

# ESTETICA

MODA  
INT'L

WE  
ALL  A  
BOB

Hair: Daniel Couch and Ashleigh Maybank  
Photo: Richard Miles/Make-up: Lucy Flower  
Styling: Leila Ali/Products: Wella Professionals



## WE ALL A BOB

And it's come a long way since the 1960s... from its origins signed Vidal Sassoon until today. The "average" length par excellence more than a hairstyle is a contemporary status. Lending itself to myriad interpretations. From the Lob (long+bob) with shoulder-length locks, to the Wob (wavy+bob), dedicated to those who love texture. For the genetically elegant there is the Pob (posh+bob), but for everyone the bob represents just one absolute: freedom. To interpret, play with an image. The bob is independence.

**Tutte pazze per il Bob.** Che dagli Anni '60 ne ha fatta di strada... Dalle origini firmate Vidal Sassoon ad oggi, la lunghezza "media" per antonomasia più che uno stile di capelli è uno status contemporaneo. Mille le sfumature possibili. Dal Lob (long+bob), con le lunghezze alle spalle, al Wob (wavy+bob), dedicato a chi ama il mosso. Per le geneticamente eleganti arriva il Pob (posh+bob) ma per tutte il carré rappresenta un'idea: essere libere. Di interpretare, giocare con l'immagine. Bob è indipendenza.

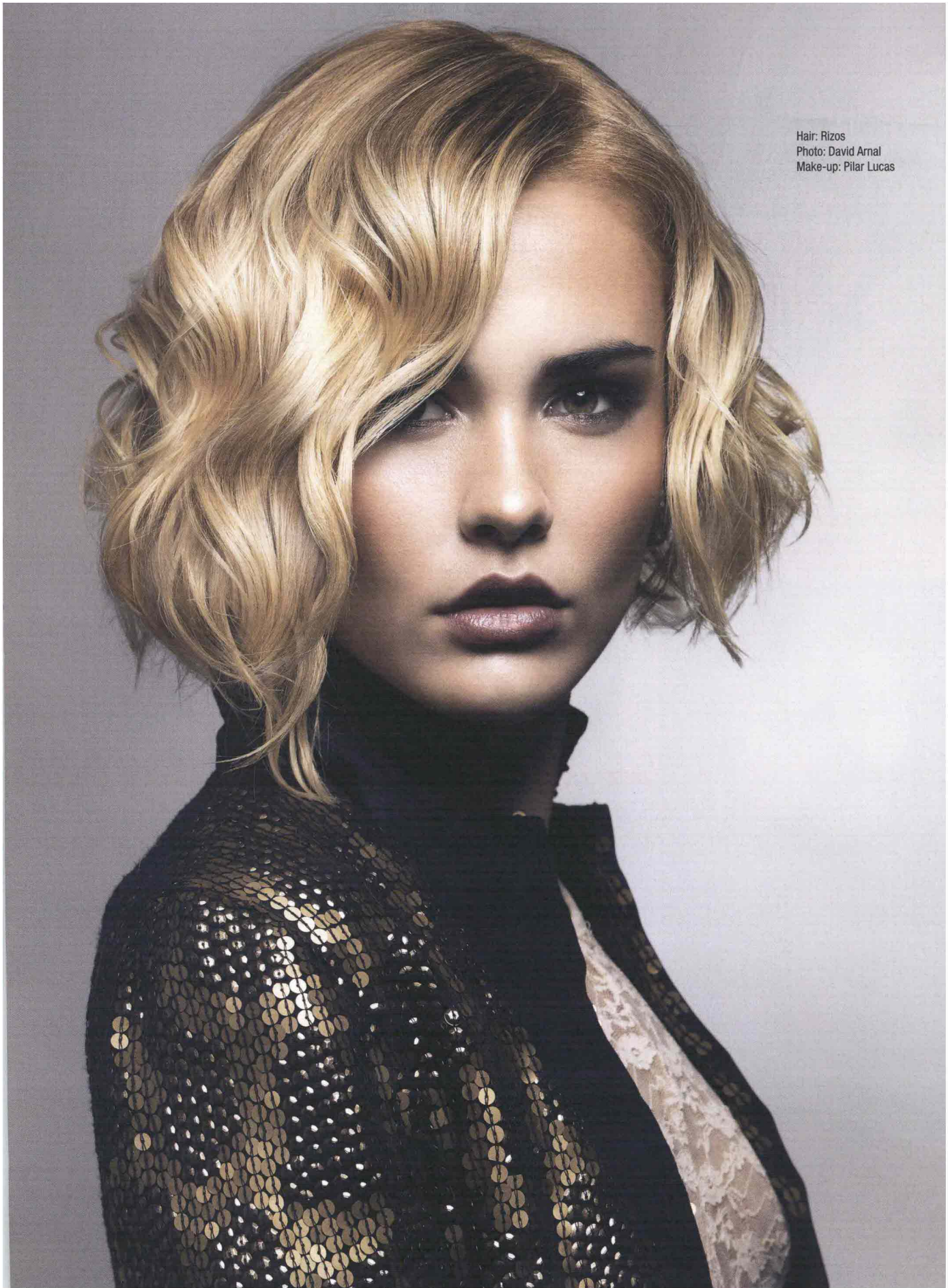
**Alle stehen auf den Bob.** Bereits seit den 60er Jahren sorgte er für Furore ... Ursprünglich von Vidal Sassoon kreiert ist die „mittlere“ Länge auch heute eher ein zeitgemäßes Statement als nur ein Haarschnitt und bietet unendliche Varianten. Vom Lob (long+bob) mit schulterlangem Haar bis zum Wob (wavy+bob), für alle, die Bewegung lieben. Für alle, die auf Eleganz schwören, kommt jetzt der Pob (posh+bob), doch letztlich steht auch dieser für die Idee, sich frei zu fühlen. Mit dem Aussehen spielen und seinen eigenen Stil finden. Der Bob bedeutet Unabhängigkeit.

**On en raffole de la coupe bol.** Qui, depuis les années 60, en a fait du chemin. De sa création par Vidal Sassoon à aujourd'hui, la longueur « moyenne », plus qu'un style, c'est une façon d'être actuelle. Mille sont les déclinaisons. De la coupe Lob (long+bob) avec longueurs aux épaules au Wob (wavy+bob) pour celles aimant l'ondulé. Pour les élégantes nées, voici le Pob (posh+bob) mais, pour toutes, le carré, c'est une idée : celle d'être libre. D'interpréter, de jouer avec l'image. Le bob, c'est l'indépendance.

**Todas locas por el Bob.** Que desde los años 60 ha recorrido un largo camino... De los orígenes bajo la firma de Vidal Sassoon a hoy, la longitud "media", por definición, más que un estilo de pelo es un status contemporáneo. Mil posibles matices. Dal Lob (long + bob), con largos a los hombros, al Wob (wavy + bob) movido. Para las genéticamente elegantes llega el Pob (posh + bob) pero para todas, el carré representa una idea: ser libres. Para interpretar, jugar con la imagen. Bob es independencia.



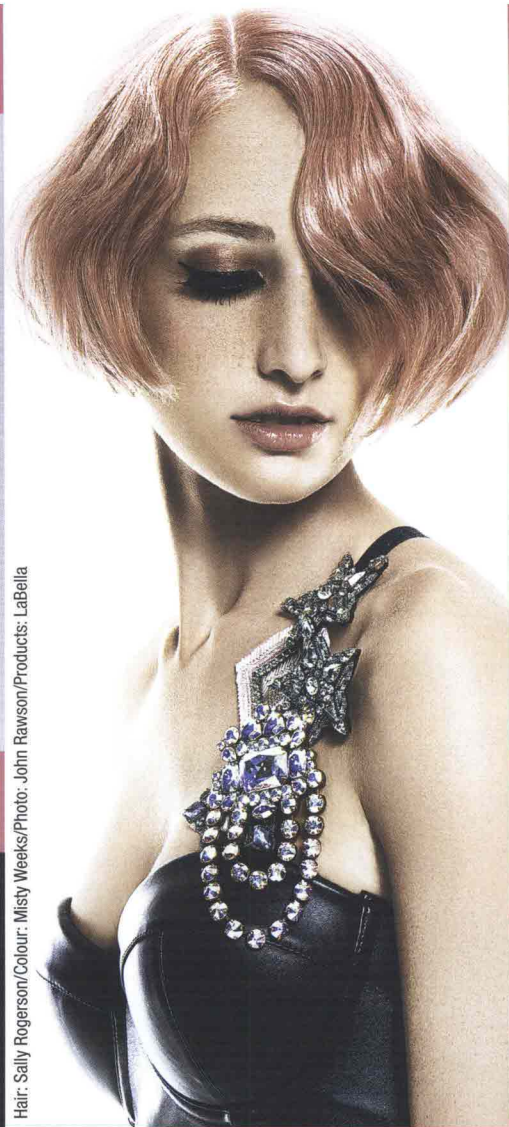
Hair: Rizos  
Photo: David Arnal  
Make-up: Pilar Lucas



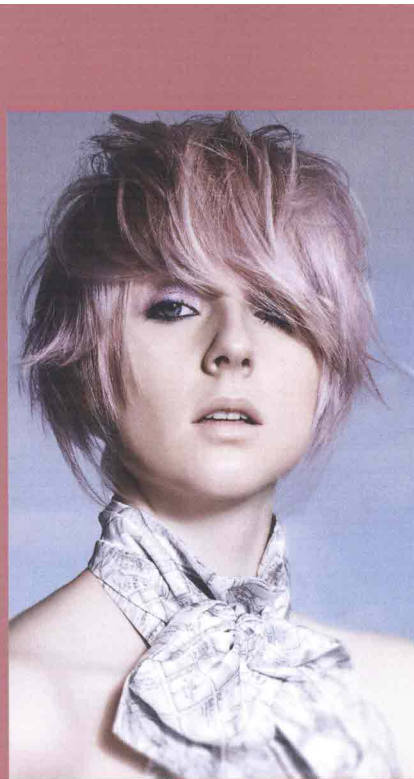




Hair: TOMICO. Creative Team  
Photo: Mario Naegler



Hair: Sally Rogerson/Colour: Misty Weeks/Photo: John Rawson/Products: LaBella



Hair: Ian Davies/Photo: Paul Gill  
Products and Colour: Joico Europe



Concept: Luigi Neri, Ernesto Spica/Photo: Fabio Munis

Creative Direction:  
Aldo Coppola, Stefano Lorenzi  
Photo: Irina Lis Costanzo



Artistic Direction: Carlo Di Donato & Dario Manzan @ Mitù  
Photo: Lorenzo Sampaolesi/Products: Wella





Hair: Elle Schoemaker  
Colour: Kristie Kesic @ Stelios Papas  
Photo: Elizabeth Maleevsky  
Make-up: Gemma Elaine  
Styling: Kristie Kesic

WE  
ALL  A  
BOB







Hair: Michelle Diasinos  
@ Academie Salon  
Photo: Michelle Tran  
Make-up: Mikele Simone  
Styling: Jana Bartolo



WE  
ALL  A  
BOB

Hair: Alter Ego Italy  
Colour: Alter Ego Italy  
Akademija Artistic Team  
Photo: Andrew O'Toole  
Make-up: Silvia dell'Orto,  
Daniela Galeazzi  
Styling: Emanuela Mari  
@ Day Dream





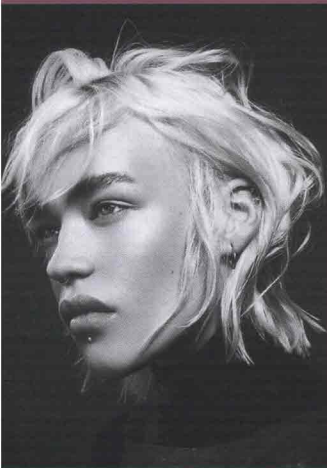
Artistic Direction: James Longagnani  
Photo: Marco La Conte/Products: Wella



