

Coiffure for Agenda 2030



Se ne parla sempre di più, ma soprattutto si comincia ad agire. Gli obiettivi dell'Agenda 2030 chiamano. La coiffure risponde cogliendo opportunità e avviando iniziative. Estetica racconta chi e come. *Daniela Gianbrone*

I temi ambientali e della sostenibilità sono all'ordine del giorno su più fronti. Come le recenti elezioni europee hanno dimostrato, il sentimento verso un pianeta più vivibile dal punto di vista ambientale, sociale e culturale è generalizzato. Ma come può ognuno di noi rispondere a questa call to action senza sentirsi una goccia nel mare? La risposta c'è già ed è contenuta nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Il documento stila 17 Obiettivi orientati allo sviluppo sostenibile declinati in un grande programma d'azione per un totale di 169 traguardi. Grazie a queste finalità, tutti noi possiamo orientare in modo pratico nella vita quotidiana azioni tese a migliorare la vivibilità del nostro pianeta, anche piccole, ma sicuramente importanti.

IN PRATICA: COS'È L'AGENDA 2030?

Il risultato di tre anni di lavori. L'avvio ufficiale per il perseguimento degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile è partito all'inizio del 2016 e continuerà per i 15 anni successivi: i Paesi si sono impegnati infatti a raggiungerli entro il 2030, da cui il nome del documento. L'Agenda 2030 tocca diversi ambiti, tra loro interconnessi, fondamentali per assicurare il benessere dell'umanità e del pianeta: dalla lotta alla fame all'eliminazione delle disuguaglianze, dalla tutela delle risorse naturali allo sviluppo urbano, dall'agricoltura ai modelli di consumo. Gli Obiettivi aiutano a mettere in pratica questo piano, rappresentano mete comuni importanti per lo sviluppo di tutti i Paesi: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico ne sono degli esempi.

GLI OBIETTIVI DELL'AGENDA 2030

OBIETTIVO 1: Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo

OBIETTIVO 2: Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile

OBIETTIVO 3: Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età

OBIETTIVO 4: Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti

OBIETTIVO 5: Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze

OBIETTIVO 6: Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.

OBIETTIVO 7: Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni

OBIETTIVO 8: Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

OBIETTIVO 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile

OBIETTIVO 10: Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni

OBIETTIVO 11: Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili

OBIETTIVO 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

OBIETTIVO 13: Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico

OBIETTIVO 14: Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile

OBIETTIVO 15: Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre

OBIETTIVO 16: Pace, giustizia e istituzioni forti

OBIETTIVO 17: Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile



Tra arredi a basso impatto ambientale e prodotti green, De Filippis Art & Hair Salon dice sì alla bellezza sostenibile.

Design e natura

De Filippis Art & Hair Salon è un salone di Baronissi, in provincia di Salerno, interamente strutturato per esaltare la bellezza sostenibile. Situato all'interno di un suggestivo edificio dell'800 recentemente restaurato, coniuga elementi riciclati, come il vecchio portone riportato all'interno in una nuova veste, ad arredi di design contemporaneo by Excel Arredamenti, da sempre alla ricerca dell'abbattimento dell'impatto ambientale dei propri prodotti. Il salone inoltre utilizza prodotti Davines privi di parabeni, solfati di sodio e formaldeide. "I prodotti da noi utilizzati incoraggiano la clientela a prendersi cura non solo di se stessi ma anche dell'ambiente che li circonda - ha raccontato Angelo De Filippis, titolare del salone - Anche il packaging segue il principio dell'ecosostenibilità, utilizzando meno materia prima possibile e impiegando materiale riciclabile per evitare sprechi."



COME PUÒ CONTRIBUIRE LA COIFFURE?

Il settore dell'acconciatura può partecipare a questo piano di azione internazionale intervenendo su numerosi Obiettivi. Aziende tricologiche e acconciatori, infatti, possono mettere a disposizione la loro professionalità, la loro autorevolezza ma soprattutto la loro passione e impegno per raggiungere più velocemente i risultati. In particolare, gli Obiettivi dell'Agenda che possono maggiormente interessare il comparto dell'acconciatura sono quelli che vanno dal numero 3 all'8, oltre l'11 e il 14 (vedi box dedicato): ovvero quelli che ineriscono a salute e benessere, alla possibilità di apprendimento, all'uguaglianza di genere, alla disponibilità delle risorse idriche ed energetiche, occupazione, insediamenti urbani e conservazione delle risorse naturali. Vediamo come, a partire dalla realtà che tocca tutti più da vicino: il salone.

PARTIAMO DAL SALONE!

Per suggerire quali azioni pratiche possono intraprendere gli acconciatori, Estetica ha intervistato **Paolo Tamborrini**, Professore Associato al DAD - Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino, membro effettivo del Collegio di Design e del Green Team. Insieme a lui capiamo come il salone possa diventare un punto di partenza importante per il cambiamento auspicato dall'Agenda 2030.

