



HAIR / #21



ALEXA CHUNG
para L'Oréal Professionnel

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS



PERCEBA A DIFERENÇA, DESCUBRA


INOIA

A FORMA MAIS GENTIL DE COLORIR OS CABELOS*

SEM AMÔNIA • SEM ODOR • ÓTIMO CONFORTO

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

 /lorealprofessionnel.br

 @lorealpro | @segredosdesalao
#lorealpro | #descubrainoa

 LorealProfBrasil

 App Style My Hair

lorealprofessionnel.com.br | segredosdesalao.com.br



Twisted




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

LIBERTE SEUS CACHOS

PROFESSIONAL
SEBASTIAN

www.sebastianprofessional.com

 @sebastianprobrasil

 SebastianProfessionalBrasil



—
*Encontre
seu estilo*
—



Conheça Keune Style, uma nova linha completa de finalizadores criada especialmente para definir, texturizar e estilizar qualquer tipo de cabelo.



Celebre a sua melhor versão com Keune Style!

Garantimos produtos com qualidade, visando sempre os melhores resultados e permitindo que você crie qualquer look com facilidade.

#CELEBRATE STYLE



- 1 LIMPE
- 2 TRATE
- 3 POTENCIALIZE

TECNOLOGIA PERSONALIZADA

BELEZA SIMPLES

Schwarzkopf
PROFESSIONAL

Um novo sistema de tratamento* surge para transformar fundamentalmente a fibra capilar, trazendo-a de volta às propriedades de saúde de um cabelo natural**

1
LIMPE

Tribond Shampoo limpa gentilmente o cabelo, preparando-o para o serviço BC Fibre Clinix



2
TRATE

Tratamentos Triple Bonding reconstroem a estrutura interna para maior resistência e força do fio e selam a superfície para maior maleabilidade e brilho



3
POTENCIALIZE

Potencializadores Fibre Clinix com concentrados de ativos de cuidados para a pele, oferecendo um tratamento personalizado para a parte interna e externa do fio de cabelo



**Da Schwarzkopf Professional
**Combinação de testes biofísicos comparando um cabelo médio scolorido vs. cabelo virgem

Together. A passion for hair.

bc
BONACURE

H #21

Corporate Influencer (co influencer). O termo é novíssimo, mas você ainda vai ouvir falar muito dele. Ele dá nome a empresas que, assim como pessoas, são capazes de atuar como influenciadores de moda, tendências e comportamento – seja de seus consumidores, seja de seus concorrentes. Basta uma publicação sobre um produto, uma atividade, um comportamento e, pronto, todo mundo de olho... Não se trata apenas de número de seguidores ou de comentários (aliás, isso está mais do que no passado para as novas gerações) e sim de quanto ela é capaz de atingir, inebriar, encantar quem a acompanha.

Desde o início de nossas redes, tínhamos claro que o digital tinha que ser inspiracional, algo que não apenas mostrasse um look – de hair ou make – mas que acendesse aquele desejo de o profissional criar, inovar, tentar, errar e tentar de novo. Por isso, agradecemos quem nos segue, comenta, compartilha, critica, dá ideias, manda mil vídeos, fotos, enfim, a todos que caminham conosco nesta jornada.

E já que o assunto é sobre novo, nesta edição, algo diferente! Pela primeira vez desde a nossa origem, temos um único beauty artist, o SIMPLEMENTE MARAVILHOSO Celso Kamura assinando não uma, mas as duas capas (H e M)! Um luxo para todos nós. O resultado ficou incrível como vocês podem comprovar. Isso é algo que mostra o poder dos profissionais de beleza brasileiros, a força do nosso segmento e o futuro que nos aguarda.

Um beijo para todos!

A. Stevanato *Deise Gomes*

3 SPRAYS.
NÍVEIS DE FIXAÇÃO.
INFINITAS POSSIBILIDADES
DE LOOKS INCRÍVEIS!



EIMI

#DIGA EIMI



SUMÁRIO

HAIR: LUDOVIC GEHENIAUX
PHOTO: PAWEL WYLAG
MAKE-UP: IZABELA SZELAGOWSKA
STYLISME: JOANNA WOLFF
PROD: MKPRODUCTION&CHRISTOPHE GAILLET

26	BEAUTY INTERVIEW Schwarzkopf Professional, uma revolução capilar
44	BEAUTY PRODUCTS Linhas que são uma festa para o cronograma capilar
58	BEAUTY MADE IN BRAZIL O genial Douglas Dias, orgulho do Studio W
64	BEAUTY CASES DUO, o casal que surpreende no comando do salão
74	BEAUTY COVER Celso Kamura em dose dupla (e surpreendente!)
	BEAUTY EVENTS
110	Encontro Roma, Italian Hairtech
114	Hair Brasil Premium
126	Barber Week

SEMPRE EM HM

18	BEAUTY FOR HAIR Os melhores lançamentos estão aqui
34	BEAUTY LIFESTYLE by Marta Rovella
35	BEAUTY BUSINESS by Richard Klevenhusen
38	BEAUTY TRENDS by Maria Cecília Prado
100	BEAUTY SOCIAL by Zezinho Divanah
104	BEAUTY COLLECTIONS

— PERFECT BLOND



O protocolo do
LOURO PERFEITO
ainda mais completo!

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trushair | trussprofessional





ANO III / #21
Julho / Agosto 2019

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

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

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

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



contato@hmemrevista.com.br

Tiragem: 15 mil exemplares

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

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

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



**ASSINATURAS E
EDIÇÕES ANTERIORES**

www.assinehm.com

Edição 21: R\$ 29,90 / Assinatura 1 ano: R\$ 150,00



**VISITE NOSSO SITE E PARTICIPE
DAS NOSSAS REDES SOCIAIS**

www.hmemrevista.com.br

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

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

#HMTeam



SHAMIA SALEM
EDITORA



MARIA CECÍLIA PRADO
EDITORA



NICOLE RAMALHO
EDITORA



WILSON WEIGL
EDITOR



KARINA HOLLO
EDITORA



GIULIANA CURY
EDITORA



CARMEN CAGNONI
EDITORA



RICHARD KLEVENHUSEN
COLUNISTA



MARTA ROVELLA
COLUNISTA



SANDRA TACLA
COLUNISTA



DAVID DO CARMO
COLUNISTA



DIEGO MORENO
TRATAMENTO DE
IMAGENS

HIGH LISS

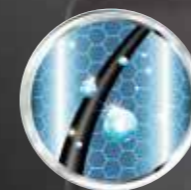
REVOLUÇÃO EM TRATAMENTO
MULTIFUNCIONAL



Resultados
surpreendentes
EM UMA
ÚNICA
APLICAÇÃO

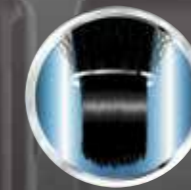


PIGMENTOS
VIOLETA



ATIVOS
TECNOLÓGICOS
INTELIGENTES

PREENCHE A
POROSIDADE DA FIBRA
RECONSTRUINDO
OS FIOS



TECNOLOGIA
NUTRI
SELANTE

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



ULTRA
SHINE

PROPORCIONA
CAMADA DE
BRILHO INTENSO

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trusshair | trussprofessional





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

RECUPERAÇÃO IMEDIATA
COM PIGMENTOS VIOLETA+
LIPÍDEOS, PROTEÍNAS e VITAMINAS
IDEAL PARA CABELOS LOUROS, DESCOLORIDOS
OU GRISALHOS.



NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com



trusshair | trussprofessional

TRUSS
PROFESSIONAL



LINHA TENDÊNCIA, MAXILINE. Novos produtos com itens especiais para a utilização em casa. Multifuncionais de alta performance prometem cuidados especiais para todos os tipos de cabelos. As novidades incluem: Creme de Pentear Café com Flores, especialmente desenvolvido para repor os nutrientes dos fios. Por meio de seu ativo Café Verde, o creme restaura a elasticidade, o brilho, a maciez, além manter a hidratação; Máscara Abacate e Cereais com Mel: seus ativos (abacate e cereais com mel) proporcionam nutrição, hidratação, brilho e maciez; Máscara Banana e Mel: o principal benefício desta máscara é a revitalização dos fios, por ser rica em vitaminas. SAC (31) 3429-9200

18

SIÁGE LISO INTENSO, EUDORA. Elaborada para atender todos os tipos de lisos: alisados, naturais e com ondas indesejadas, a linha tem fórmula enriquecida com a proteína creatina e o complexo Liss Effect, que bloqueiam os agentes causadores do frizz e fios rebeldes, proporcionando cabelos reparados, hidratados e duas vezes mais lisos. Composta por shampoo, condicionador, máscara de tratamento e selante finalizador, os lançamentos também contam com a exclusiva tecnologia Affinite 3D, que trata o fio mesmo após o enxágue. SAC 0800 727 4535



FELPS MEN, FELPS. São vários produtos novos. Destacamos 3 deles: **Progressiva masculina:** fórmula especial livre de Formol, possui extratos naturais que tratam e alisam os fios, garantindo a saúde de quem aplica e usa o produto, que pode ser utilizado no cabelo e/ou barba. **Tonalizante masculino:** em cinco tonalidades, o produto é indicado para a cobertura dos primeiros cabelos brancos, neutralização de mechas ou mudanças no visual e podem ser usados em bigodes e barba. Com tecnologia alcalina, não possui amônia e garante fios mais saudáveis e brilhantes. **Pomada em pó black jack:** em pó, o produto modela e controla os fios, proporcionando maior flexibilidade, textura e volume. Tem efeito seco, deixando os cabelos com aspecto natural. SAC (11) 3941-7572

EDI DIVULGAÇÃO



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
------	------	------	------

ILLUMINA COLOR

/WellaProfessionalsBrasil @wellaprosbrasil

COTY - MAI / 2019 CONCEPT ART DESIGN STUDIO



MATIZADORES PROFISSIONAIS, SALON LINE.

Os produtos são super consistentes e garantem reavivar a cor dos cabelos naturais, manter a cor da coloração dos cabelos tingidos viva por mais tempo e promover mais brilho. Nas cores preto e cobre, eles realçam, intensificam e protegem a cor dos efeitos do desbotamento, além de hidratar os fios, devido ao óleo de coco na composição. Os efeitos duram cerca de três dias, podendo variar de acordo com a saúde dos fios e a rotina de lavagem.

<https://lojadasalonline.com.br>



PÓ DESCOLORANTE POWER BLOND PLUS PLATINUM E O PÓ DESCOLORANTE POWER WHITE PLUS FLASH, PAIOLLA PROFESSIONAL.

Com desempenho ultra-rápido, renovam e aceleram o procedimento de descoloração, proporcionando praticidade, resistência e hidratação à fibra capilar, diminuindo a porosidade e o ressecamento dos fios. Fórmulas desenvolvidas à base de Colágeno e Elastina, clareiam até 10 tons. Com ação Dust Free (não levanta pó), formam uma emulsão cremosa, com descoloração rápida e eficaz.

SAC (14) 3418-5900



CHARMING BLACK, CLESS. Há 15 anos promovendo a “beleza que completa”, a Cless acredita que o empoderamento feminino pode mudar o mundo. Com 62% do quadro de funcionários composto por mulheres, o grupo acaba de lançar a campanha #EmpoderarParaCrescer, para conscientizar a todos sobre a importância do respeito à mulher e do poder de participação equivalente entre todos os gêneros na sociedade. Para disseminar esta luta, a empresa usou um de seus itens mais vendidos, o Charming Black, em uma coleção limitada, para ilustrar atitudes que representam esse movimento tão relevante. Resistência, respeito, igualdade, coragem, força e poder, são algumas das palavras que marcam essa ação e estampam o produto – que é líder de mercado, segundo dados Nilson 2018, na categoria de “Modeladores – Fixação / Hair Spray”. Com 400ml, o Hair Spray Extra Forte Charming Black tem ação duradoura de 72 horas de fixação e seu jato seco não umedece os fios. Por conter silicone, forma uma película protetora no cabelo e evita a ação da umidade e vento, que podem atrapalhar o penteado. Com substâncias micro encapsuladas, promove brilho intenso e recupera a cutícula dos fios.

