



intercoiffure

MAGAZINE

Over 100
incredible
hair styles

the coolest crop
of the season

**NEW
HAIR
CUTS**

*international
collections*

ISSUE **2011**

the ultimate
TRENDS

THE WORLD OF BEST HAIRDRESSERS

THIS VELVETY TEXTURE COLORS HAIR WITH
ABSOLUTE RESPECT* FOR THE HAIR FIBER



L'ORÉAL
PARIS
PROFESSIONNEL

*Respects the hair's natural essential amino acid and lipid balance.

editorial

INTERCOIFFURE MONDIAL STANDS FOR BEAUTY, INDIVIDUALISM AND FASHION AS A UNIT. ALWAYS IN THE AWARENESS TO PLEDGE ONESELF TO HIGHEST QUALITY. WE TAKE YOU ALONG TO AN EXCEPTIONAL FASHION JOURNEY: PLANET INTERCOIFFURE.

Intercoiffure Mondial est synonyme de beauté, d'individualisme et de mode en tant qu'entité. En gardant toujours à l'esprit de s'engager à la plus haute qualité. Nous vous emmenons dans un voyage de mode extraordinaire : Planète Intercoiffure.



CREATIVITY WITHOUT BORDERS: GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR! Hair design of the future and haute couture. Each of our elite hair dressers of the 55 nations combines fashion expertise and excellent professionalism in cut, color and styling. The 2011 Intercoiffure Mondial Artistic Team travels around the world and locates the latest trends. They are ambassadors of beauty; they perceive the attitude to life of a time and convert it into wearable looks. In Paris, world capital of fashion, Intercoiffure Mondial presented the latest trend collection: Planet Intercoiffure – *Vision of the Elite*.

Créativité sans limites : Glamour, glamour, glamour ! Création de coiffure de demain et Haute Couture. Chacun de nos coiffeurs d'élite provenant de 55 nations a su allier expertise de mode et excellent professionnalisme en matière de coupe, de couleur et de styling. L'équipe artistique 2011 d'Intercoiffure Mondial voyage à travers le monde et repère les toutes dernières tendances. Ils sont les ambassadeurs de la beauté, perçoivent la sensibilité d'une époque et la convertissent en styles portables. A Paris, capitale mondiale de la mode, Intercoiffure Mondial a présenté sa toute dernière collection : Planète Intercoiffure – *Vision de l'Elite*.

Intercoiffure Mondial steht für Schönheit, Individualität und Fashion als Einheit. Immer in dem Bewusstsein sich höchster Qualität zu verpflichten. Wir nehmen Sie mit auf eine außergewöhnliche Fashion-Reise: Planet Intercoiffure.

Intercoiffure Mondial es sinónimo de belleza, de individualismo y de moda como entidad. Siempre guardando en la mente el compromiso por la más alta calidad. Te llevamos en un viaje extraordinario de moda: Planeta Intercoiffure.

Kreativität ohne Grenzen: Glamour, Glamour, Glamour! Future Hairdesign und Haute Couture. Jeder unserer Elite-Friseure aus 55 Nationen vereint Fashion-Kompetenz und exzellente Professionalität in Cut, Color und Styling. Das Artistic Team 2011 von Intercoiffure Mondial ist rund um die Welt unterwegs und spürte die aktuellsten Trend-News auf. Sie sind Botschafter der Schönheit, erkennen das Lebensgefühl einer Zeit und wandeln es um in tragbare Looks. In Paris, der Welthauptstadt der Mode, präsentierte Intercoiffure Mondial die jüngste Trend-Kollektion: Planet Intercoiffure – *Vision of the Elite*.

Creatividad sin límites: Glamour, Glamour, Glamour. Diseño de peinado futurista y Alta Costura. Cada uno de nuestros peluqueros de élite de 55 naciones ha combinado experiencia en la moda y excelente profesionalismo en el corte, color y estilo. El equipo artístico de Intercoiffure Mondial 2011 viaja por el mundo e identifica las últimas tendencias. Son embajadores de la belleza; perciben la sensibilidad de una época y la convierten en diseños portátiles. En París, capital mundial de la moda, Intercoiffure Mondial presentó su última colección: Planeta Intercoiffure - *Visión de la Elite*.

Klaus Peter Ochs, President Mondial



80

CURLS

Beautiful wild, feminine and sometimes opulent and playful, too: curls, waves and plissés.



46 PLANET BLOND

Color please! Color changes women into Fashionistas. Blond is the most challenging hair color and that has always triggered great fascination. Blond is a promise and blondes are stars.



110 ROME

Wonderful Eternal City, host of the 21st Intercoiffure World Congress in 2012.

50 BEAUTY WORKS

Worldwide Charity Power. "Education for Life" stands for future.



imprint



cover by HIROMI ITAYA • JAPAN

PUBLISHER
INTERCOIFFURE MONDIAL
11bis, rue Jean Goujon
75008 Paris, FRANCE
Phone +33 (0) 1 56 43 22 22
Fax +33 (0) 1 56 43 22 29
paris@intercoiffure.org
www.intercoiffure-mondial.org

PRODUCTION
STUDIO ZAJACZEK
Eidelstedter Weg 55a
20255 Hamburg,
GERMANY
Phone +49 (0) 40 40 20 10
Fax +49 (0) 40 491 74 25
mail@zajaczek.com
www.zajaczek.com

CHIEF EDITOR
Klaus Peter Ochs

COORDINATION
Sabine Cotta

ART DIRECTOR
Axel Zajaczek

EDITORIAL
Petra Weinzierl

TRANSLATION
Sabine Cotta
Fazia Hamidi
Silvia Vannier-Feranec

LAYOUT
Bahar Saydam
John Zajaczek

Printed by
ESTETICA
ROTOLITO LOMBARDA -
Seggiano di Pioltello (MI)

WELLA. PASSIONATELY PROFESSIONAL.



NEW WELLA PROFESSIONALS CARE SEE, TOUCH, SENSE CARE³.

The global professional color expert has redefined professional care with innovative technology that enables you to experience Care³. See alluring color brilliance, touch irresistible softness, sense invigorating fragrance. www.wella.com

WELLA

PROFESSIONALS

The World's Most Beautiful Hair



10 trend 2011

Paris breathes fashion. The Intercoiffure Mondial collection is a journey like a Cosmic Trip, a Barocco Ethnic adventure, a Folk Earth lifestyle or a Mad Men fantasy.

86 NIGHT fever

Artful, opulent and fantastically willful. Magnificent up-dos and filigree wickerwork with extravagant hair accessory appearing romantic and nostalgic are the perfect looks for great performances.



JOHAN NORTJIE • SFA



30 SHOWS PARIS

GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR.

In Paris, eight outstanding shows were presented at the trendsetting Mondial Performance – visions of the future from the world capital of fashion.

94 CUT

Model as a work of art, elaborated in detail and perfectly cut – only the architectonic, absolutely professional cut gives magical shine to the hairstyle. Geometrical design cuts as avant-garde hair fashion.



03 EDITORIAL

Intercoiffure Mondial stands for the "World's Most Beautiful Hair".

04 IMPRINT

06 CONTENTS

10 TREND

Future fashion of today. A photoshoot that combines originality, elegance, experimentation and a great craftsmanship: Vision of the Elite.

22 PROFESSIONAL BEAUTY AS CREDO

Interview An VERHULST-SANTOS, Managing Director L'Oréal Professional Products.

28 MEETING THE ELITE

Intercoiffure Mondial gathers creatives, businessmen and top managers to a mega summit of the hair fashion elite in Paris.

30 PLANET INTERCOIFFURE

ICD delighted 900 international beauty experts from 39 countries at a mega summit of fashion.

40 SHAPING THE FUTURE OF HAIR TOGETHER

Interview with Robert JONGSTRA, Global President Salon Professional, a division of P&G beauty & grooming.

46 PLANET BLOND

Modern goddesses and It-girls love the blond attitude of life.

50 BEAUTY WORKS

A way out of the slums. Help for subsistence to young people.

54 COLOR ME

What is the meaning, what hair color fits to the current lifestyle? Blond, brunette, red or black?

60 MAKE YOUR MARK!

Wella Professionals' Trend Vision 2011 inspires hairdressers across the globe to free their creative potential.

66 RED TEMPTATION

Red stands for passion and love. Redheads are presumed to be explosive and dangerous, sophisticated and sensual.

74 L'ORÉAL USHERS ECO-RESPONSIBILITY INTO HAIRDRESSING SALONS

For L'Oréal responsible innovation rhymes with eco-design. The road to sustainability depends on each one of us.

80 CURLS

Volume de luxe or elegant waves: swinging hair with a lot of texture underlines femininity with elegance and a whiff of romanticism.

86 NIGHT FEVER

Glamour, Hollywood elegance and a lot of star shine – hair fashion creations for spectacular events.

93 NIGHT OF THE STARS

A wonderful ceremony followed by a gala dinner where talented Intercoiffure hairdressers and industry partners are awarded and honored.

94 DESIGN CUT

Clear lines, perfect contours – extraordinary cuts which emphasize on the woman's face and personality.

102 FONDATION GUILLAUME

Fashion future from all over the world. The young talented stylists of the Fondation Guillaume come from 42 countries and speak a common language: the power of excellence.

106 MEN

Men cuts as innovative hair design – customized expertise is combined with modern street style.

110 ROME

Wonderful Eternal City, host of the 21st Intercoiffure World Congress in 2012.

114 4 LOOKS

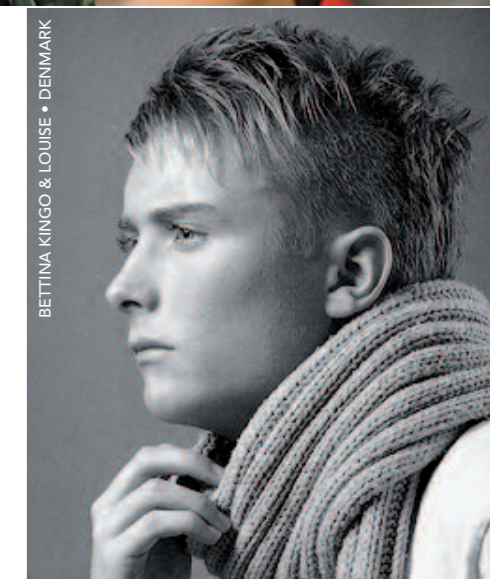
Changeable, versatile cuts that can be metamorphosed into new looks with a few styling products and a lot of imagination.



ICD POLAND

66 Red temptation

Red hair is a work of art



BETTINA KINGO & LOUISE • DENMARK

106 MEN

Men are trendsetters. Men love fashion. Men want cut and color.



**BEFORE, THERE WAS HAIR COLOR.
NOW, THERE IS:**

INOA

EXCLUSIVELY IN SALONS



- . NO MORE ODOR. NO AMMONIA
- . OPTIMUM SCALP COMFORT
- . ABSOLUTE RESPECT* FOR THE HAIR
- . INFINITE COLOR POWER
- . UP TO 100% WHITE HAIR COVERAGE

ODS Technology (oil delivery system): a breakthrough oil base that optimises the effectiveness of the coloration system whilst providing 2x more protection of the lipids found in the natural protective layer of the hair, compared to a traditional permanent hair colorant. **

For more information on INOA, visit the website www.lorealparis.com

*Respects the hair's natural essential amino acid and lipid balance. **Respects the hair's natural protective film after 1 to 5 applications.

L'ORÉAL
PARIS
PROFESSIONNEL

BY THE WORLD'S GREATEST HAIRSTYLISTS



Vision of the
Elite

PARIS BREATHES FASHION. THE INTERCOIFFURE MONDIAL COLLECTION IS A JOURNEY – LIKE A COSMIC TRIP, A BAROCCO ETHNIC ADVENTURE, A FOLK EARTH LIFESTYLE OR A MAD MEN FANTASY.

*Future fashion of today. A photo-shoot that combines originality, elegance, experimentation and a great craftsmanship: **Vision of the Elite.***

*Future Fashion der Gegenwart. Ein Fotoshooting, das Originalität, Eleganz, Experimentelles und große Handwerkskunst verbindet: **Vision of the Elite.***

*La mode de demain au présent. Un shooting qui allie originalité, élégance, expérimentation et un grand savoir-faire du métier : **Vision de l'Elite.***

*La moda futura en el presente. una sesión fotográfica que combina originalidad, elegancia, experimentación y un gran conocimiento del oficio. **Visión de la Elite.***

IT IS A MATTER OF DREAMS AND FANTASY:

FASHION ICONS INFUSE THEIR OWN STYLE WITH SELF-CONFIDENCE AND AUTHENTICITY. THEY DO NOT IMITATE BUT ARE IMITATED. COSMIC TRIP SHOWS TEXTURE, VOLUME AND A LOT OF MOVEMENT: WAVES, CURLS AND HAIRSPRAY REVIVAL. LONG HAIR AS A STYLISTIC DEVICE OF SEDUCTION. MODERN ADAPTATIONS OF THE BARBARELLA STYLE AND BARDOT GLAMOUR LOOKS.

**ES GEHT UM TRÄUME UND FANTASIE:**

Stilikonen ziehen ihren eigenen Style selbstbewusst und authentisch durch. Sie imitieren nicht, sondern werden imitiert. Cosmic Trip zeigt Textur, Volumen und viel Bewegung: Wellen, Locken und Hairspray-Revival. Lange Haare als Stilmittel der Verführung. Moderne Adaptionen der Barbarella-Styles und Bardot-Glamour-Looks.

IL S'AGIT DE RÊVES ET D'IMAGINATION :

Les icônes de la mode insufflent leur propre style avec confiance et authenticité. Elles n'imitent pas mais sont imitées. Cosmic Trip présente de la texture, du volume et beaucoup de mouvement : ondulations, boucles et renaissance de la laque. Cheveux longs en guise de moyen stylistique de séduction. Adaptations modernes du style Barbarella et du look glamour à la Bardot.

ES CUESTIÓN DE SUEÑOS Y DE FANTASÍA:

los iconos de la moda infunden su propio estilo con confianza y autenticidad. Cosmic Trip presenta texturas, volumen, y mucho movimiento: ondulaciones, rizos y renacimiento de la laca. Cabellos largos como medio estilístico de seducción. Adaptaciones modernas del estilo Barbarella y de los looks glamorosos de Bardot.



Cosmic ladies play with contrasts: sleek crown with curly ponytail. Long voluminous big hair with playful curls – the style of a hippie angel. Cosmic-Ladies spielen mit Kontrasten: glatter Oberkopf mit gecurltem Pferdeschwanz. Langes voluminöses Big Hair mit verspielten Locken – der Style eines Hippie-Engels. Les cosmic ladies jouent avec les contrastes : lisse sur le dessus avec queue-de-cheval bouclée. Coiffure longue et volumineuse, boucles enjouées – le style d'un ange hippie. Las doñas Cosmic juegan con los contrastes: coronilla brillante con cola de caballo rizada. Melena larga y voluminosa con rizos joviales - el estilo de un hippie ángel.

Vision of the Elite
COSMIC TRIP

IT IS A MATTER OF DREAMS AND FANTASY

PROFESSIONAL
SEBASTIAN™



COLOR IGNITE
**ROCK YOUR COLOR,
UNLEASH RELENTLESS VIBRANCY**

protect the color of multi-tonal and lightened hair with a new shampoo and whipped foam conditioner. smart color complex deeply moisturizes where needed most. for long-lasting color shine and vibrancy. also available for single-tone hair.

demand it at your salon

sebastian professional

WHAT'S NEXT.



[MAJA IVARSSON]
high-kicking front woman of The Sounds whose vibrant sound is blazing the music scene. her unstoppable energy shines off the charts.

hair styled by ed moelands
photographed by robert lobetta

sebastianprofessional.com/maja

SEBASTIAN



SWINGING HAIR FASHION IN HOMAGE TO THE LOOKS OF THE SIXTIES

CHEMISE-STYLE (SQUARE BOB) WITH EMPHASIS ON THE CHEEKS, HAIR BANDS AS SUBTLE ACCESSORY. DELICATELY DRAPED CURLS WITH EXTENSIONS, BEEHIVE HAIR CONE AS EXCLUSIVE HAIR DESIGN. MAD MEN CELEBRATES THE RETURN OF FEMININE SILHOUETTES.



GLAMOUR, BEAUTY, ELEGANZ – SWINGING HAIR-FASHION ALS HOMMAGE AN DIE LOOKS DER SIXTIES.

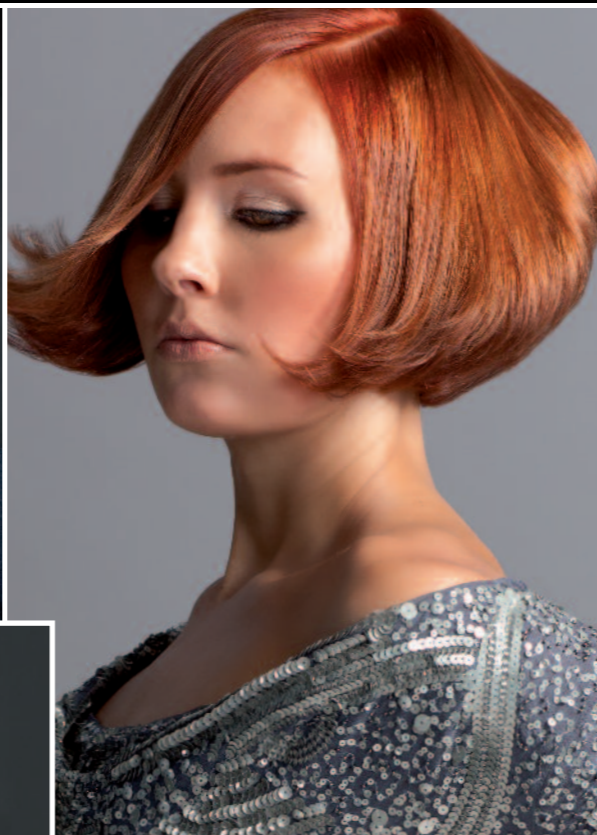
Chemise-Style mit akzentuierter Wangenpartie, Haarbänder als dezentes Accessoire. Zart drapierte Locken mit Extensions, Bienenkorb-Haarkegel als exklusives Hair-Design. Mad Men feiert die Rückkehr der femininen Silhouetten.

GLAMOUR, BEAUTÉ, ÉLÉGANCE – DES COIFFURES BRANCHÉES EN HOMMAGE AUX LOOKS DES ANNÉES SOIXANTE.

Le style chemise qui met l'accent sur les joues; des bandeaux de cheveux en guise d'accessoire subtil; des boucles délicatement drapées avec extensions; des chignons choucroutes pour création exclusive. Mad Men célèbre le retour des silhouettes féminines.

GLAMOUR, BELLEZA, ELEGANCIA - PELUQUERÍA DE ÚLTIMA MODA EN HOMENAJE A LOS LOOKS DE LOS AÑOS 60.

El estilo Chemise subraya las mejillas, cintas de cabello como accesorio sutil. Rizos con extensiones delicadamente colocadas, cono de pelo tal una colmena como diseño exclusivo de cabello. Mad Men celebra el regreso de las siluetas femeninas.



Glamour of the sixties: voluminously blow-dried bob teased at the back, in addition, perfect blond or red. The long hair attached loosely with big hair effect is more casual.

Sixties Glamour: Voluminös geföhnter Bob mit toupiertem Hinterkopf, dazu ein perfektes Blond oder Rot. Lässiger ist das locker aufgesteckte lange Haar mit Big Hair-Effekt.

Glamour des années soixante: un carré au brushing volumineux crépé à l'arrière auquel s'ajoute un blond parfait ou un rouge. Les longs cheveux attachés de façon souple donnent un effet de volume et sont encore plus nonchalants.

Glamour de los años sesenta: brushing voluminoso sobre bob, crepado en la parte posterior, con rubio o rojo perfecto. El cabello largo atado de manera suelta con efecto volumen es más indolente.



Vision of the Elite

MAD MEN

GLAMOUR, BEAUTY, ELEGANCE

DETAIL WITH ATTITUDE FOR THE BIG SHOW

ART OF THE UP-DO IN THE SIXTIES STYLE OR AS A MODERN INTERPRETATION OF THE WET LOOK. A LOT OF VOLUME AT THE BACK MAKES FOR THE SIXTIES FEELING. OVERHEAD VARIATIONS ACHIEVE OPULENCE. THE MORE CASUAL AND RANDOM THE HAIR IS PLACED, THE MORE FASHIONABLE IS THE LOOK.



DETAIL MIT ALLURE FÜR DIE GROSSE SHOW.

Hochsteckkunst im Stil der Sechziger Jahre oder als moderne Interpretation im Wet-Look. Viel Volumen am Hinterkopf sorgt für das Sixties-Feeling. Überkopf-Varianten erzielen Opulenz. Je lockerer und zufälliger die Haare gesteckt werden, desto modischer wirkt der Look.

DU DÉTAIL DANS L'ALLURE POUR LE GRAND SHOW.

L'art des cheveux relevés dans le style des sixties ou dans une interprétation moderne du wet look. Beaucoup de volume à l'arrière donne l'esprit des sixties. Des variantes aériennes atteignent l'opulence. Plus le cheveu est relâché et placé au hasard, plus le style est tendance.

DETALLE CON ACTITUD PARA EL GRAN SHOW.

Arte del peinado alzado en el estilo de los años sesenta, o como una interpretación del wet-look. Mucho volumen en la parte trasera recuerda el espíritu de los años sesenta. Variaciones en la coronilla logran opulencia. Cuanto más casual y aleatorio el pelo se pone, más de moda se vuelve el look.



Modern nomad with star appeal. The look: twisted in one piece like a spiral. Variety of shapes: long hair with voluminous sides and thinned lengths.

Moderne Nomadin mit Star-Appeal. Der Look: in einem Stück getwistet wie eine Spirale. Formenvielfalt: lange Haare mit voluminösen Seitenpartien und ausgedünnten Längen.

Nomade moderne avec "star appeal". Le style : une seule pièce torsadée telle une spirale. Variété des formes : des cheveux longs avec du volume sur les côtés et des longueurs affinées.

Nómada moderno con "star appeal". El estilo: una sola pieza trenzada tal una espiral. Variedad de formas: melena larga con lados voluminosos y longitudes refinadas.

Vision of the Elite
FOLK EARTH

DETAIL WITH ATTITUDE FOR THE BIG SHOW

RENAISSANCE MEETS MANGA. MIX OF CONTRASTS:

SENSUAL BOUDOIR STYLE WITH IRREGULAR PLAITED BRAID NEXT TO WILD, DYNAMIC SHORTCUT. THE PLAITED BRAID AS HAIR BAND OR A CLASSIC GARÇON CUT. SUBTLENESS AND MINIMALISM AS A STYLE.

**RENAISSANCE MEETS MANGA**

Mix der Gegensätze: sinnlicher Boudoir-Style mit unregelmäßig geflochtenem Zopf zeigt sich neben wildem, dynamischen Shortcut. Der geflochtene Zopf als Haarband oder ein klassischer Garçon-Schnitt. Raffinesse und Minimalismus als Style.

LA RENAISSANCE À LA RENCONTRE DU MANGA

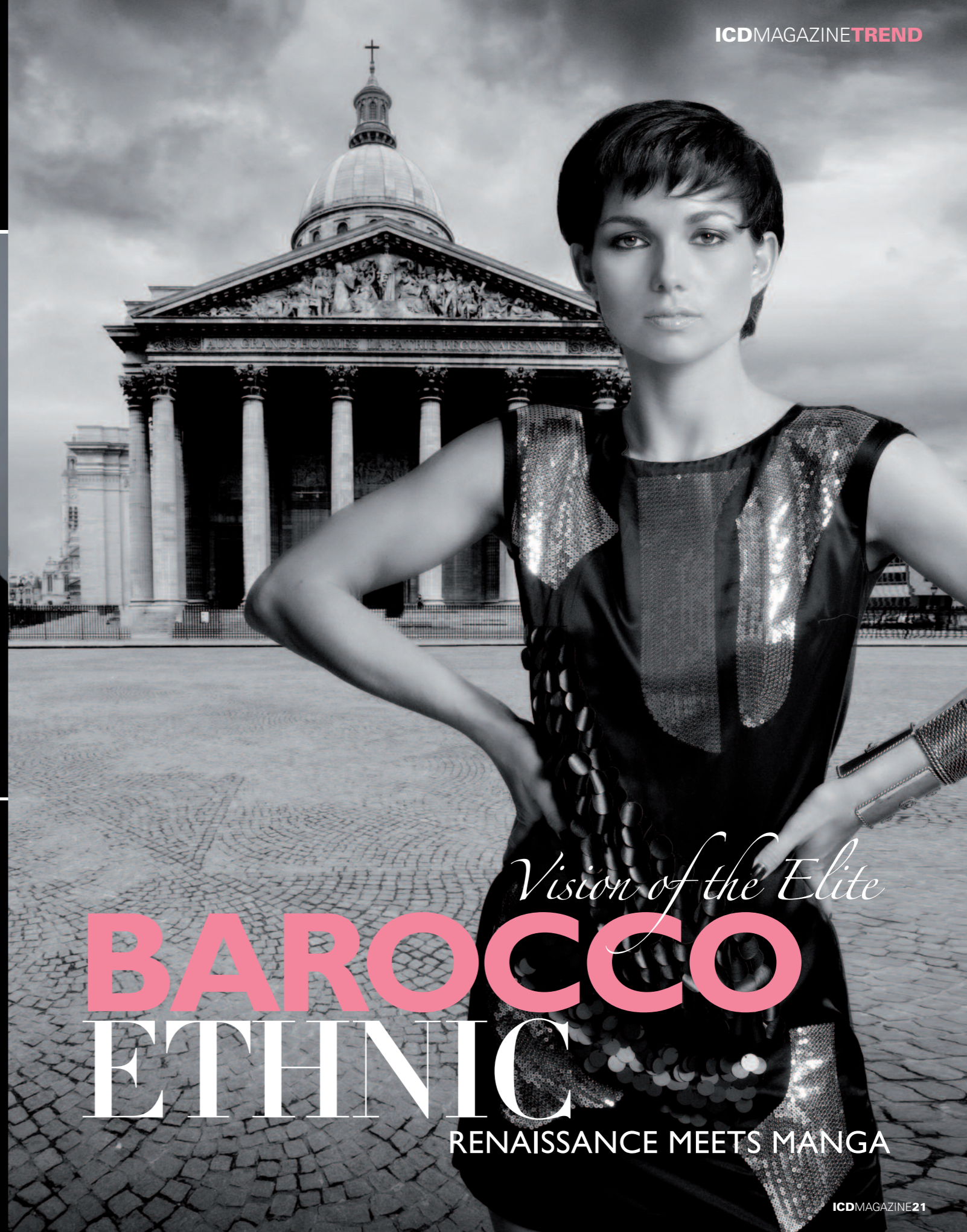
Un mélange des contrastes : du style Boudoir sensuel avec une natte tressée de façon irrégulière à la coupe courte indomptée et dynamique. Des tresses en guise de bandeau ou une coupe garçon classique. Raffinement et minimalisme font le style.

EL RENACIMIENTO SE ENCUENTRA CON LOS MANGAS

Una mezcla de contrastes: del estilo Boudoir sensual con trenza irregularmente hecha junto a un corte corto salvaje, dinámico. Trenzas a modo de cintas o un corte tipo garçon clásico. Refinamiento y minimalismo hacen el estilo.



Ethno mix combines with the extravagance of girlish glam rock: plaited braids as hair band in the style of Gwen Stefani. Looks with a touch of retro and bohème. Ethno-Mix vereint sich mit Extravaganz zu mädchenhaftem Glam-Rock: geflochtene Zöpfe als Haarband im Stil Gwen Stefanis. Looks mit Retro- und Bohème-Touch. Un mélange ethnique s'allie avec l'extravagance du glam-rock girly : les tresses en guise de bandeau à la Gwen Stefani. Des coiffures avec une touche rétro et bohème. Mezcla étnica se combina con la extravagancia de glam rock juvenil: trenza como cinta de pelo tal el look de Gwen Stefani. Looks con toque retro y bohémio.



Vision of the Elite
BAROCCO
ETHNIC
 RENAISSANCE MEETS MANGA

PROFESSIONNELLE SCHÖNHEIT ALS CREDO

EINE FRAU AN DER SPITZE IN DER SCHÖNHEITSINDUSTRIE. SEIT JANUAR 2011 IST AN VERHULST-SANTOS GESCHÄFTSFÜHRERIN BEI L'ORÉAL FÜR DEN BEREICH PROFESSIONELLE PRODUKTE.

