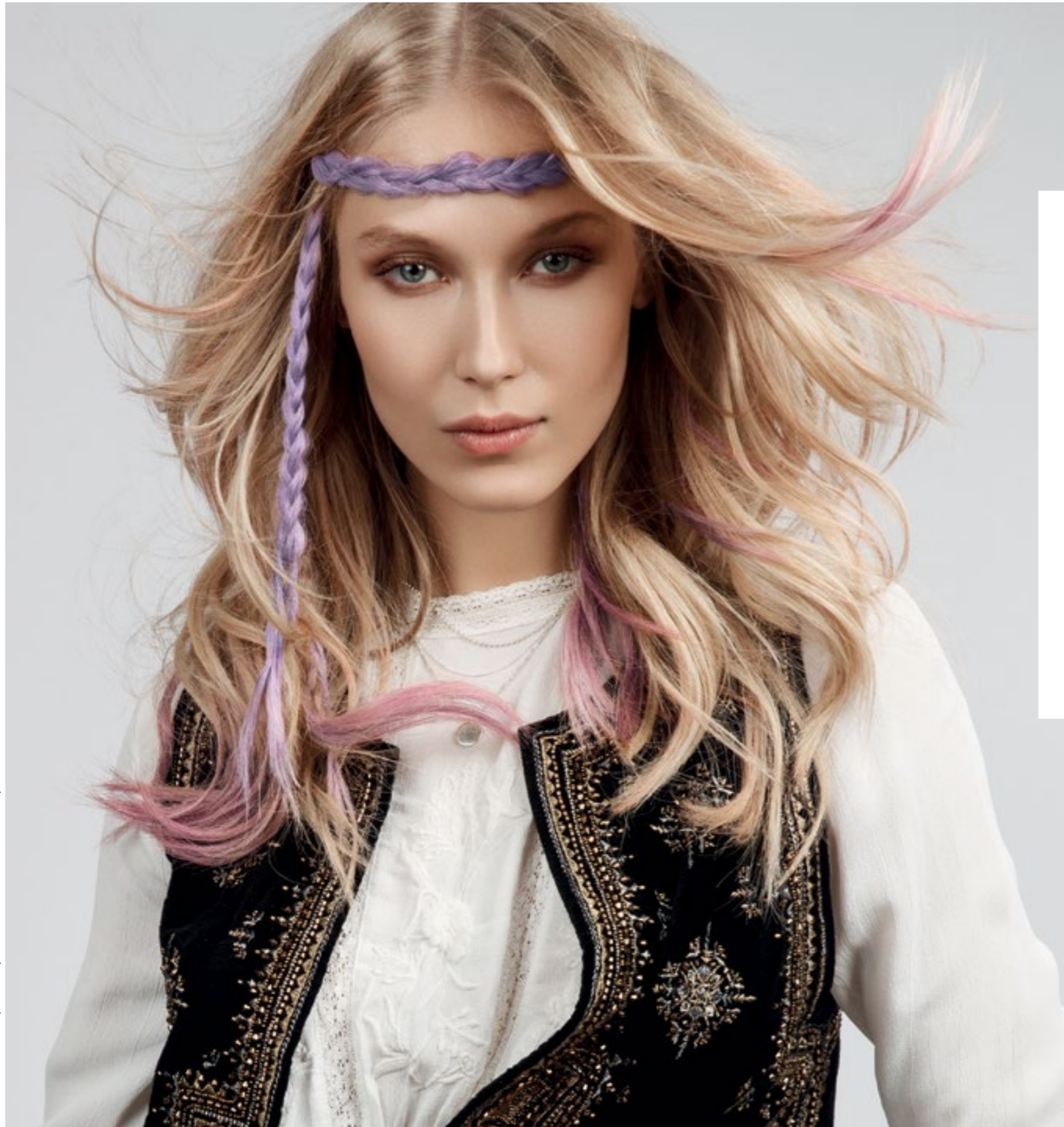




HAIR / #19









\*A durabilidade do produto pode variar de acordo com a porosidade do fio.

**L'ORÉAL**  
**PROFESSIONNEL**  
PARIS



**NOVO**  
**#COLORFULHAIR**  
FLASH PRO HAIR MAKE-UP

EXPRESSE SUA CRIATIVIDADE COM UM **TOQUE DE COR INSTANTÂNEO**  
NOVA MAQUIAGEM CAPILAR COM DURAÇÃO DE UM SHAMPOO\*.

 /lorealprofessionnel.br  @lorealpro | @segredosdesalao  
#ColorfulHair #MakeUpYourHair  LorealProfBrasil  App Style My Hair

lorealprofessionnel.com.br | segredosdesalao.com.br



Twisted


**LIBERTE SEUS CACHOS**

#CURLPOWER



PROFESSIONAL  
**SEBASTIAN**

[www.sebastianprofessional.com](http://www.sebastianprofessional.com)

 @sebastianprobrasil

 SebastianProfessionalBrasil

JOICO

# LIVE THE BLONDE LIFE™

**Viva seu loiro saudável e lindo com Joico.**  
**NOVO** Lightening and Brightening System

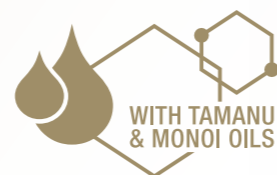
**Mantém o loiro brilhante e no tom certo por até 8 semanas\***

**9 entre 10 hairstylists concordam, que após um uso, os cabelos loiros ficam:**

- Mais hidratados
- Mais macios
- Mais brilhantes

**Pó decolorante:**

- Proporciona até 9 níveis de clareamento de ação rápida
- A forma mais rápida\*\* de deixar os cabelos mais claros e brilhantes



WITH TAMANU  
& MONOI OILS



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

\*\* vs outros decolorantes Joico.

Em breve nos melhores salões de beleza do Brasil.

www.joico.com.br   /joicobrasil





# PEOPLE

GLOBAL BEAUTY FOR CONNECTED PEOPLE



O QUE É TENDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS, AS HASHTAGS POPULARES E OS MOVIMENTOS BASEADOS NO PENSAMENTO DO MUNDO CONTEMPORÂNEO INSPIRAM AS CORES DA NOVA COLEÇÃO DA ALFAPARF MILANO.

**ROSE CORAL**, DEDICADA À MULHER CONTEMPORÂNEA SEGURA E INDEPENDENTE

**RUBY BROWN** COMO SÍMBOLO DAS RAÍZES E DA HISTÓRIA DE CADA UM DE NÓS

**ULTRA VIOLET**, PARA SONHAR GRANDE E OLHAR COM ENTUSIASMO PARA O FUTURO

**HOT BLONDE** EXPRESSÃO DO ESPÍRITO LIVRE DE QUEM NÃO TEM MEDO DE OUSAR

CONHEÇA PEOPLE EM [ALFAPARFMILANO.COM](http://ALFAPARFMILANO.COM)     
#ALFAPARFPEOPLE

**ALFAPARF**  
MILANO

## BeautyEditorial

# H #19

Somos fãs da revista impressa. ARDOROSOS. Mas nem por isso fechamos as portas para a evolução, o novo, o amanhã. Por isso mesmo, aplaudimos o voo supersônico do digital – e, mais do que isso, abraçamos a sua viagem. Mas, ao contrário de muita coisa que se vê por aí, acreditamos na internet com conteúdo, informação de verdade. Assim, nossas redes que funcionavam de forma inspiracional ganharam, a partir de fevereiro passado, uma agenda fixa com retrancas diferentes a cada dia da semana – uma HM DIGITAL com direito a Beauty Salon (salões incríveis), Beauty Maniacs (grandes artistas da beauté), Beauty OpenBox (nossos recebidos in live mode), Beauty Education (divulgação de cursos e afins) e muito, muito mais chegando... é o encontro perfeito do papel com a internet, concordam?

E como o assunto é a chegada de novidades, nosso tapete vermelho para o colunista social Zezinho Divanah, cuja fama e conhecimento da área já dizem tudo. Ele assinará uma coluna cheia de News do segmento – para não perder mesmo! E Maria Cecília Prado ganhou mais espaço! Sua edição perfeita e seu olhar para tendências transformaram sua coluna de página dupla em matérias fixas maiores. Ela acaba de assumir o Beauty Trends H e M!

Por fim, mais um salve para esta equipe – que só cresce – e faz da HM um sucesso. Obrigado a todos – Carmen Cagnoni, David do Carmo, Diego Moreno, Ennio Nascimento, Giuliana Cury, Karina Hollo, Marta Rovella, Nicole Ramalho, Sandra Tacla, Shâmia Salem, Wilson Weigl, Zezinho Divanah.

*A. Stevanato* *Zeze Gomes*

# —PERFECT BLOND



O protocolo do  
LOURO PERFEITO  
ainda mais completo!

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

[www.trussprofessional.com](http://www.trussprofessional.com)



trusshair | trussprofessional

**TRUSS**  
PROFESSIONAL



# SUMÁRIO

HAIR: JESSICA NEIL & MARY GEOGHEGAN, KH HAIR  
PHOTOGRAPHY: JACK EAMES  
MAKE UP: MADDIE AUSTIN  
CLOTHES STYLING: CLARE FRITH

- 28 BEAUTY INTERVIEW**  
Julia Alves, diretora de ALFAPARF MILANO
- 36 BEAUTY TREND**  
Pink é o novo blonde
- 46 BEAUTY PRODUCTS**  
O boom das linhas de crescimento dos fios
- 58 BEAUTY MADE IN BRAZIL**  
Bruno Lotufo, o cabeleireiro astuto
- 72 BEAUTY CASES**  
Werner conquista a América
- 80 BEAUTY COVER**  
Gary Taylor
- 92 BEAUTY POWERFULL WOMEN**  
Inocência Manoel de novo em foco
- 102 BEAUTY EVENTS**  
LP Experience in Rio
- 108 BEAUTY EVENTS**  
A chegada do Sola Salon

## SEMPRE EM HM

- 18 BEAUTY FOR HAIR**  
Os melhores lançamentos estão aqui
- 26 BEAUTY BUSINESS**  
by Richard Klevenhusen
- 42 BEAUTY LIFESTYLE**  
by Marta Rovella
- 66 BEAUTY HAIR TREND**  
by L'Oréal Professionnel
- 110 BEAUTY SOCIAL**  
by Zezinho Divanah
- 114 BEAUTY COLLECTIONS**

# HIGH LISS

## REVOLUÇÃO EM TRATAMENTO MULTIFUNCIONAL



Resultados surpreendentes  
EM UMA ÚNICA APLICAÇÃO

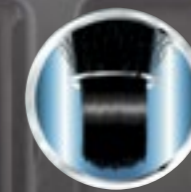


PIGMENTOS VIOLETA



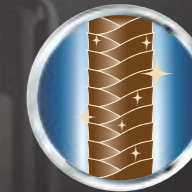
**ATIVOS**  
TECNOLÓGICOS INTELIGENTES

PREENCHE A POROSIDADE DA FIBRA RECONSTRUINDO OS FIOS



TECNOLOGIA **NUTRI SELANTE**

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



**ULTRA SHINE**

PROPORCIONA CAMADA DE BRILHO INTENSO

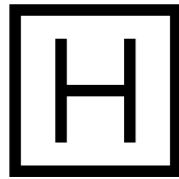
NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

[www.trussprofessional.com](http://www.trussprofessional.com)



trusshair | trussprofessional





ANO III / #19  
Março / Abril 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

**Zezinho Divanah**  
PR- Relações Públicas

zezinho@hmemrevista.com.br  
@zezinhodivanah



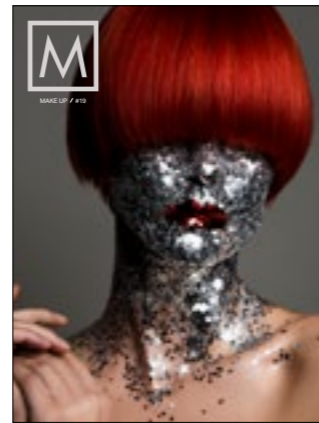
contato@hmemrevista.com.br  
Rua Major Prado, 64  
Moema - São Paulo- SP  
CEP 04517-020  
Tel: (11) 3624-5386 / 3624-5710

Tiragem: 15 mil exemplares

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

HM é uma revista bimestral voltada para profissionais de beleza. Assinaturas e edições anteriores podem ser adquiridas em nossa loja virtual [www.assinehm.com](http://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](http://www.assinehm.com)

Edição 19: R\$ 29,90 / Assinatura 1 ano: R\$ 150,00



## VISITE NOSSO SITE E PARTICIPE DAS NOSSAS REDES SOCIAIS

[www.hmemrevista.com.br](http://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



MÁXIMA RECONSTRUÇÃO COM A INOVADORA  
TECNOLOGIA DE NANO-REGENERAÇÃO!

O EXCLUSIVO FIBER EFFECT - EFEITO TEIA GARANTE RESULTADO IMEDIATO.

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

[www.trussprofessional.com](http://www.trussprofessional.com)



trusshair | trussprofessional





# INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

**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.



**NUNCA**  
testamos  
em animais

inoar.com  
f@oy  
inoarbrasil

A MARCA  
DA BELEZA  
BRASILEIRA

## EIMI MISTIFY ME STRONG, WELLA PROFESSIONALS.

Spray de finalização multitarefas que promete styling instantâneo. O produto contempla tecnologia MicroMist, que tem uma válvula exclusiva responsável por uma finalização com gotículas menores e difusão extrafina, proporcionando secagem rápida, sem deixar nenhum resíduo úmido. A fixação é perfeita. O produto permitirá ainda que os profissionais criem penteados instantaneamente e remodelam os cabelos em qualquer lugar e sempre que desejarem, com total controle. O novo EIMI Mistify Me Strong foi apelidado de "Fashion Week Finish" pelo Diretor Criativo Global de Wella Professionals, Eugene Souleiman. "Mistify Me Strong é o spray multitarefa de finalização que apostamos ser o 'coringa' do styling para os profissionais de salão e das passarelas. O trabalho duro e o dia corrido dos bastidores precisava de um produto que cuide da beleza de forma rápida e instantânea todos os dias", afirma Eugene. SAC 0800 7029966



**KEUNE CARE SUN SHIELD, KEUNE HAIRCOSMETICS.** Linha completa de tratamento idealizada para os dias mais quentes do primeiro trimestre do ano. A novidade é pensada para todos os tipos de cabelo, especialmente aqueles mais sensíveis aos efeitos do sol: tingidos, descoloridos, crespos e cacheados. Além de filtros contra raios UV -, os produtos (shampoo, condicionador e óleo de tratamento) foram desenvolvidos com minerais essenciais e proteínas específicas que protegem e reparam os fios. Destaque absoluto para o Keune Care Sun Shield Oil, óleo superpotente com fator de proteção 8, que protege o cabelo dos raios UV e forma uma barreira em torno de cada fio, retendo a umidade e evitando o ressecamento. Resistente à água e perfeito para ser aplicado durante o banho de sol, é o produto ideal para as loiras: seu uso evita que o cabelo revele o indesejado "tom verde" ao entrar na piscina. Perfeito para indicar para as clientes platinadas. [www.keune.com/br](http://www.keune.com/br)



**LINHA LEITE DE BAOBÁ, THE BODY SHOP.** Desenvolvido exclusivamente para o Brasil, o trio de tratamento (também nas versões mini para facilitar o home care em qualquer lugar) conta com shampoo, condicionador e máscara. O principal ingrediente, Leite de Baobá (proveniente de Madagascar), tem fragrância neutra e propriedades hidratantes, auxiliando na reconstrução capilar, na recuperação do brilho e leveza e no controle do frizz. Fórmula livre de parafina, parabenos e silicones. SAC (11) 3068-2000



**MÁSCARA RECONSTRUTORA REPOSIÇÃO DE CARBONO, NATUMAXX COSMÉTICOS.** Você, profissional, conta agora com avançada tecnologia capilar no combate aos danos provocados por químicas, chapinhas e ação de radicais livres (hoje são os principais agentes de perda de carbono da fibra capilar). Desenvolvida para atender às necessidades dos fios que precisam de uma reconstrução imediata, a máscara tem efeito teia permitindo ser distribuída com muito mais facilidade por todo o cabelo, 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

**LIQUID COLLAGEN, FELITHI PRO.** Na onda das bebedinhas do bem, que tal fazer uma degustação no seu salão com o Colágeno Hidrolisado pronto para consumo da Felithi? Servido geladinho, ele é gostoso, refrescante e promete maravilhas como firmeza para pele, unhas, cabelos, cartilagem e tendões. Segundo o fabricante, o Liquid Collagen também é composto por vitaminas e minerais muito importantes para a beleza como Vitaminas A e C, Selênio, Zinco e basta uma dose por dia para ter todos estes benefícios. SAC [felithi.com](http://felithi.com)



**MEL & COLÁGENO, LATTANS.** Composto por shampoo e máscara de tratamento, o duo traz um sistema home care antioxidante e de reparação da fibra e reposição do brilho intenso. A fórmula tem propriedades hidratantes e antibacterianas: o mel colabora na restauração da beleza dos fios, dando a eles dose extra de vitaminas e minerais; unificado ao colágeno e Elastina, a Lattans conseguiu uma fusão de antioxidantes para restaurar a fibra capilar com reparação total dos fios. SAC (11) 3892-1798





**ELIXIR ULTIME, KÉRASTASE.** Best-seller da marca, a linha ganhou nova fórmula que promete ainda mais brilho e nutrição, garantindo fios macios, maleáveis e com uma leveza irresistível. A linha completa inclui o shampoo Le Bain, agora enriquecido com o Óleo de Marula Sagrada, dando ainda mais brilho e nutrição; condicionador Le Fondant com o precioso óleo de Amla; e a máscara Le Masque, elevada com uma nova fragrância, testada para durar o dia e a noite inteira. E, como estrelas da nova coleção, unem-se a linha três óleos preciosos para todos os tipos de cabelos. A grande sensação são os três óleos finalizadores de Elixir Ultime: L'HUILE ORIGINALE (icônico óleo sublimador multi-uso, com o sagrado Óleo de Marula, para cabelos sem vida que precisam de brilho), L'HUILE ROSE (óleo sublimador para cabelos coloridos que precisam de brilho) e L'HUILE LÉGÈRE (Óleo bifásico voluptuoso para cabelos finos). SAC 0800 7017237

20



**DEEP PROTECT DENSITY MASK, NIOXIN.** Com o tempo de ação de 3 a 5 minutos, condiciona e fortalece profundamente os fios. Desenvolvida especificamente para cuidar de cabelos com afinamento capilar, a máscara é ideal para salvar os fios que ficam danificados ao longo do verão. Com tecnologia DensiProtect, proporciona um tratamento condicionante intensivo que fortalece a haste capilar contra danos, reduzindo a quebra e deixando-os com uma textura mais saudável e profundamente reparado. "Além de proporcionar um tratamento intenso para os fios, outro benefício da máscara é a praticidade. O produto deve ser aplicado nos fios durante o banho, deixando agir de 3 a 5 minutos, o que é propício para quem não tem muito tempo para cuidar da saúde dos fios. Já na primeira hidratação é possível notar o fortalecimento e maciez dos cabelos", afirma o hairstylist Celso Kamura. SAC 0800 702 9966

**YELLOW STYLE, YELLOW PROFESSIONAL.** A marca que faz parte da gigante italiana Alfaparf Group lança linha profissional completa para finalização de penteados. Composta por seis produtos, entre gel, pasta, cera, ativador de cachos e spray de fixação, a nova gama contém ingredientes naturais – café verde e aloetrix – que protegem os fios e ajudam na hidratação, além de possibilitar ao profissional usar toda sua criatividade em penteados de longa duração. O Extra Strong Hairspray, por exemplo, é uma laca spray para fixação extrema que dura muito tempo, dando corpo e brilho ao cabelo, sem deixar resíduos (ideal para cabelos mais finos). SAC 0800 021 2652

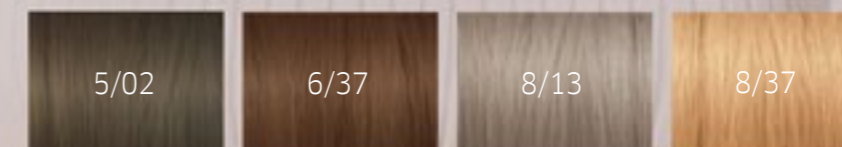


COTY - NAI / 2019 CONCEPT ART DESIGN STUDIO



COLEÇÃO  
**INVERNO**  
ILLUMINA COLOR

Conheça as novas nuances que fazem parte da primeira coleção de inverno de Wella Professionals.