Hair: Chris Williams for Rush/Photo: Jack Eames



Hair: Kevin Kahan  
Photo: Andrew O'Toole

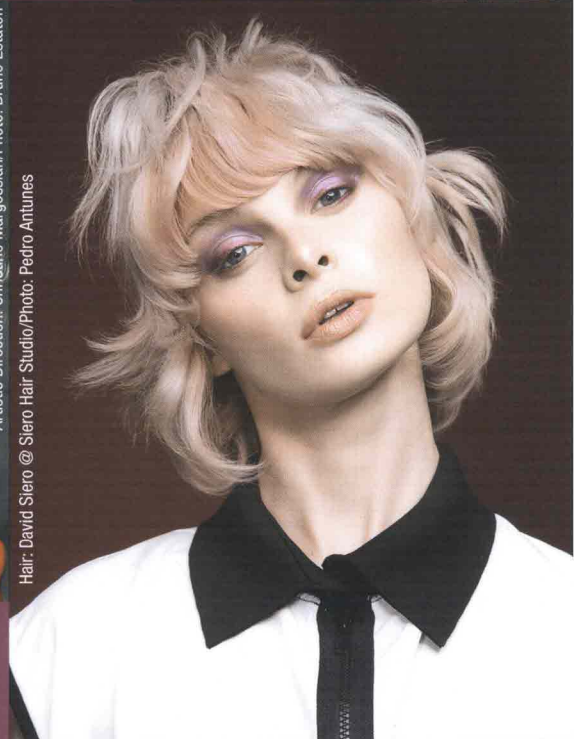


Artistic Direction: James Longagnani  
Photo: Marco La Conte/Products: Wella



Artistic Direction: Christine Margossian/Photo: Bruno Estatoff

Hair: David Siero @ Siero Hair Studio/Photo: Pedro Antunes



Hair and Photo: Anthony Grant @ Jamie Stevens



Hair: Kaizen Education/Photo & Creative Direction: Sai Misseri



WE  
ALL  A  
BOB



Hair: Sharon Tranter  
Photo: Damien Carney  
Make-up: Roque Cozette  
Styling: Nikko Kefalas



WE  
ALL  A  
BOB

Hair: Gianluca Grechi @ Pucci  
Photo: Dino Frittoli  
Make-up: Angelo Nenna Pintor  
Styling: Veronica Spadaro  
Products: Davines







Creative Direction:  
Sacha Mascolo for Toni&Guy  
Artistic Direction: Cos Sakkas  
Photo: Jack Eames  
Styling: Sara Dung  
Make-up: Ian Nguyen  
Products: [label.m](http://label.m)

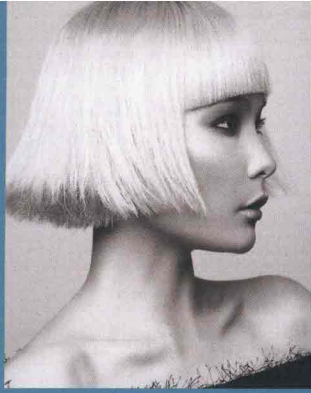


WE  
ALL  A  
BOB



Hair: Sophie Bauçais, Jérémy Blanc,  
Christophe Gaillet, Philippe Laurent,  
Laurent Tourette, Eric Zemmour  
Photo: Jules Egger  
Make-up: Natacha Maillard  
Styling: Aurore  
Products: L'Oréal Professionnel





Hair: Andrea de Deugd/Photo: Elizabeth Maleevsky



Hair: Joey Scandizzo/Photo: Andrew O'Toole



Artistic Direction: Nilton Barros for Intercoiffure Brasil  
Photo: Marco Massimo/Products: Aneethun, Vuit

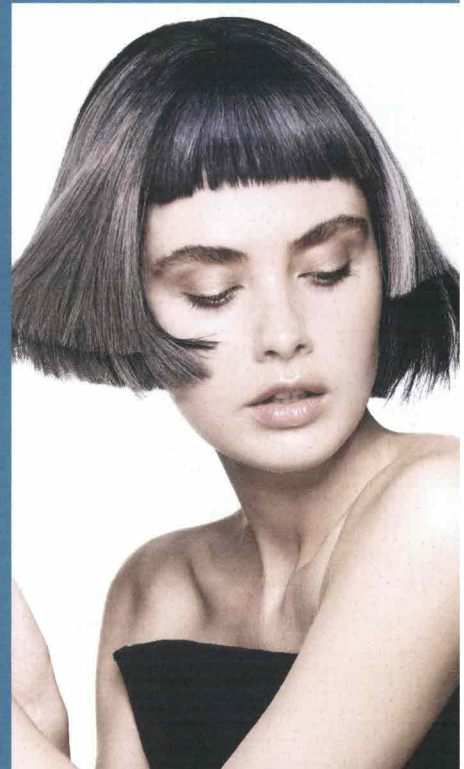
Hair: Travis Bandiera @ Royals Hair Sydney  
Photo: David Mannah



Hair: Anzhelika Suvorova  
Photo: Karen Kananian



Hair and products: KMS





Hair: Olga Garcia  
© Olga Garcia Estilistas  
Photo: David Arnal  
Make-up: Wilder Rodriguez  
Styling: Eunnis Mesa





WE  
ALL  A  
BOB

Hair: Alexander Dinter  
for La Blosthétique



WE  
ALL ♥ A  
BOB

Hair and Colour: Fabien Provost,  
Alexandrine Piel, Liam Oats  
Artistic Direction: Fabien Provost  
Photo: Adel Awad  
Make-up: Faar by Alia  
Styling: Chloé Dugast







Hair and Colour: Roberto Perozzi @ RPH Salon  
Photo: Takashi Imai



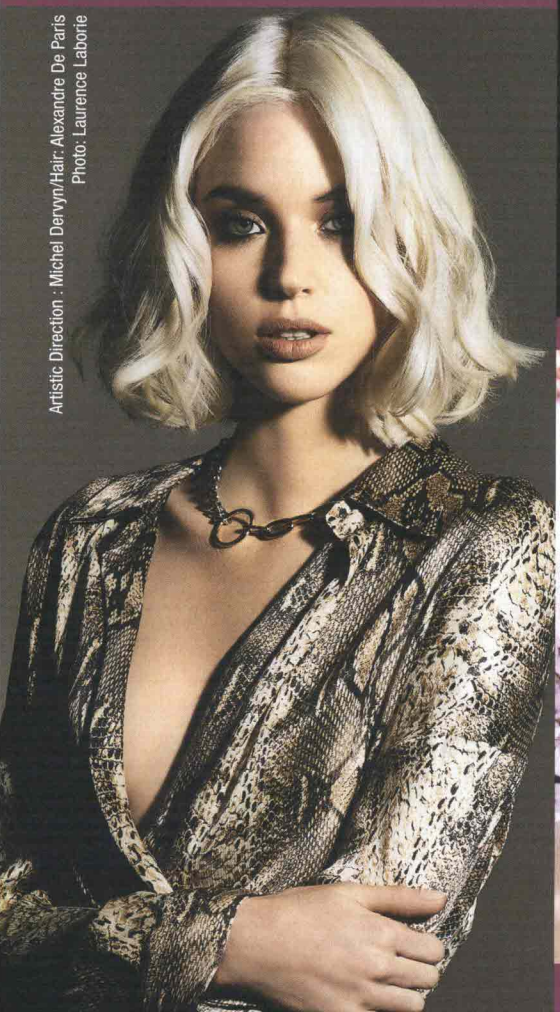
Hair: Jesus Oliver/Photo: Chris Bulezuik



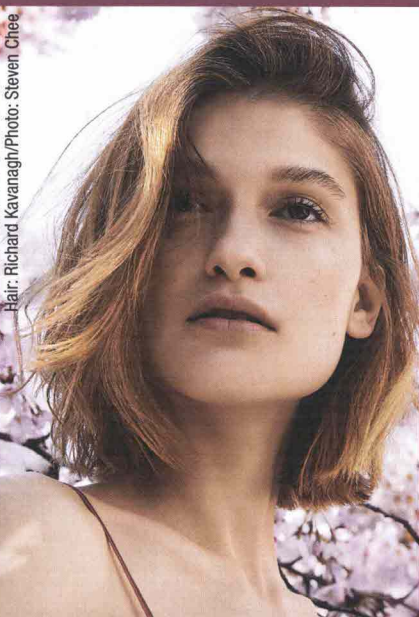
Hair: Uva Salon  
Photo: Ed Purnomo



Hair: Montibello Creative Team  
Photo: Jens Grundmann



Artistic Direction : Michel Dervyn/Hair: Alexandre De Paris  
Photo: Laurence Laborie



Hair: Richard Kavanagh/Photo: Steven Chea



Artistic and Creative Direction: Christophe  
Nicolas Biot for SoGlam!  
Photo: Danilo Falà  
Products: Wella



WE  
ALL  A  
BOB



Hair: Isabelle Mazé  
Photo: Marine Leroy  
Make-up: Denise Richard  
Stylist: David Labrousse



Creative Direction:  
Mauro Galzignato for Kemon  
Hair: D. Carlucci, R. Rogari,  
A. Candido, P. Baltieri,  
D. Comandulli, D. Tworuschka  
Colour: Matteo Sartini  
Photo: Omar Macchiavelli  
@ Aura Photo Agency





WE  
ALL  A  
BOB



Hair: Michelle Griffin  
Photo: Richard Miles  
Make-up: Lauren Mathis  
and Lucy Flower  
Styling: Clare Frith





Hair: Michael Albor/Photo: Adam Peterson



Concept: Felicitas Ordás/Photo: Esteban Roca  
Products: Revlon Professional



Concept: Luigi Neri, Ernesto Spica  
Photo: Fabio Munis



Hair: Alima Baz for Eugene Perma



Hair and products: KMS



Hair and Colour: Candice Mckay/Photo: John Rawson/Products: Davines



WE  
ALL  A  
BOB



Hair and Colour: Majer,  
Plomes, Thompson  
Photo: Elsa Okazaki  
Make-up: Nino Allegro  
Styling: Max Märzinger





Hair: Elle Schoemaker  
Colour: Kristie Kesic  
© Stelios Papas  
Photo: Elizabeth Maleevsky  
Make-up: Gemma Elaine  
Styling: Kristie Kesic





Hair and Colour: Chad Demchuk @ Michael Flores Salon/Photo: Tom Carson

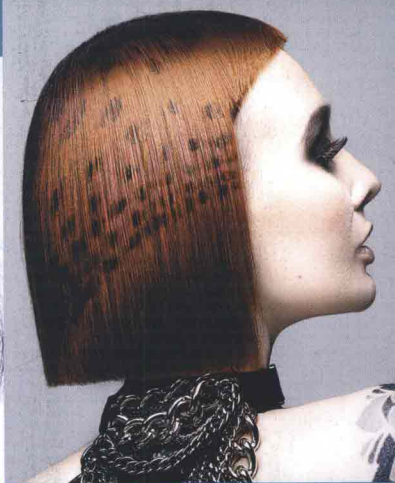


Hair: Carlos Ramos  
Photo: G + K

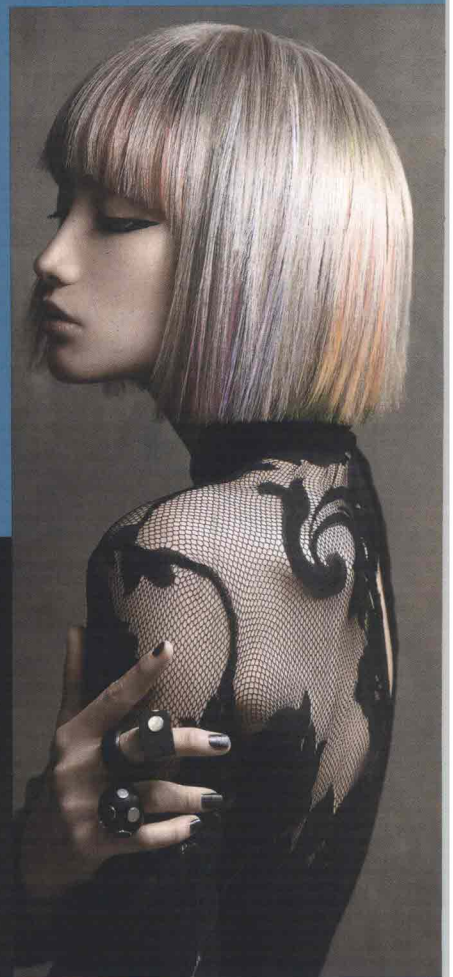
Hair: Chris Williams @ Rush  
Photo: Jack Eames