Welches sind die hauptsächlichen Ziele, die L'Oréal Professionnel im Jahr 2011 anstrebt?

Der Geschäftsbereich Professionelle Produkte bei L'Oréal bietet eine Palette von 8 sich gegenseitig ergänzenden Marken, darunter unsere bekannteste: L'Oréal Professionnel. Alle diese Marken haben im Jahr 2010 hervorragende Ergebnisse erzielt, hat doch dieser Geschäftsbereich ein mindestens doppelt so hohes Wachstum zu verbuchen wie der Rest des Marktes. Wir haben unsere Stellung auf dem Markt der professionellen Coloration, insbesondere mit INOA, weiter ausgebaut und damit den Beweis erbracht, dass man mit bedeutenden Neuerungen den Umsatz des Friseursektors fördern kann: unsere Kunden melden für 2010 eine Steigerung der in Salons vorgenommenen Colorationen um 30%!

Für 2011 möchten wir einfach unsere unverbrüchliche Unterstützung der Fachleute aus dem Schönheitssektor bekräftigen und wiederum den Markt neu beleben, indem wir außergewöhnliche Produktinnovationen anbieten, einhergehend mit verkaufsfördernden Marketing- und Vertriebsprogrammen. Wir sind überzeugt, dass dieser Sektor des Gewerbes viel zu bieten hat, wenn es um Pflege und Schönheit geht: unsere Hauptaufgabe besteht darin, den Verbrauchern den Mehrwert des professionellen Sektors vor Augen zu führen, der nicht nur auf der Qualität seiner Produkte beruht, sondern auch auf dem herausragenden Fachwissen der Friseure und den mit nichts zu vergleichenden Dienstleistungen, die in Salons erbracht werden.

Wie glauben außerdem, dass den Mitarbeitern in den Salons eine wichtige soziale Rolle zukommt, und zwar nicht nur, weil sie Wohlbefinden vermitteln, indem sie Menschen schön machen, sondern auch weil sie die Gemeinschaft pflegen. Aus diesem Grund werden wir auch weiterhin, so wie wir es in den vergangenen 10 Jahren mit Erfolg getan haben, diese zentrale Rolle des Friseurs anhand unseres Gemeinwesenprogramms "Friseure gegen Aids" unterstützen. Dieses Programm, das mit der UNESCO und der L'Oréal Firmenstiftung zusammenarbeitet, ist nunmehr in 30 Ländern aktiv und hat bislang auf der ganzen Welt mehr als 1,3 Millionen Fachleute aus der Friseurbranche erreicht. Das Programm wurde letzten Dezember in den USA ins Leben gerufen. Wir sind über-

zeugt, dass dieses Programm dank der eindrücklichen Gespräche, die in den Salons zum Thema HIV / AIDS geführt werden, Wirkung zeigen wird. Allein in den USA rechnen wir mit mehr als 100 Millionen Begegnungen mit der Bevölkerung, was vermutlich bedeutet, dass Leben gerettet werden!

Können Sie uns ihre Strategien für die Zukunft beschreiben? (Der Salon der Zukunft, Inoa...)

Die Strategie des Geschäftsbereich Professionelle Produkte bei L'Oréal bleibt dieselbe: mit Hilfe der L'Oréal Forschung durchschlagende Neuerungen entwickeln. 2011 werden Sie erstaunliche neue Produkte entdecken, insbesondere für die Haarpflege und die Coloration. Damit setzen wir unsere im Jahre 2010 begonnenen Bemühungen fort, den Markt zu beleben.

Wir finden außerdem, dass unsere Unterstützung weit über Produktinnovationen hinausgehen sollte. Eine 360° Partnerschaft bedeutet, sich in der Ausbildung ebenso wie im Geschäftsbereich einzubringen und natürlich auch in solche Initiativen zu investieren, die den Umsatz der Salons ankurbeln sollen. Was wir letzten November in Paris beim Anlass der MCB Messe vorgestellt haben, ist ein sehr gutes Beispiel für die unermüdete Arbeit, die unsere Teams leisten, wenn es darum geht, professionellen Friseuren sofort einsetzbare Lösungen anzubieten, mit deren Hilfe sie ihren Salon umgestalten und gleichzeitig in umweltbewusste Konzepte investieren können.

Die dritte Säule unserer Strategie ruht auf unserem Wunsch, dank unserer breiten Palette von Marken jedem Kunden- und Salontyp gerecht zu werden: bei Matrix zum Beispiel, das uns Zugang zu Schwellenmärkten verschafft, arbeiten wir an unserer Preisstruktur und unseren Katalogangeboten, ohne jedoch bei unserem Einsatz in der Ausbildung Kompromisse einzugehen.

Intercoiffure Mondial und L'Oréal Professionnel haben eine lange währende Geschäftsbeziehung – welche Ideen und Werte verbinden beide?

Der Geschäftsbereich Professionelle Produkte bei L'Oréal ist nicht nur eine Marke, sondern besteht aus mehreren Einheiten; gegenwärtig sind es 8. Jede hat eine ausgeprägte Identität und kann im Interesse unserer Partner, der Friseursalons, mit den anderen zusammenleben und -arbeiten.

Wir arbeiten im Sinne der Friseure, die ihr Geschäft weiterentwickeln möchten: was uns mit Intercoiffure verbindet, ist die Fähigkeit, uns in der Vielschichtigkeit der Schönheitsbranche zurechtzufinden. Wir teilen die Überzeugung, dass Schönheit sich professionalisieren wird... wir glauben an das Potential dieses Segments der Schönheitsbranche und wir setzen alles daran, um das Wachstum dieses außergewöhnlichen Berufs zu fördern, indem wir die professionellen Leistungen immer in den Vordergrund rücken....

Ich denke, wir teilen auch die Überzeugung, dass unsere Branche reichhaltig und vielschichtig ist. Das bedeutet, dass wir uns in der Geschäftswelt auskennen müssen, aber auch durch Ausbildung und Weiterentwicklung künstlerischer Fähigkeiten und neuer Talente unseren Beitrag leisten. Die Gemeinwesenprogramme stellen heraus, wie viele Facetten unser wunderbarer Beruf hat und welche wichtige Rolle er in der Gesellschaft spielt.

Eine Zukunftsvision – was sind Ihre Vorstellungen und Pläne für die weitere Zusammenarbeit von Intercoiffure Mondial und L'Oréal?

L'Oréal hat schon immer jene Partner mit offenen Armen aufgenommen, die den aufrichtigen Wunsch hatten, den Schönheitssektor zu unterstützen und die der Vielfalt seiner Kunden, Partner, usw. Rechnung tragen.

Heute steht die Vielfalt noch stärker im Zentrum unserer Zukunftsvision. In vielen Gegenden der Erde braucht die Branche Unterstützung; das bedeutet, dass wir uns auf sehr unterschiedliche Kulturen und eine Vielzahl verschiedener Entwicklungsstadien des Marktes einstellen müssen.

Alles, was zum besseren Verständnis dieses vielfältigen Geschäftsumfeldes beitragen kann, ist uns willkommen ... und jede Initiative, die darauf abzielt, die Kreativität und den Geschäftssinn in der Branche zu fördern, kann auf die Unterstützung von L'Oréal zählen. Wir wollen jene unterstützen, die mit einer positiven und wohlwollenden Geisteshaltung anwesend sind, um diesem Bereich der Schönheitsindustrie zu helfen, sich zu entwickeln und immer ertragsfähiger zu werden.

L'ORÉAL
Produits Professionnels

PROFESSIONAL BEAUTY as credo

AT THE HEAD OF THE PROFESSIONAL BEAUTY,
AN VERHULST-SANTOS, MANAGING DIRECTOR
L'ORÉAL PROFESSIONAL PRODUCTS, SINCE JANUARY 2011

What are the main aims for L'Oréal Professionnel in 2011?

At L'Oréal, our division for Professional Products offers a very complete portfolio of 8 complementary brands, including our flagship brand: L'Oréal Professional. All of them registered excellent results in 2010 at a growth at least 50% higher than the market. The acceleration of the place we have on the market of professional hair colour (with INOA) was really the proof, that with great innovations, you can really support the success of salon professionals: it meant in 2010, 30% increase in hair colour applications! In 2011, we just want to reiterate that strong support of the professional beauty market in salons and once again, boost this market by offering exceptional product innovations together with appropriate marketing and sales programs. We do believe that this sector of the industry has a lot to offer when it comes to beauty services: our main role is to showcase to consumers the added value of the professional market that comes not only with the quality of the products offer, but also the exceptional expertise of the hairdresser and the value of services provided in their salons. On another note, we believe that salon professionals play a key role in our society, not only by providing well-being making people beautiful, but also because they are taking care of their communities. That's why we will continue, as we did successfully over the last 10 years, to support this very powerful role of hairdressers through our citizen program "Hairdressers against AIDS". This program in partnership with UNESCO and the L'Oréal Fondation d'Entreprise is now active in 30 countries and has reached to date more than 1.3 million salon professionals around the world. We have just launched last December the program in the USA. We are convinced that this program can make a difference thanks to the power of dialogues and conversations about VIH/AIDS that can be generated at salon level. In the USA alone, we look at more than 100 million interactions with the US population, which means probably saving some lives!

Could you describe your strategies behind it?

(Salons of the future, Inoa...)

For L'Oréal Professional Products division, the strategy is always the same: strong innovations supported by L'Oréal research: in 2011, you will see amazing new products, especially in haircare and color, in order to pursue the excellent offer that helped to boost the market in 2010.

We also consider that our support needs to go far beyond products innovations and a 360° partnership means to strongly invest in training, in business solutions and of course, strategies to continue to drive traffic to salons. What we showcased in Paris last November for the MCB trade show was the perfect example of this hard work of our team, to make sure the salon professionals could benefit from ready-to-implement solutions to revamp their salons and invest in sustainable salons concepts.

The third very strategic pillar is our concern to serve any type of clientele and salon, thanks to the diversity of our brands portfolio: with Matrix for example, we work on our price and catalogue offer, as this brand is our best weapon to enter the emerging markets... work on price but with no compromise on our investment in education.

Intercoiffure Mondial and L'Oréal Professionnel have a long relationship - which are your common ideas and values?

L'Oréal Professional Products division is not just one brand but several entities, 8 today, all with very strong identities which are able to leave and work together for the benefit of our partners, salon professionals.

We work for hairdressers who are eager to develop their business: we have in common with Intercoiffure, this ability to deal with the complexity of this sector of the beauty industry, we have in common the passion for our partners and the conviction that beauty of tomorrow will be professional... we both believe in the potential of this sector of the beauty industry and eager to put all possible means to support the growth of this extraordinary profession, always putting first quality and empowerment of the professional services...

I think we have also in common this conviction that our industry is rich and multi-dimensional, meaning that we have to talk business, but also support the development of artistic skills and new talents through education, while supporting citizen program among the profession: all this can highlight all the dimensions of our extraordinary profession and its key role in our societies.

A view into the future - what are your visions/plans for the partnership of Intercoiffure Mondial and L'Oréal?

L'Oréal has always welcome partners with a true desire to support the professional beauty sector, taking into account its diversity in terms of clientele, business partners, etc...

Today diversity is even more central to our vision for the future as there is a need to support this industry in many regions of the world, meaning that we have to take into account very diverse cultures, many diverse stages of development of the professional market.

Any initiative that can facilitate the understanding of these diverse business contexts will be welcome... and any investment to support creativity and entrepreneurship among the profession can count on the support of L'Oréal. We want to support those who "play the game" with a fair and positive spirit, to help this sector of the beauty industry grow and be always more profitable.



COLORATION **pH** acide NO RACINES. NO LIMITES!

SHADES EQ MAINTENANT EN GLOSS ET EN CRÈME

Technologie unique **sans ammoniaque** non éclaircissante au pH acide pour une **brillance sans égal** et un respect optimal de la fibre. Un large choix de reflets du plus naturel au plus tendance. Élargissez vos propositions de services couleur avec **la boîte à outils Shades EQ**, maintenant disponible en deux formulaires, gloss et crème, pour vernir ou apporter un reflet sur un cheveu naturel, raviver une couleur, patiner des mèches, corriger des reflets et plus encore!

pH acide BRILLANCE INTENSE ET REFLETS RICHES
RESPECT OPTIMAL DE LA FIBRE
S'ESTOMPE COMME UN BRONZAGE

NEW
SHADES EQ
CREAM



#1
USA**

GET INSPIRED. BE PART OF IT.*** WWW.REDKEN.FR

N°Vert 0 800 249 249

* SANS EFFET RACINE. SANS LIMITES!
** ELU PAR LES COIFFEURS DE BEHIND THE CHAIR.COM, 2001-2009.
*** SOYEZ INSPIRÉS. REJOIGNEZ-NOUS.

REDKEN
5TH AVENUE NYC

LA BEAUTÉ PROFESSIONNELLE POUR CREDO

UNE FEMME À LA TÊTE DE LA BEAUTÉ PROFESSIONNELLE, AN VERHULST-SANTOS, DIRECTRICE GÉNÉRALE L'ORÉAL PRODUITS PROFESSIONNELS, DEPUIS JANVIER 2011

Quels sont les principaux objectifs de L'Oréal Professionnel en 2011?

Chez L'Oréal, la division des Produits Professionnels propose une gamme de 8 marques complémentaires, incluant notre marque phare: L'Oréal Professionnel. Toutes ces marques ont enregistré en 2010 d'excellents résultats puisque la division a enregistré une croissance au moins 2 fois supérieure au marché. Le renforcement de la place que nous occupons sur le marché de la coloration professionnelle, notamment avec INOA, a réellement été la preuve, qu'avec de grandes innovations, on peut soutenir le business des professionnels de la coiffure: en 2010, nous avons observé chez nos clients une augmentation de 30% des applications de coloration dans les salons de coiffure!

En 2011, nous voulons simplement réitérer notre soutien massif aux professionnels de la beauté dans les salons et une fois de plus, stimuler ce marché en offrant des innovations de produits exceptionnelles avec un marketing et des programmes de commercialisation stimulant les ventes en salon. Nous croyons que ce secteur de l'industrie a beaucoup à offrir en matière de soins et de beauté: notre rôle principal est de présenter aux consommateurs la valeur ajoutée du marché professionnel qui ne vient pas seulement de la qualité de l'offre de produits, mais aussi de l'expertise exceptionnelle des coiffeurs et de la valeur incomparable des services fournis dans leurs salons.

De plus, nous croyons que les professionnels en salons ont un rôle clé à jouer dans notre société, pas seulement parce qu'ils procurent du bien-être en rendant les gens beaux, mais également parce qu'ils prennent soin de leurs communautés. C'est pourquoi nous continuerons, comme nous l'avons fait avec succès au cours des 10 dernières années, à soutenir ce rôle clé du coiffeur grâce à notre programme citoyen «Coiffeurs contre le sida». Ce programme en partenariat avec l'UNESCO et La Fondation d'Entreprise L'Oréal est désormais actif dans 30 pays et a rejoint à ce jour plus de 1,3 million de professionnels de la coiffure dans le monde. Le programme a été

lancé en décembre dernier aux États-Unis. Nous sommes convaincus que ce programme peut faire une différence grâce à la puissance des dialogues échangés sur le VIH / SIDA au sein des salons. Rien qu'aux USA, nous attendons plus de 100 millions d'interactions avec la population, ce qui signifie sans doute sauver des vies!

Pourriez-vous décrire vos stratégies à venir après cela? (Salons du futur, Inoa...)

Pour La Division des Produits Professionnels L'Oréal, la stratégie est toujours la même: des innovations fortes soutenues par la recherche: en 2011, vous pourrez voir des nouveaux produits étonnants, en particulier pour le soin du cheveu et la coloration, afin de poursuivre ce qui avait été fait pour stimuler le marché en 2010.

Nous considérons également que notre soutien doit aller bien au-delà des innovations produits. Un partenariat 360° signifie investir aussi dans la formation, dans des solutions d'affaires et bien sûr investir dans des actions permettant de continuer à stimuler l'activité en salons. Ce que nous avons présenté à Paris en novembre dernier lors du salon MCB a été un parfait exemple de ce travail acharné de nos équipes, pour s'assurer de mettre à disposition des professionnels de la coiffure des solutions prêtes à l'emploi pour réorganiser leurs salons tout en investissant dans des concepts de salons éco-responsables.

Le troisième pilier stratégique repose sur notre souci de servir tout type de clientes et de salons, grâce à la grande diversité de notre portefeuille de marques: avec Matrix par exemple, qui nous aide à entrer sur les marchés émergents en quête d'accessibilité, nous travaillons sur nos prix et nos offres catalogue, sans compromis vis-à-vis de notre investissement dans l'éducation.

Intercoiffure Mondial et L'Oréal Professionnel ont une relation établie – quelles sont les idées et valeurs communes?

La Division des Produits Professionnels L'Oréal n'est pas seulement une marque mais plusieurs entités, au nombre de 8 aujourd'hui, qui ont toutes des identités très fortes et qui sont capables de cohabiter et de travailler ensemble pour le bénéfice de nos partenaires, les salons de coiffure.

Nous travaillons pour les coiffeurs désireux de développer leur activité: nous avons en commun avec Intercoiffure, cette capacité de composer avec la complexité de ce secteur qu'est l'industrie de la beauté, nous avons en commun la conviction que la beauté de demain sera professionnelle.... Nous avons foi dans le potentiel de ce volet de l'industrie de la beauté et nous mettons tout en œuvre pour soutenir la croissance de cette profession extraordinaire, en mettant toujours au premier plan les services professionnels...

Je pense que nous avons également en commun cette conviction que notre industrie est riche et multidimensionnelle, ce qui signifie que nous devons être capable à la fois de parler affaires, mais aussi de supporter à travers l'éducation, le développement des compétences artistiques et des nouveaux talents. Enfin, l'apport de programmes citoyens est de mettre aussi en évidence le côté multi facettes de notre extraordinaire profession et de son rôle clé dans nos sociétés.

Une vision de l'avenir - quelles sont vos visions et plans pour le partenariat d'Intercoiffure Mondial et L'Oréal?

L'Oréal a toujours accueilli des partenaires ayant un réel désir de soutenir le secteur de la beauté professionnelle et qui tiennent compte de sa diversité en termes de clientes, de partenaires, etc.

Aujourd'hui, la diversité est encore plus au cœur de notre vision pour l'avenir. Il est nécessaire de soutenir cette industrie dans de nombreuses régions du monde, ce qui signifie que nous devons tenir compte de cultures très diverses, de nombreux stades de développement du marché professionnel.

Toute initiative qui peut faciliter la compréhension de ces contextes d'affaires diversifiés sera la bienvenue et tout investissement pour soutenir la créativité et l'esprit d'entreprise parmi la profession peut compter sur le soutien de L'Oréal. Nous voulons soutenir ceux qui «jouent le jeu» avec un esprit positif et bienveillant, pour aider ce secteur de l'industrie de la beauté à se développer et à être toujours plus rentable.



LA BELLEZA PROFESIONAL COMO DOCTRINA

UNA MUJER A LA CABEZA DE LA BELLEZA PROFESIONAL, AN VERHULST-SANTOS, DIRECTORA GENERAL DE L'ORÉAL PRODUCTOS PROFESIONALES, DESDE ENERO DE 2011.

¿Cuáles son los principales objetivos de L'Oréal Professionnel en 2011?

En L'Oréal, la división de Productos Profesionales propone una gama de 8 marcas complementarias que incluyen nuestra marca estrella: L'Oréal Professionnel. Todas estas marcas han registrado en 2010 excelentes resultados puesto que la división ha registrado un crecimiento por lo menos 2 veces superior al mercado. El refuerzo del lugar que ocupamos en el mercado de la coloración profesional, en particular con INOA, ha sido realmente la prueba de que con grandes innovaciones, se puede apoyar el business de los profesionales del peinado. En 2010, observamos en nuestros clientes; un aumento del 30% de las aplicaciones de coloración en las peluquerías!

En 2011, queremos simplemente reiterar nuestro apoyo masivo a los profesionales de la belleza en los salones y una vez más, estimular este mercado ofreciendo innovaciones de productos excepcionales con un marketing y programas de comercialización que alientan las ventas en el salón. Nosotros creemos que este sector de la industria tiene mucho que ofrecer en materia de cuidados y de belleza. Así, nuestro papel principal es presentar a los consumidores el valor añadido del mercado profesional que no viene solamente de la calidad de la oferta de productos sino también de la pericia excepcional de los peluqueros y del valor incomparable de los servicios proporcionados en sus salones.

Además, creemos que los profesionales en salones tienen un papel clave que desempeñar en nuestra sociedad, no sólo porque proporcionan bienestar volviendo a la gente bella sino también porque cuidan a sus comunidades. Es por ello que seguiremos, como lo hemos hecho con éxito en los 10 últimos años, respaldando ese papel clave del peinado gracias a nuestro programa ciudadano «Peluqueros contra el sida». Este programa conjuntamente con la UNESCO y La Fundación de Empresa L'Oréal es en adelante activo en 30 países y hoy en día ha llegado a más de 1,3 millón de profesionales del peinado en el mundo. El programa fue lanzado en el pasado mes de diciembre en los Estados Unidos. Estamos convencidos de que este programa puede marcar una diferencia gracias a la fuerza de los diálogos entablados sobre el VIH / SIDA en los salones. Sólo en los Estados Unidos esperamos más de 100 millones de interacciones con la población, lo cual significa sin lugar a dudas, ¡ salvar vidas!

¿Podría usted describir sus estrategias futuras después de esto? (Salones del futuro, Inoa...)

Para La División de Productos Profesionales L'Oréal, la estrategia es siempre la misma: innovaciones fuertes apoyadas por la investigación de L'Oréal. Así, en 2011, podrán ver nuevos productos sorprendentes, en particular para el tratamiento del cabello y la coloración, con el fin de proseguir lo que se había hecho para estimular el mercado en 2010.

Consideramos también que nuestro apoyo debe ir mucho más allá de las innovaciones de productos. Una alianza 360° significa invertir asimismo en la formación, en soluciones de negocios y por supuesto invertir en acciones que permiten continuar estimulando

la actividad en salones. Lo que nosotros presentamos en París en noviembre pasado durante el salón MCB ha sido un ejemplo perfecto de este trabajo considerable de nuestros equipos, para asegurarse de poner a disposición de los profesionales del peinado, soluciones listas a ser empleadas para reorganizar sus salones invirtiendo al mismo tiempo en conceptos de salones eco responsables.

El tercer pilar estratégico se respalda en nuestro deseo de servir a todo tipo de clientela y salones, gracias a la gran diversidad de nuestra cartera de marcas. Con Matrix por ejemplo, que nos ayuda a entrar en los mercados emergentes en busca de accesibilidad, trabajamos en nuestros precios y nuestras ofertas de catálogo, sin que se vea comprometida nuestra inversión en la educación.

Intercoiffure Mondial y L'Oréal Professionnel tienen una relación establecida – ¿cuáles son las ideas y los valores comunes?

La División de Productos Profesionales L'Oréal no es sólo una marca sino varias entidades, son 8 hoy en día y todas tienen identidades muy fuertes y son capaces de cohabitar y trabajar juntas para beneficio de nuestros socios, las peluquerías.

Nosotros trabajamos para los peluqueros deseosos de desarrollar su actividad. Tenemos en común con Intercoiffure, esa capacidad de hacer frente a la complejidad de este sector que es la industria de la belleza; tenemos en común la convicción de que la belleza de mañana será profesional.... tenemos fe en el potencial de esta parte de la industria de la belleza y ponemos todo en práctica para sostener el crecimiento de esta profesión extraordinaria, poniendo siempre en primer plano los servicios profesionales...

Yo creo que tenemos asimismo en común esa convicción de que nuestra industria es rica y multidimensional, lo que significa que debemos ser capaces de hablar de negocios pero al mismo tiempo también de apoyar a través de la educación, el desarrollo de las competencias artísticas y de los nuevos talentos. Por último, la aportación de programas ciudadanos es evidenciar asimismo el lado multifacético de nuestra extraordinaria profesión y de su papel clave en nuestras sociedades.

Una visión del futuro - ¿Cuáles son sus visiones y planes para la alianza de Intercoiffure Mondial y L'Oréal?

L'Oréal ha acogido siempre a los socios que tienen un verdadero deseo de respaldar el sector de la belleza profesional y que toman en cuenta su diversidad en términos de clientelas, de socios, etc. Hoy en día, la diversidad está aún más en el centro de nuestra visión para el futuro. Es necesario apoyar a esta industria en numerosas regiones del mundo, lo cual significa que tenemos que tomar en cuenta culturas muy diversas, numerosas etapas de desarrollo del mercado profesional.

Toda iniciativa que pueda facilitar la comprensión de estos contextos de negocios diversificados será bienvenida... y toda inversión para apoyar la creatividad y el espíritu empresarial en la profesión puede contar con el apoyo de L'Oréal. Queremos apoyar a aquellos que participan con un espíritu positivo y condescendiente para ayudar a este sector de la industria de la belleza a desarrollarse y a ser siempre más rentable.

ICD MONDIAL MEETS *the elite*



Global networking - The elite of the professional hair care industry and beauty experts met in Paris. **Willi Kuhn, Günter Ehrler** from Switzerland and **Patrick Cameron** from the UK. Intercoiffure Mondial President **Klaus Peter Ochs** with **Robert Jongstra**, President P&G Salon Professional. **Cristina Ciuca** with the Rumanian delegation.



Hairfashion leader and media experts. **Maurício Pina, Laiz Preziosi, Jacques and Janine Goossens** with **Michel Dervyn**. Intercoiffure Mondial Vice President **Eizo Kakimoto** with **Michiko Yashiki**. Estetica publisher **Roberto Pissimiglia** with his international team.



Worldwide beauty ambassadors on the road: **René and Otto Sommer, Günter Ehrler, Bruno Sommer, Werner Lamprecht, Peter Pfister, Andreas Mayer, Werner Pranz** from Austria. **KP Ochs** with Mondial Artistic Team member **Hiroyuki Obayashi**.



Personality of the Year from Indonesia: **M. Goretti Sukasti**. Members of the FG Fashion Team: **N. Michell, N. Altobelli, D. de Haan, M. Nicácio, G. Engels, B. Sommer**. Knight-Awardee **M. O'Healy-Harte** with husband. L'Oréal directors from Brazil and Poland: **Richard Klevenhusen and Maciej Sochacki** with **June Wilde**.



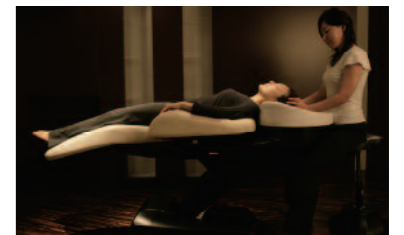
Power of Hairfashion. The awardees from P&G Salon Professional **R. LLuzar, A. Herzberg, S. Stein, L. Ottenritter, Dr. R. Gottschalk** with **KP Ochs**. ICD France members **S. Mondot, P. Donnadiu, M. Rodel, A. Padiglione, Hugo Kunetz**, Director of Strategic Development, L'Oréal Professional Products, with **KP Ochs**.



Y U M E

- D X -

Elevate and Enlighten



TAKARA BELMONT

TOKYO.NEW YORK.LONDON.FRANKFURT.PARIS.TORONTO.SEOUL.TAIPEI.SHANGHAI.SINGAPORE
Tel.+81-6-6213-5945 e-mail:beauty@takara-net.com http://www.takarabelmont.co.jp

ICD delighted 900 international beauty experts from 39 countries at a mega summit of fashion: Paris became the "Planet Intercoiffure".

ICD entführte 900 internationale Beauty-Experten aus 39 Ländern auf einen Mega-Fashion-Gipfel: Paris wurde zum „Planet Intercoiffure“.

L'ICD a ravi 900 experts en beauté internationaux provenant de 39 pays, lors d'un méga sommet de la mode : Paris est devenu la « planète Intercoiffure ».

La ICD ha deleitado a 900 expertos internacionales de belleza de 39 países en una mega cumbre de la moda: París se ha convertido en el "Planeta Intercoiffure".

PLANET INTERCOIFFURE

GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR. IN PARIS, EIGHT OUTSTANDING SHOWS WERE PRESENTED AT THE TRENDSETTING MONDIAL PERFORMANCE – VISIONS OF THE FUTURE FROM THE WORLD CAPITAL OF FASHION.

STARSHINE, EMOTIONS, CREATIVITY AND EXCELLENT TRADE WERE PRESENTED AT THE MONDIAL PERFORMANCE.