**COLORFUL HAIR FLASH, L'ORÉAL PROFESSIONNEL.** Maquiagem capilar (sim, isso mesmo!) que permite mudar o look instantaneamente – inclusive fios escuros. O produto de textura gel e fácil aplicação – pincel, dedos, espátula – chegou em 5 cores lindíssimas e já fez um sucesso enorme no Carnaval. As novas tonalidades se dividem em três cores metalizadas (Gold Digger, Dancing Pink e Purple Reign) e duas cores de efeito holográfico (Galaxy Trip e Hello Holo). A fórmula possui polímeros que facilitam o styling com efeito antitransferência, atuando na total aderência do produto apenas nos fios. Por ser uma maquiagem para os cabelos, a durabilidade de Colorful Hair Flash é temporária, sendo totalmente retirada dos fios com apenas uma lavagem, variando de acordo com a cor e a porosidade da fibra capilar. Nestes casos, o efeito pode perdurar por até duas lavagens com shampoo comum. SAC 0800 7017237

**ESCOVA THERMAL METALLIC DA MARCO BONI.**

Acessórios cada vez mais práticos e modernos transformam o trabalho de profissionais, certo? Por isso, a linha de escovas da Marco Boni de não para de crescer e traz novidades para atender todos os tipos de fios para escovar, alisar, modelar e finalizar. Com o corpo vazado revestido de alumínio, as novas escovas propagam o calor do secador. Possuem cerdas de nylon que deslizam facilmente pelos fios, cabo anatômico e estão disponíveis em duas opções de diâmetros. sac@marcoboni.com.br / 0800 772 44 33



**CONDICIONADORES CONCENTRADOS, SIÀGE, EUDORA.** São três produtos especiais para um tratamento diário que oferece hidratação máxima aos fios em apenas 1 minuto. Assim como os demais produtos de Siège, os Condicionadores Concentrados possuem a tecnologia exclusiva Affinité 3D<sup>1</sup>, que envolve o fio e leva os ativos para o seu interior, liberando-os gradualmente e tratando o cabelo ao longo do dia. Os lançamentos completam as três linhas: Reconstroi os Fios, Rejuvenesce os Fios e Blindagem dos Fios. SAC 0800 727 45 35



COLEÇÃO  
**INVERNO**  
ILLUMINA COLOR

Conheça as novas nuances que fazem parte da primeira coleção de inverno de Wella Professionals.

5/02	6/37	8/13	8/37
------	------	------	------

COTY - NAI / 2019 CONCEPT ART DESIGN STUDIO

/WellaProfessionalsBrasil @wellaprosasil

**LUXE CREATIONS BLOND CARE, AMEND.** Como o nome sugere, são produtos especialmente desenvolvidos para o cuidado de fios loiros – em geral danificados e ressecados por processos químicos excessivos. Sua fórmula conta com exclusivo Blonde Anti-porosity System e o ativo Hydro-Protector, um ativo que age como algumas flores do deserto que sobrevivem até 10 anos nas mais adversas condições climáticas e sem água, mas, graças ao dissacarídeo que protege a planta quando está desidratada, ao entrar em contato com a água ressurgem em poucas horas, iniciando um novo ciclo de vida. Com isso, o cabelo consegue se recuperar dos danos e combater o ressecamento. Luxe Creations Blonde Care reconstrói as ligações rompidas do córtex e recupera as fibras, além de repor a massa capilar e os aminoácidos perdidos, protegendo assim, a cor e deixando os cabelos macios e brilhantes. Shampoo, condicionador, leave in, máscara e flúido reconstrutor formam a linha. SAC 0800 019 7473



**LINHA ACESSÓRIOS ELÉTRICOS, VERTIX PROFESSIONAL.** Marca de acessórios renomada no mercado profissional de beleza, lança linha de secadores, chapas, modeladores e máquinas de corte e acabamento, que prometem potência máxima para cabeleireiros e barbeiros. São ao todo 18 aparelhos – 5 secadores, 4 chapas, 5 modeladores, duas máquinas de corte e duas máquinas de acabamento. Nosso destaque vai para Vertix X8200 – Compacta, superleve e silenciosa, essa máquina de acabamento possui motor profissional, lâmina de aço inoxidável, pente com cinco níveis de ajuste, bateria recarregável e bivolt automático. São características que dão benefícios de alta performance, durabilidade, precisão e versatilidade nos cortes. Com autonomia de até 180 minutos e carregador bivolt. Além disso o kit de acessórios é composto por 1 pente de ajuste (3,4,5,6 ou 7mm), escova de limpeza e óleo lubrificante. SAC VERTIXPROFESSIONAL.COM.BR

24



• Primeiro secador bivolt automático, o aparelho “conversa” com tomada e se adequa em segundos a fonte de energia. Seu sistema inteligente mede o valor da tensão e se adequa em segundos à carga encontrado na tomada sem perder a potência. Desenvolvido e fabricado no Brasil após três anos de pesquisas e com patente requerida, o secador chega com uma engenharia inovadora permitindo que seja conectado em tomadas elétricas de 127 ou 220Volts sem a necessidade de chave seletora de tensão. Assim como os demais secadores da linha SILENCIAR da LION, a novidade conta com gerador de íons negativos, que ajuda a fixar o penteado, com as cutículas seladas e menos frizz. Além de 5 combinações de temperatura em 2 velocidades e a função Cool Shot que deixa um aspecto bonito na finalização do cabelo, com mais brilho e sem frizz. E seu bico é resistente e detém um sistema de fixação especial que impede a queda do acessório. sac@liondobrasil.com.br / 0800 777 0477



# FUSION

UMA NOVA DIMENSÃO EM RECONSTRUÇÃO CAPILAR  
PARA ATÉ 95% MAIS RESISTÊNCIA À QUEBRA\*.

Reconstrói instantaneamente a fibra capilar e previne futuros danos.  
Recupera e devolve maciez até para os cabelos mais danificados.

#WELLAFUSION

f/WellaProfessionalsBrasil @wellaprosil

# A REVENDA NOS SALÕES DE BELEZA

**A** revenda de produtos cosméticos em salões de beleza teve seu forte “investimento” por parte da indústria na década de 1990. No início da década de 90, os salões não tinham sequer uma prateleira próxima à recepção para exporem produtos, não viam a revenda como um negócio interessante e queriam uma margem de 100% de lucro (a fim de obterem com essa prática a mesma margem do serviço). Alguns fornecedores de cosméticos, inclusive, davam um (móvel) expositor junto com o primeiro pedido de produtos do salão de beleza, para que se pudesse mostrar os produtos adquiridos e começar a revender. Foi um forte investimento em merchandising e educação por parte da indústria. Paralelo a isso, orientar os salões de beleza sobre a utilização de bons produtos de lavatório também foi uma tarefa árdua. O comum era a utilização de um único tipo de shampoo de galão para todas as clientes. Aliás, o lavatório era um local menosprezado: era feio, no fundo do salão, próximo à lata de lixo, muitas vezes sem nenhuma higiene...

O tempo passou, os conceitos evoluíram e hoje temos salões de beleza com lojas de produtos na entrada e com lavatórios incríveis, com mobiliários sofisticados. O mais importante: estão atendendo uma expectativa das clientes e ganhando dinheiro com isso.

“Incorporar a revenda de produtos cosméticos no salão de beleza é também fundamental para garantir o sucesso no futuro.”

A revenda nunca se fez tão necessária nos salões de beleza, pois o comércio está incorporando o serviço dentro de suas unidades. A rede de lojas de departamento Corte Inglês, na Espanha, já tem algumas unidades com salão de beleza. A Reserva, grife de roupas carioca, abriu uma unidade no Shopping Fashion Mall, no Rio de Janeiro, com um salão de beleza e um café dentro da loja.

Afinal, o que está acontecendo? O comércio entendeu que a mulher prefere ir a um estabelecimento e adquirir todas as suas necessidades no mesmo local, ao invés de se deslocar entre vários locais. Além disso, incorporar o serviço dentro do comércio é uma forma de diversificar a atividade e ganhar mais dinheiro.

Nos Estados Unidos, a revenda chega a representar até 40% do faturamento de alguns salões de beleza. No Brasil, os melhores índices não chegam a 20%, ou seja, os salões ainda podem crescer muito com a revenda de produtos. Para isso, além de uma correta exposição dos produtos, com preços visíveis e, se possível, a utilização dos mesmos no lavatório, o profissional precisa aconselhar a cliente sobre a manutenção do cabelo em casa, por meio da correta utilização de produtos. Ele não deve “vender” produtos; ele deve “aconselhar” a cliente. Agindo desta forma, ela se sentirá bem assistida pelo profissional, o resultado no cabelo será melhor e o profissional, consequentemente, ganhará mais dinheiro.



**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.



## Oil Reflections

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

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

\* resultados comprovados por testes científicos.

# NASCE UMA ESTRELA

28

*Não se deixe enganar pela aparência de **Julia Alves** (@julia\_alvesds), diretora de marketing da mundialmente famosa **Alfaparf Milano** no Brasil. Por trás desta juventude toda (aliada a doses cavalares de bom humor e ironia fina), se esconde uma chamada “alma antiga”, repleta de sabedoria, bom senso, força de trabalho, determinação e dedicação a produtos, pessoas e serviços. Não à toa se destaca como uma das grandes executivas da área de beleza do Brasil. Para conhecer seus planos, **HM** traz uma entrevista exclusiva. Acompanhe a seguir*



**HM** Você já passou por outras multinacionais de beleza. O que tem a dizer de mais positivo sobre o grupo ALFAPARF?

**JULIA ALVES** O Grupo Alfaparf nasceu com o DNA profissional. Este fato faz com que todos os desenvolvimentos sejam focados em soluções para os cabeleireiros. Como sou uma apaixonada por este segmento, me orgulho, pois sinto que aqui temos uma real colaboração entre as equipes técnicas, industriais e químicas, que traduzem de forma ágil as necessidades dos profissionais. Constantemente temos inovações chegando no mercado. Bons exemplos são as linhas Pigments (pigmentos versáteis, que podem ser aplicados nos mais diversos meios) e Cellula Madre (ampolas com células estaminais do argan, que mudam de textura e garantem um tratamento ultra rápido e resultados visíveis para os cabelos).

**HM** Brasil e Itália têm muito em comum no quesito sociabilidade. Isso facilita a sua gestão?

**JA** Muito! Temos uma forma de trabalho próxima, que em muitos aspectos gera velocidade para os projetos e inovações. O fato de podermos discutir diariamente com as diversas áreas de nossa matriz (laboratórios, educação, produção e etc) faz com que sejamos mais eficientes nos planos desenvolvidos para nossas filiais.

**HM** Em tempos de empoderamento feminino (ou ao menos marketing pró mulher), como você se sente comandando uma equipe que mistura gêneros?

**JA** Acredito que a igualdade é a base de tudo. Não existe desigualdade de gênero ou avaliação de pessoas neste sentido. Aqui avaliamos competências técnicas, ética e bom clima organizacional. Hoje temos uma equipe bem diversa, que trabalha de forma integrada. Me orgulho de ter uma equipe onde mulheres têm o mesmo protagonismo que seus colegas. Em 2019, vamos celebrar o empoderamento feminino por meio de nossa coleção PEOPLE, que destaca a ausência de padrões. Nesta coleção, a mulher é a nossa primeira inspiração, como a grande personagem desta época, que retrata força, autoconfiança e liberdade. Dentre os visuais, nós criamos o rose coral com uma mistura em homenagem ao rosa da marcha das mulheres, inspirados pelo movimento em defesa dos direitos femininos.

**dream big**



**HM** Ser mulher ajuda a comandar uma empresa que trabalha com beleza - já que a área tem mais tradição com o lado feminino?

**JA** Independentemente do gênero, para mim o importante é a sensibilidade para entender o negócio. Nos meus anos de caminhada, vi muitos homens experimentando os produtos e entendendo o real impacto dos mesmos nas vidas de cabeleireiros e consumidores. Como tive a oportunidade de ser gerente técnica por 3 anos, acredito que o uso diário de todas as categorias de produtos, me ajudou a construir uma percepção mais profunda acerca de sua eficácia junto ao profissional.

**HM** Quais são as principais mudanças que você promoveu desde que chegou na empresa? Em que pé elas estão?

**JA** Tinha o grande desafio de garantir a maior assertividade de nossos lançamentos no mercado local e organizar a área de educação, que havia sofrido algumas mudanças importantes no passado. Depois de reorganizar o formato de trabalho do departamento de marketing, orientando equipes dedicadas para cada marca, acredito que tivemos bastante sucesso nesta empreitada. Como resultado alcançamos 3 anos de lançamentos quase simultâneos com nossa matriz e alinhados à real necessidade do mercado brasileiro. No quesito educação, consolidamos dois

**believe in roots**



**like it hot**



novos núcleos de formadores de alta performance em SP e MG e reestruturamos a equipe do RJ, além de garantir treinamentos mais longos e profundos para a equipe de nossos distribuidores. Um dos grandes desafios da área de marketing é fazer realidade os projetos comerciais. Como sempre tive orientação para trabalhar em grupo, a sinergia entre marketing e comercial desde minha chegada, possibilitou a expansão de nossas marcas em novos canais, além de projetos inovadores, que seguem em desenvolvimento. Também reorganizamos nossos parceiros de comunicação, e em pouco tempo, conseguimos resultados expressivos, aumentando a notoriedade de nossas marcas e o engajamento das mesmas com consumidoras e profissionais.

**HM** Como caminha o seu planejamento para 2019?

**JA** Temos objetivos ambiciosos para a expansão das marcas Alfaparf Milano e Yellow, além da valorização de nossas imagens de marcas. Traremos lançamentos repletos de propósito, mas que também são extremamente comerciais. Seguindo os primeiros resultados do ano, estou segura de que continuaremos nossa consolidação nos salões de beleza por todo o país.

**HM** E para 2020 - já que temos a pesquisa de tendências de beleza e comportamento já pronta (vide WGSN)? Há produtos saindo do forno para testes?

**JA** Temos inovações interessantes sendo trabalhadas por nossos laboratórios. O que posso adiantar, é que como fomos pioneiros na customização da cor, os "All-Clusive Consumers" seguirão encontrando em Alfaparf uma infinidade de possibilidades de cores, para um look extremamente único e sem padrões.

**HM** Alfaparf deu um banho de loja em algumas linhas e expandiu produtos. Podemos esperar mais ações neste sentido?

**JA** Certamente! Falando do grupo, tivemos um belo resultado com o rebranding e reformulações da marca Yellow, e este foi só o início! Em 2019 podemos esperar novidades extremamente interessantes para os cabeleireiros e consumidoras finais. Com relação à Alfaparf Milano, seguiremos apostando na tendência de nossos produtos anti-poliuição e no eixo Semi di Lino - com distribuição EXCLUSIVA para os salões de beleza. Também teremos novidades no eixo masculino, que estará com um visual extremamente contemporâneo, moderno e com fórmulas de altíssima performance.





**HM Muitos salões estão abrindo áreas, espaços-irmãos ou atendimentos focados em bem-estar (rituais que incluem wellness como primordial). A Alfaparf está preparada para atingir esta demanda de produtos cruelty free, veganos, ecológicos, conscientes, com apelo de relaxamento e bem-estar?**

**JA** Sem dúvidas! No portfólio de tratamento de Alfaparf Milano, entregamos importantes respostas para estas demandas. Com a linha Precious Nature, respondemos à necessidade do mercado de linhas sem sulfatos, parabenos, parafinas, óleos minerais, corantes sintéticos e alergênicos. O lançamento da nova linha Semi di Lino apresentou para o mercado a ligação de bem-estar com o combate ao stress ambiental. Ao lançarmos o detoxifying mud, desenvolvemos serviços desintoxicantes, que além de tratarem os fios de acordo com a necessidade dos mesmos, eliminam delicadamente as impurezas dos cabelos e do couro cabeludo agredidos por substâncias poluentes. A tecnologia Urban Defense Pro é sem dúvida uma real inovação do mercado, que garante um escudo antipoluição essencial para a vida urbana que levamos hoje. Ainda para Semi di Lino, teremos uma extensão de linha no segundo semestre, que estará alinhada com a proposta de relaxamento e bem-estar. Além disso, temos uma grande orientação para o tema sustentabilidade em nosso grupo.