"I 17 obiettivi possono realmente essere una guida applicabile a tutti gli ambiti e alle professioni: anche al mondo del beauty e del benessere" dichiara Tamborrini, "Lo si può fare attraverso un'attenzione a tutti gli aspetti del sistema salone: dalla scelta di materiali ed energie pulite e rigenerabili, all'uso di prodotti a base naturale che non inquinino le acque e non vadano a intaccare la salute del cliente. Scegliere e promuovere prodotti con packaging facilmente riciclabili e organizzare all'interno dello spazio di lavoro una buona raccolta differenziata. Ridurre l'uso di plastica delle bottiglie di acqua dotando lo spazio di fontanelle e bicchieri o borracce a disposizione dei dipendenti e dei clienti. L'attenzione all'ambiente e alla persona nei luoghi pubblici ha inoltre un alto valore comunicativo e divulgativo per diffondere a tutti i livelli una cultura della sostenibilità di cui non si può proprio più fare a meno. Credo che, anche dal punto di vista del marketing del salone, l'attenzione a questi temi, purché fatta in modo onesto e trasparente, sia oggi necessaria per gli aspetti di concorrenza e fidelizzazione di vecchi e nuovi clienti".



Paolo Tamborrini,
Professore Associato al DAD -
Dipartimento di Architettura
e Design del Politecnico di
Torino, membro effettivo del Collegio
di Design e del Green Team.

In dettaglio: come un salone può diventare sostenibile?

Suggerisco un elenco di primi interventi:

- Uso di strumenti che consumino meno energia possibile
- Impianti di illuminazione a risparmio energetico
- Uso consapevole di acqua potabile e non inquinamento delle acque reflue
- Ridurre il numero di packaging con contenitori riutilizzabili a dosi maggiori
- Uso di prodotti a Km0 quando possibile.

Queste sono alcune scelte "facili" che possono fin da subito portare vantaggi, ma per dare risposte più precise bisognerebbe indagare il salone attraverso un approccio olistico, che permetta di capire quali sono gli attuali sprechi e dove si può agire in ottica di sostenibilità e di economia circolare, possibilmente con un approccio di design sistemico.

Cosa si intende per design sistemico?

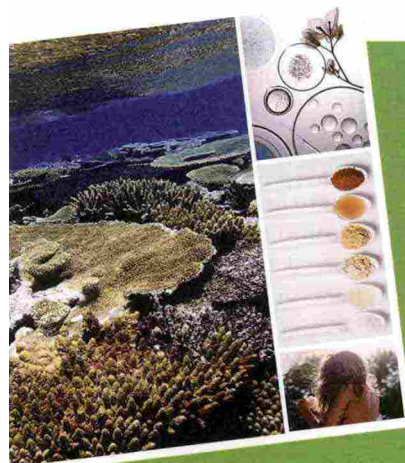
Una progettazione sostenibile e inclusiva che sia in grado di prevedere, per ogni singola parte del ciclo di vita dei prodotti, il contenimento degli scarti e, quando si realizzino, la loro valorizzazione per non produrre rifiuti; esattamente come il ciclo della natura, che trasforma tutto ciò che crea. Si intende anche la progettazione delle relazioni tra le persone, le attività e le risorse di un territorio, al fine di valorizzare la cultura e l'identità locali e produrre sviluppo e benessere collettivo.

Che tipo di investimenti richiede?

È impossibile dare una risposta a questa domanda, anche se capisco sia la questione che interessa di più. Posso solo affermare che oggi sostenibilità economica, sociale e ambientale sono strettamente collegate con vantaggi reciproci più volte verificati. Certamente alcune scelte possono inizialmente avere dei costi, ma sul lungo periodo portano dei vantaggi economici e sociali che altrimenti non avremmo. Se vogliamo agire davvero in ottica di innovazione e sostenibilità dobbiamo avere il coraggio di investire cambiando strumenti, materiali e comportamenti.

Oltre il salone, quali Obiettivi possono perseguire gli acconciatori?

Credo che si possa riflettere sul concetto di benessere espresso nell'Obiettivo 3. Il benessere è da sempre un aspetto alla base di questa professione, ma credo che oggi debba esserne ampliato il significato per includere anche questioni ambientali di sostenibilità. Se ci si occupa del benessere della persona non si può fare a meno di occuparsi del luogo (oltre il salone) in cui la persona vive (cliente o dipendente, fornitore, ecc.). Solo in questo modo si possono ottenere reciproci vantaggi per la persona stessa e per il nostro pianeta. Insomma allargherai alle questioni etiche di cui tutti dobbiamo occuparci maggiormente.



Oceano, mare, terra

Il progetto sostenibilità di Eksperience è articolato (ed è così rilevante per il brand da dedicare al tema il congresso annuale, a pag. 133). Mette in campo azioni per proteggere mare ed oceano, incentiva il risparmio nell'uso dell'acqua - per esempio con il rituale in salone Mampo - riduce la produzione di agenti inquinanti. Meno plastica nei packaging e l'assenza delle microplastiche nelle formule sono obiettivi già in corso. Ma anche la terra va difesa, per questo Eksperience si impegna entro il 2021 ad avere il 90% dei prodotti con materiali sostenibili: pack riciclato o riciclabile che utilizzerà carta FSC, plastica riciclata, Biobased, vetro o alluminio.

Filosofia zero rifiuti

Perfettamente allineato ai principi dell'economia circolare, il brand Oway parte da coltivazioni biodinamiche, biologiche ed equo-solidali per creare trattamenti e rituali agricosmetici di alto livello. Dalle piante officinali coltivate nell'Ortofficina ottiene gran parte delle materie prime che vengono unite a ingredienti naturali e ingredienti attivi e funzionali. Grazie a contenitori in vetro e alluminio, tutti riciclati, riciclabili al 100% o eco-certificati, contribuisce a ridurre l'inquinamento da plastica. Realizza ogni prodotto con il 100% di energia green. E infine, il reparto creativo interno del brand progetta oggetti, materiali e arredi nel rispetto di sostenibilità, durevolezza, essenzialità e riduzione degli sprechi.



