

## I numeri



Numeri in crescita per Cosmoprof Worldwide Bologna 2019: oltre 265.000 operatori dell'industria cosmetica, 3.033 le aziende provenienti da oltre 70 Paesi, e un aumento di visitatori dall'estero del 10%. Le tendenze del mercato? Una maggior attenzione alla sostenibilità, al risparmio energetico e al corretto utilizzo delle risorse ambientali.

Edizione 2020: 12/15 marzo Cosmopack in *Perfumery*; 13/16 marzo *Hair & Nail & Beauty Salon*.

## Barbers



Il campionato mondiale dei barbieri organizzato da Sen Martin, Barber Mind, Bottega della Barba e Cosmoprof Worldwide Bologna ha registrato anche per questa edizione una grande affluenza. Obiettivo dell'evento? Unire la categoria e stimolare il confronto. "In questo momento di crescita del settore - ha dichiarato Pier Luigi Favia, fondatore della Sen Martin - avevamo bisogno di un evento che mettesse in risalto la categoria."

## Cosmoprof Worldwide Bologna 2019. Un viaggio nel futuro tra sostenibilità ed economia circolare.

## Cosmopack



Innovazione, ricerca e sostenibilità sono stati i temi chiave anche di Cosmopack, caratterizzato da nuove aree, nuove iniziative e soluzioni industriali in grado di ridurre l'impatto ambientale dell'industria cosmetica. La settima edizione di Cosmopack Factory ha realizzato live No.Co - No Compromise, uno shampoo non chimico, con una formula di derivazione naturale biodegradabile e un packaging interamente costituito da polimeri riciclati, sposando il concetto di economia circolare.

## Inaugurazione



Ad inaugurare la 52<sup>a</sup> edizione di Cosmoprof è stato Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, che ha voluto mettere l'accento sui progressi dell'evento: "Cosmoprof raggiunge ormai tutto il mondo con manifestazioni in ogni continente. Dopo lo sviluppo in Europa grazie all'acquisizione di Health & Beauty, siamo ora pronti per allargare le frontiere con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di ICE e di Cosmetica Italia."

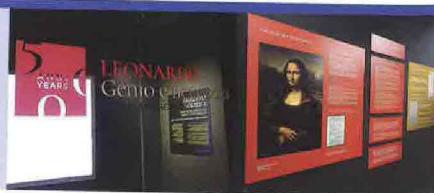
## Award



Anche quest'anno Cosmoprof Awards e Cosmopack Awards hanno premiato i prodotti, le formulazioni, il packaging e il design dell'industria beauty. Tra i vincitori, due i prodotti hair: il giapponese The Shampoo by Bulk Homme Co.,Ltd., vincitore nella categoria Hair Product, e la linea Actyvabio di Kemon, che si è aggiudicata la categoria Natural & Organic.

## Leonardo Genio e Bellezza

Grande successo a Bologna per la mostra "Leonardo Genio e Bellezza", voluta da Cosmetica Italia, Accademia del Profumo e Cosmoprof per celebrare i cinquecento anni dalla scomparsa di Leonardo da Vinci. Un'iniziativa che ha messo in evidenza le innovazioni di Leonardo in ambito cosmetico e che sarà ripetuta a Venezia presso il Museo di Palazzo Mocenigo-Centro studi del Tessuto, del Costume e del Profumo (3 maggio/20 settembre), e a Milano presso la Casa degli Atellani (28/29 settembre).

**116** events

speciale COSMOPROF

## La parola a... Renato Ancorotti

In occasione di Cosmoprof Worldwide Bologna 2019 Cosmetica Italia è restata al fianco di BolognaFiere nel rappresentare un settore fiorente per l'economia nazionale e mondiale. Presente con una lounge presso il Centro Servizi, l'associazione ha proposto un calendario ricco e articolato: approfondimenti sui trend di mercato, convegni, seminari ed eventi a supporto delle diverse realtà del settore beauty. Estetica ha incontrato Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia.

### Un commento sul Cosmoprof...

Il Cosmoprof si conferma l'appuntamento di grande interesse per le nostre imprese perché è la fiera più importante al mondo con una visitazione incredibile e una presenza di stranieri del 90%.

Appuntamento chiave anche per evidenziare la competitività del sistema cosmetico italiano, un comparto che fattura 11,2 miliardi di euro e ha un saldo positivo sulla bilancia dei pagamenti di un miliardo e 600 milioni. Si parla molto di cibo e moda e poco di cosmesi eppure esportiamo più di quello che importiamo: con quasi 1,8 miliardi di euro siamo un'eccellenza, anche se un po' nascosta...

### Un'eccellenza sottovalutata?

Sottovalutata perché c'è l'idea che la cosmesi non sia così necessaria ma se ci pensiamo, già nella beauty routine del mattino utilizziamo moltissimi prodotti cosmetici: shampoo, bagnoschiuma, dentifricio, deodorante. E poi c'è il make-up, utile per rafforzare l'autostima: una donna che si trucca si sente meglio.

appare più bella, può cambiare anche personalità. È chiaro quindi che è un discorso non solo utile ma necessario, ecco perché vorremmo che la reputazione del nostro settore fosse più evoluta e più compresa soprattutto da parte delle istituzioni.