SAC 0800 702 2627 / sac@cless.com.br



COLEÇÃO
INVERNO
ILLUMINA COLOR

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





DARK OIL, SEBASTIAN PROFESSIONAL. Lançado em outubro de 2017 na versão 95ml, o Dark Oil ganha uma embalagem de 30ml. O produto traz ingredientes naturais preciosos como óleos de Argan, madeira de cedro e sândalo em uma fórmula única. O óleo revitaliza os fios de dentro para fora, dando mais textura ao cabelo, brilho e facilitando a criação do styling. DARK OIL também protege o cabelo contra os danos UV. Graças à tecnologia DiffusX, o óleo é aplicado uniformemente e desaparece em segundos, deixando o cabelo duas vezes mais macio por até 48 horas. O artista Sebastian, Sandro Dessou divide sua dica: "O meu segredo no dia a dia do salão é aplicar 10 pumps de Dark Oil no comprimento dos cabelos antes de escovar. Além de restaurar os fios, proporciona uma finalização perfeita para escova ou penteado. Esse cuidado é essencial para que o resultado final sempre surpreenda as minhas clientes". SAC 0800 702 9966



LUMINA, NATURA. Com a exclusiva Biotecnologia Pró-teia, Natura Lumina entrega tratamento capilar de precisão: os produtos preenchem os fios de dentro para fora, na exata medida de cada dano - nem mais, nem menos. A marca chega ao mercado em junho com duas linhas completas para Cabelos Secos e Cabelos Quimicamente Danificados. Natura Lumina já nasce 100% vegana, com opção de refil e os produtos vêm em embalagens de plástico verde, totalmente recicláveis. Assim como todo o portfólio Natura, não foram realizados testes em animais para a criação dos novos produtos (a Natura não realiza testes em animais desde 2006). SAC 0800-7761620



LINHA PREBIÓTICO, SALON OPUS. Indicada para tratar os cabelos do couro cabeludo até as pontas a linha Prebiótico foi desenvolvida para harmonizar o microbioma capilar. Com micro-organismos equilibrados, os produtos prometem uma limpeza suave, fortalecimento das defesas do couro cabeludo e redução das bactérias. Composta por Shampoo, Condicionador e Máscara de Hidratação. SAC 0800 702 2627 / sac@class.com.br



EXCELLENT REPAIR HAIR MASK, STEPHEN KNOLL NEW YORK. Máscara de tratamento que devolve a queratina e reconstrói a estrutura interna dos fios, deixando-os nutridos, com força, resistentes à quebra e livre de pontas duplas ou frizz. Enriquecida com extrato hidrolisado da seda, ceramidas, aminoácidos (glicina), colesterol e óleos de coco e palma, a Excellent Repair Hair Mask promove hidratação e brilho intenso, toque sedoso e maciez, além de eliminar a porosidade. Desenvolvida a base de nanocápsulas, ela permite a melhor absorção dos ativos no córtex capilar, recuperando os danos causados por fatores externos (raios UV e vento), tratamentos químicos e uso excessivo de aparelhos térmicos. SAC sac@skny.com.br

Milano, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci



**#ALFAPARFPEOPLE
DREAM LIKE LEONARDO**

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

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

DESCUBRA ESTA NOVIDADE EM ALFAPARFMILANO.COM

**ALFAPARF
MILANO**



BOLD COLOR WASHES, SCHWARZKOPF PROFESSIONAL. Linha de shampoos pigmentados que proporciona aos cabelos cores vibrantes por meio de uma aplicação simples. Em uma base de shampoo sem sulfato, que confere a limpeza, e graças ao desempenho de uma coloração semi-permanente, as fórmulas altamente pigmentadas oferecem um depósito de cor rápido. Tudo isso em uma única etapa (criam tons tonais em bases mais escuras e resultados intensos e vibrantes em bases mais claras e, melhor ainda, a intensidade da cor aumenta a cada utilização). Graças aos múltiplos métodos de aplicação, os cabeleireiros podem oferecer aos seus clientes serviços verdadeiramente personalizados, incluindo aplicação global, para uma verdadeira afirmação de estilo; serviços para reavivar a cor ou uma variedade de técnicas criativas para um efeito multi-tonal! Os benefícios exclusivos dos produtos incluem:

- Fórmulas altamente concentradas para resultados de cor arrojados e intensos, mesmo em bases de cabelo mais escuras;
- Depósito de cor rápida com desempenho semi-permanente em base de shampoo;
- Limpeza e coloração em um simples passo;
- Tempo de desenvolvimento visual de 3 a 5 minutos e até 20 minutos;
- Intenso acabamento de alto brilho. SAC 0800-704-2334 / atendimento.skp@henkel.com

24

LINHA STYLE, KEUNE HAIRCOSMETICS. Sucesso da marca, a linha Design Styling foi reformulada e passa a se chamar Style, agregando novos produtos para a categoria de finalizadores. Repensada para potencializar os serviços de finalização e penteado, os itens também abrangem o preparo, proteção e forma dos fios. Além da sofisticação das novas embalagens o produto também estampa seu grau de fixação e de brilho, trazendo facilidade na escolha do finalizador. Outra grande novidade é que todos os produtos possuem proteção contra os raios UV - o excesso de exposição solar pode danificar os fios e causar o desbotamento precoce da cor. A Style divide-se entre as categorias prep, shape e finish, que representam a versatilidade dos produtos para cada etapa da modelagem. Entre os principais lançamentos, estão o Dry Conditioner, condicionador a seco capaz de dar brilho e maciez ao cabelo, o Humidity Shield, spray que cria um escudo protetor nos fios contra a umidade, e o Precision Powder, finalizador em pó para criar volume que conta com um pulverizador de precisão. www.keune.com.br



3 DAY HAIR RENEW
VIDA NOVA AOS SEUS
CABELOS EM TRÊS DIAS!

Tratamento de reconstrução e hidratação, profundo para os cabelos extremamente danificados e enfraquecidos por agressões químicas ou mecânicas.

Age diretamente no interior da fibra capilar para restaurar sua força e elasticidade, reparando o cabelo em apenas três aplicações.



TECNOLOGIA JAPONESA VALORIZANDO A BELEZA DA MULHER BRASILEIRA.

REVOLUÇÃO ALEMÃ

Berlim, 1898. O químico Hans Schwarzkopf abre uma pequena farmácia onde vendia medicamentos e alguns poucos itens de beleza e perfumes da época. O tempo passou e eis que em 1905 ele resolveu criar um produto para substituir os ásperos e caros sabões de lavar o cabelo. Nasce o primeiro xampu - com textura pó era dissolvido em água na hora do uso. O sucesso foi total. Hans provocava uma transformação na rotina de cuidados básicos, principalmente para as mulheres. E assim foi conquistando cada vez mais clientes, vendendo para outras farmácias... crescendo e inovando sem parar. Decorridos 116 anos daquela primeira descoberta, a Schwarzkopf Professional (@schwarzkopfpro) ocupa lugar de destaque no cenário mundial, mas nunca deixou de lado seu DNA inovador. Para falar sobre o presente e o futuro da marca, Mauricio Gonzalez, gerente geral da Schwarzkopf Professional no Brasil, conversou com exclusividade com a HM.

26



HM Quais são os pilares da empresa?

MAURICIO GONZALEZ Desde o nosso começo, como um negócio familiar, em Berlim, estamos sempre reinventando o cabelo, ou seja, levando ao mercado os produtos e os serviços mais relevantes antes de qualquer outra marca. Nós criamos com o cabeleireiro, para o cabeleireiro e nossa maior meta é agregar valor ao negócio do salão através de nossos cinco pilares. (1) Inovação: nossos produtos têm tecnologia de ponta possibilitando ao cabeleireiro a entrega de um serviço muito superior. (2) Inspiração: as últimas tendências em corte, cor e penteado para que o profissional possa se destacar no mercado. (3) Educação: por meio de ASK Education, que incorpora a nossa crença no poder do conhecimento para moldar o futuro, utilizamos as mais recentes ferramentas de aprendizagem, inspiramos a criatividade, desbloqueamos o potencial e estimulamos o crescimento pessoal do cabeleireiro. (4) Conexão: a Schwarzkopf Professional conecta cabeleireiros, embaixadores e demais profissionais do mercado para que juntos compartilhem seus melhores trabalhos. (5) Apoio: o nosso objetivo é o crescimento do salão, por isso nós oferecemos materiais de suporte para melhorar a qualidade do serviço para que o cabeleireiro atinja o seu potencial máximo.

HM Hoje, como a Schwarzkopf Professional se posiciona no mercado da beleza mundial?

MG A Schwarzkopf Professional nasceu em 1898, quando o químico Hans Schwarzkopf abriu, em Berlim (Alemanha), uma pequena farmácia com uma seção de perfumaria. Em 1996, a marca se tornou subsidiária da Henkel, multinacional alemã líder em marcas e tecnologias que tornam a vida das pessoas mais fácil, melhor e mais bonita. Atualmente, a Schwarzkopf Professional é uma das três melhores marcas profissionais de cuidado capilar do mundo, atuando para oferecer produtos inovadores para toda a comunidade de profissionais cabeleireiros presentes em mais de 125 países, incluindo o Brasil.

A marca sempre esteve associada à novidade. Como manter esse conceito?

MG Reinvenção e inovação são palavras-chave para nossa atuação. Estamos sempre trazendo mais tec-

nologia para nossos produtos. Para dar alguns exemplos, nossa marca BlondMe é a primeira no quesito Cor & Tratamento específica para cabelos louros, com Advanced Bonding System, sistema de proteção, criação e manutenção de pontes, que garante um louro muito mais saudável. Além disso, temos o mais novo lançamento da marca, o BC Fibre Clinix, sistema de reparação mais poderoso do mercado. Com as tecnologias patenteadas Triple Bonding & C21, BC Fibre Clinix traz a fibra capilar de volta às suas propriedades perfeitas e saudáveis de um cabelo virgem, para um cabelo 10 vezes mais forte e restaurado internamente e externamente por até 60 dias.

HM Quantos produtos há em linha, atualmente?

MG Hoje, a Schwarzkopf Professional possui uma linha completa de produtos de cuidados para os cabelos, entre eles estão os produtos das marcas IGORA Royal, BlondMe, Bonacure, Essensity, 3DMen, Osis+, Silhouette, Strait Styling Glatt e Strait Therapy.

HM No Brasil, quais são os campeões de vendas? E no mundo?

MG Tanto no Brasil como no restante do mundo, a marca IGORA Royal é a mais comercializada. Ela é reconhecida por ter as mais diversificadas ferramentas de cor do mercado, proporcionando 100% de performance, mesmo nas situações mais desafiadoras.

HM O processo de criação de um produto não é simples. De que forma isso acontece na Schwarzkopf Professional?

MG Ele começa com a identificação de quais são as tendências globais mais relevantes para o setor. Após esse momento, a Schwarzkopf Professional cria ferramentas que possibilitem ao profissional que as utiliza se diferenciar no mercado, atendendo essas novas tendências. Como eu resaltei anteriormente, nós criamos com o cabeleireiro e para o cabeleireiro. Por isso, em todos os momentos, a marca conta com a participação de nossos parceiros no desenvolvimento dessas ferramentas. Por exemplo, no último ano, a marca iniciou alguns processos de cocriação com cabeleireiros, como foi o caso da linha de coloração IGORA ROYAL TakeOver, projeto o qual teve a participação de nosso embaixador Jean Philippe.

“Atualmente, a Schwarzkopf Professional é uma das três melhores marcas profissionais de cuidado capilar do mundo, atuando para oferecer produtos inovadores para toda a comunidade de profissionais cabeleireiros presentes em mais de 125 países, incluindo o Brasil”.

EMBAIXADORES: A LIGAÇÃO DA MARCA COM O PROFISSIONAL



Jean Philippe

Hairstylist digital influencer, Jean tem mais de 14 anos na área da beleza. Nessa trajetória, cinco anos foram dedicados exclusivamente à área técnica de educação, passando pelas principais marcas do mercado, incluindo a Schwarzkopf Professional. Atualmente, é Embaixador Nacional da marca focado em Cor com a gama IGORA Royal. Conhecido pelos tons de ruivo que cria, é o idealizador da tendência Ruivo Nude. Especialista em colorimetria, tem estúdio em São Paulo e canal no Youtube, ambos com o nome Santo Cabelo. Apaixonado por educação, ministra cursos por todo o Brasil.



Cristina Bezerra

Hairstylist há 18 anos, também é formada em Estética e Cosmetologia. Iniciou seu caminho como técnica da Schwarzkopf Professional há 16 anos e atua como membro da Equipe Criativa há nove anos. Realizou especializações na Alemanha, Espanha, Inglaterra e Argentina e já se apresentou em Londres (Inglaterra) e representou o Brasil no Essential Looks World Tour na Alemanha, em 2013. Foi a primeira embaixadora a realizar o My Collection no Brasil e se apresenta duas vezes por ano no Essential Looks para cabeleireiros brasileiros. Seu trabalho é totalmente direcionado à área de educação e à especialização de profissionais. Ministra cursos de cor, corte e tendências no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo.



Jades Sales

É hairstylist com mais de 15 anos de experiência e formador conceituado no Nordeste brasileiro. Fez cursos em Berlim e Hamburgo (Alemanha), Barcelona (Espanha), Milão (Itália), Paris (França), Londres (Inglaterra) e Buenos Aires (Argentina). Também realizou cursos em academias de destaque internacional, como Pivot Point, Toni & Guy, Llongueras e Vidal Sassoon. Criou diversas caracterizações para teatro, cinema e televisão e ministra cursos em todo o Brasil.

HM A concorrência é enorme no setor: qual é o grande diferencial da Schwarzkopf Professional em relação aos concorrentes?

MG A Schwarzkopf Professional é uma parceira do cabeleireiro. Todos nossos produtos e serviços são feitos para o sucesso do salão, esse é nosso diferencial. Nossos produtos contam com a mais alta tecnologia que garante ao cabeleireiro a segurança necessária para atingir todo seu potencial, sem amarras.

HM O que podemos esperar no quesito novidades para o segundo semestre de 2019?

MG Posso garantir que não vão faltar novidades para esses próximos meses em todas as mais relevantes categorias: coloração, finalização e cuidado com o cabelo. Inspirada pelas principais tendências globais, como beleza real e ingredientes naturais, a Schwarzkopf Professional trará aos nossos parceiros, os cabeleireiros, ferramentas incríveis para eles se destacarem no mercado. Em breve, lançaremos uma nova marca de coloração, que possibilita um resultado autêntico para cada cliente, destacando a beleza natural, ao invés de ocultar e disfarçar.

HM Para a marca, qual é a importância da educação?

MG Ela tem extremo valor. Nossa marca se destaca no mercado não somente por desenvolver e comercializar produtos de beleza como também pela parceria com os profissionais. Nesse sentido, investimos na promoção de ações e eventos em nossa academia (Academia ASK, localizada na Avenida Paulista, em São Paulo) permitindo aos profissionais cabeleireiros o aprendizado e compartilhamento de conhecimentos acerca dos cuidados com os cabelos. Também apresentamos aos profissionais novos lançamentos de produtos que possam gerar visões criativas de tratamento dos cabelos de seus clientes, promovendo uma qualificação ainda mais aperfeiçoada e inovadora dentro do mercado.

HM No segmento profissional da beleza ocorreram muitas mudanças nos últimos anos. De que modo isso afeta a postura da empresa?