THE PRESENTATION CULMINATED IN FOUR MEGA TRENDS BY THE INTERCOIFFURE ARTISTIC TEAM 2011: BAROCCO ETHNIC, MAD MEN, COSMIC TRIP AND FOLK EARTH. SENSUAL BOUDOIR STYLE WITH IRREGULARLY PLAITED BRAID, FEMININE BIG HAIR SILHOUETTES, BARDOT GLAMOUR LOOKS AND ART OF THE UP-DO IN THE SIXTIES STYLE. VISIONARY HAIR FASHION IN WARM TONES WITH PLENTY OF GENEROUS VOLUME.

SHOWtime in PARIS

PARIS BECAME THE "PLANET INTERCOIFFURE"

Starshine, Emotionen, Kreativität und exzellentes Handwerk wurden auf der Mondial Performance gezeigt. Die Präsentation gipfelte in den vier Mega-Trends des Intercoiffure Artistic Teams 2011: Barocco Ethnic, Mad Men, Cosmic Trip und Folk Earth. Sinnlicher Boudoir-Style mit unregelmäßig geflochtenem Zopf, feminine Big-Hair-Silhouetten, Bardot-Glamour-Looks und Hochsteckkunst im Sixties-Style. Visionäre Hairfashion in warmen Tönen und mit viel großzügigem Volumen.

Etincelles, émotions, créativité et excellent savoir-faire ont été présentés lors du Mondial Performance. La présentation s'est achevée par quatre grandes tendances de l'équipe artistique 2011 : Barocco Ethnic, Mad Men, Cosmic Trip et Folk Earth. Style Boudoir sensuel avec natte tressée de façon irrégulière, silhouettes féminines volumineuses, looks glamours à la Bardot et tout l'art des cheveux relevés dans le style des sixties. Des coiffures visionnaires aux nuances chaleureuses et au volume généreux.

Chispas, emociones, creatividad y excelente competencia se han presentado en la Mondial Performance. La presentación concluyó con cuatro tendencias principales del equipo artístico 2011: Barocco Ethnic, Mad Men, Cosmic Trip y de la Folk Earth. Estilo Boudoir sensual con trenza irregularmente hecha, siluetas femeninas voluminosas, looks glamorosos a la Bardot y el arte del peinado elevado en el estilo de los años sesenta. Moda visionaria de la peluquería en tonos calientes con mucho volumen.

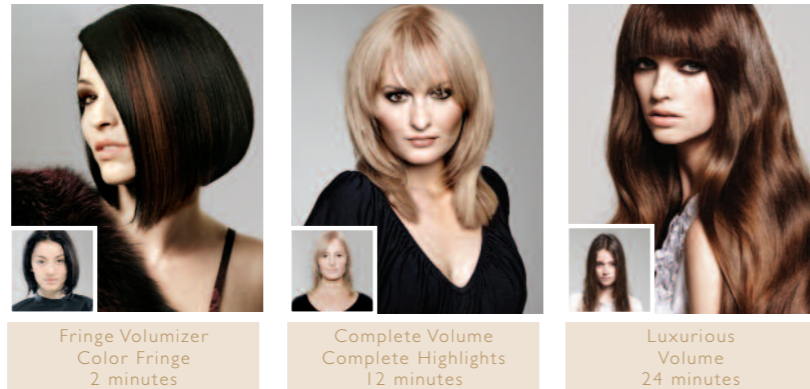
75% of all women want more volume

| Voluminous hair | Thick hair ends | Curls that stay | Full fringe | Extra color and volume |

Systeme Volume, a revolutionary new service for selective salons only

Systeme Volume is a new salon service, providing long lasting volume with premium quality products. Fulfill the everyday desires of your client at a starting price of 16,-

(Consumer advice price of Volume+ 25cm)



Fringe Volumizer
Color Fringe
2 minutes

Complete Volume
Complete Highlights
12 minutes

Luxurious Volume
Volume
24 minutes



BALMAIN FASHION

Christophe Decarnin, the designer at Balmain, who launched last winter's craze for ripped and torn jeans for € 2000 and strong-shouldered military jackets, emblazoned with crystals, with a price tag of up to € 7000 is at it again.



Christophe Decarnin, the designer at Balmain, and Richard Guliker, Inventor of Systeme Volume at Balmain Hair



Available in two different hair types based on the individual needs (cheveux normaux & cheveux fins).



Application

New generation of hair application and integration

5 Volumizers in 35 seconds



Place clients hair in organizer | Flux 35 seconds | Finished

Five individual Volumizers are standardized on one foil. Six foils form one complete volume treatment.

- Up to 80% time saving
- Patented technology
- Easy and comfortable application
- Natural hair distribution



Cosmetique

Superior hair care line

- Unique hypoallergenic formulas
- For individual hair types
- Creates 10% more volume
- RBC value 5-10



Silk Proteins extraordinary moisturizing binding capacity thickens the hair by 10% and creates a natural protective layer around the hair.

GET IN TOUCH

www.balmainhair.com



Use a QR reader on your mobile





SHOW TIME IN PARIS

GLAMOUR ON STAGE.

THE TOP STYLISTS OF INTERCOIFFURE MONDIAL UNDERSTAND IN A UNIQUE WAY HOW TO EASILY DEAL WITH SHAPES AND COLORS, WAY THAT SEEMS UNINTENTIONAL BUT THAT LEAVES A SPECIFIC IMPRESSION. THE TEAMS NORDIC, BALMAIN HAIR, BRAZIL, UKRAINE, BULGARIA, ICD MONDIAL AND THE FONDATION GUILLAUME CONVINCED WITH ELEGANCE AND STYLE. INTERESTING STYLING DUEL BY THE JAPANESE TEAM: CURLS AGAINST STRAIGHT.

GLAMOUR ON STAGE. DIE TOP-STYLISTEN VON INTERCOIFFURE MONDIAL VERSTEHEN ES AUF EINZIGARTIGE WEISE IN EINER LEICHTIGKEIT MIT FORMEN UND FARBEN UMZUGEHEN, DIE UNGEWOLLT AUSSIEHT, ABER EINEN GEZIELTEN EINDRUCK HINTERLÄSST. DIE TEAMS NORDIC, BALMAIN HAIR, BRASILIEN, UKRAINE, BULGARIEN, ICD MONDIAL UND DIE FONDATION GUILLAUME ÜBERZEUGTEN MIT ELEGANZ UND STIL. INTERESSANTES STYLING-DUELL DES JAPANISCHEN TEAMS: CURL GEGEN STRAIGHT.

GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR. À PARIS, LORS DU TRÈS INNOVANT MONDIAL PERFORMANCE, HUIT SHOWS EXCEPTIONNELS ONT ÉTÉ PRÉSENTÉS. VISIONS DU FUTURE EN PROVENANCE DE LA CAPITALE MONDIALE DE LA MODE.



GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR.

IN PARIS WURDEN AUF DER TRENDWEISENDEN MONDIAL PERFORMANCE ACHT HERAUSRAGENDE SHOWS GEZEIGT – ZUKUNFTSVISIONEN AUS DER WELTHAUPTSTADT DER MODE.



STARSHINE, EMOTIONEN, KREATIVITÄT UND EXZELLENTE HANDWERK WURDEN AUF DER MONDIAL PERFORMANCE GEZEIGT.

LE GLAMOUR EN SCÈNE.

LA CRÈME DES STYLISTES D'INTERCOIFFURE COMPRENENT COMME PERSONNE COMMENT TRAVAILLER FACILEMENT LES FORMES ET LES COULEURS D'UNE MANIÈRE QUI SEMBLE INSTINCTIVE MAIS QUI LAISSE UNE IMPRESSION BIEN SPÉCIFIQUE. LES ÉQUIPES NORDIC, BALMAIN HAIR, BRÉSIL, UKRAINE, BULGARIE, ICD MONDIAL ET LA FONDATION GUILLAUME ONT SU CONVAINCRE AVEC ÉLÉGANCE ET STYLE. DUEL DE CRÉATION INTÉRESSANT DE L'ÉQUIPE JAPONAISE : BOUCLÉ CONTRE LISSE.

GLAMOUR EN ESCENA. LOS MEJORES ESTILISTAS DE INTERCOIFFURE MONDIAL ENTIENDEN TAL UNA SOLA PERSONA CÓMO MANEJAR FÁCILMENTE LAS FORMAS Y LOS COLORES, EN UNA MANERA QUE PARECE INSTINTIVA, PERO QUE DEJA UNA IMPRESIÓN MUY ESPECÍFICA. LOS EQUIPOS PAÍSES NÓRDICOS, BALMAIN HAIR, BRASIL, UCRANIA, BULGARIA, ICD MONDIAL Y LA FUNDACIÓN GUILLAUME SUPIERON CONVENCER CON ELEGANCIA Y ESTILO. DUELO INTERESANTE DEL DISEÑO DEL EQUIPO JAPONÉS: LOS RIZOS CONTRA LOS LISOS.



GLAMOUR, GLAMOUR, GLAMOUR. EN PARÍS, EN LA MUY INNOVADORA MONDIAL PERFORMANCE, OCHO ESPECTÁCULOS ESPECIALES FUERON PRESENTADOS. VISIONES DEL FUTURO DE LA CAPITAL MUNDIAL DE LA MODA.



SHOWtime in **PARIS**

P&G salon professional

shaping the **FUTURE** of **HAIR** together

INTERVIEW MIT ROBERT JONGSTRA, PRESIDENT P&G SALON PROFESSIONAL

P&G SALON PROFESSIONAL UND INTERCOIFFURE MONDIAL INTERESSIEREN SICH BEIDE LEIDENSCHAFTLICH FÜR DIE HAARPFLEGEBRANCHE UND ARBEITEN BESTÄNDIG AN NEUEN MÖGLICHKEITEN, WIE SIE FRISEURE UNTERSTÜTZEN KÖNNEN. ROBERT JONGSTRA IST DER GLOBAL PRESIDENT VON P&G SALON PROFESSIONAL, EINER ABTEILUNG VON P&G BEAUTY & GROOMING. ER SPRICHT MIT UNS ÜBER DIE SICH ERGÄNZENDE, 5 KULTMARKEN UMFASSENDE ANGEBOTSPALETTE VON SALON PROFESSIONAL, ZU DER AUCH WELLA PROFESSIONALS UND SEBASTIAN PROFESSIONAL GEHÖREN, UND ÜBER DEN DAUERHAFTEN BEITRAG, DEN SIE ALLESAMT ZUR WEITERENTWICKLUNG DER BRANCHE LEISTEN.

Auf welche Art und Weise unterstützt P&G Salon Professional Friseure?

Robert Jongstra: Vorneweg gesagt, unser Leitmotiv lautet "Der Stilist ist der Boss!" Wir arbeiten im Dienst der Stilisten, wir hören auf ihre Bedürfnisse, wir beziehen Stilisten in die Entwicklung von neuen Produkten, Dienstleistungen oder Trends mit ein. Im Verlauf der letzten Jahre haben wir mit mehr als 20.000 Stilisten und deren Kunden in allen Teilen der Welt gesprochen. Dies hat uns bedeutende Erkenntnisse darüber verschafft, wie wir ein noch stärkerer Partner werden und noch besser ihren verschiedenen Bedürfnissen entgegenkommen können – und zwar sowohl denen, die aus ihrer kreativen Arbeit erwachsen, als auch jenen, die mit der Business-Seite zu tun haben. Alles, was wir gelernt haben, spiegelt sich in unserem Angebot an Stilisten wider: unsere 5 Kultmarken umfassende Angebotspalette, zu der Sebastian Professional oder Wella Professionals gehören, in deren Produkten und Dienstleistungen und in ihrer 360°-Unterstützung. Was aber noch wichtiger ist: unser Angebot erlaubt Friseuren, ALLE haarbezogenen Wünsche ihrer Kunden zu erfüllen. Ich glaube ganz ehrlich, dass wir ein ausserordentlich vollständiges Angebot vorweisen, das sonst niemand bietet.

Was können wir von P&G Salon Professional für 2011 erwarten?

R.J.: Erwarten Sie eine Menge! Im Jahr 2011 werden wir weiterhin unseren Beitrag zur Entwicklung der Branche leisten. Es wird bedeutende Neuigkeiten bei allen unseren Marken geben, mit neuen Produkten und neuen Dienstleistungen. Mit der Einführung von Wella Professionals Care and Styling werden wir zum Beispiel unser Angebot im Bereich Care and Styling vergrößern. Ebenfalls im Jahr 2011 werden wir Marken wie Sebastian, Clairol und Nioxin, die führende Marke für die Pflege von lichter werdendem Haar, noch mehr Salons anbieten und sie in noch mehr Märkte auf der Welt einführen. Wir haben zum Beispiel Sebastian 2010 in Indien auf den Markt gebracht, und bislang hervorragende Ergebnisse erzielt. Wir werden weiterhin Stilisten bei der Entwicklung ihres Geschäftsbetriebs unterstützen, und zwar durch unsere sogenannte 360°-Unterstützung – mit neuen, massgeschneiderten Dienstleistungen, Inspirationen zu den führenden Trends, bahnbrechenden Neuerungen und soliden Ausbildungsprogrammen.

Zum Thema Ausbildung – wie wird P&G Salon Professional im Jahr 2011 Stilisten unterstützen?

R.J.: Wir haben uns der beständigen Verbesserung unserer Ausbildungsangebote verschrieben. Von den neuesten Techniken hin zu Produkttraining und Fortbildung im Geschäftsbereich – mit unseren Ausbildungsprogrammen vermitteln wir Friseuren die Fertigkeiten und das Handwerkszeug, das sie brauchen, um in ihrem Beruf an der Spitze zu bleiben. Schon heute veranstaltet P&G Salon Professional 90.000 Aktivitäten im Bereich Ausbildung weltweit und erreicht damit über 1.8 Millionen Friseure pro Jahr. Wir führen außerdem E-Education ein – online Training ist eine tolle Methode, um unsere Ausbildungsangebote noch mehr Friseuren zugänglich zu machen.

Intercoiffure Mondial und P&G Salon Professional blicken auf eine lange Partnerschaft zurück. Wie sehen Sie die Zukunft?

R.J.: Die Partnerschaft dauert nun schon viele Jahre. Wir waren schon immer ein engagierter Partner von ICD und werden es auch bleiben. Wir haben zum Beispiel unsere Unterstützung für den ICD Weltkongress in Rom 2012 bereits zugesagt.

Wie schon in der Vergangenheit werden P&G Salon Professional und ICD auch 2011 als Partner gemeinsam mit wichtigen Salons weltweit zusammenarbeiten und in den Bereichen Marketing und Business Unterstützung anbieten, Fachwissen über aktuelle Trends beitragen und hervorragende Ausbildungsprogramme anbieten.

Als Schlusswort vielleicht noch ein paar Neuigkeiten?

R.J.: Eine bessere Zukunft zu bauen bedeutet auch, jenen unter die Arme zu greifen, die weniger privilegiert sind. Mit dieser Absicht hat Wella Professionals 'Making Waves' ins Leben gerufen, unsere neue Partnerschaft mit UNICEF. Wella und UNICEF arbeiten zusammen, um weniger privilegierten jungen Menschen ein ganzheitliches Ausbildungsprogramm zu grundlegenden Fertigkeiten des täglichen Lebens zu bieten. Sie erlernen wichtige berufsbezogene Fertigkeiten und erhalten die Möglichkeit, eine spezialisierte Friseurausbildung zu durchlaufen. Im Rahmen der 'Making Waves' Partnerschaft geben wir ebenfalls Haarstilisten in Wella Salons die Möglichkeit, sich in einem Friseur-Mentoring-Programm zu engagieren. Diese Partnerschaft wird sich am Anfang auf Brasilien konzentrieren und sich dann auf andere Länder ausweiten. Ich bin wirklich begeistert von unserem 'Making Waves' Programm. Ein großes Dankeschön für die Unterstützung durch Intercoiffure Mondial – Sie sind die erste Organisation, die dieses Programm unterstützt. Es wird das Leben vieler bedürftiger junger Erwachsener auf der ganzen Welt verändern.

P&G SALON PROFESSIONAL AND INTERCOIFFURE MONDIAL ARE SHARING THEIR PASSION FOR THE HAIRDRESSING INDUSTRY, CONSTANTLY SEEKING WAYS TO SUPPORT HAIRDRESSERS. ROBERT JONGSTRA, GLOBAL PRESIDENT P&G SALON PROFESSIONAL, A DIVISION OF P&G BEAUTY & GROOMING, TALKS ABOUT SALON PROFESSIONAL'S COMPLEMENTARY PORTFOLIO OF FIVE ICONIC BRANDS SUCH AS WELLA PROFESSIONALS AND SEBASTIAN PROFESSIONAL AND THEIR ONGOING INVESTMENT IN THE INDUSTRY.

INTERVIEW ROBERT JONGSTRA, PRESIDENT P&G SALON PROFESSIONAL

How does P&G Salon Professional support hairdressers?

Robert Jongstra: First of all, we are led by the belief "Stylist is boss!" We work for the stylist, we listen to their needs, and we involve stylists in the creation of new products, services or trends.

Over the past few years we've talked to more than 20,000 stylists and their clients in all parts of the world. We've had great insights into how we can be an even stronger partner, and meet their diverse needs – both as creatives, but also as business people. All these learnings are reflected in our offer to stylists: our portfolio of five iconic brands such as Sebastian Professional or Wella Professionals, their products and services, and in our 360° support. But what is even more important: with our offer hairdressers can serve ALL the hair needs of their clients. I truly believe we have a very complete offer no one else has.

What can we expect from P&G Salon Professional in 2011?

R.J.: Expect a lot. In 2011 we will continue to invest in the industry. We will have major news on all of our brands with new products and new services. With the roll-out of Wella Professionals Care and Styling we will for instance gear up our offer in Care and Styling. In 2011 we will also bring brands such as Sebastian, Clairol and Nioxin, which is the leading thinning hair care brand, to more salons, and also to more markets globally. For example we launched Sebastian in India in 2010, with superb results to date. We will continue to support stylists to grow their business through what we call 360° support - with new tailored business services, industry-leading trends inspiration, breakthrough innovation and strong education programs.

Talking about education – how will P&G Salon Professional support stylists in 2011?

R.J.: We are dedicated to constantly improving our educational support. From latest techniques to product training and business education, with our education programmes we give hairdressers the skills and tools they need to stay at the top of their trade. Already today P&G Salon Professional is running 90,000 education activities globally, touching over 1.8 million hairdressers every year. Also, we are rolling out E-Education – online training is a great way to make our training offers accessible to even more hairdressers.

Intercoiffure Mondial and P&G Salon Professional share a long-standing partnership. Any outlook?

R.J.: The partnership goes back many years. We have been and will continue to be a committed partner to ICD. For example, we've already announced our support for the ICD World Congress in Rome in 2012.

Also in 2011 P&G Salon Professional and ICD will remain partners who work with key salons globally and are dedicated to providing marketing and business support but also trend expertise and excellent education programs.

Any final news you would like to share?

R.J.: Shaping a brighter future also means lending a helping hand to those who are less privileged. This is exactly what we had in mind when Wella Professionals created 'Making Waves', our new partnership with UNICEF. Wella and UNICEF combine forces to offer a holistic programme of life skills education to less privileged young people, providing them with key vocational skills and the opportunity to receive specialist hairdressing training. As part of the 'Making Waves' partnership we will also allow hairstylists from Wella salons to engage in a new hairdressing mentoring programme. This partnership will focus on Brazil for the initial period, and then expand to other countries.

I am really excited about our 'Making Waves' programme. A big thank you for the support from Intercoiffure Mondial – you are the first Association to endorse the programme. This will help us transform the lives of many young adults in need around the globe.



SASSOON

PROFESSIONAL

SASSOON CARE

SET THE SCENE FOR PERFECT HAIR PERFORMANCE

"In our quest for exceptional hair we've created a sleek range of individually crafted products that combine the best of simplicity and luxurious technology. This provides the hairdresser with a multitude of combinations that can be tailored to suit the needs of each individual and prepares hair for the pinnacle of hair design."

MARK HAYES | INTERNATIONAL CREATIVE DIRECTOR



CARE

Sassoon Professional Care does not only give hair excellent health and shine, but also helps restore hair to its perfect condition so that you have the ideal raw material you need to create the pinnacle of Sassoon cut and colour. Experience a concise range of 9 high performance products that use new luxurious technologies and discover the new Sassoon Care Code toolkit to facilitate tailor-made recommendations for your client.

Contact your Sassoon Sales Representative for more information.



SHAMPOOS



CONDITIONERS



TREATMENTS

Ensemble, façonner l'avenir de la coiffure

P&G SALON PROFESSIONAL ET INTERCOIFFURE MONDIAL PARTAGENT UNE PASSION POUR LE SECTEUR DE LA COIFFURE ET CHERCHENT CONSTAMMENT À APPORTER LEUR SOUTIEN AUX COIFFEURS. ROBERT JONGSTRA, GLOBAL PRESIDENT P&G SALON PROFESSIONAL, UNE DIVISION DE P&G BEAUTY & GROOMING, NOUS PARLE DE LA GAMME COMPLÉMENTAIRE DE 5 MARQUES ICONIQUES DE SALON PROFESSIONALS, TELLES QUE WELLA PROFESSIONALS ET SEBASTIAN PROFESSIONAL ET DE LEUR INVESTISSEMENT CONTINUEL DANS LE SECTEUR.

INTERVIEW ROBERT JONGSTRA, PRÉSIDENT P&G SALON PROFESSIONAL

De quelle façon P&G Salon Professional soutient-il les coiffeurs?

Robert Jongstra : Tout d'abord, nous sommes animés par le crédo "le styliste est le patron!" Nous travaillons pour les stylistes, nous sommes attentifs à leurs besoins et nous les intégrons dans la création de nouveaux produits, services ou tendances.

Au cours des dernières années, nous nous sommes entretenu avec plus de 20,000 stylistes et leurs clients à travers le monde. Ces conversations nous ont permis de comprendre comment nous pouvons encore renforcer notre partenariat et répondre à leurs besoins – qu'ils émanent de leur travail créatif ou bien de leur rôle d'entrepreneur. Tout ce que nous avons appris se reflète dans notre offre aux stylistes : notre gamme de 5 marques iconiques, telles que Wella Professionals ou Sebastian Professional, leurs produits et services, ainsi que dans notre "soutien 360°". Plus important encore : notre offre permet aux coiffeurs de satisfaire TOUS les souhaits que leurs clients peuvent formuler par rapport à leurs cheveux. Je suis sincèrement convaincu que nous disposons d'une offre très complète que personne d'autre ne propose.

Que pouvons-nous attendre de P&G Salon Professional en 2011?

R.J. : Attendez-vous à beaucoup! En 2011 nous continuerons à investir dans le secteur. Nous annoncerons des nouvelles importantes sur toutes nos marques, de nouveaux produits et de nouveaux services. Avec le lancement de Wella Professionals Care and Styling par exemple, nous élargirons notre offre dans le domaine Care and Styling. Également en 2011, des marques comme Sebastian, Clairol et Nioxin, qui est la première marque dans le traitement des cheveux qui s'affinent, seront mises à disposition d'un plus grand nombre de salons et introduites dans plus de marchés sur une échelle mondiale. Nous avons par exemple lancé Sebastian en Inde en 2010, et à ce jour obtenu d'excellents résultats.

Nous continuerons à soutenir les stylistes dans le développement de leurs affaires par un dispositif que nous appelons "soutien 360°" - il réunit des services aux entreprises sur mesure, des inspirations sur les tendances dominantes dans le secteur, des innovations radicales et des programmes de formations solides.

Parlant de formation – de quelle manière P&G Salon Professional compte-t-il soutenir les stylistes en 2011?

R.J. : Nous faisons tout pour améliorer en permanence notre offre de formation. Des dernières techniques, en passant par la formation

sur le produit jusqu'à l'apprentissage du volet business, nous transmettons par nos programmes de formation toutes les compétences et tous les outils dont les coiffeurs ont besoin pour rester à la pointe de leur métier. Déjà aujourd'hui, P&G Salon Professional organise 90.000 événements éducatifs dans le monde entier, atteignant ainsi plus de 1.8 millions de coiffeurs par an. En plus de tout cela, nous mettons en place E-Education – la formation en ligne est une excellente façon de rendre accessible notre offre de formation à un plus grand nombre de coiffeurs.

Intercoiffure Mondial et P&G Salon Professional sont des partenaires de longue date. Comment voyez-vous l'avenir?

R.J. : Ce partenariat a une longue histoire. Nous sommes et nous resterons un partenaire d'ICD engagé. Nous avons d'ailleurs déjà annoncé notre soutien pour le Congrès Mondial d'ICD qui se tient à Rome en 2012.

Aussi, tout au long de l'année 2011, P&G Salon Professional et ICD travailleront main dans la main avec des salons clé dans le monde entier dans le but de proposer du soutien dans les domaines du marketing et de l'entrepreneuriat, mais aussi en partageant de l'expertise sur les tendances et en fournissant des programmes de formation de grande qualité.

Quelques nouvelles pour terminer?

R.J. : Créer un avenir meilleur signifie aussi tendre la main à ceux qui sont moins privilégiés. C'était précisément l'idée de Wella Professionals en fondant 'Making Waves', notre nouveau partenariat avec UNICEF. Wella et UNICEF réunissent leurs efforts pour offrir un programme complet qui enseigne des compétences de base aux jeunes défavorisés et leur transmet ainsi des compétences professionnelles essentielles tout en leur donnant la possibilité de suivre une formation spécialisée dans la coiffure. Ce partenariat 'Making Waves' permet également à des coiffeurs des salons Wella de s'engager dans un nouveau programme de mentoring pour coiffeurs. Pour l'instant, ce partenariat se concentre sur le Brésil, mais à terme s'étendra vers d'autres pays.

Je trouve vraiment passionnant notre programme 'Making Waves'. Un grand merci pour le soutien d'Intercoiffure Mondial – vous êtes la première association à donner son appui à ce programme. Ceci nous aidera à transformer les vies de nombre de jeunes adultes dans le besoin, partout dans le monde.

Juntos, DAR FORMA AL FUTURO del peinado

ENTREVISTA ROBERT JONGSTRA, PRESIDENTE P&G SALON PROFESSIONAL

P&G SALON PROFESSIONAL E INTERCOIFFURE MONDIAL COMPARTEN UNA PASIÓN POR EL SECTOR DEL PEINADO Y BUSCAN CONSTANTEMENTE APORTAR SU APOYO A LOS PELUQUEROS. ROBERT JONGSTRA, GLOBAL PRESIDENT P&G SALON PROFESSIONAL, UNA DIVISIÓN DE P&G BEAUTY & GROOMING, NOS HABLA DE LA GAMA COMPLEMENTARIA DE 5 MARCAS ICÓNICAS DE SALON PROFESSIONAL, TALES COMO WELLA PROFESSIONALS Y SEBASTIAN PROFESSIONAL Y DE SU IMPLICACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR.

¿ De qué manera P&G Salon Professional apoya a los peluqueros ?

Robert Jongstra: Ante todo, nos anima la doctrina "¡el estilista es el jefe!". Nosotros trabajamos para los estilistas, estamos atentos a sus necesidades y les integramos en la creación de nuevos productos, servicios o tendencias.

En los últimos años, nos hemos entrevistado con más de 20,000 estilistas y sus clientes por todo el mundo. Estas conversaciones nos han permitido entender cómo podemos reforzar aún más nuestra alianza y responder a sus necesidades – trátase de aquellas que proceden de su trabajo creativo o de su papel de empresario. Todo lo que hemos aprendido se refleja en nuestra oferta a los estilistas: nuestra gama de 5 marcas icónicas como Wella Professionals o Sebastian Professional, sus productos y servicios, así como en nuestro apoyo 360°. Más importante aún es el hecho de que nuestra oferta permite a los peluqueros satisfacer TODOS los deseos que sus clientes pueden formular con respecto a su cabello. Estoy sinceramente convencido de que disponemos de una oferta muy completa que nadie más propone.

¿ Qué podemos esperar de P&G Salon Professional en 2011 ?