Siamo un'industria che produce occupazione stabile e in crescita: lo scorso anno abbiamo fatto un +2%, quest'anno il settore farà + 2,6%, direi che è un'eccellenza straordinaria.

**E l'Italia però, per quanto riguarda le agevolazioni alle imprese, non è allineata al resto dell'Europa?**  
Bisogna fare più Europa. Come associazione siamo in contatto con le altre associazioni del mondo perché oggi bisogna pensare in modo più globale. Ciò di cui abbiamo bisogno non è tanto un aiuto ma di una riconoscenza da parte degli stakeholder. In Europa ci stiamo, ma dobbiamo rafforzare l'immagine.

**Un obiettivo di Cosmetica Italia?**  
Nella nuova visione oggi c'è la cosmesi e la sua filiera, che vale più di 15 miliardi. Quindi, agli 11 miliardi che abbiamo già nel settore, contiamo di allargare l'associazione a fillers - coloro che fanno confezionamento, materie prime, macchinari - e soprattutto al packaging che deve lavorare non per la cosmesi ma nella cosmesi. Una azienda che fa plastica deve trasformarsi in un'azienda che fa plastica cosmetica! Abbiamo bisogno di più certezze dal punto di vista primitivo, abbiamo bisogno di fare più ricerca e più sostenibilità.

**Sostenibilità è anche il tema Cosmoprof di quest'anno...**  
Sì, nella Factory abbiamo visto realizzare uno shampoo biodegradabile contenuto in una bottiglia di Pet derivante da bottiglie riciclate. Un discorso non semplice ma che le aziende cosmetiche stanno portando avanti ormai da anni.



**Quanto è importante il Cosmopack?**  
Cosmopack è la punta di diamante del made in Italy cosmetico, nel senso che tutto qui parla italiano: materie prime, produzione, pack, macchinari, ricerca e sviluppo. Inoltre Cosmopack testa, rifinisce e rende appetibili prodotti che italiani non sono ma che acquistano la tipica allure italiana. È una delle aree più importanti del Cosmoprof e si sta sviluppando sempre di più.

**Come si concilia il ruolo di presidente di Cosmetica Italia con quello della Ancorotti Cosmetics?**

Si dice che quando uno vuole la bicicletta poi deve pedalare. Io sto pedalando molto velocemente e spero di ottenere grandi risultati per la nostra associazione. Per quanto riguarda la Ancorotti Cosmetics, sta andando molto bene. Lo scorso anno abbiamo chiuso con 101 milioni di euro e quest'anno contiamo di fare un ulteriore +10%.

**Tre concept per Cosmetica Italia?**  
Molto organizzata, grande voglia di fare e proiettata verso il futuro.

**E lei come si definisce?**  
Una definizione che mi appartiene, e che spesso mi viene riferita, è che sono rimasto me stesso. E questo mi fa piacere, a volte c'è chi nel veder crescere il proprio fatturato e il proprio ruolo si sposta in alto di personalità, ma sono convinto che un po' di umiltà non guasta mai.



A sinistra, Roberto Pissiniglia, editore EsteticaNetwork, con Renato Ancorotti, presidente Cosmetica Italia, a Cosmoprof Worldwide Bologna.

## Passeggiando tra gli stand, tra nuove colorazioni, arredi made in Italy, attrezzature ergonomiche

### Maletti



Nuova frontiera del benessere allo stand Maletti con il lancio di una vera e propria Spa per capelli: Eden Plus. A presentarla alla stampa presente in fiera, Danilo Maletti, presidente del gruppo, e la professoressa Bianca Maria Piraccini del dipartimento di medicina sperimentale e diagnostica dell'università di Bologna che ha collaborato al progetto Eden Plus. Tra le altre novità Sarah, la nuova collezione di arredamento firmata dalla Maison Sarah Lavoine.

### Müster & Dikson



L'azienda ha accolto i visitatori in un grande stand nell'area esterna del padiglione 32C e in altri due stand del padiglione 30. Tra le novità, la nuova linea arredo Lignum Line by Müster in stile industrial chic; la linea di shampoo e maschere SM by Dikson, la linea di styling HS Milano e l'ampliamento di gamma di EveryGreen, sempre nel rispetto della sostenibilità ambientale.

### Nyce



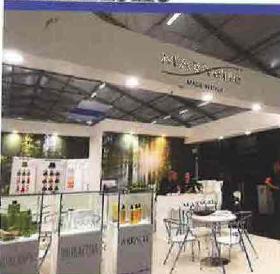
Un viaggio attraverso una New York rinnovata allo stand Nyce. La nuova #2 Tribute Collection – Design Mood ha ripercorso le grandi avenue della città attraverso look iconici, unici, contaminati dalle tendenze più elaborate di colore, forme e design. Tra le novità più apprezzate in fiera, Color Oil E.C.O., nuova colorazione dall'anima green.