105511

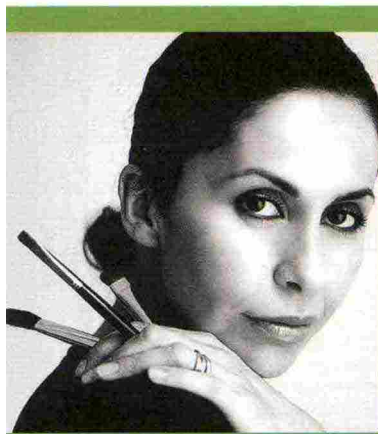


IL CONTRIBUTO DELLE AZIENDE

Nella corsa al raggiungimento degli obiettivi, l'altro grande player del settore coiffure è l'azienda tricologica. Che deve lavorare in team con l'acconciatore per contribuire a diffondere prima di tutto una cultura sostenibile, supportata da pratiche che non si fermano alla realizzazione di prodotti professionali adeguati. Formazione del personale, ciclo di produzione certificato, condotta etica sono solo alcuni degli ambiti in cui le aziende possono muoversi per attuare gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile. Vediamo quali sono le iniziative che stanno portando avanti alcuni brand in Italia.

PROTEGGERE L'AMBIENTE

Gli **Obiettivi 13, 14 e 15** dell'Agenda si focalizzano in particolare sull'ambiente, dal cambiamento climatico alla protezione degli oceani, passando per l'attenzione all'ecosistema terrestre. In questo ambito si collocano le azioni di Davines, Toni&Guy Italia, Nevitaly, Farmagan ed Eksperience. Attraverso A Tree of You, un e-game che consente agli utenti di creare un albero virtuale personalizzato, **Davines** ha fornito uno strumento per piantare una foresta immaginaria, esplorabile su una mappa interattiva aggiornata in tempo reale sul sito. Grazie alla collaborazione con Treedom, i primi 500 alberi virtuali generati da settembre 2018 a oggi sono piantati in Sicilia e a maggio 2019 è stata avviata un'ulteriore piantumazione. Anche **Toni&Guy Italia** quest'anno ha scelto di dar vita a una foresta reale in collaborazione con Treedom. "Questa partnership ci permetterà di dare concretamente il nostro apporto nell'ambito dell'ecosostenibilità ambientale" ha dichiarato Charity Cheah, co-founder del brand in Italia. Grazie all'iniziativa #dogoodbegreen nascerà infatti una foresta composta da centinaia di alberi di cacao in Camerun (tra cui alcuni donati dal brand anche a noi di Estetica! n.d.r.). Sempre con Treedom, anche **Nevitaly** sta contribuendo a piantare alberi da frutto in Camerun e in Kenya con l'obiettivo di portare benefici ambientali a livello globale e migliorare le condizioni di vita delle popolazioni locali. Sul fronte della protezione di mari e oceani si impegna invece **Farmagan**, che collabora con Marevivo, associazione che si batte per la difesa del mare e delle sue risorse organizzando campagne volte a stimolare comportamenti consapevoli ed eco-sostenibili nella cura in particolare delle spiagge, del mare e del suo ecosistema. Proteggere gli oceani ma anche la terra è infine l'obiettivo di **Eksperience**, che ha individuato una serie di azioni da portare avanti nel prossimo futuro (vedi box dedicato).



Sostenibilità in punta di pennello!

Per celebrare il 25° anniversario di attività, la make up artist Fabienne Rea (anche a pag. 16) ha lanciato una collezione di pennelli da trucco professionali cruelty free e realizzati in fibra sintetica brevettata e dermatologicamente testata per evitare ogni tipo di allergia. "Basta con la malvagità perpetrata sugli animali - ha dichiarato Fabienne - La particolarità di questi pennelli è che sono fatti di una fibra sintetica (e non di origine animale!) in grado di lavorare bene non solo con prodotti cremosi e fluidi ma anche con le polveri, garantendo precisione nell'applicazione ed una magnifica esperienza sensoriale."

Fabienne Rea è da più di vent'anni presente sulla scena italiana ed internazionale come make up artist del circuito moda.





Fra i rifiuti più inquinanti, la plastica è uno dei grandi nemici dell'ambiente da combattere attraverso la riduzione e il riciclo.

RISPARMIARE ACQUA

L'acqua è una risorsa in via di estinzione. Per questo l'Obiettivo 6 dell'Agenda 2030 se ne occupa in modo specifico. Il gruppo **Agf88 Holding** ha deciso di impegnarsi non solo nella sostenibilità dei prodotti, del packaging e nella strategia aziendale di gruppo, ma anche in una campagna di sensibilizzazione volta specificamente al risparmio di acqua. "Il nostro impegno oggi è quello di ripensare alle nostre linee di produzione, a come sono fatti i prodotti e a utilizzare meno acqua possibile, se non pensare a un'assenza totale. La campagna A Save Water Ambassador vuole aumentare la consapevolezza di quanta acqua viene utilizzata e di quanta se ne possa risparmiare grazie a un'attività di sensibilizzazione che ipotizza un risparmio di almeno 15 milioni di litri all'anno ogni 1000 professionisti coinvolti, ovvero il corrispettivo di 6 piscine olimpioniche" spiega Elena Barbuzzi, Head of R&D and Innovation di Agf88 Holding. "Il domani riguarda l'attività sfidante per i nostri laboratori nel mettere in campo tecnologie innovative per la realizzazione di prodotti che necessitano di un uso limitato di acqua, se non addirittura nessun uso, e un coinvolgimento sempre maggiore di A Save Water Ambassador per un aumento dell'impatto sul risparmio di acqua annuale".