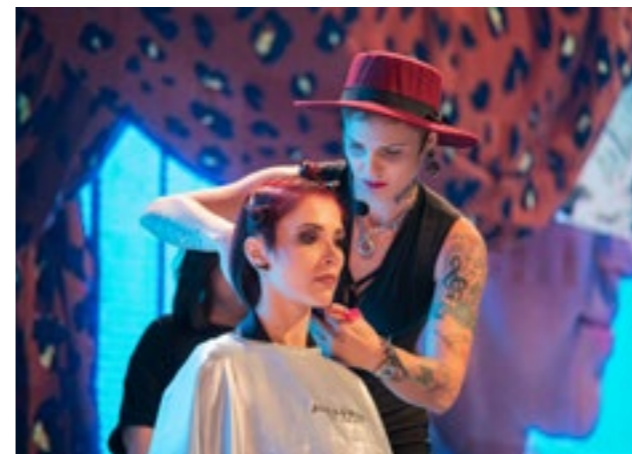
**HM Vocês foram linha de frente com produtos gourmand. Qual o foco de vocês agora?**

**JA** A linha Precious Nature, inspirada na tradicional e reconhecida gastronomia italiana, segue em plena expansão e no final do ano passado, contou com a chegada da linha Precious Nature No Ammonia. Seguindo a filosofia natural e de agressão mínima,

sua fórmula foi desenvolvida livre de amônia, PPD (parafenilenodiamina) e resorcinol, ativos que podem provocar alergias e irritação à pele. Já a nutrição e luminosidade estão presentes graças à inclusão de ingredientes naturais como o açúcar, que promove mais brilho e leite de arroz, que tem propriedades nutritivas. Com textura colorida e cremosa, os produtos possuem perfume convidativo e conforto para o couro cabeludo na hora da aplicação. Seguiremos focando neste pilar, que atende as necessidades do mercado e reforça nossas raízes italianas.

**HM Outras grandes empresas do setor têm apostado muito em ampliação de seus grupos de embaixadores, artistas e educadores. Vocês seguirão a tendência? Há tempos não vemos novos nomes chegando na marca...**

**JA** Como uma empresa que nasceu com o propósito de oferecer cosméticos PROFSSIONAIS, educação sempre foi um dos principais pilares da marca. Como prioridade, focamos no fortalecimento de nossa equipe fixa de educadores. Seguindo a tendência de mercado, buscamos adicionar novos talentos ao nosso time, por meio do concurso anual "Next Color Genhairation". Já no último ano, contamos com a chegada de novos artistas no grupo. Um exemplo é o estilista João Franco, que se conectou à Alfaparf após este evento. Outra grata surpresa foi o desenvolvimento de talentos femininos como Eva Ferreira e Adriana Medeiros. Em 2019 seguiremos o trabalho com nossos artistas atuais e novos nomes, que venham a surgir. Outro valor importante é a constante troca entre artistas nacionais e internacionais. Durante 2019 receberemos grandes nomes da Alfaparf Itália, enquanto faremos um intercâmbio com alguns de nossos artistas para países da América.



**HM Você pode falar algo sobre os próximos lançamentos?**

**JA** Teremos um 2019 cheio de novidades. Não posso abrir detalhes, mas estou certa que vamos atender as necessidades do mercado. Após vermos as tendências apresentadas pela Abihpec no setor profissional, ficamos seguros que estamos seguindo para um bom caminho. Dentre as novidades que atenderemos, temos as demandas de customização dos millenials, seguiremos combatendo os danos causados por poluição e radiação solar e traremos uma resposta ideal para os homens que cada vez mais cuidam de si e expressam sua individualidade.

**HM Julia por Julia. Quem é você hoje?**

**JA** Sou uma amante do mercado de beleza, que depois de tantos anos, sigo me emocionando com



a sutileza de trabalhos profissionais e o significado dos mesmos na vida das pessoas. Curiosa, estou em constante contato com as equipes de campo ou laboratório, em busca de novas soluções. Me sinto realizada por trabalhar numa indústria que permite vivenciarmos experiências como um primeiro corte de cabelo de uma criança, ou o penteado do dia de um casamento. Sou grata pelas escolas que tive e espero continuar contribuindo pelo desenvolvimento de Alfaparf e da indústria de beleza local.

**HM Quais os seus planos - na Alfaparf - para os próximos anos?**

**JA** Pretendo junto com a equipe local, consolidar nossa posição de grande player na coloração e desenvolver a categoria de tratamento, através da abertura de novos salões e novos canais de vendas.



**ETHEREAL  
PLASMA**

# A MARCA DA RECONSTRUÇÃO CAPILAR

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

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

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

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



Aplicação simples e rápida:

## 1 SINERGY COMPLEX

Massagem tônica

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



## 2 MOISTURIZING PREMIUM SHAMPOO

Lavar e Hidratar

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



## 3 MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER

Condicionar

Condicione os cabelos com WNF ETHEREAL PLASMA MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER.



## 4 THERMO SHIELD

Selagem e brilho  
Proteção térmica

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



100%  
NATURAL



DETOX • RECONSTRUÇÃO • HIDRATAÇÃO

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

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

Suporte técnico e comercial exclusivo

(11) 3060-8816



wnf.com.br

@etherealplasmaoficial



wnf.cuidadosnaturais

# LA VIE EN ROSE

*Quando se fala em coloração, será que o pink é o novo black? As surpreendentes respostas para esta pergunta você pode checar a partir de agora.*

**D**ez anos atrás, cabelo com tom fantasia era coisa de transgressor. Há cinco anos, de jovens e de fashionistas mais atirados. Mas, de um tempo para cá, uma cor do grupo das colorações exóticas parece estar ganhando novo status. O rosa vem, aos poucos, saindo do nicho e virando um opção viável para todo tipo de mulher. “Quando comecei a colorir cabelos com tons diferentes dos clássicos, isso em 2014, quem procurava esse serviço era um público alternativo”, me contou recentemente a cabeleireira e colorista Isabella Carolina (@dear\_bella), do Circus Hair (@circushair), salão que ganhou fama pela pegada ousada que propõe para cortes e colorações. “Hoje, a procura pelo cabelo rosa aumentou muito. Advogadas, médicas, mulheres de todas as áreas e idades estão deixando o receio de lado e experimentando a cor.”

O cabeleireiro Ricardo dos Anjos (@ricardodosanjos), do House of Beauty (@salaohouseofbeauty), concorda. “O rosa deixou de ser uma escolha de garotas em busca de novidades e entrou para o portfólio usual”, explica o expert. “Hoje, até mulheres clássicas optam pelo tom. Talvez por ele ser mais feminino, mais delicado, tenha perdido a conotação de rebeldia e esteja gerando maior identificação...”

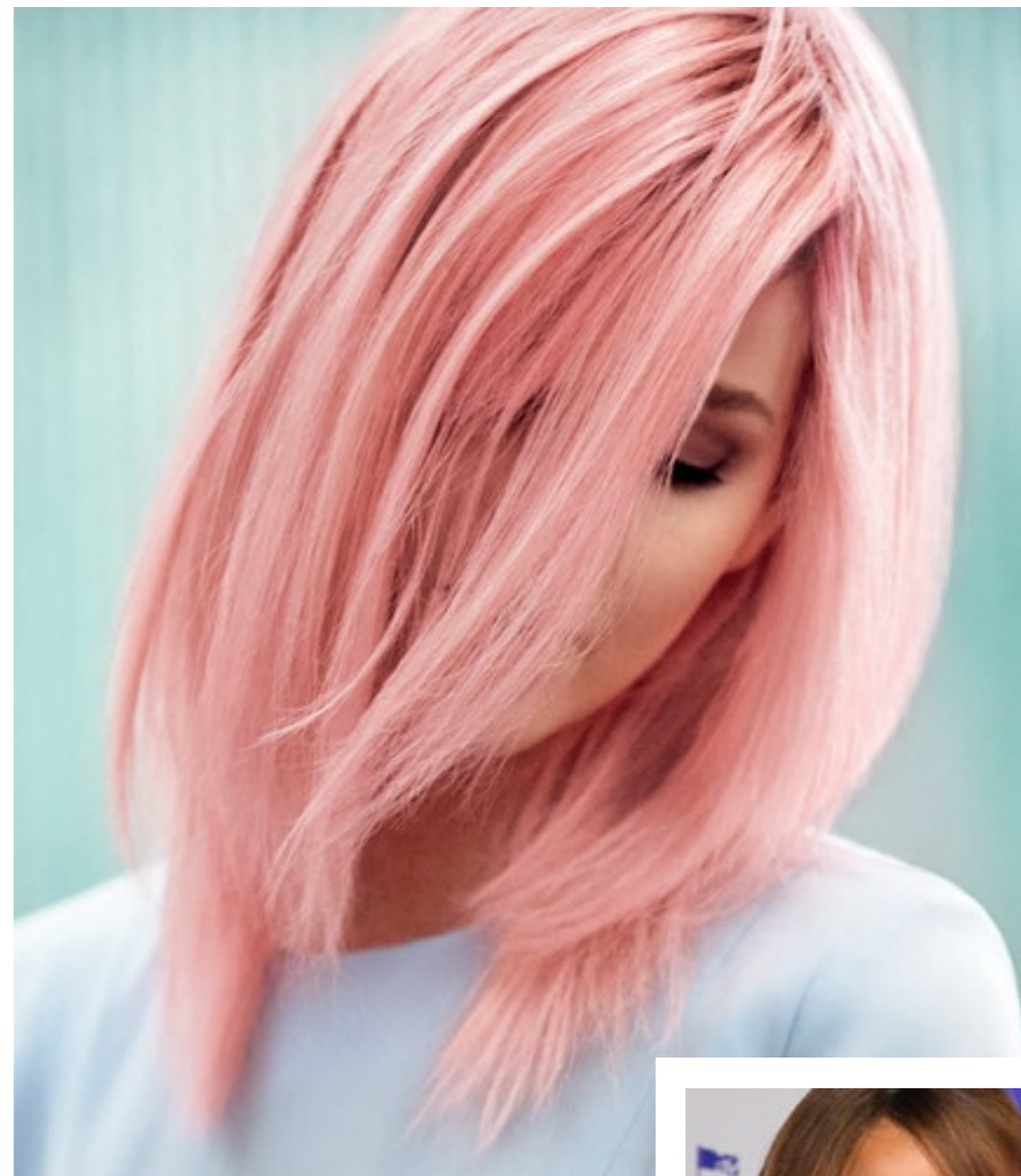
Diego Américo (@diegoamerico), do Amuse Studio (@amuse\_studio), vai além. “Quando o tom é menos pink e mais suave, ganha até um viés sexy!”, defendeu o cabeleireiro e maquiador quando trocamos ideias sobre o assunto. “Os rosas, em especial os mais delicados, vieram para ficar, assim como as variações próximas, caso do peach hair.” Ana Claudia Rizzo, colorista do mesmo salão, avalia que a evolução das cores fantasia →



© GUSTAVO ARRAS

## MARIA CECÍLIA PRADO

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



Rosa no cabelo inteiro, mas de forma trabalhada – com algumas mechas mais claras e raiz mais escura de fundo – é a proposta da **Keune**. A atriz **Vanessa Morgan** prefere investir no castanho com mechas rosas.

© DIVULGAÇÃO KEUNE E SHUTTERSTOCK



**KEUNE** Color Craving Pink Flush, (11) 3086 8181, @keunebrasil e **L'ORÉAL PROFESSIONNEL** #colorfulhair Coloration Directe, 0800 7017237, @lorealpro

– que agora estão mais sofisticadas e permitem uma variedade maior de resultados –, ajudou a deixar o rosa mais acessível. “A nuance pode funcionar como um subtom, dando uma graça a mais para cabelos loiros, castanhos e até ruivos, e isso faz o look sair do óbvio sem, obrigatoriamente, cair em um visual muito chamativo.” O que não impede, é claro, de essa tonalidade aparecer de forma mais evidente, seja em mechas, seja como uma cor sólida em todo o cabelo.

Cabeleireiros e coloristas citam ainda um outro motivo para as colorações rosadas continuarem ganhando adeptas. “Elas desbotam bonito”, explica Isabella Carolina. Azuis tendem a ficar esverdeados e o roxo deixa o cabelo acinzentado conforme acontece o desbotamento. “Já o pink vai se tornando chiclete, depois rosa lavado, depois loiro rosado... E em momento nenhum ganha aspecto de mal cuidado.”

**FRESCOR, BELEZA E FANTASIA**

Vale acrescentar mais algumas razões para o rosa vir ganhando terreno. É uma cor que embeleza, que suaviza a expressão e traz um ar tanto de romance como de saúde para o visual – e quem não quer se sentir assim? Funciona como porta de entrada para o universo lúdico das colorações fantasia: por ser pouco agressivo, torna-se mais convidativo. E tem uma conexão com duas correntes de comportamento e de consumo que vêm influenciando a moda e a beleza nos últimos anos. A primeira é aquela que valoriza a individualidade, o estilo próprio – e trazer um reflexo diferente para o cabelo pode garantir esse toque único que muita gente anda buscando. A segunda é a relacionada ao boom recente da estética oriental. A

inspiração que vem da Coreia e do Japão atinge não só as fórmulas e os packagings dos cosméticos, mas também o visual – e os cabelos coloridos dos grupos de K-Pop com certeza têm sua parcela de responsabilidade na valorização recente do pink hair.

**COLORIR ESTÁ MAIS FÁCIL**

De encontro ao desejo pelo rosa, a indústria vem lançando mais e mais produtos para obter o tom. Colorações semipermanentes, além de cosméticos para diluir e modificar a cor – e, assim, aumentar a paleta de tons rosados – vêm sendo lançados em sequência, tornando o pink hair mais acessível. E para quem ainda está receosa de colorir por um período relativamente longo (de algumas semanas, enquanto o pigmento não sai), há a alternativa das maquiagens capilares, removidas com a lavagem. Na forma de spray ou de giz para cabelo, são ideais para quem está doida para experimentar – mas de uma forma controlada, para sentir primeiro o efeito e só então partir para uma mudança mais duradoura.

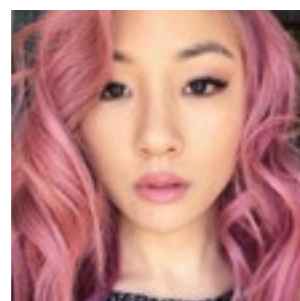
É importante lembrar que quem quer um rosa claro e radiante e não veio loira de fábrica vai precisar, sim, fazer uma descoloração prévia. E dizer que, para aumentar a durabilidade do resultado, os cuidados continuam iguaizinhos a aqueles exigidos pelas colorações tradicionais. Usar xampu para manutenção da cor, evitar lavar todos os dias e, ao menos uma vez por semana, investir em uma máscara para restaurar o dano provocado pela descoloração é imprescindível. Dessa maneira, o rosa pode chegar a um mês ou até um pouco mais de vida, tornando os retoques entre uma coloração e outra mais espaçados. **HM**

**NO INSTAGRAM**

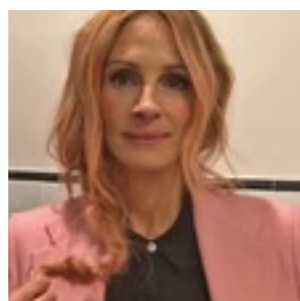
As atrizes Maisie Williams, Constance Wu e Julia Roberts e a empresária e influencer Doe Deree mostram seus pink looks.



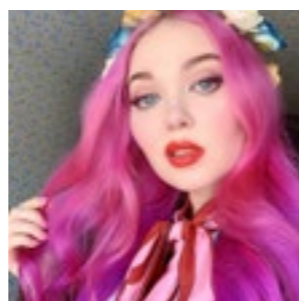
@MAISIE\_WILLIAMS



@CONSTANCEWU



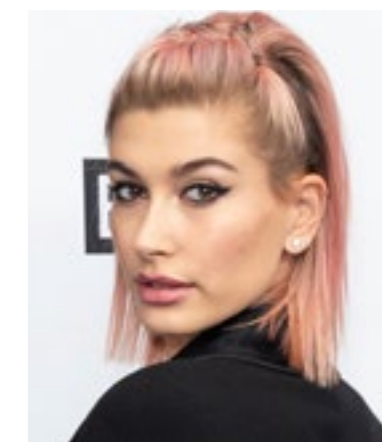
@JULIAROBERTS



@DOEDEERE



A veterana **Helen Mirren** foi precursora e mostrou, anos atrás, que o rosa vale para qualquer idade. **Hailey Baldwin**, modelo e influenciadora, é apenas uma das celebs que aderiram recentemente ao pink power.



**WELLA** Color Fresh Create High Magenta e Nu-Dist Pink, 0800 7019276, @wellaprobr

Mechas pink em fundo loiro: visual criado pelo cabeleireiro **Romeu Felipe** para o lançamento de Color Fresh, da **Wella**. **©** DIVULGAÇÃO WELLA / LUIZA FERRAZ



**KÉRASTASE PARIS** Reflection Fondant Chromatique Soin Multi-protecteur, 0800 7017237, @KerastaseBrasil

**YELLOW** Chromatic Explosion Pastels, 0800 0212652, @yeprofessional



**SCHWARZKOPF PROFESSIONAL** Pink Wash Bold Color Wash, 0800 7042334, @schwarzkopfbpr



**L'ORÉAL PROFESSIONNEL** Vitamino Color Soft Cleanser, 0800 7017237, @lorealpro



**GOLDWELL** Kerashape Color Protective Blow-dry Spray, sac@tbpcosmeticos.com.br @goldwellbrasil e **MAB MARCO ANTÔNIO DE BIAGGI** Color Shield Shampoo sem Sal, 0800 7776776, @mabhaircosmetics



**QUEM DISSE, BERENICE?** Para Cada Humor, Uma Cor Giz para Cabelo Rosatitude, 0800 7266482, @quemdisseberenice

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](http://www.americancrew.com)  
Um grupo de marcas profissionais.   /americancrewbrasil

SEJA UM DISTRIBUIDOR AMERICAN CREW



Foto: MARIO RODRIGUES

## LUXO É COMER BEM: BENVENUTI A LA MACCA!

Eu sou apaixonada pela cultura italiana! Grande parte dessa admiração foi influência direta da minha nonna Regina Siviero Rovella que me ensinou tudo sobre a história e as delícias do país. A gastronomia sempre foi um capítulo à parte. Todo descendente de italianos sabe a importância que uma refeição em família. Para viver esses momentos fora de casa, aqui vai uma indicação: o La Macca, meu restaurante italiano predileto em São Paulo. Toda vez que eu quero relembrar nossos almoços de família, é para lá que eu vou. Localizado na Rua Haddock Lobo, 1589, bairro Jardins, bem pertinho do meu escritório, a casa oferece massas frescas, risotos, gelatos e aos domingos, à noite, as melhores pizzas da cidade. Sem contar a adega no piso superior!!! É imperdível!!! Mais um detalhe importante: se a sua marca ou o seu salão desejam fazer um evento, a área superior também funciona como locação. Já tivemos até oficina de massas por lá quando uma marca italiana de cosméticos quis surpreender seus convidados.