### Excel

Excel ha lanciato la nuova linea "Belle Collection", ideata dall'interior designer Charlotte Biltgen. "Insieme ad Aldo Belkouar, ho voluto creare una collezione dal design semplice e dalle forme pulite, per uno stile raffinato e senza tempo" - ha raccontato la designer. "L'idea era creare una collezione che potesse essere componibile, versatile e quindi adatta a saloni di ogni dimensione."



### MAXXelle



Grandi novità in tema di decolorazione e colorazione dei capelli allo stand MAXXelle. Accanto alle già conosciute linee di prodotti tricologici, quest'anno il brand ha dedicato particolare attenzione alla nuova linea di decoloranti in burro Eye\_Candy. Non solo, Eye\_Candy Pigmented Bleaching Butter è stato selezionato tra oltre 600 candidati, come finalista ai Cosmoprof Awards 2019, categoria Hair Product.

### Nika



Tante le novità presentate dal brand. Dai Liquid Pigments ai decoloranti fino a Grace, linea di colorazione senza ammoniaca. E poi un premio: all'HPA 2019, Fairy Silk Premium si è aggiudicato il titolo di Miglior Trattamento Lisciante. "Tanti i lisciamenti sul mercato ma non tutti così performanti" - ha commentato Eduard Nika, Co-founders Ibecosmetica - Per idratazione ed elasticità, Nika è al top".

118 events

speciale COSMOPROF

## Labor Pro



Tecnologia, funzionalità, design. Anche quest'anno il gruppo Labor Pro ha portato in fiera attrezzature e accessori all'avanguardia: spazzole, piastre, styler e diffusori a marchio Upgrade o Gettin'fluo studiati per i professionisti dell'hairstyling.

## BaByLissPro



Passione, innovazione ed eccellenza con le attrezzature professionali BaBylissPro. Piastre, asciugacapelli, ferri arriccianti, rasoi, spazzole professionali: ogni strumento è progettato per dare al lavoro in salone il massimo in potenza, ergonomia e design.

## Elgon



Parola d'ordine: unicità. Il cuore dello stand ha dato spazio alla consulenza e migliaia sono stati i visitatori che si sono fatti creare da un professionista Elgon un prodotto haircare o haircolor unico e su misura. Tra le novità, Blonde Ambition e la linea Elgon Man Beardcare.

## Gamma & Bross



Innovazione e design sono da sempre i plus di Gamma & Bross. E lo dimostrano le tante novità presentate al Cosmoprof: i lavaggi Morphowash Basic e Mambowash Shiatsu Black, con massaggio ad aria e poggiapiedi elettrico; la poltrona Fifties Full Color Base Parrot; Madison, posti lavoro disponibili in diverse varianti; Aida Reclinabile by Marcel Wanders; le poltrone lavatesta multipostazione Beauty Flower Sofa by Aldo Coppola.

## Sens.us Hairlovers

Uno stand 4.0: un'idea di salone innovativa, tecnologica e di design che agevola il metodo lavorativo. Questo il messaggio lanciato da Sens.us Hairlovers al Cosmoprof. "Abbiamo presentato anche una macchina che eroga shampoo e condizionanti in maniera equa - ha dichiarato Stefano Tricca, Ceo G&P Cosmetics - per un salone 4.0 che pensa ecosostenibile". Tra le novità, Direct Fluo, il trattamento di colorazione per capelli al neon che ha sorpreso il pubblico con un momento cocktail a tema.



## Tecnoelettra

La grande novità portata in fiera da Tecnoelettra si chiama Alys Style Pro, un phon ergonomico dotato di motore 100% made in Italy a risparmio energetico ed eco-friendly. Con una potenza pari a 2100 Watt, riassume molti anni di innovazione tecnologica ed è particolarmente apprezzato dai parrucchieri grazie alle ridotte dimensioni, il peso contenuto, il design contemporaneo.



## Vezzosi



Un armonioso intreccio di modernità e tradizione, ergonomia e design allo stand Vezzosi. Come sempre il brand ha messo al centro dell'attenzione le esigenze del cliente con l'obiettivo di trasformare l'arredo in un vero e proprio oggetto di design. Tante le novità presentate, ma grande successo in fiera per lo specchio Cleopatra che ha conquistato il pubblico grazie alla sua allure made in Italy.

## HSA Cosmetics



Caratterizzato da un anno di cambiamenti e internazionalizzazione, il brand ha portato in fiera numerose novità, sia in campo private label che house brand haircare e skincare. Dal nuovo decolorante tonalizzante 9 toni alla nuova immagine di Nouvelle, fino ad arrivare a Eslabondexx con la linea Clean Care dall'innovativa Eco-Protect Technology.

## Helen Seward

Il brand ha festeggiato i suoi 50 anni con un brindisi speciale e uno stand dal design completamente nuovo che ha messo in risalto le tante novità: BBC Color Beauty, colorazione tono su tono senza ammoniaca; BBC Color Pigma, gamma di nuance pigmentate che spalancano le porte a un mondo di colore; l'esclusiva Goddess Collection, con le sue proposte ispirate alle immortali dee dell'Asgard.



