beauty Fair do 1º Fórum Digital para Profissionais da Beleza, evento sobre gestão e estratégias para atrair e reter clientes para o seu negócio através da internet. [7]

JUNHO

➔ **FEIRA EXPO VIP CAMPO GRANDE - MATO GROSSO DO SUL**
1ª participação da Itallian Hairtech no Expo Vip da Beleza, organizada por nossa parceira distribuidora, Marka Cosméticos. [8]

➔ **FÓRUM DE PROFISSIONAIS - SÃO PAULO**
Dessa vez o evento foi voltado para os Profissionais dos Salões de Beleza e contou com a participação de muito convidados e exposição de cases. [9]

➔ **FEIRA BARBER WEEK - SÃO PAULO**
A Itallian fez parte dessa feira apresentando ao mercado a sua linha para barbearia, FASTFORM. [10]

JULHO

➔ **FEIRA PROFESSIONAL FAIR - BELO HORIZONTE, MG**
A Itallian Hairtech foi destaque na feira de Minas, encantando os profissionais que puderam acompanhar nossas apresentações técnicas no palco. [11]

➔ **FEIRA COSMOPROF - LAS VEGAS**
Pelo 5º ano consecutivo, marcamos presença em uma das mais importantes feiras do setor no mercado norte-americano. Fizemos o lançamento oficial da nova linha Trivitt. [12]

➔ **FÓRUM DE GESTORES - BELO HORIZONTE**
Presente na Feira Profissional e no Fórum de Gestores a Itallian fortaleceu mais ainda a sua marca em Belo Horizonte.

➔ **CIRCUITO TÉCNICO NACIONAL - TERESINA** [13]

AGOSTO

➔ **FEIRA HAIRNOR - RECIFE**
A Itallian Hairtech marcou presença em uma das maiores feiras do Nordeste, com um público estimado de 53 mil visitantes que conheceram nossos lançamentos e técnicas de penteados. [14]

➔ **FÓRUM DE GESTORES - RECIFE**
Agora foi a vez de Recife receber o Fórum de Gestores e, com ele, a Itallian Hairtech que encantou os gestores com seus produtos e tecnologia.

➔ **CIRCUITOS TÉCNICOS NACIONAIS - FORTALEZA, UBERLÂNDIA**

15



SETEMBRO

FEIRA BEAUTY FAIR – SÃO PAULO

Durante os quatro dias de evento apresentamos técnicas de corte penteado e tendências. Mais de 35 técnicos da marca comandaram a atração e receberam milhares de visitantes. [15]

16



OUTUBRO

FEIRA ENCONTRO REGIONAL DA BELEZA – FORTALEZA

Em sua 28ª Edição, o Encontro Regional da Beleza fechou o calendário de feiras da Itallian Hairtech. Muitas novidades foram acompanhadas por lá. [19]

FEIRA PROBELEZA CUIABÁ - MATO GROSSO

O ProBeleza é o principal evento de beleza e estética de Mato Grosso e vem sendo considerado um dos cinco maiores do Brasil; a Itallian Hairtech não poderia ficar de fora. [19]

FÓRUM DE GESTORES – SÃO PAULO

A Itallian apresentou seu lançamento, Trivitt Sun no Fórum de Gestores, em São Paulo. [20]



17



18

19



20



21

NOVEMBRO

FÓRUM DE GESTORES – BRASÍLIA

Fechamos o último fórum do ano em Brasília, um momento incrível em um evento importante para a região. [23]

PRÊMIO ABIHPEC

Com mais de 20 anos de história, a Itallian Hairtech foi uma das finalistas na categoria Empresa do Ano do Prêmio ABIHPEC - Beleza Brasil com o case 'Muito prazer, somos a Itallian Hairtech'. [23]

CIRCUITOS TÉCNICOS NACIONAIS – ARACAJU, RIO DE JANEIRO



22

DEZEMBRO

MULHERES NO VAREJO

A Professional Donna esteve presente no Evento exclusivo e fechado para o lançamento oficial do grupo Mulheres do Varejo, que tem como intuito mais presença, mais voz e relevância para as mulheres. [24]



23



24

FEIRA PARAIBANA DA BELEZA – PARAÍBA

A feira regional de João Pessoa é muito importante para a Itallian Hairtech. Hoje a marca está entre as marcas mais usadas nos salões. [16]

LANÇAMENTO TRIVITT SUN

Lançamento de TRIVITT SUN, protetor Solar para os Cabelos que ajuda na proteção dos fios e garante brilho e maciez na estação mais quente do ano. [17]

LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS EM PROFESSIONAL DONNA

Na Beauty Fair foi momento de mostrar as novidades na Linha Professional Donna, que ganhou novos produtos na linha de tratamento e Home Care. Atualmente Professional Donna é uma linha voltada para atender os canais de varejo, perfumarias, farmácias e drogarias. [18]

WORKSHOP ITALLIAN HAIRTECH – PORTO

Mais uma sessão de educação para os profissionais portugueses e brasileiros, realizada por nosso distribuidor em Portugal, na cidade do Porto. [15]

FEIRA INTERNACIONAL HAARE 2018, NUREMBERG, ALEMANHA

A única marca brasileira do setor de hair care a participar da feira Haare, na Alemanha. Em parceria com nosso distribuidor alemão, fizemos o lançamento da linha Trivitt. O momento mais emocionante foi conhecer um profissional alemão, que viveu no Brasil e deixou o país em 2005. Mesmo depois de todo esse tempo, ele lembrou a marca ao encontrar nosso stand na feira e ficou feliz em saber que agora pode comprar nossos produtos diretamente em solo alemão. [20]

MULHERES EMPREENDEDORAS – SÃO PAULO

Professional Donna participou do evento da @Wirecard, iniciativa que visa criar espaços para que mulheres empreendedoras compartilhem suas experiências e desafios, debatam, façam network, empoderem e ajudem umas às outras. [21]

CIRCUITOS TÉCNICOS NACIONAIS – GOIÂNIA, MACEIÓ, CAMPINAS, SÃO JOSÉ DOS CAMPOS [22]

Já imaginou ganhar
mais de R\$ 450,00
em produtos?

Robson
Trindade

Marco Antônio de
Biaggi

Celso
Kamura

Paulo
Persil

Deise
Garcia

+ de R\$450,00
em produtos.



Andrea
Romano

Jhonathan
Prado

Sergio
G.

Mauricio
Pina

Charles
Veiyga

E ainda conhecer os segredos dos
maiores profissionais da beleza.



www.headclub.com.br

[f](https://www.facebook.com/headclubbrasil) [i](https://www.instagram.com/headclubbrasil) /headclubbrasil

#aprendacomosmelhores

#headclubbrasil



headclub

As melhores cabeças da beleza estão aqui.

No Headclub você pode!

É simples: basta entrar no www.headclub.com.br
e escolher o conteúdo que deseja aprender.

O SUCESSO ESTÁ NA QUALIDADE

A **Lowell** consolida seu nome na lista de grandes empresas nacionais no setor da beleza. Comprometimento com inovação, respeito aos clientes e paixão pelo que faz são os quesitos essenciais para uma trajetória de destaque em um cenário altamente competitivo

74

O ano era 1991. A cidade Itapira, no interior de São Paulo. Na época, **Paulo Andrade** era um distribuidor de cosméticos da marca L'Oréal. Vislumbrando a enorme capacidade de crescimento da área, e motivado pelo desejo de criar uma empresa com DNA 100% nacional, agregando a qualidade de produção das melhores empresas mundiais do campo, ele fundou a Lowell. “O meu objetivo era construir uma marca de excelência entregando produtos de extrema qualidade. Escolhi o nome Lowell por um motivo pessoal e por já ter planos de exportação”, recorda. O primeiro produto concebido foi um reparador de pontas. Começava, então, uma história de dedicação aos cabelos da mulher brasileira. Hoje, a Lowell Cosméticos está entre as principais marcas profissionais de cuidados capilares do Brasil. “Em 2018, completamos 27 anos de trajetória. Nestes anos de caminhada, construímos uma marca especializada em desenvolver fórmulas específicas para cada tipo de cabelo. Hoje, em nosso portfólio estão mais de 100 produtos destinados a profissionais e consu-

midores finais, todos com qualidade comparada aos melhores do mundo. Construímos nossa história com muita dignidade e, também, com muito respeito a todos que fizeram parte dessa jornada: cabeleireiros, fornecedores, colaboradores e aqueles cuja participação ímpar foi fundamental nesse processo”, conta Paulo Andrade, atual presidente.

O caminho nem sempre foi fácil, pois mesmo comprometida com a excelência de produção, uma empresa enfrenta obstáculos a serem vencidos, como crises econômicas. “Com coragem, ousadia e inovação nós edificamos nossos alicerces. Em alguns momentos, precisamos rever o caminho, mas desistir jamais”, diz categórico. O resultado da persistência e dedicação levou a Lowell a inaugurar sua academia em 1997, em Campinas (SP). “Criamos o espaço por acreditarmos ser de extrema importância capacitar os profissionais do mercado. Essa educação traz o resultado positivo que temos, pois une a qualidade dos nossos produtos à técnica dos profissionais que passam por lá para se atualizarem e conhecerem conceitos de administração e gestão de salão de beleza”, defende Paulo Andrade.



OBJETIVO ÚNICO

Desde sua fundação a Lowell tem a missão de oferecer produtos de alta qualidade capazes de proporcionar resultados surpreendentes e, sobretudo, a satisfação dos consumidores, seja ele profissional ou grande público. “Trazemos em nosso DNA o comprometimento com a seriedade e a transparência, além de um respeito desmedido pelos nossos clientes e por todo nosso time de colaboradores”, assegura Paulo Andrade. Ciente dessa responsabilidade, a trajetória de sucesso também se deve à atenção com relação às tendências e demandas de mercado, buscando sempre atendê-las com inovação.

E graças a um time de profissionais competentes e comprometidos com o objetivo Lowell, os produtos lançados rapidamente se tornaram reconhecidos por sua ação e desejados pelos cabeleireiros mais exigentes. Alguns deles, como a Máscara Regeneradora, viraram ícones e permanecem no portfólio da marca até hoje, com enorme sucesso de venda. “O reparador de pontas tem um peso especial na minha lista de preferidos por ter sido o primeiro, mas a cada lançamento fico mais apaixonado pela marca e tenho a convicção de que estamos no caminho certo. Muitos outros itens mudaram os rumos da empresa, como a linha Protect Care e também o Liso Mágico, que acabou por revolucionar o mercado e a prática de alisamento capilar home care”, afirma o presidente. “Não entregamos somente produtos. Entregamos os melhores produtos, com a mais alta tecnologia e resultados que surpreendem. Atendimento personalizado, logística própria, comunicação alinhada com o mercado, materiais de merchandising para apoiar ações de divulgação, maior equipe de técnicos no campo e workshops constantes para aperfeiçoamento profissional do nosso consumidor. Somos uma empresa consolidada, uma marca forte, querida e desejada. Felizes por esse reconhecimento do qual temos imensa gratidão, mas inquietos e incansáveis na busca de superação e de nos mantermos melhores e atuais, cada dia mais”, complementa.

Hoje, a Lowell atua no Brasil diretamente da indústria no estado de São Paulo e no sul de Minas.

Para as demais localidades, conta com distribuidores autorizados. No exterior, suas ações estão na Itália, Espanha, Emirados Árabes, Estados Unidos e nos países integrantes do Mercosul.

