

Anno XXV / N. 1

GRIFFO

LUXURY

ISSN 1473-5537 - Febbraio 2016 - Poste Italiane Spa - spedizione abb. Post. D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 n. 46) - ART. 1 COMMA 1 DCB Milano



LUXURY

A TU PER TU

Sono due i concetti portanti sui quali si fonda il lusso del futuro secondo Charity Cheah, Co-Founder e Brand Development and Communication Director di TONI&GUY Italia.

**COERENZA
ED ESCLUSIVITÀ**

Abbiamo incontrato Charity Cheah per capire come sviluppare questi due concetti portanti e adattarli alla vita in salone.

Cos'è il lusso nel mondo della bellezza?

In passato il lusso è sempre stato legato al mondo fashion. Oggi, anche nel mondo della bellezza ci sono molti prodotti di alta qualità e, molte case di moda, hanno il loro brand beauty: alcuni da moltissimi anni come Chanel, Armani o YSL, e altri da meno tempo, come Gucci, Burberry o Marc Jacobs.

In particolare cos'è il lusso nel mondo dei parrucchieri? Si parla tanto di quanto il tempo sia il vero lusso di oggi. Come possiamo declinarlo nel nostro settore?

Il lusso nel mondo dell'hairstyling, secondo me, tocca due aspetti: i prodotti e il tempo.

I prodotti sono sempre più selettivi e performanti. Lo stesso vale per i trattamenti, come quelli a base di oli, che sono più esclusivi e costosi.

Il secondo aspetto è il tempo: le clienti ne hanno sempre meno. TONI&GUY attraverso servizi dalle elevate performance, cerca di far vivere una client experience speciale... una vera e propria coccola.

Come riesci a trasmettere lusso ai vostri partner parrucchieri? E come pensi che i parrucchieri possano trasmettere questo concetto alle loro clienti?

In entrambi i casi, attraverso l'utilizzo di prodotti top di gamma e la costante creazione di nuovi servizi esclusivi, dalle alte prestazioni.

Come TONI & GUY declina il concetto di lusso nella sua proposta di prodotti?

TONI&GUY propone da sempre servizi lussuosi, personalizzati e performanti, in perfetto accordo con la philosophy del brand. "From Catwalk to Client", il nostro claim, rappresenta al meglio la filosofia che applichiamo nei confronti del nostro lavoro: ovvero **tradurre la moda e i trend provenienti dalle passerelle mondiali in tagli e colorazioni attuali** e allo stesso "portabili" dai nostri clienti. Con estrema creatività e professionalità TONI&GUY garantisce ai suoi clienti uno stile unico, inconfondibile e all'avanguardia, oltre che l'esperienza e la consulenza dei migliori stylist.

Qual è il prodotto più lussuoso che avete?

All'interno dei nostri saloni è possibile trovare sia i prodotti label.m che quelli Kérastase.

Le linee top di gamma sono **label.m** Therapy Age-Defying e Kérastase Chronologiste.

In marzo, però, **label.m** lancerà un nuovo range composto da 3 prodotti a base di polvere di diamante: si chiamerà Diamond Dust.

Oltre ai prodotti di haircare, il prodotto più lussuoso in assoluto che i saloni TONI&GUY possono offrire è un'esperienza di stile unica ed esclusiva.

Lusso ed esclusività vanno di pari passo? Come si può far vivere il concetto di lusso alla propria cliente?

Il vero lusso, oggi, è poter scegliere. I concetti di personalizzazione e di individualità sono davvero fondamentali. Noi pensiamo che la bellezza passi attraverso la naturalezza e per noi ogni cliente è unico, così come le sue necessità, il suo volto, il suo stile di vita. TONI&GUY, infatti, si impegna costantemente a interpretare i nuovi trend provenienti dalle passerelle di tutto il mondo – in particolare dalla London Fashion Week di cui l'azienda è sponsor ufficiale da oltre 11 anni – adattandoli e rendendoli disponibili a donne e uomini che desiderano avere un look moderno, contemporaneo e glamour nella vita di tutti i giorni.

Quale sarà il vero lusso del futuro?

Il vero lusso del futuro sarà l'individualità, ovvero riuscire a trasformarsi per assumere a pieno la propria personalità. Il lusso sarà non avere rimpianti, restare sempre coerenti con sé stessi ed avere la possibilità di esprimere la propria unicità.

Nei saloni TONI&GUY cerchiamo di farlo quotidianamente attraverso la **consulenza**, l'esperienza della cliente, la **personalizzazione** dello stile e l'**ascolto**. Vogliamo mettere in risalto la vera bellezza di ciascun cliente, facendo vivere loro un'indimenticabile experience.



Ci impegniamo costantemente a interpretare i nuovi trend provenienti dalle passerelle di tutto il mondo