## Inebriva



Il brand ha festeggiato i suoi 20 anni di attività attraverso due momenti dou: la cena celebrativa con i top-clienti e la dimostrazione della maestra dell'arte ikebana Sachiko Yamaguchi, che attraverso composizioni floreali ha svelato in anteprima la nuova linea di trattamenti Sakura (in giapponese, fiori di ciliegio). Tra le novità, Kolor Vibes, la nuova colorazione cosmetica semi-permanente in gel 100% vegan.

## K-Time



Lo spazio espositivo in gold&black è stato allestito come una vera e propria galleria d'arte dove ogni prodotto ha trovato la sua giusta collocazione. A riscuotere il maggior successo, la linea Somnia, prodotti per la cura dei capelli colorati a base di ingredienti naturali, con una novità: Silver Color Code, maschera antigiallo con semi di girasole e vitamina E.

## Opificio Emiliano



Situato nell'esclusiva area dedicata ai marchi di maggior lusso e innovazione – quella riservata a buyer e distributori italiani e internazionali – Opificio Emiliano ha introdotto i visitatori in un mondo di artigianalità con formule vegane certificate, materie prime purissime e servizi esclusivi.

120 events

## Fanola



Conosciuto a livello internazionale per il suo No-Yellow Shampoo, il brand ha presentato al Cosmoprof una novità 'sea friendly': No Yellow Ocean Collection Kit, shampoo e maschera antigiallo che ai pigmenti antigiallo funzionali aggiungono un estratto di alghe del Pacifico e un'esclusiva profumazione dalle note marine. Altra novità No Yellow Color, con cinque color toner di tendenza.

## Alfaparf Milano



Nuovo ed esclusivo stand in cui il concetto di "casa Alfaparf Milano" ha esaltato la filosofia people, con persone sempre connesse tra loro in un flusso continuo di idee e immagini. Tante le attività interattive, come il maxischermo pensato per connettere visitatori e ospiti esterni grazie all'hashtag #alfaparfpeople, o l'app per le ricette Pigments. Tra le novità, le sei nuove nuance della linea Evolution of the Color in onore del cinquecentesimo anniversario di Leonardo Da Vinci.

speciale COSMOPROF

## Parlux



Best seller e classici rivisitati a beneficio della professionalità del parrucchiere allo stand Parlux. Il phon Alyon si è presentato in una versione ancora più attraente grazie alla nuova colorazione giada cangiante. Dal design ergonomico, il phon è un concentrato di potenza e leggerezza e grazie all'innovativo motore K-Advance Plus assicura asciugature perfette e veloci. L'altra novità, il restyling tecnologico del Parlux 3200 Plus: una potenza di 1.900 Watt, maggiore silenziosità, materiali eco-friendly.

## Adi



Tre le novità: Olaplex, linea lisciante e anti-crespo; Nanokeratin System, linea basata su tecnologie biomimetiche che permette ai capelli danneggiati di auto-ripararsi; Show Beauty, linea luxury di haircare, styling e finishing. Su Olaplex Andrea Guizzardi, ADI Co Founder e Adicted Adi, ha dichiarato: "Ci prepariamo a consolidare l'enorme successo di Olaplex n.3 e dei recenti n.4 e n.5, facendo in modo che protagonisti siano gli acconciatori e vincitori i clienti finali."

## OP Cosmetics

Sinonimo di eccellenza italiana nella distribuzione e nella ricerca cosmetica, OP Cosmetics ha regalato al pubblico della fiera un grande momento internazionale: lo show @ Guy-Tang con la presentazione in anteprima mondiale della sua linea professionale Mydentity. "Una linea - come ha sottolineato lo stilista - che riporta il divertimento e l'eccitazione nel settore della coiffure".



## Renée Blanche

Passione italiana, innovazione e ingredienti altamente selezionati. Questi i plus di Renée Blanche, l'azienda italiana che dal 1970 produce, crea e sviluppa prodotti haircare & men's grooming per il settore professionale, ma anche per mass market e private label. Tra i prodotti in fiera, Option Sea Oil di H.Zone a base di ingredienti marini.



## Great Lengths



## Nevitaly



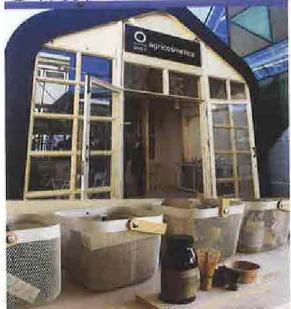
Con i suoi prodotti di derivazione naturale, il brand ha lanciato l'ampliamento della linea Care - che all'Olio Ayurvedico 3 in 1, al Bagnodoccia e al Fluido Ayurvedico aggiunge Abbronzantissimo Spray multifunzione per un'abbronzatura più intensa e rapida - e Terrae, maschere nutritive arricchite con lo speciale mix di oli vegetali Essentia Mundi.

## GA.MA



Piastre, ferri, tagliacapelli e una novità rivoluzionaria allo stand Gama Professional: IQ, il phon compatto, minimalista, longevo, ultra leggero, potente, digitale. Solo 282 grammi di peso studiati per soddisfare le esigenze dei saloni di bellezza di tutto il mondo. Il brand è infatti presente a livello internazionale in tantissimi Paesi, dalla Russia al Brasile, alla Cina.