MG Os consumidores, de maneira geral, modificaram seus padrões de consumo, e isso é perceptível no mercado profissional de beleza. Os valores pes-

“
A Schwarzkopf Professional é uma parceira do cabeleireiro. Todos nossos produtos e serviços são feitos para o sucesso do salão, esse é nosso diferencial”

soais, como questões ambientais, o empoderamento feminino e a busca pela autenticidade estão guiando esse setor. Os consumidores buscam mais do que um produto, eles desejam uma experiência única, feita exclusivamente para cada um deles. Do ponto de vista das indústrias, é fundamental criar ferramentas que permitam ao cabeleireiro oferecer essa vivência a cada um de seus clientes. Já o profissional deve estar capacitado para realização de diagnósticos, atualizado nas últimas tendências e atender as necessidades específicas de seus clientes.

HM E com relação ao cliente da marca? Algo mudou?

MG A relação entre a marca e o cabeleireiro também está pautada em experiências únicas. A Schwarzkopf Professional não visa apenas vender produtos, e sim também oferecer soluções completas, através de nossos cinco pilares, que desenvolvam todo o potencial do nosso parceiro.

HM O que o mercado brasileiro representa para a Schwarzkopf Professional?

MG O mercado brasileiro é, e sempre foi, um mercado-chave para a Schwarzkopf Professional. A marca está constantemente observando as tendências do ambiente profissional brasileiro para oferecer soluções adequadas para nosso país. Além disso, estamos atentos aos talentosos cabeleireiros brasileiros, oferecendo a eles experiências únicas, como, por exemplo, a cocriação da linha IGORA ROYAL TakeOver, com a participação do nosso embaixador Jean Phillipe; e a campanha global de BlondMe que teve como um dos ganhadores o Alex Mendes, criador de um look exclusivo de BlondMe no ano passado.

DUAS NOVIDADES



BC Fibre Clinix

Com as novas tecnologias Triple Bonding e C21 combinadas com uma gama de potencializadores personalizáveis, permite que os cabeleireiros criem serviços no salão sob medida para seus clientes. Por meio de um tratamento único, limpa, trata e revitaliza o cabelo quimicamente processado, deixando-o 100% saudável. A linha contém: Shampoo Tribond, para limpeza suave e eficaz de todos os tipos de cabelo; Masque Tribond (tratamento para fios grossos ou finos), em duas versões, reconecta a estrutura interna do cabelo para melhorar a sua resistência, enquanto a estrutura externa é selada para aumento do brilho; e Boosters para mistura com o tratamento Tribond em um cuidado personalizado. Em cinco opções: Peptide Repair para cabelos danificados; Hyaluronic Moisture para normais a secos e cacheados; pH 4.5 Color para coloridos; Collagen Volume para os finos e Keratin Smooth para fios rebeldes.



Bold Color Washes

Proporciona aos cabelos cores arrojadadas e vibrantes, através de uma aplicação simples, e resultados duradouros. Em uma única etapa, promove limpeza com uma base sem sulfato, e ação de coloração semipermanente, graças à fórmula altamente pigmentada capaz de oferecer um depósito de cor rápido que se intensifica a cada aplicação. Promove tonais em bases mais escuras e resultados intensos e vibrantes em bases mais claras. Graças aos múltiplos métodos de aplicação, os cabeleireiros podem oferecer aos clientes serviços personalizados, incluindo aplicação global; destaque da cor ou uma variedade de técnicas criativas para um efeito de vários tons. →



32

HM Em termos de estratégias cite as que a marca utiliza para se aproximar dos profissionais brasileiros.

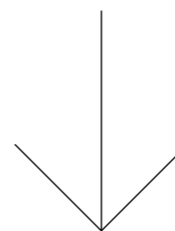
MG O nosso modelo de negócio global é focado no cliente, o nosso verdadeiro parceiro. Seja no Brasil ou em qualquer lugar do mundo, o profissional cabeleireiro precisa confiar na marca que escolhe e sentir apoio ao seu negócio. Por meio dos nossos cinco pilares, somos capazes de oferecer ao profissional cabeleireiro todo o suporte que ele necessita dentro do salão, inspirá-lo com as últimas tendências, ensiná-lo por meio das melhores técnicas e com os conteúdos mais relevantes, conectá-lo à uma extensa rede de profissionais e, tudo isso, através da inovação que trazemos em produtos e serviços.

HM Quais as apostas para manter o sucesso no concorrido mercado da beleza?

MG A Schwarzkopf Professional, sendo parte do grupo Henkel, traz a inovação em seu DNA. Através de muita pesquisa e investimento em tecnologias de ponta, oferecemos ao mercado produtos inovadores, capazes de proporcionar os melhores resultados, diferenciando assim o negócio do nosso parceiro, o cabeleireiro. Baseada em nossos cinco pilares, a marca acredita em criar valor agregado ao salão, com foco nas necessidades específicas de cada um de nossos parceiros.

HM Comente as expectativas para o evento Essential Looks que será realizado no segundo semestre no Brasil.

MG Neste ano, as tendências de moda e cabelo que estarão presentes na coleção do Essential Looks abordam movimento, emoção e auto expressão. A principal ideia é mostrar no evento tendências do momento, mas reforçando a questão de liberdade criativa e a verdadeira individualidade. Queremos que as pessoas vejam como a autenticidade de cada um é importante quando falamos de moda e beleza e que existem maneiras criativas e individuais de cada um se produzir, se maquiar e cuidar do próprio cabelo.



Quem é nosso entrevistado

Mauricio Gonzalez nasceu no Uruguai e é graduado em Administração e Marketing pela Universidad de la Empresa, de Montevideo, e pós-graduado em Marketing Varejo Farma pela ESPM, de São Paulo, cidade onde vive desde 2013 (já morou e atuou na Bolívia e no Paraguai, também). Com 18 anos de experiência no mercado de bens de consumo e no profissional de cuidado capilar, já trabalhou em duas empresas multinacionais de grande porte e está na Henkel há três anos, na função de gerente geral da Schwarzkopf Professional no Brasil.





IR À FEIRA (CERTA) É UM LUXO!

Adoro feira de Estética. Juro! Conhecer novos tratamentos, equipamentos, produtos, conversar com todos aqueles profissionais... Tenho a sorte de conviver com tudo isso graças a minha profissão e não perco uma oportunidade. Esse ano estive na Estética In SP. Adorei. Foi recorde de público com 23 mil visitantes. Durante os dias 20 a 22 de julho participei da Estética In Sul, em Florianópolis, e no período de 26 a 28 de outubro, da Estética in Nordeste. Um dos fatores mais importantes desses eventos é a preocupação com o conhecimento. O Grupo Estética In torna acessível a educação e o conhecimento em um evento que envolve simultaneamente feira, congressos, master classes e cursos. Venha conhecer. Você também vai amar!!!



LUXO É DESCOBRIR O NOVO

Se tem uma coisa que amo de paixão é passar horas pesquisando as últimas tendências de saúde, esporte, beleza e bem-estar, mas como minha rotina é muito corrida, nem sempre tenho esse tempo. Por isso, adoro os eventos que reúnem em um só lugar as melhores novidades em alimentação saudável, equipamentos, roupas e acessórios. E foi assim que descobri a Brasil Trading Fitness Fair (BTFF), uma feira completa com o que há de mais novo nesse setor. Fiquem ligados que a próxima edição acontece de 18 a 20 de outubro, no Expo Center Norte, em São Paulo. Vamos?



Chegamos ao nosso quinto encontro, que delícia!!!! Quer saber mais sobre as minhas dicas e sobre o mercado do luxo, me sigam no @martarovella e no @rovellaschultz. Vou adorar ter a sua companhia.
MARTA ROVELLA SCHULTZ

LUXO É USAR PROTETOR SOLAR TODO DIA!

Quem pratica esporte concorda comigo: é um desafio cuidar e proteger a pele enquanto estamos na academia ou durante uma corrida ao ar livre. Há produtos que nem sempre fixam na pele e o suor também pode remover o creme ou protetor solar. O Solst Sport, da Axigram, resolve esse problema. Com toque seco e FPS 50, o protetor solar foi desenvolvido especialmente para atletas e conta com alta proteção contra raios UVA e UVB, além de apresentar muita resistência à água e ao suor, o que dificulta que o produto escorra nos olhos durante a atividade física. Além disso, a Axigram apoia a Confederação Brasileira de Atletismo (CBAAt), graças à uma parceria firmada entre a empresa e a instituição, ajudando a proteger os atletas da nossa seleção brasileira com Solst Sport. Legal né?



SORRIA, ESTA PRÁTICA É UM LUXO

Sou a louca do dente. Apaixonada por sorrisos. Meu sonho sempre foi ter um dentista de confiança que cuidasse do meu sorriso o tempo todo. Uma vez, no lounge da Revista Elle, na São Paulo Fashion Week, perguntei à minha amiga Lenita Assef, diretora da revista na época, quem era o melhor dentista de São Paulo. Ela, que sempre soube tudo de beleza e saúde, me respondeu sem titubear: Dr. Rafael Gaeta. No dia seguinte estava no consultório dele. E posso dizer que ele mudou a minha vida. Antes mesmo de conversar comigo me colocou na sua poltrona blaster chic e fez uma limpeza dentária. Sim, com ele tudo começa com a limpeza. Depois de fotografar cada dente, mandar eu fazer mil chapas, veio o veredicto: você precisa usar aparelho. Eu, como queria ter o sorriso mais lindo que pudesse, obedeci. E durante três longos anos fiz tudo o que ele mandou. Foram ganchos, elásticos, travas, enfim o que a tecnologia dispunha. Depois disso veio o clareamento, as correções e finalmente a fase do sorriso de estrela. Dr. Rafael me encaminhou ao seu filho, Dr. Ricardo Gaeta que tem uma mão abençoada. Ele cuidou de cada "dentinho" para a construção de um sorriso lindo e saudável e me deixou a pessoa mais feliz do mundo. Com eles aprendi que não existe sorriso lindo sem gengivas saudáveis, sem cuidados permanentes, sem dedicação. Lá se vão mais de 20 anos de carinho e amizade. Um sorriso bonito e dentes cuidados rejuvenescem, aumentam a auto estima e o seu bem estar. Acredite! O Instagram da clínica é @gaetaodontologia. Eles têm consultórios em São Paulo e em Alphaville.

LANÇAMENTO

PROFESSIONAL
INNOVATOR

O PODER DO CABELEIREIRO

REPOSITOR LIPÍDICO



EXTRATO
DE MAÇÃ VERDE

Confere textura suave, redução do aspecto poroso e brilho reflexivo aos fios opacos. Reequilibra o pH da fibra capilar e sela as cutículas.



ÓLEO
DE PISTACHE

Promove reposição lipídica e ação anti-frizz. Nutre profundamente e hidrata o cabelo enquanto melhora a flexibilidade das fibras capilares.

HIDRATAÇÃO PODEROSA

REMINERALIZAÇÃO NUTRITIVA

O Poder do Cabeleireiro é um Booster enriquecido com Extrato de Maçã Verde e Óleo de Pistache que, ao ser utilizado com a Hidratação Condicionante Innovator, potencializa os efeitos de nutrição e brilho instantaneamente.

LIVRE DE

- PARABENOS
- ÓLEO MINERAL
- VASELINA
- SILICONE

Rende até 50 Aplicações*

*Aplicações em cabelos de tamanho médio, seguindo o modo de uso sugerido na embalagem.



ITALLIAN
HAIRTECH

f i y @italianhairtech
italianhairtech.com.br

BeautyBusiness

Todos os caminhos levam à prosperidade

A BELEZA EM BRASÍLIA

Recentemente estive em Brasília para o lançamento da “FRENTE PARLAMENTAR MISTA DA BELEZA E BEM ESTAR”, na Câmara dos Deputados. O evento – algo a ser muito celebrado – contou com a presença de representantes de entidades de peso como ABSB, ABIHPEC, Sebrae e a indústria por meio das marcas L’Oréal, Alfaparf, Cadiveau, entre outras. A criação desta Frente Parlamentar teve o significativo apoio de 200 deputados federais. O presidente será o Deputado Federal Ricardo Izar e a vice-presidente, a Deputada Federal Soraya Santos, respectivamente autor e relatora da Lei do Salão Parceiro.

A “Frente Parlamentar Mista da Beleza e Bem-Estar” pretende estimular, defender e resguardar os interesses sociais e econômicos de todas as atividades econômicas relacionadas ao segmento da beleza, como: profissionais, vendedores porta a porta, indústria, comércio e toda a cadeia da beleza e bem-estar. As frentes são agremiações suprapartidárias que buscam aprimorar um tema específico.

Conforme o estatuto, seguem as finalidades da Frente Parlamentar Mista da Beleza e Bem-Estar:

- I. Acompanhar a política oficial de apoio ao setor, manifestando-se quanto aos aspectos mais importantes de sua aplicabilidade;
- II. Promover debates, simpósios, seminários e outros eventos pertinentes ao exame da política de desenvolvimento divulgando seus resultados;
- III. Procurar, de modo contínuo, o aperfeiçoamento da legislação para o desenvolvimento do setor, influenciando no processo legislativo a partir das comissões temáticas nas duas Casas

do Congresso Nacional; e nas demais Casas Legislativas;

IV. Assessorar os parlamentares que se filiarem à Frente;

V. Defender mecanismos, governamentais ou não, que garantam o desenvolvimento e progresso do setor.

VI. Promover o intercâmbio com entes semelhantes de parlamentos de outros países, visando aperfeiçoamento recíproco das respectivas políticas estatais para área;

VII. Divulgar informações sobre o setor de interesse da sociedade;



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.

MODERNA,
INSPIRADORA E
HUMANA, SÃO OS
TRÊS PILARES DA
NOVA FEIRA
TOTALMENTE
ELABORADA PARA O
PROFISSIONAL QUE
VISA UMA AMPLITUDE
DE NEGÓCIOS E
CONHECIMENTO.



04 A 06
ABRIL/20

PAVILHÃO DE EXPOSIÇÕES
ANHEMBI
SÃO PAULO-SP

VEM AÍ A BELEZA PRO BUSINESS!

3 DIAS DE
**CONEXÃO,
INSPIRAÇÃO
E NEGÓCIOS.**

EM SÃO PAULO,
NA FEIRA MAIS
INOVADORA DA
AMÉRICA LATINA.