VALORE E DIGNITÀ DELLE PERSONE

Gli **Obiettivi 4, 5 e 8** dell'Agenda sono centrati particolarmente sulle persone, prima di tutto per garantire l'uguaglianza di genere (5), poi per assicurare un'istruzione di qualità inclusiva e paritaria (4), infine per promuovere una crescita economica che garantisca un lavoro dignitoso a tutti (8). **Elgon**, tramite la collaborazione con COOPI, vuole contribuire proprio a questi obiettivi. Ha infatti rinnovato il suo impegno nel progetto dedicato alla filiera degli anacardi in Sierra Leone, che per i prossimi quattro anni ha non solo l'obiettivo di promuovere questa filiera come coltura generatrice di reddito, ma anche di migliorare la condizione femminile locale: in Sierra Leone infatti il 39% delle donne è analfabeta, con un incremento al 59% nelle zone rurali.

Suor Maria, madre superiora Comunità delle Monache del Cuore Immacolato, al Cosmoprof di Bologna.



Una filiera di amore e benessere

Una cosmetica che unisce la cultura del benessere a quella dell'amore. Parliamo di Amabilis, progetto nato dalla Comunità delle Monache del Cuore Immacolato con l'ausilio di UBN (Universal Beauty Network), pool di partner impegnati a sviluppare progetti responsabili nel mondo beauty. "Lo scopo è quello di offrire prodotti di alta qualità realizzati con piante coltivate all'interno della nostra comunità benedettina - ha raccontato al Cosmoprof di Bologna Suor Maria, madre superiora del convento - Ma soprattutto di sostenere, attraverso la vendita dei prodotti, grandi opere di bene." Rifacendosi all'antica tradizione dell'Hortus simplicium medicamentorum, il giardino dei medicinali semplici, le monache dedicano molta attenzione alla raccolta delle piante, al loro trattamento manuale, al rispetto per ciò che la natura regala all'uomo. Info: www.amabilis.it



Mercato circolare, l'app per aziende e consumatori

"Volevo far vedere a tutti che di imprenditori che hanno a cuore la sostenibilità ce ne sono tanti". Questa la motivazione che ha spinto Nadia Lambiase, insieme a Paolo Piacenza e Alberto Pagliarini, a sviluppare l'app gratuita per smartphone Mercato Circolare. Tramite l'accesso a una mappa, è possibile infatti localizzare prodotti, servizi, negozi e aziende "circolari" sul territorio europeo. L'elenco è in progress, si arricchisce anche grazie al contributo degli utenti che possono suggerire nuovi riferimenti. Una soluzione smart che può interessare anche il settore coiffure.

Go Green!

Coltivazioni bio dinamiche, ingredienti certificati, formule vegan, 0% rifiuti. Hairstyle sostenibile!



Kemon

Actyvio è la prima linea di trattamenti professionali biologica certificata Cosmos Organic, arricchita con fitocomplessi brevettati, contenente ingredienti fino al 97% di origine naturale e fino all'86% biologici certificati, racchiusa in un pack riciclato e riciclabile. La linea si è aggiudicata il premio HPA 2019 by Estetica per la Miglior Miscela di Estratti Vegetali. Nella foto, Acqua Micellare Essenziale, trattamento detossinante per capelli e cuoio capelluto



La Biosthétique

Formulazioni sostenibili per Botanique Pure Nature, certificate e attestate da 4 sigilli: Cosmesi naturale, certificata al 100% - Pure Nature da Icca (che esegue controlli sull'intera azienda prendendo in esame anche le condizioni di lavoro e il rispetto del consumatore); 100% vegan, senza componenti di origine animale e di piante geneticamente modificate; 100% Halal, priva di alcol, elementi di origine animale o chimica; 100% Global Social Responsibility, per la sostenibilità globale. 11 prodotti per tre linee: Gentle, Intense e Balancing.

Elgon Green

Tra le novità 2019 della linea Imagea c'è Pure Resin, un gel a tenuta media "leave-on" dalla texture impalpabile che fissa lo styling in modo durevole. Contiene una resina 100% naturale e olio di marula da agricoltura sostenibile e bio. Come tutti i prodotti della linea, è vegan-friendly, cruelty-free ed utilizza un packaging ecologico che minimizza l'impatto ambientale.



Cotril

Henné è una nuova linea di colorazione che utilizza le proprietà cosmetiche delle piante tintorie e officinali. Quattro polveri di origine vegetale e 100% vegane, declinate in altrettante nuance - Emolliente, Noce Mallo, Rosso Naturale, Rosso Intenso - che possono essere utilizzate in combinazione tra loro per una gamma infinita di riflessi. Ma Henné è anche Ritual, grazie a tre prodotti per la detersione e due Rituality agli oli essenziali da abbinare all'uso delle polveri.