Olá amados, como o tempo passa rápido! Esse já é o nosso terceiro encontro. Estou muito feliz com os comentários e mensagens que tenho recebido de vocês. Continuem a me escrever - adoro saber a opinião de todos. É sempre uma delícia esse intercâmbio de ideias e informações. Aqui seguem meu email: [marta@rovellaschultz.com.br](mailto:marta@rovellaschultz.com.br) e meu instagram @martarovella.guardo o contato!!!  
**MARTA ROVELLA SCHULTZ**



## LUXO É BUSCAR PRODUTOS EXCLUSIVOS: JOALHEIRA CONTEMPORÂNEA AUTORAL

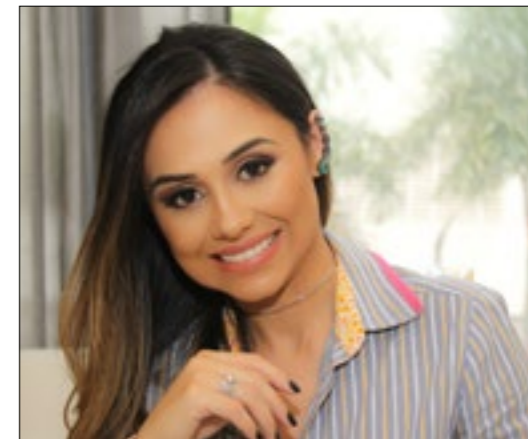
Se tem uma coisa que amo nessa vida é descobrir novidades no mundo da arte e da moda. Fiquei muito feliz quando conheci o Collect Brazilian Jewelry, um grupo de designers de joias autorais que se reúnem de tempos em tempos para apresentar suas peças em exposições ao redor do mundo. Entre as cidades que já receberam o grupo, destacam-se Dubai, Paris e Viena. A próxima edição acontece em Nova York, em abril, e empoderamento feminino foi o tema escolhido pelos organizadores. Mais atual impossível!!! A peça abaixo é da Dorine Botana, organizadora e também uma das expositoras, e foi apresentada no ano passado, durante a exposição no Carrousel du Louvre, em Paris.



## LUXO É USAR O QUE SE GOSTA: BACK TO THE 90'

Moda é uma das minhas grandes paixões e quando conheci a empresa dinamarquesa Hummel foi amor à primeira vista! A marca tem roupas esportivas e outras mais focadas no lifestyle. A novidade (que acabou de chegar por aqui) já está fazendo o maior sucesso e segue duas grandes tendências: os anos 90 e genderless. Meu item objeto do desejo é o tênis que representa no colorido do neon toda a vibe alegre da época que voltou com tudo! Além de peças incríveis, a Hummel também é uma marca que apoia vários projetos sociais ligados ao esporte. É incrível quando a moda e a preocupação com o outro andam lado a lado! No Carnaval deste ano, os abadás do camarote mais baphônico do Sambódromo, em São Paulo, o Bamba, foram confeccionados pela Hummel!

Foto: DIVULGAÇÃO



## LUXO É CUIDAR DA BELEZA: SEGREDINHOS DA PELE LINDA

Eu adoro cuidar da pele e acho importantíssimo estabelecer uma rotina de skincare desde cedo. Uma das marcas que não podem faltar na minha penteadeira é a Mezzo Dermocosméticos. Conversei com a Dra. Joyce Rodrigues, diretora científica da empresa, para descobrir alguns segredinhos que divido abaixo com vocês (fica a dica para vocês indicarem produtos para suas clientes top):

### Quando devemos começar a rotina de cuidados com a pele?

**JR** A pele deve ser cuidada sempre mas, a partir dos 25 anos, a atenção deve ser intensificada. Assim é mais fácil retardar, por exemplo, o aparecimento de manchas, rugas e linhas de expressão e manter um aspecto jovial evitando chegar aos 40 e ter de recorrer a tratamentos mais agressivos ou até cirurgias.

### Como prevenir o aparecimento de linhas de expressão, rugas e manchas?


**JR** Sabemos que a prevenção é o melhor tratamento. Pesquisas recentes apontam que estamos envelhecendo mais cedo devido à má alimentação e fatores externos como poluição ambiental, oxidação digital e falta da ingestão de água. Por isso procure sempre produtos com atuação eficaz tanto na prevenção como no tratamento contra o fotoenvelhecimento. É importante também aplicar uma linha com Vitamina C para a renovação da pele, preenchimento, clareamento e rejuvenescimento.


# enzz


COSMETICS



HAIR  
enzimage  
SYSTEM

 Enzz Cosmetics

 @enzzcosmetics

 Enzz Cosmetics - Brasil

(11) 2615-7182

Seja um distribuidor



[www.enzzcosmetics.com.br](http://www.enzzcosmetics.com.br)

# LONG HAIR

*Para atender uma das maiores demandas do salão, que é fazer o cabelo crescer mais rápido, marcas e cabeleireiros estão revendo suas estratégias para resolver o problema na raiz, literalmente. Isso explica a chegada de produtos desenhados para atender as necessidades específicas do couro cabeludo e a nova postura dos profissionais, de fazer um bom diagnóstico antes de iniciar o tratamento e indicar o cuidado home care*

SHÂMIA SALEM (@SHAMIASALEM)

SHUTTERSTOCK E DIVULGAÇÃO





“

**90% do cabelo é proteína, por isso é que uma cliente vegetariana ou que faz uma dieta hipoprotéica pode precisar de suplementos para garantir que seu cabelo cresça no ritmo esperado, que é de cerca de 1 milímetro a cada três dias, o que dá mais ou menos 1 centímetro por mês e 12 por ano”**

**ALBERTO CORDEIRO**, DERMATOLOGISTA DE SÃO PAULO, ESPECIALISTA EM COSMIATRIA, TRICOLOGIA E LASER

**T**anto quanto amar cabelo longo, mesmo quando corta ele curtinho, a Joãozinho, a brasileira enxerga o crescimento dos fios como um sinal de saúde, de que está tudo bem com seu couro cabeludo”, conta o cabeleireiro Eron Araújo (@eronaraujo), de São Paulo. A visão está certíssima. “O organismo entende que o cabelo não é fundamental para a nossa sobrevivência. Por isso é que diante de qualquer alteração hormonal ou no aporte de calorias, vitaminas ou proteínas, o corpo garante que órgãos vitais, como coração e cérebro, recebam toda a energia, nutrientes e demais substâncias disponíveis ao invés de dividi-las com o bulbo capilar”, esclarece o dermatologista Alberto Cordeiro, de São Paulo, especialista em tricologia e cosmiatria.

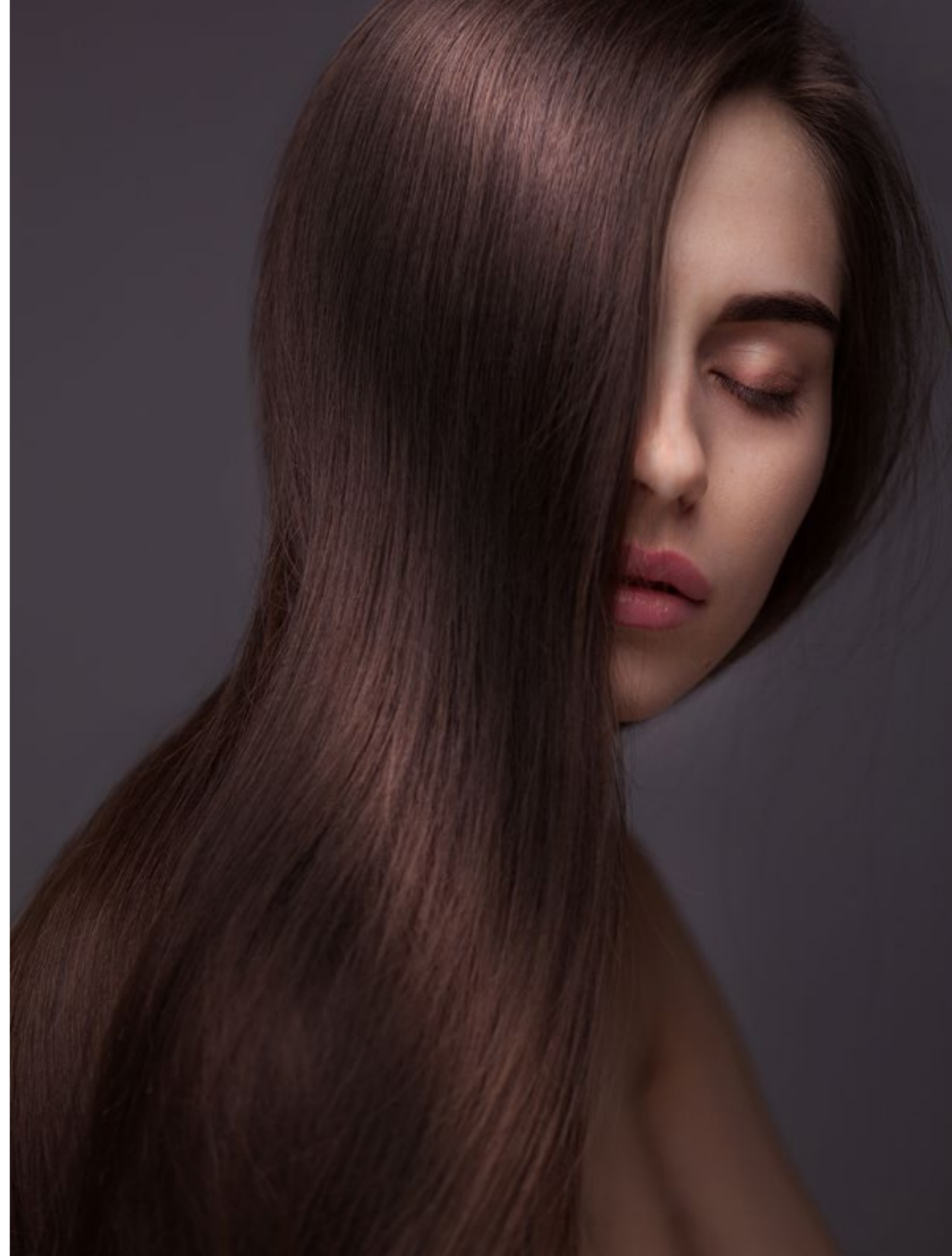
Entender esse processo tem ajudado muitos cabeleireiros a entenderem que não é perda de tempo sentar para conversar com a cliente antes de mandá-la para o lavatório. “O crescimento do cabelo não está relacionado apenas à saúde capilar, mas também à saúde interna. Por isso é que bato um bom papo para descobrir como anda a alimentação, quais produtos a pessoa usa, analiso o estado dos fios e do couro cabeludo”, descreve a cabeleireira e cosmetóloga Cris Dios (@crisdioslaces), do Laces and Hair (@lacesandhair), em São Paulo. Eron Araújo segue pelo mesmo caminho. “Geralmente é o cabeleireiro quem faz o primeiro diagnóstico de dificuldade de crescimento, e também se certifica de que ele não está sendo confundido com queda ou quebra, o que é muito comum acontecer. Diante de tal responsabilidade, nada

mais ético do que conversar francamente para descobrir as químicas que a mulher tem usado, principalmente em casa, se ela está grávida, com o emocional abalado, fazendo alguma dieta radical ou reposição de hormônios, por exemplo. Esse tipo de informação não só me ajuda a decidir pelo melhor tratamento e indicação de produtos para home care como me deixa alerta para o fato de que meu trabalho pode ser em vão porque o caso é mais sério e precisa de auxílio médico”, diz o expert. “Estratégia acertada, já que se a cliente não tiver uma boa qualidade de vida, o que inclui se alimentar de maneira equilibrada, respeitar as horas de sono, controlar o estresse, se exercitar e tratar doenças que podem impactar na saúde do cabelo, como o hipotireoidismo, que enfraquece os fios, nem o melhor dos produtos vai fazer efeito”, afirma o tricologista Alberto Cordeiro.

#### **DIRETO AO PONTO**

Segundo o médico, por mais que as linhas com apelo de estimular o crescimento capilar ofereçam xampu, condicionador e máscara, é essencial que o combo também traga algo para se aplicado no couro cabeludo. Afinal, é ali que está a raiz do problema, literalmente.

Regra geral, esses cosméticos favorecem a vasodilatação local, melhoram a oferta de vitaminas, minerais e proteínas e eliminam resíduos de oleosidade e impurezas para o bulbo capilar respirar e garantir o equilíbrio do microbioma, que é o conjunto de bactérias e outros micro-organismos que habitam o couro cabeludo. “A massagem manual também é muito bem-vinda, já que estimula a circulação e favorece a ação dos ativos depositados”, complementa Cris Dios.



**SÉRUM EXTENTIONISTE RESISTANCE, KÉRASTASE.**

Propõe criar condições ideais para o cabelo crescer até 4 cm em três meses, o que inclui fortalecer o comprimento e reparar as pontas duplas usando creatina e ceramidas. Mas, para isso, é preciso usar o sérum junto com os outros três produtos da linha - Shampoo, Condicionador e Máscara.



50



**TÔNICO NANO HAIR TERAPIA CAPILAR, EXTRATOS DA TERRA.**

À base de aminoácidos, vitaminas do complexo B e proteínas nanoencapsuladas, que não só estimulam o crescimento do fio como fazem com que ele não se desprenda facilmente do couro cabeludo. A recomendação é que esse produto seja aplicado depois do Shampoo Fortalecedor e do Condicionador, que fortalecem a fibra capilar, e antes do Tônico Antiqueda, que atua no comprimento, fortalecendo as partes enfraquecidas.



**LOÇÃO ANTIQUEDA REVITRAT EFFLUVIUM, DERMAGE.**

Aposta na clássica biotina para reestabelecer o equilíbrio do metabolismo e do ciclo capilar, otimizando e prolongando a fase de crescimento dos fios. A loção pode ser usada sozinha no couro cabeludo ou associada a tratamentos com LED.

STEPHEN  
**KNOLL**  
NEW YORK



**COLOR REPAIR**

VALORIZANDO SUA ARTE POR MAIS TEMPO

A linha Color Repair da SKNY reúne em sua fórmula exclusiva aminoácidos, ácido hialurônico e extrato de oliva, para evitar a oxidação natural e proteger os fios de suas clientes, preservando o tom vibrante que você criou, até o próximo retoque.



TÉCNOLOGIA JAPONESA VALORIZANDO A BELEZA DA MULHER BRASILEIRA

@skny\_bra

/sknybrasil

www.skny.com.br

**TÔNICO BIOSCALP, BIOZENTHI.** Indicado nos casos em que a caspa e a oleosidade dificultam o crescimento dos fios, promove a abertura dos folículos obstruídos pela descamação e pelo excesso de sebo com a combinação de antioxidantes (como a vitamina E), octopyrox (anticateriano e fungicida) e própolis (que controla as glândulas sebáceas).



**GREEN WATER DE GOIABA, SIMPLE ORGANIC.** A marca orgânica e vegana é outra que aposta na saúde do couro cabeludo como forma de estimular o crescimento dos fios. Daí a fórmula ser rica em adstringentes e antioxidantes, entre eles as vitaminas A, B e C.

52



**CAP TONIC, BUONA VITA.** Combina dois fatores de crescimento: o vascular, que facilita a nutrição do folículo piloso e o surgimento de novos vasos; e insulínico, que fortalece o cabelo ao mesmo tempo em que estimula os folículos a produzirem fios mais densos e fortes. Tem ainda extrato de alcaçuz, um potente promotor do crescimento capilar, e de bardana, que facilita a circulação nos capilares sanguíneos, melhorando a nutrição e estimulando o metabolismo do couro cabeludo.

**LOÇÃO FORTIFICANTE COM FATORES DE CRESCIMENTO, PHARMAPELE.** O silício também entra na formulação para acelerar o crescimento de novos fios e combater a queda do cabelo que está fraco e danificado – para trata-los, o produto traz ainda pantenol, com ação hidratante, e carbocisteína, que reforça e regenera da estrutura interna da fibra capilar.



JOICO

A COLORAÇÃO  
QUE RECONSTRÓI  
ENQUANTO COLORE.  
TÃO FÁCIL COMO 1,2,3:  
Consultar, formular e aplicar.

**COR + FORÇA + NUTRIÇÃO**  
A PRIMEIRA COM A TECNOLOGIA ARGIPLEX  
COLORAÇÃO E TONALIZANTE LÍQUIDO.



**Inovação:**  
Tonalizante líquido.

Disponível nos melhores salões de beleza do Brasil.

**TÔNICO CAPILAR NASCE CABELO, G.HAIR COSMÉTICOS.** Usa óleos de frutas, de semente de abóbora, de melaleuca e copaíba para estimular o equilíbrio microbiológico do couro cabeludo e combater problemas que podem prejudicar o crescimento dos fios, como caspa e oleosidade excessiva.



**SÉRUM SALON OPUS S.O.S CAFÉ, CLESS COSMÉTICOS.** Usa biomassa de café para aumentar a circulação sanguínea no couro cabeludo e a entrada de nutrientes no bulbo capilar, fazendo o cabelo crescer com mais rapidez e mais força. E, para evitar a quebra no comprimento, traz ainda d-pantenol e óleo de rícino, que formam um filme hidratante e fortalecedor ao redor do fio.