Equipe artística Intercoiffure Brasil,
responsável pela campanha BPB:

Presidente: Paulo Cordeiro

Marketing: Matheus Marujo

Direção artística: Miguel Estelrich

Hair: Maurício Pina, Cláudio Miguel, Mônica Casado, Ivaldo Lima, Rafael Lemes

Make: Chioé Gaya, Carol Couto, Janaina Gonçalves, Jaquelin Gelsi

Barber: Claudia Saleme.

www.belezapro.com.br

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


intercoiffure
M O N D I A L
PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA
NEW YORK · BERLIN
B R A S I L

TIC TAC FASHION

Presilhas e hair clips nunca estiveram tão em alta. De enfeite para criança, viraram brincadeira divertida para quem entende de moda. É pregar e arrasar.

Até bem pouco tempo atrás, usar grampinhos, presilhas e tic-tacs era coisa para criança – ou para quem tinha um gosto, digamos, meio infantil. Mas uma revolução acaba de acontecer nesse departamento. As presilhas ganharam um upgrade fashion e usá-las, agora, virou must. Famosas, influenciadoras, todo mundo redescobriu esses acessórios. Exibi-los no cabelo virou um jeito cool (e relativamente fácil) de criar uma imagem de beleza interessante.

Os modelos com palavras – girl, boss, happy, hi, bye e outros termos em inglês – se tornaram queridinhos mundo afora. Decoram e ao mesmo tempo expressam estados de espírito ou transmitem mensagens. Quer coisa mais fun? Minipérolas também andam seduzindo quem quer potencializar o glamour de um presinho desconstruído. Aparecem dando um toque decadente-chique ao visual. E o brilho, claro, não podia ficar para trás. Cristais cintilam tanto em peças minimalistas como naquelas mais barrocas e pesadas, fazendo a produção cintilar. →



© GUSTAVO ARRAS

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



Presilha de borboleta,
Alexandre de Paris,
(11) 3097 0942,
alexandredeparis.com.br
@alexandreparisbrasil

Chloë Grace Moretz: o liso
com volume ganha elegância
extra graças à presilha
posicionada atrás da orelha.
INSTAGRAM @GREGORYRUSSELHAIR



© DIVULGAÇÃO



De metal rosê e minipérolas fantasia, **THE BEAUTY BOX**, www.thebeautybox.com.br @instadabeauty

Mas como incorporá-las ao beauty look de um jeito atual? O primeiro e mais básico segredo é evitar combinar as presilhas a um cabelo muito certinho, muito comportado. Por mais simples que seja o styling – cabelo solto e dividido ao lado, por exemplo –, é preciso ou haver volume, ou existir textura. Ou, de preferência, um pouco dos dois. Mousses e sprays volumizadores, sprays do tipo beach spray e pomadas em pó podem ser utilizados para deixar o cabelo mais cheio, com movimento, pronto para receber a companhia de uma presilha bem escolhida. Usar o conhecido e sempre eficiente recurso de desfiar um pouco as raízes com um pente fino pode igualmente ajudar. Mas, lembre-se, a ideia é sempre deixar o resultado meio descomposto. Fica mais fresh!

ENCAIXES ESTRATÉGICOS

Outro caminho para trazer modernidade ao visual é combinar várias presilhas ao mesmo tempo. Podem ser do mesmo tipo, ter diferentes acabamentos e formatos, apresentar tamanhos variados... o importante é que o conjunto seja harmonioso. Essa overdose anda criando algumas das belezas mais curtidas no Instagram.

Terceira tática? Brincar com o posicionamento das peças. Já pensou em prender um coque alto e en-

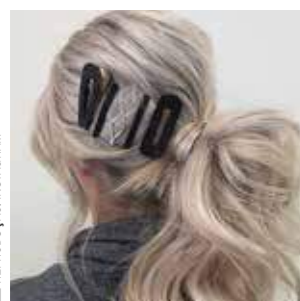
caixar as presilhas na nuca? Está valendo. Fez uma trança ou rabo-de-cavalo assimétrico e derrubado? Uma fileira de tic tacs acompanhando o lado livre da cabeça pode dar aquele toque diferente que estava faltando para um efeito wow. Um efeito ainda mais inusitado é deixar as presilhas “flutuando” entre os fios quando se monta um preso alto e desmontado. Foi o que fez o cabeleireiro israelense Adir Abergel, um dos mais criativos do momento, ao preparar a atriz Millie Bobby Brown, de Stranger Things, para um evento no Japão. Incrível define.

TESOUROS ESCONDIDOS

É claro que, para arrematar um penteado com estilo, é preciso primeiro encontrar os acessórios certos. E aí talvez esteja o maior desafio. Ao mesmo tempo em que podem ser encontradas em profusão lá fora, presilhas com acabamento mais nobre ou com design inovador ainda são raras por aqui. Achá-las é uma missão difícil, ainda que algumas marcas já terem identificado a tendência e começado a lançar suas propostas. Prepare-se para garimpar bastante até descobrir exemplares que criem uma finalização de luxo e arrebatem o olhar – mas, acredite, o esforço tem tudo para compensar. **HM**

MAIS É MAIS

Quatro ideias para juntar as peças e criar um visual extra-glamouroso



REPRODUÇÃO/INSTAGRAM @CHLOE.BEEBRIDAL



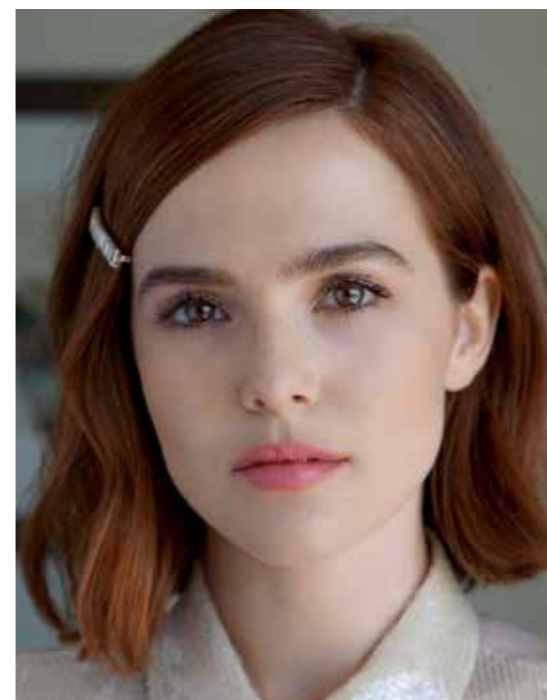
@LOVISAJEWELLERY



@MARTIS.RAYA



@FRANCESCAS



O messy hair da atriz americana **Zoey Deutch** fica mais glam graças ao acessório com cristais. INSTAGRAM @GREGORYRUSSELLHAIR



Peças metalizados trazem uma nova dimensão para o preso bagunçado de **Millie Bobby Brown**. INSTAGRAM @HAIRBYADIR



Presilhas de flores, **ALEXANDRE DE PARIS**, (11) 3097 0942, alexandreparis.com.br @alexandreparisbrasil



De veludo, **VOA VOA**, voava.com.br @v.o.a._v.o.a

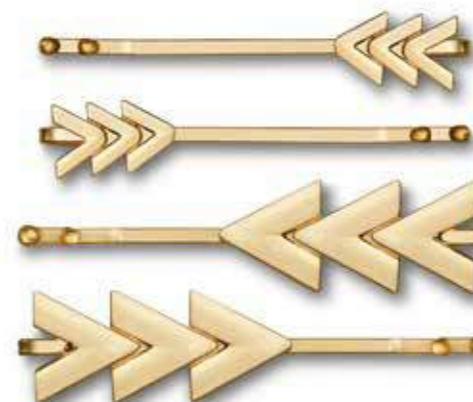


Presilhas com minipérolas fantasia, **LE BRIJU**, (11) 2538 3809, lebriju.com.br, @lebriju



Presilha com cristais, **ORFHEN**, (19) 3441 0707, orfhen.com.br, @orfhen

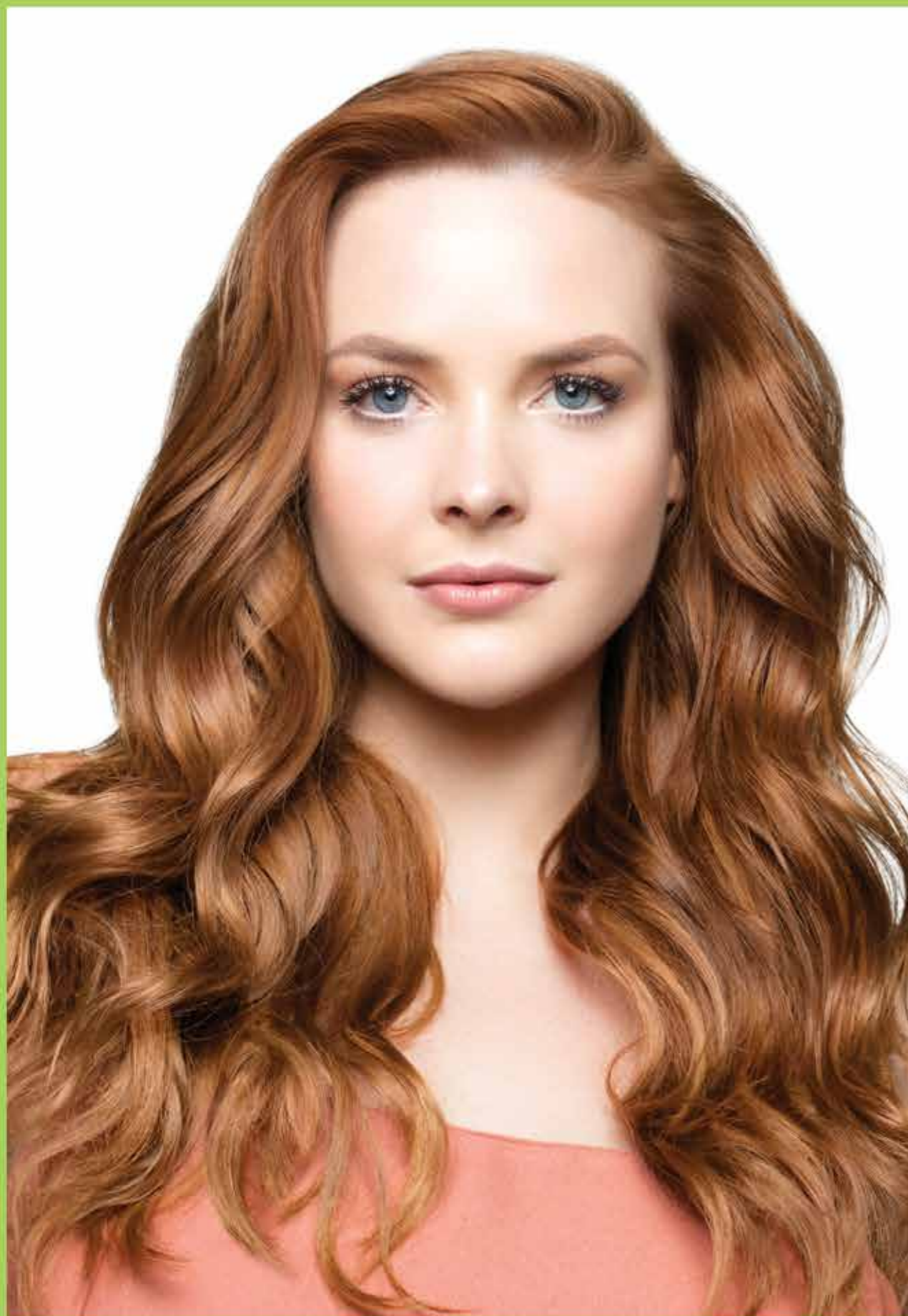
De metal dourado, **THE BEAUTY BOX**, www.thebeautybox.com.br @instadabeauty



Presilhas com cristais, **JULIANA MANZINI**, (11) 98419 0651, @julianamanzini_oficial



DIVULGAÇÃO



INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ

INOAR DOCTOR

UMA SEQUÊNCIA DE TRATAMENTOS
COM HIDRATAÇÃO, NUTRIÇÃO
E RECONSTRUÇÃO PARA FIOS
100% SAUDÁVEIS.



Inoar Doctor é o Cronograma Capilar da Inoar. Alterne as máscaras de **Hidratação**, **Nutrição** e **Reconstrução** para cuidar dos cabelos de acordo com sua rotina e tenha cabelos saudáveis todos os dias.



NUNCA
testamos
em animais

inoar.com
f i o v
inoarbrasil

A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA

CRONOGRAMA CAPILAR, *é uma festa!*

Quando a cliente comprou a ideia de seguir uma programação de cuidados dos fios e as marcas rechearam as prateleiras com linhas para hidratar, nutrir e reconstruir todo tipo de cabelo, do quimicamente debilitado ao virginal, muitos profissionais esperavam um impacto negativo no tíquete médio do salão. Só que não! Entenda os motivos

SHÂMIA SALEM (@SHAMIASALEM)

SHUTTERSTOCK E DIVULGAÇÃO



A novidade não está em hidratar, nutrir e reconstruir o cabelo. Mas, sim, em fazer isso de maneira estratégica e programada, como quem segue uma dieta específica para emagrecer e, depois que atinge o objetivo, altera o cardápio para tonificar o corpo até que, alcançado esse novo propósito, segue para outra fase, de ganhar músculos, por exemplo. “O mesmo acontece no cronograma capilar. Como cada cabelo tem necessidades específicas e que mudam constantemente, essa programação de beleza precisa ser desenhada de maneira individual e levando em consideração o estado atual dos fios e a resposta deles a cada estímulo, o que para uma pessoa pode levar uma semana e para a outra, 15 dias”, lembra o cabeleireiro Wesley Nóbrega, do Allumme by Wesley Nóbrega, em São Paulo.