VALOR EM DESTAQUE

Com o crescimento da marca, em 2003 chegou para compor o time Paula Monteiro Lobato, farmacêutica industrial que assumiu a diretoria industrial e se tornou a responsável técnica por pesquisa, desenvolvimento de produtos, produção, controle de qualidade e treinamentos (é ela quem coordena o Centro de Treinamento e Desenvolvimento de Fórmulas). “Acreditamos em uma inovação e matéria-prima com alta tecnologia e performance, oferecendo qualidade mundial. Criamos produtos que revolucionaram o mercado, como o Liso Mágico, o primeiro produto de alisamento capilar sem formol e com técnica inovadora para cuidar dos fios”, afirma. Entregando ótimos resultados, a procura pelos produtos Lowell tornou-se muito alta também por consumidores finais. Porém, os itens só eram encontrados em salões de beleza, devido ao posicionamento exclusivo para cabeleireiros. Com o sucesso de venda de produtos na linha home care, a empresa optou por criar o canal de venda direta apostando que cada setor tem seu espaço sem gerar conflito entre eles. “Como empresa, acreditamos que juntos somos mais fortes”, argumenta o presidente. Esse caminho também abre as portas para o ingresso em outra área de atuação, como a de tratamento corporal e higiene: a empresa acaba de lançar a linha NUDE, composta por creme hidratante, body splash e sabonete íntimo.

Em busca de aprimorar seu portfólio, a marca ingressou no segmento de nutracêuticos com o lançamento de Lowell Caps, em 2018. “Decidimos que seria importante entrar nesse âmbito, pois só assim nós conseguiríamos oferecer uma solução completa para o tratamento capilar. Nosso foco é sempre cuidar da beleza de fora para dentro e de dentro para fora. Assim, nossos lançamentos são sempre uma grande surpresa”, argumenta Paulo Andrade.





EVENTOS ENRIQUECEDORES

Estar presente nas melhores feiras do setor, bem como oferecer aprimoramento profissional através da realização de eventos de grande porte e excelência, com apresentações de produção impecável, presença de estrelas do cenário profissional nacional, além de celebridades, fazem parte das ações de marketing da empresa. Mas elas não param por aí. Acontecimentos ligados à saúde e bem-estar também integram a agenda institucional. “Acreditamos, acima de tudo, que revelar a beleza que tanto falamos na Lowell vem de um processo interno de autoconhecimento, cuidado e saúde. A nossa beleza é reflexo de tudo isso. Dessa forma, apoiamos ações que representam esses cuidados”, constata Fabrízia Berbert, gerente de marketing.

Conheça alguns desses projetos:

► **LOWELL ONBOARD** – “Nós o temos como um grande diferencial, pois somos a única empresa do mundo neste segmento a realizar um evento com essa grandiosa projeção. São três dias repletos de shows, treinamentos, lançamentos e relacionamento com nossos clientes e colaboradores. Contamos aproximadamente com 2.500 pessoas em cada edição. Já realizamos três cruzeiros e a previsão é de que o próximo aconteça em janeiro de 2020”, revela Fabrízia Berbert. O Lowell Onboard é um projeto muito importante. Ele traz a aproximação da empresa, seus clientes e colaboradores. “Como marca,

temos isso como um dos nossos principais objetivos, o de sempre estarmos próximos dos consumidores”, complementa Paulo Andrade.

► **FEIRAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS** – “Desde 2007, participamos da Beauty Fair Brasil. Este ano, estivemos na Beautyworld Middle East, em Dubai (Emirados Árabes). Para o ano de 2019, voltaremos para Dubai e estaremos presentes na Cosmoprof Worldwide Bologna (Itália). Essas participações são muito produtivas para branding, exposição da marca, lançamento de produtos e novos negócios”, pontua o presidente.

► **SEMANA DA SAÚDE** – sob o prisma de que revelar a beleza só é possível com saúde, está em sua segunda edição e dá oportunidade às famílias de atualizarem de forma prática e rápida seus exames de rotina, assistirem palestras sobre importantes temas, como alimentação e nutrição, prática de atividades físicas, doenças e condições comuns na atualidade, estresse e até mesmo direção defensiva.

► **PROJETO A BELEZA NA MELHOR IDADE** – em parceria com entidades sociais e órgãos municipais, oferece atendimento de beleza aos idosos com o intuito de estimular a autoestima, o cuidado com a aparência e a higiene, bem como promover a socialização e a valorização pessoal e contribuir para o bem-estar, a autoaceitação e a capacidade de expressão dos maduros. Professores, alunos, ex-alunos e voluntários da área de beleza e estética participam do projeto.



Catálogo amplo

Na lista de best-sellers, alguns itens que mudaram a história dos cuidados capilares... e da marca!



A linha **Protect Care**, segundo Paula Lobato, tem espaço de destaque no cenário nacional porque é versátil, permitindo personalizar o tratamento através da adição das cápsulas de nutrição à máscara gerando resultados positivos em qualquer tipo de cabelo. Com um complexo de nutrição capilar, é composta por: Creme Condicionador, Leave-in, Máscara, Shampoo Hidratante e Cápsulas nas versões – Proteínas Reconstitutoras (nanopartículas de ceramidas e queratina); Vitaminas Nutritivas (vitaminas E e F e ômega 3 e 6); Óleos Essenciais (argan, ojon, mirra, cálcio e canela).

Lowell Caps traz cápsulas enriquecidas com vitaminas e minerais com poder de acelerar o crescimento do cabelo saudável. Indicada para homens e mulheres, trata de dentro para fora com eficácia na redução de queda e fortalecimento do fio e é totalmente nutritiva, auxiliando também na firmeza e no crescimento das unhas. A cantora Sandy Leah participou da campanha de divulgação.



Ampliando a linha de sucesso de reestruturação dos fios **Bioplastia Capilar**, lançou o **Fluido Reconstitutor Blond Bálamo da Cura**. Para fios loiros coloridos e descoloridos, ele é capaz de recuperar completamente os quebradiços, ressecados e emborrachados, preenchendo o córtex e selando a cutícula em apenas uma aplicação. A fórmula exclusiva tem efeito inteligente seletivo, atuando apenas nas áreas danificadas. Para um melhor resultado, os demais itens (shampoo, condicionador e creme reconstrutor) foram relançados em nova embalagem e com fórmula mais potente de reconstrução interna e externa da fibra capilar. Principais ativos: manteiga de coco enriquecida com aminoácidos, proteínas sericina e quinoa, aminoácidos lamelares e polissacarídeos.



Color Glass é uma linha de descoloração que fica transparente quando aplicada, permitindo a visualização perfeita do grau de clareamento da mecha, trazendo mais assertividade no resultado e evitando possíveis manchas. É composta por pó e revelador, ambos enriquecidos com colágeno hidrolisado e rice silk (sílica micronizada do arroz) que auxiliam no processo sem prejudicar a saúde dos fios. O Pó Descolorante ainda conta com colágeno Pró-H para proteção extrema da fibra capilar e aumento da resistência à quebra. Já o Gel Revelador é estabilizado, promovendo volumagem constante e oferecendo uma textura cristalina em gel. Combinados, promovem uma descoloração rápida, segura e precisa, além de proteger o cabelo e promover brilho.



O **Óleo Disciplinante** foi o último item a integrar a linha **Liso Mágico Keeping Liss**, tratamento exclusivo com shampoo, condicionador e fluido termoaquático que prometem efeito liso sem formol desde a primeira aplicação. Desenvolvido com ativos naturais, como óleo de amaranço, o produto promove ação disciplinante instantânea, selagem imediata e brilho 3D ao cabelo.

O que é a arte se não um estado de ser?



MASK WITH VIBRACHROM™
É O NOVO SISTEMA DE COLORAÇÃO COM
AGENTE CONDICIONANTE, BRILHO EXTRA E LONGA DURAÇÃO
GRAÇAS AO ESPÍRITO INOVADOR DOS LABORATÓRIOS DAVINES
QUE COMBINA NATUREZA COM AS MAIS RECENTES
TECNOLOGIAS DO MUNDO TÊXTIL E COSMÉTICO.



10 tons de loiro

DEISE GARCIA / SHUTTERSTOCK

Best seller, blockbuster, life influencer. Quando o assunto é clareamento de fios, tudo vira febre. E a loirice brasileira faz escola. Nossos hairdressers ganharam (em especial no último ano) status de celebridades e muitos deles, neste exato momento, correm o mundo todo ministrando cursos, compartilhando informações, assinando coleções, participando de photo shootings internacionais. A explicação para o sucesso é até bem simples: a paixão desenfreada da brasileira por uma cabeleira loiríssima. Isso mesmo. O “vamos clarear mais um pouquinho desta vez?” forçou os profissionais a aprimorarem técnicas (ou até criarem suas próprias), a investirem em tratamentos capilares (sim, o fio sofre com excessos) e, claro, a buscarem produtos cuja performance unisse resultado + saúde. Isso, por sua vez, deu uma cutucada e tanto na indústria de produtos cosméticos profissionais... Os clareadores comuns começaram a ser deixados de lado e novas – e sofisticadíssimas – gerações começaram a surgir.

A Yamá Cosméticos é uma das primeiras a concretizar o sonho platinado dos cabeleiros. Segundo Marisa Sasaki, gerente de marketing da empresa, o último lançamento da marca é um passo além da geração plex (linhas de coloração com capacidade clareadora mais potente). “O nosso Pó Descolorante Professional Color, destinado aos profissionais de salão, tem formulação exclusiva, com ação ultrarrápida e abertura de até 10 tons!”, celebra.

O produto traz também o apelo “dust free” (não forma aquela nuvem de pó) e da coloração azulada (facilita ver os pontos onde o produto já foi aplicado), o pó contém colágeno na formulação. “Por que colágeno? Para maior proteção e tratamento dos fios, claro! O colágeno hidrolisado é rico em aminoácidos essenciais à manutenção do equilíbrio fisiológico da pele e dos cabelos e, portanto, é indicado como agente de performance em condicionamento, maciez e suavidade nos cabelos, principalmente os cabelos danificados por processos químicos – coloração / descoloração – ou pelo sol e poluição em excesso. Ele age aumentando a resistência dos fios a essas agressões”, explica Marisa.

E finaliza: “Recomendamos sempre a prova de toque e o teste de mecha previamente. A mistura do pó deve ser feita na proporção de 1 parte de ó descolorante para 2 partes de oxidante (de mesma marca) e a aplicação deve ser realizada sobre o cabelo seco, nas áreas a serem descoloridas. O processo de descoloração é naturalmente agressivo, por isso, recomendamos a aplicação do Complexo Antiemborrachamento Professional Color, que vai auxiliar o profissional caso o cabelo “emborrache” durante o serviço. A formulação do Complexo Antiemborrachamento, também exclusiva, conta com o “Bio-Restore” a base de cisteína e compostos derivados do trigo e silicone. Pode ser aplicado antes e depois da descoloração e demais processos químicos (colorações, alisamentos, escovas progressivas).”





White Queens



Blondie Babys



Golden Ladies



“O nosso Pó Descolorante Profissional Color, destinado aos profissionais de salão, tem formulação exclusiva, com ação ultrarrápida e abertura de até 10 tons!” — Marisa Sasaki

PERFECT STYLING

IDEAL PARA TODOS OS ESTILOS DE PENTEADOS



Estilização, textura, brilho, fixação e alta definição dos fios! Mantém os fios protegidos do excesso de calor.