54



**NIGHT DENSITY RESCUE, NIOXIN.** Garante resultados em 90 dias, já que a mistura de antioxidantes com biotina e gengibre desobstruem os poros do couro cabeludo, liberando a passagem do fio para o crescimento saudável.

**TEA TREE SCALP CARE ANTI-THINNING TONIC, PAUL MITCHELL.** É um leave-in estimulador do couro cabeludo, que promete fazer o cabelo crescer mais, mais cheio e mais grosso. Daí ser indicado principalmente para quem sofre com afinamento e queda capilar.



**HEALING NOURISH STIMULATING HAIR TREATMENT, L'ANZA.** Ideal para cabelos ralos, o spray deve ser borrifado no couro cabeludo para que seus ativos botânicos aumentem a circulação local e prolonguem a fase anágena, de crescimento.



## 3D INSTANT FULLNESS

Shampoo a seco que dobra o volume dos fios em segundos, além de reduzir a oleosidade do couro cabeludo ao longo do dia.

#EuUsoNIOXIN



**MÁSCARA HAIR GROWTH TREATMENT, LEE STAFFORD.** O mesmo complexo de proteínas que promete ajudar o cabelo a crescer mais rápido ao estimular o metabolismo das células do bulbo capilar e incentivar o fluxo de sangue para a raiz, também melhora a saúde dos folículos, aumentando a capacidade dos fios se manterem no couro cabeludo, reduzindo a queda. Mas, atenção: para tudo isso acontecer, é preciso que a máscara seja aplicada também no couro cabeludo.



**RECREXINA, LUPIN.** Ativa as células-tronco presentes nos folículos pilosos, que são cruciais para o crescimento do cabelo, e potencializa a formação de queratina, dando força aos fios e reduzindo a atividade da enzima 5 $\alpha$ -redutase, relacionada à queda. Estudos feitos pela marca apontaram o crescimento de até 6.300 novos fios em quatro meses de uso do produto, que é encontrado em diferentes apresentações, específicas para homens e mulheres, e de acordo com o grau de rarefação do cabelo (inicial, moderada e avançada).



**TÔNICO CAPILAR NUTRI SCALP LCS, LACES AND HAIR.** Age da raiz às pontas, reduzindo a queda e estimulando o crescimento saudável do cabelo, que ainda fica mais espesso e volumoso. Para tanto, o produto, que levou um ano e meio para ser desenvolvido pela cosmétologa Cris Dios, reúne vitaminas (K1, C, B1, A e B6), minerais (ferro, fósforo e zinco), proteínas, niacinamida, adenosine e arginina, fundamentais na formação do cabelo e na manutenção de sua densidade.



**TÔNICO DYNAMIC, LOWELL COSMÉTICOS.** Enriquecido com biotina e pró vitamina B5, que nutre os folículos sem causar irritabilidade no couro cabeludo, o tônico atua na redução da queda capilar ao mesmo tempo em que favorece seu crescimento rápido e saudável. Segundo a empresa, essa ação é potencializada em até três vezes e o cabelo aumenta até 4 cm por mês se o tratamento incluir a ingestão do complexo multivitamínico Lowell Caps.

**#OndeEncontrar**

ALFAPARF MILANO 0800-0212652, [www.alfaparf milano.com/pt-br](http://www.alfaparf milano.com/pt-br), @alfaparf milano brasil  
 AMÁVIA (71) 3289-5302, [www.amavia.com.br](http://www.amavia.com.br), @amaviacosmeticosoficial  
 BIOZENTHI (48) 4102-3322, [www.biozenth.com.br](http://www.biozenth.com.br), @biozenth  
 DERMAGE 0800-0241064, [www.dermage.com.br](http://www.dermage.com.br), @dermagebrasil  
 K.PRO PROFESSIONAL (11) 3842-3931, [www.kpro.com.br](http://www.kpro.com.br), @kpro\_oficial  
 LEE STAFFORD 0800-7733450, [www.leestafford.com.br](http://www.leestafford.com.br)  
 LOLA COSMETICS (21) 97005-9241, [www.lolacosmetics.com.br](http://www.lolacosmetics.com.br), @lolacosmetics  
 MEDITERRANI PROFESSIONAL [www.mediterrani.com.br](http://www.mediterrani.com.br), @mediterrani profissional  
 NATUM PROFESSIONAL (32) 3741-1773, [www.natumcosmetics.com.br](http://www.natumcosmetics.com.br), @natumcosmeticosprofissional  
 NATUMAXX PROFESSIONAL (21) 3760-7072, [www.natumaxx.com.br](http://www.natumaxx.com.br), @natumaxx cosmetics  
 O BOTICARIO 0800-413011, [www.boticario.com.br](http://www.boticario.com.br), @oboticario  
 PHYTOERVAS 0800-117707, [www.phytoervas.com.br](http://www.phytoervas.com.br), @phytoervasoficial  
 SCHWARZKOPF 0800-7042334, [www.schwarzkopf-professional.com.br](http://www.schwarzkopf-professional.com.br), @schwarzkopfbr  
 TRUSS (17) 3808-9900, [www.trussprofessional.com](http://www.trussprofessional.com), @truss hair

**YELLOW STYLE**

*Cabelos sempre incríveis com estilo e energia!*

Máxima personalização do estilo e um look perfeito durante 8 horas, cuidando dos cabelos 24 horas por dia. Com **Café Verde**, que ajuda a proteger os cabelos da desidratação, evitando o seu enfraquecimento.

**WE ITALIAN STYLE**

**ALFAPARF GROUP**

# BRUNO, O ASTUTO

*O hair stylist e embaixador da Wella Bruno Lotufo, carinhosamente chamado de menino-prodígio pelos amigos de profissão, tem uma carreira sólida, construída com muito estudo, criatividade e bom humor (cá entre nós, uma de suas muitas marcas registradas). Não à toa, aos 34 anos, é um dos destaques de sua geração*

📄 KARINA HOLLO (@KARINAHOLLO)

📷 DIVULGAÇÃO



Quando estava para se formar no curso de Fisioterapia, Bruno Lotufo (@lotufo) conheceu Juliana, sua esposa. O romance engatou e logo de cara ele começou a trabalhar com reflexoterapia no salão da mãe da então namorada, Elza Rangel, em Niterói, no Rio de Janeiro. Era o ano de 2005. E começava uma mudança de rumo que definiria a carreira profissional desse hair stylist sensação. Vem conhecer mais sua história de sucesso.

#### ASSISTENTE DA SOGRA

“A história da reflexoterapia não deu muito certo, mas como já estava no salão, resolvi ver se eu gostava de lidar com cabelo”, lembra. Ele se tornou assistente da sogra e começou a fazer cursos de terapia capilar, de tricologia... “Quando tive que escovar um cabelo, senti que entrei na profissão definitivamente. Fiz o curso básico do Senac, em 2006, para ter uma base sólida.” Com a sogra, sua experiência foi toda com alisamento. “Aí, em 2008, ganhei o campeonato da Wella em alisamento. Meu conhecimento nessa área deu um salto. Foi o que eu aprendi a fazer primeiro, paralelamente a cortes e coloração. Na época, morria de medo de mechas”, brinca.

#### IMERSÃO EM LONDRES

Em 2009, já casado, ele e Juliana foram morar em Londres. “Lá aconteceu uma mudança absurda na minha cabeça em relação à profissão.” Na Inglaterra, todos os seus empregos foram em salão: primeiro em um de brasileiros, depois em outro de cortes rápidos e masculinos. Até que dominou a língua e passou na seleção para o novo espaço do badalado hairstylist Rossano Ferretti, com vários salões pelo mundo. Foi para a Itália e Sérvia e por um mês treinou técnicas de corte. “Foi então que desenvolvi a mentalidade de volume, de cacho, de respeitar o cabelo natural, sem querer mudar a forma dele. Atendi gente de muita grana, desenvolvi um lado mais apurado de lidar com esse público e gostei muito. Parei de alisar e tive uma melhor visão de como cuidar do cabelo para ele ser mais saudável, mais bonito e elegante, sem mega-transformações que danificam o fio.”

“Instagram, hoje, é meu maior ponto de divulgação. Uso desde que morava em Londres. Procuro investir com boas fotos, cabelos diferenciados”

#### DE VOLTA AO BRASIL

Em 2013, ele voltou para o Brasil e para o salão da sogra, só que desta vez, atendendo as próprias clientes. “Já tinha toda liberdade de comprar meus produtos, ter meus funcionários... Fiquei um ano e pouco até perceber que minha agenda já estava bastante movimentada. Abri meu primeiro salão em Niterói, na rua Moreira César, com sete cadeiras e três lavatórios.” Em poucos meses, o espaço já estava apertado. Bruno tinha 10 assistentes, colocou mais duas cadeiras e mais um lavatório. Em dois anos, precisou ampliar e foi para um novo espaço na rua Tavares de Macedo, onde está atualmente. São 30 cadeiras, 13 lavatórios, três andares, plano de carreira para os funcionários. “A gente desenvolve estes profissionais para que tenham a oportunidade de crescer dentro do salão”, conta.

#### EXPERT EM LOIRAS E MORENAS ILUMINADAS

“Depois que voltei para o Brasil, eu já tinha parado de alisar cabelos. Minha especialidade passou a ser o corte, com técnica que desenvolvi em Londres com Rossano Ferreti. Fui atrás dos melhores profissionais de coloração para aprender de fato a fazer mechas e hoje elas se tornaram minha expertise. Tanto loiro quanto morenas iluminadas. O foco é o cabelo saudável. Eu procuro sempre fazer 2 a 3 tons acima do natural, deixando o cabelo sofisticado.”





62

## CORTE RÁPIDO

### HM Qual a tendência para 2019?

**BL** Para corte, neste verão, estamos fazendo de médio a curto. Do bob até long bob. As pessoas estão se dando esta liberdade! As cores fantasia estão muito fortes. Acredito que as pessoas ainda vão brincar muito com as cores do cabelo. Mas são indicadas para cabelo saudável, porque ele vai ter que ser descolorido para a aplicação delas.

### HM Qual seu ponto forte?

**BL** São as loiras saudáveis. Eu sempre recomendo loiro para loiras. As morenas, prefiro deixar mais iluminadas, com o cabelo mais quente. Assim evito o ressecamento dos fios.

### HM Instagram é um vício?

**BL** Instagram, hoje, é meu maior ponto de divulgação. Uso desde que morava em Londres. Procuo investir com boas fotos, cabelos diferenciados. Hoje quando vejo algo diferente, procuro me inspirar para criar algo novo. A essência da profissão é sempre evoluir.

### HM Melhor viagem

**BL** Uma das viagens recentes que mais gostei foi para a Colômbia. Passei 5 dias e dei 3 cursos lá. Dois em Medellin e um na capital. Foi sensacional! Uma experiência em outro país que me abriu portas. Muito legal ver profissionais de outro país que querem absorver conhecimento com você. Isso é muito gratificante. Tive uma recepção incrível, fiquei maravilhado. A próxima viagem vai ser de férias, para Orlando. Mas como a gente não consegue ficar parado, já estamos organizando cursos por lá e em Miami também. Também estamos organizando um curso em Lisboa e Londres.

### HM Sempre na playlist

**BL** Gosto de música evangélica, americana e nacional. Eu escuto e fico mais próximo de Deus. Um ritmo brasileiro que escuto, até por ser do interior de São Paulo, é o sertanejo, mas acabo ouvindo menos.

### HM 3 palavras que o definem

**BL** Esforçado, trabalhador e determinado. Este é o segredo. Tenho muitos planos para onde quero chegar e eu vou chegar lá!

HM

“Desenvolvi a mentalidade de volume, de cacho, de respeitar o cabelo natural, sem querer mudar a forma dele. Parei de alisar e tive uma melhor visão de como cuidar do cabelo para ele ser mais saudável, mais bonito e elegante, sem megatransformações que danificam o fio”



63



# COMPLEXO ANTI EMBORRACHAMENTO



# PÓDESCOLORANTE com ação ultrarrápida



Sua beleza faz parte  
da nossa história!

# 12 LINHAS E MUITOS SEGREDOS

66

*Serie Expert se consagra como a número 1 no coração de profissionais e clientes e celebra seus 19 anos com 12 linhas completíssimas – inclusive a Absolut Repair, desenvolvida exclusivamente para o cabelo da brasileira*

DEISE GARCIA (@DEISEGARCIA)

DIVULGAÇÃO

**F**órmulas tecnológicas, performance incrível, resultados rápidos, embalagens sustentáveis, texturas envolventes, fragrâncias luxuosas, layout moderno, linhas completas, produtos desenvolvidos para fins específicos. Não à toa Serie Expert de L'Oréal Professionnel é a marca de tratamento profissional mais vendida do país. Queridinha de hairdressers e clientela, Serie Expert é presença garantida em todo salão de beleza premium no Brasil e no mundo. Criada em 2000, conta com 12 linhas pensadas para cada necessidade de cuidados capilares: Absolut Repair para cabelos danificados; Vitamino Color para fios coloridos; Nutrifier nutrição intensa com óleo de coco; Inforcer suplementação capilar; Blondfier para loiros; Liss Unlimited para um liso absoluto; Curls Contour para o controle de cacheados; Volumetry para volume e balanço; Silver para grisalhos; além de Pure Resource, Instant Clear e o incomparável Absolut Repair Pós-Química, criado e pensado para tratar o cabelo da brasileira. “Nosso objetivo é cada vez mais conhecer e atender a diversidade de cabelos e da expectativa de beleza dos consumidores brasileiros. Por isso Serie Expert está sempre ampliando sua gama de produtos. O amplo portfólio e os serviços vinculados aos produtos satisfazem a cliente e empoderam o cabeleireiro”, comemora Alessandra Valença, diretora de L'Oréal Professionnel.



**PÓS-QUÍMICA, O CUIDADO INDISPENSÁVEL**

L'Oréal Professionnel, com foco no investimento em pesquisa de ponta e alta tecnologia, aprimora a linha de cuidados para fios quimicamente tratados. Agora, além de promover uma perfeita reconstrução da fibra capilar danificada e enfraquecida, Absolut Repair Pós-Química também garante aos cabelos hidratação eficaz, maciez e flexibilidade. Tudo graças a um sistema inédito de HIDRORECONSTRUÇÃO devolve vida e movimento natural aos cabelos, garante 2x mais nutrição e hidratação, 3x menos pontas duplas e 4x menos quebra!

Absolut Repair Pós-Química já era sucesso em um cenário repleto de mulheres apaixonadas por cabelos lisos, característica das brasileiras. Afinal, de acordo com a última pesquisa de usos e costumes realizada em 2018, 56% das brasileiras querem ter cabelos lisos. A realidade mostra que 31% delas ostentam madeixas lisas sendo que, entre estas, 44% adotam procedimentos químicos, um universo próximo a 12 milhões de consumidoras. Esse número faz do Brasil o primeiro país do mundo no mercado de textura. A nova fórmula de Absolut Repair Pós-Química foi elaborada para atender a todos esses desejos das consumidoras brasileiras, graças a combinação de duas tecnologias imbatíveis que são parte de sua composição: Hydrovance + Pro-Spirulin. O já conhecido complexo Pro-Spirulin sempre foi a grande estrela de Absolut Repair Pós-Química. À base de Spirulina, um ativo natural com alta capacidade nutritiva, ele tem intenso poder de reconstrução da fibra capilar e agora ganha um aliado à altura: Hydrovance, inspirada na cosmética da pele, garante hidratação profunda e prolongada. Juntos, os dois ativos promovem a HIDRORECONSTRUÇÃO, que é a reconstrução total da fibra capilar sem o enrijecer os cabelos. Pelo contrário: além de mais fortes, os fios se tornam também macios e flexíveis.

Hydrovance é um ingrediente inspirado na mais alta tecnologia de cuidados com a pele. Trata-se de um agente que retém a hidratação natural e controla a oleosidade. Sutil, garante uma excelente experiência sensorial às fórmulas cosméticas, pois não tem efeito pegajoso. Sua capacidade de retenção de água é três vezes superior à de ingredientes tradicionais como a glicerina. Ao atuar no cabelo, esse ativo de alta per-

formance promove emoliência de maneira profunda e prolongada. Além de oferecer duas vezes mais nutrição e hidratação, reduz em três vezes a incidência de pontas duplas e em quatro vezes a ocorrência de quebra. O ativo ainda torna os fios mais macios e flexíveis, intensificando seu balanço natural.

**NOVO SERVIÇO: Hidro Preenchimento Capilar**

*Os experts de L'Oréal Professionnel desenvolveram um protocolo poderoso de HIDRORECONSTRUÇÃO com a nova fórmula de Absolut Repair Pós-Química.*

**PASSO 1:**

Lavar os cabelos com shampoo Absolut Repair Pós-Química e retirar o excesso de água com a toalha.

**PASSO 2:**

Aplicar a monodose, multireconstrutora, com a função de preencher as fissuras dos fios - ação da tecnologia Intracylane e ácido láctico. Pausar 5 minutos e enxaguar.

**PASSO 3:**

Lavar novamente com shampoo Absolut Repair e enxaguar

**PASSO 4:**

Aplicar a máscara Absolut Repair Pós-Química, mecha a mecha, massageando levemente. Pausar 5 minutos e enxaguar completamente.

**PASSO 5:**

Aplicar o selador Absolut Repair Pós-Química para escovar os cabelos.



**CONHEÇA OS PRODUTOS**

► **SHAMPOO HIDRO-RECONSTRUTOR ABSOLUT REPAIR PÓS-QUÍMICA:**

garante limpeza eficaz, além de maciez e movimento natural

► **CONDICIONADOR HIDRO-RECONSTRUTOR ABSOLUT REPAIR PÓS-QUÍMICA:**

para condicionar, hidratar e tornar os fios mais fortes, macios e flexíveis

► **MÁSCARA DE TRATAMENTO INTENSIVO ABSOLUT REPAIR PÓS-QUÍMICA:**

tratamento profundo para reconstruir e hidratar os fios danificados. Resgata a saúde da fibra capilar, tornando-a mais forte, macia e brilhante

► **SELADOR HIDRO-RECONSTRUTOR ABSOLUT REPAIR PÓS-QUÍMICA:**

tratamento sem enxágue que prepara os fios para o pentear

► **AMPOLA ABSOLUT REPAIR PÓS-QUÍMICA:**

de uso exclusivo do cabeleireiro, estabelece novas pontes entre aminoácidos, reconstruindo a queratina capilar. Age no interior do córtex do fio, devolvendo matéria perdida durante os procedimentos químicos.