Como não há uma receita de bolo, a atuação do profissional ganha ainda mais relevância, tanto para fazer o diagnóstico quanto para orientar a agenda de cuidados. “Além de conversar com a cliente para entender por tudo o que o cabelo passou, é importante fazer testes de elasticidade, resistência e, dependendo do caso, até descolorir uma mecha, para confirmar se nenhuma informação relevante foi ‘esquecida’. A partir daí é possível identificar as carências do fio e como e em que ordem elas devem ser supridas. Na prática, quem colore pode precisar apenas de hidratação e nutrição, já que as tintas atuais, especialmente as a base de óleos, danificam menos a fibra capilar; enquanto que quem faz luzes pode ter que fazer também uma reconstrução a cada 40 dias, hidratação toda semana e nutrição em intervalos de 10 dias”, exemplifica Wesley.

Quem concorda com ele, mas às vezes também gosta de seguir por um caminho diferente é o cabeleireiro Rodrigo Cintra. “Dependendo do caso, sugiro intercalar os tratamentos e as marcas dos produtos, seja porque a reconstrução deixa os fios duros, daí

a ideia de alterná-la com hidratação, ou porque o cabelo pode ficar saturado de um ativo, por melhor que ele seja”, explica o expert, que está passando uma temporada no MG Hair, em São Paulo, até que seu novo salão fique pronto – a promessa é inaugurá-lo em meados de novembro, e a HM estará lá, claro.

BOAS ALUNAS

Se a cliente comprou a ideia do cronograma capilar? “Com certeza, afinal ela não tem mais tempo para vir ao salão com frequência. Prova disso é que aquela mulher que marcava hora para fazer escova duas vezes por semana ou toda sexta-feira virou raridade. Agora, ela se vira sozinha em casa e só vem ao salão quando quer uma mudança de cor ou de corte ou algum tratamento para apagar incêndio, como cessar a quebra ou estabilizar o pH mais rápido”, entrega Rodrigo Cintra.

Para quem acha que o cronograma capilar endossa a tendência do self-care e que ela vai afastar a cliente do salão, o expert garante que isso não vai acontecer. “Trabalho com beleza há 27 anos e acompanhei diversas mudanças de comportamento, e a todas temos que nos moldar para sobreviver. À atual, uso a questão da exclusividade do produto que a pessoa não encontra no varejo nem no e-commerce e que, por ser de uso exclusivo profissional, oferece altíssima performance. Assim, há casos em que para iniciar o cronograma capilar a cliente vem a cada 10 dias no salão durante o primeiro mês e, depois, mantém o cuidado em casa seguindo a programação que eu desenhei especialmente para ela. Ao terminar, ela volta para fazer ou retocar a química e não a deixo ir embora antes de tratar os fios que acabaram de ser agredidos”, diz. Wesley Nóbrega endossa: “Todo mundo ganha com um cabelo com melhor qualidade: o profissional, que pode ousar mais no clareamento e nas mechas, por exemplo, e a cliente, que pode fazer a transformação que deseja sem comprometer o balanço, o brilho e a maciez que ela tanto ama.” →





ALTA MODA É... ALFAPARF. Quando o assunto é cronograma capilar, a marca aposta no poder das máscaras. Para hidratar, a Hydra Nutri Alta Moda contém geleia real e um complexo de óleos umectantes, ideal para cabelos muito ressecados, opacos e ásperos; para nutrir, a Oil Therapy traz óleo de argan, que é riquíssimo em ômega, ácidos graxos e vitaminas, um mix que revitaliza a estrutura capilar e protege contra as agressões externas; e para reconstruir, a Hair Repair Alta Moda, que provoca calor ao entrar em contato com o cabelo recém-lavado, o que favorece a ação da vitamina F e do pantenol, capazes de devolver a vitalidade, a resistência e a elasticidade capilar.



REDKEN. Com a proposta de nutrir cabelos secos e opacos, a linha All Soft combina óleo de argan com um complexo de proteínas que reconstruem e preservam a estrutura dos fios e devolvem a elasticidade, a hidratação e o brilho. Para tanto, o kit conta com Shampoo, Condicionador, Máscara Heavy Cream, Mega Mask e leave-in multifuncional Argan-6 Oi.



L'ORÉAL PROFESSIONNEL. Com a promessa de ser um reconstrutor instantâneo, Absolut Repair Cortex Lipidum associa ácido láctico, ceramidas, lipídeos e queratina para reconstruir o córtex, reestruturar e fortalecer as cutículas e criar uma barreira protetora nos fios. A linha completa tem oito produtos: Shampoo, Primer Repair, Condicionador, Máscara, Creme Termo Protetor, Sérum para brilho e reparação, Double Sérum Sealing Repair com dupla textura para selagem das pontas e Power Repair, que é de uso exclusivo profissional.

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.

www.joico.com.br /joicobrasil

H BeautyProducts / Cronograma capilar

THE BODY SHOP. Desenvolvida com exclusividade para o Brasil, a linha Leite de Baobá traz um Shampoo, que limpa ao mesmo tempo em que auxilia na reconstrução capilar; um Condicionador, para facilitar o desembarace dos fios e controlar o frizz; e uma Máscara, que hidrata a fundo. Em comum, todos são livres de parafina, parabenos e silicone.



KÉRASTASE. Indicada para hidratar cabelos severamente ressecados, a linha Nutritive Magistral possui um complexo que promete impedir que o fio volte a ressecar, a famosa molécula intra-cylane, que atua no córtex, e um polímero carregado positivamente para ser atraído pelas áreas mais negativas da fibra capilar, que são as mais secas. Três produtos compõem a linha, o xampu Bain, o Fondant, para cabelos finos, e a máscara, para cabelos grossos.



50



SEMI DI LINO ALFAPARF MILANO. As linhas são bastante completas. Para hidratar, a Diamond Illuminating traz cinco produtos para revitalizar, proteger e iluminar os fios: Shampoo, Conditioner, Mask, leave-in multifuncional Extraordinary All-in-1 Fluid e Conditioner Leave-in. Indicada para nutrição, a linha Moisture restaura o nível de água no interior dos fios capilar e facilita o desembaraço em 114% com o kit contendo Nutritive Low Shampoo, Reconstruction Reparative Mask, ampolas Reconstruction SOS Emergency Oil e Reconstruction Reparative Lotion e fluido Reconstruction Anti-Breakage Daily Fluid. Para reconstruir, a linha Reconstruction age na parte interna e externa da fibra capilar com sua fórmula enriquecida com medula de bambu e córtex repair, ambos presentes no Reparative Low Shampoo, na Reparative Mask, nas ampolas SOS Emergency Oil e Reparative Lotion, no fluido reestruturante Anti-Breakage Daily Fluid e no Reparative Leave-in Conditioner.



BLENDS OF MANY_.
men.truestories.solutions.

São as experiências vividas que tornam cada pessoa única. BLENDS OF MANY_ é a linha masculina de produtos profissionais para cabelos, rosto e barba dirigida aos homens atuais: pessoas atentas ao seu visual e a sua saúde, pessoas diferentes umas das outras, exclusivas e originais.

CONHEÇA AS HISTÓRIAS EM ALFAPARFMILANO.COM

ALFAPARF
MILANO

LOJA.ALFAPARFMILANO.COM.BR





NATUMAXX PROFISSIONAL. Outra que investe nas máscaras para o cronograma capilar. Na fase de hidratação entra a My Crush, que tem d-pantenol, óleos vegetais e manteiga de Karité para amaciar e reduzir o frizz; enquanto a etapa de nutrição é feita com a Revitalizante Oro Therapy 24 K, para fortalecer e aumentar a resistência dos fios a partir da combinação de óleos essenciais com biotina e silicone. Já a reconstrução é conseguida com a Anabolizante, que, inspirada na reparação muscular de quem se exercita, aposta em queratina, arginina, creatina, whey protein, óleo de coco e vitaminas do complexo B para restaurar os fios desestruturados, quebradiços, opacos, desidratados e sem vida.

52

LOLA COSMETICS. Desenhada para fazer cronograma capilar, a linha GHEE tem três produtos preparados com manteiga de frutas: Hidratação Banana e Aloe Vera, Nutrição Abacaxi e Manteiga de Bacuri e Reconstrução Papaya e Queratina Vegetal.



FELPS PROFESSIONAL. Com d-pantenol, semente de linho e vitamina E, a linha Banho de Verniz hidrata e confere brilho a partir do trio Shampoo, Condicionador e Máscara de Brilho. Nutrição, ação detox e regulação da oleosidade da raiz e do ressecamento das pontas são as promessas do Shampoo e do Condicionador da linha Equilíbrio Argila e Guaraná. A linha Quiabo, composta por Shampoo, Condicionador e Máscara de Tratamento, é enriquecida com vitaminas A e C, ferro, fósforo e cálcio, que regeneram a fibra capilar, diminuem seu pH e combatem os radicais livres.



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

COTY - MAI / 2019 CONCEPT ART DESIGN STUDIO

*vs. Shampoo não condicionante.

f/WellaProfessionalsBrasil @wellaprosil



PHARMAPELE. Vegana, a linha SOS Reparação nutre e recupera os cabelos danificados por processos químicos usando Shampoo, Condicionador, Leave-in Termoativado e Ampola Power Dose. O destaque da formulação é o complexo de proteínas batizado como RepairAge, que promete uma reparação rápida e intensa dos fios e ainda a formação de um filme protetor sobre eles, para prevenir danos futuros.

BEAUTY HITS. Para todos os tipos de cabelo, a linha Cronograma conta com 13 produtos e uma tabela para combina-los em cada fase, dando mais autonomia à cliente. São eles: dois xampus, sendo um detox e outro hidratante; três máscaras, para nutrir, hidratar e reconstruir; e oito ampolas de tratamento único.



KEUNE. Reparação intensiva é a promessa da linha Care, que oferece três opções de máscaras. Para o cabelo que está frágil, extremamente seco e danificado, a Care Vital Nutrition Mask contém microproteínas de trigo que recuperam a estrutura interna do fio, um complexo fortalecedor para as camadas externas e polímeros que engrossam e dão volume. Já a Care Keratin Smooth Mask devolve a queratina para os finos, com mechas e alisamento definitivo; enquanto a Care Satin Oil Mask reforça o brilho e a maciez.

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



CLESS COSMÉTICOS. Para repor a água perdida e abrir o caminho para a absorção dos nutrientes que virão na próxima fase, a linha Flor de Cactus oferece Shampoo, Condicionador e Máscara. A etapa de nutrição e proteção do ressecamento pode ser feita com o kit S.O.S Desmaia Fios, também composto por Shampoo, Condicionador e Máscara, todos com colágeno, óleos vegetais e d-pantenol. Na fase final, que restaura os fios por completo, entram em ação as proteínas de arroz e a queratina vegetal encontradas no Shampoo, no Condicionador, na Máscara e no Creme para Pentear da linha Arroz Negro.



AMÁVIA. Coco vegano e água de coco purificada são os responsáveis pela ultra hidratação oferecida pela linha Vegan Coconut, que traz Shampoo, Condicionador, Máscara e Névoa Micelar. Já a nutrição é a promessa da linha Caviar Supremo, preparada com um complexo concentrado de caviar, rico em proteínas, aminoácidos, lipídios e vitaminas presentes no Shampoo, no Condicionador, no Leave-in Fluido e na Máscara Ultra Nutritiva. Para fazer a reconstrução, o Combo Evoluty Reparação Extrema usa seis produtos: Shampoo, Condicionador, Máscara Reparação Imediata 3 Minutos, Leave-in Multifuncional 10 em 1, Reconstitutor de Pontas Sérum Mágico e Reparação Extrema Máscara Reconstitutora, todos com proteínas, óleos hidratantes e arginina, que representa 9% dos aminoácidos que compõem a fibra capilar.



#OndeEncontrar
 ALFAPARF 0800-0212652 / www.altamoda.com.br
 ALFAPARF MILANO 0800-0212652 / www.alfaparf milano.com/pt-BR
 AMÁVIA (71) 3289-5302 / www.amavia.com.br
 BEAUTY HITS www.beautyhits.net
 CLESS COSMÉTICOS 0800-7022627 / www.cless.com.br / @salonopusoficial
 FELPS PROFESSIONAL (11) 3941-7572 / www.felps.com.br / @felpsprofessional
 KÉRASTASE 0800-7017237 / www.kerastase.com.br / @kerastasebrasil
 KEUNE (41) 3342-9780 / www.keune.com.br
 L'ORÉAL PROFESSIONNEL 0800-7017237 / www.lorealparifrance.com.br / @lorealpro
 LOLA COSMETICS www.lolacosmetics.com.br
 NATUMAXX PROFESSIONAL (21) 3760-7072
 PHARMAPELE www.pharmapele.com.br
 REDKEN 0800-7017237 / www.redken.com.br / @redken
 THE BODY SHOP www.thebodyshop.com.br / @thebodyshopbrasil



WE ITALIAN STYLE


Yellow Repair, a recarga de energia perfeita para os cabelos!

A nova linha para **cabelos danificados** e **extremamente danificados**, perfeita para **reparar** em profundidade, **proteger** os cabelos durante os serviços técnicos e **personalizar** os tratamentos no salão. Com **Proteínas da Amêndoa** e **Manteiga de Cacau**.

L'ENFANT TERRIBLE

Protagonista do Beauty New Talents de uma das primeiras edições da HM, hoje, quatro anos depois da publicação e aos 31 anos, ele é uma das estrelas do time de embaixadores da Wella e quer mais, muito mais!

58

 KARINA HOLLO (@KARINAHOLLO)

 DIVULGAÇÃO

A história de Dougllas Dias como cabeleireiro começou há 10 anos, sem grandes pretensões. Mas faz sete anos que atua como profissional, colocando em prática suas ideias e inspirações, no Studio W (Alpha-ville e São Paulo). “Foi quando saí da casa da minha irmã, onde vendíamos pamonha, e fui para casa dos meus avós, e passei a ajudar um primo, cabeleireiro, que me apaixonei pela profissão”, conta ele. E então, as coisas foram acontecendo.