Seu salão já tem?!

Termoativado
Suave e Intenso

Cera
Modeladora



WORLD
COMEXX
Um grupo de marcas profissionais.

11 5070-0400 - www.mediterrani.com.br

[/MediterraniProfessional](https://www.instagram.com/MediterraniProfessional)
[#eusoumediterrani](https://www.facebook.com/MediterraniProfessional)

Mediterrani
PROFESSIONAL

FALE COM SEU CONSULTOR DE VENDAS.

CORPO E VOLUME

aos fios

Produtos com essa finalidade sempre estiveram entre nós. Mas, a última onda de lançamentos chegou menos preocupada em maquiar o problema e mais focada em ajudar a combatê-lo, sempre valorizando o lado cosmético do negócio, tão essencial para a adesão do tratamento. Os resultados têm sido muito bem recebidos pela clientela. E aí, você já oferece este tipo de serviço para a sua?



Lidar com o afinamento capilar é mexer com uma vaidade profunda. “Apesar de ele não ser uma sentença para a calvície, é um forte indicativo de que a pessoa tem grandes riscos de ficar careca”, alerta o professor de dermatologia e tricologista Adriano Almeida, de São Paulo. Segundo o médico, por trás dessa redução da massa capilar pode estar uma série de fatores, sendo que a mais frequente são as alterações hormonais. Outra bastante comum é a carência de nutrientes, especialmente de ferro, cobre e zinco, devido à má alimentação, dietas restritivas e cirurgias de grande porte, como lipoaspiração e redução de estômago. “Graças à progressiva, e o Brasil é o país da escova progressiva, nunca vimos tantas mulheres com cabelo fino, colado à cabeça, sem volume e cheio de falhas como agora. Outras atitudes rotineiras que todo mundo sabe que são erradas, mas mesmo assim continua fazendo, também têm colaborado cada vez mais para o afinamento e, conseqüentemente, a queda capilar. A relação inclui até não lavar a cabeça regularmente para que a escova dure mais e exagerar no uso de xampu a seco”, complementa a engenheira química Camila Cerdeira, da K.Pro Profissional. Isso ajuda a entender porque muitos cosméticos que dão corpo e volume aos fios também prometem estimular o crescimento, remover resíduos de produtos e de poluição sem provocar ressecamento, equilibrar o pH do couro cabeludo, controlar a oleosidade e estimular a microcirculação local. Os novos produtos têm alta performance, cosmetividade e ainda permitem a mulher continuar fazendo tudo o que ela gosta, escova, coloração, hidratação. Essa é a grande sacada da indústria.

Dados da Kérastase dão conta que, quando o assunto é vaidade masculina, a perda da densidade capilar ocupa o primeiro lugar na lista de preocupações junto com o ganho de peso e o envelhecimento. Pelo menos 1/3 dos homens na faixa dos 30 anos reclamam de perda dos fios, que é o principal gatilho para a diminuição da densidade da fibra capilar. Entre os que têm 50 anos ou mais, esse índice chega a 50%





HAIR GROWTH, LEE STAFFORD. Contrariando a teoria de que máscara só se aplica nos fios, a dessa linha britânica, chamada Treatment, deve ser passada também no couro cabeludo, massageada e enxaguada depois de agir por cinco minutos. A empresa conta pouco sobre a fórmula de sucesso, que a fez ganhar o prêmio Shout Beauty Awards em 2013 e vender uma unidade de máscara a cada 60 segundos no mundo todo; diz apenas conter um complexo exclusivo chamado pro-growth, que potencializa o crescimento e fortalece os fios, deixando-os mais volumosos e espessos, e anelgine, uma proteína hidrolisada de tremçoço, que fornece peptídeos, zinco e ferro, entre outros elementos que estimulam a atividade metabólica do bulbo capilar e, conseqüentemente, o crescimento do cabelo. A linha traz ainda Shampoo, que limpa e combate a irritação no couro cabeludo, e Condicionador, com antioxidantes e hidratantes.



VOLUMETRY, L'ORÉAL PROFESSIONNEL. Para impulsionar o volume dos fios finos, escorridos ou ralos, a linha aposta em Shampoo de Volume Antigravidade, Condicionador de Volume Antigravidade e Spray de Volume Antigravidade para a raiz e ataca em duas frentes: na limpeza da oleosidade acumulada no couro cabeludo usando ácido salicílico e no tratamento do córtex enfraquecido com as tecnologias exclusivas intra-cylane e hidralight. A dupla é velha conhecida de quem usa produtos L'Oréal: enquanto a intra-cylane preenche a fibra capilar e reforça a estrutura de dentro para fora, a hidralight hidrata e condiciona sem pesar.

FORCE SYSTEM, ANEETHUN PROFESSIONAL. A promessa de reconstruir os fios enfraquecidos, aumentar a resistência, a densidade e a elasticidade deles, além de estimular o crescimento capilar é colocada sobre a tecnologia exclusiva densifiber. Boa aposta, já que ao otimizar o metabolismo intracelular, elevando o nível de energia das células, o ativo estimula o folículo piloso a aumentar o número de fios que estão na fase de crescimento e diminuir os que estão na fase de queda. Para tanto, primeiro é preciso aplicar o Shampoo Fortalecedor, que limpa delicadamente, depois passar a Dose Fortalecedora mecha a mecha, seguida da Máscara Fortalecedora e do Finalizador Fortalecedor, que possui ativos condicionantes e termoproteção.



COMPLEX CARE MIRTILO, LOWELL. A ciência já comprovou que a frutinha é riquíssima em vitamina C, um poderoso antioxidante, com ação anti-inflamatória e antirradical livre, uma dupla conhecida por acelerar o envelhecimento e estar diretamente relacionada ao afinamento e queda dos fios. Isso explica porque ela aparece em todos os produtos da linha, caso do Shampoo Antiqueda, que traz ainda proteína hidrolisada do lupine e aminoácidos da queratina, para acelerar a recuperação do cabelo enfraquecido e quebradiço, além de hidratar e nutrir o couro cabeludo; e do Condicionador, que hidrata sem pesar. O Tônico Antiqueda também traz lupine, já que ele ainda favorece a microcirculação do bulbo capilar, atuando na prevenção da queda e estimulando o crescimento, combinado com extrato de artêmia e queratina, para energizar e revitalizar as células do couro cabeludo; enquanto o Leave-in Extrato de Mirtilo forma um filme protetor contra os radicais livres, mantendo a umidade natural, o brilho, a maciez e a maleabilidade.



BEACH ENVY VOLUME, REDKEN. Aqui, o diferencial é que além de dar uma encorpada no cabelo, a linha ativa as ondas em tamanho amplificado, criando aquele efeito sexy-desarrumado de praia, e com a vantagem de manter os fios soltos e macios ao invés de rígidos. Isso porque a fórmula é livre de sal e contém um mix de minerais e polímeros texturizantes presentes no Shampoo, que limpa suavemente e já dá uma redensificada nos fios; no Conditioner em gel-loção, que facilita o desembarace e favorece a formação das ondas por ter essa textura diferente; e no leave-in Wave Aid, que pode ser aplicado até no cabelo seco, para um futuro retoque no look.



ICE, K.PRO PROFESSIONAL. Com foco numa limpeza saudável e refrescante do couro cabeludo, a linha traz o Super Clear Shampoo com pH 5,0 a 6,0, para controlar a oleosidade excessiva sem causar ressecamento; e o Ice Scalp Detox, um gel esfoliante suave que complementa essa higienização, desobstrui os poros, remove células mortas e age como bactericida e fungicida por conter sementes naturais, óleo de melaleuca e artemia salina, comprovadamente o ativo natural mais eficaz contra a queda e estimulante para o crescimento do cabelo. Livre de parabens, óleo mineral e corantes, a loção tônica Ice Scalp Lotion também estimula a produção de novos fios, além de acelerar o preenchimento de falhas na fibra afinada, enquanto o Ice Condicionador oferece o frescor da menta, a umectação do sódio e a reconstrução interna e externa do fio a partir da queratina hidrolisada e quaternizada. Com ela, o cabelo fica mais denso, hidratado, sedoso, sem peso e fácil de desembaraçar, mesmo quando é fino.

COLLAGEN VOLUME BOOST, SCHWARZKOPF. Tem como ingrediente estrela o colágeno, usado para deixar o cabelo mais cheio por até três dias com uma melhoria de até 100% no volume. O ativo aparece no Shampoo Micellar, que ainda tem espessantes que criam uma consistência gelatinosa e fazem o cabelo parecer mais volumoso; no Condicionador em Espuma, que possui pantenol para dar elasticidade e umidade; e no Perfect Foam, que melhora a maleabilidade, favorece o desembarace, levanta as raízes e adiciona corpo e estabilidade aos fios.



DENSIFIQUE, KÉRASTASE. A linha, que já possuía Bain e Masque Densité, traz duas novidades: o Fondant Densité, um tratamento à base de ácido hialurônico e intra-cyclane, que dá nova textura à parte externa do cabelo e fortalece sua estrutura interna; e o Cure Densifique, uma ampola de cuidado diário, que deve ser usada ao longo de três meses. Ela é elaborada com as tecnologias exclusivas yang complex, que otimiza a fase de crescimento do fio e melhora a qualidade e espessura dele, e stemoxydine, que desperta os folículos dormentes e aumenta a atividade folicular.



3R, VITA DERM. Para fazer a reparação, reconstrução e reposição da massa capilar dos cabelos desvitalizados e afinados, a marca aposta num combo formado por Shampoo, Creatina Gel, Máscara fortalecedora, Fluido Hidratante termoativado e Sérum Reparador. Para isso, a fórmula base de todos contém queratina, ceramidas, oligossacarídeos, nanopartícula catiônica de sericina e aminoácidos, que ainda deixam os fios hidratados, nutridos, com as cutículas seladas, fáceis de desembaraçar e redensificados.

R.L.P, AMEND. Abreviação de Sistema Integrado Reconector de Ligações e de Preenchimento Capilar, se destaca pelo exclusivo filler rebonding system. São moléculas que atuam onde há danos provocados por procedimentos químicos, que causam rompimento da cutícula, exposição do córtex, afinamento e enfraquecimento do fio. Como resposta, os ativos, entre eles a queratina, preenchem a massa capilar que falta, refazendo as pontes essenciais e reparam as estruturas externas dos fios, recuperando a textura e o volume. A marca garante que com o uso frequente do Shampoo e do Creme Intensivo R.L.P, os cabelos ficam cinco vezes mais fortes e íntegros e a quebra é reduzida em 92%.



SISTEMAS, NIOXIN. Com a proposta de tratamento customizado, oferece seis opções de kits, todos trazendo xampu, condicionador e tratamento. Os Sistemas 1 e 2 são para cabelos naturais, os 3 e 4 para fios coloridos e os 5 e 6 para os que têm alguma química, como escova progressiva. Os números ímpares (1, 3 e 5) são quem precisa de cuidado leve e os pares (2, 4 e 6) para casos em que o afinamento capilar está mais avançado. A novidade, porém, fica por conta da chegada do xampu a seco Instant Fullness, elaborado com amido de tapioca e sílica, promete duplicar o volume em segundos sem deixar acúmulo de resíduos; e do Night Density Rescue, tratamento noturno à base de biotina e gengibre, reduz a queda em 90 dias e aumenta a densidade dos fios.