Apresentado por



# Beauty Fair

## leva cabeleireiros para jornada de educação no exterior

O PROGRAMA DE VIAGENS CHEGA EM SUA SEGUNDA EDIÇÃO COM AGENDA DE CURSOS NA ITÁLIA E FRANÇA



Produzido por Beauty Fair Eventos e Promoções



Ter uma experiência internacional com direito a certificado, conhecer novas pessoas e a cultura de um novo País é um sonho para muitos cabeleireiros, e um grupo muito especial, que viajou com a Beauty Fair em março, conseguiu realizar.

A segunda edição do Beauty Fair Trip começou na cidade de Bolonha, na Itália, onde os participantes puderam conhecer as razões que fazem da cidade de estilo Medieval um destino gastronômico super requisitado. Foi lá que nasceu o famoso molho à bolonhesa e tantas outras delícias. A cidade também abriga, há mais de 50 anos, a maior feira de beleza do mundo, a Cosmoprof. Durante o evento, o grupo pode conhecer o Pavilhão Brazil, organizado pela Beauty Fair, que levou algumas das maiores marcas de cosméticos brasileiras para expor seus produtos. Além desses itens de beleza, outras novidades e lançamentos dos mais de 2.900 expositores puderam ser conferidos de perto. Ainda em Bolonha, os cabeleireiros participaram de um workshop exclusivo de coloração e mechas com os estilistas Ivan Peserico e Antônio Martorelli, da Itely Hairfashion. O grupo também teve acesso, em primeira mão, aos lançamentos da marca, como o Oh My Blonde, que será lançado em maio no Brasil. Já em Paris, os cabeleireiros tiveram mais experiências educacionais. A prática de novas técnicas de corte com a renomada academia Toni&Guy e um workshop especial de ballayage francesa, oferecido pela L'Oréal Professionnel com seu embaixador Denis do Amaral, foram as grandes atrações da segunda parte da viagem.



O projeto de educação no exterior da Beauty Fair continua. Em junho, um grupo de cabeleireiros conhecerá a feira Première Orlando e participará do curso “A Magia da Excelência Disney”, com direito a visita aos bastidores do parque, nos Estados Unidos. Em novembro, será a vez dos profissionais brasileiros assistirem aos shows do OnHair e aprender novas técnicas na Toni&Guy de Milão, na Itália.

**PARTICIPE DA PRÓXIMA BEAUTY FAIR TRIP!**

Site: <https://beautyfair.com.br>

Whatsapp: (11) 97735-5325 (Deborah Huff)

Mencione que leu este artigo na HM e ganhe 10% de desconto no seu pacote de viagem.

# O SONHO VIRA REALIDADE

# EM *Orlando*

*Na terra da fantasia, nada mais real que a concretização de um projeto ousado: abrir uma filial da rede Werner Coiffeur (@wernercoiffeuroficial) nos Estados Unidos. Aqui, Rudi Werner (@rudi.werner) revela as lições que o levaram a escrever mais um capítulo de sucesso na sua história. Inspire-se com os ensinamentos para escrever o seu final feliz, também!*

📄 CARMEN CAGNONI (@CARMENCAGNONI)

📷 DIVULGAÇÃO



**L**uxo nos mínimos detalhes, do piso ao acabamento, dos espelhos ao mobiliário, chegando aos lustres em murano. Assim é o Werner Coiffeur em solo americano, com área de 170 m<sup>2</sup> e projeto arquitetônico assinado por Laura Boechat. Localizado no bairro Celebration, projetado pela Walt Disney Company nos anos 90, é um dos mais bem estruturados do mundo, onde prevalece o senso de comunidade. As casas têm estilo vitoriano e os serviços de saúde, segurança, educação e tecnologia são elogiáveis. Além de americanos, o local abriga muitos brasileiros e é neste cenário de aspiração que a unidade Werner Celebration (@wernercoiffeurcelebration) foi inaugurada. Como na região também vale a regra da exclusividade, é o único salão a oferecer um cardápio completo de serviços de beleza, englobando modelagem, tratamentos, coloração, corte, entre outros. Para atender ao seletor público, 11 cadeiras confortáveis estão disponíveis no espaço, além de um camarim para preservar a intimidade de noivas e bem como para a realização de eventos. “A ideia é fazer dessa unidade o salão referência na grande Orlando, oferecendo um ambiente diferenciado e com profissionais altamente capacitados”, promete Rudi Werner.

A festa de inauguração foi realizada no final do ano passado e contou com aproximadamente 100 convidados. Entre os presentes estavam representantes da L’Oréal Professionnel USA (@lorealpro) e Kérastase USA (@kerastase\_oficial), influenciadores digitais, como Anna Laiza (@annalayzaah) e Rodrigo Branco (@brancorodrigo) que também é diretor de TV. Os quatro sócios Jalber Nunes (@jalbernunes), Mariane Nunes (@marianeferreiranunes), João Roberto (@jrlamelo) e Cris Secco (@crissecco) igualmente prestigiaram a inauguração,

assim como o franqueado técnico Carlos Lima (@carloslimaeb). A festa teve Dj e o buffet foi comandado pelo Chef Daniel Patterson, do Market Street Restaurant. Entre as comidinhas, camarão, salmão, carnes e uma variedade de queijos. Muitos brindes aconteceram ao sabor de champanhe e vinho.

Nascido em Santo Cristo, no Rio Grande do Sul, Rudi Werner começou a carreira aos 19 anos quando descobriu o talento para a estética. Aos 23, já tinha seu próprio salão e não media esforços para se tornar conhecido: cortava cabelos das 7 da manhã às 11 da noite. Em 1984, ele se mudou para o Rio de Janeiro, escolheu Ipanema, centro da moda carioca, para abrir o seu primeiro espaço na cidade maravilhosa. A opção se mostrou certa! Hoje, 35 anos depois de sua chegada ao Rio, a Rede Werner Coiffeur tem 57 lojas entre próprias e franquias em vários estados brasileiros, além de previsão de abertura de mais duas para os próximos meses. E há a perspectiva de inaugurar mais franquias até o final de 2019 em outra cidade americana, no caso Miami. O objetivo profissional de Rudi Werner é o constante desenvolvimento de sua equipe para que todos busquem diariamente a realização e satisfação dos clientes. “Acredito no ser humano que é feliz e meu sonho sempre foi ser feliz naquilo que eu faço”. Com esse pensamento, ele foi conquistando cada vez mais clientes, incluindo famosas como Xuxa Meneghel (@xuxamenegheloficial) e ampliando seus negócios com a ajuda dos irmãos Sergio (@asergio\_wer) e Lauri Werner (@lauriwerner). Quem conhece o atendimento em solo brasileiro e quer conferir o novo espaço em Orlando pode ter certeza de encontrar a mesma qualidade. Isso porque um dos grandes diferenciais da empresa é a habilidade e a padronização de serviços ou seja, em qualquer loja Werner os profissionais têm o mesmo nível técnico e os clientes usufruem do mesmo tratamento.



Werner Centro Rio de Janeiro

**1**

**TRILHE UM CAMINHO PRÓPRIO E QUE FAÇA SENTIDO PARA A SUA VIDA**

Com certeza essa foi a nossa grande jogada de sorte, porque já começamos o negócio fazendo toda a administração financeira e de pessoal muito direitinho. E, como o escritório contratado era especializado em salões de beleza, acabamos aprendendo sobre a relação legal entre proprietário e colaborador, controle de caixa e até aqueles erros básicos que quebram muitos salões, como misturar as contas pessoais e profissionais e antecipar o recebimento dos pagamentos em cartão de crédito sem dividir os descontos da operadora com o cabeleireiro ou manicure.

**2**

**VEJA O DINHEIRO COMO UM MEIO DE FAZER O SEU SONHO ACONTECER**

Em minha opinião, pensar o contrário é um erro. Aquelas pessoas que visam apenas ganhar dinheiro têm grandes chances de não conseguirem chegar nem à metade do caminho. Uma administração do salão eficiente implica controlar o dinheiro, sim, dirigindo-o para investimentos em compras, diversificação do estoque, melhorias, poupança, pagamento de despesas e salários, além, é claro, de reservar uma parcela para si. O negócio precisa dar lucro para crescer e dar conta de todas as despesas.

**3**

**TENHA CONTROLE DE SI MESMO**

Todos nós temos muitos sonhos, mas ao empreender é preciso ter um foco. Determine qual será o seu horizonte e coloque as suas forças nisso, dessa forma evita-se dispersões. Quando temos muitos projetos ao mesmo tempo, acabamos por não tornar realidade nenhum deles. O mesmo vale para o atendimento: não queira ter regras rígidas para todas as clientes – sensibilidade e humildade no atendimento são fundamentais.





Werner Olegario Maciel - Barra da Tijuca



Werner Orlando

76

**4**

**FIDELIZE O CLIENTE**

Essa é a melhor maneira de construir um negócio sólido. Ame o que faz e assim você transmitirá confiança e os manterá fiéis a você e ao seu negócio e, mesmo depois de alguns anos, ao ver seu empreendimento consolidado, cuidado para não diminuir a qualidade de seus serviços e atendimento - esse é o segredo da contínua relação de confiança e, conseqüentemente, da prosperidade.

**5**

**NÃO TENHA RECEIO DE ARRISCAR**

A vida de um bom empreendedor é feita de ameaças, é preciso ter ousadia para apostar no que você acredita que irá funcionar. É claro que é necessário ter responsabilidade, mas sem deixar que isso vire um bloqueio. Mark Zuckerberg (criador do Facebook e um dos mais ricos empresários do mundo) tem uma frase que amo: "Feito é melhor que perfeito". Ou seja, não adianta você ter uma boa ideia e não colocá-la em prática.

**6**

**NÃO DESISTA, NUNCA!**

O caminho do empreendedorismo não é nada fácil. Não se desespere caso o negócio não esteja indo bem, pois isso acontece até mesmo nas grandes empresas. É preciso ter persistência, perseverar mesmo diante das tempestades que por ventura surgirem. A gestão de um negócio é sempre uma arte. É preciso ter vocação e aliar intuição, dedicação e estudo. Para um empreendedor obter sucesso especificamente na gerência de um salão de beleza, essa combinação não é diferente. Ter um bom conhecimento do ramo, estudar e planejar cada etapa do negócio faz toda a diferença.

**7**

**ORGANIZE O SEU TEMPO**

Determine um número fixo de horas para trabalhar e tenha sempre uma lista de coisas urgentes que precisam ser realizadas, priorize-as e estabeleça quanto tempo cada atividade deverá levar. Algumas vezes, esta regra não será seguida à risca, imprevistos acontecem, mas tente ser fiel a ela sempre que possível.





Franquizado técnico Carlos Lima, Influencer Anna Layza e Rudi Werner em Orlando

8

**CUIDE DE SI MESMO**

Sem saúde não há trabalho. Procure dormir as horas necessárias para repor a energia e descansar a mente, tenha hábitos saudáveis e tire um dia na semana para fazer coisas que você ama. Uma gestão eficiente também envolve trabalhar com funcionários motivados e especializados. Um dos segredos de um salão bem administrado é ter uma boa equipe e nela confiar. Dessa forma é possível delegar tarefas com a certeza de que elas serão bem realizadas.

9

**OLHE AO REDOR**

Por mais que você esteja imerso em seu negócio e tenha total conhecimento dele, há sempre algo novo para aprender. Converse com outras pessoas do ramo, com seus funcionários, clientes e amigos, troque experiências e fique rodeado de pessoas que lhe inspiram. Quando mais fontes de informação e atualidade você tiver, melhor. Mesmo com a agenda apertada, reserve sempre tempo para se atualizar também em outras áreas, pois conhecer setores diferentes também pode deixar o dia a dia do seu salão mais interessante.

10

**PENSE FORA DA CAIXA**

Procure fazer algo que ninguém realizou. Ao pensar no seu negócio, veja o que as outras empresas estão oferecendo e procure trilhar um caminho pelo qual elas ainda não passaram. Para isso, coloque personalidade no seu projeto, deixe-o com a sua cara. O começo foi muito difícil para mim. No início, as clientes choravam na cadeira, porque eu não conseguia entendê-las. Elas pediam uma coisa, e eu entendia outra. Então, inventei o sistema W, em que a cada corte que dava certo, eu anotava as informações da técnica usada e tirava foto, criando um catálogo. O primeiro foi o corte em V. A partir daí surgiu a coleção W que só cresce (são mais de 150 opções de cortes catalogadas e batizadas no Siemens W). Essa foi a minha grande sacada: entender o que a mulher queria e criar um padrão. **HM**

78

# 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



**Gary Taylor**

*- apresenta -*

**COVER**

**#19**

80

DEISE GARCIA (@DEISEGARCIA)

**THE CONTEMPORARY COLLECTION 2018**  
**HAIR:** GARY TAYLOR, EDWARD & CO  
**PHOTOGRAPHY:** JOHN RAWSON  
**MUA:** JO SUGAR →



### **INSPIRAÇÃO PARA ESTA COLEÇÃO.**

Eu me inspirei nas tendências dos looks mais icônicos da indústria pop dos anos 1980 e 1990 e, então, coloquei minha própria assinatura na coleção.

### **COR OU STYLING?**

Eu amo os dois! Minha primeira opção é terminar a estilização – uma vez finalizada, a cor pode ser escolhida. Eu sempre busco a coloração como um complemento para o corte e o styling, algo que os valorize ainda mais.

### **SUAS REFERÊNCIAS PROFISSIONAIS.**

Eu sou influenciado por muitos dos grandes (que eu desejo que jamais sejam esquecidos pela nova geração de cabeleireiros chegando ao mercado): Vidal Sassoon, Trevor Sorbie, Andrew Collinge etc. Porém, também sou inspirado pelos grandes e maravilhosos cabeleireiros com os quais eu tenho (ou tive) a sorte e o prazer de assistir ou trabalhar, nos dias atuais, nos salões.

### **UM SONHO A REALIZAR.**

Meu maior sonho e para minhas crianças, Annabelle e Joseph (que está entrando para o salão neste ano), para que sejam mais bem-sucedidos do que eu tenho sido. Ambos são apaixonados pelo segmento e eu adoraria ajudá-los em seu desejo de ganhar a BHA Award (prêmio internacional para cabeleireiros).

### **O QUE O FAZ SE SENTIR FELIZ E ORGULHOSO?**

Sou muito consciente ao falar sobre minha carreira. Não me agrada pensar em ser muito modesto ou confiante demais. Eu gosto de falar sobre isso para qualquer um que esteja interessado, mas, para ser bem honesto eu geralmente estou mais focado no que vou fazer a seguir e não no que já fiz na minha carreira.

### **AH, VOCÊ NÃO ME CONHECE? AQUI VÃO 5 SEGREDOS SOBRE MIM...**

1. Eu sou um homem de família que, no tempo livre, longe do salão, prefere passar um tempo com minha esposa e filhos do que sair para me socializar - eu faço o suficiente para socializar todos os dias no salão!
2. Meu tempo ocioso é “gasto” assistindo filmes / box sets - é a minha fuga e me permite relaxar da rotina puxada do dia a dia.
3. Eu amo dirigir - quanto mais, melhor. Todo ano eu levo minha família para esquiar e eu sempre tento dirigir até o resort, pelas estradas do Reino Unido. Eu adoro relaxar ao volante ouvindo música ou audiolivros (os audiolivros geralmente são autobiografias, pois podem me inspirar).
4. Eu realmente gosto de certos musicais - especialmente “Les Misérables”. Eu já vi no palco várias vezes e assisti ao filme inúmeras vezes - é definitivamente o meu favorito.
5. Eu não sou realmente um romântico, mas eu tenho um incrível apoio da minha esposa, então estou tentando mostrar o meu agradecimento. Por exemplo: a surpreendo com visitas a lugares que eu sei que ela adoraria.

HM









PROFESSIONAL

**TRIVITT**

Sun

**PROTETOR  
SOLAR  
PARA CABELOS**

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



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



**EDIÇÃO  
LIMITADA**

**ABUSE DA  
PROTEÇÃO**  
QUE **CABE NÁ BOLSA**



Acesse e descubra mais  
sobre Trivitt Sun

**H BeautyCover**  
GARY TAYLOR



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](http://www.revlonprofessional.com.br)

  /RevlonProfessionalBrasil

# ALQUIMISTA DA BELEZA

*Inocência Manoel (@inocencia\_manoel) é a mente e o coração da Inoar (@inoarbrasil). Em parceria com seu filho, Alexandre, construiu uma empresa sólida e respeitada, conquistando não só o Brasil, mas o mundo. “Não sou mulher de sonhos, sou de planos e metas”. Conheça a trajetória dessa guerreira, exemplo de determinação e amor pelo que faz!*

📄 CARMEN CAGNONI (@CARMENCAGNONI)

📷 DANIELE AKEMI



**O**s dados são impressionantes: a Inoar está presente em 45 países e já tem distribuidores na Inglaterra, França, Espanha, Polônia e Rússia. Como se não bastasse, fincou raiz na Europa, inaugurando em maio de 2018 a Inoar Europa, com sede em Lisboa, Portugal. Lá, montou um Centro de Treinamento para distribuidores e cabeleireiros profissionais. No catálogo da empresa estão mais de 300 itens englobando produtos para cabelos, dermocosméticos e maquiagem. Para suprir a demanda de mercado, produz, mensalmente, cerca de 550 toneladas de cosméticos. O carro-chefe de vendas é a Linha Argan Oil System que promove tratamento, disciplina e toque macio aos fios fragilizados e secos.

Parece difícil acreditar que uma empresa desse porte tenha começado em uma cozinha de casa. Pois é isso mesmo! A Inoar surgiu, oficialmente, em 2008. Tanto Inocência quanto Alexandre já atuavam no mercado de cosméticos. Inô, como é carinhosamente chamada, tinha um salão de beleza e, ainda bem jovem, já se dedicava a misturar fórmulas na busca por produtos que atendessem sua necessidade de tratar o cabelo crespo. Alexandre, por sua vez, era representante de vendas de marcas internacionais de cosméticos.