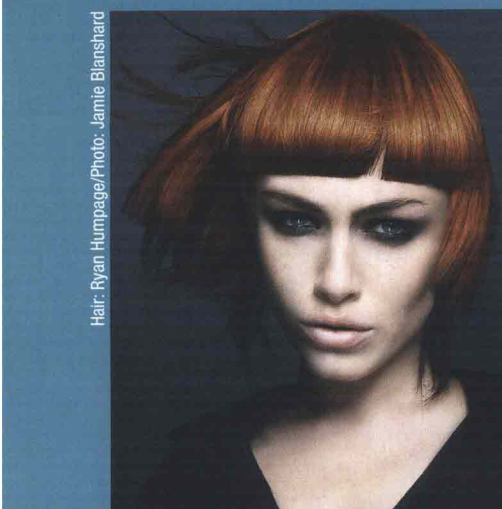
Hair: Robert Eaton/Photo: Richard Miles



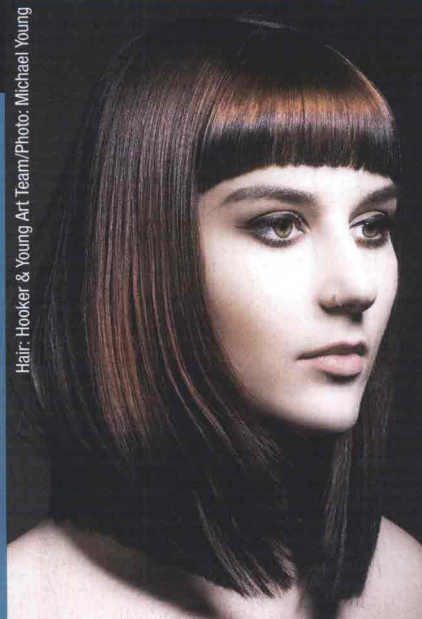
Hair: Ceri Cushen & Katy Brereton  
@ Metropolis hairdressing/Photo: Robert Masciave



Hair: Chris Tsiknaris @ Tsiknaris Hair  
Photo: Annis+Barton



Hair: Ryan Humpage/Photo: Jamie Blanshard



Hair: Hooker & Young Art Team/Photo: Michael Young



Hair: Sophie Chandler & Michael  
Rackett for Rush  
Photo: Alessandra Cecchini  
Make-up: Kelly Mendiola  
Styling: Magdalena Jacobs

WE  
ALL  A  
BOB



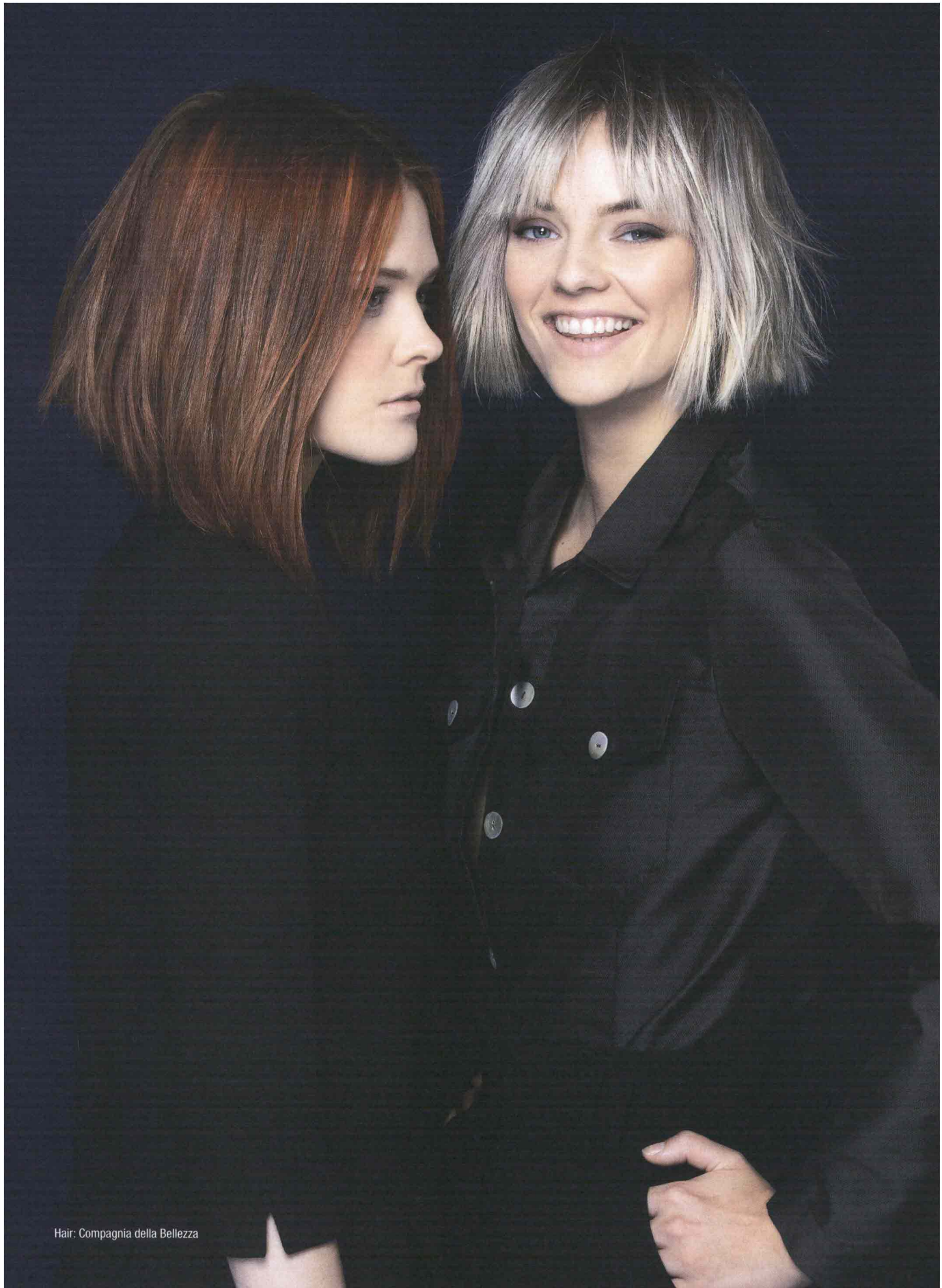


WE  
ALL  A  
BOB



Creative Direction:  
Lachlan McPherson  
Hair: Richard Kavanagh  
© Rodney Wayne  
Photo: Steven Chee





Hair: Compagnia della Bellezza



WE  
ALL  A  
BOB

Hair: Anna Barroca  
Photo: David Arnal  
Make-up: Wilder Rodriguez  
Styling: Aaron Gil





Hair: Chrystofer Benson/Photo: John Rawson



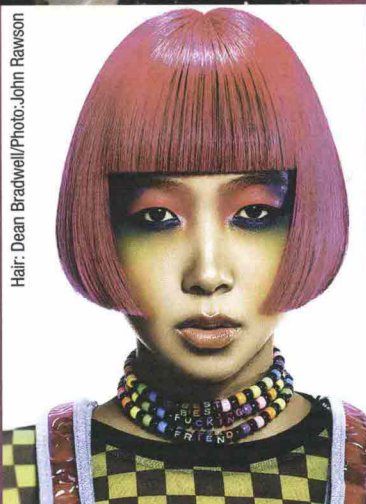
Hair: Reno Prezio @ Bellus Academy/Photo: Natasha Gerschon



Hair: Sandro Maeri @ Salon Collage/Photo: Giancarlo Intini



Hair: Dean Bradwell/Photo: John Rawson



Hair: Sandra Faiva/Photo: Gresson Castar



Hair and Concept: Kobi Bokshish @ Intershape  
Photo: David Mannah



WE  
ALL  A  
BOB



Hair: Elise Antoine © Mylord Coiffure  
Photo: Weronika Kosinska  
Make-up: Izabela Szelagowska  
Styling: Waleria Tokarzewska-Karaszewicz





Hair: Goldwell Color Zoom '19  
Creative Team  
Photo: Ralph Mecke  
Make-up: Loni Baur  
Styling: Ingo Nahrwold





**INTERNATIONAL  
HAIRDRESSING  
AWARDS®**

# THE FINALISTS 2019

Celebrating the 15 finalists of the 1st edition of the International Hairdressing Awards, set to take place in Madrid on February, 3rd 2019. It will be the great night of global hairdressing, with a grand runway show featuring Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, X-Prision, Beauty Underground, Revlon Professional Global Artistic Team and Mikel Luzea. Main sponsors of the IH Awards are Revlon, Revlon Professional & Salon Look-IFEMA, with Estetica as Global Media Partner; Beauty Underground and Takara Belmont also sponsor the awards.

Festeggiamo i 15 finalisti della 1ª edizione dell'International Hairdressing Awards, in programma a Madrid il 3 febbraio 2019. Sarà la notte dedicata ai parrucchieri, con una grande sfilata di Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, X-Prision, Beauty Underground, Revlon Professional Global Artistic Team e Mikel Luzea. I principali sponsor degli International Hairdressing Awards sono Revlon, Revlon Professional e Salon Look-IFEMA con Estetica come Global Media Partner; tra gli altri, anche The Beauty Underground e Takara Belmont sponsorizzano i premi.

Am 3. Februar 2019 findet in Madrid die Feier der 15 Finalisten der ersten Ausgabe der International Hairdressing Awards statt. Erwartet wird eine großartige Nacht des weltweiten Friseurhandwerks mit einer großen Modenschau unter Mitwirkung von Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, X-Prision, Beauty Underground, des Revlon Professional Global Artistic Teams und Mikel Luzea. Die Hauptsponsoren der International Hairdressing Awards sind Revlon, Revlon Professional & Salon Look-IFEMA, Estetica als Global Media Partner; The Beauty Underground und Takara Belmont, wobei die beiden letztgenannten auch die Preise sponsern.

Célébration des 15 finalistes de la 1<sup>e</sup> édition des trophées International Hairdressing Awards qui se déroulera le 3 février 2019, à Madrid. À l'affiche sur la passerelle de cette magnifique soirée de la coiffure internationale : Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, X-Prision, Beauty Underground, Revlon Professional Global Artistic Team et Mikel Luzea. Les principaux sponsors des International Hairdressing Awards sont Revlon, Revlon Professional et Salon Look-IFEMA aux côtés d'Estetica comme partenaire média mondial. Beauty Underground et Takara Belmont sponsorisent eux aussi l'événement.