STRUCTURE, TRUSS PROFESSIONAL. O Shampoo e o Condicionador atuam em parceria para reconstruir os cabelos fracos e quebradiços. Para isso, usam vários ativos, entre eles o repair fiber, que envolve os fios, encorpando-os e reparando danos causados por processos químicos e mecânicos; o pantenol, que forma uma camada elástica por dentro e por fora da fibra capilar, deixando-a mais resistente; o óleo de amêndoas doces e a lecitina de soja, que dão emoliência; além vitaminas com ação antioxidante e aminoácidos e proteínas que melhoram a elasticidade. Para um resultado mais expressivo, a marca sugere associar o uso do finalizador termoativado Body & Volume, que dá volume, textura e espessamento aos fios finos e com tendência à oleosidade.



KERASHAPE REPOWER, GOLDWELL. Queratina modificada, seda e elastina formam a base de toda a linha alemã, que deve ser usada na seguinte ordem: Shampoo, para limpar delicadamente; Foam Condicionador, que hidrata sem pesar graças à sua textura mousse; Blow Dry Spray, para dar volume e oferecer proteção térmica; Plumping Cream, que trata e dá corpo aos fios finos; e Intensive Treatment, de uso exclusivo profissional, deixa o cabelo encorpado por até dez lavagens.



#OndeEncontrar

AMEND 0800-0197473, www.amend.com.br, amend_oficial
 ANEETHUN PROFESSIONAL www.aneethun.com, @aneethun
 GOLDWELL www.goldwell.com.br, @goldwellbrasil
 K.PRO PROFESSIONAL (11) 3842-3931, www.kpro.com.br, @kpro_oficial
 KÉRASTASE 0800-7017237, www.kerastase.com.br, @kerastase_oficial
 L'ORÉAL PROFESSIONNEL www.lorealparis.com.br, @lorealparisbrasil
 LEE STAFFORD 0800-7733450, www.leestafford.com.br
 LOWELL 0800-100-829, www.lowell.com.br, @lowellcosmetics
 NIOXIN www.nioxin.com/pt-br, 0800-7029966, @nioxinbrasil
 REDKEN www.redken.com.br, @redkenbrasil
 SCHWARZKOPF 0800-7042334, www.schwarzkopf-professional.com.br, @schwarzkopfbrazil
 TRUSS (17) 3808-9900, www.trussprofessional.com, @trusshair
 VITA DERM 0800-179292, www.vitaderm.com, @vitadermoficial



Fotos
Gustavo Arrais

Cabelo
Alison Alvarez

Maquiagem
Monique Couto

Alison Alvarez apresenta

COVER #18

Deise Garcia

Alison Alvarez, hairdresser do Studio W, em São Paulo (SP), foi o grande vencedor da etapa nacional do Style&Colour Trophy 2018. Com a realização da L'Oréal Professionnel, o concurso (mundial), que acontece em etapas, premiou o profissional que melhor retratou o estilo parisiense de ser. Alison concorreu com outros nove trabalhos, selecionados das cinco macro-regiões do país. Os candidatos foram avaliados por um júri formado por embaixadores da marca; levou-se em conta interpretação do tema, criação do look total (cor e finalização

do cabelo, figurino e maquiagem), execução da cor do cabelo e performance da modelo no papel da "jovem, moderna e sempre elegante parisiense". Vale destacar que este último item foi lindamente representado pela também profissional do Studio W, a maquiadora Monique Couto, que brilhou como modelo, e fez a própria make. Como prêmio, além de lugar garantido na grand finale internacional – que acontecerá em Paris, no mês de março de 2019 e será parte integrante das festividades de 110 anos da L'Oréal – o look vencedor ganhou a chance de estampar a capa H da HM EM REVISTA, edição de aniversário.



“

Eu tentei usar algo completamente diferente do que eu emprego no meu trabalho no dia a dia. Quis buscar um novo caminho, tudo diferente do que habitualmente faço. Por exemplo, as franjas estão mais longas e desfiadas? Fiz uma curta, cheia, com arco.”

104

SER VISIONÁRIO. Eu sou apaixonado por moda. Se você me perguntar o que me motiva, o que me inspira, eu vou dizer que são as passarelas, a moda, o design. Eu acompanho tudo, principalmente moda internacional. Este é o meu hobby: abrir um site, acompanhar o instagram dos estilistas mais arrojados.

TRABALHO & CRIAÇÃO. No meu dia a dia, sempre busco ver a minha cliente chegando no salão porque penso no cabelo como parte integrante dela. Ao se movimentar, consigo observar como o cabelo interage com todo o resto – maquiagem, vestuário, estilo, jeito de ser, jeito de andar, acessórios. Eu sempre faço o cabelo tentando harmonizá-lo com o todo. No trabalho para o Color Trophy não foi diferente porque o trabalho pedia que nós pensássemos em uma capa de revista. Então, o tempo inteiro eu imaginei: como vou traduzir, como estou criando esta capa de revista? Figurino, cabelo, maquiagem foram pensados sempre juntos.

IDEIA EM MOVIMENTO. Pensei misturar força e delicadeza para chegar ao ponto de equilíbrio. Inclusive, na ideia original, a cor seria única, um tom entre rosa e violeta. Mas o laranja surgiu da minha avaliação do final com as técnicas de visagismo. Mudei para criar linhas no rosto dela, valorizando os traços e deixando o corte bem visível.

FORMA E COR. A primeira decisão foi a escolha da cor; depois veio a forma. Quando a modelo aceitou trabalhar comigo, era um cabelo que apresentava muita dificuldade. O meu plano era uma descoloração global, mas era um cabelo que tinha raiz natural, cor cosmética e descoloração juntas. Então, criar uma descoloração global exigiu muita calma e muita técnica, além de produto de qualidade, claro. No primeiro dia foram quase 12 horas de trabalho. Tive um desgaste físico e mental. Eu sabia que só me manteria no concurso de eu conseguisse manter a fibra capilar com saúde. Por conta disso, não bastava o resultado ser bonito, precisava ser consistente.

MAQUIAGEM COMPLEMENTAR. Sou muito controlador com meu trabalho. A Monique fez a maquiagem nela própria, mas a ideia veio das minhas pesquisas, sempre focando em uma capa de revista. Pensei: ao traduzir uma mulher francesa, eu já tinha sido ousado com a cor do cabelo, então a maquiagem deveria embelezar sem “gritar demais”. O cabelo era a estrela do look.

INSPIRAÇÃO EM ALTA. Veio de pesquisas de cabelos contemporâneos. Uma palavra que marcou para mim quando li todo o cronograma da L'Oréal foi avant garde. Então, eu fiz pesquisas com essa palavra, recortes de imagens que remetessem a isso. Eu tentei usar algo completamente diferente do que eu emprego no meu trabalho no dia a dia. Quis buscar um novo caminho, tudo diferente do que habitualmente faço. Por exemplo, as franjas estão mais longas e desfiadas? Fiz uma curta, cheia, com arco.



PROCESSO CRIATIVO. A modelo é uma amiga, conheço a personalidade dela. Por isso, a primeira coisa que fiz foi “passar uma borracha” nela. O look criado na minha cabeça eu transpus na Monique, como uma boneca mesmo, um quadro em branco.

PARTICIPAR DE UM CONCURSO. O concurso aconteceu muito rápido para mim – foram apenas cinco dias entre a decisão de entrar e a produção do trabalho. Quando terminei e olhei para foto, fiquei satisfeito. Naquele momento eu me lembro de conversar comigo mesmo e de falar: independentemente do resultado, estou feliz com o que realizei. Vou tentar não me abalar. Mas quando chegaram as etapas e a final nacional é impossível a gente não se abalar, uma vez no palco tudo muda.

O ANÚNCIO. Quando ouvi meu nome foi uma emoção inenarrável, uma realização muito grande, algo que não acontece com frequência na vida. Difícil explicar em palavras. E saber que eu seria responsável por uma capa de revista foi um sonho realizado!

COLOR TROPHY, MEU AMOR. A L’Oréal voltar a inspirar os jovens artistas, a chamar a atenção deles para um processo criativo porque o concurso em si é uma aula de criação. Isso é muito inspirador e te faz enxergar além. Este concurso está criando artistas para o mercado.

PARA QUEM SONHA PARTICIPAR. Vença o medo, comece a fazer a sua pesquisa de trabalho no celular, no computador, organizando suas seleções de imagens, referências, palavras. Desenvolva sua ideia no seu núcleo, no lugar onde se sinta confortável e confiante. Fotografe, avalie e, caso não goste, desmanche tudo e comece de novo até ficar feliz com o resultado.

“

Quando ouvi meu nome foi uma emoção inenarrável, uma realização muito grande, algo que não acontece com frequência na vida. Difícil explicar em palavras. E saber que eu seria responsável por uma capa de revista foi um sonho realizado!”

PREPARAÇÃO PARA A GRAND FINALE... Ter sido escolhido me trouxe muita tranquilidade. Eu não sou novato na área – tenho 16 anos de profissão – e o peso de ser avaliado foi muito grande. O alívio de ter sido classificado foi enorme. Eu estou me deliciando, me imaginando em um palco internacional, revendo meu trabalho, pensando em como eu posso melhorá-lo. Tenho acompanhado alguns vencedores internacionais e até então estou me vendo no mesmo nível. Mas estou mais calmo do que na final nacional. Acho que será uma celebração. Quero ir para ter um resultado expressivo, mas estou mais calmo e feliz.





7 BENEFÍCIOS, 7 DIAS POR SEMANA

Luster Lock Leave-in: cabelos saudáveis instantaneamente todos os dias.



K-PAK Therapy Multi-Perfector Leave-in

- 1 - Aumenta em 89% a durabilidade da cor mesmo após 10 lavagens;
- 2 - Fios 2x mais fortes;
- 3 - Proporciona maciez, brilho e suavidade sem adicionar peso;
- 4 - Desembaraça instantaneamente até cabelos molhados;
- 5 - Protege os fios contra os raios UV;
- 6 - Oferece proteção térmica;
- 7 - Reduz o frizz.

#joicobrasil #lusterlockspraybr

JOICO

Em breve nos melhores salões de beleza do Brasil.

www.joico.com.br   /joicobrasil

ITVA 2018

Lisboa, com certeza

110

{ “A vida é o que fazemos dela.
As viagens são os viajantes.
O que vemos não é o que vemos,
senão o que somos”
– Fernando Pessoa }

Assim, com uma daquelas frases que sacodem a gente por dentro, escrita por um dos maiores poetas de todos os tempos, o português (lisboeta) Fernando Pessoa, começa a nossa reportagem sobre a grande final do ITVA 2018 (International Trend Vision Awards), concurso de beleza profissional que transforma sonhos de uma legião de cabeleireiros ao redor do mundo em realidade. Nesta edição, o destino escolhido foi a capital de Portugal, Lisboa, que nos recebeu com tudo o que há de melhor na terrinha: bom papo, comida dos deuses, moradas encantadoras e, mesmo em meio a chavinhas típicas ocasionais, dias de uma luz capaz de fazer qualquer fotógrafo gritar de alegria. Além da agenda ITVA, tivemos ainda direito a entrevistas exclusivas com embaixadores e heads das marcas do grupo Coty – assim como um preview dos maravilhosos lançamentos que estão chegando. HM passou incríveis dias em terras portuguesas e a gente conta tudo a partir de agora

DEISE GARCIA / DIVULGAÇÃO





Day one

PLENARY SESSIONS – XABREGAS PALACE.