R.J. : ¡ Espere mucho ! En 2011 continuaremos invirtiendo en el sector. Anunciaremos noticias importantes sobre todas nuestras marcas, nuevos productos y nuevos servicios. Con el lanzamiento de Wella Professionals Care and Styling por ejemplo, ampliaremos nuestra oferta en el campo del Care and Styling. Asimismo en 2011, marcas como Sebastian, Clairol y Nioxin, que es la primera marca en el tratamiento del cabello que se afina, se pondrán a disposición de un mayor número de peluquerías y se introducirán en más mercados a escala mundial. Por ejemplo lanzamos Sebastian en India en 2010 y hoy en día hemos obtenido excelentes resultados. Seguiremos apoyando a los estilistas en el desarrollo de sus negocios por medio de un dispositivo que llamamos, apoyo a 360° - éste reúne servicios a las empresas a la medida, inspiraciones sobre las tendencias dominantes en el sector, innovaciones radicales y programas de formaciones sólidos.

Hablando de formación – ¿ de qué manera P&G Salon Professional cuenta apoyar a los estilistas en 2011?

R.J. : Hacemos todo por mejorar permanentemente nuestra oferta de formación. Desde las últimas técnicas, pasando por la formación sobre el producto hasta el aprendizaje de la parte business,

transmitimos con nuestros programas de formación todas las competencias y todas las herramientas que necesitan los peluqueros para seguir manteniendo el adelanto en su actividad. Ya el día de hoy, P&G Salon Professional organiza 90.000 eventos educativos en el mundo entero, llegando así a más de 1.8 millones de peluqueros por año. Además de todo ello, implementamos E-Education – la formación en línea es una excelente manera de volver accesible nuestra oferta de formación a un mayor número de peluqueros.

Intercoiffure Mondial y P&G Salon Professional son socios desde hace mucho tiempo. ¿ Cómo ve usted el futuro ?

R.J. : Esta alianza tiene una larga historia. Somos y seguiremos siendo un socio de ICD comprometido. Por cierto ya hemos anunciado nuestro apoyo para el Congreso Mundial ICD que se celebrará en Roma en 2012.

También, a todo lo largo del año 2011, P&G Salon Professional e ICD trabajarán conjuntamente con peluquerías clave en el mundo entero con el objetivo de proponer apoyo en los campos del marketing y del empresariado, pero también compartiendo pericia en las tendencias y proponiendo programas de formación de gran calidad.

¿ Algunas noticias para el final ?

R.J. : Crear un futuro mejor significa igualmente ayudar a los menos privilegiados. Fue justamente la idea de Wella Professionals al fundar 'Making Waves', nuestra nueva alianza con UNICEF. Wella y UNICEF reúnen sus esfuerzos para ofrecer un programa completo que enseña competencias de base a los jóvenes desfavorecidos y les transmite así competencias profesionales esenciales dándoles al mismo tiempo la posibilidad de seguir una formación especializada en el peinado. Esta alianza 'Making Waves' permite asimismo a peluqueros de las peluquerías Wella comprometerse en un nuevo programa de mentoring para peluqueros. Por el momento, esta alianza se concentra en Brasil, pero dentro de algún tiempo se extenderá a otros países. Me parece realmente estupendo nuestro programa 'Making Waves'. Muchas gracias por el apoyo de Intercoiffure Mondial – ustedes son la primera asociación en brindar su apoyo a este programa. Ello nos ayudará a transformar las vidas de un gran número de jóvenes adultos necesitados, en todas partes del mundo.



WELLA
PROFESSIONALS

PROFESSIONAL
SEBASTIAN.

SASSOON
PROFESSIONAL

Kadus
PROFESSIONAL

NIOXIN.



planet

BLOND

BLOND IS THE MOST CHALLENGING HAIR COLOR

Farbe bitte! Color macht Frauen zu Fashionistas. Blond ist die herausforderndste Haarfarbe und löst seit jeher eine große Faszination aus. Blond ist ein Versprechen und Blondinen sind die Stars.

De la couleur s'il vous plaît ! La couleur transforme les femmes en Fashionistas. Le blond est la couleur de cheveux la plus ambitieuse et qui suscite depuis toujours une grande fascination. Le blond est une promesse et les blondes sont les stars.

¡Color por favor! El color transforma a las mujeres en Fashionistas. Rubio es el color de cabello más ambicioso y siempre despierta una gran fascinación. El rubio es una promesa y las rubias son las estrellas.

COLOR PLEASE! COLOR CHANGES WOMEN INTO FASHIONISTAS. BLOND IS THE MOST CHALLENGING HAIR COLOR AND HAS ALWAYS TRIGGERED GREAT FASCINATION. BLOND IS A PROMISE AND BLONDES ARE STARS.



BLONDES ARE STARS.



LE BLOND EST UNE PROMESSE ET LES BLONDES SONT DES STARS.



MODERN GODDESSES AND IT-GIRLS LOVE THE BLOND ATTITUDE OF LIFE: CLAUDIA SCHIFFER, SIENNA MILLER, KATE BOSWORTH, MADONNA AND LADY GAGA ARE AMONG THE FLAGSHIP BLONDES. WHAT WOULD THEY BE WITHOUT THEIR COLORIST? NO HAIR COLOR IS SO WIDE IN NUANCES – COOL ICE BLOND OR WARM SHADES OF HONEY, GREY BLOND OR PASTEL BLOND. THE GLAMOUR COLOR STANDS FOR THE ETERNAL PROMISE OF FEMININE SENSUALITY, SEDUCTION AND INNOCENCE. ONLY AN EXCELLENT COLORIST KNOWS HOW TO ADJUST THE ADEQUATE BLOND SHADE TO THE CLIENT'S SKIN AND CHARACTER. AND WHEN THIS BLOND TRANSFORMATION IS PERFECTLY IMPLEMENTED, IT IS NEARLY AS IF THE CREATIVE IS PERFORMING MAGIC.

planetBLOND

BLOND IST DIE HERAUSFORDERNSTE HAARFARBE

Blond ist ein Versprechen und Blondinen sind die Stars. Moderne Göttinnen und It-Girls lieben das Lebensgefühl Blond: Claudia Schiffer, Sienna Miller, Kate Bosworth, Madonna und Lady Gaga zählen zu den Vorzeige-Blondinen. Was wären sie ohne ihren Coloristen! Keine Haarfarbe ist so nuancenreich – kühles Iceblond oder warme Honigtöne, Graublond oder Pastellblond. Die Glamour-Color steht für das ewige Versprechen weiblicher Sinnlichkeit, Verführung und Unschuld. Nur ein exzellenter Colorist versteht es, den passenden Blondton auf die Haut und das Wesen der Kundin abzustimmen. Und wenn diese Blond-Verwandlung perfekt umgesetzt wurde, ist es fast so als hätte der Kreative gezaubert.

Le blond est une promesse et les blondes sont des stars. Les déesses modernes et les it-girls aiment la blonde attitude : Claudia Schiffer, Sienna Miller, Kate Bosworth, Madonna et Lady Gaga comptent parmi les blondes modèles. Que seraient-elles sans leur coloriste ? Aucune couleur n'est composée d'autant de nuances – blond glacé ou tons chaleureux de miel, blond gris ou blond pastel. La couleur glamour est synonyme de l'éternelle promesse de la sensualité féminine, de la séduction et de l'innocence. Seul un coloriste d'excellence saura accorder la nuance de blond appropriée à la peau et au tempérament de la cliente. Et quand cette métamorphose a été réalisée parfaitement, c'est presque comme si le créatif avait exécuté un tour de magie.

EL RUBIO ES UNA PROMESA Y LAS RUBIAS SON LAS ESTRELLAS.

LAS DIOSAS MODERNAS Y LAS IT-GIRLS SE APASIONAN POR LA ACTITUD RUBIA: CLAUDIA SCHIFFER, SIENNA MILLER, KATE BOSWORTH, MADONNA Y LADY GAGA SON ENTRE LAS RUBIAS MÁS REPRESENTATIVAS. ¿QUÉ SERÍAN SIN SU COLORISTA? NO HAY OTRO COLOR QUE SE COMPONGA DE TANTOS TONOS - RUBIO FRÍO O Matices CALOROSOS DE MIEL, RUBIO GRIS O RUBIO PASTEL. ESTE COLOR GLAMOUR ES SINÓNIMO DE PROMESA ETERNA DE SENSUALIDAD FEMININA, SEDUCCIÓN E INOCENCIA. SÓLO UN EXCELENTE COLORISTA AJUSTARÁ EL PERFECTO TONO DE RUBIO A LA PIEL Y LA NATURALEZA DEL CLIENTE. Y CUANDO ESTA TRANSFORMACIÓN EN RUBIO ESTÁ PERFECTAMENTE REALIZADA, ES CASI COMO EL CREATIVO HABÍA REALIZADO UN TRUCO DE MAGIA.



www.loup.de

NEW SPACE FOR YOUR CREATIVE INSPIRATION

LA BIOTHETIQUE Ossig hairstyle & beauty, Wien

www.olymp.de
 OLYMP GmbH & Co. KG ~ Hohenheimer Str. 91-97 ~ 70184 Stuttgart, Germany ~ Fon +49 711 2131-0 ~ E-Mail: service@olymp.de

OLYMP[®]
 BEST SALON INSPIRATION

help for Education

BEAUTY WORKS



WORLDWIDE CHARITY POWER. "EDUCATION FOR LIFE" STANDS FOR FUTURE

A WAY OUT OF THE SLUMS. HELP FOR SUBSISTENCE TO YOUNG PEOPLE. INTERCOIFFURE MONDIAL LAUNCHED A TRAINING PROJECT WITH THE SUPPORT OF WELLA PROFESSIONALS AND L'ORÉAL, IN ORDER TO START A RELIEF PROGRAMME THANKS TO THE STRENGTH OF ACTION OF ITS ORGANISATION. "WE CONSIDER IT OUR DUTY TO ENCOURAGE YOUNG PEOPLE AND GIVE THEM PROSPECTS FOR THE FUTURE" SAYS KLAUS PETER OCHS, PRESIDENT INTERCOIFFURE MONDIAL. SINCE 2004 FIVE HAIRDRESSING SCHOOLS HAVE BEEN OPENED AND THERE ARE MORE TO COME - BEAUTY OF THE GOOD.

FORTALEZA (BRAZIL)

TRAINING FOR THE FUTURE.

Fortaleza is a shelter located in the North of Brazil for abused children and teenagers. They come from the streets, have no family and no social ties. Drugs and prostitution belong to the kids' every day life. "Education for Life" in Fortaleza and its relief program supports teenagers aged 16 to 21. In the training centre the trainees become young professionals in hairdressing. 193 teenagers have been trained so far.

UNE FORMATION EN GAGE D'AVENIR.

Fortaleza est un refuge situé au Nord de Brésil, pour les enfants et les jeunes maltraités ou en danger. Ils viennent de la rue, n'ont ni famille ni attache sociale. La drogue et la prostitution font partie du quotidien de ces enfants. Le programme "Education for Life" à Fortaleza vient en aide à des adolescents de 16 à 21 ans. Dans le centre de formation les apprentis deviennent des jeunes professionnels de la coiffure. A ce jour, 193 jeunes ont été formés.

LERNEN ZU LEBEN.

Ausbildung für die Zukunft. Fortaleza ist ein Zufluchtsort für misshandelte und gefährdete Kinder und Jugendliche im Norden Brasiliens. Sie kommen von der Straße, sind ohne Familie, haben keine sozialen Bande. Drogen und Prostitution gehören zum Kinder-Alltag. "Education for Life" unterstützt in Fortaleza Teenager zwischen 16 und 21 Jahren mit seinem Hilfsprogramm. Im Trainingscenter werden die Auszubildenden zu jungen Friseur-Profis. 193 Jugendliche wurden bisher ausgebildet.

UNA FORMACIÓN PARA LA VIDA.

Fortaleza es un refugio en el Norte de Brasil, para los niños y jóvenes maltratados o en peligro. Vienen de la calle, no tienen ni familia ni arrimo en la sociedad. Las drogas y la prostitución son parte del cotidiano de estos niños. El programa social « Education for Life » en Fortaleza, por su parte, ayuda a los jóvenes entre 16 y 21 años. En este centro de formación, los aprendices se vuelven en verdaderos profesionales de la peluquería. Se cuentan unos 193 jóvenes formados hasta ahora.



Hairdressing courses in Timisoara



KINDERZUKUNFT (ROMANIA)

CHARITY COMMITMENT IN ROMANIA.

A second training centre was created in 2006 in Timisoara, in collaboration with the Rudolf Walther Foundation, equipped by Welonda and supplied with Wella Professionals products. Street kids and youngsters from a socially weak background can be trained to hairdressing in a six-month course. 14 places are allocated each year. The trainees take an exam and receive a certificate recognized by the State, the best pre-condition for employment. In the last 3 years, 55 children received their official hairdressing diploma.

ENGAGEMENT CARITATIF EN ROUMANIE.

Un deuxième centre de formation a été créé en 2006 à Timisoara, en collaboration avec la Fondation Rudolf Walther, équipé par Welonda et approvisionné en produits Wella Professionals. Les enfants de la rue et les jeunes venus de milieux sociaux difficiles peuvent y être formés à la coiffure au moyen d'une formation de six mois. 14 places sont attribuées chaque année. Les apprentis passent un examen et reçoivent un certificat reconnu par l'Etat – la meilleure prédisposition à l'emploi. 55 jeunes ont reçu leur diplôme officiel de coiffeur au cours des 3 dernières années.

CHARITY-EINSATZ IN RUMÄNIEN.

Ein zweites Trainingscenter ist 2006 gemeinsam mit der Rudolf-Walther-Stiftung in Timisoara realisiert worden, eingerichtet von Welonda, versorgt mit Wella Professionals Produkten. Straßenkinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien können sich in einem sechs-monatigem Kurs zum Friseur schulen lassen - 14 Plätze werden im Jahr vergeben. Die Schüler legen eine staatlich anerkannte Prüfung mit Zertifikat ab, beste Voraussetzung für eine Anstellung. In den letzten 3 Jahren haben 55 Kinder ihrem Friseur-Diplom erhalten.

COMPROMISO CARITATIVO EN RUMANIA.

Un segundo centro de formación ha sido creado en 2006 en Timisoara, en colaboración con la Fundación Rudolf Walther, equipado por Welonda y abastecido con productos Wella Professionals. A los niños de la calle y los jóvenes de medios precarios se les enseña la peluquería por medio de una formación de seis meses en la que se atribuyen cada año 14 plazas. Los aprendices pasan un examen y reciben un diploma certificado por el Estado – la mejor predisposición al empleo. En los últimos 3 años, 55 jóvenes recibieron un certificado oficial de la peluquería.



INTERCOIFFURE ROMANIA SCHOOL

A 2ND CHANCE.

Two hairdressing schools certified by the Romanian government have been launched lately, the first one in Bucharest with 28 students, and the 2nd one in Buzau, 120 kilometres north east from the capital, with 40 students being all orphans. All these kids aged minimum 18 benefit from a 6 month course. Good news: all those who passed the exams consequently found a job!

UNE 2ÈME CHANCE.

Deux écoles de coiffure certifiées par le gouvernement roumain ont été ouvertes dernièrement, la première à Bucarest avec 28 élèves et la seconde à Buzau, 120 kilomètres au nord est de la capitale, avec 40 élèves ayant pour particularité d'être orphelins. Tous ces jeunes âgés de minimum 18 ans suivent une formation de 6 mois. La bonne nouvelle : tous ceux qui ont réussi leurs examens ont trouvé un emploi !

EINE 2. CHANCE

Vor kurzem wurden zwei von der rumänischen Regierung beurkundete Friseurschulen eröffnet. Die erste in Bukarest mit 28 Schülern, und eine weitere in Buzau, 120 km nordöstlich von der Hauptstadt entfernt, mit 40 Schülern, die alle Waisen sind. Diese jungen Leute, mit einem Mindestalter von 18 Jahre, machen hier eine 6-monatige Ausbildung. Die gute Nachricht ist, dass all diejenigen, die ihre Prüfung schafften, auch anschließend einen Arbeitsplatz gefunden haben!

UNA 2DA OPORTUNIDAD.

Dos escuelas de Peluquería certificadas por el Gobierno Rumano se han lanzado últimamente, la primera en Bucarest con 28 estudiantes, y la segunda en Buzau, 120 kilómetros al noreste de la capital, con 40 estudiantes teniendo por particularidad de ser todos huérfanos. Todos estos niños de edad mínima de 18 años se beneficiarán de un curso de 6 meses. ¡Buenas noticias: todos los que aprobaron los exámenes encontraron empleo en consecuencia!



BEAUTY WORKS



TESOURINHA (BRAZIL)

SMALL SCISSORS FOR BIG ACTION.

Tesourinha means small scissors and is a project that was founded by Ivan Stringhi in 1992 in the slums of Sao Paulo. "Education for Life" now supports this initiative, in order to expand the work to other areas of Sao Paulo and further Brazilian states. More than 17.000 trainees in hairdressing work already, 38 instructors are involved in this project. Tesourinha introduced itself on the occasion of Intercoiffure's 20th World Congress in Rio de Janeiro in 2008.

DES PETITS CISEAUX POUR UNE GRANDE ACTION.

Tesourinha signifie „petits ciseaux“ et désigne un projet fondé par Ivan Stringhi en 1992 dans les bidonvilles de Sao Paulo. "Education for Life" soutient désormais cette initiative, afin d'amener du travail dans d'autres quartiers de Sao Paulo et dans d'autres Etats du Brésil. Plus de 17.000 apprentis de la coiffure travaillent déjà, 38 enseignants sont impliqués dans ce projet. Tesourinha a été présenté à l'occasion du 20ème Congrès Mondial d'Intercoiffure à Rio de Janeiro en 2008.

KLEINE SCHEREN MIT GROSSER WIRKUNG.

Tesourinha bedeutet kleine Scheren und ist ein Projekt, das von Ivan Stringhi 1992 in den Slums von Sao Paulo gegründet wurde. "Education for Life" unterstützt nun diese Initiative, um die Arbeit auf andere Teile Sao Paulos und weitere brasilianische Städte auszuweiten. Mehr als 17.000 Friseur-Schüler arbeiten bereits, 38 Lehrer sind in das Project involviert. Tesourinha wurde während des 20. Intercoiffure Weltkongresses in Rio de Janeiro in 2008 präsentiert.

PEQUEÑAS TIJERAS POR UNA GRAN ACCIÓN.

Tesourinha, "pequeñas tijeras" en español, es un proyecto fundado por Ivan Stringhi en 1992 en las chabolas de São Paulo. "Education for Life" apoya desde entonces esta iniciativa para que el trabajo se instale en demás barrios de São Paulo y Estados brasileños. Más de 17.000 aprendices en peluquería ocupan hoy un empleo; 38 profesores se han involucrado en el dicho proyecto. Se presentó Tesourinha en la ocasión del Vigésimo Congreso Mundial Intercoiffure en Rio de Janeiro en 2008.

KINDERZUKUNFT (BOSNIA)

EINEN NEUEN ANFANG ANBIETEN.

In November 2008 wurde eine 5. „Education for Life“ Ausbildungsstätte im Kinderdorf „Selo Mira“ in Bosnien-Herzegowina eröffnet. „In dem vom Bürgerkrieg nach wie vor stark belasteten Bosnien können wir den Teenagern zu einer Berufsausbildung verhelfen, und somit einen Beitrag leisten, ihnen trotz ihrer schwierigen Situation und den traumatisierenden Kriegserinnerungen eine Zukunft zu geben“, berichtet Jens Dagné – Vorsitzender des „Education for Life“ Komitees. 30 junge Damen sind derzeit an einem 3 jährigen Berufsausbildungs-Programm beteiligt.



CASA DO MENOR (BRAZIL)

THE PILOT PROJECT OF GOOD DEED.

"Education for Life" started in Brazil in 2004. The "Casa Do Menor" is located in the favelas of Rio de Janeiro. Each year, 80 young people are trained to the basics of hairdressing. The aim: give young people a professional perspective, in order for them to earn a living, free from crime and drugs. Still, the rate of unemployment in certain areas is close to 27%. "Casa Do Menor" is a great chance. In the past six years 90% of the trainees have found a job.

LE PROJET PILOTE DE LA BONNE ACTION.

"Education for Life" a débuté en 2004 au Brésil. La "Casa Do Menor" est située dans les favelas de Rio de Janeiro. Chaque année 80 jeunes y apprennent les bases de la coiffure. L'objectif : offrir aux jeunes des perspectives professionnelles, afin qu'ils puissent gagner eux-mêmes leur vie – libérés de la criminalité et de la drogue. Dans certaines régions le taux de chômage avoisine tout de même les 27%. "Casa Do Menor" est une chance immense. Au cours des six années passées, 90% des apprentis ont trouvé un emploi.

DAS PILOTPROJEKT DER GUTEN TATEN.

Bereits 2004 startete "Education for Life" in Brasilien. Das "Casa Do Menor" liegt in den Favelas von Rio de Janeiro. Jährlich bekommen dort 80 jungen Menschen eine Friseur-Basis-Ausbildung. Das Ziel: Jugendlichen eine berufliche Perspektive zu geben, damit sie ihren Lebensunterhalt selbst verdienen - frei von Kriminalität und Drogen. Immerhin liegt die Arbeitslosenquote in manchen Regionen bei 27 Prozent. "Casa Do Menor" ist eine große Chance - in den vergangenen sechs Jahre fanden 90 Prozent der Trainees einen Job.

EL PROYECTO PILOTO DE LA BUENA ACCIÓN.

"Education for Life" se inició en Brasil en 2004. La "Casa Do Menor" se ubica en las favelas de Rio de Janeiro. Son 80 jóvenes que estudian cada año las bases de la peluquería. El objetivo: ofrecerles perspectivas profesionales para que puedan ganarse la vida ellos-mismos – así lejos de la criminalidad y de las drogas. En algunas regiones, la tasa de criminalidad alcanza aún los 27%. "Casa Do Menor" es una oportunidad inmensa – 90% de los aprendices consiguieron un trabajo en los últimos seis años.



HELP FOR EDUCATION. BEAUTY WORKS.

Social Project:
Education for Life

Bank account:
0274 - 880288.62G

Account Holder:
Intern. des Coiffeurs des Dames,
I.C.D. Intercoiffure-Interbeauté-
Mondial

Title of account:
Education for Life

BIC:
UBSWCHZH80A

IBAN Code:
CH41 0027 4274 8802 8862G

Bank:
UBS AG, Postfach
CH-8098 Zürich



help for Education help for Education

KINDERZUKUNFT (BOSNIA)

OFFERING A FRESH NEW START.

In November 2008, a 5th "Education for Life" centre was launched in the children's village of "Selo Mira" in Bosnia-Herzegovina. "In Bosnia, a country devastated by civil war, we can help teenagers getting a professional training, and thus contribute to offering them a future despite their difficult situation and the traumatic memories of war", says Jens Dagné – Chairman of the "Education for Life" Committee. 30 young ladies are currently taking part in a 3 year professional education session.

OFFRIR UN NOUVEAU DÉPART.

En novembre 2008, un 5ème centre "Education for Life" a été créé dans le village d'enfants de « Selo Miora », en Bosnie-Herzégovine. « En Bosnie, pays dévasté par la guerre civile, nous pouvons aider les adolescents à acquérir une formation et ainsi contribuer à leur offrir un avenir malgré leur situation difficile et les souvenirs traumatisants de la guerre », dit Jens Dagné – responsable du Comité "Education for Life". 30 jeunes femmes participent actuellement à une formation professionnelle d'une durée de 3 ans.

OFRECER UN NUEVO PUNTO DE PARTIDA.

En noviembre de 2008, se abrió un 5º centro "Education for Life" en el pueblo para niños "Selo Mira", en Bosnia-Herzegovina. "En Bosnia, país devastado por la guerra civil, podemos ayudar a los adolescentes conseguir capacitación profesional, y así contribuir a ofrecerles un futuro pese a su condición difícil y a los recuerdos traumáticos de la guerra", dice Jens Dagné – Presidente del Comité "Education for Life". 30 mujeres jóvenes están participando de momento en una sesión de capacitación profesional de 3 años.



COLORE ME

WHAT IS THE MEANING, WHAT HAIR COLOR FITS TO THE CURRENT LIFESTYLE? BLOND, BRUNETTE, RED OR BLACK?



KUHN THE SCHOOL • SWITZERLAND

COLOR AS A TRENDY FASHION STATEMENT.

Only with different hair colors the many facets of personality come to light. Colorists are true artists who, with the perfect coloration, shading and / or streak technique, move the aura of a woman in a special way and in the right light. It is a matter of glamour colors and special effects for the hair. Blond stands for eroticism, lust for life and clarity; red stands for alluring sensuality; brunettes for hot-blooded adventurers and black for magical divas. Color as a trendy fashion statement.

kp OCHS • made in paris [photo: zajaczek.com]





HETTY KOSASIH • INDONESIA

COLORME

WONACH STEHT DER SINN, WELCHE COLORATION PASST ZUM AKTUELLEN LEBENSGEFÜHL? BLOND, BRÜNETTE, ROT ODER SCHWARZ?

Mit den unterschiedlichsten Haarfarben kommen erst die vielseitigen Facetten der Persönlichkeit ans Licht. Und Coloristen sind wahrhafte Künstler, die mit der perfekten Coloration, Tönung oder Strähnentechnik die Ausstrahlung einer Frau auf ganz besondere Weise ins rechte Licht rücken können. Es geht um Glamour-Farben und Special-Effects fürs Haar. Blond steht für Erotik, Lebenslust und Klarheit; Rot für verführerische Sinnlichkeit; Brünette für rassige Abenteuerinnen und Schwarz für magische Diven. Color als trendiges Fashion-Statement.

A quoi aspire-t-on, quelle coloration convient à l'art de vivre actuel ? Blonde, brune, rouge ou noire ? Seules les couleurs de cheveux les plus différentes révèlent les multiples facettes de la personnalité. Et les coloristes sont de véritables artistes, qui peuvent avec la coloration, la teinte ou la technique de mèches parfaites, mettre l'aura d'une femme en valeur d'une manière toute particulière. Il s'agit de couleurs glamour et d'effets spéciaux pour le cheveu. Le blond désigne l'érotisme, la joie de vivre et la clarté, le rouge la sensualité séductrice, le brun les aventurières racées et le noir les divas magiques. La couleur pour déclaration de mode tendance.

¿Qué es lo que aspiramos, qué color de cabello conviene al estilo de vida actual? Rubio, moreno, pelirrojo o negro? Sólo los colores de cabello más distintos revelan los aspectos múltiples de la personalidad. Y los coloristas son verdaderos artistas que, con la coloración, la tinta o las técnicas de mechas perfectas, pueden poner de relieve el aura de una mujer de manera bien particular. Tratamos de colores glamour y efectos especiales para el cabello. El rubio corresponde al erotismo, la alegría por la vida y la claridad; el rojo a la sensualidad seductora; el moreno a las aventureras elegantes y el negro a las divas mágicas. El color como declaración de moda a la última.



JULIE FARRAGHER • AUSTRALIA



NEW WELLA PROFESSIONALS STYLING EXPRESS YOUR STYLE WITH BOOSTED CHARISMA

Amplify styling control with new Velvet Amplifier, a style primer that improves virtually any style, including short, textured shapes created with Pearl Styler Styling Gel. Go beyond style to express charisma with any look. Learn more at www.wella.com

WELLA. PASSIONATELY PROFESSIONAL.

