

ESTETICA **ITALIA**



HAIRFASHION

International Top Coiffure
Alternative & Visionary on stage

INTERVISTA

In esclusiva a Estetica:
An Verhulst-Santos

PROFESSIONAL

I Gruppi che fanno tendenza
Hairstylist Academy

w w w . e s t e t i c a . i t



Trendsetting brands

Creatori di moda, divulgatori di tendenze, protagonisti dell'immagine. Attivi nella ricerca e nella messa a punto di collezioni o di campagne ad ampia diffusione. Questa volta i marchi associativi vogliamo vederli così.

di Adriana Abbena

Franchising, partnership o affiliazione? Elastica erogazione di servizi oppure formula codificata in ogni minimo dettaglio? Royalty o non royalty? Niente paura, questa volta non ci addentriamo nell'impervio territorio che normalmente viene sondato quando si parla di catene di saloni. **Parliamo invece di moda, di immagine, di stile.** Qualunque sia la formula associativa proposta dai brand, infatti, ciascuno di essi trasmette un messaggio preciso. Con collezioni sostenute da un concept forte oppure con la semplice realizzazione di un servizio fotografico, **tutti fanno moda.** Fornendo spunti creativi non solo ai propri "adepti", ma alla vastissima schiera di acconciatori golosi di nuove idee. Scopriamo quindi come si muovono e cosa intendono raccontare per l'autunno/inverno alcuni dei marchi più noti.

ALDO COPPOLA BY Più d'uno i canali attraverso cui il marchio lanciato nel 1992 da Aldo Coppola, testimonial **L'Oréal Professionnel**, divulga la sua immagine e trasmette la propria vision. Innanzitutto i Privé, incontri in cui viene presentata agli affiliati l'impronta della stagione, preceduta da una ricerca sugli avvenimenti politici, economici e sociali, ma soprattutto sulle aspettative della consumatrice. Parola d'ordine per l'A/I: rinascita della femminilità e del lusso. Parola d'ordine per ogni stagione: rendere la donna più libera e leggera, indipendentemente dai fashion dictat. C'è poi ogni anno la campagna istituzionale, dove l'allure della griffe viene interpretata da una prestigiosa, splendida testimonial: nel 2011, Margareth Made.

ART HAIR STUDIOS Destrutturare e contaminare. Questo il concept alla base della collezione A/I del marchio partner di **Wella Professionals**, che trova le sue radici nell'attuale situazione. "La globalizzazione, la crisi economica, le ribellioni sociali... è questo il terreno fertile per la nascita di nuove avanguardie



E linkoniPad

**“Trovarsi insieme è un
inizio, restare insieme un
progresso,
lavorare insieme
un successo”**

Henry Ford 1863-1947, imprenditore statunitense

anche nello stile capelli”, dicono dal comitato artistico AHS a cui spetta sviluppare annualmente una ricerca che spazia tra arte, cultura, design e street style per ottenere una proposta mirata all'eccellenza.

BEST CLUB EDUCATION BY TONI&GUY Si chiama “Street Icons” la collezione A/I presentata al congresso Best Club education by Toni&Guy sul Lago Maggiore. Dedicata ad una donna cittadina del mondo, che crea il proprio stile mixando marchi di lusso e democratic wear, propone svariati look: fra di essi, capelli lunghi, morbidi e naturali, magari raccolti in contemporanei chignon, oppure sfilati e con frange importanti. Impronta super-glamour anche grazie ai colori come il biondo cenere. La ricerca che precede ogni collezione del marchio, partner **Wella Professionals**, è condotta dal Toni&Guy Artistic Team.

BHSALON HAIRDRESSING Importantissima l'immagine secondo BHSalon, sia per sedurre la cliente sia per offrire sempre nuovi strumenti di marketing al salone. Per questo, ad ogni stagione, il marchio realizza non solo shooting fotografici ma anche video e book, precisando: “La nostra comunicazione non è illustrativa, ma dinamica”. Per l'A/I del brand, che utilizza prodotti **Wella Professionals**, “Noblesse Oblige”... Il nome di una collezione, che si traduce in spirito bon ton e al contempo democratico. Stile elegante e ricercato con note dégage.