112

Plenary Sessions nada mais é do que um dia de imersão total no universo de lançamentos das marcas do grupo. Estratégica e lindamente distribuídos nos inúmeros aposentos de um palácio lisboeta, o Xabregas, os ambientes foram decorados com os produtos, cores, painéis e tudo o que remetesse a cada uma das novidades. O grupo – imenso – de jornalistas e bloggers do mundo todo foi dividido em sub-grupos e cada qual mandado para uma das salas. Isso significa que 4 apresentações aconteciam ao mesmo tempo e se repetiam em seguida, em um sistema de rodízio.

SEBASTIAN: SEB MEN. Como o nome sugere, uma linha pensada e desenvolvida para o agora exigente público masculino. Por que tamanho investimento e preocupação com este público? Simples. Uma pesquisa mundial aponta que até 2021 este mercado representará 60 bilhões de dólares. Além da linha – completíssima – fomos apresentados ao barbeiro Aiden Xydis, Global Creative Artist SEBMAN e Billy Huxley, embaixador SEBMAN.

GHD: PLATINUM PLUS. Ok, a marca ainda não está presente por aqui... Mas informação nunca é demais, certo? E quem viaja sempre pode fazer umas comprinhas de equipamentos... Trata-se de uma chapa com a mais avançada das tecnologias para garantir performance sem destruir a saúde dos fios. O máximo de efeito liso em todo tipo de cabelo –

liso, ondulado, crespo, grosso, fino, em pequena ou grande quantidade. Ela traz revestimento especial, design ultra ergonômico e facilidade de uso.

WELLA: COLOR AS A SCIENCE. Além das novas cores, da formulação ainda mais tecnológica e dos resultados de cor absolutamente perfeitos de Koleston, aconteceu a revelação de Perfect ME Color Dj. Em resumo, temos um serviço de coloração digitalizado. Já nos detalhes... temos a mais incrível das máquinas trabalhando a nosso favor. O profissional “alimenta” a Color Dj com as informações sobre o cabelo da cliente, acrescenta algumas preferências pessoais e voilá! Como se fosse uma máquina automática, sofisticada de café, ela cria uma cor única, especial, sob medida no formato de uma máscara de tratamento que reforça a cor e a mantém bela e intensa por mais tempo. As possibilidades são infinitas e abrem espaço para tudo o que a criatividade de cada profissional conseguir pensar.

O.P.I. TOKYO COLLECTION. Para começar, conhecemos a mais nova embaixadora da marca, Mei Kawajiri, a pessoa mais fofo e alto astral que encontrei nos últimos tempos. Divertida, gente boa, falante e mega-criativa, ela comentou a nova coleção. Mas, por enquanto, detalhes são sigilosos e só serão apresentados nos próximos meses aqui no Brasil. Porém, manicures que amam O.P.I. já imaginam que as novas cores (e o que inspirou a criação delas) são um arraso. Em breve, a gente conta tudo aqui na HM.



113



Day two

MEDIA INTERVIEWS – TIVOLI HOTEL

Como o nome sugere, é o grande dia da imprensa. Nele, ficamos frente a frente com personalidades do mundo da beleza – membros do staff da empresa e embaixadores das marcas. Da mesma forma que as plenary sessions, há um sistema de rodízio nas salas (desta vez no Hotel Tivoli Avenida) e os grupos têm o mesmo tempo com cada um dos entrevistados. O grupo brasileiro – com 4 representantes – realizou quatro entrevistas (mas a da Mei, como dissemos anteriormente, ainda não foi liberada. Em breve, daremos todos os detalhes). Você lerá os pontos altos de cada uma delas agora.

SYLVIE MOREAU, PRESIDENTE COTY PROFESSIONAL BEAUTY E MEMBRO DO COTY EXECUTIVE

“Falando de tendências... Pink é o novo blonde. Vocês acham que o Brasil está preparado para novas cores? Eu acho que sim! A mulher brasileira – apesar de fã dos loiros – gosta muito de experimentar. Com tantos profissionais brasileiros talentosos, estou ansiosa para ver as criações”

“Ser mulher e dirigir uma grande companhia ajuda. Eu diria que intuição, sensibilidade e paixão femininas me fazem entender melhor e mais profundamente a área, a ver coisas que talvez outros não vejam. A beleza profissional é um segmento que envolve muitos relacionamentos, empatia, parceria, engajamento de equipe. E me considero boa nesses quesitos. Mas nada disso conta se não

houver competência. E isso independe do seu gênero e do setor de atuação.”

“Amo o mundo digital. Digo isso como ferramenta de trabalho e de conexão. Nele, podemos falar com todas as tribos, todo tipo de profissional e consumidor. É possível atendermos tanto quem deseja viver das tendências quanto quem opta por algo mais personalizado, único. Nas redes, todos podem ter voz, não há exclusão. E, ao colocarmos todos juntos, aplaudimos a diversidade em todos os níveis – especialmente em possibilidades.”

“O mercado brasileiro é inspirador de muitas maneiras. O seu país é um farol para a indústria de beleza profissional, afinal, todos os tipos de cabelo ‘moram’ lá. Também temos que considerar que os reis dos blondes moram no Brasil: Romeu Felipe, Anderson Couto, Ricardo Rodrigues, Bruno Lotufo, entre tantos outros, são uma referência no mundo!”

“Não podemos perder o senso de oportunidade. A demanda mudou, o consumidor mudou. Precisamos estar prontos para atender quem chega. É imperativo! Mercado masculino, por exemplo, por que ficou à margem por tanto tempo? Não podemos ter um ponto de vista de mercado focado no gênero. Maquiagem, skincare não são exclusividade das mulheres. A geração Z também é outro segmento a ser visto e atendido: eles querem personalização, experiências, novidades. Não compram produtos, comprar vivências. E é o que estamos trabalhando para oferecer.”





EUGENE SOLEMAN, GLOBAL CREATIVE DIRECTOR OF CARE & STYLING WELLA PROFESSIONALS

“**Cabelo moderno é aquele** que é feito a partir da compreensão de quem está ali, na sua frente. É preciso levar em conta o que a pessoa é e o que combina com ela, mas também o que ela deseja ser. Há uma diferença grande. E preciso ter coragem para assumir o que se deseja ser. O entendimento das duas coisas estimula a criatividade e dá os caminhos para a criação”

“**Meu top 3 de produtos** inclui um bom hairspray (amo produtos de fixação!), Sugar Lift porque textura é tudo na vida de um hairdresser e o Keratin Oil para recuperar instantaneamente fios e dar aquele acabamento ao trabalho”

“**O processo de criação envolve muitas coisas.** Faço muitos desfiles e depois de 30 looks, você olha e pensa: e agora? Como hairdresser é importante olhar adiante, enxergar as camadas de informações e possibilidades de cada look. Gosto de ser desafiado. Quando estou em um desfile, por exemplo, quero saber qual é a música que vai ser tocada – música é ambiente, atmosfera, dá o tom. Depois, olho os sapatos, eles te dão a postura. A seguir, olho a roupa, o figurino, a maquiagem, a modelo. Este universo te dá o clic para a criação. Temos que enxergar além do cabelo, temos que ficar conscientes do todo.”



ROSSANO FERRETI, GLOBAL AMBASSADOR WELLA PROFESSIONALS

“**Ser embaixador é** uma grande responsabilidade e para dar certo é preciso que haja uma conexão do artista com a marca e que ambos falem a mesma língua em relação aos valores embutidos nos serviços, nos produtos, nas criações. É preciso haver comprometimento em termos da sua visão para entender se você é a pessoa certa, no momento certo e no lugar certo. Você precisa estar pronto para ser referência para os seus pares. E também saber se tem a capacidade para mudar a indústria”

“**Não acredito em tendências.** O mundo que gira em torno delas é uma versão antiga. O segredo do look bem-sucedido é conhecer a si mesmo. O importante é a pessoa achar um salão e um profissional que a entenda, que consiga ver o que o cabelo pede, precisa. O maior erro é alguém ir a um lugar apenas porque está na moda, sentar na cadeira, deixar que se corte o cabelo e sair de lá infeliz. Você precisa achar a pessoa certa para você”

“**Eu não posso mudar o mundo,** mas com certeza fiz muitas coisas para torná-lo melhor. O futuro da beleza profissional passa pela ideia de transformarmos os cabeleireiros em diretores de arte. Um cozinheiro se transforma em chef. Como fazemos isso? Com a educação digital, tv digital, reforço de imagem. Pessoas pintam, nós fazemos design. Cabelo não é uma parede”

“**Quando as pessoas dizem que você é louco é** porque elas não entendem o que você diz. Faz parte de ser visionário”



ITVA CREATIVE RETREAT EXPERIENCE – PATEO DE GALE

No dia que antecedeu a grande final do ITVA, os grupos concorrentes tiveram uma imersão total no universo da criação e puderam, junto com seus mentores, explorar cada novo aprendizado a fim de se criar os mais ousados e belos looks. A imprensa pode circular pelo backstage, ver a inspiração dos grupos e o trabalho árduo de cada membro dos times. O Brasil estava representado de duas maneiras distintas: com o trabalho do cabeleireiro Márcio Carvalho, do Studio Marcio Carvalho, no Rio de Janeiro (RJ) concorrendo na premiação; e com a mentoria de Miguel Estelrich, da Casa Peluqueria, em Blumenau (SC) para um dos grupos.





Day three

O DIA DA GRAN FINALE

Antes de mais nada, que se diga: a dinâmica do ITVA mudou. Como primeira vez, muita coisa está sendo testada para, na próxima, ser melhorada. HM aplaude de cara o aplicativo criado para uma comunicação sem fronteiras (simplesmente o máximo!), mas se ressentiu de um certo ar de “Olimpic Games” quando havia o desfile das bandeiras dos países participantes e o anúncio do grande vencedor (agora são equipes que vencem e as categorias também sofreram adaptações). O terceiro dia da press trip aconteceu em dois momentos. O primeiro deles contou com a apresentação dos grupos com os cabelos finalizados no Pateo de Gale. Nela, estiveram presentes imprensa e os membros do júri. Cada grupo mostrou um desfile dos looks criados com os modelos já na versão final, ou seja, maquiados e vestidos.

O segundo deles foi uma sequência de celebrações. Para começar, fomos recebidos em um salão magnificamente decorado para um jantar de gala. Com a versão avant garde de recepção, as mesas eram imensas, dispostas em fileiras a fim de que todos os convidados pudessem interagir com grupos de outros países.

Já nos momentos finais, o anúncio oficial dos vencedores, entre eles, o brasileiro Márcio Carvalho. Conheça as categorias e os vencedores:

→ **ITVA Creative GHD Queen Maker Winner:**

time 1 com os mentores Abby Smith e Dmitry Vinokurov. Integrantes: Marcio Carvalho, Christian Vasquez, Sanya Keränen, Roxana Elena Rotaru, Lucian Ilie, Mustafa Sav, Nikki Clifford, Krista Ward.

→ **ITVA SpeakEIMI Winner:**

time 4 com os mentores Cyrill Brune e Mathias Herzberg. Integrantes: Viktoria Arapina, Evelina Varatinske, Damian Witkowski, Anna Fabianczyk, Sergei Chernyshev, Tristan Hawkins, Olga Geevskaja, Guy Klienmans, Jessica Venetz, Marius Bettenmann.