WELLA
PROFESSIONALS

COLOR ALS TRENDIGES FASHION-STATEMENT



INTERCOIFFURE ROMANIA



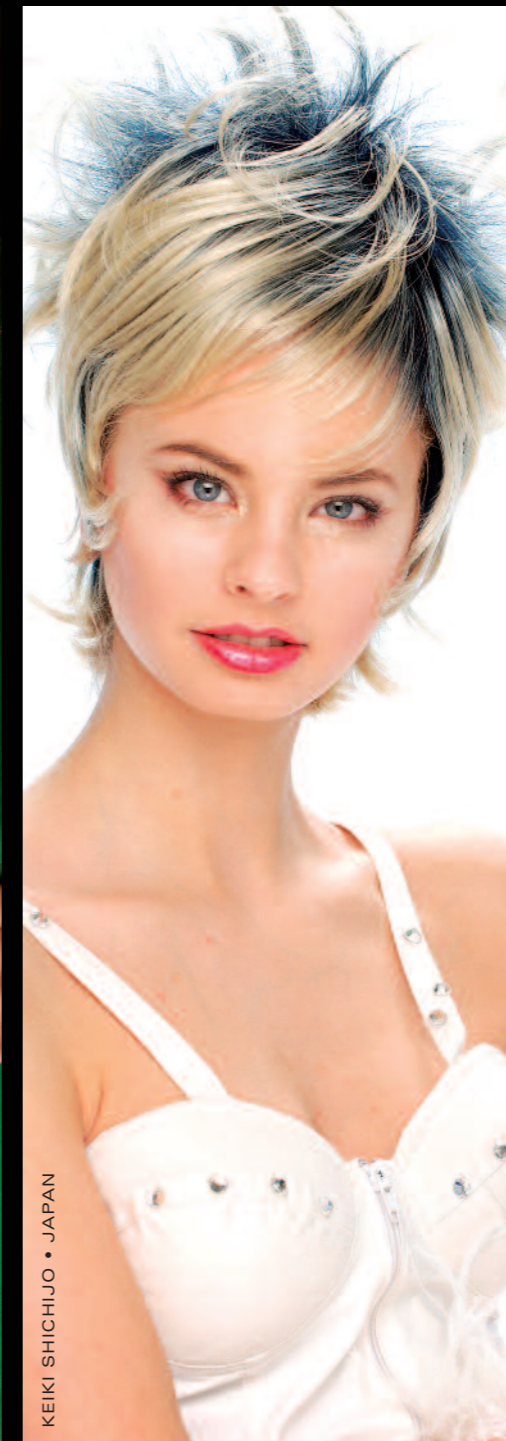
JONAS HERLITSCHEK • FG DENMARK



LINDA ERIKSSON • DENMARK



JESUS ROMERO • SPAIN



KEIKI SHICHIGO • JAPAN



LUIS DEL AGUILA REATEGUI • PERU



YU-JU DAI • TAIWAN

Color accents as creative inspirations and head-strong style: whether in soft powder shades, in blue neon colors or as blond highlights. The color schemes are distinct, different, wonderful.

Color-Akzente als kreative Inspiration und eigenwilliger Stil: ob in soften Pudertönen, in blauen Neonfarben oder als blonde Highlights. Die Farbspiele sind eigen, anders, wunderbar.

Accentuations de couleur pour inspiration créative et style délibéré : en guise de délicates nuances poudrées, de couleurs bleu néon ou en tant que reflets blonds. Les jeux de couleurs sont uniques, différents, magnifiques.

Acentos de color como inspiración creativa y estilo deliberado: sean sombras en polvo delicado, azul de néon o reflejos rubios. Las combinaciones de colores son únicas, diferentes y hermosas.

The New Trend Vision 2011

**LUMINA**

Lumina is set around the future of sophistication where state-of-the-art science and technology are propelling luxury to new levels. Metallic shades of soft, flowing fabrics drape around runway models giving a futuristic but feminine silhouette, while scientists collaborate with designers to create new garment technologies that give a liquid-like finish. For hair, this gives a futuristic twist to the precise, asymmetrical cut. This luminosity and liquid movement are enhanced by subtle tones strategically placed for maximum effect. "For color, this trend is really focused on very light, pale hair," says Josh Wood. "We have concentrated on solid colors as the look is about a multitude of different metallics."

GLAMAZON

Primitive raw energy transplanted to the city provides the drive for this look. Inspired by undiscovered, mysterious worlds like the Amazon, modern beauty needs to survive in her own city 'jungle'. Her wild state of mind leads to strong, glamorous looks that rely on earthy shades with striking color accents. There is a boldness from the controlled wildness of the hair combined with exaggerated volume for instant impact. "I wanted the girl to have really thick, lioness hair that was a cross between Bardot and an Amazonian woman," explains Eugene Souleiman. "It's raw sexuality rather than looking too glamorous." Color is inspired by rich browns and gorgeous golds of the Amazon scattered through the ends of the hair to add shimmering glamour that doesn't look overdone.

PASSIONISTA

Inspired by the trend for assertive sensuality, new sophisticated codes of passion are setting our hearts racing. Cascading waves combine with tumbling curls to create an elegant effect, full of movement and body. The shape is controlled and defined, yet has a softness that makes it seductive. Color too is bold and impactful. "There's a real statement in red at the moment and it's a new red," says Josh Wood. "It's bold, it's strong, it's passionate, it's vivacious. It's a red that a certain kind of woman can wear." Eugene Souleiman adds: "Red's the kind of like a colour that you associate with romance but we've not gone romantic with her. We've made her very glamorous, very sophisticated and really sexy."

POLARIS

This is a trend of contrasts, daring and dramatic. Celebrating the power of women and audacious femininity, the modern career woman is confidence personified and a force to be reckoned with. A highly defined, statement cut, this look is born from sculptured shapes with precision styling. A high-shine finish adds to the dramatic impact. Explains Eugene Souleiman: "This look is about negative and positive with very dark and very light colors as I wanted to do something that was incredibly graphic and ladylike, but in a really hard way." Josh adds: Contrasting colors are what make this look so dynamic. The concept of negative and positive co-existing has been brought to life through the combined use of very dark and very light colors."



Wella Professionals' Global Creative Directors
Josh Wood (Color) and Eugene Souleiman (Care & Styling)

WELLA PROFESSIONALS' TREND VISION 2011 INSPIRES HAIRDRESSERS ACROSS THE GLOBE TO FREE THEIR CREATIVE POTENTIAL

With the outstanding talents of Wella Professionals Global Creative Directors **Eugene Souleiman** and **Josh Wood**, Wella Professionals unveil Trend Vision 2011: Lumina, Glamazon, Passionista and Polaris – an exciting and dynamic portfolio of trends that will set the pace for next season. The portfolio of Haute Couture styles celebrates the contemporary, chic and confident woman who wants to make their mark with a hairstyle. Using research from renowned international trend agencies covering socio-cultural movements, Wella Professionals Trend Vision distills the key style movements. These provide the Global Creative Directors and the Wella Professionals Creative Team with concepts to set about creating the Haute Couture looks that will set the scene for the in-demand styles next season.



Make Your Mark!

WELLA PROFESSIONALS TREND VISION 2011 INSPIRIERT FRISEURE AUF DER GANZEN WELT DAZU, IHRER KREATIVITÄT FREIEN LAUF ZU LASSEN

Im Beisein der herausragenden Talente von Wella Professionals Global Creative Directors **Eugene Souleiman** und **Josh Wood** enthüllt Wella Professionals die Trend Vision 2011: Lumina, Glamazon, Passionista und Polaris – eine aufregende und dynamische Palette an Trends, die in der kommenden Saison den Ton angeben werden. Die Palette von Haute Couture Stilen zelebriert die zeitgemäße, schicke und selbstbewusste Frau, die mit ihrem Haarstil Eindruck machen will. Mit Hilfe der Forschungsergebnisse von namhaften internationalen Trendagenturen, die sozio-kulturelle Entwicklungen beobachten, hat Wella Professionals Trend Vision die wichtigsten Stilentwicklungen herauskristallisiert. Diese Ergebnisse liefern den Global Creative Directors und dem Wella Professionals Creative Team Leitbilder, anhand derer sie Haute Couture Frisuren entwickeln, die die Grundlage bilden für die angesagten Stile der nächsten Saison.

LUMINA

Lumina ist angesiedelt in der Zukunft der Raffinesse, in der Wissenschaft und Technik auf dem neuesten Stand Luxus zu neuen Ebenen erheben. Weicher, fließender Stoff mit metallischen Tönen ist um Laufsteg-Models drapiert und erzeugt eine futuristische, aber dennoch feminine Silhouette. Derweil arbeiten Wissenschaftler mit Designern zusammen an der Entwicklung neuer Textiltechniken, die eine an Flüssigkeit erinnernde Stoffoberfläche hervorbringen. Auf das Haar übertragen, entspricht dies einem futuristischen Element im präzisen, asymmetrischen Schnitt. Diese Leuchtkraft und diese fließende Bewegung werden verstärkt durch dezente, an strategischen Stellen angebrachte Farbtöne, die dadurch die größtmögliche Wirkung entfalten. "Was Farbe angeht, konzentriert sich dieser Trend hauptsächlich auf sehr helles, bleiches Haar", sagt Josh Wood. "Wir haben uns auf klare Farben konzentriert, da in diesem Look schon eine Vielzahl von metallischen Tönen enthalten sind."

GLAMAZON

Ursprüngliche, unverfälschte Energie, die in die Stadt verpflanzt wurde, ist die treibende Kraft für diesen Look. Angeregt von unentdeckten, geheimnisvollen Welten wie die der Amazonen, muss die moderne Schönheit in ihrem eigenen 'Großstadtdschungel' überleben. Ihr wildes Wesen gebiert einen starken, glanzvollen Look, der von Erdtönen mit eindrucksvollen Farbakzenten getragen wird. Man spürt die Verwegenheit in der gebändigten Wildheit ihres Haares, dessen überdimensioniertes Volumen sofort beeindruckt. "Ich wollte dass das Mädchen eine richtig dichte Löwenmähne hat; eine Mischung aus Bardot und einer Frau aus Amazonien" erklärt Eugene Souleiman. "Es ist unverfälschte Sexualität und sieht nicht zu glanzvoll aus." Die Farben sind inspiriert von sattem Braun und vom prachtvollen Gold des Amazonas, das über die Haarspitzen gestreut wird, um Glanzeffekte hervorbringen, ohne jedoch übertrieben zu wirken.

PASSIONISTA

Angefeuert von dem Bestreben nach selbstbewusster Sinnlichkeit lassen neue, verfeinerte Ausdrucksweisen der Leidenschaft unsere Herzen höher schlagen. Schwingende Wellen erzeugen zusammen mit übereinander fallenden Locken eine elegante Wirkung voller Bewegung und Körper. Die Form ist klar umrissen, hat aber dennoch eine Weichheit, die sie verführerisch macht. Auch die Farbe ist kühn und beeindruckend. "Rot hat wirklich eine ganz bestimmte Bedeutung zur Zeit; aber es ist ein neues Rot," sagt Josh Wood. "Es ist kühn, es ist kräftig, es ist leidenschaftlich, es ist lebhaft. Es ist ein Rot, das eine bestimmte Art von Frau tragen kann." Eugene Souleiman ergänzt: "Rot ist die Farbe, die einen an Romantik denken lässt, aber wir haben nicht das Romantische betont. Wir haben sie sehr glanzvoll gemacht, sehr kultiviert und richtig sexy."

POLARIS

Dies ist ein Trend voller Kontraste, gewagt und dramatisch. Die moderne Karrierefrau ist personifiziertes Selbstvertrauen und eine Macht, mit der man rechnen muss; sie zelebriert die Kraft der Frauen und mutige Femininität. Ein aussagekräftiger Schnitt mit klaren Konturen. Dieser Look basiert auf plastischen Formen und präzisiertem Stiling. Ein Hochglanzfinish verstärkt die dramatische Wirkung. Eugene Souleiman erklärt: "Bei diesem Look geht es um Negativ und Positiv, er verwendet sehr dunkle und sehr helle Farben, da ich etwas schaffen wollte, das unglaublich graphisch und ladylike ist, aber auf eine knallharte Art." Josh fügt hinzu: kontrastierende Farben lassen diesen Look so dynamisch wirken. Die Idee, dass Negativ und Positiv nebeneinander bestehen können, wurde verdeutlicht durch die gleichzeitige Verwendung von sehr dunklen und sehr hellen Farben."



AWAKEN HAIR WITH 3D COLOR EFFECTS.

Create new 3D color effects with Color Touch's state-of-the-art technology and upgraded techniques to showcase your creativity and delight your clients in new ways. Looks inspired by TREND VISION 2011. www.wella.com

WELLA. PASSIONATELY PROFESSIONAL.

WELLA

PROFESSIONALS

Epatez!

LA TREND VISION 2011 DE WELLA PROFESSIONALS INCITE LES COIFFEURS AUTOUR DU GLOBE À LIBÉRER LEUR POTENTIEL CRÉATIF

En présence des talents extraordinaires des Global Creative Directors **Eugene Souleiman** et **Josh Wood**, Wella Professionals lève le voile sur la Trend Vision 2011 : Lumina, Glamazon, Passionista et Polaris – une gamme fascinante et dynamique de tendances qui donnera le ton pour la saison à venir. La gamme des styles Haute Couture fait la part belle à la femme contemporaine, chic et confiante, qui désire époustoufler par sa coiffure. Se basant sur les enquêtes d'agences internationales consacrées à la recherche de tendances qui tiennent compte des évolutions socio-culturelles, Wella Professionals Trend Vision nous livre l'essentiel des développements stylistiques. C'est à partir de ceux-ci que les Global Creative Directors et la Wella Professionals Creative Team développent des concepts qui leur permettent de créer des looks Haute Couture qui donneront le ton pour les styles prisés de la saison à venir.

LUMINA

Lumina évoque l'avenir du raffinement, où la science et l'art dernier cri élèvent le luxe vers des sphères nouvelles. Du tissu doux et souple aux nuances métalliques enveloppe les mannequins, évoquant une silhouette futuriste mais féminine. Pendant ce temps-là, des scientifiques collaborent avec des designers pour développer de nouvelles technologies qui permettent d'obtenir une finition du tissu à l'aspect liquide. Quant au traitement des cheveux, ceci se traduit par une touche futuriste sur une coupe précise et asymétrique. Cette luminosité et ce mouvement fluide sont soulignés par des nuances subtiles, appliquées à des endroits stratégiques où elles ont un effet remarquable. "En ce qui concerne la couleur, cette tendance se concentre vraiment sur les cheveux très clairs, très pâles", dit Josh Wood. "Nous avons mis l'accent sur des couleurs unicolores, étant donné que ce look comprend déjà une multitude de nuances métalliques."

GLAMAZON

L'énergie primitive, brute, qui s'est transplantée en ville, est la force motrice de ce look. La beauté moderne, inspirée par des mondes inexplorés et mystérieux comme l'Amazone, doit survivre dans sa propre 'jungle' urbaine. Son état d'esprit indompté se démontre dans un look fort et glamour qui s'appuie sur des nuances qui rappellent la terre, accentué par des touches de couleur frappantes. La férocité maîtrisée de sa chevelure et le volume surdimensionné qui saute aux yeux lui donnent une audace certaine. "Je voulais que la fille ait des cheveux épais de lionne, un croisement entre Bardot et une femme amazonienne," explique Eugene Souleiman. "C'est de la sexualité à l'état pur, plutôt que de paraître trop glamour." La couleur s'inspire de bruns riches et d'ors magnifiques de l'Amazone, éparpillés sur les pointes des cheveux afin de rajouter une brillance scintillante qui ne paraisse pas exagérée.



PASSIONISTA

Inspiré par la tendance à une sensualité assumée, ce nouveau langage de la passion raffinée met notre cœur en émoi. Des vagues de cheveux ondulants et des boucles en cascade créent un effet élégant, plein de mouvement et de corps. La forme est maîtrisée et définie, tout en ayant une douceur qui la rend séductrice. La couleur est franche et frappante. "Actuellement, le rouge est une vraie déclaration, et en plus, c'est un rouge nouveau", dit Josh Wood. "Il est audacieux, il est fort, il est passionné, il est plein de vivacité. C'est un rouge qu'un certain type de femme peut porter." Eugene Souleiman ajoute: "Rouge est le genre de couleur qu'on associe à l'amour romantique, mais nous n'avons pas choisi cette facette pour elle ici. Nous l'avons rendue très glamour, très raffinée et réellement sexy."

POLARIS

Ceci est une tendance de contrastes, osée et dramatique. Célébrant le pouvoir des femmes et une féminité audacieuse, la femme professionnelle de nos jours est la confiance personnifiée et une force qui sait s'imposer. Cette coupe très définie, une déclaration en elle-même, émane de formes sculpturales et d'un coiffage précis. Une finition ultra-brillante renforce l'impression spectaculaire. Comme l'explique Eugene Souleiman: "Ce look parle du négatif et du positif avec des couleurs très sombres et très claires. Je voulais faire quelque chose d'incroyablement graphique et distingué, mais d'une façon vraiment dure." Josh ajoute : ce sont les contrastes de couleur qui confèrent à ce look son aspect dynamique. Le concept du négatif et du positif coexistent a été rendu vivant par l'utilisation simultanée de couleurs très sobres et très claires."



¡Asombro!

LA TREND VISION 2011 DE WELLA PROFESSIONALS INCITA A LOS PELUQUEROS DEL MUNDO ENTERO A LIBERAR SU POTENCIAL CREATIVO.

En presencia de los talentos extraordinarios de los Global Creative Directors **Eugene Souleiman** y **Josh Wood**, Wella Professionals revela la Trend Vision 2011: Lumina, Glamazon, Passionista y Polaris – una gama fascinante y dinámica de tendencias que marcará la tónica para la próxima temporada. La gama de los estilos Alta Costura concede gran ventaja a la mujer contemporánea, chic y confiada, que desea impresionar con su peinado.

Basándose en las encuestas de agencias internacionales dedicadas a la búsqueda de tendencias que toman en cuenta evoluciones socioculturales, Wella Professionals Trend Vision nos brinda lo esencial de los desarrollos estilísticos. Es a partir de éstos que los Global Creative Directors y Wella Professionals Creative Team desarrollan conceptos que les permiten crear looks de Alta Costura que marcarán la tónica a los estilos preciados de la próxima temporada.

LUMINA

Lumina aborda el futuro del refinamiento en donde la ciencia y el arte de última moda elevan el lujo hacia esferas nuevas. Una tela suave y flexible con matices metálicos envuelve a los modelos, evocando una silueta futurista pero femenina. Mientras tanto, científicos colaboran con diseñadores para desarrollar nuevas tecnologías que permiten obtener un acabado de la tela con aspecto líquido. En cuanto al tratamiento del cabello, ello se refleja por un toque futurista en un corte preciso y asimétrico. Esta luminosidad y ese movimiento fluido son subrayados por matices sutiles, aplicados en lugares estratégicos en donde tienen un efecto notable. "En cuanto al color, esta tendencia se concentra realmente en el cabello muy claro, muy pálido", dice Josh Wood. "Hemos hecho hincapié en colores unicolores, en vista de que este aspecto comprende ya una multitud de matices metálicos".

GLAMAZON

La energía primitiva, bruta, que se ha trasplantado a la ciudad, es la fuerza motriz de este look. La belleza moderna, inspirada por mundos inexplorados y misteriosos como el Amazonas, debe sobrevivir en su propia 'jungle' urbana. Su mentalidad indómita se demuestra en un look fuerte y encantador que se apoya en matices que recuerdan la tierra, acentuado por toques de color impresionantes. La ferocidad dominada de su cabellera y el volumen sobredimensionado que salta a la vista le dan una audacia segura. "Yo quería que la chica tuviera el cabello denso de leona, una combinación de Bardot y una mujer amazónica," explica Eugene Souleiman. "Es sexualidad pura, más que el parecer demasiado glamour." El color se inspira en tonos morenos sustentados y oros magníficos del Amazonas, desparramados en las puntas del cabello con el fin de añadir un brillo centelleante que no parezca exagerado.

PASSIONISTA

Inspirado por la tendencia a una sensualidad asumida, este nuevo lenguaje de la pasión refinada nos colma de emoción. Cabello ondeado, ondulado y bucles en cascada crean un efecto elegante, lleno de movimiento y de consistencia. La forma es dominada y definida, teniendo al mismo tiempo una suavidad que la vuelve seductora. El color es franco e impresionante. "Actualmente el rojo es una verdadera declaración, y además, es un rojo nuevo", dice Josh Wood. "Es audaz, es fuerte, es apasionado, lleno de vivacidad. Es un rojo que un cierto tipo de mujer puede llevar." Eugene Souleiman añade: "Rojo es el tipo de color que se asocia al amor romántico, pero no hemos elegido esta faceta para ella aquí. La hemos vuelto muy glamour, muy refinada y realmente sexy."

POLARIS

Esta es una tendencia de contrastes, atrevida y dramática. Al celebrar el poder de las mujeres y una feminidad audaz, la mujer profesional de nuestros días es la confianza personificada y una fuerza que sabe imponerse. Este corte muy definido, una declaración en sí, emana de formas esculturales y de un peinado preciso. Un acabado ultra brillante refuerza la impresión espectacular. Como lo explica Eugene Souleiman: "Este look habla de lo negativo y de lo positivo con colores muy oscuros y muy claros. Yo quería hacer algo increíblemente gráfico y distinguido, pero de una manera verdaderamente dura." Josh añade : son los contrastes de color que conceden a este look su aspecto dinámico. Se ha vuelto a dar vida al concepto de negativo y de positivo que coexisten con el uso simultáneo de colores muy sobrios y muy claros."

RED TEMPTATION

RED STANDS FOR PASSION AND LOVE. REDHEADS ARE PRESUMED TO BE EXPLOSIVE AND DANGEROUS, SOPHISTICATED AND SENSUAL. THEY HAVE THEIR OWN OPINION AND INELUCTABLY TAKE CENTER STAGE: STRIKINGLY BRIGHT. BECAUSE THEIR HAIR COLOR IS THE SYMBOL OF THE FEMME FATALE.

Red hair is a work of art and shines in deep mahogany or in expressive orange, seduces in light copper shades or cool aubergine. As a natural hair color, they are very rare. She, who defines herself as a redhead, underlines her femininity. Red hair attracts attention and stands for emancipation und self-confidence.

CELEBRATED REDHEADS WITH STAR APPEAL: Marcia Cross, Tilda Swinton, Julianne Moore, Nicole Kidman, Lily Cole, Julia Roberts. It is a particular aura that this hair color gives them – mysterious and magic.

ROTE VERSUCHUNG

Rotes Haar ist ein Kunstwerk und leuchtet mal in tiefem Mahagoni oder expressivem Orange, verführt in hellen Kupfernuancen oder kühlem Aubergine. Als natürliche Haarfarbe gibt es sie nur selten. Wer sich selbst als Rothaarige definiert, unterstreicht seine Feminität. Rote Haare fallen auf und

stehen für Emanzipation und Selbstbewusstsein. Berühmte Redheads mit Star-Appeal: Marcia Cross, Tilda Swinton, Julianne Moore, Nicole Kidman, Lily Cole, Julia Roberts. Es ist eine besondere Aura, die diese Haarfarbe ihnen verleiht – geheimnisvoll und magisch.

stehen für Emanzipation und Selbstbewusstsein. Berühmte Redheads mit Star-Appeal: Marcia Cross, Tilda Swinton, Julianne Moore, Nicole Kidman, Lily Cole, Julia Roberts. Es ist eine besondere Aura, die diese Haarfarbe ihnen verleiht – geheimnisvoll und magisch.



The art of hairextension

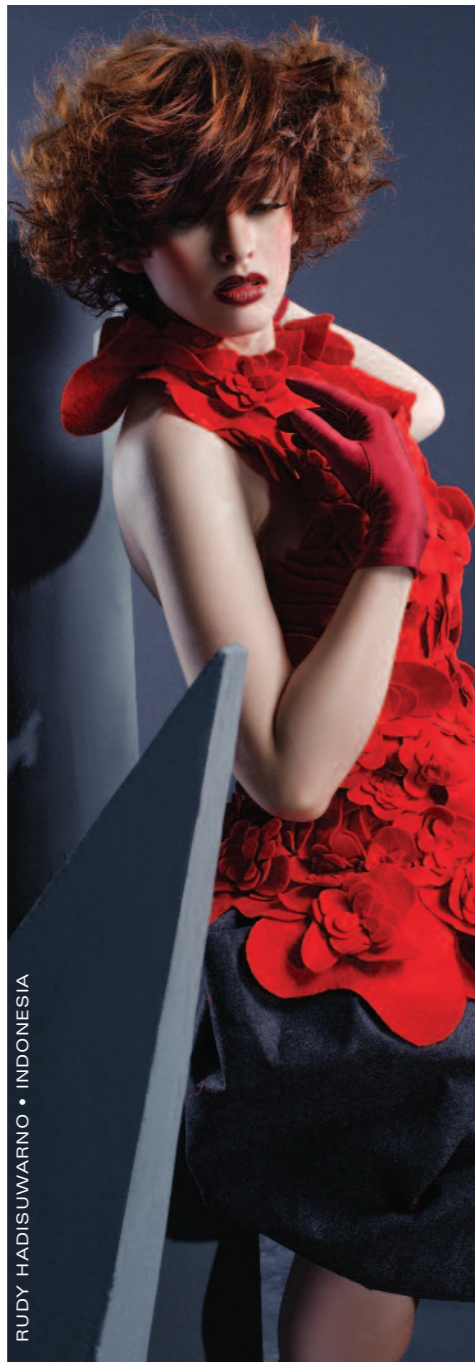
Our luxurious, hand-selected hair-extensions are used by leading creative stylists worldwide to make dream hair a reality for their clients. How about you?

For more information please visit www.hairdreams.com

**PERFEKTES ZUSAMMENSPIEL VON HAUT UND HAAREN:
ZARTER ALABASTERTEINT UNTERSTREICHT DIE ROTE COLORATION.
MIT HÖCHSTEM GLAM-FAKTOR:
REDHEADS MIT LOCKIGEN MÄHNEN – FLIESSEND ODER HOCHGESTECKT.**



KARL NEILSON • AUSTRALIA



RUDY HADISUWARNO • INDONESIA



DONNA GREYSON • AUSTRALIA



MARKUS HERRMANN • GERMANY

Perfect interaction of skin and hair: the delicate alabaster complexion emphasizes on the red coloration. With the highest glam factor: redheads with curly manes – flowing or pinned up.

Interaction parfaite entre la peau et les cheveux: le teint délicat d'albâtre souligne la coloration rouge. Avec un maximum de glamour : des crinières rousses bouclées – fluides ou relevées.

Interacción perfecta entre la piel y el cabello: la tez de alabastro delicada destaca el color rojo. Con un máximo de glamour: melenas rizadas pelirrojas - fluidas o elevadas.



KLAUS MÜLLER • GERMANY

ROJO TENTACIÓN

ROUGE TENTATION

Le Rouge est synonyme de passion et d'amour. Les rousses sont considérées comme explosives et dangereuses, raffinées et sensuelles. Elles ont leur propre opinion et sont inéluctablement au centre : voyantes, rayonnantes. Car leur couleur de cheveux est le symbole de la femme fatale.

Les cheveux roux sont un chef d'œuvre et étincellent dans un acajou foncé ou un orange expressif, séduisent dans des nuances claires de cuivre ou d'auburn frais. Elle est très rare en tant que couleur naturelle. Celle qui se définit comme rousse souligne sa féminité. Les cheveux roux se remarquent et sont synonyme d'émancipation et d'assurance .

DES ROUSSES CÉLÈBRES AU STAR-APPEAL :

Marcia Cross, Tilda Swinton, Julianne Moore, Nicole Kidman, Lily Cole, Julia Roberts. C'est une aura particulière que cette couleur de cheveux leur donne – mystérieuse et magique.



MAYER • AUSTRIA

EL ROJO REPRESENTA LA PASIÓN Y EL AMOR. PELIRROJAS SON CONSIDERADAS COMO EXPLOSIVAS Y PELIGROSAS, SOFISTICADAS Y SENSUALES. ELLAS TIENEN SUS PROPIAS OPINIONES Y SON, INEVITABLEMENTE, EL FOCO: DE UN DESLUMBRAMIENTO RESPLANDOR. PUESTO QUE SU COLOR DE PELO ES EL SÍMBOLO DE LA FEMME FATALE.

El pelo rojo es una obra maestra y chispa en un caoba oscuro o naranja expresiva, seduce en tonos más claros de cobre o de castaño rojizo fresco. Es muy raro como color natural. Ella, que se define como una pelirroja, subraya su feminidad. El pelo rojo llama la atención y es sinónimo de emancipación y de confianza en sí.

PELIRROJAS FAMOSAS CON ATRACTIVO: *Marcia Cross, Tilda Swinton, Julianne Moore, Nicole Kidman, Lily Cole, Julia Roberts. Se trata de una aura especial que les da su color de cabello - misterioso y mágico.*



DONNA GREYSON • AUSTRALIA

DESIGN STYLES: SHE, WHO DECIDES HERSELF FOR THE SIGNAL COLOR RED OFTEN HAS A PENCHANT FOR ECCENTRICITY. REDHEADS THEREFORE LOVE DARING SHORTCUTS WITH AVANT-GARDE QUIFFS AND THE INTERPLAY OF TEXTURES.

Design-Styles: Wer sich für die Signalfarbe Rot entscheidet, hat oft auch einen Hang zur Exzentrik. Redheads lieben deshalb gewagte Shortcuts mit Avantgarde-Tollen und das Wechselspiel der Texturen.

Styles design: celle qui se décide pour la couleur alerte rouge a souvent aussi un penchant pour l'excentricité. C'est pourquoi les rousses aiment les coupes courtes audacieuses avec des bananes avant-gardes et une alternance des textures.