## Oway



Uno stand all'insegna della sostenibilità: dalla location ai prodotti formulati secondo i principi della green chemistry, ai pack realizzati con materiali riciclabili come vetro e alluminio. Alessandra Pantella, R&D Manager di Oway, ha poi portato al CosmoTalks un suo intervento sull'agricosmetica spiegando come l'azienda coltivi sulle colline bolognesi piante che diventano complessi ultra-performanti per oli essenziali a km 0. Show moda infine all'Auditorium Fico Eataly World con Blue Tit, Oway International Creative Team.

## Cosmo Organic



Non più solo cura dei capelli per Cosmo Organic. Tra le novità presentate in fiera, una linea uomo formulata con un innovativo ingrediente: il pistacchio, noto per le sue proprietà emollienti e lenitive. Altra novità, la linea viso donna per contrastare i primi segni dell'invecchiamento, formulata con un mix di estratti 100% naturali. Nell'area tricologica, prodotti per prevenire e ridurre la caduta dei capelli e referenze mirate e purificare e normalizzare il cuoio capelluto.

122 events

## Eugène Perma

Oltre 100 anni di innovazione, esperienza e competenza al servizio della bellezza dei capelli per il brand francese, che al Cosmoprof ha celebrato questo importante traguardo con uno stand dal claim "100 years of beauty with purpose". Tra le novità presentate in anteprima, la nuova gamma Keratin e i solari Collections Nature, ispirati ai benefici della natura.



## Cloud Nine



Ricci, onde e acconciature live allo stand di Cloud Nine, brand internazionale nel campo dell'hairstyling. Il prodotto di punta del brand - The Original Iron - ha ricevuto da Estetica il Premio Speciale HPA 2019 per la Miglior Tecnologia Intelligente: si tratta infatti di una piastra in grado di adattare la temperatura al tipo di capello e di styling.

## Kaaral

La grande novità del brand è stata Människan, linea interamente dedicata al Grooming maschile. Un debutto che ha visto lo Shampoo Tonalizzante Nero selezionato tra i prodotti più innovativi del mercato beauty e inserito nei Cosmotrends 2019. Tre nuovi alleati poi per Purify: Ultra, la maschera intensiva ristrutturante, Leave In, il condizionante senza risciacquo e Soffice, mousse corporizzante con estratto di cotone.



## Jean Paul Mynè



### Salon Experience

Più che uno stand, un salone dove vivere live lo stile Jean Paul Mynè. Ad animare lo spazio, un team formato da Marco Migliorelli, Jean Paul Mynè Global Artistic Director; Angelo Frasca, Top Trainer, Stefano Altobelli, Educational Coach J Academy, e lo special guest Dino Cafaro, Salon Prestige Hairstylist. Tra i prodotti presentati, il trattamento lisciante Keratin Plus Infinity e Color Juice, la colorazione in versione smart.

## Echosline

Nuovo mood "The Vegan Way" con l'estensione della linea Karbon 9, 100% Vegan: tre nuovi trattamenti per la cura dei capelli stressati, che la rendono una linea rigenerante dalla speciale tecnologia antipollution. E con Charcoal Color ecco cinque speciali nuance grigie al carbone, che permettono di ottenere biondi puri e tonalizzati.



## speciale COSMOPROF

### Lisap Milano

Stand dedicato al metodo di colorazione 4Dcolor e alla linea Keraplant® Nature, con formulazioni innovative e ingredienti di origine naturale. Ma non soltanto: anche quest'anno lo spazio Lisap Milano è stato sinonimo di lavoro in pedana, con gli stilisti che hanno realizzato tagli, colorazioni e acconciature dalle ultime tendenze tema street style e modacapelli.



### Ceriotti



Arredamenti e attrezzature ai massimi standard di design, qualità, funzionalità ed affidabilità. Tutta la collezione Ceriotti è prodotta a Milano, esclusivamente da componentistica italiana o europea, e con un'attenzione ai dettagli di alta sartoria. Come i ricami realizzati su lavaggi e poltrone che rendono unico ogni arredo per colore, forma e carattere.

### Rica

Relax allo stand di Rica. Nel corner Naturitual Mediterranean Spa, trattamenti e rituali ispirati ai profumi e agli ingredienti del Mediterraneo. Per amplificare il benessere della cliente l'azienda si è avvalsa del lavatesta e della postazione styling by Maletti, con i quali anche gli ospiti in fiera hanno potuto rilassarsi con il Welcome Massage o provare trattamenti Shiatsu.



### Maxima



Prodotti eco-ispirati allo stand Nook by Maxima, un brand dalla filosofia naturale caratterizzata da prodotti ricchi di estratti botanici e oli naturali e organici. Tra le novità presentate, una nuova famiglia di ricostruzione e riparazione capillare e Nook Virgin Again Hair Elixir, il primo booster spray, senza risciacquo, dedicato ai capelli colorati e trattati.