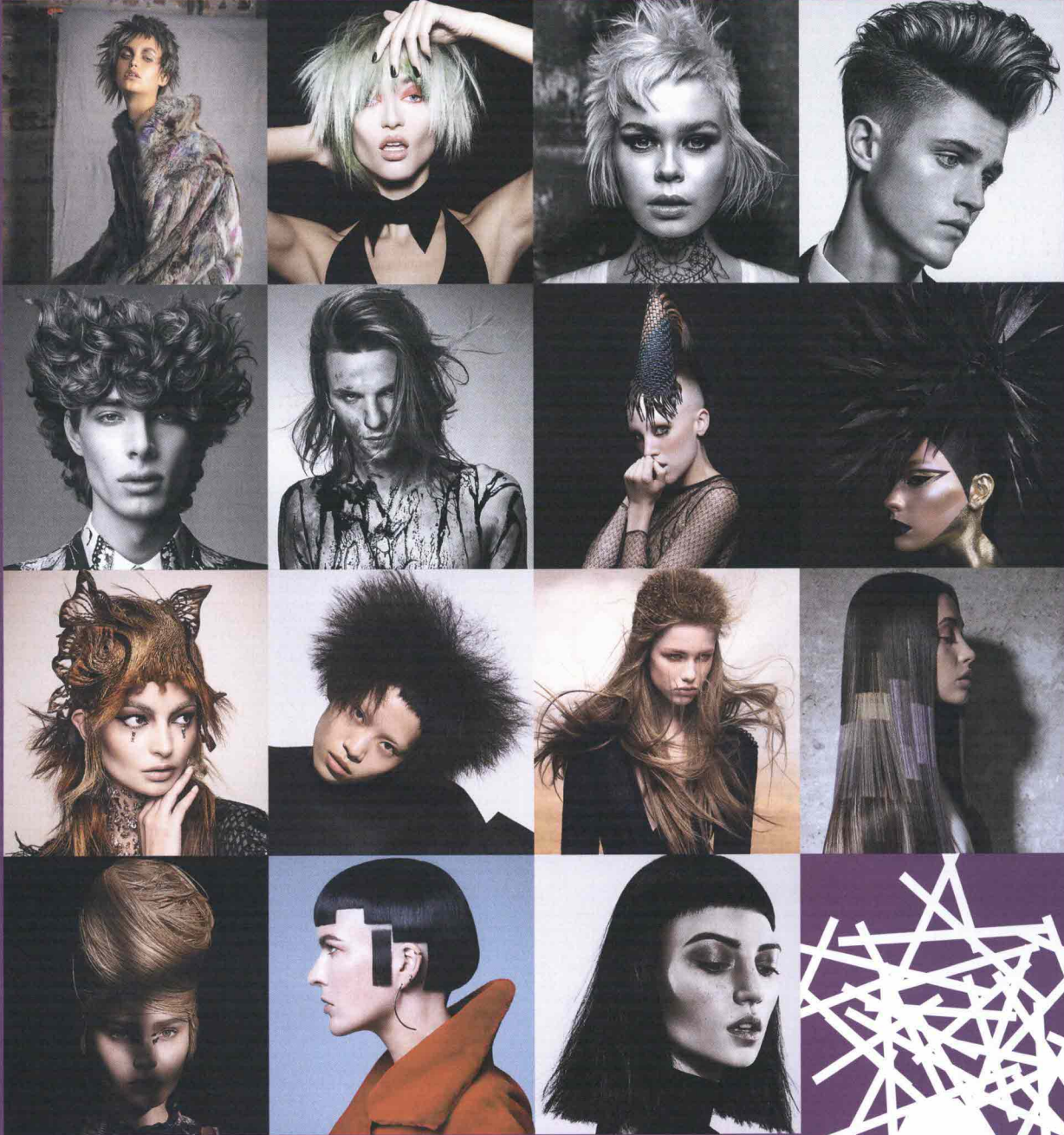
Celebramos a los 15 finalistas de la 1ª edición de los International Hairdressing Awards, que tendrá lugar en Madrid el 3 de Febrero de 2019. La gran noche de la peluquería global tendrá un show en pasarela con Sassoon, Toni&Guy, Sanrizz, X-Prision, Beauty Underground, Revlon Professional Global Artistic Team y Mikel Luzea. Los main sponsors de los IH Awards son Revlon, Revlon Professional y Salon Look-IFEMA, con Estetica como Global Media Partner; Beauty Underground y Takara Belmont también esponsorizan los premios.

Mikel Luzea, founder and director of the International Hairdressing Awards



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





THE AWARDS OF THE AWARDS  
[www.ihawards.com](http://www.ihawards.com)





## BEST INTERNATIONAL WOMEN'S COMMERCIAL COLLECTION



## MORGAN RICHARDS

AUSTRALIA

TITLE: AVANT MINUIT / AUTHOR: MORGAN RICHARDS / STYLING: LYDIA-JANE SAUNDERS, KATHRYN BLOOM  
MAKEUP: CHARLOTTE REVET / PHOTO: ANNISS+BARTON





## RICK ROBERTS

UNITED KINGDOM

TITLE: ELYSIAN / AUTHOR: RICK ROBERTS / STYLING: BERNARD CONNOLLY  
MAKEUP: ABBIE BEAUTEMENT / PHOTO: DESMOND MURRAY



BEST INTERNATIONAL  
WOMEN'S COMMERCIAL  
COLLECTION



## STEVEN SMART

UNITED KINGDOM

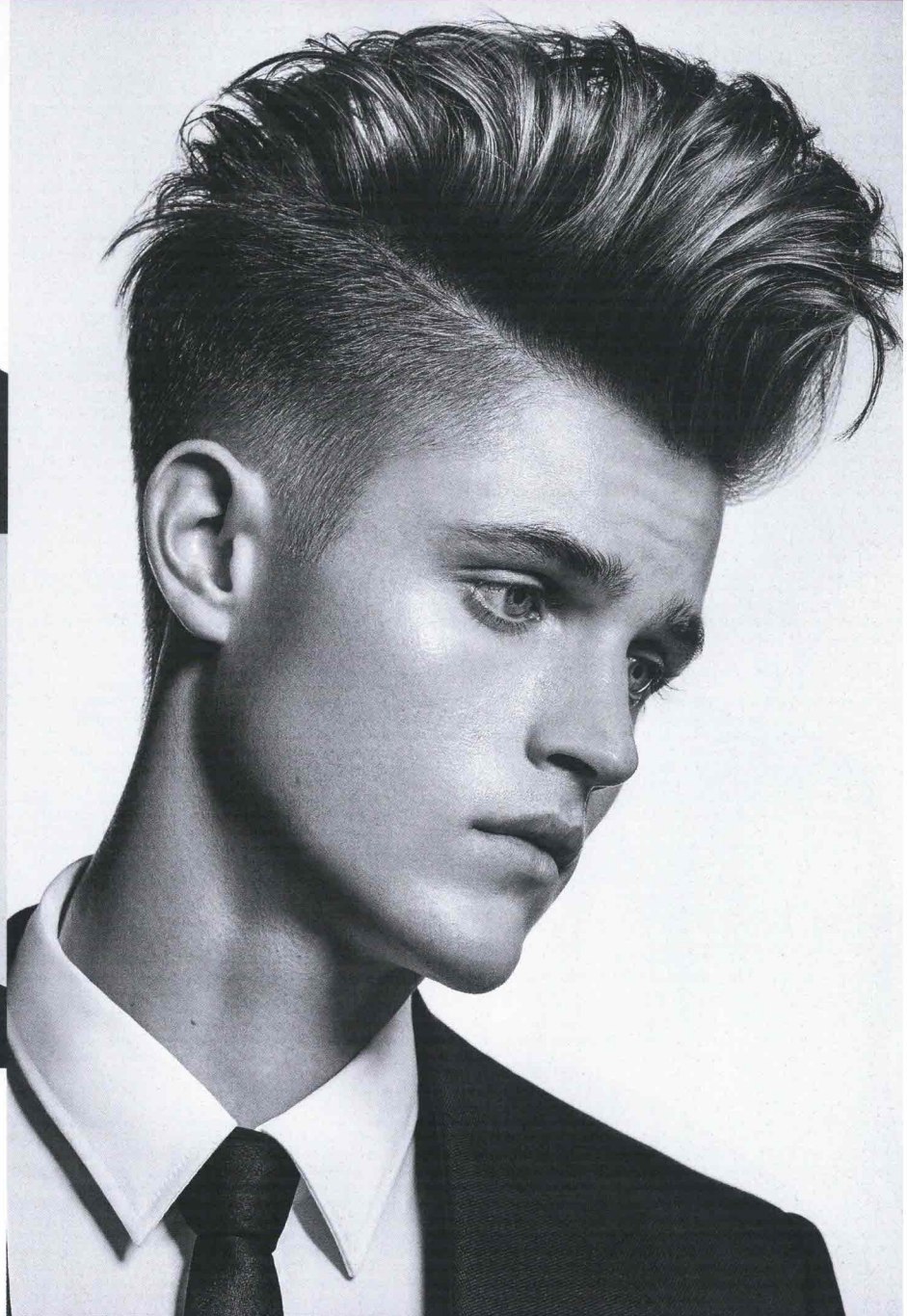
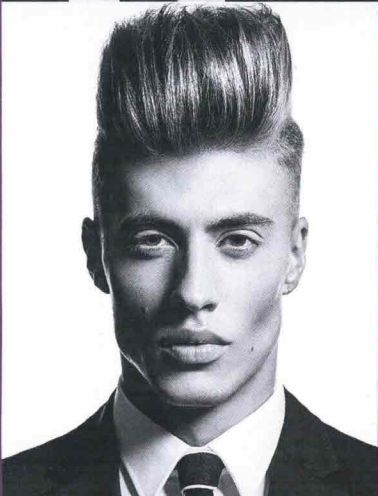
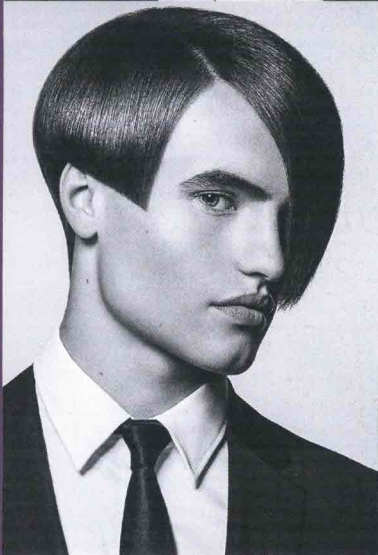
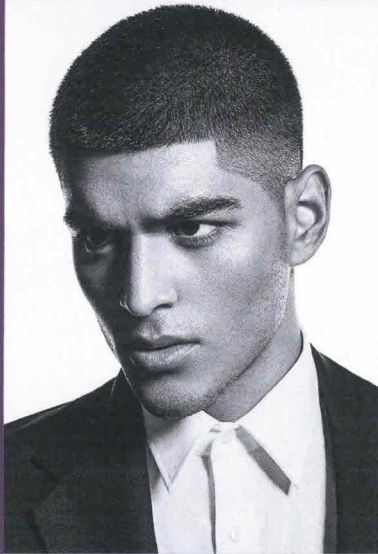
TITLE: RAW / AUTHOR: STEVEN SMART / STYLING: BERNARD CONNOLLY / MAKEUP: DEBRA SMART / PHOTO: RICHARD MILES



