

edition 2014



intercoiffure

MAGAZINE



**THE
WORLD
OF BEST
HAIRDRESSERS**
magic hair and fashion

Go digital, click for **TRENDS** and **NEWS**
(including **LINKS** to websites, facebook, youtube...)
ICD ONLINE MAGAZINE - all about Beauty and Style

HAIRCHALK

The 1st* make-up for hair
Exclusively at your hairdresser
Washes out with shampoo**

EXCLUSIVELY BY

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

VISIT US AT

WWW.LOREALPROFESSIONNEL.COM



*of L'Oréal Professionnel
**Instrumental Test. Lasts an average of 2 shampoos depending on the amount of product applied and the hair type



Global trends and education! Creativity, style and a lot of know-how are required when it comes to developing new collections and looks. Intercoiffure Mondial's elite hairdressers are global trendsetters. Their aim: work and show! At the "Fashion Days" they showed the result of their artistic inspiration and technical skills in ever new cuts, groundbreaking coloration and styling. Highly qualified, international experts ran workshops and seminars in the new House of Nations: fashion spirit and business expertise at their highest level. As worldwide elite organization of hairdressers in 56 countries, Intercoiffure Mondial forms an international network. Global friendships are built, Juniors are encouraged, social projects are supported - Intercoiffure Mondial stands for quality and for a strong future together in the beauty market: Vision of the Elite.

Globale Trends und Education! Kreativität, Stil und viel Know-how sind gefordert, wenn es um die Entwicklung neuer Kollektionen und Looks geht. Die Elite-Friseure von Intercoiffure Mondial sind globale Trendsetter. Ihr Ziel: work and show! Auf den „Fashion Days“ zeigen sie das Ergebnis ihrer künstlerischen Inspiration und handwerklichen Arbeit in immer neuen Schnitten, innovativen Colorationen und Stylings. Hochqualifizierte, internationale Experten leiten Workshops und Seminare im neuen Haus der Nationen: Fashion-Spirit und Business-Kompetenz auf höchstem Niveau. Intercoiffure Mondial als weltweite Elite Friseurorganisation in 56 Ländern bildet ein internationales Netzwerk. Weltumspannende Freundschaften entstehen, Junioren werden gefördert, soziale Projekte unterstützt – Intercoiffure Mondial steht für Qualität und für eine gemeinsame, starke Zukunft im Beautygeschäft: Vision of the Elite.

FASHION SPIRIT GLOBAL TRENDS AND BUSINESS-POWER

Tendances universelles et éducation! Créativité, style et savoir-faire sont exigés lorsqu'il s'agit d'élaborer de nouvelles collections et de nouveaux looks. Les coiffeurs d'élite d'Intercoiffure Mondial sont les précurseurs mondiaux des tendances. Leur objectif: travailler et montrer! Lors des " Fashion Days" ils ont présenté le résultat de leur inspiration artistique et de leur travail technique dans des coupes toujours nouvelles et dans des colorations et des styles innovants. Des experts internationaux hautement qualifiés ont animé des ateliers et des séminaires dans la nouvelle Maison des Nations: esprit de mode et expertise professionnelle de très haut niveau. En tant qu'organisation mondiale de coiffeurs d'élite présente dans 56 pays, Intercoiffure Mondial forme un réseau international. Des amitiés universelles sont nouées, les Juniors sont encouragés et les projets sociaux sont soutenus - Intercoiffure Mondial prône la qualité et un avenir solide, ensemble dans le marché de la beauté: Vision de l'Élite.

¡Tendencias universales y educación! Creatividad, estilo y saber hacer son exigidos cuando se trata de elaborar nuevas colecciones y nuevos looks. Los peluqueros de élite de Intercoiffure Mondial son los precursores mundiales de las tendencias con el objetivo de trabajar y mostrar. Durante los "Fashion Days" presentaron el resultado de su inspiración artística y de su trabajo técnico en cortes siempre nuevos y en coloraciones y estilos innovadores. Expertos internacionales altamente cualificados animaron talleres y seminarios en la nueva Casa de Naciones: espíritu de moda y pericia profesional de muy elevado nivel. Como organización mundial de peluqueros de élite presente en 56 países, Intercoiffure Mondial forma una red internacional. Se entablan amistades universales, se alienta a los Juniors y se apoyan los proyectos sociales - Intercoiffure Mondial recomienda la calidad y un futuro sólido, juntos en el mercado de la belleza: Visión de la Élite.