CURSO PARA COMEÇAR

“No início, não sabia rodar uma escova ou lavar um cabelo. Foi quando decidi fazer um curso na Embeleze, que me deu uma superbase – e era o que eu podia pagar. Quando tinha folga, ia ajudar meu primo, em um salão da rede Jean Louis David, em São Paulo. Foi aí que

comecei a aprender mais sobre produtos, saber o que era bom, o que funcionava e como funcionava”, lembra Dougllas. Nessa época, ele tinha 23 anos. “Já não era tão novo para começar, mas tudo aconteceu de forma rápida e espontânea.”

HABILIDADE GLOBAL

Hoje, Dougllas conta que se especializou em tudo: de idealizar cor a cortar, de pentear a fazer mega hair e alisar. “No meu Instagram, tenho mais cor e corte, mas estou me aperfeiçoando nas fotos de penteados também.” Seu principal ponto forte, segundo ele mesmo, é a mente. “Tento ser equilibrado e analítico.” Dougllas gosta de produzir coisas novas e está encontrando a maneira de mostrar isto para o público. “Acredito que outros pontos fortes sejam a maneira atenciosa como atendo, tratando todos do mesmo modo e a qualidade do meu corte e das cores que faço.”



Mesmo com a agenda cheia, uma das preocupações de Dougllas é preparar uma equipe excelente, que faça o meio de campo, passando qualidade que se transforma em bem-estar para o cliente.

O PODER DAS REDES SOCIAIS

Quando o W abriu em Alphaville, Dougllas começou a atender pessoas que tinham muitos seguidores no Instagram, como Patrícia Abravanel. O post com a cor do cabelo dela rendeu mais de 20 mil seguidores. “Este crescimento foi bem interessante e lido com isto de maneira bem tranquila, sabendo, do meu jeito, explorar a potencialidade das redes sociais.”

Ele analisa que o lado ruim do Insta é o tempo que ele pode roubar. “Precisa ser disciplinado (hoje posto de manhã e à noite), mas acabo esquecendo às vezes do Stories. Um feed de Instagram bonito demanda muito tempo e paciência, coisa que nem sempre tenho, pois nem sempre estou com a mesma energia e foco.” Ainda assim, Dougllas se propõe a fazer isto, já que hoje em dia tudo funciona com a mídia interligada.

O Instagram é uma ferramenta poderosa, não só de divulgação. “Procuro postar para criar um portfólio amplo e atualizado que ajude as clientes a buscar referências. Quando elas fazem isto, trazendo ideias direto da minha página, percebo que estou fazendo um bom trabalho.” Dougllas diz que não é viciado em redes sociais, mas sabe que elas são importantes. Por isso, não deixa de usá-las.

VIAGEM PROFISSIONAL

Suas referências vêm das experiências do dia a dia. “As viagens ajudam a ampliar a visão e a aguçar a inspiração: da arquitetura de novos lugares às músicas e pessoas, tudo serve como fonte de insight.” E elas costumam sempre estar ligadas a trabalho. “Minhas preferidas foram Londres (já fui cinco vezes e fiz quatro cursos de Vidal Sassoon; Bélgica, Holanda, onde fiz um curso com Dominick Serna, um dos grandes cabelereiros do mundo.” Dougllas foi ainda para Paris e fez um curso com Claude Juillard, três vezes para Los Angeles, onde se aperfeiçoou com Johnny Ramirez, hais stylist das celebs, e também fez curso no badalado salão Nine Zero One. “Aliás, em Los Angeles eu moraria fácil”, brinca.

Para este ano, o plano é voar menos e focar mais nas clientes. “Mas já tenho um curso em Londres, que é o fechamento de corte de Vidal Sassoon.”

“**Acredito que outros pontos fortes sejam a maneira atenciosa como atendo, tratando todos do mesmo modo e a qualidade do meu corte e das cores que faço**”

CORTE EXPRESS

CONHEÇA MAIS SOBRE DOUGLLAS DIAS
NESTE JOGO RÁPIDO

MUSA INSPIRADORA: “Nossa maior referência, sem dúvida é a Gisele Bündchen, mas adoraria fazer o cabelo da Madonna, Dualipa, Beyoncé...”

TRÊS PALAVRAS QUE ME DEFINEM: “Loucura, imprevisibilidade e determinação. Tudo junto e misturado.”

FONTE DE INSPIRAÇÃO: “O que mais me inspira na vida são as superações e as histórias das pessoas. Gente que veio do nada e construiu impérios ou que sempre teve tudo mas não dependeu dos pais para alcançar seus objetivos.”

MALHAÇÃO: “Para me manter em pé, diante da loucura dos compromissos profissionais, tento fazer uma ou outra aula de spinning e jogar um pouco de futebol para não ficar tão sedentário.”

TOP 5

OS 5 PRODUTOS FAVORITOS
DE DOUGLLAS DIAS

1 Na bancada de Dougllas, em primeiro lugar vem o Wella Plex. “Se você souber usá-lo, entenderá o que estou dizendo. Já fiz muitos testes de verdade e na prática, e ele é incrível!”

2 O segundo na lista de tops é o Oil Reflections. “Além de ser um multifuncional para tratar, proteger e dar brilho, ele é um excelente finalizador.”

3 O terceiro produto que ele ama é o shampoo a seco Dry Me, da Wella. “Ele não deixa o cabelo branco ou duro.”

4 Outro produto importante no seu dia a dia é o tonalizante sem pigmento Color Touch Highlights/00. Com ele, você devolve a cor, sela a cutícula e dá o brilho que a cliente tanto espera.”

5 O número 5 é a máscara Penetreat. “Além de ajudar no tratamento em casa, eu uso no salão. É um curinga que serve até para escovar o cabelo, inclusive no caso de cacheados que você queira tratar ou escovar.”



A M E R I C A N

CREW®

Official Supplier to Men™

ESTAREMOS NA



VISITE-NOS

RUA C - STAND 48

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
Um grupo de marcas profissionais

11 5070-0400 - www.americancrew.com

 /americancrewbrasil

SEJA UM DISTRIBUIDOR AMERICAN CREW

DUO+ UM CASO DE *amor*

Um espaço onde a beleza é vista em sua plenitude por profissionais que tratam tanto da aparência quanto da saúde de seus clientes. O conceito comemora três anos de absoluto sucesso. Conheça essa história!

Antes de sua empreitada no mercado da beleza, Saulo Abraão (@saulo_abraha0) cuidava dos negócios da família em Rio Branco, no Acre. Nascido em família de empresários, trabalho era algo conhecido por ele desde muito jovem: na adolescência administrou com sua mãe dois espaços, um de alimentação e um de eventos, sendo que ambos se tornaram referência na cidade - Afa Bistrô (@afabistro) e Afa Jardim (@afajardim). Após concluir a pr faculdade de Economia, Saulo já mirava outros horizontes e seu olhar se voltou para São Paulo. Em 2012, o empresário veio para a capital paulista dar prosseguimento aos seus estudos e no término da segunda graduação, em Direito, já no final de 2014, iniciou sua trajetória no mundo da beleza.

Ele investiu em um salão de 60 metros quadrados na Alameda Tietê ao qual deu o nome de DUO Jardins (nome do bairro onde se localizava o imóvel). Ele apostou em um modelo de negócio pequeno, com estrutura enxuta (seis bancadas e dois lavatórios) e, na opinião dele, fácil de ser rentabilizado com uma boa gestão. O lugar foi inaugurado em outubro de 2014.

Enquanto isso... Ano de 2013. Luiz Ferraz (@ferrazluiz), por sua vez, fazia faculdade de Administração de Empresas e participava de um rigoroso processo seletivo de estagiários na empresa de aviação TAM Cargo. Escolhido como um dos seis entre cerca de 30 mil inscritos no processo de seleção revolucionário, começou a atuar na área de projetos voltados para operação e logística. Perto de concluir sua graduação, no entanto, saiu da empresa por nunca ter se identificado por completo com a área. Na época, ele já sabia que sua verdadeira paixão sempre esteve em outros setores. “O mercado da beleza e da moda sempre fez os meus olhos brilharem”, diz.

Setembro de 2015. Saulo e Luiz se conhecem, se apaixonam. Saulo já planejava ampliar o negócio que ia muito bem, obrigado! Luiz sentia que precisava se posicionar no mercado, traçar planos, definir um objetivo profissional. O encontro dos dois não poderia ter sido mais perfeito: sincronia pessoal, emocional, profissional. “O Saulo estava sentindo a necessidade de expandir o negócio, o local pequeno já não comportava o volume de atendimento. Como ele estava com muita clientela, ou ampliava ou perderia na qualidade oferecida. Eu, então, resolvi investir na ideia e

partimos para criar o DUO Jardins Beleza e Bem-estar (@duo_mais)”, conta Luiz que, apesar de sempre ter sido fascinado pelo mercado da beleza, jamais imaginou enveredar por esse caminho. “Porém, a oportunidade apareceu e eu resolvi abraçá-la”, argumenta.

AMPLIAÇÃO BEM ESTRUTURADA

O ditado já diz: tudo o que tem de ser, será. Neste caso, ele se aplica muito bem. O imóvel de 60 metros quadrados do Duo estava localizado em um prédio cujos dois andares acima estavam vagos na época. Sem nenhuma dúvida, a ampliação começou a ser feita sem alteração de endereço. “Iniciamos o processo de expansão. Pegamos o amor que sentíamos um pelo outro e aplicamos no nosso projeto. A nossa ideia não era ter só um salão. Somente nas imediações existiam uns seis, incluindo um vizinho. Nós analisamos qual seria nossa vantagem competitiva e chegamos à conclusão de que queríamos ter um espaço para estética também, mas com procedimentos avançados, que pudessem trazer resultados efetivos para o cliente, como protocolos para emagrecimento, tratamentos de pele eficazes. Contratamos uma biomédica e isso deu uma virada no jogo. Passamos a oferecer terapias com enzimas capazes de potencializar os resultados. Juntamos tudo que havia de ponta na área”, revela Luiz. Assim, o Duo Jardins Beleza e Bem-Estar teve sua inauguração oficial em outubro de 2016 num espaço de 600 metros quadrados (10 vezes maior que o primeiro), dois meses depois de ficar pronto e ter suas operações avaliadas em um processo de excelência.

NASCE UMA MARCA

O DUO trabalha o conceito One Stop Shop, ou seja, o cliente pode encontrar dentro de um espaço serviços de salão de beleza, de saúde e de estética. Tudo regido com primor no atendimento. Com uma equipe composta por 20 cabeleireiros, oito manicures, 30 assistentes de cabeleireiros, cinco médicos, duas esteticistas e uma podóloga o sucesso em três anos é espetacular. “O segredo está em analisar o mercado e entender para onde ele caminha. Foi isso o que fizemos. Optamos por vender não só beleza e saúde, mas também comodidade e tempo. Hoje, as pessoas não têm condições de ir a vários lugares para diferentes necessidades”, pontua Luiz. Assim, a marca ganhou novo status, DUO+, agregando mais valor, mais beleza, mais saúde, mais tempo.



ACOLHIMENTO COM QUALIDADE

Todos os ambientes do DUO+ foram projetos para dar a sensação de receptividade. “Mantivemos o que deu certo no Duoquinho (apelido carinhoso do primeiro salão). A sensação que o cliente tem ao chegar, de ser acolhido, foi mantida. É uma atmosfera de ‘casa dele’. Nós não temos quadros que poderiam estar no Museu do Louvre (em Paris), mas artigos maravilhosos, do tipo que dá vontade de ter em casa. Nossa atmosfera é de aconchego”, define Luiz.

Desde o início, as cores predominantes da marca são cinza e bordô. Buscando atualização, o cimento queimado (de tom acinzentado) entrará em cena na segunda unidade que será aberta nos próximos meses, na Avenida Rebouças, em São Paulo, com 800 metros quadrados. Os móveis são da marca Van De Velde: “As cadeiras são leves, fáceis de movimentar, a marcenaria é incrível e a inovação é presente na marca”, defende Luiz.

A luminosidade é bem cuidada uma vez que um dos serviços mais procurados no salão é o de mechas (a luz fria pode deixar o loiro esverdeado; já a luz quente pode deixá-lo alaranjado). “Temos muito cuidado com o projeto de iluminação. No endereço dos Jardins, contamos com a luz natural que passa pelas janelas que circulam todo o ambiente. No novo endereço, a luz será difusa, com ajuste da branca e da amarela, para que o resultado do trabalho seja fiel”, explica.

QUESTÃO DE VALOR

Desde o início, o DUO+ trabalha com uma tabela de preços acessíveis. No começo, em meio à concorrência tradicional do bairro, foi uma estratégia de negócio. Hoje, a tática continua, mas sempre de forma realista. “Nós oferecemos qualidade com preço justo. Sabemos os custos que temos e mensuramos tudo dentro da realidade. Isso se tornou um atrativo da nossa marca e se perpetuou. Sabemos que há muitos clientes que sonham ir a determinado salão. Por vezes, conseguem realizar esse objetivo, mas dificilmente fazem desse local seu destino constante. Todo desejo quando é realizado se transforma. A frequência do cliente só acontece quando se trabalha com verdade. E é essa regularidade que almejamos. Queremos um cliente para a vida e não só para a realização de um sonho”, finaliza.

OS PASSOS PARA O SUCESSO SAULO E LUIZ

1

PROPÓSITO

Saiba aonde quer chegar, tenha claro seu objetivo, pois quem não sabe para onde está indo, não vai a lugar nenhum. Para nós, uma vantagem é sermos dois e o nosso propósito de vida profissional é o mesmo, o que dobra as forças para alcançarmos o que desejamos. Sempre tivemos a meta de criar um marco no nosso segmento, conseguir construir uma empresa com amor e que entrega amor aos nossos clientes.