## BEST INTERNATIONAL MEN'S COMMERCIAL COLLECTION



INTERNATIONAL  
HAIRDRESSING  
AWARDS®



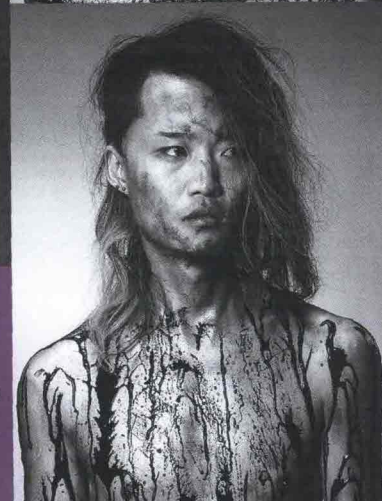
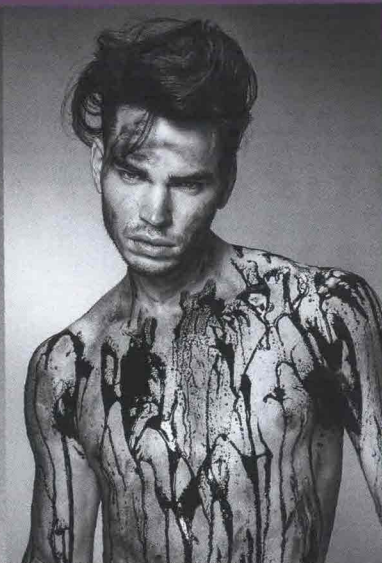
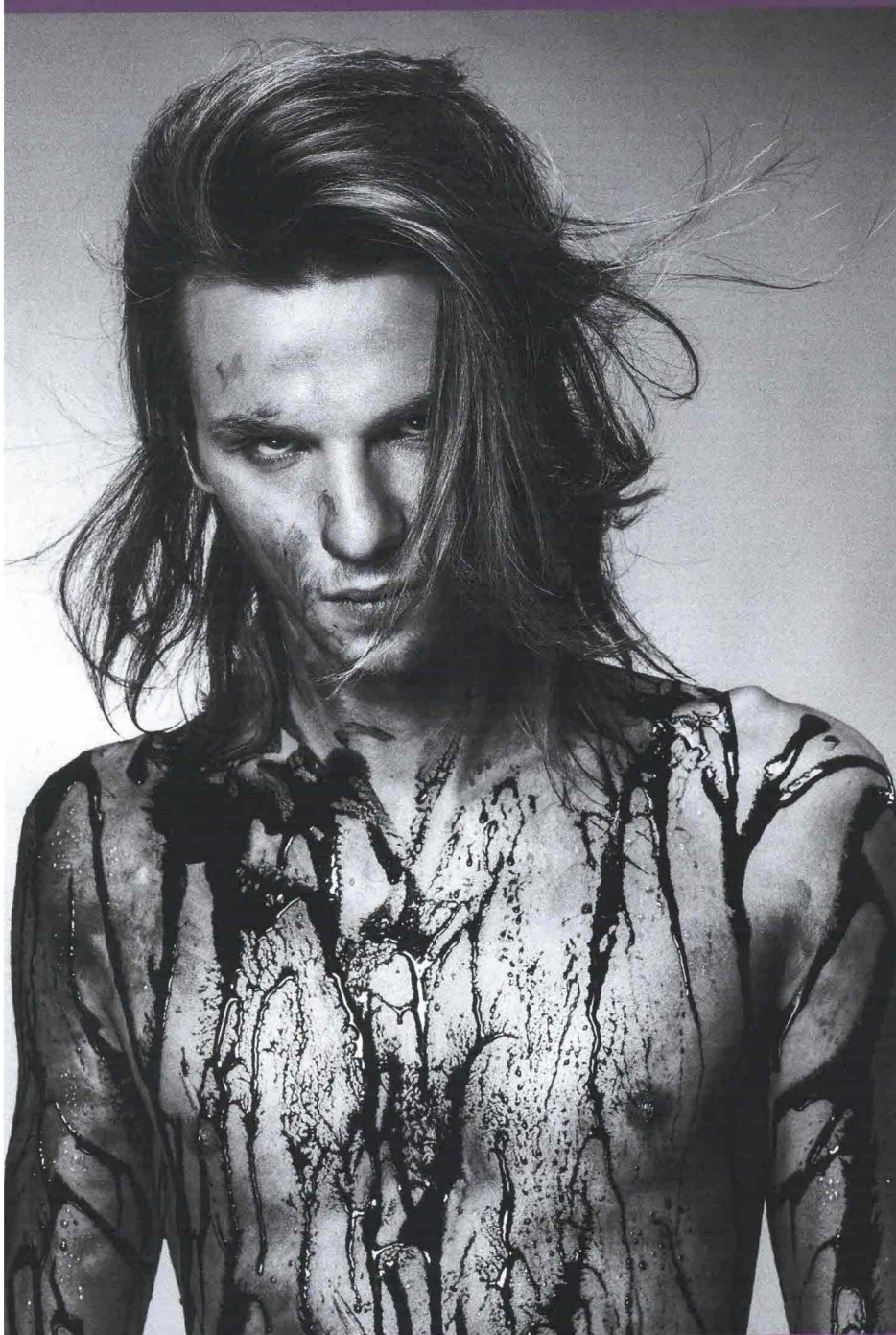
### JIM SHAW

UNITED KINGDOM

TITLE: DECADE / AUTHOR: JIM SHAW / STYLING: BERNARD CONNOLLY / MAKEUP: ROSE-ANNA VELIN / PHOTO: TONY LE-BRITTON



BEST INTERNATIONAL  
MEN'S COMMERCIAL  
COLLECTION

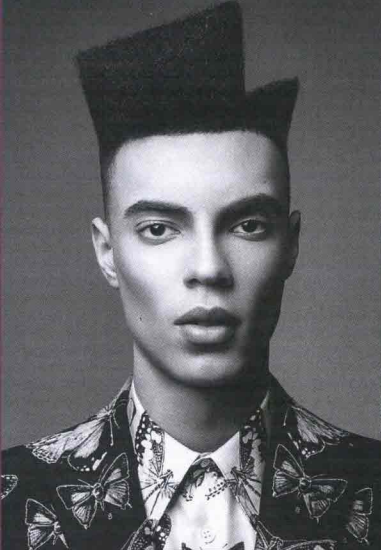
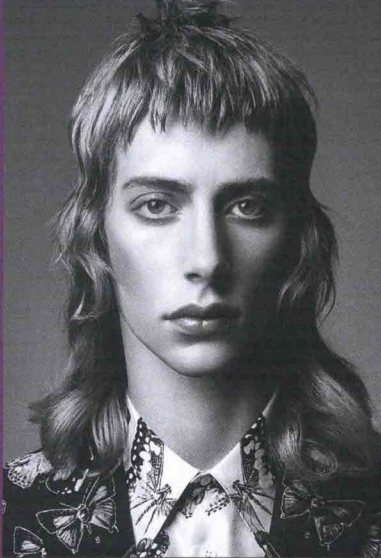
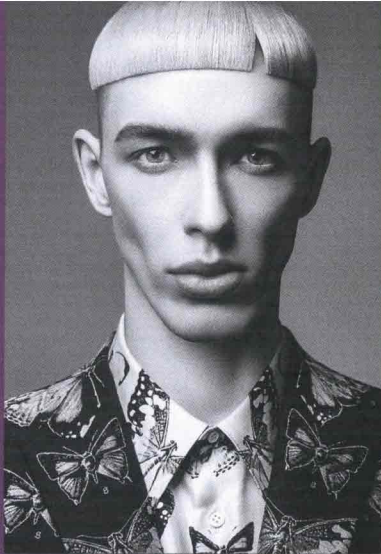


## MIO SOTA

USA

TITLE: BENEATH THE SURFACE / AUTHOR: MIO SOTA / STYLING: MIO SOTA / MAKEUP: MELISSA MUSSEAU / PHOTO: JOHN RAWSON





## TERRI KAY & ANDREA GILES

UNITED KINGDOM

TITLE: TAILORED / AUTHOR: TERRI KAY & ANDREA GILES @ MARK LEESON / STYLING: BERNARD CONNOLLY  
MAKEUP: LAN NYGUEN GRAIS / PHOTO: RICHARD MILES





## BEST INTERNATIONAL AVANT-GARDE COLLECTION

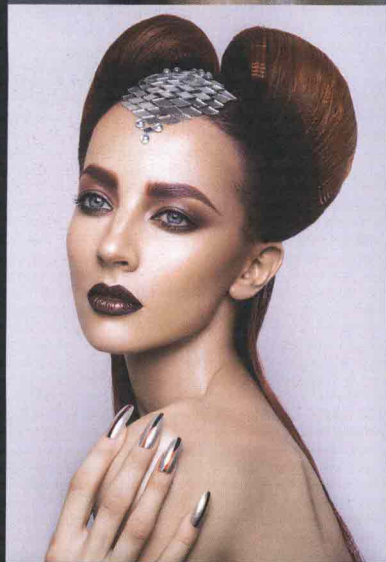


# KYLIE HAYES

NEW ZEALAND

TITLE: MARVEL / AUTHOR: KYLIE HAYES / STYLING: MILANA DE MINA / MAKEUP: LIZZIE SHARP / PHOTO: CARL KEELEY





## NATALIA ROTMANOVA

BELARUS

TITLE: NEW ICON / AUTHOR: ROTMANOVA NATALLIA / STYLING: GOLACHEVA MARINA

MAKEUP: GOLACHEVA MARINA / PHOTO: KORABKOVA NADEZDA



BEST INTERNATIONAL  
AVANT-GARDE  
COLLECTION



## SYLVESTRE FINOLD

UNITED KINGDOM

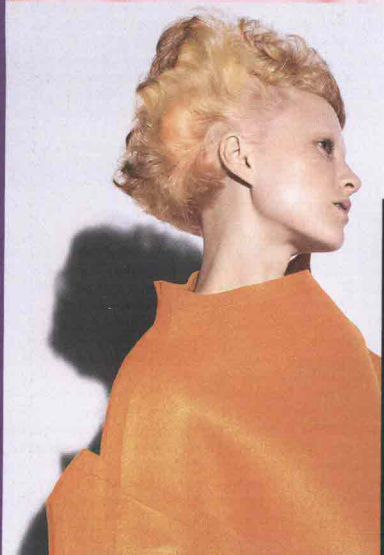
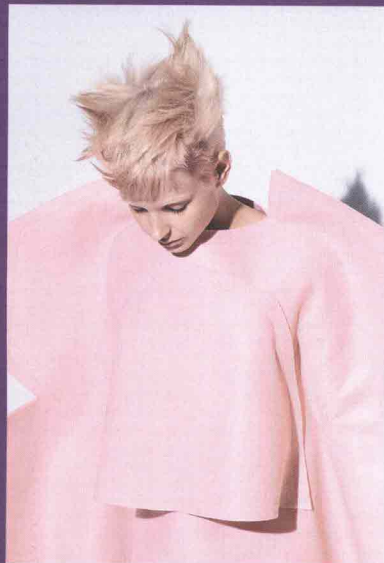
TITLE: LAUREN / AUTHOR: SYLVESTRE FINOLD @ TONI&GUY / STYLING: PHONIX / MAKEUP: SIMON JAMES / PHOTO: KEVIN LUCHMUN



## INTERNATIONAL ARTISTIC TEAM OF THE YEAR



INTERNATIONAL  
HAIRDRESSING  
AWARDS®



## SACO HAIR

UNITED KINGDOM

TITLE: RAW / AUTHOR: SACO HAIR / STYLING: TANI ZEKOUT / MAKEUP: MARCO ANTONIO / PHOTO: DAVID OLDHAM



INTERNATIONAL ARTISTIC  
TEAM OF THE YEAR

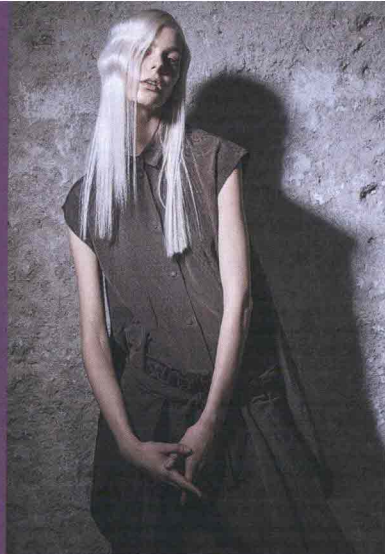


## RUSH HAIR

UNITED KINGDOM

TITLE: LOST REBELS / AUTHOR: RUSH ARTISTIC TEAM / STYLING: ROBERT MORRISON  
MAKEUP: KRISTINA VIDIC / PHOTO: JACK EAMES





## X-PRESION

SPAIN

TITLE: FX COLLECTION / AUTHOR: X-PRESION / STYLING: MANUELA MAZZETI / MAKEUP: BARBARA BONAZA / PHOTO: STEFFANO CATTELAN / PRODUCTS: FUDGE PROFESSIONAL





## INTERNATIONAL HAIRDRESSER OF THE YEAR

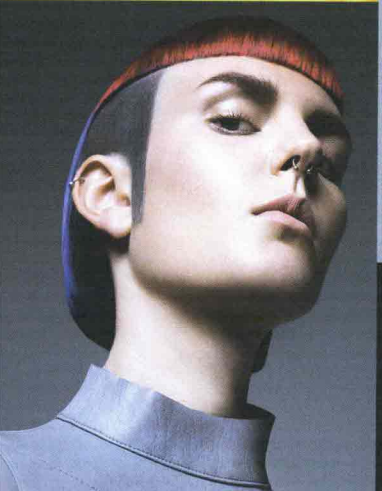


## ANGELO SEMINARA

AUSTRALIA

TITLE: TATAMI / AUTHOR: ANGELO SEMINARA / STYLING: NICCOLO TORELLI / MAKEUP: LAURA DOMINIQUE / PHOTO: ANDREW O'TOOLE / PRODUCTS: DAVINES