Soco Professional

Principi attivi unici, vegetali e biologici rendono la Maschera Rifibrante Pretiosum di Biomed Hairtherapy un elisir. Sui capelli trattati chimicamente, sfibrati e aridi, svolge un'importante azione di ricostruzione grazie alla presenza dell'acqua costituzionale biologica di arancio e della cheratina idrolizzata, in sinergia con la vitamina E che garantisce un'azione antiossidante. L'aloe vera e Folio di argan biologico idratano e nutrono in profondità.

Marcapar

Recette è la gamma di detersione per capelli e corpo per chi vuole prodotti eco-responsabili. Per ogni cliente una ricetta personalizzata mixando i vari ingredienti: 4 basi lavanti, 4 idrolati e 3 complessi a base di oli vegetali e oli essenziali. A base di ingredienti naturali - come l'elicriso, il rosmarino e la lavanda - la linea prevede il riuso dei flaconi per lo shampoo.



Oway

La prima colorazione agricosmetica con oltre il 35% di macerato di salvia biodinamica e biologica, che dispiega in Agricolor tutto il suo benefico potere lucidante, antiossidante e lenitivo. Colore biodegradabile fino al 97%, attivatori biodegradabili al 99,8%, formule sostenibili, pack 99% plastic free, tubi in alluminio 100% riciclabili, astucci e cartella colore in carta Tree Free.



EveryGreen

Nel pieno rispetto della filosofia di sostenibilità ambientale del brand, EveryGreen Styling utilizza uno speciale ed innovativo fissativo di origine naturale derivato dal mais, che assicura una tenuta eccellente a lunga durata (comprovata da test comparativi) e una specifica azione anti-frizz e anti-umidità.

Alter Ego Italy

Urban Proof Shampoo Cleanse & Detox, è uno shampoo detossinante anti-smog al carbone di bamboo 100% naturale che agisce come un 'magnete', intrappolando e assorbendo impurità e agenti inquinanti. Naturalità (95%) e biodegradabilità (86%) per una formula priva di solfati, parabeni, siliconi, coloranti artificiali e alcol. Si risciacqua velocemente (ridotto consumo d'acqua).



L'Oréal Professionnel

Botanèa è una colorazione vegetale concepita in maniera ecologica che utilizza solo acqua e le polveri vegetali di tre piante raccolte in India: indigo, cassia ed henna, rigorosamente selezionate dalla Ricerca L'Oréal in base alla prestazione in termini di colore e approvvigionamento responsabile. Le polveri si presentano in cubi di plastica ricaricabili e vengono consegnate ai parrucchieri in sacchetti ermetici con un tenore di carta certificata FSC.



Maxima

Solar Superfood è la risposta 100% vegana di Nook alle necessità di tutta la famiglia, sviluppata con oltre il 90% di ingredienti di origine naturale, per proteggere, idratare e restituire benessere ai capelli e alla pelle sottoposti a sole, cloro, salsedine e inquinamento. Cinque prodotti ultra-delicati, formulati con uno speciale complesso di estratti vegetali provenienti da agricoltura biologica certificata.



Parlux

Ecco un classico best seller Parlux in versione rivisitata. Parlux 3200 PLUS* combina una potenza ideale di 1.900 Watt ad un nuovo concetto di aspirazione, garantendo maggiore silenziosità ed un'asciugatura più potente e veloce. Realizzata con materiali e accorgimenti eco-friendly (materiali plastici e carta riciclata - energy saving).

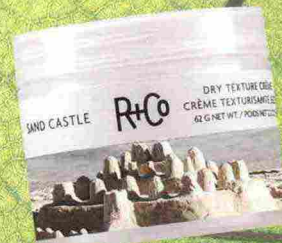
Echosline

Linea Karbon 9 composta da tre trattamenti formulati con carbone attivo al 100% biologico vegetale per rigenerare i capelli stressati da fattori aggressivi esterni e indeboliti da trattamenti chimici tradizionali. Prodotto di punta, Charcoal Mask, maschera districante e rigenerante grazie ad una componente di naturalità del 99%, senza solfati, senza siliconi, senza parabeni e 100% vegan.



Farmagan

Bioactive Naturalis Botanic Color è una colorazione totalmente naturale - otto erbe tintorie con oltre il 92% di ingredienti naturali all'interno - in grado di garantire un risultato professionale in soli 40 minuti. Senza ammoniaca, senza monoetanolamina, senza PPD o altri agenti chimici, garantisce infinite gradazioni di colore nel pieno rispetto del benessere dei capelli.



R+Co

Sand Castle Dry Texture Creme ha una formulazione "cream to powder", perfetta per ricreare una texture da spiaggia anche in città. È 100% vegano, gluten free e cruelty free. Gli ingredienti chiave: argilla vulcanica marocchina, che assorbe il sebo in eccesso lasciando la cute purificata e i capelli corporizzati; vitamina E, per idratare in profondità; estratto di Shikakai, purificante e rinviogente.



Redken

Nature + Science è la nuova proposta haircare di Redken di derivazione naturale. Tutte le formule delle tre gamme - All Soft (nella foto), Extreme e Color Extend - sono vegane, senza ingredienti o derivati di origine animale, arricchite con ingredienti di origine naturale e senza siliconi per un tocco naturale. Il packaging è realizzato con plastica riciclata post-consumo.