Klaus Peter Ochs, President Mondial





HAIR TALKS
HIGH LIFE

Tease and manipulate your style with Grip Cream
or vamp up the volume with Body Crafter.
New in the line-up from Wella Professionals Styling.
Find out more at www.wella.com

WELLA PASSIONATELY PROFESSIONAL

NEW



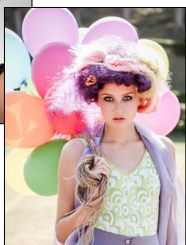
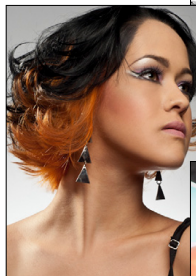


intercoiffure

THE WORLD OF BEST HAIRDRESSERS • VISION OF THE ELITE



edition 2014



click to navigate

- 03 EDITORIAL**
As worldwide elite organization of hairdressers in 56 countries, Intercoiffure Mondial forms an international network.
- 08 TREND ICD MONDIAL 2014**
Elegant waves, glamour curls, graphical cuts, Punk-rock bobs.
- 20 CUTS**
Short and mid-length cuts with special details advance to become favorite looks.
- 32 A NEW DIMENSION FOR SALON COLOR**
Interview with Adil Mehboob-Khan, Global President of Wella, the Salon Professional division of Procter & Gamble.
- 37 SHOWTIME**
Worlds of magic. Global beauty lifestyle. ICD's opulent trend presentation at the Night of the Stars in Paris was fascinating.
- 44 FASHION DAY**
Creative workshops by excellent Intercoiffure stylists from around the world.
- 47 INTERVIEW L'ORÉAL**
Interview with An Verhulst-Santos, General Manager, L'Oréal Professional Products.
- 53 NEW HOUSE OF NATIONS**
A creative place, office and spacious event venue for the worldwide elite organization of top stylists.
- 57 COLOR**
Life is colorful! And fashion loves the mix of colors.
- 63 BRIDALS**
Magic. Splendor. Heyday of happiness. Enchanting styles for the most beautiful day.
- 67 LONG**
Star style: long hair is a symbol of sexiness and seduction.
- 73 US-STYLE**
Smashing glitter, extravagant elegance – seventies and twenties reloaded.

click to navigate



- 75 UP-DO**
Elegant and striking styles for extravagant appearances.
- 81 STYLE WITH SUSTAINABILITY**
It's no secret that stylists inspire and influence their clients' lives.
- 86 CURLS**
Creativity needs input and exciting orchestration. Trends are geared to art.
- 95 ETHNO GLAMOUR**
The new opulence for self-confident, natural styling.
- 96 SALON EMOTION**
Bringing delight back to the client experience with the new "Salon Emotion" concept.
- 101 HAIR ART**
Crêped hair as trendy up-dos, silhouettes with star-appeal.
- 102 FONDATION GUILLAUME**
Energetic fashion fusion from around the world.
- 110 EXTRAVAGANCE**
Magnificent hair as artistic handwork.
- 114 WORLDWIDE CHARITY POWER**
Charity Power with Education for Life.
- 120 PLAITED**
Beautiful interlacing: delicate plaits, braided hair bands, romantic chignons.
- 122 YOUNG FASHION**
Experimental, wild, edgy and above all: happy and young!
- 130 MEN**
The perfect man - always new: from business look to club style.
- 138 PEOPLE ARE TALKING ABOUT**
American Beauty | Jewelry Design | Acublot
- 143 22nd ICD WORLD CONGRESS**
Welcome to the future! Beauty power, mega events, sightseeing five phenomenal days in China's Boomtown Shanghai.

STRENGTHEN WEAK, FRAGILE HAIR. 12X STRONGER AFTER ONE APPLICATION*.