## DETLEF GEHLHAAR

GERMANY

TITLE: COLORHYTHM / AUTHOR: DETLEF GEHLHAAR / STYLING: HEIKO PALLACH  
MAKEUP: SABINE OBERHUBER / PHOTO: ANJA FRERS



INTERNATIONAL  
HAIRDRESSER  
OF THE YEAR



## PETRA MECHUROVA

CZECH REPUBLIC

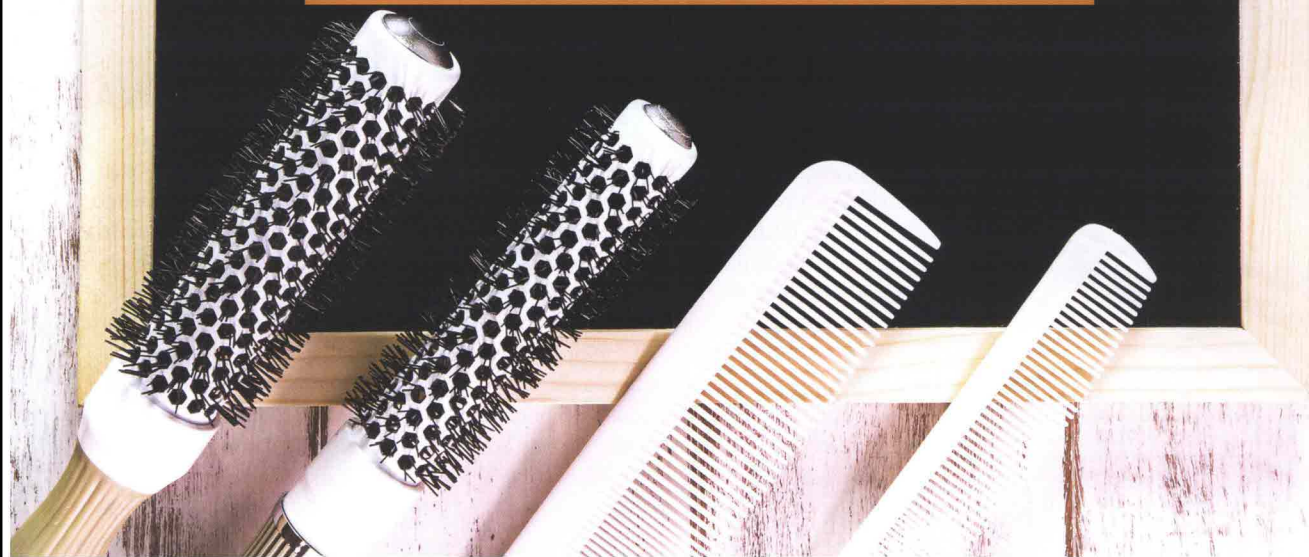
TITLE: I AM / AUTHOR: PETRA MECHUROVA / STYLING: PETRA MECHUROVA / MAKEUP: IAN NGUYEN GREALIS / PHOTO: JOHN RAWSON



## EDUCATION

# Top 10

Hi-level education 2019: dai format base fino ai livelli più esperti, le migliori proposte formative delle aziende per gli acconciatori.





**VITALITY'S**

Un corso pensato per appropriarsi delle tecniche contouring per valorizzare viso e capelli.

**TONI&GUY**

Un corso base modulare ed esaustivo pensato per introdurre i giovani aspiranti hairstylist nel mondo dell'acconciatura.

Per un acconciatore la formazione è uno strumento di lavoro indispensabile al pari di forbici e pettine. Per questo Estetica dedica uno speciale al meglio del panorama formativo nel 2019: le dieci soluzioni education proposte dalle aziende che mettono al centro ciò che serve all'hairstylist, ovvero la coiffure nella teoria, sostenuta da una robusta parte pratica e trasformata in ispirazione visionaria grazie alla contaminazione con l'arte, la moda, la musica.

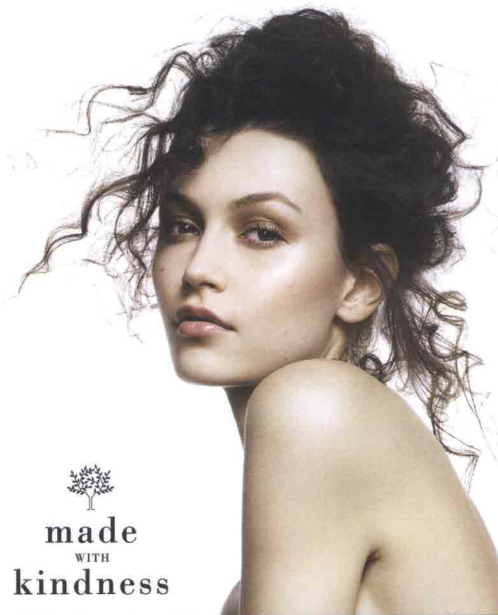
## 1 CONTOURING MASTER

Pensato per appropriarsi delle tecniche di contouring, il corso **Vitality's** è destinato in particolare a titolari di saloni e a collaboratori esperti. Offre al partecipante, seguito dalla presenza di un consulente tecnico e di uno stilista, l'opportunità di realizzare un look completo e personalizzato, prima attraverso una presentazione di total look e base make-up e poi con successive attività su modelle organizzate in gruppi di lavoro. Uno strumento che intende migliorare le competenze della consulenza, portando all'attenzione le diverse tipologie di forme del viso.

## 2 BEGINNER'S

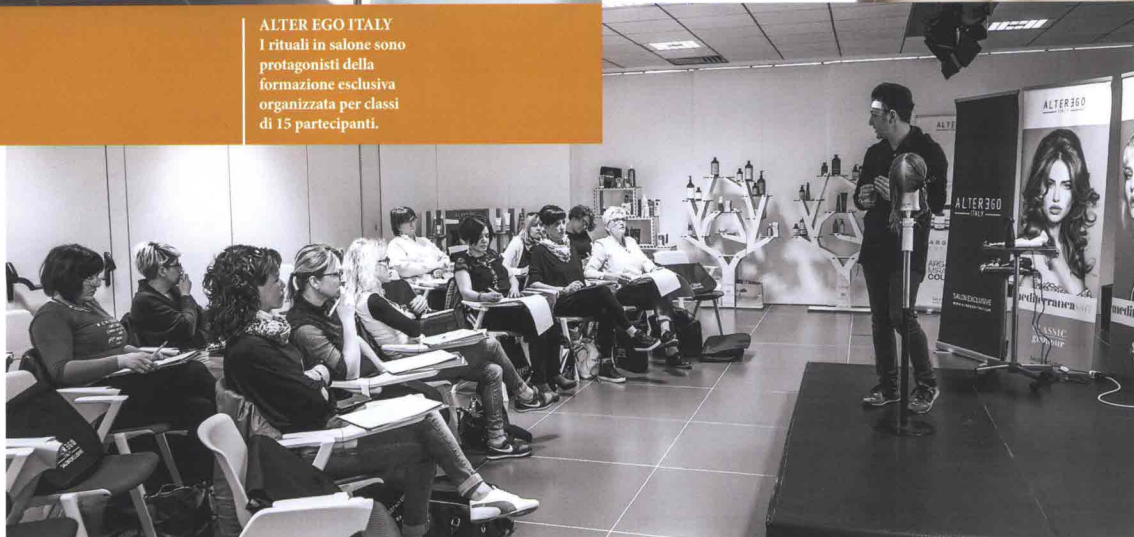
Per muovere i primi passi nel mondo della coiffure: il corso base creato da **Toni&Guy** è pensato per introdurre il principiante all'interno della professione parrucchiere. Il corso prevede la pratica su testine e modelle ed è organizzato in 3 moduli che variano la frequenza da 8-14 a 20 settimane. Gli studenti possono così passare da un livello base a un livello intermedio, quello necessario per accedere agli step successivi. Si lascia la possibilità di frequentare l'intero corso o di partecipare anche solo a un singolo modulo, per adeguarsi alle necessità e disponibilità di ogni partecipante. Agli studenti che completano il percorso con successo viene consegnato il diploma Toni&Guy che gode del riconoscimento a livello internazionale.





made  
WITH  
kindness

ALTER EGO ITALY  
I rituali in salone sono  
protagonisti della  
formazione esclusiva  
organizzata per classi  
di 15 partecipanti.



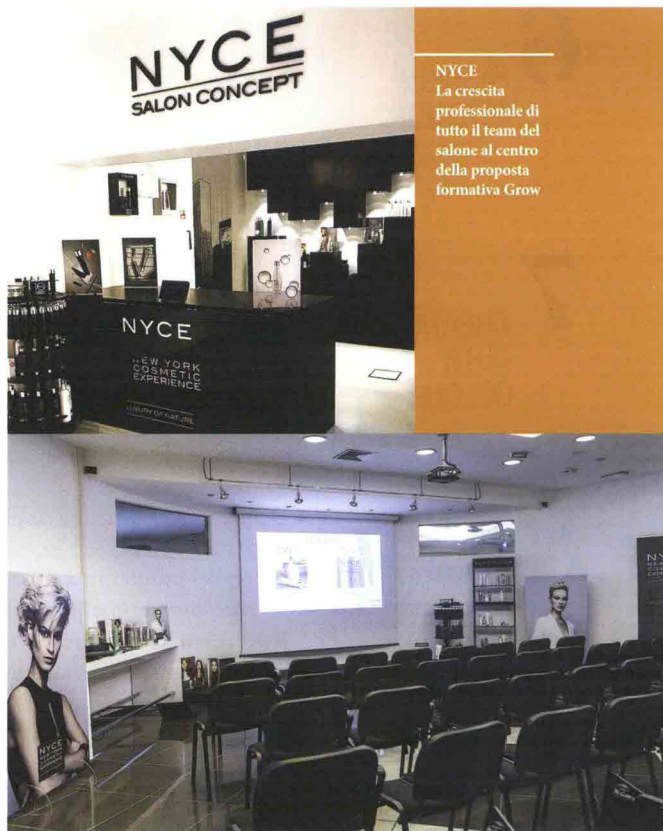
## Nuova accademia per Parlux & Previa Haircare

Negli spazi dell'Accademia del Benessere Fondazione Luigi Clerici, a Milano, si è inaugurata una nuova realtà formativa che vede come main sponsor Parlux e Previa Haircare - pH Laboratories. "È una collaborazione tra realtà simili - dichiara Roberto Riboldi, responsabile marketing Parlux - la Fondazione Luigi Clerici opera nella formazione da oltre 40 anni, lavorando sulla qualità e sul servizio al cliente, proprio come noi". Aggiunge Maurizio Surace, marketing manager Previa Haircare e pH Laboratories: "L'idea che più ci piace è dare una sorta di imprinting ai ragazzi che stanno imparando, fare diventare il naturale una materia di studio".





**REVLON PROFESSIONAL**  
Tutto ciò che ruota intorno al colore: dalle tecniche alle ispirazioni extra-settore.

**NYCE**

La crescita professionale di tutto il team del salone al centro della proposta formativa Grow

## 3 I-CARE

Una due giorni all'insegna dei rituali in salone. Con il lancio dei nuovi trattamenti per cute, lunghezze e punte, **Alter Ego Italy** ha sviluppato un format dedicato proprio a questo tema, affrontato in una classe di massimo 15 partecipanti. Organizzato in due step di approfondimento, tra didattica e proposte di rituali, permette di sviluppare una consulenza personalizzata anche per la cliente più esigente. Interessante la presenza del reparto Ricerca & Innovazione, coinvolto per approfondire le tematiche legate alla conoscenza degli ingredienti e agli aspetti formulativi del prodotto.

## 4 COLOR CLASS

Sono dodici i giorni dedicati alla formazione colore nella proposta di **Revlon Professional**. Si rivolge a tutti quei professionisti che desiderano creare un proprio stile nel colore, che vogliono diventare consulenti d'immagine e creatori di nuove tecniche. Approfondimento particolare viene dedicato alla ricerca e alle ispirazioni nel mondo dell'arte e dell'architettura per decodificarne i linguaggi e reinterpretarli con la propria creatività. A tal fine sono previste visite alla Biennale di Venezia e al Salone del Mobile di Milano. Nel programma anche contenuti di chimica, la cui conoscenza è imprescindibile per il mestiere di acconciatore.