### Farmagan

Sguardo green allo stand Farmagan, sempre più attento alle problematiche ambientali e sempre più impegnato ad utilizzare processi produttivi a basso impatto ambientale, a ridurre e riutilizzare gli scarti, a creare pack "cosmeticamente corretto". Al Cosmoprof il brand ha ricevuto per Botanic Color by Bioactive Naturalis - colorazione composta da oltre il 92% di ingredienti naturali all'interno - il Premio HPA 2019 per la Miglior Colorazione ad Erbe Tintoree.



### Vitality's

Per Vitality's la strada per il futuro passa attraverso la sostenibilità. Lo dimostra l'attenzione che da sempre mette nel controllare la filiera e nel dar vita a prodotti e packaging in linea con gli ultimi orientamenti ambientali ed etico-sociali. Per raggiungere sempre più un concetto evoluto di bellezza, il brand ha lanciato Epurá, linea nata dalla natura incontaminata delle Alpi e dalla tecnologia avanzata dei suoi laboratori di ricerca.



### Alter Ego Italy



Presentata da Alter Ego Italy l'estensione della linea di trattamenti per la pelle, sviluppata nel totale di rispetto di Made with Kindness, una nuova filosofia che porta con sé cura, attenzione e benessere attraverso veri rituali. Un coinvolgimento sensoriale totale, dal pittogramma evocativo dai colori pastello alle profumazioni, sino all'uso di ingredienti di derivazione naturale fino al 99% e vegan friendly. In vetrina anche la nuova colorazione diretta in gel Just Color e la gamma BlondEgo.

## Previa/pH Laboratories



"Crediamo nella perfezione della natura e ci impegniamo a preservarla"; il claim allo stand Previa Natural Haircare. In ogni fase di ricerca e produzione, infatti, l'azienda abbraccia la filosofia Natural: dalla scelta dei principi attivi fino all'ecopack realizzato in materiali green. Per pH Laboratories è stato presentato l'ampliamento della linea Flower, prodotti professionali impreziositi da bouquet floreali che trasformano i servizi in saloni in trattamenti di bellezza esclusivi. Il brand si è inoltre aggiudicato con pH Argan & Keratin Color il Premio HPA 2019 per la Miglior Colorazione in gel.

## Nuova Fapam



Tante le novità e i prodotti presentati allo stand, ma uno in particolare ad attirare l'attenzione del pubblico: Legerity by Screen Professional Hair Care, la prima crema di bellezza per capelli ad effetto trasformazione istantaneo che ha debuttato proprio sul palco del Cosmoprof. Rigenera, rinforza e rivitalizza con un'azione setificante e illuminante di lunga durata. Aiuta a mantenere la piega e dona volume.

## Medavita



Medavita ha rinnovato il suo impegno nella valorizzazione dello stile personale di ogni uomo con la nuova linea Idol Man. Nuovi strumenti di espressione che rispondono ad ogni esigenza - dalla cura e trattamento dei capelli e della cute alla barba - coniugando protezione, qualità, performance e moda.

## Davines

Uno stand che ricorda il Davines Village, una stazione di shampoo personalizzati presa d'assalto dai visitatori e una grande novità: View, sistema di colorazione demipermanente a pH acido formulato con ingredienti di origine naturale dall' 88% al 93% e ingredienti biodegradabili dal 95% al 99%. Il prodotto ideale per chi si appropria al colore per la prima volta.



## Parisienne Italia



Allo stand di Parisienne Italia le novità firmate Black Professional Line e Dandy, con aree dedicate dove provare tutti i prodotti e ricevere campioni omaggio per testarne la qualità anche a casa. Nell'area Rebeel, invece, i visitatori hanno potuto scoprire le settantanove nuance di Protective Colour Cream, colorazione cosmetica trattante dai risultati tecnici altamente performanti.

## Togethair



Uno spazio all'insegna della naturalezza per Togethair Meeting Nature e due lanci prodotto: Newave Perm One Strength, sistema ondulante delicato con cisteamina, arricchito con olio di Carapate giamaicano; White Deko Professional 9+, polvere decolorante bianca arricchita con olio di semi di acai per arrivare a schiarire fino a 9 e più toni.

## Gam Cosmetics



Due le linee di prodotti presentate al Cosmoprof da Gam Cosmetics, il partner professionale dell'operatore tricologico. Il trattamento Hair Toxx che, in combinazione con la Frozen Machine, ripara e protegge i capelli danneggiati per una vera e propria chirurgia plastica dei capelli, e Pro Keratin di Brazilian Secrets Hair, il trattamento alla cheratina e all'olio di babassu dell'Amazzonia.

124 events

speciale COSMOPROF



BOLOGNA  
14/18 Mar

## EsteticaNetwork a Cosmoprof 2019



A destra: Angelo Seminara, vincitore dell'AIPP Grand Trophy Award 2018-2019, tra Roby Pissinigha e Sergi Bancells. Sotto, le dieci protagoniste del nuovo network femminile '505 Parrucchiere è donna'.