Pack 100% riciclato e riciclabile per un salone a basso impatto



INNOVARE E PRODURRE IN MODO EQUO E SOSTENIBILE

Costruire un'infrastruttura resiliente, promuovere l'innovazione e una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile è l'**Obiettivo 9** dell'Agenda 2030. Alcuni brand italiani stanno operando modifiche profonde a tutti i livelli della loro realtà aziendale per perseguire anche questo goal. Interessante, per esempio, il caso di **Oway**, che si inserisce in un contesto di economia circolare a più livelli (vedi box di approfondimento).

La Biosthétique, invece, ha ottenuto numerose certificazioni tramite l'Environmental and Ethical Certification Institute, che in Europa si impegna a favore del rispetto di standard collettivi e comuni a tutti i Paesi in materia di cosmesi naturale. L'azienda è stata sottoposta a controlli che hanno preso in esame le condizioni di lavoro e il rispetto degli interessi del consumatore finale. L'analisi ha portato alle certificazioni 100% Vegan, 100% Halal (che certifica la cosmesi per i consumatori musulmani) e 100% Global Social Responsibility. Di lunga tradizione green, **Kemon** ha fatto del rispetto per l'ambiente e la sostenibilità la propria cifra stilistica. Non a caso, nell'ultima edizione dell'Hair Products Award, Actyva Nuova Fibra ha vinto il Premio della giuria per la Formulazione Chimica. Come spiega Francesca Nocentini, "l'attenzione al green l'abbiamo sempre avuta: alla qualità dei prodotti, all'essere umano, al cliente finale, all'ambiente. Noi aderiamo già da tempo in forma volontaria al protocollo di Kyoto, ora gli Obiettivi dell'Agenda 2030 rappresentano un'occasione per creare uno standard di misurazione che possiamo condividere. Dal 2017 perseguiamo gli Obiettivi 3, 5, 8, 12, 14, 15, 16, ma quest'anno sarà il primo in cui pubblicheremo un report di sostenibilità con i risultati che abbiamo ottenuto seguendo le linee guida dell'Onu". Anche il **Gruppo L'Oréal** ha stilato ufficialmente il suo impegno per la sostenibilità con il documento *Sharing Beauty with All*. Un elenco di obiettivi da raggiungere entro il 2020, suddivisi in quattro campi di azione. Innovare: entro quella data il 100% dei prodotti del gruppo avrà benefici ambientali o sociali. Produrre: per il 2020 il brand si impegna a ridurre l'impronta ambientale del 60% rispetto ai livelli di riferimento del 2005 e avvicinerà alla bellezza un miliardo di nuovi consumatori. Vivere: ogni consumatore L'Oréal avrà la possibilità di operare scelte di acquisto sostenibili. Sviluppare: un ambito trasversale che si occuperà di migliorare le condizioni di vita di collaboratori, fornitori e membri della comunità L'Oréal. Un progetto ad ampio raggio, quello del Gruppo, che offre una prospettiva cui ispirarsi anche nei piccoli dettagli del quotidiano.

Promuovere una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile deve essere fra i traguardi delle aziende nel prossimo futuro, per rendere più vivibile il pianeta.



Attrezzature eco-friendly

Parlux ha sviluppato un nuovo orientamento per la produzione di apparecchi a basso impatto ambientale e a tutela dell'ambiente. Prodotti ecologici - contrassegnati dal logo "Eco-Friendly Parlux product" - che conservano le qualità tecniche, qualitative e competitive Parlux e sono realizzati con materiali eco-compatibili: plastica riciclabile, vernici atossiche e prive di elementi nocivi. Confezioni, stampi e documentazione tecnica dei prodotti sono su carta riciclata e biodegradabile al 100%.

Prodotti realizzati con energie rinnovabili e processi sostenibili



Jean Paul Mynè
 Ocrys, l'haircare vegan e green di Jean Paul Mynè, presenta Deha Eco, una linea di detersione e idratazione dedicata a tutta la famiglia ed "eco" per eccellenza: non solo per le sue formulazioni ma anche per il suo basso impatto ambientale nell'utilizzo. Qui, Deha Co-Wash: conditioner lavante per una detersione quotidiana senza l'uso dello shampoo tradizionale.



Nevitaly
 Nella linea Sustainable, uno shampoo delicato con estratto di amaranto bio che rinforza e dona luminosità ai capelli colorati. La linea è ispirata all'ambiente: materie prime certificate, fornitori italiani ed affidabili, packaging riciclabile, flaconi e vasi composti da plastica recuperata all'interno del processo produttivo.



Inebrya
 Presenta in anteprima Sakura, una gamma essenziale di prodotti trattanti ad azione rigenerante idratante che si ispira al Giappone e fa dell'estratto di fiore di ciliegio il principio attivo base. Tre prodotti (shampoo, maschera e olio) dal packaging minimale e trasparente in PET, con una ridotta quantità di plastica. Delle formule 100% vegan, sviluppate con ingredienti naturali e con tecnologie innovative volte ad un uso ridotto di acqua.



Nika Hair Beauty Excellence
 Grace è l'innovativo sistema di colorazione permanente professionale, frutto della ricerca dei laboratori Nika, totalmente privo di ammoniaca, PPD e resorcina. Contiene ingredienti naturali come olio di avocado, estratto di mirtillo e proteine delle noci pecan che aiutano a ottenere capelli belli, lucenti e in salute, e una cute perfettamente protetta.