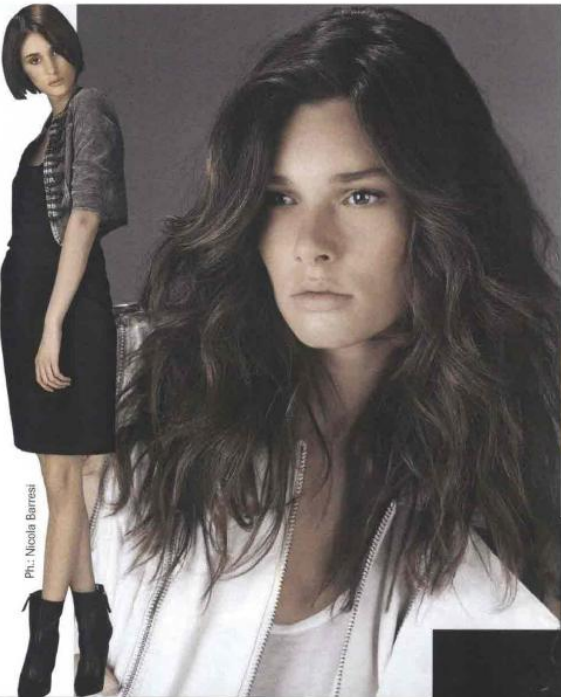
CAMILLE ALBANE Marchio friendly per donne che vogliono essere sempre al passo con la moda, Camille Albane - partner **L'Oréal Professionnel** - propone la collezione City Chic. Linee naturalmente trendy e facili da portare, all'insegna della fantasia cosmopolita con

ispirazioni anni '80 e '90: i capelli, perlopiù medio-lunghi, sono ricchi di volume, di riccioli ed onde. Nuance brillanti, che vanno dal rame al cioccolato. Massima la cura posta dal marchio nei servizi fotografici, per portare nei saloni immagini fresche che parlano di giovinezza.

CAPELLIMANIA Partner **Matrix**, Capellimania lancia ogni sei mesi una collezione che è il frutto della collaborazione tra art director, hairstylist e loro assistenti, fashion consultant. A svolgere un ruolo determinante è naturalmente il direttore artistico Renato Gervasi. Ecco il presupposto della collezione autunno/inverno, racchiusa in un suggestivo book: “Ogni stagione della moda è unica ed irripetibile, divertente da scoprire, da decifrare ed indossare, scegliendo le tendenze che attraggono di più. Riflettono l'immaginario di ogni donna, valorizzandone il corpo e lo stile”.

CARLO BAY HAIR DIFFUSION “Pose rilassate, talvolta languide, sempre nella proporzione dei volumi compositivi, rivisitano con discreto riferimento moda il periodo finale del movimento punk. Parallelamente, un twist più contemporaneo interpreta il new romantic ma con uno styling tipicamente italiano”. Così i creatori della collezione Carlo Bay Hair Diffusion, alla quale hanno come sempre partecipato tutti i saloni del brand sotto la guida di Carlo, sintetizzano i loro nuovi mood. In partnership con **Kemon**.

CHD SALON Comunicazione interna, book collection, cartellonistica, poster, web communication. Sono queste le finalizzazioni di ogni collezione semestrale del marchio nato nel 2009 da un progetto di Giuseppe e Ciro Cerella che, per la loro proposta invernale “Where are you from?”, traggono ispirazione dalla collezione Beauté Originelle di **L'Oréal Professionnel**, brand con il quale intrattengono una strettissima collaborazione. In primo piano, una donna energica, determinata ad affermare la propria libertà, che ha memoria delle sue radici.



Ph: Nicola Barresi



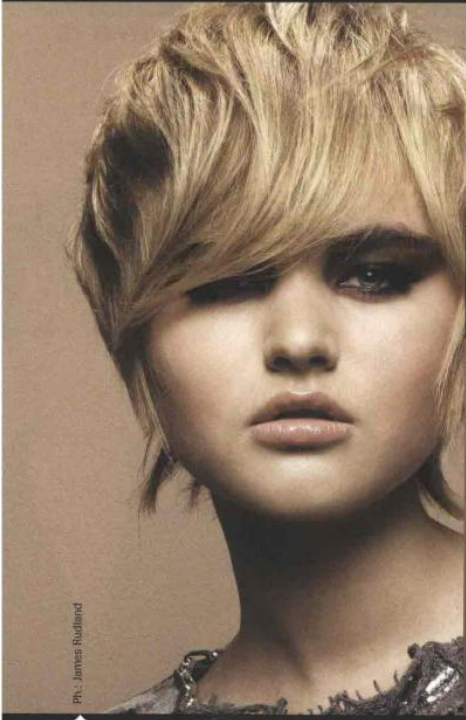
▲ BHSalon Hairdressing
www.bhsalon.it
info@bhsalon.it - Tel. 089 386543