Uno spazio fieristico di circa 1000 metri quadrati per la rivista Estetica, dove sono stati accolti gli ospiti più illustri del settore e lanciati nuove partnership e progetti export. A cominciare dalla prossima edizione di On Hair Show & Exhibition - evento a marchio Cosmoprof giunto al suo decimo anniversario, in programma il 17/18 novembre al Pala Alpitour di Torino - che vedrà in passerella 30 show e, in collaborazione con Estetica, la Master Class: 4 hairstylist di fama internazionali che

porteranno on stage le tecniche più all'avanguardia e le tendenze che influenzano il mercato nei prossimi mesi. Presentato in anteprima anche il progetto 'Estetica Export', che sarà lanciato ufficialmente nel mese di luglio al Cosmoprof North America di Las Vegas, mentre sulla scia del successo dei 'Best in Italy', 'Best in Germany', 'Best in Spain', 'Best in France' e 'Born in Usa' sono state lanciate due nuove edizioni: 'Best in Brazil' e 'Best in Asia & Australasia'. Tra le iniziative che hanno caratterizzato lo stand, l'aperitivo chickpin con i grandi nomi del settore - da Gigi Gandini a Sergio Valente, da Filippo Sepe a Mikel Luzea - e la proclamazione dei vincitori di due importanti award: il Grand Trophy AIPP, assegnato ad Angelo Seminara, e la terza edizione di Hair Products Award 2019. Al Centro Servizi del Cosmoprof, Estetica ha invece presentato i due incontri firmati 505 Parrucchiere è donna (vedi pag 126).

events 125



BOLOGNA  
14/18 Mar

## Le icone della coiffure on stage a Bologna



Le "505" hanno incontrato i visitatori del Cosmoprof in due seminari dedicati alla professione. Sotto, le dieci icone italiane della coiffure allo stand Estetica per un incontro con altrettanti grandi uomini del settore: Gigi Gandini, Sergio Valente, Angelo Seminara, Zeo Baldi, Filippo Sepè, Mikel Lurza, Gerry Santoro.

Il Centro Servizi del Cosmoprof si è tinto di rosa con i due incontri firmati 505 Parrucchiere è donna, organizzati in partnership con EsteticaNetwork e Cosmoprof: "Salone oggi: problemi e soluzioni" di domenica 17 marzo ed "Esperienza al servizio dei giovani: mentoring & coaching" di lunedì 18 marzo. "Ci si dimentica che questa è una professione al femminile - ha esordito on stage Roberto Pisimiglia, editore di EsteticaNetwork - Due acconciatori su tre sono donne eppure sul palco ci sono sempre gli uomini. Le 505 sono

nate proprio per dare voce alla parte femminile di questo mestiere".

Le dieci icone della coiffure italiane - moderate on stage da un'altra donna, Laura Castelli, caporedattore EsteticaNetwork - si sono raccontate al pubblico attraverso i frutti di un grande albero, l'albero delle 505. Ogni frutto, un plus che ognuna porta nel gruppo: "Sognare l'impossibile" by Adriana Valles; "Rischiare fa bene" la parola chiave di Alberta Balestra; "Curiosità" per Elena Kotanidis; "Gruppo" by Carla Amaducci; "Efficacia" per Marisa Savorelli; "No limits" la key-word di Dolores Barbieri; "Polarità" per le sorelle Maria e Maria Cò; "Movimento" per Giusi Bassani; "Prendere vs lasciare" per Carla Bergamaschi; "Armonia" per Morena Rossi. "L'albero rappresenta molto bene questa professione così come l'essenza del gruppo - ha sottolineato Afsoon Neginy, Business Consultant, ospite tra il pubblico - perché ha radici molto profonde come dovrebbe essere il mestiere del parrucchiere, ma anche una parte che va verso il cielo, perché bisogna saper sognare". Il gruppo è pronto sin da subito ad offrire ai giovani e a chiunque si iscriva al network tutta l'esperienza dei 505 anni di carriera nel mondo coiffure. Per info: [www.5zero5.it](http://www.5zero5.it) - [@505\\_cinquezerocinque](mailto:info@5zero5.it)

speciale COSMOPROF



## HPA: premiati i vincitori 2019



BOLOGNA  
14/18 Mar

In occasione del Cosmoprof Worldwide Bologna sono stati consegnati gli Hair Products Award 2019 by Estetica, il primo riconoscimento italiano dedicato ai prodotti professionali. I dieci vincitori di questa terza edizione sono stati invitati allo stand di Estetica per ricevere la targa e raccontare in una video intervista – online su estetica.it – la ricerca che sta dietro ogni prodotto premiato, i plus offerti dalle formulazioni, i progetti futuri del brand. Anche questa edizione del Premio ha visto i migliori prodotti finalisti confrontarsi col giudizio dei professionisti online e

solo le referenze che hanno saputo conquistare il settore in termini di innovazione e unicità hanno ricevuto l'ambito riconoscimento. Ecco i vincitori dei i premi speciali:

- Actyvabio, Kemon: Miglior Miscela di Estratti Vegetali
- And 40 Dry Powder, Kemon: Miglior Polvere Opacizzante
- Bioactive Naturals Botanic Color, Farmagan: Miglior Colorazione ad Erbe Tintoree
- Booster Dose, Eksperience: Miglior Rituale di Bellezza
- Colordem, Rica: Miglior Brillantezza e Durata del Colore
- Fairy Silk Premium, Nika: Miglior Trattamento Lisciante
- Glow, Cotril: Miglior Colorazione Demi-permanente
- Ph Argan & Keratin Color, PH Laboratories: Miglior Colorazione in gel
- The Original Iron, Cloud Nine: Miglior Tecnologia Intelligente
- Zero, Vitality's: Miglior Formulazione a ridotto rischio allergie.