→ **ITVA International TrendVision Award Creative Couture Color Winner e Couture Collection:**

time 8 com os mentores Darren Ambrose e Jayson Gray. Integrantes: Nikos Kouros, Yuliya Almetova, Amber Saft, Jaileen Velez, Rafael Ortiz, Eden Hsu, Andy Huang, Taisiia Romanenko, Ukraina, Iryna Radko.

CATEGORIAS SINGLE:

Color Vision

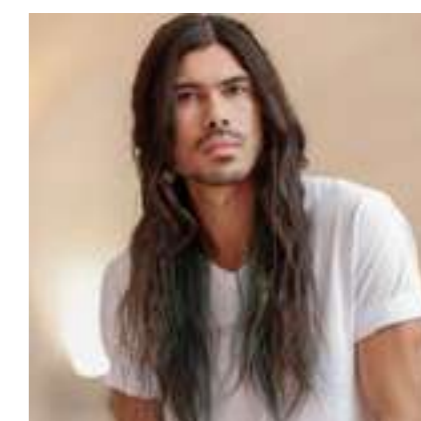
Tanya Grant (@hair_by_tanyagrnt)

Creative Vision

Sergei Chernyshev (@sergeychero3)

Creative Retreat Social Media

Anastasia Petrova (@nesteapetrova)





Day Four

APRENDIZADO MADE IN BRAZIL



O quarto e último dia também teve agenda cheia. Logo pela manhã, um grupo de cabeleiros portugueses e da América Latina acompanhou uma palestra ministrada por Luiza Cavalcanti sobre as estratégias digitais e de plano de carreira aplicadas no Brasil – assim como um speech empolgado do head de educação, Lucas Menendez e dicas de sucesso profissional by Celso Kamura, o ícone dos ícones! –

além de um hands on em palco dos Embaixadores Brasileiros sobre corte, cor e styling. Na parte da tarde, todos acompanharam um desfile-show com a finalização dos cabelos feitos pelos brasileiros – Anderson Couto, Bruno Lotufo, Dougllas Dias, Jackson Nunes, Miguel Estelrich, Renato Fuzz, Ricardo Rodrigues e Romeu Felipe – e mais um show complementar de artistas internacionais. Mais conteúdo premium, impossível!



ITVA EM NÚMEROS

16^a
EDIÇÃO

43
PAÍSES PARTICIPANTES

76
PROFISSIONAIS PARTICIPANTES

15 milhões
DE CABELEREIROS IMPACTADOS

CHEGOU A **NOVIDADE**
NA LINHA STYLING

NOVO
*Fluido de
Brilho
Perfumado
Styling*



Vita Derm
HIPOALERGÊNICA

NOVO

Brilho Perfumado Styling



Vita Derm
HIPOALERGÊNICA

É A OPÇÃO PARA O
**PENTEADO COM
PERFEIÇÃO**

O Fluido de Brilho
Perfumado provoca brilho
intenso, controla o frizz e
possui fragrância
fascinante.



GLOBAL ZOOM EVENT 2018

*edição
de
glória e
perfeição*



Dois dias de shows extraordinários, uma emocionante – e mundialmente esperada – competição e sessões inspiradoras de artistas das tesouras chegaram ao fim deixando um gosto de quero mais no gigantesco público presente. Desta vez, Toronto, no Canadá, foi a cidade anfitriã do Global ColorZoom - o evento artístico mundial da Goldwell e da KMS. Quase 3.000 estilistas apaixonados de todo o mundo se reuniram para experimentar dois dias cheios de criatividade e compartilhar muitos momentos inspiradores. Um dos inúmeros destaques desses dois dias impressionantes foi a estréia mundial do Color Zoom '19 Collection REMIX, da Goldwell. HM EM REVISTA foi a única mídia presente e eu, como publisher da publicação, tive a honra de ser convidado como jurado pelo segundo ano consecutivo. Tudo o que aconteceu por lá você acompanha aqui

 Jefferson Stevanato



APRENDIZADO PLUS

No primeiro dia, o Evento Global Zoom 2018 teve seu start oficial com as Sessões da Academia para mostrar mais Educação prática do que nunca:

- ▶ A Equipe Criativa Color Zoom deu uma visão da Coleção R&MIX; Vencedores Globais de 2017 Mia Sota, Dylan Tung e Maksim Sotnikov, juntamente com os Artistas da Goldwell International Agnes Westerman e Sascha Haseloff, apresentaram a visão técnica da coleção Color Zoom '19;

- ▶ A equipe de design principal apresentou os designs mais avançados dos programas de assinatura da Goldwell, concentrando-se em corte, estilo e cor;

- ▶ O Embaixador Global de Corte, Jay Mahmood, e a equipe demonstraram cortes de cabelo do programa Master Stylist, juntamente com Rodica Hristu, que é especialista em cores e dá vida ao programa Master Colorist.



128



DESAFIO DE COLOR ZOOM

Paralelamente às impressionantes Sessões da Academia, o Color Zoom Challenge começou com cabeleireiros de todo o mundo. Estilistas que participam de três categorias diferentes (Parceiro, Criativo e Novos Talentos) demonstram sua criatividade e sua interpretação da Coleção Goldwell Color Zoom atual para fazer parte da Equipe Criativa Global Color Zoom. Este ano, os participantes interpretaram a Coleção ELEMENTAL e representaram seus países na Final Color Zoom Live. No domingo, 30 de setembro, todos os 79 finalistas nacionais de 33 países diferentes competiram ao vivo e simultaneamente.





GALA SHOW E OS VENCEDORES GLOBAIS

No Global Zoom Event deste ano, o Show de Gala foi iniciado por um Orbe-Cocktail Party. Os convidados tiveram a possibilidade exclusiva de mergulhar no mundo do Orbe Hair Care - o novo membro da Kao Salon Division. Mais de 3.000 cabeleiros ficaram emocionados ao descobrir a nova Colour Zoom Collection 2019: R&MIX - uma mistura de Pop com elementos peculiares do Punk. O R&MIX é uma mistura de cores fortes, contornos nítidos e contrastes fortes inspirados pela arte pop e minimalismo gráfico para criar um efeito pop óptico. A Equipe Criativa Color Zoom criou uma coleção divertida, energética e refrescante.

O Gala Show foi também um dos momentos marcantes, porque os três vencedores globais foram anunciados. Todos os três demonstraram impressionantes habilidades de cabeleireiro na competição Color Zoom:

- ▶ Nushka Barbosa, da Holanda, na categoria Novos talentos - para jovens coloristas criativos com menos de cinco anos de experiência profissional.
- ▶ Roos Topley da Holanda na categoria Criativo - para criações de cores feitas por estilistas com mais de cinco anos de experiência.
- ▶ Lieke Nijenkamp da Holanda na categoria Parceiro - para criações de cores criadas por estilistas que já trabalharam para a Goldwell desde os últimos dois anos em shows ou seminários.





132



PRÊMIO FAVORITO DOS ESTILISTAS

Mais uma vez, Lieke Nijenkamp, da Holanda (Partner category) ganhou o prêmio “Favorito dos estilistas”, juntamente com Nushka Barbosa da Holanda (categoria New Talent) e Pedro Alvarez do México (categoria Creative). Os Prêmios Favoritos dos Estilistas Goldwell são um conjunto de prêmios vinculados ao Desafio de Zoom Colorido. A característica especial destes prêmios é que qualquer pessoa, em qualquer lugar do mundo, pode participar através de uma plataforma online e é capaz de escolher o look favorito em cada categoria, de todos os vencedores do National Gold.



133



COLOR ZOOM HALL OF FAME

O prêmio Color Zoom Hall of Fame é dedicado a reconhecer os antigos vencedores do Color Zoom que usaram o Concurso como uma plataforma para o avanço de sua carreira. Este ano, dois vencedores muito emocionados e orgulhosos foram anunciados: Neil Barton, do Reino Unido, e Rodica Hristu (GZ18_3K21340), do Canadá, pela dedicação e orientação das equipes do Color Zoom durante a última década.



134



SESSÕES DE ARTISTA - SEGUNDA-FEIRA

As Sessões Artísticas inspiradoras proporcionam aos espectadores de todo o mundo a oportunidade de experimentar um excelente domínio do seu ofício.

Mario Krankl é um dos hairstylists mais ilustres da Europa e da Goldwell. O hairstylist campeão mundial apresentou suas criações únicas, up-dos e estilos de vanguarda durante esta sessão de artistas de moda.

A Mazella & Palmer é mundialmente reconhecida no setor de salões de beleza por sua educação e arte inovadoras. A

Mazella & Palmer trabalhou ao lado de alguns dos principais cabeleiros de todo o mundo por duas décadas. Suas metodologias e conceitos de ensino únicos tornam a educação acessível e relevante para todos os níveis de cabeleiros, enquanto sua direção técnica e criativa excita estilistas em todo o mundo.

A terceira sessão de artistas foi toda sobre shibui. A palavra shibui é japonesa, relacionada a uma estética de beleza simples, sutil e discreta.



135





FAREWELL PARTY

A Festa de Despedida na noite de segunda-feira aconteceu em uma das mais badaladas boates de Toronto - a Rebel Nightclub.

“Cabeleiros de todo o mundo gostaram do Global Zoom Event em Toronto, uma cidade que nunca dorme. Tivemos dois dias incríveis e inspiradores com mais conteúdo educacional do que nunca. Este ano, tivemos o prazer de dar as boas-vindas ao Oribe Hair Care à família global da Kao Salon Division e tivemos a grande chance de dar aos nossos participantes do Global Zoom uma “prévia” no mundo do Oribe Hair Care”

John Moroney, Vice-Presidente de Educação e Diretora Criativo Global Kao Salon Division







/ #BeautyEvents

Global Zoom Event 2018
REMIX Collection





/ #BeautyEvents

Global Zoom Event 2018
REMIX Collection



NIGHT PARTY



144

A Schwarzkopf Professional terminou o ano de 2018 em clima de festa: 25 hairstylists se tornaram especialistas em colorimetria pela ASK Academy Brasil, em São Paulo!

NICOLE RAMALHO
DIVULGAÇÃO

145

A noite foi de comemoração. Os formandos dos inéditos módulos de cursos da ASK Academy Brasil, vestidos de branco, participaram de um coquetel que abriu a celebração e, depois de receberem o certificado de conclusão de curso, caíram na balada.

É a primeira vez que a marca ASK promove esse tipo de projeto educacional. “Queríamos que nossos clientes, os cabeleiros, tivessem um diferencial, algo que trouxesse formação para eles”, disse Adriana Furushima, coordenadora do Centro Educacional ASK Academy Brasil. Ela contou que a novidade fez, literalmente, a cabeça de profissionais que queriam aprofundar seus conhecimentos nas ferramentas que a Schwarzkopf oferece.



146

DIVIDIR PARA CONQUISTAR

A explicação é simples. No mercado profissional, existem variados tipos de aulas, treinamentos e cursos de capacitação. Por essa razão, a marca decidiu criar uma espécie de plataforma educacional que, segundo Adriana Furushima, visa atender desde o hairstylist iniciante até o mais experiente, com uma sequência lógica de cursos. “Muitas vezes, eles ficam perdidos na hora de escolher o que fazer. Dessa forma, nós conseguimos atender às necessidades do dia a dia de cada um no salão”, revelou a coordenadora. Ela contou que 2018 foi um ano de experimentações. Isso porque a ASK Academy sempre promoveu seminários com foco em coloração e, duas vezes por ano, a apresentação de tendências com o Essential Looks. Esses módulos são mais específicos e podem ser ou não completos, de acordo com a demanda dos cabeleireiros. “Durante o ano, eles foram entendendo o porquê dessa forma de apresentar o conteúdo e enxergaram que ela realmente funciona”, esclareceu. De acordo com Adriana, como a marca nunca tinha feito nada parecido, o projeto se concretizou com mais efetividade no segundo semestre. “Nós deixamos que tudo acontecesse naturalmente, sem força-los a vir até aqui por causa desses módulos. Mas, no final das contas, o pessoal se empolgou.