No início dos anos 2000, Inocência já fazia suas misturas para obter um produto capaz de dar movimento ao cabelo crespo, tratando-o antes e depois da redução de volume. Isso fez com que começasse a conquistar clientes, bem como despertou o interesse de outros profissionais. Na época, a Escova Japonesa (ou definitiva) era um dos procedimentos mais realizados por quem desejava um cabelo mais domado e menos volumoso, mas tinha consequências. Por isso, Inô seguia em busca de um produto melhor. Em 2007, finalmente, seus experimentos chegaram ao ápice: uma fórmula mais suave e com um novo protocolo de uso oferecia esses benefícios com menor agressividade aos fios. Surge a Escova Marroquina.

O então Inô Oficina do Cabelo, salão localizado em um bairro da zona sul paulistana, vira point de cabeleireiros em busca de cursos e informações do produto que misturava queratina líquida com óleos de tratamento, bem como da forma correta de aplicação. O sucesso foi tão grande que a fabricação artesanal já

não era mais suficiente. Nasceu a Inoar. “Desde quando eu tinha o salão e criava fórmulas caseiras – fato que me levou a ser conhecida como alquimista dos cabelos –, trabalhando todos os dias e muitas noites, havia dentro de mim a ânsia de desenvolver produtos inovadores para mim e para as minhas clientes. A Inoar nasceu desse compromisso. Eu tenho muito orgulho de atender a demanda de meus consumidores e isso, sim, eu sabia que faria, apesar do caminho árduo e de todas as dificuldades do mercado da beleza que muitas vezes de belo não tem nada”, avalia.

Decorridos 11 anos do nascimento da empresa, a Inoar acumula sucessos e não cessa a busca por novidades - foi a primeira a trazer para o Brasil, por exemplo, o óleo de argan. Tudo isso porque seus fundadores, desde o princípio, entenderam que junto com cada cliente vem o seu desejo de se sentir mais segura, poderosa e feliz. Hoje, Inocência Manoel, além de co-fundadora é diretora de Marketing, Criação & Desenvolvimento; e Alexandre cuida da gestão empresarial.

### UM DESAFIO A CADA DIA

Quem vê de longe pode julgar a trajetória como um caminho de sorte. Puro engano. A vida de Inocência teve (e tem) muitos obstáculos a serem vencidos. Como ela alerta, “não há dias sem desafios”. Isso porque o mercado cosmético é altamente competitivo. É preciso inovar sempre, estar atenta a toda movimentação, enfrentar concorrências desleais, falsificações de produtos, dificuldades para importar matéria-prima. “Não existe zona de conforto”, avisa.

E esses contratempos a acompanham desde os tenros anos. “No início, enfrentei muitos obstáculos financeiros. Os bancos não forneciam capital sem garantias e na época eu não tinha nada e ninguém acreditava no meu negócio. Eu comprava materiais para fazer apenas 5 litros de produto – não tinha dinheiro para mais. E fazia tudo na cozinha da minha casa! Eu vendia 1 litro para pagar o meu transporte e o resto eu dividia em amostras que deixava para os clientes experimentarem. Eu dava treinamento sobre o uso do produto durante os fins de semana e assim ia conquistando o pessoal. Demorou, mas dessa forma eu consegui juntar verba para aumentar a produção. Comecei com um liquidificador, depois eram 10. Até eu conseguir comprar a primeira fábrica”, lembra orgulhosa.



Inoar Polônia



Inoar Rússia



“**Verde sempre foi a nossa essência, muito mais do que a nossa cor. Criar produtos com ingredientes botânicos, naturais e livres de testes cruéis em animais não é feito por uma tendência, mas é uma atitude que diz muito sobre os nossos valores.**”

O filho, Alexandre Nascimento, teve uma participação muito importante nessa bela história: abandonou a faculdade de Medicina para administrar a Inoar. “Ele investiu na empresa e as dificuldades sempre serviram de aprendizado para nós. Conforme fomos crescendo, e a Inoar chegou a um patamar incômodo para as grandes marcas, me vi nadando com tubarões e sem poder sangrar. Empresas nacionais e multinacionais estão nessa corrida, algumas com muitos mais recursos que os nossos. Então, a realidade é bem dura. E eu, como mulher, tive isso multiplicado por dez”, constata. Arrependimentos? Ela contrapõe: “Nenhum! Imagina! A gente acerta e erra... e quando erra aprende mais do que quando acerta. O que seria da minha história sem cada pedaço do que passei? Já tive momentos ruins. Como qualquer empresário, fui enganada e roubada, mas essas experiências nos fortalecem como empresa e como pessoa”.

#### RESPEITO E COMPROMETIMENTO

O sucesso sempre é consequência de um trabalho desenvolvido com estratégia e foco nos ideais. No caso da Inoar, três pilares nortearam todo o trabalho de criação de produtos e não sofreram alteração em decorrência de modismos ou crises financeiras. O respeito ao indivíduo, o respeito ao meio ambiente e o respeito aos animais estão presentes desde o primeiro cosmético lançado. E assim seguirá! “Para mim, criar e divulgar procedimentos éticos soma-se à busca do consumidor por mais informações sobre o impacto dos ingredientes

na vida e no planeta. Todos os novos produtos Inoar são criados com essa filosofia e são 100% veganos. Isso significa que não são testados em animais e não contêm ingredientes de origem animal. Além disso, a empresa vem trabalhando composições livres de silicones, parabenos e conservantes sintéticos, buscando, cada vez mais, ingredientes botânicos, como nos lançamentos da linha Natural Collection, contendo também aspectos de aromaterapia; e da linha Vegan que marcou o posicionamento da empresa em 2015 e agora ganha nova embalagem, além de novos itens”, enaltece.

De acordo com ela, desde 2015 as composições passaram por uma revisão e estão sendo reformuladas para uma ‘Inoar cada vez mais verde’ em toda a cadeia produtiva, incluindo as embalagens mais recicláveis, as fórmulas biodegradáveis e matérias-primas com ingredientes naturais. “Como todos os produtos passam por testes, mas nunca em animais, e a Inoar usa em suas formulações ingredientes de origem vegetal - e não animal -, a empresa entrou para a lista PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) de empresas livres de crueldade (cruelty free) e vegan, em 2016. Dessa forma, utiliza o selo da ONG em suas embalagens”, conta.

#### CONHECIMENTO DE CAUSA

Entender e antecipar os desejos de quem valoriza o ato de se cuidar. A Inoar é assim, uma marca muito atenta às demandas do público e, conseqüentemente, faz da inovação sua marca registrada em todos os sentidos. Seja na pesquisa para o lançamento de novos produtos, bem como na comunicação do que está disponível para o mercado. Essa ênfase em atender ao consumidor foi comprovada por meio de um estudo realizado pela Nielsen Company (empresa global de coleta de informação, dados e medição) que há dois anos a apontou como uma empresa que antecipa as tendências ao lançar produtos cosméticos alinhados com os desejos do consumidor. Inocência Manoel alega que isso é fruto de muita pesquisa, conhecimento e experiência com cosméticos e com a beleza: “Um conceito abstrato que transformamos em algo tangível no nosso processo de desenvolvimento. E em um mercado extremamente competitivo, temos que ter agilidade e muita resiliência. Não é um setor fácil e só chegamos até aqui porque nunca paramos de lutar”, argumenta.



#### MADE IN BRASIL

Batalhas não faltam! Pequenos, médios e grandes empresários sabem como é difícil crescer em um país tão cheio de dificuldades, de instabilidades econômicas, de política turbulenta como a dos últimos anos. Não há dias fáceis em um cenário desfavorável para gerir uma empresa, em um país com o contexto de insegurança, de desigualdade, de machismo. É aí que entram as múltiplas habilidades que uma mulher precisa ter para se destacar. O segredo? Inocência revela: muita criatividade e coragem. “Quando uma mulher precisa ir à luta, o que ela faz? Ela se arruma, se enfeita. A beleza empodera, melhora a autoestima. Então, a essência do meu negócio está ligada ao enfrentar a vida, sem fragilidade, porque a briga é de gigantes. É assim que a gente se reinventa”, enfatiza.

Para validar seu pensamento, ela cita o grande publicitário Nizan Guanaes: “enquanto uns choram, outros vendem lenços”. E explica: “Não basta você ser criativa, é preciso brigar. A Inoar é ousada por natureza, tanto nos seus lançamentos quanto na sua comunicação. Em 2015, fomos pioneiros ao lançar a campanha #Diferente, tendo como modelos Tathiana Piancastelli, atriz com Síndrome de Down, e Maiara Barreto, cadeirante. Há dois anos, incluímos em nosso congresso anual um painel para debater a representatividade - que tem tudo a ver com beleza, cosméticos e comunicação. Isso é inovação, é ousadia, isso é humano. Não dá para fazer mais do mesmo, é preciso inventar soluções”, garante.

#### A UNIÃO FAZ A FORÇA

Para a grande líder, o sucesso vem de um trabalho em equipe. E liderar é um de seus grandes talentos, tanto que foi indicada ao prêmio Gestora do Ano, condecoração que reconhece e homenageia a excelência individual de executivos de alto nível em todo o mundo. O caminho é seguir práticas pré-estabelecidas? Segundo ela, não existe receita, mas a opção dela é realizar uma gestão humanizada. “Existem diversos tipos de liderança - e cada vez mais pessoas ensinando a liderar. O trabalho é onde passamos a maior parte do nosso dia e fazer com que as relações no ambiente corporativo sejam agradáveis e promovam crescimento pessoal e profissional é a função primordial de qualquer gestor”, acredita Inô.

Por isso, ela pratica a chamada liderança solidária. Inocência explica que isso significa olhar o grupo com foco no interesse de todos. É analisar o cenário macro e agir desde o micro. Gerar debates e reflexões acerca de cada trabalho a ser desenvolvido abre espaço para a criatividade e motiva a equipe. Mais do que isso: faz com que cada tarefa a ser desempenhada seja genuína, autoral e reconhecida, e não apenas o cumprimento de uma meta.

“O papel do líder solidário é se colocar no lugar do outro, é exercer a empatia no ambiente de trabalho e fora dele. Acredito que esse seja um dos principais motivos por eu estar tão conectada com meu time. Mais do que delegar tarefas, nós as descobrimos juntos. E conseguimos soluções inovadoras a partir

da experiência de cada um. Minha equipe costuma dizer que quando eu passo um job, já o vejo finalizado e começo a pensar no próximo. É verdade, pois a liderança solidária resulta em confiança. Sabe-se o que esperar um do outro e essa troca simplesmente não tem preço”, diz enfática.

#### VALOR RECONHECIDO

As estratégias de ação em todos os campos estão dando certo. Prova disso é que a Inoar é uma empresa acostumada a ganhar prêmios - e sua co-fundadora, também, pois já recebeu muitas honrarias. A última delas foi o Diploma Fundação de São Paulo da Academia de Ciências, Letras e Artes de São Paulo. Apesar de ter vivenciado tantas glórias, cada uma delas se torna única. “É um reconhecimento, afinal, a luta é diária. As premiações, no Brasil e no mundo, fazem parte do sucesso que não é só meu. Eu crio muitas coisas, mas fico feliz que o resultado das minhas criações vai além, passa por uma equipe comprometida e chega a consumidores engajados com a marca. Então, o prêmio é de todos. Significa que estamos no caminho certo, não é? Por isso, eu não poderia citar só um prêmio como o mais importante, eu considero todos muito valiosos. Desde o reconhecimento do valor de produtos criados por mim pela revista Allure, até os prêmios do projeto Beleza Solidária, pois realmente reconhecem nossas iniciativas. Todos eles têm sua grandeza e o meu mais profundo agradecimento”, afirma.

As glórias colhidas pelo caminho, no entanto, não comprovam que todos os objetivos já foram atingidos. Em 2018 a Inoar foi repaginada e ganhou um posicionamento ainda mais verde, com produtos veganos e botânicos. Em seu blog, Inô escreveu à época: “É preciso fazer este caminho de volta, de reconexão com a nossa essência. Não só na indústria, mas em tudo. Hoje, com tanto acesso à tecnologia e informação, temos uma geração que, graças a Deus, lê os rótulos e não aceita colocar qualquer produto dentro de casa. A gente quer os melhores produtos, mas quer também que eles sejam feitos da melhor forma. Com qualidade, ética, respeito ao meio ambiente e aos animais. Esse é sim um caminho sem volta que celebro todos os dias. Com muito orgulho por atender a essa demanda, que está totalmente alinhada com meus próprios valores. Isso precisa estar acima de qualquer lucro”, defende.

**“Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) mostram que as mulheres estudam mais, passam mais tempo ocupadas com tarefas domésticas em comparação aos homens e ganham menos. E isso sem citar o preconceito ou discriminação no mercado de trabalho. Ser inspiração para alguém que quer mudar esse cenário me fortalece. Quando pego um frasco da Inoar nas mãos, não vejo um shampoo, um creme. Vejo a minha vida inteira ali”**

#### NOVOS ARES

Cada novidade é celebrada como uma nova conquista. Assim, duas novidades voltadas ao público infantil já se tornaram a grande paixão de Inocência: as linhas Inoar Baby Little Vegan e Inoar Little Vegan trazem para os bebês e as crianças produtos 100% veganos. Com formulação botânica, oferecem o que a natureza tem de melhor, sem agressões ao meio ambiente. “Com as novas coleções, reforçamos nosso compromisso com o respeito à vida. A ideia de lançar produtos direcionados para este público, em primeiro lugar, vem ao encontro dos nossos compromissos e valores. Queremos que as crianças percebam a importância de escolhas protetoras da natureza, dos animais e do meio ambiente. Essa linha é muito autoral, é um projeto especial para mim. A natureza e os animais têm tudo a ver com uma infância mais

→



feliz e saudável. Crianças em contato com a natureza ganham o entendimento da própria existência, da qualidade de vida e da preparação para o futuro. E é um contraponto a esse mundo cheio de excessos, de tecnologia e hiperestímulos”, pressupõe.

Na concepção de Inocência, quando observamos o mundo que nos cerca, povoado de plantas e animais, exercitamos o equilíbrio, entendemos e vivenciamos sensações como calma, paciência, respeito, concentração, curiosidade e independência. “Brincando com as crianças, podemos levar as questões de sustentabilidade e de atitudes mais generosas para dentro de casa, ensinando os pequenos a olhar e aprender com o próximo. Participar de projetos sociais e ambientais desde cedo é uma oportunidade para eles refletirem sobre as responsabilidades que devem ter no meio em que vivem. E, finalmente, por meio de exemplos concretos dos adultos, de amor e carinho, a criança levará lições que perdurarão por toda a vida”, reflete.

Por isso, essa coleção infantil vem com uma série de livrinhos, trazendo lições sobre partilha, empatia, solidariedade, cuidado com os animais e o ambiente em que vivemos. A ideia é colaborar para a criação de uma sociedade mais humanizada e menos consumista. Na linha também há um óleo de massagem e um guia das manobras da Shantala (técnica para relaxar o bebê e promover conexão entre ele e os pais). “Eu sempre fui fã de óleos e sei da importância do tato para a criação do vínculo com os bebês”, justifica.

### MULHER ÚNICA

Superatuante no âmbito profissional, Inô já se acostumou aos questionamentos sobre como conciliar os desejos pessoais com uma rotina tão complexa. Ela analisa: “Neste mercado tão competitivo, quem para é engolido. E quem vai para a arena não sai sem um arranhão. As marcas que carrego na minha trajetória existem, pois abri mão da minha vida pessoal, uma vez que estou à frente dos processos da Inoar. Vida profissional e vida particular então, para mim, andam juntas. Eu nunca paro, dia e noite estou pesquisando novos ativos e novas soluções cosméticas. Testes acontecem de forma contínua e analiso cada produto. Mesmo quando estou em casa, minha cabeça está na empresa, nos projetos sociais, há tanto a fazer... Então não é uma questão de conciliar, pois meu trabalho é a minha vida - e ele não me dá folga”.

Porém, é claro, a co-fundadora da Inoar precisa arejar a mente e recarregar as energias vez ou outra. Nesses momentos, gosta de estar com seus bichos e plantas. E ainda deseja retomar algumas ações pessoais importantes, como dar palestras de cunho social. “Quero falar de mulher para mulher, contar os obstáculos que devem ser enfrentados quando se decide mudar o próprio destino. No meu blog, abordei um estudo sobre mobilidade social que apontou que 35% dos filhos de pais posicionados no estrato de um quinto da população mais pobre do Brasil terminam a vida na mesma condição. Não progridem. Eu, que vim de uma família muito humilde, consegui mudar essa regra. Não há receitas infalíveis, mas ouvir a trajetória de pessoas que conquistaram seu espaço traz incentivo. As mulheres, principalmente, precisam disso num cenário empresarial ainda muito machista. Estou me preparando para essas palestras. Eu já cursei a Faculdade de Letras da UNESP (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), mas quero voltar a estudar, a fazer uma nova faculdade para ter mais embasamento.”

### INSPIRAÇÃO FEMININA

A vontade de transmitir força e poder de batalha para tantas mulheres vem do fato de Inocência conhecer profundamente as dificuldades que elas ainda enfrentam em pleno século XXI. Mas ser um exemplo tem sua carga. “Essa é uma responsabilidade que aceito, pois há muita desigualdade e poucas oportunidades para todas nós. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) mostram que as mulheres estudam mais, passam mais tempo ocupadas com tarefas domésticas em comparação aos homens e ganham menos. E isso sem citar o preconceito ou discriminação no mercado de trabalho. Ser inspiração para alguém que quer mudar esse cenário me fortalece. Quando pego um frasco da Inoar nas mãos, não vejo um shampoo, um creme. Vejo a minha vida inteira ali. O produto passa toda a minha, a nossa história e as nossas consumidoras se identificam com ela. Nós trabalhamos assim: queremos deixar algo concreto para a história da Inoar, fazendo parte da vida das pessoas.”