## 5 PERCORSO GROW

Soddisfare l'aspirazione di chi vuole eccellere creando un proprio metodo professionale, lavorando sulla crescita personale del proprio staff e del salone. Questo l'obiettivo del Percorso Grow messo a punto da **Nyce**. Considerato come il proseguimento del Percorso Owner del 2018, il Grow è rivolto a tutto lo staff: la proposta formativa comprende infatti formazione dedicata ai titolari e responsabili di salone, parallelamente a Progetti color & stylist specialist per i collaboratori, al fine di definire un ruolo specifico per ogni membro del team.

speciale **93**



## 6 FASHION ATTITUDE

Un corso che offre gli strumenti per interpretare le tendenze moda non come pacchetti chiusi e standardizzati, ma come elementi per esprimere creatività e raggiungere l'equilibrio estetico e visivo fra taglio e colore. La proposta formativa di **Jean Paul Mynè** insegna a sviluppare due tecniche taglio e due tecniche colore da declinare e modulare in salone. Il trainer è il Global Artistic Director & Global Educator Coach Marco Migliorelli, che con la sua esperienza insegna ai partecipanti a rielaborare gli input esterni per creare collezioni originali.

## 7 CREATIVE CUT & COLOUR

È il corso firmato **Tigi** che aggiorna sulle tendenze taglio e colore. L'ispirazione viene raccolta dalla moda attuale facendo riferimento a sfilate, eventi dei principali brand, musica, icone. Durante la formazione vengono trasmesse tecniche di colore e taglio, si spiega come adeguarle alla singola cliente in base al suo capello e al suo stile, utilizzando i prodotti giusti. Il corso si svolge in due giornate e prevede una parte teorica al mattino, dove gli hairstylist lavorano su modelle, e una pratica al pomeriggio, dove i partecipanti provano sulle testine i lavori che hanno visto al mattino.

## 8 GENERATIONS LAB. ROSSANO FERRETTI

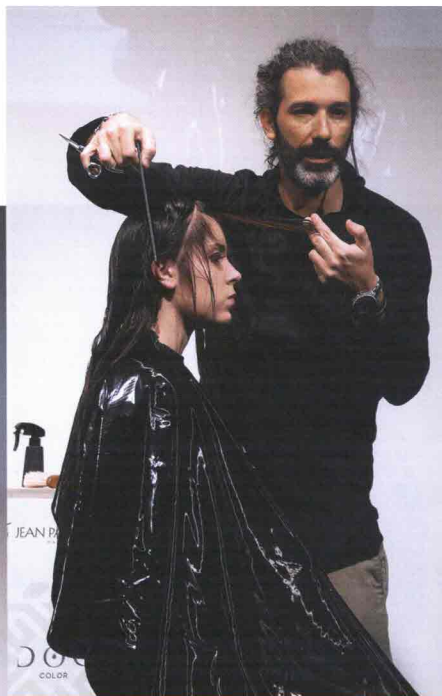
Un percorso formativo su più livelli sviluppato per apprendere il significato e l'applicazione pratica del metodo Rossano Ferretti, global ambassador **Coty Professional Beauty**. Scopo del programma RF è quello di aumentare la qualità del business attraverso un servizio premium offerto alle clienti con un approccio multidisciplinare ispirazionale. Il percorso RF comprende 4 laboratori e un master one-to-one tecnico/stilistico: lo 'Speciale tagli scalati base: affrontiamo il Metodo' affronta le entrate e uscite con forbice piatta e insegna a leggere la tessitura dei capelli e proteggerne la materia. Si aggiungono lo 'Speciale tagli scalati avanzato: sperimentiamo il Metodo' e lo 'Speciale capelli ricci'. Con lo 'Speciale caschetti morbidi e leggeri' si diventa ambasciatori del Metodo. Infine il 'Master tecnico/stilistico individuale' si modula sulle esigenze formative del partecipante.

**La formazione è una fonte inesauribile di crescita. Il modo migliore per non perdere la connessione con la creatività.**

WELLA PROFESSIONALS  
Il Metodo Rossano Ferretti  
sviluppato in un percorso  
esaustivo di 4 laboratori e  
un master.







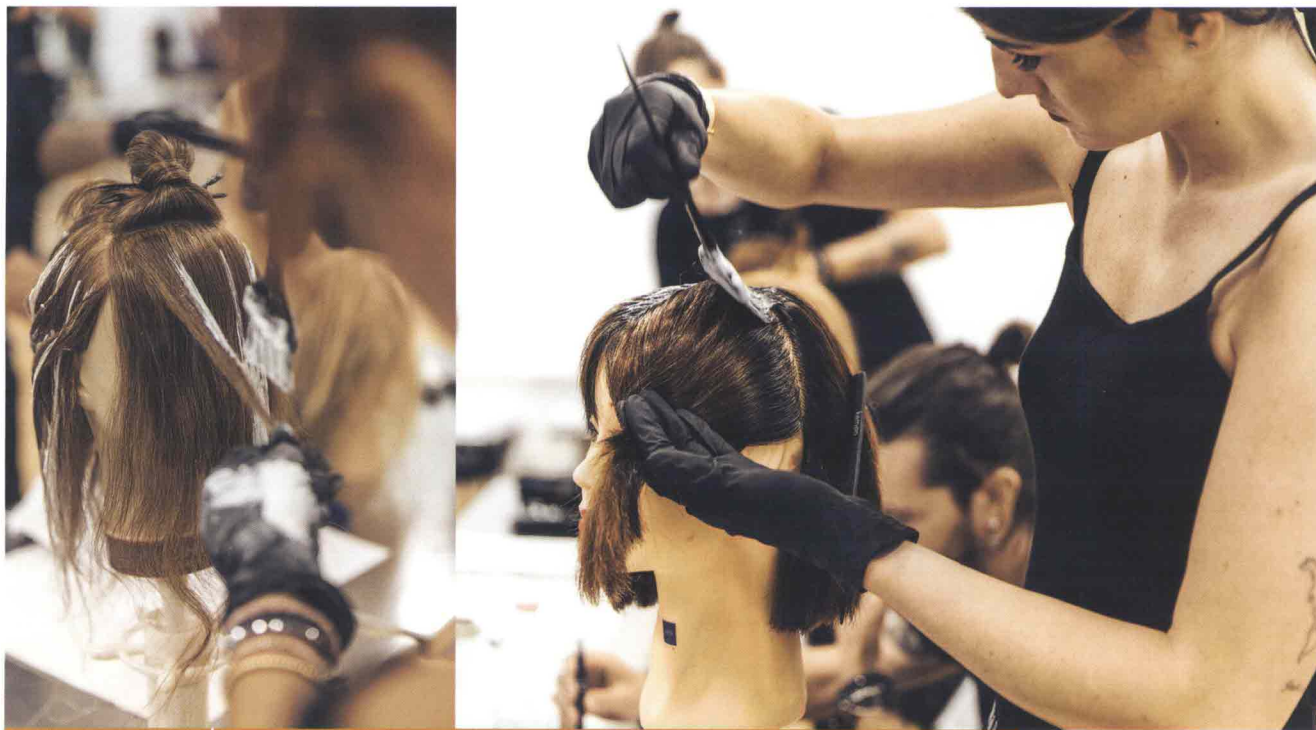
**JEAN PAUL MYNÉ**  
Un workshop pratico  
per applicare  
l'ispirazione dei trend  
al lavoro in salone.



**TIGI**  
Tendenze, tecniche  
e attenzione alla  
cliente: tutto in  
unico corso di  
taglio e colore.

speciale **95**





**KEMON**  
Teoria e pratica delle  
tecniche colore e delle  
schiariture più attuali  
formulate dal brand.

Contouring, taglio, moda e tanto  
colore. **L'education come strumento  
per la coiffure che evolve.**



**K-TIME**  
I segreti del colore e non  
solo: un format completo  
per dominare la  
colorimetria applicata.

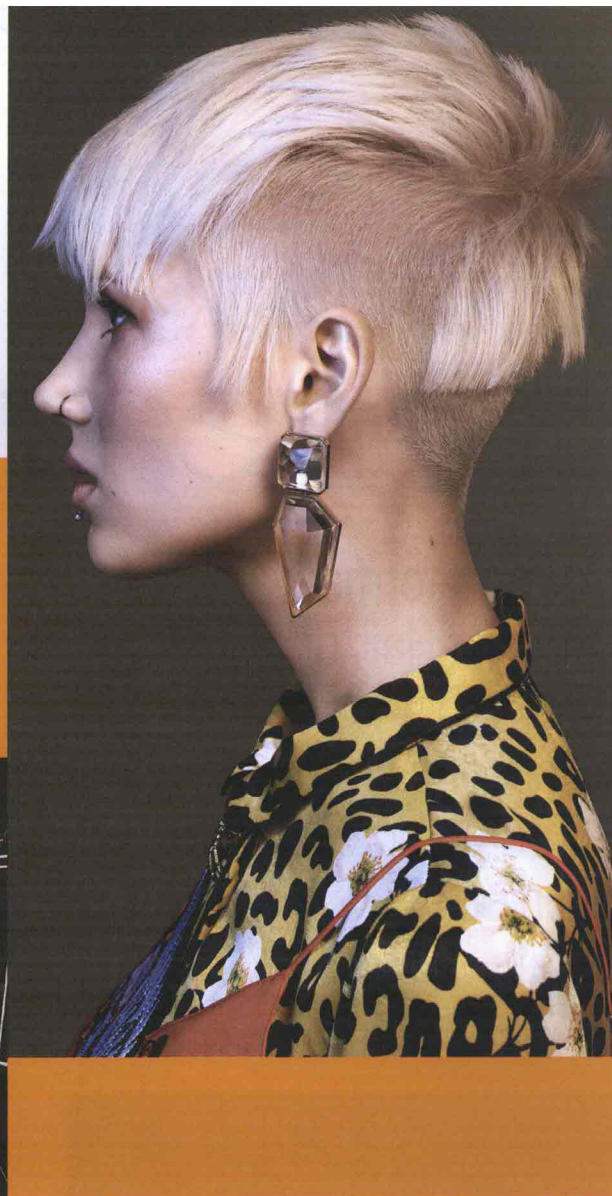




Qui a fianco Charity Cheah, Co Founder Toni&Guy Italia, promotrice del rinnovo dell'Academy.

## Good Vibes Only

Co-working, co-creating e co-learning. Questi i pilastri della nuova Academy di Toni&Guy Milano, completamente rinnovata negli arredi come nel concept. Cambiano gli spazi: cinque sale corsi, una meeting room, una thinking room per gli insegnanti e un'area di co-working dedicata a tutti, per un totale di 700 mq di atmosfera rilassata ma produttiva. Il progetto è nato dall'idea creativa di Charity Cheah - Co Founder di Toni&Guy Italia - insieme all'Artist Luca Valese e al Concept Designer Riccardo Dressadore. "Good vibes only" è il mantra ben rappresentativo della scuola, dove i giovani hairstylist creano sperimentando e lavorando fianco a fianco con gli insegnanti-coach.



## 9 COLOR CASH

Partirà da febbraio 2019 il nuovo corso tenuto da **Kemon** rivolto a titolari e collaboratori esperti, che combina una parte di marketing condotta da un esperto del settore e una parte di formazione tecnica che spiega i servizi colore e le schiariture sviluppati da Kemon per rinnovare il menù servizi dei saloni dei parrucchieri. Nell'arco di due giorni si offre una formazione completa utile per tutto lo staff. La domenica, un esperto del settore condivide con i partecipanti strumenti pratici e concreti atti a incrementare il business con servizi colore e schiariture. Il lunedì si lavora sulle poupette. Le sedi che ospitano il corso sono le tre accademie del brand: Milano, San Giustino (PG) e Roma.

## 10 COLOR & BLEACH

Un format **K-time** pensato per fornire ai professionisti in salone delle competenze di colorimetria applicata di altissimo valore. Durante il workshop gli acconciatori sviluppano conoscenze ampie nell'ambito della decolorazione, la schiaritura, la pre e ri-pigmentazione e infine la tonalizzazione. Con questa proposta l'education K-time si conferma di spessore, grazie a costante innovazione, social approach e interattività, oltre che alla partnership con la Diadema Academy: insieme i due partner studiano in esclusiva delle tecniche di taglio, colore e acconciatura.



## NEWS



L'Hair Talent Contest, che si è protratto per 8 mesi, ha visto il training di 6 squadre di giovani hairdresser allenate da coach d'eccezione.