Muita gente completou a grade inteira e quem não conseguiu, pretende concluí-la já no primeiro semestre de 2019”, explicou Adriana.

COMO FUNCIONA?

O tema central dos quatro módulos de cursos é coloração. Adriana explicou que corte e styling aparecem dentro deles e o único assunto que ficou de fora, por enquanto, foi transformação, ou seja, alisamento. “Mas, este ano, teremos um curso de styling e de corte separados dos outros e continuaremos fortes com o de cor. E, como os cachos estão muito em alta, não trabalharemos com forma”, revelou. Cada um dos módulos explora o melhor aproveitamento das possibilidades que os produtos Schwarzkopf oferecem ao cabeleireiro, na teoria e na prática

Veja aqui cada deles:

- ▶ **MÓDULO 1:** Colour Specialist – Colour Express (Duração: 5 dias);
- ▶ **MÓDULO 2:** Colour Blond Specialist – Especialista em Louros (Duração: 4 dias);
- ▶ **MÓDULO 3:** Trend Colour Specialist (Duração: 3 dias);
- ▶ **MÓDULO 4:** Master Colorist SKP – módulos 1, 2 e 3 completos (Duração: 12 dias).



147

DAQUI PARA A FRENTE

Com a primeira turma formada, as portas se abriram para as que estão por vir. “A tendência é que a ASK aprimore cada vez mais profissionais no mercado. E agora que eles conhecem nosso conceito de módulos é natural que tenhamos cada vez mais pessoas interessadas nessa especialização”, esclareceu Adriana. Não à toa, os formando estavam eufóricos e realizados com esse tipo inovador de capacitação. Muitos optaram por completar os quatro, outros escolheram os que mais tinham relação com o trabalho que desempenham em seus salões. Mas todos afirmavam ter escolhido a ASK Academy porque a Schwarzkopf é uma marca internacional focada em inovação, tecnologia e traz sempre as principais tendências de moda e beleza do universo profissional.

“ Fiz um módulo e pretendo voltar este ano, porque os cursos são muito mão na massa. E os docentes têm trabalhos super interessantes. É uma nova geração que gosta de experimentar e trazer isso para a academia. Aqui, encontrei esse diferencial.”

Camila Vanzo, 34 anos, visagista e maquiadora há 12 anos

“ As colorações da Schwarzkopf têm o pigmento muito bom, bem fiéis e eu não conhecia o restante da linha. Então, fazer todos os módulos era necessário para conhecer as ferramentas com as quais estava trabalhando.”

Simone Prazeres, 31 anos, cabeleireira há 5 anos.

2019: *Beauty Preview*

148

O amanhã, hoje. Nada mais direto, atual e verdadeiro, certo? Foi-se o tempo em que as tendências nasciam, cresciam e... chegavam por aqui meses depois. No estilo right now, veja o que promete provocar frisson na beleza e na moda no ano que vem ou, por que não, em algumas semanas ou dias?

Sob a organização da L'Oréal Professionnel nasceu mais uma edição do Hair Fashion Day que, como o nome sugere, é um dia de imersão na moda-cabelo com direito a performances no palco, desfiles, bate-papo com beauty artists e palestras sobre o tema. Pois uma delas, capitaneada pela WGSN (Worth Global Style Network, grupo com sede em New York, estabelecido em todo o mundo, que é o líder mundial em previsão de tendências), trouxe nada mais, nada menos do que um estudo profundo, cheio de referências bacanas e pesquisas sérias sobre para onde caminha a humanidade quando o assunto é moda e beleza. Representada por Julia

Curan, a organização apresentou em primeira mão no mercado brasileiro o novo relatório das trends mais relevantes – que a HM amou, por sinal. São ao todo três macro-tendências: “Comunidades Locais”, “Em Contato” e “Manifesto Criativo”, cada qual personificando grupos bem específicos. Conheça as características de cada uma delas, os principais highlights, as interpretações e como você pode aplicar essas referências na hora de criar seus trabalhos e encantar suas clientes. Comunidades Locais, Em Contato e Manifesto Criativo edição São Paulo foram traduzidas para o público pelos hairdressers e embaixadores da L'Oréal Professionnel Bruno Viana, Washington Nunnes, Fernando Torquatto e o pelo maquiador Rafael Senna, respectivamente.





MACROTENDÊNCIA 1 / COMUNIDADES LOCAIS

Na contramão dos últimos anos de “globalização para tudo e para todos”, esta tendência propõe a “desglobalização”. Explicando: muitos consumidores e países se afastarão da economia global e apostarão no crescimento interno local, as chamadas “aldeias modernas”. Com isso, as pessoas devem buscar mais sentido nas coisas simples, voltar seu olhar para dentro de si mesmas, valorizar o trabalho manual e artesanal e materiais naturais, buscar a origem das produções e priorizar o conforto. O sistema de trabalho (seja ele qual for) também sofrerá (no bom sentido) uma onda colaborativa e inspiradora.

→ MODA

Traz uma estética rural, de vilarejos, com uma paleta neutra combinando texturas, técnicas e cores de forma equilibrada e sutil. Ponto positivo para rendas, tramas rústicas, tecidos naturais de algodão e malha.

→ BELEZA

A pele é matte, sequinha, mas traz saúde e se mostra radiante. Resultado da aplicação de hidratantes foscos e pós finíssimos idem. Os blushes minerais em coral e bronze são combinados para um toque suave de cor que desaparece da maçã para fora. Já para os olhos, sempre vivazes, nascem as tonalidades ro-

sadas ou açafão, aplicados no canto interno ou na pálpebra móvel. O batom, espalhado em batidinhas com a ponta dos dedos, ressurge em um delicado vermelho fosco.

→ CORES

“Comunidades locais” é inspirada no conforto de casa, na vida em grupos reduzidos e verdadeiros, resultando em uma paleta acolhedora e familiar. As cores são inspiradas por referências retrô e da natureza: terrosos, nudes, variações de azul, verde e laranja.

→ CABELO

Os tons ricos e terrosos de âmbar, mostarda e amadeirados aparecem juntos, em camadas, como se fosse uma cascata ton sur ton. O movimento cria efeitos luminosos e bem naturais nos fios. No styling, na vibe da simplicidade, o cabelo é jovem com um toque retrô, cortado um pouquinho acima do queixo, acompanhado por uma franja curta e espessa. O cabelo tem uma onda natural e as pontas são enroladas para dentro

→ UNHAS

Curtas e levemente arredondadas, elas ganham tons terrosos e esverdeados, também com um toque retrô (como no cabelo) e suave. As cores podem ser descombinadas na mão, ou aparecer em tom único.



MACROTENDÊNCIA 2 / EM CONTATO

Esta tendência aponta para a interiorização, para o desejo de as pessoas se reconectarem com o seu “eu” em um mundo que sofre com a obsessão da conectividade. Nos próximos anos, a busca será pelo que as sensibiliza, emocional e fisicamente, em temas como sexualidade, estado de espírito, microorganismos (yes!) e alimentação. Vale destacar a aceitação e incorporação das imperfeições do futuro e a quebra de padrões rígidos. É o nascimento da Bio-inteligência, com a criação de produtos pensados a partir da sensação e da emoção que provocam em cada indivíduo. Alguém aí pensou em personalização de serviços e cosméticos? Acertou!

→ MODA

Bem-estar é a palavra de ordem. Peças confortáveis inspiradas no loungewear (we love pijamas!) se tornarão partes essenciais do nosso guarda-roupa. As peças femininas focam no toque suave e as cores devem exercer a função de relaxamento ou de energização.

→ BELEZA

A pele ganha um brilho saudável, radiante, graças à dupla base cremosa + sérum hidratante. Iluminadores em mais de uma versão para efeitos diversos: cre-

moso rosado forma a base das bochechas, enquanto um mais branco e iridescente cria pontos de luz no rosto. Os tons metálicos de azul e verde nos olhos são combinados com lavandas e violáceos. Para os lábios, variedade de cores em versão metalizada.

→ CORES

Paleta variada e versátil, pensada sempre a partir do que um tom pode “provocar”. De um lado, tons que acalmam e oferecem uma sensação de clareza; de outro, cores que energizam e despertam os sentidos. Em destaque estão os tons metalizados e furta cores.

→ CABELO

O tom metal é a estrela da tendência e surge em dois momentos: brincalhona ou sofisticada. Pode ser complementada com um styling de textura glossy, que cria um cabelo que é sensual em sua simplicidade, enquanto a fluidez suave das ondas adiciona leveza e delicadeza ao visual. As ondulações atingem um efeito aquoso, acentuado pelo brilho metalizado.

→ UNHAS

As cores lavanda ou ameixa aparecem sozinhas ou combinadas em efeito ombré em camadas. Para acabamento, necessariamente brilhante e cheio de reflexos, acabamento em alto brilho.



152

MACROTENDÊNCIA 1 / MANIFESTO CRIATIVO

Assunto da vez, a busca pela transparência de atos, palavras e emoções. É a linha mestra de Manifesto Criativo. Segundo a apresentação, “é o desconforto que estimula a ação, por isso a criatividade será revelada nos mais diversos aspectos”. Em resumo, a singularidade e a auto expressão se tornarão habilidades ainda mais importantes e devem ser estimuladas no trabalho (e nas relações) como uma ferramenta de promover a mudança. Os criativos (visionários) sairão do eixo tradicional e mostrarão uma visão radicalmente diferentes do passado e do futuro.

→ MODA

Em tempos de empoderamento feminino, um resgate do movimento “girl power” dos anos 1990 e no início dos anos 2000. O styling provocativo, marca registrada da trend, é sustentado pelo uso da borracha, do couro e dos detalhes metálicos para criar um look levemente fetichista.

→ BELEZA

100% subversiva, com foco em linhas fluidas e abstra-

tas nos olhos. A pele é natural e leve (embora trabalhada), e as bochechas recebem um toque de glossy, com pouquíssima cor, assim como nos lábios. Ousadia para brasileiras que fogem da linha que sugere um look meio melecadinho.

→ CORES

Back to basics. Os verdadeiros tons primários fazem uma afirmação, enquanto os tons neutros urbanos criam um cenário arenoso.

→ CABELO

No clamor da rebeldia, o cabelo é ousado e gráfico, com foco na criatividade e cor. Os pigmentos, com uma consistência semelhante a uma tinta, são usados misturados. No styling, quem diria, a permanente está de volta. Os cachos são enrolados, naturais, selvagens, com um volume by spray de textura e de raiz e cremes matte para definição e fixação.

→ UNHAS

Padrões com linhas retas no centro, ou quadrados e formas fluidas delicadamente desenhadas, onde cada unha usa uma tonalidade diferente.

UM PORTFÓLIO COMPLETO PARA TRATAR OS SEUS FIOS.

| HYDRE |

Hidratação na medida certa para fios ressecados.



| PENETRAIT |

Reconstrução intensa para cabelos danificados.



| TRILLIANCE |

Limpa e alinha os fios para um brilho sobrenatural.