▲ Best Club Education
by Toni&Guy
www.bestclub.it
paganin.c@pg.com



Ph: Fabrizio Ferri

▲ Aldo Coppola By
www.aldocoppola.it
franchising@coppola.it - Tel. 02 62499320



Ph: James Hudland

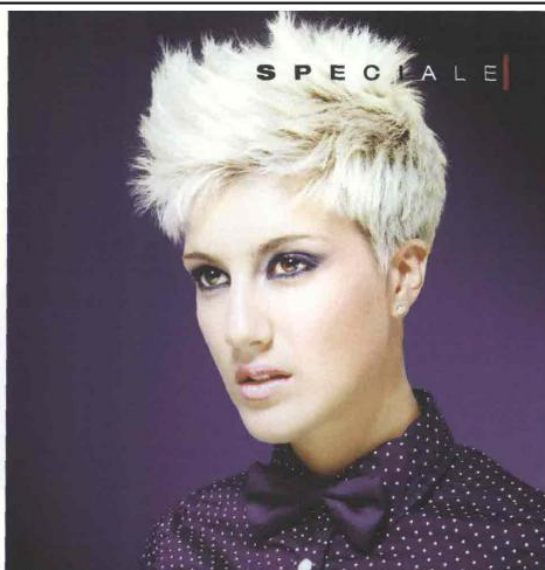


▲ Art Hair Studios
www.arthairstudios.it - info@arthairstudios.it - Tel. 0376 633444

SMART&STYLE CLUB Un vero e proprio viaggio all'interno della moda. Così si possono definire le collezioni semestrali che Smart&Style Club - marchio appartenente alla proposta di partnership **Kemon** - mette a punto coinvolgendo i propri affiliati di tutta Italia. Un percorso che va dalla ricerca e dallo studio delle tendenze alla creazione dei modelli con i volumi ed i colori della nuova collezione, fino allo shooting fotografico. Fra i materiali di comunicazione, i book collezione "Trend Magazine", per proporre nuove idee alle clienti in salone.

STUDIÒ PARRUCCHIERI Si esprime ogni anno attraverso due collezioni semestrali e rivisitazioni stilistiche fra l'una e l'altra da ricerca condotta da Studiò Parrucchieri, partner **L'Oréal Professionnel**, per i propri affiliati. Fra le fonti d'ispirazione, catwalks in primo piano. Dicono i leader: "Avendo la fortuna di partecipare al backstage di numerose sfilate, non potremmo lasciarci sfuggire l'opportunità di rielaborarne idee e suggerimenti. Anche l'analisi e la decodifica delle riviste di moda ci offrono spunti creativi, come pure tutto ciò che accade nella quotidianità". Linee guida della collezione A/I? "Una stagione di contrasti ed alternative. Un percorso non propriamente univoco, lasciando spazio alla diversità per formulare il nostro stile personale".

TONI&GUY Per realizzare la collezione autunno/inverno "Alignment", come sempre "made in London", gli stylist Toni&Guy si sono lasciati ispirare dal mondo della moda, della musica, dell'arte e della street culture. Il risultato? Texture e forme che danno risalto all'espressività, attraverso un tocco high fashion e futuristico adatto ad ogni lunghezza e ad ogni viso, tanto femminile quanto maschile. Dieci proposte di stile per altrettante suggestive immagini, che si ritrovano in tutti i saloni aderenti sotto forma di svariati materiali di comunicazione coerenti con le linee guida internazionali del marchio. Toni&Guy utilizza prodotti **Label.m**, **Wella Professionals**, **System Professional**, **Sebastian**.



I Sargassi

www.isargassi.com

Tel. 06 39723088 - 06 98184390



Revolution Team

www.revolutionteam.it

Tel. 06 7804178

"Il sogno dei tuoi clienti è una vita migliore e più felice. Non fare solo prodotti, arricchisci le loro vite"

Steve Jobs (1955 - 2011), imprenditore e inventore statunitense