### United Pro Future by L'Oréal Professionnel

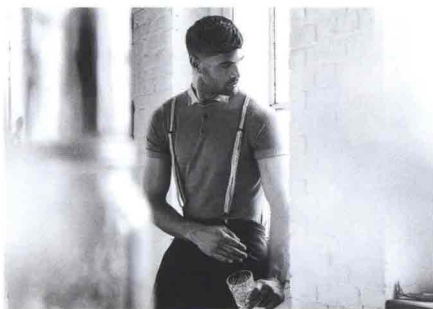
Il vincitore 2018 del contest United Pro Future è Gianni Crispino, stilista di futuro talento che aveva come 'mentore' Luigi Neri, e si aggiudica così tre anni di alta formazione firmata L'Oréal Professionnel.

Il colore? Via libera alle cromie della natura, che rievocano le tonalità di un parco in autunno.



### Narciso by Compagnia della Bellezza

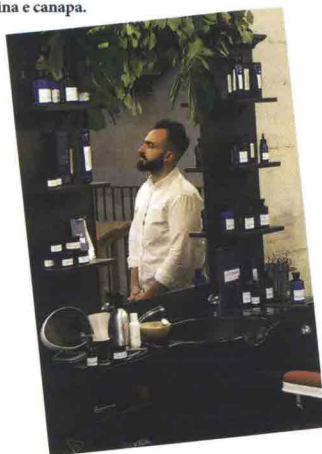
Narciso è il titolo della nuova collezione di Compagnia della Bellezza che invita a riflettere sulla propria immagine allo specchio con rinnovata consapevolezza: allo specchio si può scoprire il sé più profondo al di là di qualsiasi filtro. Sono tre le tendenze capelli: #SweetCut, #Pop (bob+posh) e #LongUp.



La linea presenta prodotti curativi, styling, barba e colore, a base di creatina e canapa.

### 1922 by J.M.Keune

Presentata la nuova linea prodotti dedicata al mondo maschile 1922 by J.M.Keune. "Per celebrare le radici della nostra storia, nata nel 1922 e tuttoggi ancora a gestione familiare" afferma Eelco Keune, co-proprietario e nipote del fondatore Jan Jeune.



### Marco Todaro protagonista

Chi poteva curare l'immagine di due grandi eventi del mondo dello spettacolo e della musica se non Marco Todaro, hairstylist torinese, autore di Arpège Opera, il metodo di colorazione e sistema formativo ispirato alle note? Al lavoro al Pala Alpitour di Torino, per il look di Laura Pausini, e impegnato nel backstage del musical on ice "Romeo & Juliet", al Palavela.



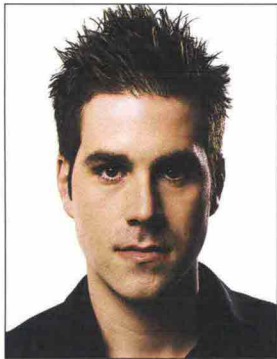
Marco e Laura Pausini, un sodalizio professionale vincente. Sotto, un'immagine dello spettacolo Romeo & Juliet.





## NEWS

“Sono molto felice di avventurarmi in questa nuova sfida - ha dichiarato Tommaso Cuccoli - con carica ed entusiasmo lavorerò insieme alla mia squadra”.



### Cloud Nine Italia

Nel ruolo di Chief International Officer del Gruppo e amministratore delegato Italia, il giovane manager Tommaso Cuccoli è ora alla guida della prima filiale italiana del marchio Cloud Nine, con l'obiettivo di affermare il marchio come brand leader del settore.

### Genova Esiste e... resiste!

Il 7 e l'8 ottobre si è svolta la manifestazione 'Genova Esiste', nata dalla volontà di un gruppo di ragazzi genovesi (il cui punto di ritrovo era proprio un giardinetto di fronte al Ponte Morandi) che ha unito le forze per raccogliere fondi a sostegno di sfollati e soccorritori.



'Genova Esiste' è stato una no-stop di eventi di crowdfunding in cui diversi parrucchieri (giunti da tutta Italia) si sono messi a disposizione per raccogliere fondi.

Proposte per una donna contemporanea, a tratti sexy e ironica.



### People by Alfaparf Milano

'Global Beauty for Connected People': il payoff della collezione Alfaparf Milano che si ispira ad un mondo multietnico, multiculturale e senza confini, in cui ognuno ha la possibilità di far sentire la propria voce e la bellezza è globale. Quattro le tonalità protagoniste: Rose Ultraviolet, Ruby Brown e Biondo.



### Un Baffo per la Vita

Per il quarto anno consecutivo la Fondazione Ricerca Molinette di Torino ha dedicato il mese di novembre alla prevenzione e ricerca sul tumore alla prostata e lancia la campagna Un Baffo per la Ricerca, in collaborazione con CNA e con oltre 30 barbieri torinesi come testimonial.



Tanti appuntamenti dal 1 novembre al 2 dicembre: incontri gratuiti, stand informativi, feste e iniziative solidali per sensibilizzare sul tumore alla prostata.





## NEWS



Bun super texturizzati e onde easy ed ancora acconciature glam rock per la collezione Iconic Looks.

### R+Co Iconic Looks 2018

Tecnologica, sensuale, sportiva, street, futuristica, sofisticata, rock, incantatrice: sono alcuni dei mille volti delle ragazze Millennial Girls, interpretati da Tommaso Incamicia, Global Artist R+Co, insieme al team italiano. Hairlook fuori dagli schemi dedicati alle più ribelli.

### Gli accessori per il colore

Framar è un brand che produce accessori per coloristi di ultima generazione, ora disponibili anche per gli acconciatori italiani grazie ad Adi Srl, distributore di prodotti professionali d'eccezione dal 1994. Framar è riuscito a reinventare oggetti all'apparenza banali, facendoli diventare un vero e proprio cult fra i coloristi.



Pennelli, cartine, ciotole, copri occhiali e salviettine smacchianti monouso, pensati per fare vivere al cliente la migliore esperienza possibile alla postazione colore.



Leleganza della mitologia greca, dalle forme morbide, si fonde con la profondità cromatica di landscape nordeuropei, dando vita ad un armonico chiaro scuro.

### Be Human by Jean Paul Mynè

Jean Paul Mynè presenta Be Human, la collezione che incarna l'eterna volontà di ritrovare l'equilibrio tra la persona ed il personaggio che, ogni giorno, dobbiamo interpretare nel nostro "quotidiano essere umani".



### Sul palco di X Factor

Wella Professionals è stata partner ufficiale dell'edizione 2018 di X Factor, con il gruppo Mitù. Il team Wella, capitanato dai due Wella Hairstylist Directors per X Factor, Alessandro Galetti e Giorgio Parrivecchio, ha accompagnato i ragazzi con styling studiati al meglio per esprimere la personalità di ciascuno.



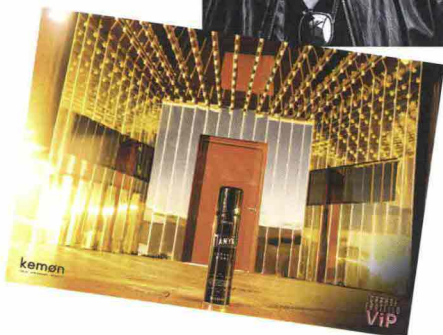
Tre giovani aspiranti cantanti sul palco di X Factor.





## NEWS

Mauro Galzignato ha realizzato live degli interventi focalizzati all'education dei concorrenti nel campo dell'hairstyling.



### Kemon al Grande Fratello Vip

La terza edizione del Grande Fratello Vip - condotto da Ilary Blasi ed Alfonso Signorini - ha visto la collaborazione con Kemon e il suo art director Mauro Galzignato. I 19 concorrenti infatti hanno utilizzato per tutta la durata del programma le linee haircare e styling del brand.

### Il nuovo flagship Toni&Guy

Si è rinnovato lo storico flagship salon Toni&Guy di via Vincenzo Monti a Milano. Home feeling, wellness e bellezza accessibile: i tre valori attorno ai quali ruota la filosofia del salone. Il motto del brand? "Feel Good, Look Good, Do Good".

### Contro i tumori

Già nel 2017, Salvo Meli e Paolo Urban, acconciatori biker, avevano percorso 800 km in bici sulla Via Francigena e quest'anno hanno affrontato il Cammino di Santiago di Compostela. Lo scopo? Raccolgere fondi per dotare l'Unità di Senologia (Breast Unit) dell'Azienda Ospedaliera Universitaria di Novara del sistema "scalp cooling" che riduce la caduta dei capelli nelle donne in chemioterapia.

### No alla violenza

Il gruppo Pettenon Cosmetics SpA e il Gruppo Polis hanno organizzato l'incontro "Esaltiamo la bellezza dei gesti concreti: no alla violenza sulle donne", per sensibilizzare e contribuire in maniera concreta a supportare interessanti progetti dedicati al fenomeno.



Armonia, equilibrio e benessere: le parole fondamentali che racchiudono tutta l'anima di questo cambiamento.



I promotori dell'iniziativa sono: da sinistra Gianni Pegorin, presidente Pettenon Cosmetics Spa, il padre Arturo e Federico Pegorin, CEO dell'azienda.



L'acconciatore biker Salvo Meli, con Confartigianato e Lilt, in campo per eventi charity contro i tumori.



## NEWS



Alcune foto tratte dall'album di famiglia di Franco Colombo.  
Sotto, il patron di Münster & Dikson con Luciana Turina e Gino Cervi.



Franco Colombo verrà per sempre ricordato per aver fondato una delle aziende italiane più conosciute a livello internazionale.

### Ciao Franco

Si è spento improvvisamente all'età di 86 anni Franco Colombo, fondatore nel 1965 di quella che sarebbe diventata una delle aziende del settore coiffure ed estetica più conosciute a livello italiano e internazionale, la Münster&Dikson. "Per parlare di Franco Colombo - per tutti 'Il Ragioniere' - probabilmente non basterebbe un libro, tanti sono gli accadimenti che ne hanno contraddistinto la vita, intensa e coraggiosa allo stesso tempo" ha raccontato ad Estetica il figlio Roberto Colombo. "Degno rappresentante di una 'classe di ferro' che ha iniziato a lavorare poco dopo la guerra, tra mille difficoltà, era un uomo che andava diretto al punto, senza giri di parole, ma allo stesso tempo risultava piacevole e disponibile. Capivi immediatamente che il suo spessore ed il suo carisma erano di un livello non comune, ne venivi 'rapito', perché ogni suo pensiero era un'idea brillante, ogni proposta un'opportunità da cogliere al volo." Nel lontano 1965 Franco diede vita - con la moglie Piera Prandoni - a Münster & Dikson puntando subito sui prodotti tricologici professionali e sulla distribuzione globale. In seguito vennero la minuteria e piccole attrezzature per parrucchiere ed estetica, l'arredamento per i saloni d'acconciatura, le apparecchiature e gli arredi per l'estetica professionale, in un'escalation appassionante, sino a far divenire la company di Cerro Maggiore un vero e proprio leader di riferimento sulle scene

internazionali del settore. I figli, da tempo impegnati in azienda al suo fianco, lo ricordano con grande tenerezza, infinita gratitudine ed immutato rispetto: "Per noi è stato un vero esempio, così come per tutti nella company alle porte di Milano. Un uomo capace di prenderci per mano, nel suo mondo straordinario e di trasformarci in appassionati protagonisti: la sfida forse più delicata, ma vinta dal Ragioniere con la più grande soddisfazione e la gioia di poter contare sull'unità della sua famiglia, sui suoi cari, per coadiuvare l'ascesa verso il successo." Franco Colombo ha segnato un'epoca. E l'ha segnata con altri due protagonisti assoluti della sua famiglia, la sorella Piera e il cognato Pier Giuseppe che furono al fianco di Franco fino agli ultimi giorni della loro vita. E che oggi immaginiamo nuovamente riuniti insieme a ricordare i tanti traguardi raggiunti insieme e ad indirizzare quelli futuri. "Lasciando in eredità - come ha commentato Roby Pissimiglia editore di Estetica e amico della famiglia Colombo - un patrimonio fatto di passione per il proprio lavoro, totale dedizione alla causa, continua ricerca di prodotti e attrezzature che 'possono fare la differenza', lungimiranza imprenditoriale, relazioni vissute sempre 'in prima persona'. Un patrimonio umano che Franco ha coltivato incessantemente e costantemente per oltre cinquant'anni di vita professionale. E sempre con grande concretezza e positività."