ROBERTA LEVY • AUSTRALIA



ICD POLAND

Estilos de diseño: una que adopta el color alerta roja a menudo tiene una tendencia a la excentricidad. Esta es la razón por la que las pelirrojas se apasionan por el corte corto audaz con copetes vanguardistas y alternancia de texturas.

MATRIX

IMAGINE ALL YOU CAN BE



Since joining Matrix, I have had the opportunity to realise my dream of reaching thousands of hairdressers worldwide and inspiring them with my true passion – hairdressing.



Errol Douglas^{MBE}, Errol Douglas, London



To find out how Matrix can help you make your dreams a reality please contact us for more info.

Telephone: UK & NI – 020 8762 4060
 Email: contact@matrixhaircare.co.uk
 Online: www.matrixhaircare.co.uk

MATRIX



L'ORÉAL USHERS ECO-RESPONSIBILITY into hairdressing salons

FOR L'ORÉAL RESPONSIBLE INNOVATION RHYMES WITH ECO-DESIGN. TAKING INTO ACCOUNT THE LATEST TRENDS IN TERMS OF DESIGN, AS WELL AS WOMEN'S COMFORT IN TERMS OF RESPECT FOR THEIR PRIVACY, THE 3 CONCEPTS REINVENT THE BEAUTY SALON AROUND 8 ESSENTIAL AREAS: WATER, AIR, NOISE, ENERGY, FURNITURE, RECYCLING, STRUCTURE, AND DISABILITY ACCESS. EACH CONCEPT IS ORIGINAL AND ALLOWS EACH SALON TO INCLUDE PERSONAL TOUCHES TO ITS INTERIOR IN ACCORDANCE WITH TASTE, AMBIANCE AND OF COURSE, BUDGET.

1.- ECO-ZEN

Because tomorrow's ecology will inevitably be a symbol of pleasure and luxury in hair salons, the Eco Zen salon will be a symbol of new generation multi-service salons in which clients will be able to relax in peace and quiet. Inspired by both traditional and modern Japanese architecture, mobile wooden dividers provide tranquillity and respect for privacy and a mini-purifying station recycles water from the sinks to feed into a fountain that refreshes the salon's ambiance.

WATER: Technology today allows us to recover and filter rain-water for use inside salons. A mini-purifying station recycles water from the tanks, feeding into a purified fountain and reducing bacterial content. At the sinks, specially-designed spray and nozzles allow professionals to control their water use.

AIR: It is crucial to integrate the renewal of air as an essential element of the hair salon. Through natural or mechanic ventilation, professionals can ensure the automatic extraction and renewal of air. The real innovation are air purifiers such as the Air Sur Takkair column, which cleanses the air of bacteria, germs, viruses, and toxic gases, while destroying volatile contaminants (COVs) through its exclusive photocatalysing technology.

DISABILITY: On the floors in each area of the salon, spatial indications allow movement and orientation for the blind as well as for persons with reduced mobility. To encourage dialogue between clients and their employees, erasable chalkboards and Braille texts are available. The salon also features a specifically designed structural column by Maletti allowing wheelchairs to be safely secured.

2.- ECO-RECYCLING

Each year, tons of professional furniture in perfect condition is unnecessarily thrown away, thus contributing unnecessary waste. In the new Eco Recycling salon, furniture will come from a qualified recycling channel developed in partnership with local associations. Its trendy atmosphere will remind us of large industrial lofts, through the use of wood and steel beams that respect the highest ecological standards.

FURNITURE: Eco-recycling is making new from old, giving a new life to furniture e.g. the seats have been refurbished in Pleather, a patented new generation material made from 32% natural substances and 49% recycled products, thus limiting the use of petrol.

NOISE: The use of CELENIT acoustic panels can help absorb sounds and considerably improve a salon's acoustics. Similarly, the sonar impact of hair dryers can also be reduced through the use of innovative Flex-Hybrid Hairdryers by Velecta Paramount, which are silent when used on low settings and make the salon's ambiance more relaxing.

ENERGY: 80% of energy consumed in a hair salon results from the use of heating and hair dryers. With good thermal insulation, you can limit the impact on the environment... and also save 30-40% of your electricity bill! Low-tension wattage lighting can be used to deliver very good results. Additionally, the production of solar energy through the use of photovoltaic panels can reduce energy bills in regions where sun levels allow.

3.- ECO-NOMIC

Adapting salons to the new ecologic standards is sometimes more expensive than creating new ones. The key of our commitment to eco responsible salons is to make them affordable to everyone with a simple offer easy to implement and which can be made available at an optimum cost. In the Eco-Nomic salon, colored and fun furniture is produced with recycled packaging. The line of eco-responsible furniture is designed by Christophe Pillet for Maletti.

FURNITURE: The furniture in the Eco-Nomic uses new generation patented Pleather material for a minimal environmental impact. Each Eco-Nomic salon will be unique, and communicating an upbeat mood through its colourful ambiance.

RECYCLING: The salon is realized with recuperated materials: paper, cardboard, recycled plastic and wood.

This salon aims to implement an eco-responsible approach at each stage of products' life cycles from their manufacture to their consumption. The sorting of recycling of waste is fundamental in this salon, with specific recycling bins located at strategic positions around the salon. L'Oréal has already implemented this practice in many of its academies – such as has been done in Madrid and will soon be done in Brussels.

Those three examples demonstrate that the Professional Products Division is contributing to the efforts made by the L'Oréal Group to put sustainable development at the heart of its activities and make the sector more sensitive to issues of social responsibility.



POUR L'ORÉAL, INNOVATION RESPONSABLE RIME AVEC ÉCO-CONCEPTION. EN LIGNE AVEC LES DERNIÈRES TENDANCES EN TERME DE DESIGN, ET TENANT COMPTE DES ATTENTES DES FEMMES EN TERME DE CONFORT ET DE RESPECT DE LEUR INTIMITÉ, 3 CONCEPTS ONT ÉTÉ PENSÉS POUR RÉINVENTER LE SALON DE BEAUTÉ AUTOUR DE 8 NOTIONS ESSENTIELLES : L'EAU, L'AIR, LE BRUIT, L'ÉNERGIE, LE MOBILIER, LE RECYCLAGE, LE BÂTI ET ENFIN L'ACCÈS AUX HANDICAPÉS. CHAQUE CONCEPT EST ORIGINAL ET PERMET À CHAQUE SALON DE PERSONNALISER SON INTÉRIEUR EN FONCTION DE SES GOÛTS, DE L'AMBIANCE SOUHAITÉE, MAIS AUSSI DE SON BUDGET. CE DÉPLOIEMENT CONCERNE TOUS LES TYPES DE SALONS, DU PLUS SOPHISTIQUE AU PLUS ACCESSIBLE.

1.- ECO ZEN

Parce que demain l'écologie sera immanquablement synonyme de plaisir et de luxe dans les salons de coiffure, les Eco Zen salons seront les symboles de la nouvelle génération de salons multi-services dans lesquels les clients pourront se relaxer en toute quiétude. Inspirés de l'architecture japonaise traditionnelle revisitée, des paravents mobiles permettent de respecter le calme et l'intimité de chacun et une mini station d'épuration recycle l'eau des bacs pour alimenter une fontaine qui rafraîchira le salon.

L'EAU : les technologies d'aujourd'hui nous permettent de récupérer les eaux de pluie et de les filtrer afin de les utiliser à l'intérieur du salon. Une mini station d'épuration recycle l'eau des citernes pour alimenter une fontaine d'eau purifiée et réduire les composants bactériens contenus dans l'eau. Au niveau des bacs, des douchettes avec aérateur et des éviers conçus tout spécialement permettent aux professionnels de contrôler leur consommation.

L'AIR : la qualité de l'air est une priorité en salon. L'extraction automatique et le renouvellement de l'air sont possibles par la ventilation naturelle ou mécanique. La réelle innovation réside dans des purificateurs d'air, comme la colonne Takkair, d'Air Sûr. Elle permet d'assainir l'air des bactéries, des germes, des virus, des gaz toxiques et détruit tout composant organique volatil dit COV grâce à sa technologie exclusive de photo catalyse.

L'ACCESSIBILITE : au sol et dans chaque espace, un balisage permet de faciliter les déplacements et l'orientation des non-voyants et des personnes à mobilité réduite. Pour faciliter le dialogue entre le collaborateur et son client, des ardoises effaçables et des textes en braille sont disponibles. Une colonne spécialement conçue par Maletti permet d'adapter le bac confortablement au niveau des fauteuils roulants.

2.- ECO RECYCLING

Chaque année, plusieurs tonnes de mobilier professionnel en parfait état sont jetées inutilement à la décharge, grossissant encore la masse de déchets stockés. Dans le salon Eco Recycling, le mobilier provient d'un canal de récupération mis au point en partenariat avec des associations locales. Son ambiance très tendance rappelle les lofts industriels, dans un univers ponctué de poutres industrielles et de matériaux bruts, comme le bois et l'acier, dans le respect des normes écologiques les plus drastiques.

LE MOBILIER : l'eco-recycling c'est faire du neuf avec du vieux en donnant une deuxième vie au mobilier, par exemple en rehaussant les fauteuils avec une nouvelle génération de Skai. Ce matériau breveté, constitué de 32 % de matières naturelles et de 49 % de produits recyclés, permet de limiter l'utilisation de pétrole.

LE BRUIT : l'utilisation de panneaux acoustiques de CELENIT permet d'absorber les bruits et d'améliorer considérablement l'acoustique du salon. L'utilisation de sèche-cheveux plus silencieux comme le modèle Flex-Hybrid de Velecta Paramount réduit considérablement le bruit ambiant et facilite la relaxation.

L'ÉNERGIE : le chauffage et l'utilisation de sèche-cheveux sont responsables de 80 % de l'énergie utilisée dans un salon de coiffure. Une bonne isolation thermique est fondamentale et permet d'économiser 30 à 40% de la facture de chauffage! L'éclairage basse-tension permet aujourd'hui de très bons résultats. La production d'énergie solaire, grâce à l'utilisation de panneaux photovoltaïques permet de réduire la facture dans les régions où le niveau d'ensoleillement le permet.

3.- ECO-NOMIC

Adapter les salons aux nouveaux critères écologiques s'avère parfois plus onéreux que d'en créer de nouveaux. La clé de notre engagement envers les salons éco-responsables consiste à les rendre abordables pour tous grâce à une offre simple, facile à mettre en place, et qui peut être obtenue à moindre coût. Dans le salon Eco-Nomic, le mobilier coloré et ludique est produit à partir d'emballages recyclés. Cette ligne de mobilier éco-responsable a été créée par Christophe Pillet pour Maletti.

LE MOBILIER : le mobilier du salon Eco-Nomic fait appel à la nouvelle génération de matériaux Skay brevetés pour un impact minimal sur l'environnement. Chaque salon Eco-Nomic sera unique, portera une touche personnelle, et une bonne humeur communicative grâce à son ambiance colorée.

LE RECYCLAGE : l'aménagement total du salon est réalisé avec des matériaux de récupération : papier, carton, plastique recyclé, aluminium et bois. Le salon Eco recycling s'attache à mettre en place une approche éco-responsable à chaque étape du cycle de vie des produits, de leur fabrication à leur consommation. Le tri des déchets est à ce titre fondamental dans le salon qui est équipé de poubelles spécifiques destinées au recyclage. L'Oréal a également adopté cette pratique globale de recyclage dans ses nouvelles Académies comme à Madrid ou prochainement Bruxelles.

Ces trois exemples démontrent que la Division L'Oréal Produits Professionnels contribue activement aux efforts déployés par le Groupe L'Oréal pour placer le développement durable au cœur de ses activités et rendre le secteur plus sensible aux problématiques de responsabilité sociale.



SALON ECO-RECYCLING

L'ORÉAL
Produits Professionnels



L'ORÉAL SCHAFFT PLATZ FÜR UMWELTBEWUSSTSEIN in seinen Friseursalons

FÜR L'ORÉAL GEHÖREN VERANTWORTUNGSBEWUSSTE NEUERUNGEN UND ÖKOLOGIE ZUSAMMEN. GANZ IM TREND DES NEUESTEN DESIGNS, UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER ERWARTUNGEN DER FRAUEN AN KOMFORT UND INTIMITÄT, WURDEN 3 KONZEPTE ENTWORFEN, DIE DEN SCHÖNHETSSALON IN 8 WESENTLICHEN BEREICHEN NEU ERSCHAFFEN: WASSER, LUFT, LÄRM, ENERGIE, MOBILIAR, RECYCLING, GEBÄUDESTRUKTUR UND BEHINDERTEN-GERECHTER ZUGANG. MIT JEDEM DIESER EINZIGARTIGEN KONZEPTE LÄSST SICH EIN SALON GANZ INDIVIDUELL AUSSTATTEN, JE NACH GESCHMACK UND GEWÜNSCHTEM AMBIENTE, UND NATÜRLICH IM RAHMEN DES VORHANDENEN BUDGETS. DIESE UMGESTALTUNG BETRIFFT ALLE SALONS, VOM SCHICKSTEN BIS ZUM EINFACHSTEN.

1.- ÖKO ZEN

In der Zukunft steht Ökologie im Friseursalon unausweichlich für Genuss und Luxus. Somit wird **Öko Zen** zum Symbol einer neuen Generation von Salons mit breitgefächertem Angebot, in denen die Kunden sich in aller Ruhe entspannen können. Eine zeitgemäße Form der traditionellen japanischen Architektur gab die Anregung zu beweglichen Trennwänden, die Ruhe und Intimität garantieren. Das Brauchwasser aus den Becken wird durch eine Mini-Wasseraufbereitungsanlage geleitet und versorgt einen Brunnen, der der Kühlung des Salons dient.

WASSER: Mit moderner Technologie lässt sich Regenwasser auffangen, filtern und im Salon nutzbar machen. Eine Mini-Wasseraufbereitungsanlage recycelt das Wasser aus den Tanks, führt es einem Brunnen mit gereinigtem Wasser zu und reduziert gleichzeitig den Bakteriengehalt im Wasser. Mit Hilfe belüfteter Duschköpfe und speziell entwickelter Becken kann der Wasserverbrauch besser gesteuert werden.

LUFT: Die Qualität der Luft ist eine der Prioritäten im Salon. Automatische Entlüftung und die Erneuerung der Luft geschehen durch natürlichen oder mechanisch gesteuerten Luftaustausch. Die Neuerung besteht in Luftreinigern wie der **Takkair-Säule von Air Sûr**. Sie reinigt die Luft von Bakterien, Keimen, Viren, giftigen Dämpfen und zerstört dank ihrer einzigartigen Fotokatalysertechnik alle flüchtigen organischen Bestandteile (die sogenannten COV).

ZUGANG: Blinden und Gehbehinderten wird durch die Markierung am Boden die Fortbewegung erleichtert. Schiefertafeln und Texte in Blindenschrift dienen dem besseren Verständnis zwischen Mitarbeitern und Kunden. Mit der von Maletti speziell entwickelten Säule lässt sich das Haarwaschbecken bequem auf Rollstuhlhöhe anpassen.

2.-ÖKO RECYCLING

Jedes Jahr landen mehrere Tonnen Salonmobiliar in perfektem Zustand auf dem Müll. Im **Ökorecycling Salon** stammt das Mobiliar aus Quellen, die auf wiederverwertes Material zurückgreifen und mit ortsansässigen Vereinen zusammenarbeiten. Das Ambiente erinnert an Industrie-Lofts mit den dafür typischen Metallstreben und unbearbeiteten Materialien wie Holz und Stahl, entspricht dabei aber den strengsten Umweltauflagen.

MOBILIAR: Ökorecycling bedeutet, aus etwas Altem etwas Neues zu machen und Möbeln ein zweites Leben einzuhauchen indem man z.B. Sessel mit Skai saniert. Dieses patentierte Material, zu 32 % aus Naturmaterialien und zu 49 % aus Recyclingprodukten bestehend, verbraucht bei der Herstellung weniger Öl.

LÄRM: Durch die Verwendung von schalldämpfenden Wänden der Marke CELENIT wird Lärm aufgefangen und die Raumakustik des Salons erheblich verbessert. Auch die Verwendung von leiseren Föhnen, wie zum Beispiel dem Modell Flex-Hybrid von Velecta Paramount, trägt beträchtlich zur Verringerung des Hintergrundlärms bei und fördert die Entspannung.

ENERGIE: 80% des Energieverbrauchs in einem Friseursalon gehen auf Kosten der Raumheizung und der Verwendung von Föhnen. Eine wirksame Isolierung ist absolut essentiell und verspricht 30 bis 40% Einsparung bei der Stromrechnung.

Niederspannungsbeleuchtungen erzielen inzwischen sehr gute Ergebnisse. In Gebieten mit ausreichender Sonneneinstrahlung kann durch Solarzellenanlagen Strom erzeugt werden, was sich wiederum positiv auf die Stromrechnung auswirkt.

3.-ÖKO-NOMISCH

Manchmal erweist es sich als kostspieliger, einen bereits bestehenden Salon an Umweltkriterien anpassen zu wollen, als einen Salon komplett neu einzurichten. Das wesentliche Element unseres Engagements gegenüber umweltbewussten Salons besteht darin, dass wir sie für alle erschwinglich machen möchten. Deswegen haben wir ein einfaches, leicht umzusetzendes Angebot mit geringem Kostenaufwand erstellt. Das Mobiliar im Salon **Öko-Nomisch** ist bunt und verspielt und aus recyceltem Verpackungsmaterial hergestellt. Diese Serie umweltbewusster Möbel wurde von Christophe Pillet für Maletti entworfen.

MOBILIAR: Für das Mobiliar des Salons **Öko-Nomisch** wird eine neue Generation von patentiertem, umweltschonendem Skay Leder verarbeitet. Jeder Salon ist einzigartig, trägt eine persönliche Note und verbreitet gute Stimmung in farbenfroher Umgebung.

RECYCLING: Für die gesamte Ausstattung des Salons werden recycelte Materialien verwendet: Papier, Karton, wiederverwertetes Plastik, Aluminium und Holz. Das ausdrückliche Ziel des Eco-Recycling Salons ist ein umweltbewusster Umgang mit jedem einzelnen Produkt, angefangen bei dessen Herstellung bis zu seinem Gebrauch. Da versteht es sich von selbst, dass Müll getrennt wird und jeder Salon mit Recyclingtonnen ausgestattet ist. L'Oréal hat sich auch in seinen neuen Akademien in Madrid und demnächst in Brüssel das Prinzip des Recycling zu eigen gemacht.

Diese drei Beispiele zeigen, dass der Geschäftsbereich Professionelle Produkte aktiv die Bemühungen der L'Oréal-Gruppe unterstützt, nachhaltige Entwicklung ins Zentrum seiner Aktivitäten zu rücken und den ganzen Sektor für die Thematik sozialer Verantwortung zu sensibilisieren.

L'ORÉAL INCORPORA LA ECO RESPONSABILIDAD en las peluquerías

PARA L'ORÉAL, INNOVACIÓN RESPONSABLE RIMA CON ECO DISEÑO. ACORDE CON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN TÉRMINOS DE DISEÑO Y TENIENDO EN CUENTA LAS EXPECTATIVAS DE LAS MUJERES EN TÉRMINOS DE CONFORT Y DE RESPETO DE SU PRIVACIDAD, SE HAN IDEADO 3 CONCEPTOS PARA REINVENTAR EL SALÓN DE BELLEZA EN TORNO A 8 NOCIONES ESENCIALES: EL AGUA, EL AIRE, EL RUIDO, LA ENERGÍA, LOS MUEBLES, EL RECICLAJE, LA ESTRUCTURA Y POR ÚLTIMO, EL ACCESO A LOS MINUSVÁLIDOS. CADA CONCEPTO ES ORIGINAL Y PERMITE A CADA SALÓN PERSONALIZAR SU INTERIOR EN FUNCIÓN DE SUS GUSTOS, DEL AMBIENTE DESEADO PERO TAMBIÉN DE SU PRESUPUESTO. ESTE DESPLIEGUE SE APLICA A TODOS LOS TIPOS DE SALONES, DEL MÁS SOFISTICADO AL MÁS ACCESIBLE.

1.- ECO-ZEN

Porque mañana la ecología será sin duda alguna sinónimo de placer y de lujo en las peluquerías, las Eco Zen peluquerías serán los símbolos de la nueva generación de salones multiservicios en los cuales los clientes podrán relajarse con toda tranquilidad. Se inspiran en la arquitectura japonesa tradicional reexaminada, biombos móviles para preservar la tranquilidad y la privacidad de cada uno y una mini estación de depuración recicla el agua de los lavacabezas para alimentar una fuente que refrescará la peluquería.

EL AGUA: Las tecnologías de hoy nos permiten recuperar las aguas de lluvia y filtrarlas para utilizarlas dentro de la peluquería. Una mini estación de depuración recicla el agua de las cisternas para alimentar una fuente de agua purificada y reduciendo los componentes bacterianos que contiene el agua. En el sector de los lavacabezas, duchas con aireador y cubetas diseñadas especialmente, permiten a los profesionales controlar su consumo.

EL AIRE: La calidad del aire es una prioridad en el salón. La extracción automática y la renovación del aire son posibles por medio de la ventilación natural o mecánica. La innovación son los purificadores de aire, como la columna Takkair, de Air Sûr. Permite sanear el aire de las bacterias, de los gérmenes, de los virus, de los gases tóxicos y destruye todo componente orgánico volátil llamado COV gracias a su tecnología exclusiva de fotocatalisis.

LA ACCESIBILIDAD: En el suelo y en cada espacio, un marcado permite facilitar los desplazamientos y la orientación de los invidentes y de las personas con dificultad para desplazarse. Para facilitar el diálogo entre el colaborador y su cliente, hay pizarras borrables y textos en braille. Una columna especialmente ideada por Maletti permite adaptar el lavacabezas cómodamente a la altura de los sillones de ruedas.

2.- ECO-RECYCLING

Cada año, se arroja al vertedero inútilmente varias toneladas de muebles profesionales en perfecto estado, aumentando así la cantidad de residuos almacenados. En la peluquería Eco Recycling, los muebles provienen de un canal de recuperación puesto a punto conjuntamente con asociaciones locales. Su ambiente muy de hoy recuerda los lofts industriales, en un universo acompasado por vigas industriales y material bruto, como la madera y el acero, dentro del cumplimiento de las normas ecológicas más drásticas.

EL MOBILIARIO: El eco-recycling consiste en hacer algo nuevo con lo antiguo dando una nueva vida a los muebles por ejemplo los asientos se han renovado en Skay. Este material patentado, compuesto por un 32 % de materias naturales y un 49 % de productos reciclados, permite limitar el uso de petróleo.

EL RUIDO: El uso de paneles acústicos de CELENIT permite absorber los ruidos y mejorar notablemente la acústica del salón. El uso de secadores más silenciosos como el modelo Flex-Hybrid de Velecta Paramount reduce notablemente el ruido ambiente y facilita la relajación.

LA ENERGÍA: La calefacción y el uso de secadores son los causantes del 80 % de energía utilizada en una peluquería. Un buen aislamiento térmico es fundamental y permite ahorrar del 30 al 40% de la factura de la calefacción. La iluminación de baja

tensión permite hoy en día muy buenos resultados. La producción de energía solar, gracias al uso de paneles fotovoltaicos permite reducir la factura en las regiones en donde la cantidad de días de sol lo permiten.

3.- ECO-NOMIC

Adaptar las peluquerías a los nuevos criterios ecológicos resulta a veces más oneroso que crear nuevas. La clave de nuestro compromiso con respecto a las peluquerías eco responsables consiste en volverlas accesibles para todos gracias a una oferta simple, fácil de implementar y que puede ser obtenida a menor coste. En el salón Eco-Nomic, los muebles con color y lúdicos son fabricados a partir de envases reciclados. Esta línea de muebles eco responsable fue creada por Christophe Pillet para Maletti.

EL MOBILIARIO: Los muebles del salón Eco-Nomic recurren a la nueva generación de materiales Skay patentados para un impacto mínimo en el medio ambiente. Cada salón Eco-Nomic será único, llevará un toque personal y un buen humor comunicativo gracias a su ambiente con colorido.

EL RECICLAJE: El acondicionamiento total del salón se realiza con materiales de recuperación: papel, cartón, plástico reciclado, aluminio y madera.

El salón Eco recycling procura implementar un enfoque eco responsable en cada etapa del ciclo de vida de los productos, desde su fabricación hasta su consumo. La clasificación de los residuos es en ese sentido fundamental en la peluquería que cuenta con cubos de la basura específicos destinados al reciclaje. Asimismo, L'Oréal ha adoptado esta práctica global de reciclaje en sus nuevas Academias, como en Madrid o próximamente Bruselas.

Estos tres ejemplos demuestran que la División L'Oréal Productos Profesionales contribuye activamente en los esfuerzos desplegados por el Grupo L'Oréal para colocar al desarrollo sostenible en el centro de sus actividades y hacer que el sector se encuentre mejor concienciado sobre las problemáticas de responsabilidad social.



 **PUREOLOGY**
serious colour care

ANTIFADE COMPLEX. 100% VEGAN. EXTRAITS BOTANIQUES BIO.

“LE MEILLEUR ALLIÉ DU COLORISTE.
PUREOLOGY GARANTIT UN SOIN
EXCEPTIONNEL DE LA COULEUR.”


ROMAIN COLORS, COLORISTE EXPERT

- ✦ Plus qu'un simple soin de la couleur, les produits Pureology apportent des résultats adaptés à chaque type de cheveu
- ✦ Des formules d'origine naturelle aux extraits botaniques bio
- ✦ L'exclusif Antifade Complex optimise la tenue de la couleur
- ✦ Des formules hautement concentrées pour 80 applications par flacon
- ✦ Résultat : une couleur longue durée ou vous êtes remboursés * !

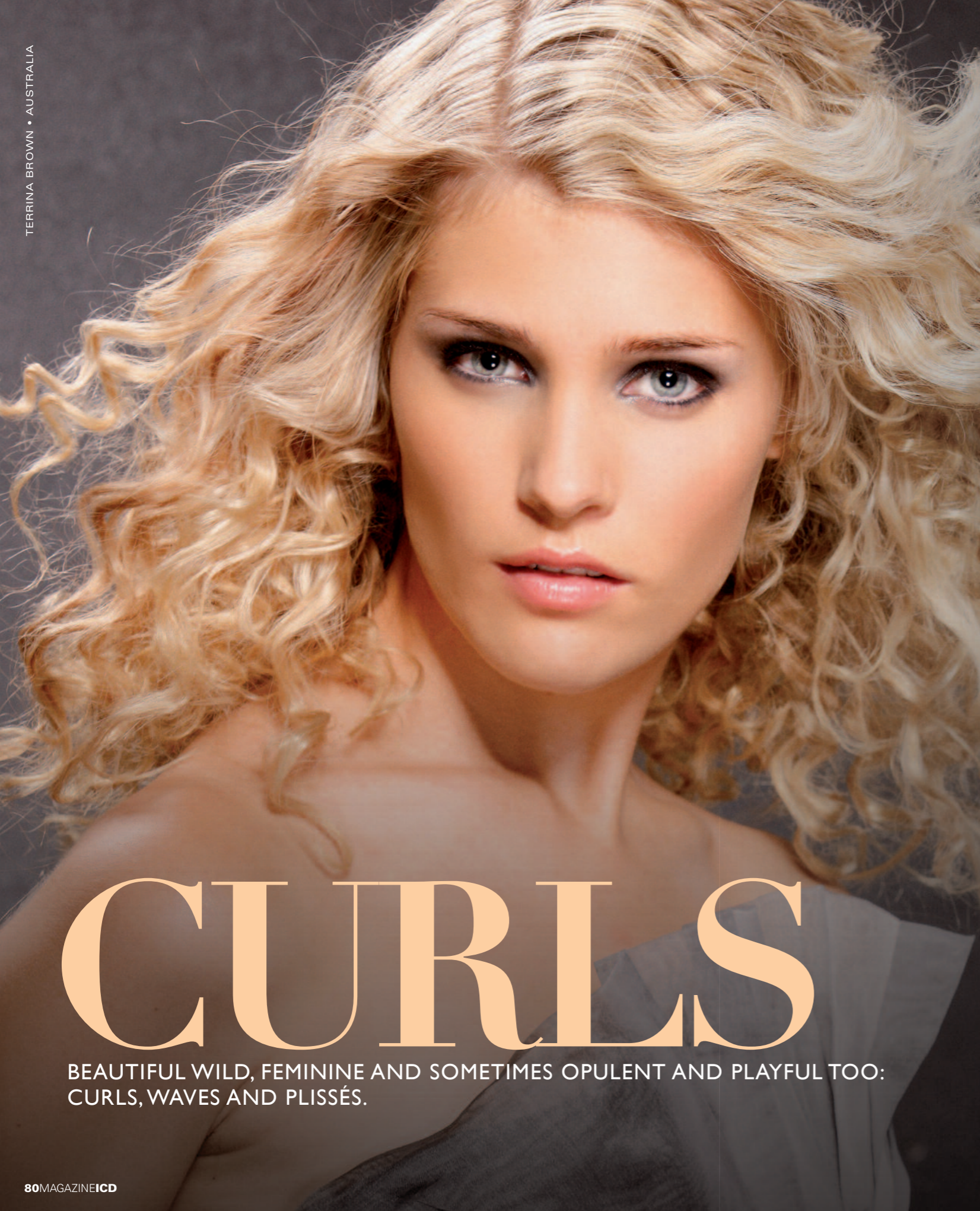


LA PROMESSE PUREOLOGY
UNE COULEUR LONGUE DURÉE
DUO SATISFAIT
OU REMBOURSE

*VALABLE UNIQUEMENT SUR L'ACHAT
DU DUO SHAMPOING/CONDITIONNER

 **PUREOLOGY**
Partenaire de GREEN CROSS.
Ensemble, économisons l'eau!

CONTACTEZ-NOUS POUR UNE OFFRE D'ESSAI GRATUITE AU 01 40 20 25 73 OU SUR WWW.PUREOLOGY.FR



VOLUME DE LUXE OR ELEGANT WAVES:



SWINGING HAIR WITH A LOT OF TEXTURE UNDERLINES FEMININITY WITH ELEGANCE AND A WHIFF OF ROMANTICISM. THE POP DIVA MADONNA AND THE ACTRESS KATE BOSWORTH INDICATE THE HAIR FASHION TREND: BLOND, LONG HAIR WITH CENTER PART IS IN VOGUE. WONDERFUL WAVE-LOOK WITH A SMOOTH APPEARANCE, FEMININE AND EXTREMELY NATURAL. MUCH MORE THEATRICAL, HUGE AND VERY STRIKING: AFRO-CURLS AS ARTFUL HAIR DESIGN. SEXY AND PLAYFUL INSPIRES THE CURLY HEAD FROM TRENDSETTER RIHANNA: FANTASTIC SHORT CURLS – FASHIONABLE AND STYLISH. WAVES, CURLS AND MOVEMENT IN THE HAIR ARE CASUAL, ENCHANT AND SEDUCE.