Oltre ai 10 Premi, HPA 2019 ha visto l'attribuzione di una Menzione Speciale della Giuria per l'Originalità del Concept a Studio7Creazioni, azienda mantovana che ha portato la moda in salone.



events 127



## Kemon Days 2019 a Cosmoprof

Per festeggiare i 60 anni, Kemon è tornata a Bologna con uno show esclusivo. Due giorni in cui non si è solo promossa la bellezza, ma anche il rispetto per la diversità e la creatività.

Al Palazzo dei Congressi, i KemonDays hanno reso protagonista ogni donna, al di là di stereotipi riguardanti forme, età ed etnia. È la continua ricerca di una bellezza reale, comprensiva anche di imperfezioni, è proprio il concept alla base della nuova collezione P/E 2019 KNOW#3 Heritage, lanciata a fine febbraio e presentata ufficialmente sul palco dell'Europauditorium. Francesca Nocentini, responsabile marketing Kemon Italia, ha aperto la due giorni invitando sul palco Mauro Galzignato, che ha a sua volta accolto il presidente Giuliano Nocentini per un excursus sui 60 anni di storia del brand di San Giustino, sin da quando il marchio era conosciuto come Kramer. Kemon ha raccontato una storia che ha come protagonista la bellezza. Un concetto che però troppo spesso ha contribuito ad alimentare il razzismo tra culture, il rifiuto del proprio corpo e dell'invecchiamento. "La bellezza nasce proprio dove una curva o una ruga trasmettono un'attitudine, un carattere, non un difetto".

Ed è stato con queste parole che Mauro Galzignato ha aperto le danze dei KemonDays 2019, insieme ad Alessia Solidani, hairstylist regina dei raccolti. Cinque i capitoli chiamati a comporre la visione di questa primavera-estate firmata Kemon. Il primo si è concentrato sul concetto di una perfezione classica che da sempre la moda ha promosso come standard: è l'irresistibile freschezza della giovinezza che riesce serenamente a vestire i tratti più scuri e pesanti dell'inverno per poi, con estrema disinvolta, spogliarsi in primavera entrando in un mood

128 events

*speciale* COSMOPROF

shiny e ludico. Il secondo quadro ha descritto il mondo curvy, che oggi trova finalmente spazio anche nella moda. Esistono regole precise in fatto di forme e colori che gli hairstylist devono assolutamente conoscere e padroneggiare per armonizzare e valorizzare le forme di questa tipologia di bellezza. Prende forma così il concetto di shaping, per tagli e linee che diventano i veri scultori dello stile. Terzo capitolo: una rivisitazione del mondo "agée" secondo Kemon. Il concetto anagrafico rimane certamente un numero, ma l'acconciatore deve riuscire a dare il giusto valore e la giusta caratterizzazione ai diversi momenti della vita, mantenendo ad esempio il bianco laddove è rappresentativo di una storia, di un vissuto. "Perché l'età deve essere prima di tutto una ricchezza, un traguardo di cui andare fieri". Il quarto capitolo si tinge dei colori della natura e dei viaggi in terre lontane. Introduce il concetto di "folk" e cultural fusion: una lettura contemporanea di etnico che ci porta a conoscere culture e rituali diversi dai nostri. Il biondo si arricchisce così di sfumature sabbia e corallo, anticipando quello che quest'autunno sarà conosciuto come "irish blonde", con pigmenti che durano nel tempo. Con il quinto capitolo Kemon si accosta alla quotidianità del lavoro in salone

attraverso un'esibizione incrociata tra Mauro e Alessia che, in poche e apparentemente semplici mosse, sono riusciti a reinterpretare e trasformare i più classici look di partenza. A chiudere la serata, l'irriverenza del maestro Pupi Avati che, attraverso racconti di vita vissuta, ha strappato al pubblico un'ultima risata. Lunedì protagonisti gli #Edufashion insieme a Mauro Galzignato e Alessia Solidani, durante i quali sono stati reinterpretati i look della collezione KNOW#3 Heritage. Molti i consigli che i due top hairstylist, insieme ai rispettivi team, hanno dato agli acconciatori presenti in platea, anche partendo dal concetto più generale di moda, e da come è possibile riportarlo in salone.



Non solo show per Kemon al Cosmoprof. Oltre alle due giornate in pedana, con la quale si è valorizzata ogni donna nella sua unicità, il brand umbro nato a fine degli anni 80, in quattro è stato protagonista della fiera bolognese anche con uno stand di oltre 280 metri quadrati, con un'area dedicata al marchio e uno spazio per i prodotti.