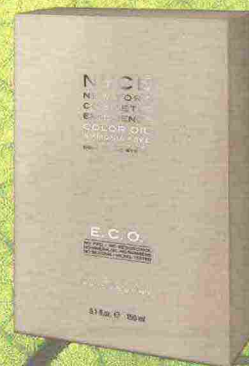
Davines
 Solu//Sea Salt Scrub Cleanser è una pasta di detersione profonda dall'alto potere purificante che aiuta a rimuovere le impurità. Presenta le stesse caratteristiche sostenibili della linea Essential Haircare: packaging carbon neutral in plastica bio-based, formulazione rapidamente biodegradabile con alte percentuali di ingredienti di origine naturale. Contiene inoltre un sale marino proveniente da Presidio Slow Food a tutela della biodiversità.



Aveda
 Cherry Almond Softening Leave-In Conditioner è senza siliconi, al 99% di derivazione naturale, vegano e cruelty free. È formulato con estratto di fiori di ciliegio, olio di mandorle dolci e olio di moringa per un'extra boost di morbidezza e un aroma floreale e dolce nei capelli. Il flacone è composto al 100% da plastica riciclata post consumo.



Vitality's
 Dalla natura incontaminata delle Alpi e dai laboratori Vitality's nasce Epura, una nuova linea haircare a base di estratti certificati, arricchita con ingredienti provenienti dal territorio e da terreni selezionati. La rigorosa formulazione è priva di: siliconi, parabeni, solfati, PPG, coloranti, sls e sles e ftalati. Qui, Nourishing Mask, maschera nutriente, districante, idratante.



Nyce
 Color Oil E.C.O. è una colorazione trattante, ad ossidazione permanente, in olio e senza ammoniaca, ppd, resorcina. Formulata con attivi naturali certificati da agricoltura biologica, non rinuncia all'efficienza di una tecnologia all'avanguardia. Profumazione allergen-free, punta sulla preparazione del colore a vista e sulla personalizzazione: 65 nuance per mix infiniti di colore.

100 speciale

NEWS

Un'iniziativa dedicata alle donne malate di tumore che si sta estendendo sempre più in tutta Italia.



La Forza e il sorriso

Parte anche al Fatebenefratelli-Isola Tiberina di Roma il servizio gratuito di laboratori di bellezza per donne in trattamento oncologico, promosso da "La forza e il sorriso Onlus". Una nuova e fondamentale tappa a favore dell'universo femminile colpito da tumore, presente ormai in oltre 55 strutture in Italia.

Matrix a Milano

Per il secondo anno consecutivo Matrix è stata partner ufficiale del Pride di Milano, con la linea di trattamenti e styling per capelli Total Results. Il connubio con Milano Pride nasce dalla condivisione di valori come l'inclusività, la libertà e l'uguaglianza.



Durante la Pride Week un team di hairstylist Matrix ha offerto servizi di blow-dry e piega express realizzati con i prodotti di styling Total Results.



In onda su Rai Premium, Luca Piattelli guida alla scoperta dei tagli e degli hairlook per l'estate.

People e Luca Piattelli

Luca Piattelli, titolare insieme alla moglie Katia Carmignani di un rinomato salone di bellezza in Toscana, è il protagonista delle prime 4 puntate di People, il settimanale di approfondimento Rai ideato per scoprire curiosità, tendenze e novità legate al mondo della moda e della bellezza.

Cosmoprof India

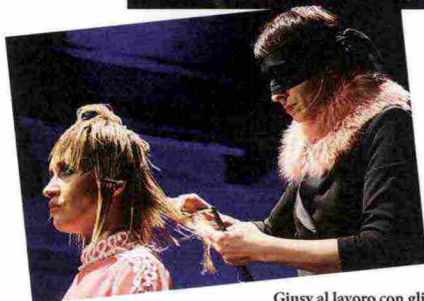
Si è svolta al Bombay Exhibition Center, Cosmoprof India Mumbai 2019, punto di osservazione privilegiato dell'industria cosmetica del futuro in India. 232 aziende da 23 Paesi, (24 aziende per l'Italia di cui 19 associate a Cosmetica Italia), per un mercato, il sesto a livello mondiale, che ha visto proprio l'export italiano crescere del 23% verso questo Paese.



Durante la manifestazione si è svolto Cosmoprof India Awards che ha visto i prodotti finalisti selezionati da una giuria di esperti tra cui Roberto Pissimiglia, editore di EsteticaNetwork.



NEWS



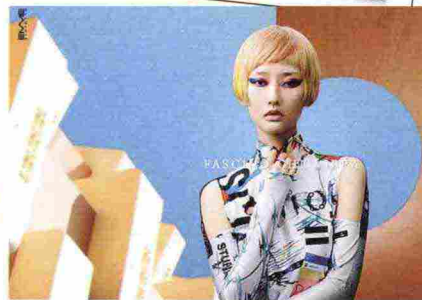
Giusy al lavoro con gli occhi bendati per uno show davvero spettacolare.