SCHÖNWILD, WEIBLICH UND MANCHMAL AUCH OPULENT UND VERSPIELT: LOCKEN, WELLEN UND PLISSÉES.

Volumen de luxe oder elegante Wellen: geschwungenes Haar mit viel Textur unterstreicht Weiblichkeit mit Eleganz und einem Hauch von Romantik. Popdiva Madonna und Schauspielerin Kate Bosworth geben den Hairfashion-Trend vor: blonde, lange Haare mit Mittelscheitel sind en vogue. Traumhafter Wave-Look, der weich, feminin und extrem natürlich wirkt. Viel theatralischer, überdimensional und sehr eindrucksvoll: Afro-Curls als kunstvolles Hairdesign. Sexy und verspielt wirkte der Lockenkopf von Trendsetterin Rihanna: phantastische kurze Curls – fashionable und stilvoll. Wellen, Locken und Bewegung im Haar verzaubern, sind lässig und verführen.



HIROYUKI OBAYASHI • JAPAN



MARCUS STRAUSS • GERMANY



JEAN WITTE • SOUTH AFRICA

CURLS

BEAUTIFUL WILD, FEMININE AND SOMETIMES OPULENT AND PLAYFUL TOO: CURLS, WAVES AND PLISSÉS.

VOLUME DE LUXE OU ONDULATIONS ÉLÉGANTES :

des cheveux oscillants avec beaucoup de texture soulignent la féminité avec élégance et un soupçon de romantisme. La diva Pop Madonna et l'actrice Kate Bosworth indiquent la tendance de la mode de la coiffure : les cheveux blonds, longs avec la raie au milieu sont en vogue. Création ondulée splendide à l'allure douce, féminine et extrêmement naturelle. Beaucoup plus théâtral, surdimensionné et très impressionnant : boucles afros pour création de cheveux ouvragée. La coiffure bouclée de l'initiatrice de tendances Rihanna paraîtra sexy et enjouée : des boucles courtes fantastiques – à la mode et pleines de style.

Les ondulations, les boucles et le mouvement dans les cheveux sont désinvoltes, ensorcellent et séduisent.



FRANÇOIS MAZEAU • FRANCE



TERESA ITALIANO • AUSTRALIA



YU-JU DAI • TAIWAN



MARI STRANDGÅRDH • SWEDEN

DITTE KRAGBALLE • DENMARK



MIGUEL ESTELRICH • BRAZIL

DES BOUCLES, DES ONDULATIONS ET DES PLISSÉS
JOLIMENT SAUVAGES ET PARFOIS MÊME OPULENTS ET ENJOUÉS

VOLUMEN DE LUJO U ONDULACIONES ELEGANTES:

el cabello en movimiento con mucha textura subraya la feminidad y la elegancia con un toque de romanticismo. La diva Pop Madonna y la actriz Kate Bosworth lanzan la tendencia de la moda de cabello: rubio, largo, con raya en medio está a la última. Diseño ondulado hermoso de aspecto suave, femenino y muy natural. Mucho más dramático, sobredimensionado e impresionante: los rizos afros como creación de cabello artera. Sexy y juguetona aparecerá el pelo rizado de la iniciadora de tendencias Rihanna: fantásticos rizos cortos - de moda y de estilo.

Las ondas, los rizos y el movimiento en el cabello son desenvueltos, seducen y embrujan.



**BELLAMENTE SILVESTRES,
FEMENINOS Y A VECES OPULENTOS Y
JUGUETONES TAMBIÉN: RIZOS,
ONDULACIONES Y ESCALONES.**



**TAKE A SEAT AND ENJOY
LAVASIT COMFORT**

www.olymp.de

OLYMP GmbH & Co. KG ~ Hohenheimer Str. 91-97 ~ 70184 Stuttgart, Germany ~ Fon +49 711 2131-0 ~ E-Mail: service@olymp.de

OLYMP®
BEST SALON INSPIRATION



MIE BØGHOLM • FG DENMARK



ICD RUSSIA



DONNA GREYSON • AUSTRALIA



YASUNORI MATSUMOTO • JAPAN



JENS DAGNÉ • GERMANY [photo: bauer & guse]



NICOLE WINTER • FG GERMANY



AD PETERS • NETHERLANDS [photo: bastion musscher]

NIGHT *fever*

GLAMOUR, HOLLYWOOD ELEGANCE AND A LOT OF STAR SHINE

– HAIR FASHION CREATIONS FOR SPECTACULAR EVENTS AND A PARTICULAR PRESENCE THAT NEED MUCH SENSITIVITY AND KNOW-HOW FROM EXCELLENT HAIR ARTISTS. UP-DOS, BIG HAIR AND APPARENTLY UNTAMED LONG HAIR ARE MASTERPIECES OF THE COIFFURE. THE ULTRA FEMININE LOOKS ARE INSPIRED FROM THE 70'S AND PRESENT ROMANTIC, FLOWING, LONG WAVY HAIR. THEN AGAIN THE HEROINES OF THE NIGHT WEAR SUMPTUOUS, BOUFFANT HAIR FULL OF STRUCTURE IN THE BRIGITTE BARDOT STYLE.

GLAMOUR, HOLLYWOOD-ELEGANZ UND VIEL STARSHINE – Hairfashion-Kreationen für spektakuläre Events und besondere Präsenz brauchen viel Fingerspitzengefühl und Knowhow von exzellenten Haarkünstlern. Up-Dos, Big-Hair und scheinbar ungezähmtes Langhaar sind Meisterstücke der Coiffure. Die ultra-femininen Looks sind inspiriert von den 70er Jahren und zeigen sich in romantischen, fließenden langen, welligen Haaren. Dann wieder präsentieren sich die Heldinnen der Nacht mit prächtigem, fülligem Haar voller Struktur im Stil Brigitte Bardots.



ICD ESTONIA



HIROYUKI OBAYASHI • JAPAN



CESAR AUGUSTO • BRAZIL



Glamour, élégance Hollywoodienne et paillettes – des créations pour des événements spectaculaires et une présence particulière qui nécessitent beaucoup de sensibilité et de savoir-faire de la part des excellents artistes capillaires. Des cheveux relevés, volumineux et longs, en apparence indomptés, sont les chefs-d'œuvre de la coiffure. Les looks ultra féminins sont inspirés des années 70 et sont révélés par des cheveux romantiques, fluides, ondulés. Puis, les héroïnes de la nuit se présentent de nouveau avec une chevelure somptueuse, corpulente et pleine de structure, à la Brigitte Bardot.

Glamour, elegancia Hollywoodense y chispas - creaciones de peluquería de moda para eventos espectaculares y una presencia particular que necesita mucha sensibilidad y conocimiento de los excelentes artistas del cabello. Peinados elevados, grandes melenas y largos cabellos aparentemente indomables son las obras maestras de la peluquería. Los looks ultra femeninos se inspiran de los años 70 y presentan cabellos largos, ondulados, sueltos, románticos. Aquí de nuevo las heroínas llevan melenas gruesas,untuosas con mucha estructura à la Brigitte Bardot.



AWAKEN HAIR WITH 3D COLOR EFFECTS.

Create new 3D color effects with Color Touch's state-of-the-art technology and upgraded techniques to showcase your creativity and delight your clients in new ways. Looks inspired by TREND VISION 2011. www.wella.com

WELLA. PASSIONATELY PROFESSIONAL.

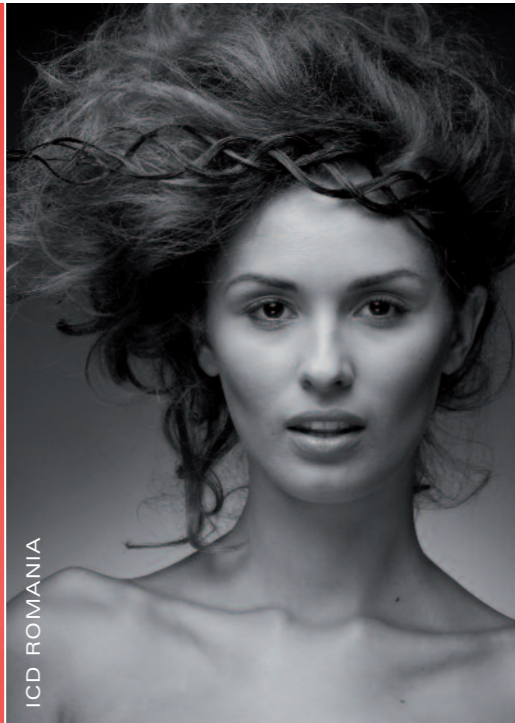
WELLA

PROFESSIONALS

NIGHT *fever*

MATRIX

IMAGINE ALL YOU CAN BE



BUNDY & BUNDY • AUSTRIA

OLIVER SCHMIDT • GERMANY

ICD LUXEMBOURG

ANTHONY TAN • AUSTRALIA

ICD ROMANIA

ARTFUL, OPULENT AND FANTASTICALLY WILLFUL. Magnificent up-dos and filigree wickerwork with extravagant hair accessory appearing romantic and nostalgic, are the perfect looks for great performances. Boldly draped pinned hair is the embodiment of masterly craftsmanship. The neo-rococo style with its braided extensions gets a particular high hair touch.

KUNSTVOLL, OPULENT UND FANTASTISCH EIGENWILLIG. Prachtvolle Up-Dos und filigrane Flechtwerke mit extravaganten Haar-Accessoires, die romantisch und nostalgisch anmuten, sind die perfekten Looks für große Auftritte. Schwungvoll drapiertes gestecktes Haar ist der Inbegriff für meisterhaftes Handwerk. Der Neo-Rokoko Style bekommt durch geflochtene Extensions den besonderen Highhair-Touch.

imagine the new Matrix

A brand completely committed to you, and your success. A full range of salon-only **professional products and services** for every hair type. A global network in the local community dedicated to **empowering** professionals with **pride, confidence, optimism and energy**. A world where your dreams can become a reality.



MATRIX



Ouvragé, opulent et incroyablement original. De magnifiques coiffures relevées et des entrelacs en filigrane avec des accessoires extravagants paraissant romantiques et nostalgiques, sont les looks parfaits pour des entrées en scène sensationnelles. Des cheveux épinglés, arrangés de manière audacieuse, sont l'incarnation d'un savoir-faire sans égal. Le style néo-rococo et ses extensions tressées s'attire une touche high hair particulière.

Elaborados, opulentos y fantásticamente originales. Peinados elevados magníficos y entrelazos en filigrana con accesorios extravagantes, pareciendo románticos y nostálgicos. Así son los diseños de las grandes pasarelas. Cabellos recogidos con alfileres drapados con atrevimiento es la encarnación de la artesanía magistral. El estilo neo-rococó con sus extensiones trenzadas se atribuye un toque particularmente high hair.



ROBYN SAUNDERS • AUSTRALIA (photo: Justin Aveling)



HIROMI ITAYA • JAPAN



FRANK BRORMANN • GERMANY



ANTON KANTINUS • INDONESIA

GLAMOUR
HOLLYWOOD-ELEGANZ
STARSHINE

MAKI HORIBE • JAPAN

NIGHT of the stars



Vision of the Elite - Donations for a better professional future. **Rob Peetom** handed a check of 10 000 Euros to the foundation "Education for Life". **Ludwig Janz**, Board Member of Intercoiffure Charity Germany and **Markus Herrmann**, President ICD Germany, handed over 7 000 Euros.



Passion for Hair Fashion: **Dmitry Vinokurov** (Créateur de Mode), **Ruslana Moroz** with **Günter Ehler**. **Gladys Sono** from Peru with Chancellor **Arild Martinsen**. Business Power from Brazil: the **Dos Santos** and **Goossens** couples. A Press Award went to **Dolores Magazine** represented by **Marina Novikova**.



Academy award winners. Enthusiasm for Education: **Patrick Cameron**, **Ignacio Romero** with **Yoshie Kido**. **Daria Sadikova**, **Dolores Academy**. **Marion White** with **Rudi Werner**.



Always in action for the Fondation Guillaume: **Mario Tricoci** and **Otto Sommer**. **Noriko Tsubouchi** (Vice President FG) honors **Oliver Bohn** with a Golden Pin. Officer awardees **Hugo Guerra** and **Bruno Sommer** with Press Award winner **Cristina Ciuca**. **June Wilde** with Commander **Oddbjørn Jakobsen**.



Education and business know-how: **Mark Hayes**, Creative Director, Sassoon International, **Tina Beck**, Managing Director kpOchs Academy with **Rino Balducci**, **Ondina Paes de Lima** from Brazil (Ondina Academy) with Commander **Jean Peralta** from Uruguay. **Frank Freyer** and **Jochen Carls** (Trio Academy).

MODEL AS A WORK OF ART, ELABORATED IN DETAIL AND PERFECTLY CUT – ONLY THE ARCHITECTONIC, ABSOLUTELY PROFESSIONAL CUT GIVES MAGICAL SHINE TO THE HAIRSTYLE. GEOMETRICAL DESIGN CUTS AS AVANT-GARDE HAIR FASHION.

DESIGN CUT

CLEAR LINES, PERFECT CONTOURS – EXTRAORDINARY CUTS WHICH EMPHASIZE ON THE WOMAN'S FACE AND PERSONALITY. THE FORM OF THE CUT DETERMINES THE LIGHT AND SHADOW EFFECTS. THE PURISTIC SILHOUETTES AFFECT ELEGANTLY AND EXPERIMENTALLY THE PARTICULAR HAIR CREATIONS. MINIMALISM AS AN EXACT DRAFT FOR EXCEPTIONAL LOOKS – LIKE A DESIGNER DRESS BY JIL SANDER, MICHAEL KORS OR MAISON MARTIN MARGIELA. THE GEOMETRICAL CUTS ARE SUBTLE AND SCULPTURAL AND THEIR EXTRAVAGANCE RESULTS FROM TECHNICAL CARE AND ELABORATE LANGUAGE OF SHAPES.

WIE EIN KUNSTWERK MODELLIERT,

detailliert ausgearbeitet und exzellent geschnitten – nur der architektonische, absolut professionelle Cut verhilft dem Haarschnitt zu magischem Glanz. Geometrische Designcuts als Avantgarde-Coiffure.

Klare Linien, perfekte Konturen – außergewöhnliche Schnitte, die das Gesicht und die Persönlichkeit der Trägerin akzentuieren. Die Form des Cuts bestimmt den Effekt von Licht und Schatten. Elegant und experimentell wirken die puristischen Silhouetten der besonderen Haarwerke. Minimalismus als exakter Entwurf für außergewöhnliche Looks – wie ein Designerkleid von Jil Sander, Michael Kors oder Maison Martin Margiela. Subtil und skulpturhaft sind die geometrischen Schnitte und ihre Extravaganz entsteht durch handwerkliche Sorgfalt und durchdachte Formensprache.

MANNO ESCOBAR • BRAZIL



M. P. BABICZ • POLAND [photo: piotr stokosa]





UNBEATABLE
EXTRAVAGANCE
AND
SOPHISTICATION.
POWER LADIES
WITH EXPRESSIVE
SHORTCUTS IN A
NEO ROCKER
LOOK, RETRO-
FIVE-POINT-STYLE;
TREND CUTS AS
AVANT-GARDE
PIXIE OR
FRINGED
PAGEBOY STYLE.



ICD RUSSIA



MARCO ARENA • GERMANY [photo:marina sturm]



ICD RUSSIA

Unschlagbar extravagant und sophisticated. Power-Frauen mit expressiven Shortcuts im Neo-Rocker-Look, Retro-Five-Point-Style; Trendcuts als Avantgarde-Bubikopf oder gefranster Pagenkopf.

Imbattable extravagance et sophistication. Des femmes de pouvoir aux coupes courtes expressives dans un look de néo rocker, style retro-five-point; des coupes tendances pour les garçonnas avant-gardistes ou coiffures à frange à la Jeanne d'Arc.

Extravagancia invencible y sofisticación. Mujeres poderosas al corte corto expresivo en un look neo-rocker, estilo retro five-point; cortes muy de hoy como el pixie vanguardista o el peinado a lo paje.

DES LIGNES NETTES, DES CONTOURS PARFAITS –

Des coupes extraordinaires qui accentuent le visage et la personnalité de leur porteuse. La forme des coupes détermine les effets d'ombre et de lumière. Les silhouettes puristes contribuent de manière élégante et expérimentale aux œuvres de coiffures particulières. Minimalisme en guise d'ébauche exacte pour des looks hors du commun – comme une robe de couturier Jil Sander, Michael Kors ou Maison Martin Margiela. Les coupes géométriques sont subtiles et statuesques et leur extravagance résulte de soins qualifiés et d'un langage des formes réfléchi.

LÍNEAS CLARAS, CONTORNOS PERFECTOS -

cortes extraordinarios que subrayan el rostro de la mujer y su personalidad. La forma del corte determina los efectos de luz y sombra. Las siluetas puristas influyen de manera elegante y experimental sobre las creaciones de peinados particulares. El minimalismo como boceto exacto para looks excepcionales - tal como un vestido diseñado de Jil Sander, Michael Kors o más bien Maison Martin Margiela. Los cortes geométricos son sutiles y esculturales y su extravagancia resulta de cuidado técnico y de lenguaje elaborado de las formas.



DÄTWYLER • SWITZERLAND [photo: sandro bäbler]

FAÇONNÉE TELLE UNE ŒUVRE D'ART

PARFAITEMENT COUPÉE ET TRAVAILLÉE EN DÉTAIL – SEULE LA COUPE ARCHITECTONIQUE CARRÉMENT PROFESSIONNELLE PROCURE UNE BRILLANCE MAGIQUE À LA COIFFURE. UNE COUPE AU DESIGN GÉOMÉTRIQUE EN GUISE DE COIFFURE AVANT-GARDE.



DESIGN SCHNITT

SCHNEIDER • GERMANY [photo: paul kolp]

JUBRAN JUBRAN • JORDAN

FURUKUBO • JAPAN

PETER HANMER • AUSTRALIA

PAMELA WILSON • AUSTRALIA

DONNA GREYSON • AUSTRALIA

DE RIDDER • BELGIUM

GANGSTER • GERMANY

Fashionista-Chic mit kurzen Cuts. Die Looks: mondän, puristisch, verspielt und unglaublich sexy.
Fashionista chic aux coupes courtes. Les looks : mondains, puristes, enjoués et incroyablement sexy.
Fashionista chic with short cuts. The looks: sophisticated, puristic, playful and unbelievably sexy.
Fashionista chic con cortes cortos. Los looks: mundanos, puristas, joviales e increíblemente sexy.

CON LA FORMA DE UNA OBRA DE ARTE, PERFECTAMENTE CORTADA Y TRABAJADA EN DETALLE - EL ÚNICO CORTE QUE PROPORCIONA UN BRILLO MÁGICO AL CABELLO ES EL ARQUITECTÓNICO. UN CORTE DE DISEÑO GEOMÉTRICO COMO PELUQUERÍA DE VANGUARDIA.

CLEAR STRUCTURES WITH SPECIAL EFFECTS: GENTLE AND STRONG, CLASSIC OR EXTRAVAGANT. THE CUTS ARE A PLAY OF LINES AND CONTRASTS. VARIATIONS OF BOB AND PIXIE HAIRCUTS.

KLARE STRUKTUREN MIT SPECIAL-EFFECTS: ZART UND STARK, KLASSISCH ODER EXTRAVAGANT. DIE SCHNITTE SIND EIN SPIEL MIT LINIEN UND KONTRASTEN. VARIATIONEN VON BOB UND BUBI-KÖPFEN.



CORINA HAHN • GERMANY



RUSH IWAI • JAPAN



KLAUS DIETER KOCHANSKI • GERMANY



SASSCHA HIRTSGAARD • DENMARK

DESIGN CUT



Structures nettes avec des effets spéciaux : tendre et fort, classique ou extravagant. Les coupes sont un jeu de lignes et de contrastes. Variations du carré et de la coupe garçon.



ROBYN SAUNDERS • AUSTRALIA

ESTRUCTURAS CLARAS CON EFECTOS ESPECIALES:

Suave y fuerte, clásico o extravagante. Los cortes juegan con las líneas y los contrastes. Variaciones de cortes bob y pixie.

NaYo: THE PLEASURE OF COLOUR AMMONIA FREE & ORGANIC CERTIFIED INGREDIENTS





FONDATION Guillaume

FASHION FUTURE FROM ALL OVER THE WORLD. THE YOUNG TALENTED STYLISTS OF THE FONDATION GUILLAUME COME FROM 42 COUNTRIES AND SPEAK A COMMON LANGUAGE: THE POWER OF EXCELLENCE.



Enthusiasm and passion are the trademarks of the Intercoiffure Mondial Fondation Guillaume. In Paris, the Fashion Team of the young designers presented a rousing swinging hair fashion revue. 42 Juniors of the Fondation Guillaume created imaginative up-dos with plaited hair bands, glam-rock looks with teased fringes and wild amazons styles with sprayed big hair for the Austrian dancers. The theme of the youngsters: creativity as a unique language, hair fashion as global communicative device.



Fashion-Future aus der ganzen Welt. Die jungen talentierten Stylisten der Fondation Guillaume kommen aus 42 Ländern und sprechen eine gemeinsame Sprache: Power of Excellence.

Enthusiasmus und Leidenschaft sind die Markenzeichen der Fondation Guillaume von Intercoiffure Mondial. In Paris präsentierte das Fashion Team der jungen Kreativen eine mitreißende tänzerische Hairfashion-Revue. 42 Junioren der Fondation Guillaume entwickelten für die Tänzerinnen aus Österreich fantasievolle Up-dos mit geflochtenen Haarbändern, Glam-Rock-Looks mit hochtupierten Ponys, wilde Amazonen-Styles mit gespraytem Big-Hair. Das Thema der Youngster: Kreativität als unique Sprache, Hairfashion als globales Kommunikationsmittel.

L'avenir de la mode du monde entier. Les jeunes stylistes de talent de la Fondation Guillaume viennent de 42 pays et parlent une langue commune : le pouvoir de l'excellence.

L'enthousiasme et la passion sont les signes distinctifs de la Fondation Guillaume d'Intercoiffure Mondial. A Paris, la Fashion Team des jeunes créateurs a présenté une entraînante revue dansante sur la mode de la coiffure. 42 Juniors de la Fondation Guillaume ont créé pour les danseuses Autrichiennes des coiffures relevées pleines d'imagination avec bandeaux de cheveux tressés, des looks glam-rock avec franges crépées, des styles amazones sauvages avec cheveux volumineux, laqués. Le thème des jeunes: la créativité pour seul langage, la mode des cheveux pour moyen de communication global.

El porvenir de la moda desde el mundo entero. Los estilistas jóvenes y talentosos de la Fondation Guillaume proceden de 42 países y hablan un idioma común: el poder de la excelencia.

El entusiasmo y la pasión son la marca de la Fondation Guillaume de Intercoiffure Mondial. En París, el equipo artístico de los diseñadores jóvenes presentaron una revista musical muy entusiasta de peluquería de moda. 42 juniors de la Fondation Guillaume crearon para bailarines de Austria peinados imaginativos con cintas de cabello trenzadas, diseños glam-rock con flequillos crespos y estilos amazonas salvajes con melenas gruesas trabajadas con laca. El tema de los jóvenes: creatividad como único idioma, el peinado de moda como medio de comunicación global.



Hippie-Styles, Boudoir-Looks, Glam-Rock-Trends



Guillaume FONDATION

Hippie styles, Boudoir looks, glam-rock trends - the 42 passionate youngsters aged between 18 and 27 are characterized by excellent craftsmanship and flair for trends. "We are keen to promote the future of the young generation - worldwide", said Klaus Peter Ochs, President of ICD. The Fondation Guillaume was founded more than 25 years ago. Its President Mario Tricoci says: "More and more ICD sections establish national Fondation Guillaume teams. We are growing continuously! "

Hippie-Styles, Boudoir-Looks, Glam-Rock-Trends – die 42 jungen Wilden zwischen 18 und 27 Jahren zeichneten sich durch exzellentes Handwerk und Trendgespür aus. „Wir legen Wert darauf, die Zukunft der jungen Generation zu fördern – weltweit“, so Klaus Peter Ochs, ICD Präsident. Seit über 25 Jahren besteht die Fondation Guillaume. Deren Präsident Mario Tricoci sagt: „Immer mehr ICD Sektionen gründen nationale Fondation Guillaume Teams. Wir wachsen stetig!“



Styles hippie, looks Boudoir, tendances glam-rock - les 42 jeunes passionnés âgés de 18 à 27 ans se caractérisent par un excellent savoir-faire et un flair pour les tendances. «Nous attachons beaucoup d'importance à promouvoir l'avenir de la jeune génération – à l'échelle mondiale», a déclaré Klaus Peter Ochs, Président d'ICD. La Fondation Guillaume existe depuis plus de 25 ans. Son Président Mario Tricoci dit: "De plus en plus de sections d'ICD créent des équipes Fondation Guillaume nationales. Nous sommes en croissance constante ! "

Estilos hippie, looks Boudoir, tendencias glam-rock - los 42 jóvenes apasionados de edades comprendidas entre 18 y 27 se caracterizan por una excelente habilidad y un olfato agudo para las tendencias. "Concedemos gran importancia al promover el futuro de las generaciones jóvenes - a nivel mundial", dijo Klaus Peter Ochs, Presidente de la ICD. La Fondation Guillaume fue fundada hace más de 25 años. Su Presidente Mario Tricoci dice: "Más y más secciones ICD establecen células nacionales de la Fondation Guillaume. Estamos creciendo continuamente."