2

DISCIPLINA

Entenda o que deve ser feito e tenha constância na prática. Definimos nossas rotinas e a colocamos em nossas agendas - a tecnologia nos auxilia a permanecer com as atividades em dia, chamamos isso de agenda extraordinária. Com ela, conseguimos até medir nossa produtividade diária.



Criamos

hoje

o cabelo

de amanhã






Schwarzkopf
PROFESSIONAL

ESSENTIAL LOOKS 2019

O Essential Looks é um evento que celebra a paixão dos cabeleireiros por cabelo e moda.

- 1 a 5 de Setembro 2019
- Porto de Galinhas - PE
- Enotel SPA & Convention

Garanta já o seu pacote

-  www.elskp.net
-  skp@laditour.com.br
-  11 99542.5278
-  11 5052.5260
-  /schwarzkopfbr

Together. A passion for hair.

ESSENTIAL LOOKS 2019
PORTO DE GALINHAS

Essential
Looks

“Insista na busca pelo aperfeiçoamento, só dessa forma você terá resultados diferentes. Procuramos sempre mais para poder entregar o melhor aos nossos clientes e colaboradores, somente assim nossa empresa evolui”



70

3

CONHECIMENTO

Mantenha a busca incessante por aprendizado. Isso se obtém por meio de leitura, participação em cursos, realização de viagens, conversas com pessoas que possam agregar à sua empreitada profissional. Nós temos uma meta de ler pelo menos dois livros por mês, investimos em cursos profissionalizantes para nossa equipe e em nossas reuniões trimestrais sempre indicamos material de leitura.

4

RESILIÊNCIA

Ter o entendimento claro de que na sua empreitada os desafios são constantes, por isso é preciso ter garra para superar cada um e assim alcançar sua meta. Nós fizemos formação em coach pela Febracis e pelo Instituto Brasileiro de Coaching (IBC), instituições renomadas no mercado, e participamos de dois grupos de master mind (mente em harmonia para atrair um objetivo). Troca de informação e experiências com outros empresários do Brasil nos dão força e criatividade para enfrentar os desafios.

5

TRABALHO,
DETERMINAÇÃO
E FORÇA

São necessárias para entender que o empresário que trabalha pouco não alcança nada. Benchmarking (no marketing digital é uma análise profunda das melhores práticas usadas por empresas do mesmo segmento e que podem ser replicadas) é algo crucial para se fazer: nossos concorrentes nos ensinam mais do que imaginam. E estamos sempre de olho nos novos profissionais, assim nos preparamos para as exigências do mercado.



NIOXIN®

MARCA PROFISSIONAL Nº1 PARA CABELOS MAIS ESPessos E VOLUMOSOS
TRATAMENTO PERSONALIZADO E RESULTADOS VISÍVEIS EM 30 DIAS



nioxin.com

@nioxinbrasil

/nioxinbrasil



“**Sempre tivemos a meta de criar um marco no nosso segmento, construir uma empresa com amor e que entrega amor aos nossos clientes**”

6

PESSOAS

Entenda que você não chega aonde deseja sem pessoas para caminhar com você. Por isso, valorize cada um que faça parte da sua equipe, assim o seu sonho se tornará também o deles. Nossa gestão é muito próxima da equipe, além de reuniões trimestrais com todos, ainda ficamos em contato com cada um quase que diariamente. Podemos falar que somos muito acessíveis e gostamos de estar perto do nosso pessoal, acreditamos que eles nos motivam algumas vezes mais do que nós a eles. Aqueles que se destacam ou que precisam se profissionalizar estão sempre sem nosso radar, gostamos de ver o crescimento individual de cada um, não existe gratificação melhor do que saber que você causou um impacto positivo na vida de alguém.

7

TREINAMENTO

Insista na busca pelo aperfeiçoamento, só dessa forma você terá resultados diferentes. Procuramos sempre mais para poder entregar o melhor aos nossos clientes e colaboradores, somente assim nossa empresa evolui. Um dos cursos que mais nos impactou foi o Acelerador Empresarial, ministrado pelo coach Marcus Marques, sócio-diretor do IBC e referência em gestão para pequenas e médias empresas - esse foi um divisor de águas em nossa carreira.

8

FOCO

Tenha o entendimento claro de que todos os passos para o sucesso caminham juntos e mantenha o eixo para ter resultado. Uma dica que damos com frequência: medite para ter mais clareza do seu objetivo. Nós meditamos toda manhã, no mínimo por dez minutos, assim temos mais foco no que precisamos fazer. Exercício físico é algo que também não foge da nossa rotina, fazemos uma hora de academia por dia, no mínimo.

HM

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

[f](#) /MediterraniProfessional
#eusoumediterrani

FALE COM SEU CONSULTOR DE VENDAS.

Mediterrani
PROFESSIONAL

Celso Kamura & Wella Professionals

- apresentam -

COVER

#21

DEISE GARCIA (@DEISEGARCIA)

MAKE E HAIR: CELSO KAMURA
MODELO: ALINA DÖRZBACHER, SQUAD AGENCY
FOTÓGRAFA: PATRÍCIA CANOLA
ASSISTENTE DE BELEZA: YURI ROSA
STYLIST: FERNANDA ARY
VIDEOMAKER: MÁRIO LOPES
APLIQUES: LULLY HAIR LUIZ CRISPIM ESPECIALISTA
EM SOLUÇÕES CAPILARES / (11) 96207-0379
PRODUTOS: WELLA PROFESSIONALS
AGRADECIMENTO ESPECIAL: JULIANA VIEIRA



EU SOU...

O que sou. Em uma palavra, autêntico. Não gosto das meias verdades, das coisas atravessadas. Não tenho nem tempo e nem paciência para ser diferente, menos verdadeiro e menos eu.

EU VEJO A BELEZA...

Muito comportadinha quando se é permitido voar. No salão, a regra é caminhar pelo social, mas, se a cliente tem postura, atitude e segura uma mudança, por que não seguir um caminho menos óbvio? Amo.

EU ME INSPIRO...

Em muitas coisas. Sempre penso no todo, no produto inteiro, acabado. É um erro fazer a maquiagem, por exemplo, e não olhar toda a montagem – roupa, sapato, acessório. Nem que seja para colocar, ver que não precisa e tirar. A pessoa completa, não um pedaço.

MINHA MAIOR VIRTUDE...

É ser franco. Pode ser famoso, político, bilionário. Pediu consultoria, leva o pacote inteiro. Sou educado, mas falo o que penso. Está bom, não está, a opção é ruim, sua cor está destoando. Mentir para agradar? Nem pensar!

PARA ESTE TRABALHO COM A HM...

Pensei na mulher. E da mulher pensei nas mulheres poderosas da história. E desse grupo, pensei logo na primeira delas, Eva. Mas aí, tive um lampejo e lembrei das questões que envolvem a história de Adão e Eva. Daí, lembrei da história de Lilith...

COMO DEFINIR AS DUAS CAPAS?

Há toda uma controvérsia sobre Eva e Lilith, muitas versões (veja quadro em destaque). Eu foquei na história mais conhecida, de uma Eva inicialmente mais suave, delicada, submissa. E em uma Lilith empoderada, rebelde, transgressora.

UMA OU OUTRA? AS DUAS!

Todo mundo tem um momento assim, meiguinha, e outro de pura explosão. A criação passou pela escolha dos modelos, de pensar suas atitudes, maquiagem, cabelo, performance diante das lentes. Daí, a cada clique a gente mexia um pouco mais, escandalizava ou recuava.

Eva & Lilith

Diz a lenda que Lilith foi a primeira mulher, feita do mesmo barro que Adão. Porém, ela surgiu bem dona do seu nariz e não aceitou ser submissa a ele. Desconsolado, Adão pediu ajuda a Deus e Ele baniu Lilith e criou Eva, desta vez, feita da costela do próprio Adão, em versão mais doce e menos impetuosa. Uma outra vertente diz que Lilith não foi banida do Éden e sim transformada em serpente – sim, aquela que tentou Eva e levou o casal à expulsão do Paraíso.







dexivitta®

PROFISSIONAL

BLENDA OHANNA



UM NOVO
CONCEITO EM
COSMÉTICA.

LANÇAMENTO
+ DE 100 PRODUTOS



EMBALAGENS EXCLUSIVAS
DESIGN ITALIANO

08/SETEMBRO
LANÇAMENTO OFICIAL

dexivitta.com
[/dexivittaoficial](https://www.facebook.com/dexivittaoficial)



ROMA 2019: O VÔO DA ITALLIAN HAIRTECH

84

Em busca de uma gestão cada vez mais humana, a Itallian Hairtech segue investindo em pessoas – não à toa organiza eventos especialmente criados para enaltecer o trabalho de seus colaboradores. O Roma, que já virou tradição anual, é uma exaltação à figura – nem sempre lembrada – do distribuidor. HM esteve lá e conta tudo agora

DEISE GARCIA (@DEISEGARCIA) DIVULGAÇÃO



A 3ª edição do evento ROMA, convenção promovida pela Itallian Hairtech para 45 distribuidores premium, realizada em um resort em Atibaia, no interior de São Paulo, abordou o futuro da marca, o lançamento do Pó Descolorante Premium e o reposicionamento e renovação da linha Innovator. "Pelo terceiro ano consecutivo, decidimos reunir nosso time master de distribuidores em Atibaia. Pela alta performance, eles merecem exclusividade e prioridade na informação. É a chance de conhecerem antes os lançamentos e os próximos passos da empresa", celebra Décio Alcântara, gerente de marketing da Itallian Hairtech.

OS LANÇAMENTOS

Linha Innovator.

Com 14 produtos no portfólio da marca, a linha Innovator conta com o precioso óleo de pistache e o extrato de maçã verde, que significa o que há de mais moderno em ativos quando o assunto é tratamento e transformação. Destaque para a Gelatina Modeladora que é ideal para quem deseja definir os fios de maneira natural; para o repositur lipídico O Poder do Cabeleireiro que é um booster enriquecido com extrato de maçã verde e óleo de pistache; e para o Shampoo sem Espuma que pode ser usado em cabelos cacheados e quimicamente tratados, e promete efeito anti-frizz.

Pó Descolorante Premium.

Com ativos de última geração é formulado com um blend de cinco óleos: argan, oliva, amêndoas, girassol e milho, além de vitamina E. Além de clarear os fios rapidamente e de maneira segura, o produto garante um efeito reparador aos fios, pois sela as cutículas e proporciona emoliência, suavidade e brilho às madeixas.



HM



INVIGO
A MARCA DE TRATAMENTO DE WELLA PROFESSIONALS

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

wella.com.br

@wellaprobrasil

/WellaProfessionalsBrasil



HAIR BRASIL

- versão -

MODERNIDADE

Com uma boa repaginada, que inclui uma linda campanha assinada pelo beauty artist Celso Kamura, a feira muda para sua edição de 2020 e passa a se chamar Hair Brasil Premium. Um upgrade que vai agradar profissionais e marcas





O evento oficial aconteceu em uma segunda-feira, mas parecia sexta. Muita gente bonita e talentosa circulando animadamente pelos espaços do Tetto Rooftop Lounge, localizado na região dos Jardins, em São Paulo. Entre conversas, brindes e música, crescia a curiosidade sobre o anúncio que seria feito ali. E não era para menos. Depois de 18 anos de muita história e pioneirismo, a Feira Internacional de Beleza, Cabelo e Estética lança mais um capítulo na sua trajetória e passa a se chamar Hair Brasil Premium. “Esse novo conceito é para enfatizar que a feira é focada para os profissionais de beleza e moda, uma vez que os dois setores estão totalmente ligados. Nascemos com esse DNA, de valorizar o profissional e ajudá-lo na sua qualificação e de sempre apresentar as inovações do setor. Isso é ser premium”, explica Antônio Carvalho Junior, gerente-geral da Hair Brasil. Foi assim, ao ritmo de balada, com direito a show de Geanine Marques e da banda G T’Aime, e apresentação do DJ Johnny Luxo, que os fundadores e empreendedores da Hair Brasil, Waleska e Francisco Santos, junto com seu time de organizadores, apresentaram as novidades para a versão de 2020.

NOVA ERA

Os mais de 200 convidados, entre profissionais do setor, expositores e parceiros, conferiram em primeira mão o que a Hair Brasil Premium vai trazer para a sua edição de 2020. Em primeiro lugar, uma mudança estratégica de data: o evento será realizado entre os dias 21 e 24 de março, e não mais no mês de abril. A definição para a data, segundo Antônio Carvalho Junior, é para que a feira possa ser aproveitada em sua totalidade, sem quebra de visitação. “Em 2017, o evento aconteceu em meio a um feriado, e percebemos que a frequência deu uma diminuída nesse período. Queremos que as pessoas possam vir e aproveitar ao máximo tudo o que estamos preparando, então optamos por uma data que não coincidiria com nenhum feriado.” Entre as novidades, está previsto um novo layout para a feira, com um planejamento mais centralizado dos palcos para promover uma melhor e maior conexão entre visitantes e expositores. Serão 7 palcos, onde acontecerão palestras, workshops, seminários e oficinas técnicas. Fazem parte do novo projeto, ainda, diversas ações para receber grandes marcas que estão retornando à feira, além de projetos especiais para os expositores que participam pela primeira vez. A ideia é criar espaços





onde possam acontecer experiências de marca. Isso, sem dúvida, ajuda a promover troca de experiências e gerar novos negócios. Estará de volta em 2020 o Megashow Hair Brasil, um dos eventos de maior sucesso da feira. No palco central, talentos nacionais e internacionais vão mostrar suas técnicas e apresentar as tendências mundiais do universo da beleza. Outra nova iniciativa que vale destaque é a criação da Startup Hair Brasil, um projeto para ajudar e capacitar pequenos empreendedores do segmento.