A occhi bendati

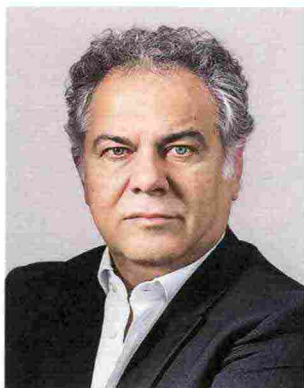
Durante lo show della collezione Kultò Hair Academy, Giusy D'Onghia, leader del gruppo, si è fatta bendare e in dieci minuti ha eseguito un taglio perfettamente scalato. Una spettacolarizzazione del servizio finalizzata a diffondere quell'idea di "metodo" che permette ad ogni professionista di non avere limiti. Di operare sempre nella massima competenza, anche a occhi chiusi!

Nuovo sito

Un nuovo sito tutto da scoprire: completamente rinnovato (disponibile in italiano, francese e inglese) punta su immagini hairfashion di alto livello e su una navigazione facile e intuitiva. Bastano pochi click per scoprire il mondo dei prodotti, dell'education e lo shop di Emmediciotto, ma anche una sezione Journal con tutte le news glamour.



Elegante e raffinato il nuovo sito Emmediciotto è uno strumento in più per hairstylist e consumer che amano essere informati sul mondo hair a 360°.



Roberto Lazzaro guiderà la formazione di un brand giovane ma già ampiamente affermato e riconosciuto.

Education Manager Nika

Roberto Lazzaro è entrato a far parte del team Nika come Education Manager. Guiderà i progetti di formazione Nika con l'obiettivo di evidenziare la forza dei servizi del brand, per esaltare il senso di appartenenza del brand toscano.

Formazione per detenuti

La Casa Circondariale di Lucca e Studio Creativa lancia - in collaborazione con Cencos srl e Linea L. di Lamberto Abate - il progetto "Che Barba!"; un percorso di formazione che offre ai detenuti la possibilità di imparare il mestiere del barber.



Il progetto offre la possibilità di imparare un nuovo mestiere per i detenuti toscani.

NEWS

Gli hairstyle sono stati curati dal Team Artistico Toni&Guy Italia. Photo: Carmelo Poidomani



Toni&Guy a Pitti Uomo

Il team artistico Toni&Guy Italia, diretto da Ryan David Concannon, ha realizzato gli hairstyle dello show di Marco De Vincenzo che si è tenuto a Firenze in occasione del Pitti Uomo. Parole-chiave "semplicità" e "naturalità": look easy ma con un effetto di magia.

Aveda e Stella McCartney

Anche quest'anno Aveda è stata hair partner della famosa stilista Stella McCartney per la sfilata Collezione Primavera 2020 Donna & Uomo a Milano. Gli hairlook sono stati realizzati da Antoinette Beenders, Aveda Creative Creator e dal suo team.



Immagini dal backstage delle sfilate di Stella McCartney.



Cotril e Virginio

Connubio beauty e musica fra Cotril e Virginio, una liaison che ha visto il brand di hairbeauty contribuire alle realizzazione del video "Cuba Libre" dell'artista, occupandosi anche dello styling hair & make up di Virginio stesso e degli altri protagonisti.



Cotril ha partecipato al video del terzo singolo estratto dal nuovo progetto di Virginio, ispirato al recente viaggio del cantante a L'Avana.



Alessandro Galletti

La capacità di coniugare bellezza, personalità e tendenza: Alessandro Galletti è Lead Trainer Franchise di Wella Professionals. Perché sa come ricreare in ogni hairlook quell'effetto speciale, entrando in empatia con le persone e mettendo a disposizione la sua grandissima abilità, pronto ad accogliere fra le sue mani le chiome di artisti e vip.

Alessandro Galletti, 42 anni, hairstylist mantovano, sa coniugare nel modo migliore estro, creatività e velocità di esecuzione.



NEWS



L'azienda Cotril smentisce la cessione e dichiara utili in crescita per il 2019.



Novità Cotril

Dopo aver ufficializzato, al Festival di Cannes, la nuova collaborazione con l'attrice Catrinel Marlon, il Ceo di Cotril, Marco Artesani, smentisce con un comunicato stampa le voci su una possibile cessione del brand. Non solo, ma sottolinea che, nel primo trimestre 2019, Cotril ha registrato un'organica crescita di fatturato e margini.

Welcome Estetica Nordic!

Il Nordic Hair Awards and Expo di Copenhagen ha visto il lancio di una nuova edizione internazionale di Estetica (la 22ª!): Estetica Nordic! Nata in collaborazione con Hair Magazine, la rivista verrà distribuita in oltre 40.000 saloni di 5 Paesi: Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia e Islanda.



Si stima che ogni numero di Estetica Nordic sarà letto da oltre 3 milioni di persone.



Per info sui corsi e sugli eventi legati al brand: www.adieducation.it.



Olaplex Official Education

Nasce Olaplex Campus, l'Accademia italiana ufficiale del marchio Olaplex. Si tratta un modulo di apprendimento sulle tecniche più avanzate di colore e decolorazione. L'Accademia ADI Studio C8 a Milano ospita il programma di formazione, proponendo corsi e interessanti eventi.

Orea Malià e RI#BELLE

Orea Malià ha presentato RI#BELLE, un libro fotografico e un'installazione che abbraccia la storica Piazza Coperta della Biblioteca Sala Borsa di Bologna. Un racconto visivo sulla bellezza realizzato in collaborazione con le donne detenute nella sezione della Casa Circondariale Rocco D'Amato di Bologna.



Un altro evento Orea Malià dedicato alla città di Bologna, alla bellezza e alle donne.