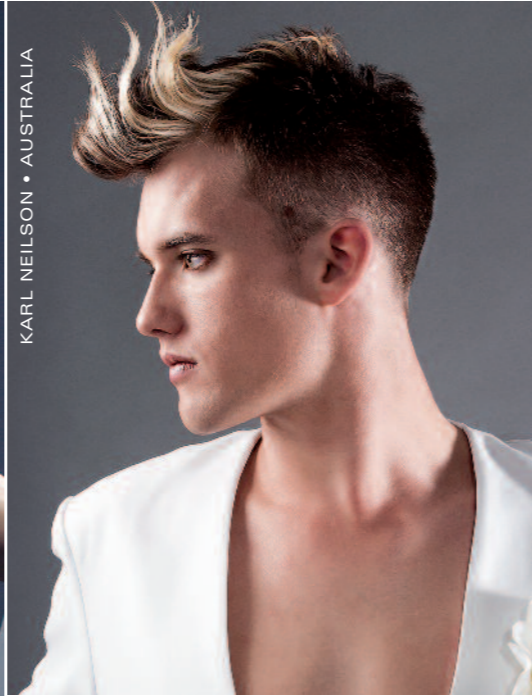
**MEN ARE TRENDSETTERS. MEN LOVE FASHION.
MEN WANT CUT AND COLOR. IT IS ABOUT INDIVIDUALITY AND THE EXPRESSION OF
PERSONAL STYLE: HAIR FASHION HAS LONG BEEN A MAN'S THING.**



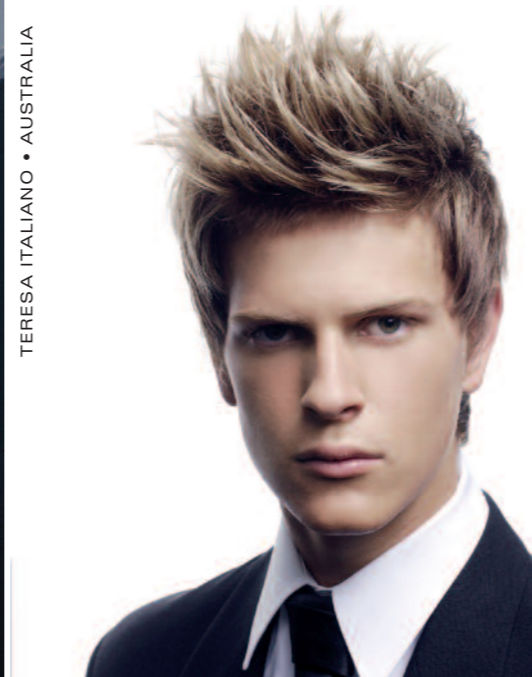
MARCO ARENA • GERMANY (photo: marina sturm)



BRUDY HADISUWARNO • INDONESIA



KARL NEILSON • AUSTRALIA

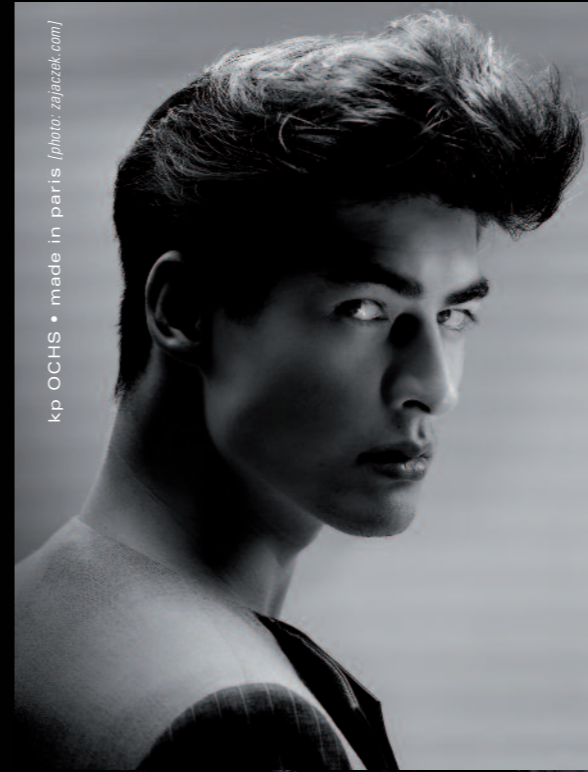


TERESA ITALIANO • AUSTRALIA

MÄNNER SIND TRENDSETTER. MÄNNER LIEBEN FASHION.
MÄNNER WOLLEN CUT UND COLOR.
ES GEHT UM INDIVIDUALITÄT UND DEN AUSDRUCK
VON PERSÖNLICHEM STIL: HAIRFASHION IST LÄNGST AUCH MÄNNERSACHE.

Männercuts als innovatives Hairdesign – da verbindet sich maßgeschneiderte Handarbeit mit modernem Streetstyle. Geometrische Formen mit Undercuts verbinden sich zu extravaganten Looks. An den Seiten und im Nacken sind die Haare kurz geschnitten, das Deckhaar hat unterschiedliche Längen – so entstehen neuartige Cuts, die vielfach umgestylt werden können. Fashion heißt Veränderung. Es ist die Abkehr der Uniformität und die Lust am Experimentieren: perfekte Männer-Fashionwelt.

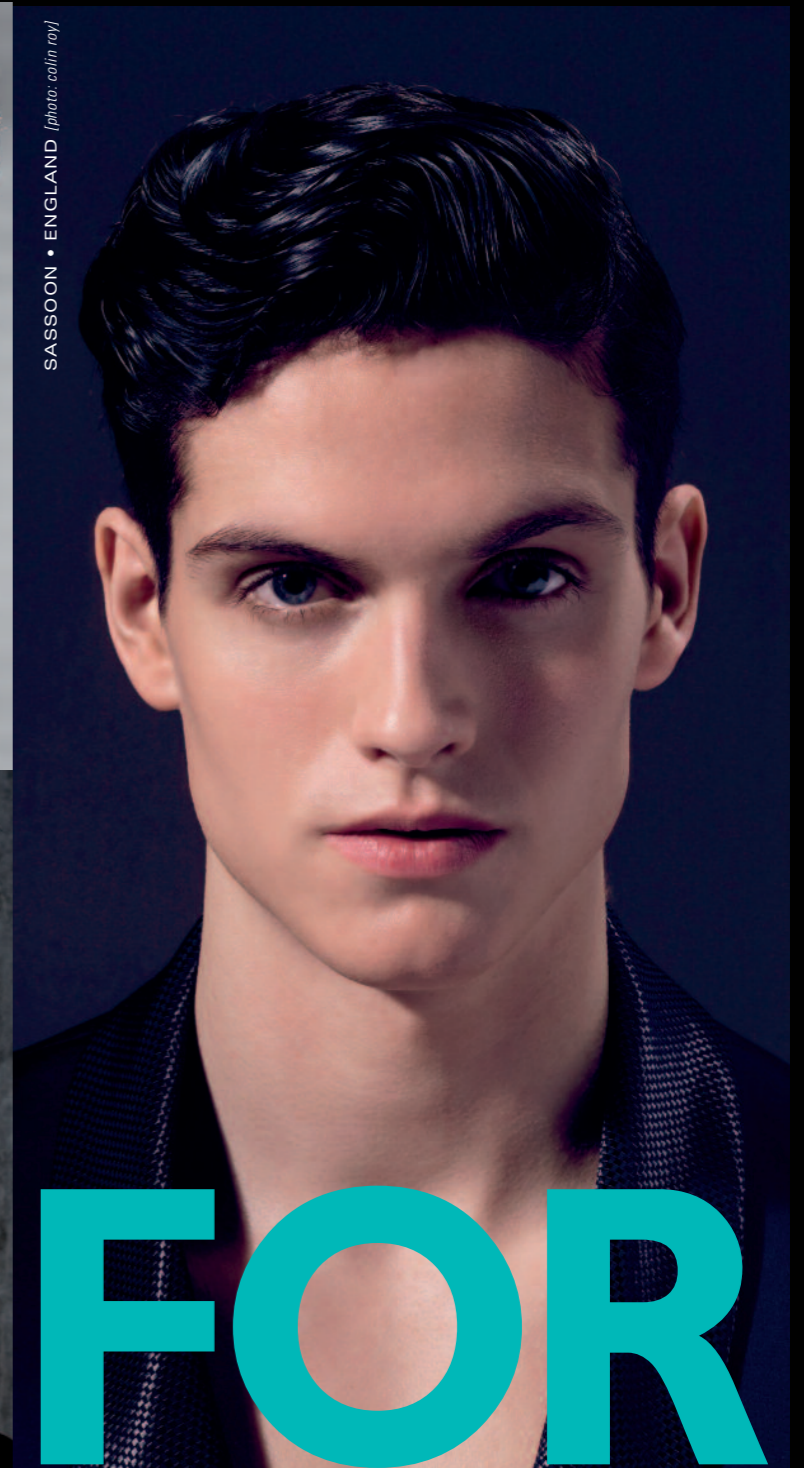
Les coupes hommes pour création de coiffures innovantes – ici s'associent l'expertise sur mesure et le streetstyle moderne. Des formes géométriques et des « undercuts » qui se transforment en looks extravagants. Les cheveux sont coupés courts sur les côtés et dans le cou. Sur le dessus les cheveux ont différentes longueurs – cela se traduit par des coupes inédites pouvant souvent être redessinées. La mode est synonyme de changement. C'est le refus de l'uniformité et le désir d'expérimenter : le monde parfait de la mode hommes.



kp OCHS • made in paris (photo: zajeczek.com)



ANDRÉ SIMON • GERMANY



SASSOON • ENGLAND (photo: colin roy)

FOR MEN

Men cuts as innovative hair design – customized expertise is combined with modern street style. Geometric shapes with undercuts are associated to extravagant looks. The hair is cut short on the sides and in the neck, the hair on top has different lengths – this results in innovative cuts that can often be re-styled. Fashion means change. It is the rejection of uniformity and the desire to experiment: perfect men's fashion world.

LES HOMMES SONT DES INITIATEURS DE TENDANCES. LES HOMMES AIMENT LA MODE. LES HOMMES VEULENT DES COUPES ET DE LA COULEUR. IL S'AGIT D'INDIVIDUALITÉ ET DE L'EXPRESSION D'UN STYLE PERSONNALISÉ : LA MODE DE LA COIFFURE EST DEPUIS LONGTEMPS AUSSI UNE AFFAIRE D'HOMMES.



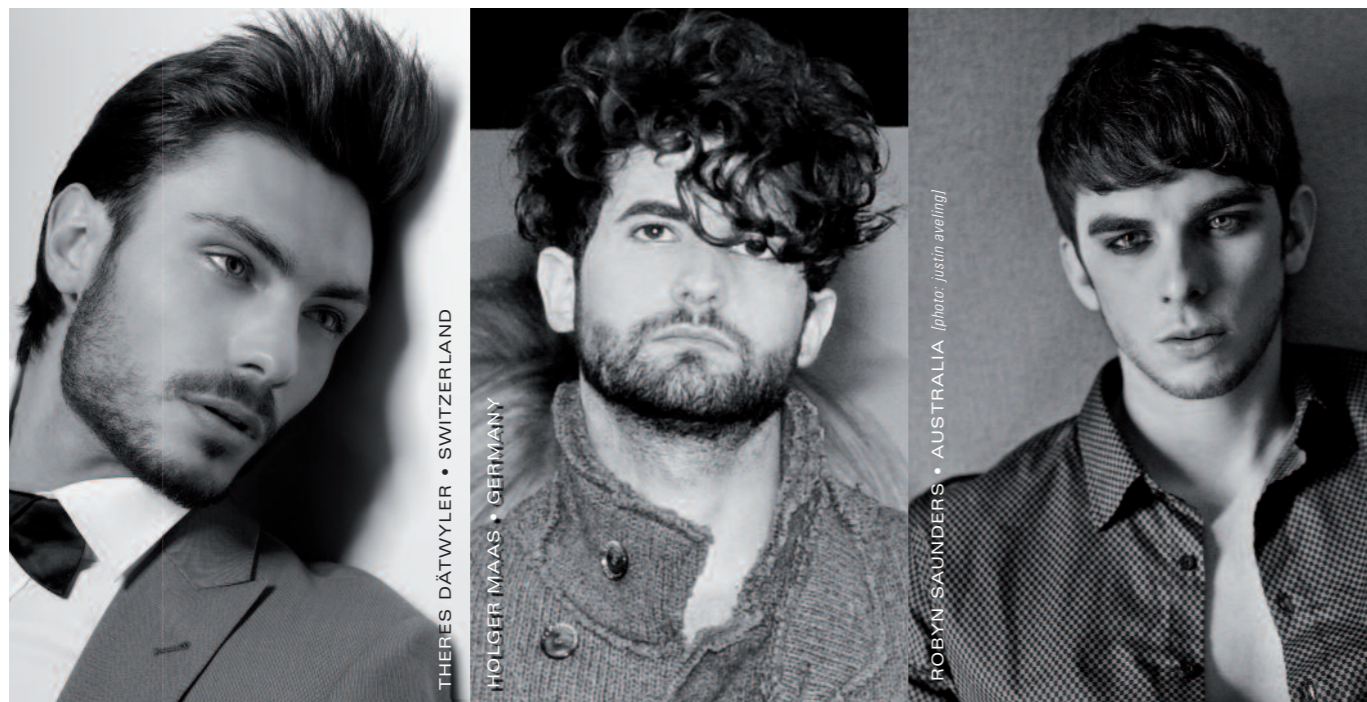
ICD LUXEMBOURG

CORINA HAHN • GERMANY

MICHAEL BELCASTRO • AUSTRALIA

At Dior Homme and Bottega Veneta it is the trendiest catwalk look for men: the quiff. Closely cropped sides, long on the top and brought in shape with much brushing and a lot of gel. Bei Dior Homme und Bottega Veneta ist er der angesagteste Catwalk-Männerlook: der Quiff. Rospelkurze Seiten, oben lang und dann mit viel Bürsten- und Gel-Feeling in Form gebracht.

C'est le look des défilés hommes le plus en vogue chez Dior Homme et Bottega Veneta : la banane. Les côtés ultras courts, le dessus long et une mise en forme à la brosse avec beaucoup de gel. Dior Homme y Bottega Veneta son las pasarelas más famosas para los hombres: el tupé. Los laterales ultra-cortos, la zona superior muy larga y llevada en forma con cepillo y gran cantidad de gel.



THERES DÄTWYLER • SWITZERLAND

HOLGER MAAS • GERMANY

ROBYN SAUNDERS • AUSTRALIA [photo: justin aveling]

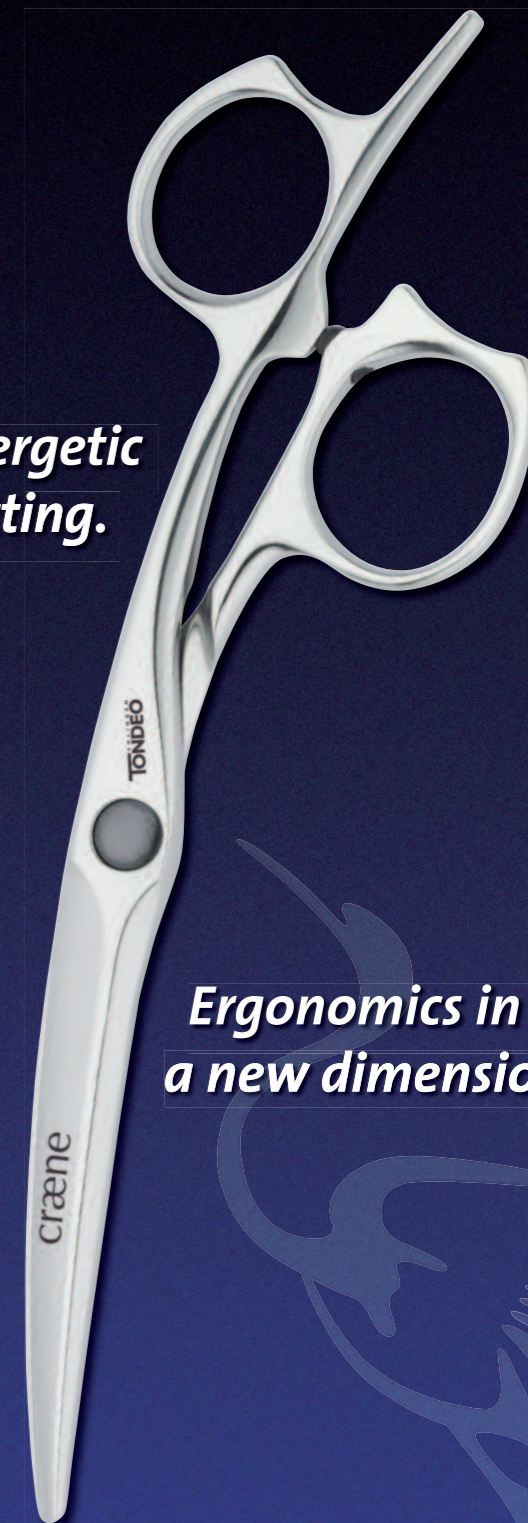


HEIKO SCHNEIDER • GERMANY [photo: paul kohl]

LOS HOMBRES LANZAN LAS TENDENCIAS. LOS HOMBRES SE APASIONAN POR LA MODA. LOS HOMBRES QUIEREN CORTES Y COLORES. TRATAMOS DE INDIVIDUALIDAD Y DE EXPRESIÓN DEL ESTILO PERSONAL: EL PEINADO DE MODA HA SIDO UN TERRENO DE HOMBRES DURANTE MUCHO TIEMPO. Los cortes para hombres como diseño de peinado innovador - se combinan aquí experiencia personalizada y estilo urbano moderno. Se asocian las formas geométricas de los undercuts a estilos extravagantes. El cabello es corto en los lados y en el cuello, en la parte superior tiene longitudes diferentes - esto se traduce en cortes innovadores que a menudo pueden ser re-estilizados. La moda significa cambio. Es el rechazo de la uniformidad y el deseo de experimentar: el mundo perfecto de la moda para hombres.

cræne

Energetic cutting.



Ergonomics in a new dimension.

More information: www.tondeo.de

SOLINGEN
TONDEO



intercoiffure
M O N D I A L
PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA
NEW YORK · BERLIN

21st INTERCOIFFURE world congress: GLOBAL-FASHION IN ROME



THE ETERNAL CITY OF ROME FASCINATES BY ITS HISTORY, ITS ARCHITECTURE, ITS DESIGN AND ITS LIFESTYLE. IT IS A VIBRANT METROPOLIS THAT COMBINES CREATIVITY AND ELEGANCE IN A UNIQUE WAY. WITH A KEEN SENSE FOR FASHION AND CINEMA. THUS THE INSPIRING ITALIAN CAPITAL BRINGS TOGETHER ALL THE OUTSTANDING QUALITIES TO BE THE PERFECT VENUE IN 2012 FOR THE 21ST INTERCOIFFURE WORLD CONGRESS. INTERCOIFFURE MONDIAL PRESIDENT KLAUS PETER OCHS, INTERCOIFFURE ITALY PRESIDENT ALBERTO ROSSI AND THEIR RESPECTIVE TEAMS, ALONG WITH OUR LONG LASTING PARTNERS FROM THE INDUSTRY, L'ORÉAL AND P&G SALON PROFESSIONAL/WELLA, ARE ALL WORKING HAND IN HAND ON THE PREPARATION OF THIS PROMISING WORLD CONGRESS. ROME AND ITALY: HAIRSTYLING WAS VIRTUALLY INVENTED HERE – FROM ANCIENT ROME TO THE RENAISSANCE. IT IS A CITY THAT IS DEDICATED TO ITS HISTORY AND ALSO THAT SYMBOLIZES THE FUTURE. THE AUDITORIUM PARCO DELLA MUSICA BY RENZO PIANO WILL BE THE MAIN LOCATION OF THE EVENT: LOOK FORWARD TO FOUR EXCEPTIONAL DAYS DURING WHICH ROME WILL BECOME THE INTERCOIFFURE CAPITAL!

21. INTERCOIFFURE WELTKONGRESS: AUF IN RICHTUNG ROM!

Die „ewige Stadt“ Rom fasziniert durch Historie, Architektur, Design und Lebenskunst. Es ist eine pulsierende Metropole, die Kreativität und Eleganz auf einzigartige Weise verbindet. Mit sicherem Gespür für Mode und Kino. Damit vereint die inspirierende, italienische Hauptstadt für 2012 alle herausragenden Qualitäten, um der perfekte Austragungsort für den 21. Intercoiffure Weltkongress zu sein. Intercoiffure Mondial Präsident Klaus Peter Ochs, Intercoiffure Italia Präsident Alberto Rossi und ihre jeweiligen Teams, sowie die langjährigen Industrie-Partner L'Oréal und P&G Salon Professional/Wella arbeiten gemeinsam an dem vielversprechenden Weltkongress. ROM UND ITALIEN: hier wurde das Hairstyling quasi erfunden – vom antiken Rom bis zur Renaissance. Es ist eine Stadt, die sich ihrer Geschichte verschrieben hat und gleichzeitig die Zukunft symbolisiert. Das Auditorium Parco della Musica von Renzo Piano wird die Haupt-Location des Events sein: freuen Sie sich auf vier außergewöhnliche Tage, an denen Rom zur Intercoiffure Mondial Mega-City avancieren wird!



21^{ème} CONGRÈS INTERCOIFFURE MONDIAL : DIRECTION ROME !

LA VILLE ÉTERNELLE DE ROME FASCINE PAR SON HISTOIRE, SON ARCHITECTURE, SON DESIGN ET SON ART DE VIVRE. C'EST UNE MÉTROPOLE DYNAMIQUE QUI ALLIE CRÉATIVITÉ ET ÉLÉGANCE D'UNE MANIÈRE UNIQUE, AVEC UNE SENSIBILITÉ POUR LA MODE ET LE CINÉMA. AINSI, L'EXALTANTE CAPITALE ITALIENNE COMBINE TOUTES LES QUALITÉS EXCEPTIONNELLES POUR ÊTRE, EN 2012, LE LIEU IDÉAL DU 21^{ÈME} CONGRÈS MONDIAL D'INTERCOIFFURE. KLAUS PETER OCHS, PRÉSIDENT D'INTERCOIFFURE MONDIAL, ALBERTO ROSSI, PRÉSIDENT D'INTERCOIFFURE ITALIE ET LEURS ÉQUIPES RESPECTIVES, AINSI QUE NOS PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE, L'ORÉAL ET P&G SALON PROFESSIONAL/WELLA, TRAVAILLENT MAIN DANS LA MAIN À LA PRÉPARATION DE CE CONGRÈS MONDIAL DES PLUS PROMETTEURS. ROME ET L'ITALIE : C'EST ICI QUE LA COIFFURE A POUR AINSI DIRE ÉTÉ INVENTÉE – DE LA ROME ANTIQUE JUSQU'À LA RENAISSANCE. C'EST UNE VILLE QUI S'EST CONSACRÉE À SON HISTOIRE ET QUI SYMBOLISE EN MÊME TEMPS L'AVENIR. L'AUDITORIUM PARCO DELLA MUSICA DE RENZO PIANO SERA LE LIEU PRINCIPAL DE L'ÉVÈNEMENT : RÉJOUISSEZ-VOUS DE QUATRE JOURS D'EXCEPTION PENDANT LESQUELS ROME DEVIENDRA LA CAPITALE D'INTERCOIFFURE!

ROME'S TREASURES

IN THESE LOCATIONS, AN EXTRAORDINARY OPENING, RESERVED TO THE INTERCOIFFURE GUESTS.



Intercoiffure 2012 is also a unique chance to discover some of the most symbolic sights of Rome, where to hold business meetings or restricted appointments. As well as, why not, partners' and sponsors' PR activities. For the more prestigious meetings, we have identified a selection of some of the most beautiful and hidden gems of the Capital.

¿21º CONGRESO MUNDIAL INTERCOIFFURE: ADELANTE POR ROMA!

La ciudad eterna de Roma fascina por su historia, su arquitectura, su diseño y su estilo de vida. Es una metrópolis vibrante que combina la creatividad y la elegancia de una manera única. Con una aguda sensibilidad por la moda y el cine. Así, la estimulante capital italiana reúne todas las cualidades para ser el lugar perfecto del Congreso Mundial de Intercoiffure en 2012. El Presidente de Intercoiffure Mondial, el Sr. Klaus Peter Ochs, el Presidente de Intercoiffure Italia, el Sr. Alberto Rossi, sus equipos respectivos así que los siempre fieles socios de la Industria, L'Oréal y P&G Salon Professional/Wella, todos trabajan codo con codo en la preparación de este muy prometedor Congreso Mundial. Roma e Italia: la peluquería se inventó prácticamente aquí - de la Antigua Roma hasta el Renacimiento. Es una ciudad muy dedicada a su historia y también que simboliza el futuro. El Auditorio Parco della Musica de Renzo Piano será la sede principal del evento: alégrese con cuatro días excepcionales en los que Roma se convertirá en la capital de Intercoiffure.



MARKUS HERRMANN • GERMANY



1 CUT 4 LOOKS

Wer will schon jeden Tag gleich aussehen? Wandelbare, vielseitige Schnitte sind gefragt, die nur mit wenigen Stylingmitteln und viel Phantasie zu neuen Looks umgestaltet werden können. Da wird mal die Textur verändert oder mit dem Pony gespielt: ein Cut – vier Looks.

Qui veut vraiment avoir la même tête tous les jours?

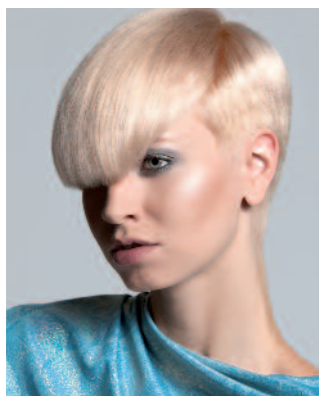
Des coupes malléables, variées, qui peuvent être transformées en looks nouveaux avec peu de produits et beaucoup de fantaisie sont très demandées. Parfois la texture est changée, d'autres fois on joue avec la frange : une coupe – quatre looks.

¿Quién quiere tener la misma apariencia cada día? Hay gran demanda de cortes flexibles, versátiles que pueden ser transformados en nuevos looks con algunos productos y mucha imaginación. Una vez se cambia la textura, otra vez jugamos con el flequillo: un corte - cuatro looks.

WHO REALLY WANTS TO LOOK THE SAME EVERY DAY?

CHANGEABLE, VERSATILE CUTS THAT CAN BE METAMORPHOSED INTO NEW LOOKS WITH A FEW STYLING PRODUCTS AND A LOT OF IMAGINATION ARE IN GREAT DEMAND. ONCE THE TEXTURE IS CHANGED, ANOTHER TIME WE PLAY WITH THE FRINGE: ONE CUT – FOUR LOOKS.

GEOMETRIC AND SMOOTH



Graphical blond shortcut with ultra short sides and extra long fringe: clean look. • **Graphischer blonder Shortcut mit ultrakurzen Seiten und überlangem Pony: clean Look.** • *Coupe courte blonde graphique aux côtés ultra courts et franges extra longues : style épuré.* • Corte gráfico rubio con lados ultra cortos y un flequillo extra largo: un estilo depurado.

CLEAR AND STRICT



Rockabilly attitude with hair brushed completely from the face: gleaming pixie style. • **Rockabilly-Allure mit komplett aus dem Gesicht gebürstetem Haar: schimmernder Garçonne-Style.** • *Allure rockabilly avec des cheveux entièrement brossés en arrière, hors du visage : style garçonne brillant.* • Actitud Rockabilly con el cabello enteramente peinado hacia atrás dejando libre al rostro: estilo garçonne brillante.

VOLUMINOUS AND SEXY



The untamed wavy look appears smooth and alluring: shortcut with glamour. • **Ungebändigter Wellen-Look wirkt weich und verführerisch: Shortcut mit Glamour.** • *Le look aux ondulations indomptées paraît doux et séduisant : coupe courte glamour.* • El look con ondas indomables parece suave y seductor: corte corto con glamour.

SMOOTH AND STRUCTURED



Graphic structures, casual and trendy. New texture is created by applying wax with the fingers. • **Grafisch strukturiert, lässig und trendy. Mit den Fingern und Wachs entsteht eine neue Textur.** • *Structures graphiques, nonchalant et tendance. Une nouvelle texture est créée en appliquant de la cire avec les doigts.* • Estructuras gráficas, indolentes y de moda. Se crea nueva textura aplicando cera con los dedos.



THIS PRECIOUS DROP OF OIL IS BEHIND THE INCREDIBLE ODS TECHNOLOGY

FUSE STYLING AND CARE
FOR A NEW LEVEL
OF HAIR PERFECTION

SP



Take your clients' hair to a new level of personalized, flawless style by mixing new SP Styling products with SP Final Care products. You can mix Refined Texture with Perfect Ends for texture with shine and softness. www.wella.com

SP. THE SCIENCE OF PERSONALIZED CARE. FROM 