A CARA DO FUTURO

Para dar vida a esse conceito, a organização da Hair Brasil Premium convidou o beauty artist Celso Kamura, que com seu inquestionável talento, criou a campanha para a nova fase da feira. “Quando o Junior me falou sobre a mudança da Hair, logo veio na minha mente a mulher que representaria esse novo momento do evento: uma mulher forte, empoderada e feminina”, diz Celso Kamura. “E, para mim, esse perfil é muito bem representado por uma mulher de cabelo curto. A mulher que opta por esse tipo de corte demonstra que é plena, que está feliz com ela mesma, que tem estilo, que gosta de praticidade mas não abre mão da beleza”, completa o profissional. Ou-

tro ponto que ele destaca sobre a campanha, e que dá match total com o novo espírito da Hair Brasil, é a coloração. Kamura acredita que, cada vez mais, o profissional vai ajudar as mulheres a escolherem a cor do cabelo levando em conta a personalidade delas. Que coloração não tem a ver apenas com a tonalidade dos fios ou da pele. “É por isso que coloquei uma mulata de cabelo mais claro, uma oriental loira, uma mulher de pele bem clarinha com os fios escuros... É a personalidade que define a cor. Isso é inclusão!”

QUE VENHA 2020!

Estilo, praticidade, cores, empoderamento, atitude... Tudo isso aponta para a visão que a Hair Brasil Premium tem do futuro. Estar sempre atenta às tendências e aos movimentos globais e ser ágil para fazer mudanças e acertar rotas é o que faz essa feira ter vida longa. E é isso, também, que nos leva a acreditar que o quem vem pela frente será, sim, mais um grande sucesso. “Nossa expectativa, com essas mudanças, é a de que ocorra um crescimento de 10% no número de expositores e 15% no volume de visitantes”, analisa Junior. Comparando com a edição de 2019, seriam mais de 950 marcas participantes e mais de 60 mil visitantes nos quatro dias. Um marco na beleza nos aguarda.





ETHEREAL
P L A S M A

A MARCA DA RECONSTRUÇÃO CAPILAR

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

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

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

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



Aplicação simples e rápida:

1 SINERGY COMPLEX

Massagem tônica

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



2 MOISTURIZING PREMIUM SHAMPOO

Lavar e Hidratar

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



3 MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER

Condicionar

Condicione os cabelos com WNF ETHEREAL PLASMA MOISTURIZING PREMIUM CONDITIONER.



4 THERMO SHIELD

Selagem e brilho
Proteção térmica

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



100%
NATURAL



DETOX • RECONSTRUÇÃO • HIDRATAÇÃO

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

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

Suporte técnico e comercial exclusivo

(11) 3060-8816



wnf.com.br

@etherealplasmaoficial



wnf.cuidadosnaturais



BARBER WEEK EM NÚMEROS

5ª edição

61 expositores

22.520 visitantes
(50% a mais do que em 2018)

49% de crescimento
em número de stands

789 congressistas

158 caravanas

MELHORES MOMENTOS DE UM GRANDE EVENTO

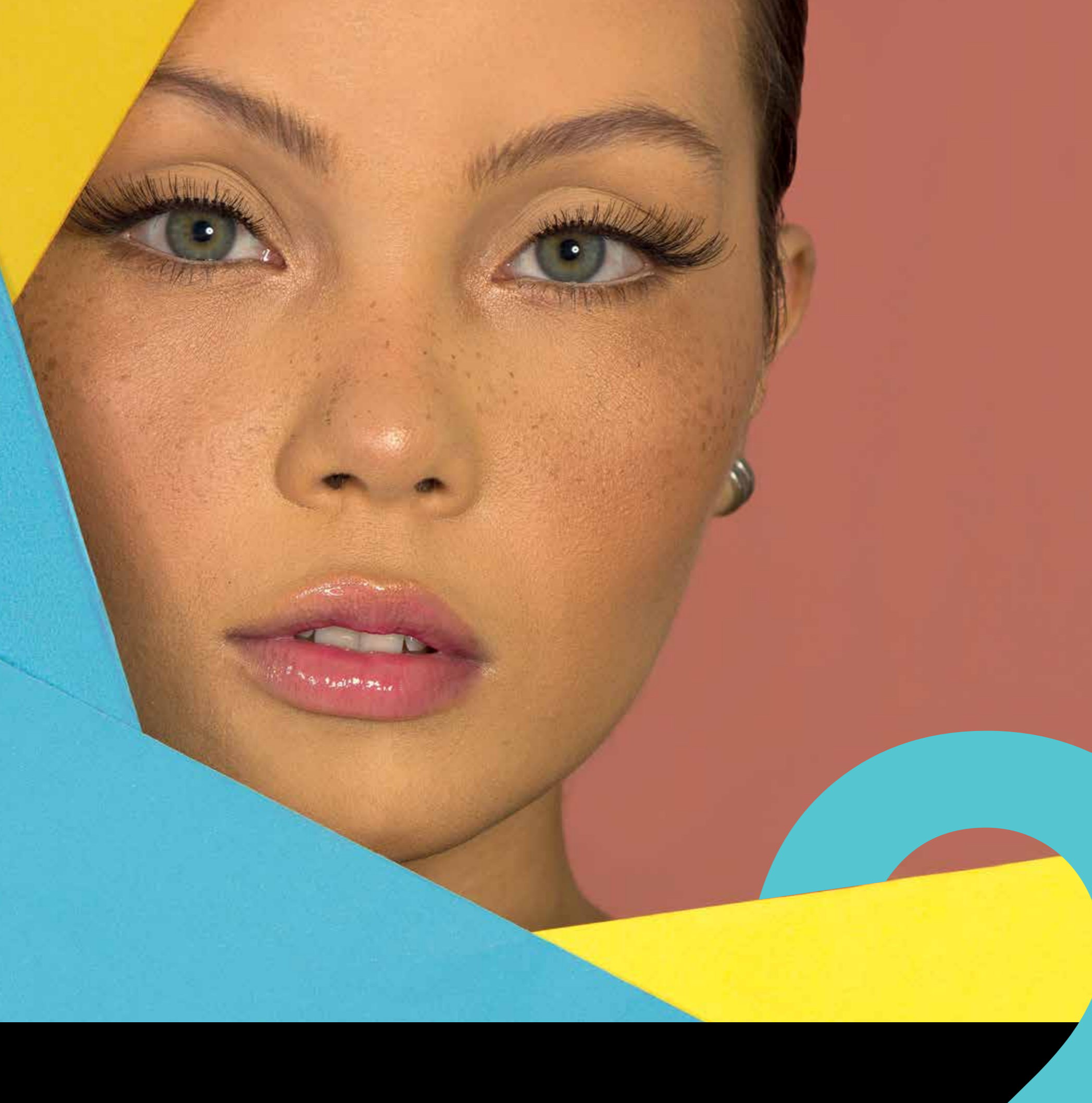
- Homenagem aos experts: Ariel Barbeiro (@arielbarbeirooficial), Celso Barbeiro, Giliane Coviack @gilianecoviack, Nariko Hair Style (@nariko_hairstyle) e Sérgio Navarro @sergio.nrnnavarro
- Apresentação de HARRY HOUDINI (@houdinistyle) - INTERNACIONAL - BABY LISS
- Palestra Motivacional - CAPITÃO NASCIMENTO _ Rodrigo Pimentel
- "Coloração na Barbearia" com GLAUCO BRAGA (@glaucobragaa)
- Apresentação de ROB THE ORIGINAL @robtheoriginal - INTERNACIONAL - BABYLISS
- Revelação de novos talentos na barbearia nacional, por BarberWeek Edimar Torres - TUTOR EDIMAR TORRES @edimartorres + ADRIANO ARSENO @adrianobarbershop + WELLIGTON FONSECA @fonsecabarber
- Apresentação dos clássicos por GILIANE COVIACK @gilianecoviack + Barba longa por SINDI DE VITTE @sindidevitte
- O clássico nunca morre por WILLY MORALES @moralesswilly & VISHAL BAHARANI @vishalbaharani (ESPANHA)

BARBER WEEK 2019: UNIVERSO MASCULINO EM ALTA

Em sua terceira – e muito bem-sucedida – edição, a feira que aconteceu nos dias 2 e 3 de junho, em São Paulo, comprova o que os artistas da barbearia já sabiam: o mundo da beleza se rende ao masculino e cresce a olhos vistos em técnicas, tendências e produtos.

E o Brasil está atento a esse movimento global. Tanto que o Barber Week se consolidou em 2019 como o maior evento da categoria da América Latina. Nesta última edição, reuniu os melhores barbeiros nacionais e internacionais, ficou de mãos dadas com marcas importantes do mercado e ainda recebeu visitantes de todos os cantos do país (e do exterior) em busca de conhecimento e avanço profissional. Além disso, os dois dias de evento foram repletos de lançamentos de produtos, equipamentos e móveis.

A feira aconteceu no Palácio das Convenções do Anhembi - Auditório Elis Regina e contou com mais de 6.000 m². O perfil do público ficou dividido em sua maioria por barbeiros e empresários. Concretizado e já em busca de novidades, o evento já se prepara para a jornada do próximo ano.



LENCOMBR

DESCUBRA O
SEGREDO
DE CATHARINE

PARA MAQUIAGEM PROFISSIONAL

Nossa relação de cursos é a mais completa do mercado. Matricule-se para aperfeiçoar suas técnicas e se tornar um maquiador consagrado no seu segmento de atuação.

SUA CARREIRA
MERECE ESSE UPGRADE!

ACESSE portal.catharinehill.com.br/cursos.php
ou ligue (11) 5070-1060.

 **CATHARINE HILL**
professional

Quem quer saber das coisas, encontra tudo aqui



FÉRIAS? QUE FÉRIAS?

100

Verdade seja dita, né, meu povo? Profissional de beleza parece que não tira férias nunca. Também com tanta coisa acontecendo ao mesmo tempo, eventos maravilhosos, caprichados, impossível ficar longe por muito tempo. Eu marquei presença em vários deles e vocês acompanham alguns destes momentos especiais agorinha.

@zezinhodivanah



BARBER WEEK.

Alguém aí duvida do crescimento da barbearia no Brasil e no mundo? Como vocês podem ver, corredores lotados, congressos e apresentações idem. Isso sem falar na quantidade de gente bonita! Na foto em destaque os meus lindos Alexandre Araújo e Adriana Ervatti.



LANÇAMENTO LINHA FORCE BARBER.

A Floractive Barber se uniu ao badalado salão Gilberto, em São Paulo (SP), para o lançamento da linha Force Barber. Barbudos agradeceram!



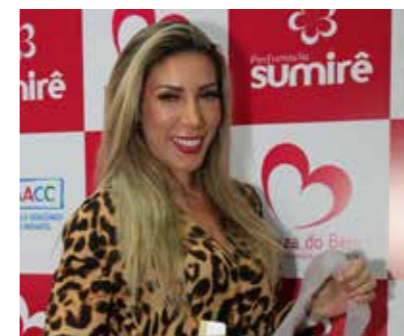
BEAUTY BRIDE BY CATHARINE HILL.

Ah, que momento maravilhoso o do altar. E que noiva não se empolga com a maquiagem? Por isso a Catharine Hill estava lá, capitaneando o evento.



BELEZA DO BEM SUMIRÊ.

Parte do calendário anual, a edição 2019 veio com muita força – e marcou o retorno de muitas marcas grandiosas que andaram meio de fora.



101

EVENTO CHÁ DE APRESENTAÇÃO FLA. MIMOS DAILUS.

Geeeeennnte, se eu já era fã da Dailus, com esta linha fofíssimaaaaa, estou quase um embaixador! Segundo meus amigos maquiadores, os batons são o máximo em pigmento, textura e durabilidade! Owwww, fofura!



Foto: DIVULGAÇÃO

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



* 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



SEVEN

HAIR: LUDOVIC GEHENIAUX
PHOTO: PAWEL WYLAG
MAKE-UP: IZABELA SZELAGOWSKA
STYLISME: JOANNA WOLFF
PROD: MKPRODUCTION&CHRISTOPHE GAILLET







ABYSS

HAIR: ELENA VERIKOU
PHOTO: WERONIKA KOSINSKA
MAKE-UP: IZABELA SZELAGOWSKA
STYLISME: JOANNA WOLFF
PROD: MKPRODUCTION&CHRISTOPHE GAILLET







DIVA

L'EQUIPE ERIC ZEMMOUR, L'OREAL
PRO, BABYLISS PRO, GREATLENGTHS,
MIZUTANI SCISSORS
PHOTOGRAPHIES & MAQUILLAGE:
STÉPHANE GAGNARD
STYLISME: YULIA MOATTI
MANNEQUIN: IRINA





BLITZ KIDS

HAIR: KEN PICTON SALON
USING L'ORÉAL PROFESSIONNEL
COLOUR: PAUL DENNISON
PHOTOGRAPHY: ANDREW O'TOOLE
MAKE-UP: KYLIE O'TOOL
STYLIST: ELAINE MARSHALL





H BeautyCollections

KEN PICTON SALON

HAIR: KEN PICTON SALON
USING L'ORÉAL PROFESSIONNEL
PHOTOGRAPHY: ANDREW O'TOOLE
MAKE-UP: KYLIE O'TOOL
STYLIST: ELAINE MARSHALL

130

**KOOL
SKOOL**

131





CRAIG CHAPMAN

HAIR: CRAIG CHAPMAN
MAKE-UP: ELIZABETH RITA
STYLING: MAGDALENA JACOBS
PHOTOGRAPHY: BARRY JEFFREY

136

VERSATILITY



137







PRISM

HAIR: JONATHAN TURNER
MAKE-UP: KIRSTIE BAILLIE
PHOTOGRAPHY: MICHAEL YOUNG



H BeautyCollections

HOOKER&YOUNG
Prism

146



be FABULOUS™

É A SUA VEZ DE SER FABULOSA.



LINHA DE TRATAMENTO

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

Para cabelos lisos, médios e grossos.

REVLON
PROFESSIONAL®

NOS MELHORES SALÕES DE BELEZA DO BRASIL.

WORLD
COMEXX
Um grupo de marcas profissionais.

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

  /RevlonProfessionalBrasil