PROFESSIONAL
SEBASTIAN™

Siga nossa nova página no Instagram

 @sebastianprobrasil



JACQUES JANINE: *diamantes são eternos*

Assim como a pedra preciosa que simboliza as bodas de 60 anos do grupo Jacques Janine – representados lindamente na figura do casal mais amado da beleza, Monsieur Jacques e Madame Janine –, a história deste legado de amor é resistente, única, rara, encantadora, admirável, superlativa e, se os céus assim desejarem, eterna. Para nossa edição de aniversário de 3 anos, nossos parabéns emocionados para quem abriu caminho para a beauté brasileira





A história do casal que praticamente criou o conceito do que é beleza profissional no nosso país, todo mundo já conhece. Anos de dedicação, luta e de paixão profunda pelo belo fizeram da dupla um nome; do nome uma empresa; da empresa um império; do império um legado. A fim de celebrarmos juntos e falarmos do assunto por um viés diferente, convidamos Janine Goossens (sócia-fundadora da rede de salões de beleza Jacques Janine), Diane Goossens (diretora de educação da rede Jacques Janine), Natalie Goossens (desenvolvimento de produtos da rede Jacques Janine), Olivier Chemin (CEO da rede Jacques Janine), Chloé Gaya (maquiadora e diretora artística da rede Jacques Janine) e Maurício Pina (hairstylist da Maison Jacques Janine – Unid. Jardim América) para expressarem, em primeira pessoa, a emoção que representa para cada um deles ser parte desta grande “família”.

NÚMEROS DA REDE

- ▶ Unidades próprias: **2**
Jacques Janine Center Norte e
Maison Jacques Janine Jardim América.
- ▶ Franquias: **65**
- ▶ Estados com a franquia: **8** (São Paulo, Bahia, Mato Grosso do sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro e Santa Catarina)
- ▶ Cidades brasileiras com a rede: **18**
- ▶ Franquia internacional: **1**, nos Estados Unidos (Flórida)
- ▶ Número de funcionários: cerca de **3.000**

~
[JANINE GOOSSENS]

“Hoje é só gratidão! Ao meu marido e companheiro em todos os momentos, Jacques, às minhas filhas, aos meus netos, aos colaboradores e aos nossos clientes. Sem eles, não estaríamos aqui!”

~
[CHLOÉ GAYA]

“Eu acho incrível ver a marca da minha família completar 60 anos! Sou encantada pela história e pelo pioneirismo de meus avós e da rede Jacques Janine. Eles influenciaram tantas pessoas, e isso só se alcança com muita dedicação e amor, que são seus princípios. Sou muito honrada em fazer parte dessa linda história!”

~
[OLIVIER CHEMIN]

“Eu acredito que não são todas as empresas que conseguem chegar a 60 anos de mercado, muito menos com o mesmo sucesso que Jacques Janine teve. Sei que todas essas conquistas são frutos de muito trabalho e dedicação – meus avós trabalharam ao longo da vida inteira para esse negócio perpetuar, tendo se dedicado de corpo e alma ao mercado da beleza. Eles queriam levar essa beleza para todos os lugares e tiveram um olhar pioneiro, lançaram diversas tendências, e estiveram sempre à frente de seus contemporâneos. Além de sócios, Jacques e Janine eram um casal extremamente companheiro e sempre estiveram juntos, nas alegrias e nas tristezas. Para mim, o grande segredo do sucesso é a união e cumplicidade dos dois. Me sinto completamente honrado em fazer parte dessa família e dessa história, e tento agora trazer novos horizontes para a marca.”

~
[MAURÍCIO PINA]

“É um prazer imenso ver essa marca completando 60 anos! Sou diretor artístico do Jacques Janine atualmente, trabalho na rede há 32 anos e tenho uma grande satisfação em fazer parte dessa história, que é tão importante para o mercado da beleza. Foi na marca que comecei minha carreira de hairstylist, e o Jacques Janine foi o local onde aprendi grande parte do que sei, onde me especializei e cresci profissionalmente. Sei que devo à marca muito do meu sucesso e é um privilégio estar presente nessa comemoração.”

~
[NATALIE GOOSSENS]

“Me sinto abençoada em fazer parte dessa história, sempre trabalhando para perpetuar esse legado. Também tenho orgulho dos meus pais, que saíram da França no pós-guerra e foram rumo ao desconhecido. Eles se conheceram no Brasil e, cada um com seu talento, unidos, revolucionaram o mercado da beleza nesse país e a vida de diversas pessoas, que se viram transformadas ao receber os ensinamentos de Jacques e Janine. Eles mostraram como é importante cuidar além do corpo, surgindo com o conceito de Beleza Completa. Além disso, criaram o Dia da Noiva e se tornaram referência no mercado brasileiro. Amo muito tudo isso e amo ser parte disso!”

~
[DIANE GOOSSENS]:

“Meus pais são Jacques e Janine – seus próprios nomes se tornaram uma marca, o que torna difícil diferenciar as duas coisas. Talvez por isso seja uma rede tão familiar. Olho para este processo de desenvolvimento do Jacques Janine como o desabrochar de uma flor ou a expansão do universo: a partir de duas pessoas com a intenção certa, foi criada uma grande onda que conectou pessoas. Nunca se pensou na marca como um “negócio”, mas pessoas no time que a integrava – desde os profissionais, até os clientes. Porque esse era o grande objetivo de Jacques e Janine: cuidar das pessoas, com amor. E assim fizeram: cuidaram de todos com educação, carinho, respeito e ética. Para eles e para a marca todo meu amor, gratidão, admiração e respeito.”



UMA BREVE HISTÓRIA NO TEMPO

Com sua primeira unidade inaugurada em 1958, após o casamento dos franceses Jacques e Janine Goossens, na rua Augusta, em São Paulo, a empresa que comporta os salões Jacques Janine conta com mais de 60 franquias espalhadas por oito estados brasileiros, tornando-se a maior rede de salões de beleza da América Latina. Em seu plano de expansão, investe na internacionalização da marca, com foco nos Estados Unidos. A história de empreendedorismo surgiu quando o casal francês se conheceu num piquenique, na cidade de Mogi das Cruzes, em São Paulo. Jacques, filho de manicure de um renomado salão parisiense, cresceu vendo trabalho da mãe e de grandes mestres da coiffure. Janine, encantada pelo mundo da beleza desde pequena, formou-se maquiadora e esteticista pela consagrada escola Harriet Hubar Ayer em Paris. Apaixonados, em três meses, estavam casados. Uniram-se em casamento, profissão e missão de vida, tendo o amor como base de tudo que realizaram. Trabalharam muito, inovaram e criaram conceitos, como o de Beleza Completa, que alia no mesmo espaço cuidados de beleza e bem-estar para o corpo e a mente; e o Dia da Noiva, que foi absorvido por diversos salões e pela cultura brasileira. Em 1990, o Jacques Janine se tornou a primeira empresa brasileira a iniciar o sistema de franquias de salão de beleza com a unidade de Londrina (PR). Atualmente, a marca conta com unidades em São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Minas Gerais, Santa Catarina, Bahia, Pernambuco e Mato Grosso do Sul, e uma em Orlando, nos Estados Unidos. Ao longo de sua história, a rede conquistou inú-

meros prêmios, como o Life Achievement Award, principal premiação oferecida pela Intercoiffure Mondial, que homenageia importantes profissionais da beleza e sua contribuição para o mercado, recebido em 2014. A experiência do casal também resultou em três livros: Beleza Sempre; Beleza, um Conjunto em Harmonia; e Muito Além da Beleza. Para dividir os conhecimentos acumulados nos anos de profissão, Jacques e Janine também fundaram a Académie Jacques Janine, centro de desenvolvimento técnico e humano de centenas de profissionais do mercado da beleza brasileira. Além disso, a marca é a primeira a criar uma Universidade Corporativa, onde forma os gestores que estão à frente das franquias da empresa.

Geração Jacques Janine. Motivados pelo trabalho de vida de Jacques e Janine, a família Goossens integra a “equipe-corção” da empresa: Janine, sócia-fundadora; Diane Goossens, filha do casal e diretora de Educação; Natalie Goossens, filha do casal e responsável pelo desenvolvimento de produtos da marca; Olivier Chemin, neto e CEO da companhia; e Chloé Gaya, neta e consultora de imagem e diretora artística. Junto às seis décadas de empresa, Jacques Janine comemora também a expansão internacional e a nova fase da marca: o neto, Oliver Chemin, agora reside em Orlando (EUA) e coordena a expansão das unidades norte-americanas – três delas previstas para até o segundo semestre de 2019. Além disso, Janine conta agora com uma nova sócia na unidade Jardim América, matriz da rede, a empresária Papilla Ribeiro, também proprietária da franquia do Shopping Villa Lobos.





FAÇA SUA CLIENTE SE APAIXONAR POR SEUS CABELOS

OS KERASHAPE BEAUTIFYING HAIR PERFUMES COMBINAM A ELEGÂNCIA
DE FINAS FRAGRÂNCIAS COM OS BENEFÍCIOS DE TRATAMENTO.

COM PROTEÇÃO UV E ANTI-FRIZZ.

NOVO



KERASHAPE
LUXURY HAIR CARE

GOLDWELL.

f /goldwellbrasil
@ /goldwellbrasil



Afro



Afro
Kelly Angel



Afro
Kelly Angel



Afro
Kelly Angel



It's Just Rock 'n Roll

Hair: Kerry Mather
Photographer: Richard Miles
Makeup: Sophie Cox
Styling: Clare Frith



It's Just Rock 'n Roll
Kerry Mather



It's Just Rock 'n Roll
Kerry Mather





Foto: Laura Strandberg
Beleza: Aili Puss

Wild Tribes









LUMINOUS

UM SISTEMA INTEGRADO DE PROTEÇÃO E BRILHO

2 PASSOS COM MULTIBENEFÍCIOS

Luminous Leave-in Care & Shine e Luminous Spray Shine & Care agem de forma sinérgica, oferecendo um profundo tratamento e máximo brilho aos cabelos.

LUMINOUS CARE & SHINE

Leave-in de tratamento

LUMINOUS SHINE & CARE

Spray de tratamento e brilho



Imagine

Direção Artística: Miguel Estelrich
Cabeleireiros: Delma Clarindo, Felipe Mariotto, Luciana Rosa, Matheus Tauber e Miguel Estelrich
Maquiadores: Carlos Beltrán, Grisiela Ribeiro e Perola Oliveira
Fotógrafo: Múcio Mattos
Assistente de Fotógrafo: Cawe Santos
Stylist: Leonardo Augusto
RP: Matheus Marujo



NOVO

be
FABULOUS™

É A SUA VEZ DE SER FABULOSA.



LINHA DE TRATAMENTO

Be Fabulous foi desenvolvida para atender as necessidades de todos os tipos de cabelo. Tratamento específico para o salão e produtos para os cuidados diários, garantindo um acabamento natural e incrível, com aspectos saudáveis todos os dias.

Para cabelos lisos, médios e grossos.

REVLON
PROFESSIONAL®

NOS MELHORES SALÕES DE BELEZA DO BRASIL.

WORLD
COMEXX
Um grupo de marcas profissionais.

11 5070-0400 - www.revlonprofessional.com.br

  /RevlonProfessionalBrasil