Sendo assim, a responsabilidade social faz parte da essência da Inoar. É nesse sentido que o já consagrado projeto Beleza Solidária, fundado por Inocência Manoel, atua. Ele ajuda na melhoria das condições de vida

**“ Quando uma mulher precisa ir à luta, o que ela faz? Ela se arruma, se enfeita. A beleza empodera, melhora a autoestima. Então, a essência do meu negócio está ligada ao enfrentar a vida, sem fragilidade, porque a briga é de gigantes. É assim que a gente se reinventa”**



de centenas de famílias, tanto por meio de ações de caráter emergencial, como a distribuição de kits destinados a cuidados pessoais; quanto por meio de parcerias com instituições beneficentes e de seus cursos de capacitação, o projeto, que tem como propósito estar conectado com o próximo, já recebeu mais de 5 milhões de reais em investimentos. Por ações do Beleza Solidária, entre vários prêmios conquistados por Inô (e pela Inoar) estão: Prêmio Excelência Mulher e Fraternidade Aliança Aca Laurência; Embaixadora da Paz pela ONG Mulheres pela Paz Mundial (Women's Federation for World Peace) e o título de Dama Comendadora oferecido pela Câmara Brasileira de Cultura.

### PENSAMENTO DE VIDA

Quando peço para minha entrevistada terminar a nossa conversa com uma frase, um ditado, um lema, ela não hesita: “Gosto muito de uma famosa campanha da Apple de 1997, quando Steve Jobs reassumiu

a companhia. Ela dizia assim: isto é para os loucos. Os desajustados. Os rebeldes. Os criadores de caso. As peças redondas nos buracos quadrados. Os que veem as coisas de forma diferente. Eles não gostam de regras. E eles não têm nenhum respeito pelo status quo (condição ou estado atual). Você pode citá-los, discordar deles, glorificá-los ou difamá-los. Mas a única coisa que você não pode fazer é ignorá-los. Porque eles mudam as coisas. Eles empurram a raça humana para a frente. Enquanto alguns os veem como loucos, nós vemos gênios. Porque as pessoas que são loucas o suficiente para achar que podem mudar o mundo são as que de fato o mudam”. Esta é Inô!

# L'ORÉAL PRO: MODE EXPERIENCE

*Se depender de como começou o primeiro trimestre para LP, 2019 promete pegar fogo. Mal o ano virou e a marca já “abalou Paris”, Brasil e afins com um evento revelador... Sim, no formato experience, o encontro reuniu – no Hotel Windsor Oceânico, no Rio de Janeiro (RJ) – os heads de cada área, embaixadores e imprensa para o anúncio de novos produtos, novo time de artistas e ainda uma visão première das tendências de moda, beleza e comportamento para 2020. Alessandra Valença (@alessandranvalenca), diretora de L'Oréal Professionnel, no auge de sua leadership, empolgou a plateia ao longo de speech com informações preciosas do mercado de beleza no país e no mundo. HM esteve lá e conta tudo para você*

DEISE GARCIA E JEFFERSON STEVANATO

DIVULGAÇÃO L'ORÉAL





**PRODUTO**

O primeiro (e aguardadíssimo) lançamento do ano trouxe ColorFul Hair Flash, maquiagem capilar temporária que permite que homens e mulheres tenham a cor de cabelo desejada. De fácil aplicação, secagem rápida e remoção simples, ColorFul Hair Flash traz cinco tonalidades com textura em gel e fixação em qualquer tom de cabelo (inclusive escuro), sem que haja a necessidade da descoloração. São três cores metalizadas (Gold Digger, Dancing Pink e Purple Reign) e duas de efeito holográfico (Galaxy Trip e Hello Holo). A fórmula tem polímeros que facilitam o styling com efeito antitransferência, atuando na total aderência do produto apenas nos fios. Por ser uma maquiagem para os cabelos, a durabilidade de Colorful Hair Flash é temporária, sendo totalmente retirada dos fios com apenas uma lavagem, variando de acordo com a cor e a porosidade da fibra capilar. Nestes casos, o efeito pode perdurar por até duas lavagens com shampoo comum. Com Colorful Hair Flash, você pode incrementar seus serviços no salão com um protocolo rápido e simples, de alta rentabilidade para ambos. Colorful Hair Flash pode ser aplicado nos cabelos com os dedos, pincel, esponja ou spray e sua textura permite acabamento maleável e natural. Todo o processo, entre cor e estilização, não leva mais que 30 minutos.

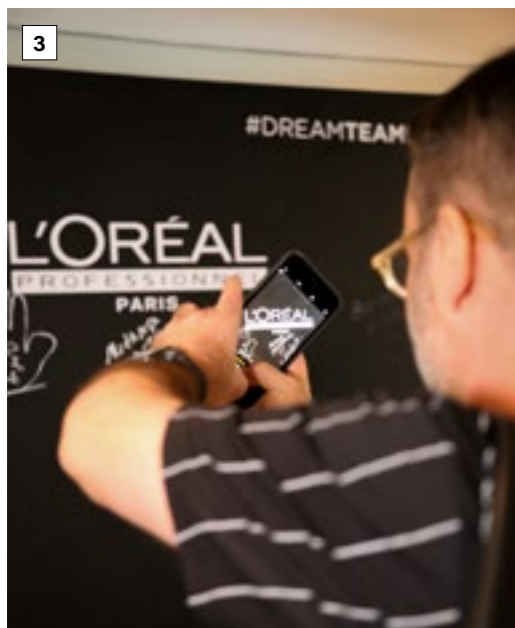


**ARTISTAS**

Chega – em grande estilo – o novo time de artistas LP, com 15 experts em cor que vão trabalhar com a marca como artistas em cursos, ações em salões e de relacionamento com consumidoras e influencers. Ao lado dos Embaixadores, eles vão contribuir com suas mais variadas expertises, alcances regionais, realização de masterclasses e muito mais. São eles:

- **Alison Alvarez** - Vencedor do Colour Trophy 2018 (Salão Studio W Iguatemi/SP) @alisonalvarez
- **Alison Salles** - (Salão Alison Salles – Porto Alegre/RS) @salaoalisonsalles
- **Barbara Rabelo** @barbarabelo
- **Dario Duarte** (Studio Conceito – Fortaleza/CE) @darioduartehair
- **Dudu Menezes** (Salão Julita&Paulo Hair Studio – Recife/PE) @dudumenezes
- **Henrique Eizono** (Vogue Salon – Campinas/SP) @henriqueeizono

- **Isabella Carolina** (Salão Circus Hair – São Paulo/SP) @dear\_bella
- **Jefferson Salles** (Salão Torriton Pátio Batel – Curitiba/PR) @jeffsalles
- **Lucas Possetti** (Salão MG Hair – São Paulo/SP) @lucaspossetti
- **Otávio Lameiro** (Salão C.Kamura RJ e Campinas/SP) @otaviolameiro
- **Everson Fernandes** (Salão ROM Concept – São Paulo/SP) @eversonfernandes
- **Fred Silveira** (Salão Werner Coiffeur – Rio de Janeiro/RJ) @fredsill
- **Gabriel Deodato** (Salão 1838 – São Paulo/SP) @g\_deodato
- **Renata Rodrigues** (Salão Squasso – Rio de Janeiro/RJ) @renatarodriguesoficial
- **Saulo Mennitti** (Studio W – Ribeirão Preto/SP) @saalomennitti



1. O time da marca, Adelaide Paiva, responsável pelo marketing; Alessandra Valença, diretora de LP e Cecile Piel, diretora global de produtos DPP
2. A nova apresentação das linhas de cuidados incluiu uma estação de self service! Vamos as compras?
3. O embaixador mais do que antenado Cesar Augusto em momento online
4. Time de peso: os novos artistas foram apresentados oficialmente Deise Garcia, Marcella Dias e euzinho
5. Momento celebridade da imprensa especializada
6. Apresentação impecável da diretora Alessandra Valença
7. O grupo de novos artistas posa diante das estações de produtos

**TENDÊNCIAS 2020**  
 Em parceria com a WGSN, empresa referência na pesquisa de comportamento e tendências em diversas áreas – entre elas, beleza, foram apresentados padrões que deverão crescer e aparecer a partir de 2020. Um preview completo do que vem por aí você verá, em breve, nas próximas edições da HM.

# SOLA SALON: A CHEGADA

108

*Um novo modelo de negócio de beleza acaba de chegar ao Brasil. HM esteve na coletiva de imprensa e conta do que se trata*

JEFFERSON STEVANATO (@JEFFSTEVANATO)

DIVULGAÇÃO

**S**e há uma certeza na área de beleza profissional é que as relações de trabalho não param de evoluir. O desembarque do Sola Salon no Brasil só comprova esta afirmação. Novo conceito de negócio, ele propõe um coworking onde profissionais do setor – cabeleireiros, coloristas, maquiadores e afins – podem alugar um estúdio pronto, com todas as facilities, deixando seu tempo, cabeça e criatividade voltados apenas para atividades relacionadas à profissão propriamente dita.

Criado em 2014 nos Estados Unidos por Stratton Smith e Matt Briger, o Sola Salon Studios está

presente em mais de 400 locais (entre EUA, Canadá e Brasil) e conta com mais de 10 mil profissionais que adotaram este formato de trabalho. A iniciativa no país partiu do empresário Rodrigo Miranda, cujo perfil profissional no setor dispensa apresentações, e conta com quase 500m<sup>2</sup> no Edifício Sede de Empresas, no BarraShopping. São 22 estúdios que variam de 11m<sup>2</sup> a 22m<sup>2</sup>. O espaço também oferece uma área de conveniência, o Sola Café. “Fiquei admirado com a proposta de poder proporcionar aos profissionais da área seu próprio estúdio de beleza, totalmente equipado, com toda liberdade e segurança”, comemora Rodrigo.





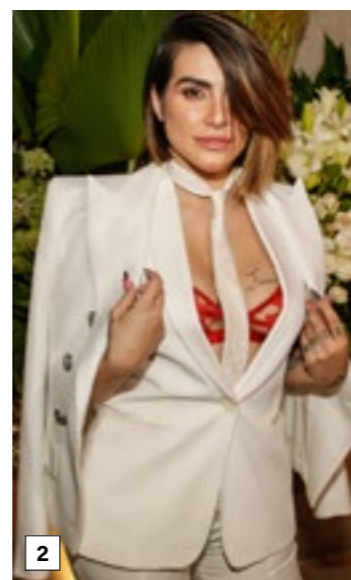
## HELLO, HM LOVERS!

Euzinho, Zezinho Divanah, cheguei chegando com os mais agitados eventos da beauté nacional e internacional e entrevistas com prestigiados nomes que estão no nosso segmento de beleza. Sejam bem vindos ao mais novo espaço de HM EM REVISTA. Com vocês: Beauty Social!

@zezinhodivanah

## ROMEU, ROMEU...

*Não foi, perdeu?! Tudo bem.  
Eu mostro aqui os melhores momentos da festa de inauguração do mais badalado salão de beleza do Brasil*



1. O apresentador de tv, **Matheus Mazzafera**
2. A bela e organizada **Cléo Pires**.
3. Os gatíssimos **Romeu Felipe** e **Henrique Rocha**.
4. Povo da beleza: **Pedro Marques**, **Deise Garcia**, **Marcella Dias** e euzinho.
5. A competente diretora da World Comexx, **Kátia Coutinho** e **Caio Camargo**, da American Crew.
6. Romeu e a poderosa **Nicole Bahls**.
7. Meu lindo **Sylvio Rezende**, **Rodrigo Pinhata** e **Thiago Figueiredo**, ambos executivos da MQ Professional
8. Romeu e **Tiago Carvalho**, presidente do Grupo L'Oréal.
9. Surra de beleza com mãe e filha, **Yasmin** e **Luiza Brunet**.
10. Romeu e **Guilherme Lima**, presidente da Wella Professionals.





**MINI INTERVIEW**

## NO TEMPO DA BELEZA

*Eu, em momento exclusivo com João Appolinário, fundador e presidente da POLISHOP e Marcella Dias, gestora da rede de salões de beleza Mega Hairline*

**Como você vê atualmente o mercado de beleza brasileiro, suas dificuldades, seus potenciais?**

**JOÃO APPOLINÁRIO:** Na Polishop temos foco em três pilares: beleza, saúde e tempo, que é o que as pessoas mais buscam atualmente. Gosto muito da ideia de levar o conceito de um salão de grande porte para as pessoas que não podem ir num lugar de luxo. Pois essa proposta foi que a Marcela apresentou no programa de tevê e tem tudo a ver com o que eu digo. O salão Mega Hairline une a beleza e o tempo, um lugar onde em pouco tempo você consegue fazer ligado a beleza. O fato de querermos abrir mais dez unidades é simplesmente isso, o fato de o cliente ganhar tempo pois estaremos em vários lugares diferentes na cidade de São Paulo e depois para todo o estado.

**Fiquei impressionado com a quantidade de itens Be Emotion, linha própria da Polishop. Você aposta todas as fichas nesse produto?**

**JA:** As pessoas não querem mais comprar por comprar, elas buscam benefícios. A Polishop trabalha nesse conceito. A Be Emotion é um guarda-chuva

de produtos ligado ao mercado da beleza: temos de um simples batom a secadores de cabelo. Estamos no mercado de beleza feminina e masculina.

**O que é empreendedorismo, Marcella? João, quais os próximos passos da Polishop?**

**MARCELLA DIAS:** Acreditar nas pessoas e manter o foco em seu objetivo. Acredito fielmente que se você também tem uma equipe preparada e motivada e com foco onde você quer chegar, o sucesso chega. Nem sempre empreender é estar liderando uma empresa. Na minha empresa tenho vários empreendedores que me ajudam a criar o conceito do Mega Hairline. Mantendo tudo isso alinhado, você é um empreendedor nato.

**JA:** O que sempre busco são pessoas que tem veia empreendedora. Ser dono é uma coisa e ser empreendedor é outra. Muito bom o exemplo da Marcella, que disse que não faz nada sozinha e tem parceiros com ela empreendendo também. O grande desafio do empreendedor é conseguir pessoas com características para as novas unidades do Mega Hairline, que vamos abrir em breve.

Agradecimento especial a Pedro Ica e Andréa Garbim que tornaram possível este encontro

# VOCÊ PODE CRIAR, NÓS GARANTIMOS!

*Tôta! proteção no processo da descoloração*



**1 MEDPLEXX ESTABILIZADOR**

Fórmula revolucionária que previne e minimiza os danos comuns aos cabelos submetidos à química.



**2 PH EQUALIZER**

Equaliza o pH dos fios, por meio de sua ação acidificante, desembaraça completamente e mantém os cabelos sedosos, macios e brilhantes.



**3 MEDPLEXX SOS**

Máscara com alto poder ultra concentrado que devolve imediatamente a força e vitalidade aos fios no processo de cor.

**WORLD COMEXX**  
Um grupo de marcas profissionais.

11 5070-0400 - [www.mediterrani.com.br](http://www.mediterrani.com.br)  
#eusoumediterrani

*Mediterrani*

**PROFESSIONAL**

**FALE COM SEU CONSULTOR DE VENDAS.**

# PEOPLE







# TOKYO

**DIRETORES ARTÍSTICOS:** FELIPPE MARIOTTO  
E MIGUEL ESTELRICH

**MAKEUP ARTISTS:** CARLOS BELTRÁN,  
HENRIQUE MELLO, JAQUELIN GELSI E SARAH ANJOS.

**HAIRSTYLISTS:** FELIPPE MARIOTTO, JÉSSICA ORTIZ,  
MAURICIO PINA, MATHEUS TAUBER,  
MIGUEL ESTELRICH E RAFAEL LEMES

**FOTÓGRAFO:** DOUGLAS MOREIRA

**MODELOS:** MEGA MODELS, JOY E ELO

**STYLIST:** LEONARDO AUGUSTO

**EDIÇÃO DE IMAGEM:** WM FUSION

**COORDENAÇÃO:** MATHEUS MARUJO



BeautyCollections

INTERCOIFFURE INTERBEAUTÉ BRASIL  
Tokyo



122



123





BeautyCollections

INTERCOIFFURE INTERBEAUTÉ BRASIL  
Tokyo





# WEDDING

**HAIR:** ROMAN CHOCHOŁ, WIOLETTA DĘBICKA, MARTA LIZOŃ, TOMASZ MADEJSKI, MAGDALENA MOTYKA, ADELAJDA TATOMIR - DYRAS, JOANNA SERAFIN, DARIUSZ SOCHACKI I JAROSŁAW PUDEŁEK.

**ART DIRECTOR:** JOANNA BAUMGARTNER

**PHOTO:** JACEK URA

**PHOTO EDITOR/ BACKSTAGE PHOTO:** MARCIN MICUDA

**MAKE-UP:** URSZULA ZIARKO GRAFTOBIAN POLSKA

**WEDDING DRESSES:** AVENUE 22

**FLORAL ACCESSORIES:** STUDIO SULIK

**COSMETICS:** L'ORÉAL PROFESSIONNEL

**EXECUTIVE PRODUCTION:** ADELAJDA TATOMIR - DYRAS

**ASSISTANT:** PATRYCJA PIEKOSZEWSKA

**PRODUCTION:** HCF POLAND

**PHOTO COLLECTION:** COLLECTION & BACKSTAGE











**BRITISH  
HAIRDRESSING  
AWARDS 2018  
EASTERN**

**HAIR:** JESSICA NEIL  
& MARY GEOGHEGAN, KH HAIR  
**PHOTOGRAPHY:** JACK EAMES  
**MAKE UP:** MADDIE AUSTIN  
**CLOTHES STYLING:** CLARE FRITH











# BRITISH HAIRDRESSING AWARDS 2018 NORTHERN IRELAND

HAIR: DAMIEN JOHNSTON  
COLOUR: EMMA BURCHETT  
PHOTOGRAPHY: GLENN NORWOOD  
MAKE UP: MELISSA ELLIOT  
STYLIST: MOLLY THOMPSON

DAMIEN JOHNSTON  
British Hairdressing  
Awards 2018  
Northern Ireland



DAMIEN JOHNSTON  
British Hairdressing  
Awards 2018  
Northern Ireland





NOVO

# MISTIFY ME STRONG

| 500ML

SPRAY DE FINALIZAÇÃO LEVE

Proporciona finalização leve e fórmula de secagem rápida graças à tecnologia MICROMIST™. Promove fixação instantânea para qualquer penteado ou styling por até 24h, além de permitir remodelagem.