Indulge her with ultra-reinforcing formulas for touchably soft hair.

NEW
BIOLOGE
advanced
fiberstrong



INTRA-CYLANE™ + BAMBOO

ULTRA CONDITIONING
FORMULAS FOR
INCREDIBLE SOFTNESS.

A PROFESSIONAL STRENGTHENING BREAKTHROUGH:

Reinforce fragile hair with a system designed to strengthen the hair strand. Formulas with Intra-Cylane™ and Bamboo, to add resiliency and condition the cuticle for ultimate strength. **Advanced care available only in Matrix salons.**

*When using the system of fiberstrong shampoo, conditioner and fortifying cream versus a non-conditioning shampoo.



MATRIX
IMAGINE ALL YOU CAN BE



B

I

O

L

A

G

E

trend

ICD MONDIAL 2014

LUSTROUS ROMANCE

Feminine fashion sphere with elegant waves for avant-garde divas. · *Feminine Fashionsphäre mit eleganten Wellen für Avantgarde-Diven.* · Sphère de mode féminine aux élégantes ondulations pour divas avant-gardistes. · *Esfera de moda femenina con elegantes ondulaciones para divas vanguardistas.*

POETIC HALO

Beauty princesses: Poetic Halo with glamour curls. · *Beauty-Prinzessinnen: Poetic Halo mit Locken-Glamour.* · Princesses de beauté: Poetic Halo et ses boucles glamour. · *Princesas de belleza: Poetic Halo y sus bucles glamour.*



photography by ROB PEETOOM

KLAUS PETER OCHS,
President Intercoiffure Mondial

presents

ILLUMINATION

INTERCOIFFURE MONDIAL ARTISTIC TEAM

HIROYUKI OBAYASHI, ASIA REGION
NATASHA BALABANOVA, EASTERN EUROPE REGION
MAURICIO PINA, LATIN AMERICA REGION
ULF SCHJERPEN, NORDIC REGION
FAATEMAH AMPEY, NORTH AMERICA REGION
SHERRI JESSEE, NORTH AMERICA REGION
JAS JHALLY, OCEANIA REGION
KAY SCHNEIDER, WESTERN EUROPE REGION
FASHION TEAM FONDATION GUILLAUME:
SASSCHA HIRTSGAARD, FG DENMARK
JESÚS ROMERO, FG SPAIN

SOLAR ECLIPSE

Retro sixties style: Solar Eclipse in sharp graphical cuts. · *Retro-Sixties Style: Solar Eclipse in strengen Graphic-Cuts.* · Style rétro des sixties: Solar Eclipse en coupes graphiques aiguisées. · *Estilo retro de los sixties: Solar Eclipse en cortes gráficos aguzados.*

TUNGSTEN

Punk-rock power: Tungsten styles with eccentric bobs. · *Punkrock-Power: Tungsten-Stylings mit exzentrischen Bobs.* · Le punk rock au pouvoir: les styles de Tungsten aux carrés excentriques. · *El punk rock al poder: los estilos de Tungsten con cuadrados excéntricos.*

LUSTROUS ROMANCE



Extra extravagant! Lustrous Romance styles have a glowing trend effect. Diva looks de luxe: copper à la Rita Hayworth impressive and sophisticated.

Extra extravagant! Lustrous Romance-Stylings haben leuchtende Trendwirkung. Diva-Looks de luxe: Kupferrot à la Rita Hayworth eindrucksvoll und sophisticated.

Ultra-extravagant! Les styles de Lustrous Romance ont un effet de tendance étincelant. Des looks pour divas de luxe: rouge cuivré à la Rita Hayworth impressionnant et sophistiqué.

¡Ultra extravagante! Los estilos de Lustrous Romance tienen un efecto de tendencia resplandeciente. Looks para divas de lujo: rojo cobrizo a lo Rita Hayworth impresionante y sofisticado.

LUSTROUS ROMANCE



The forties as inspiration for elegance: shiny big hair creations, XL chignons with rhinestone jewelry and opulent waves. Glam brunette as once Ava Gardner.

Die Vierziger Jahre als Inspiration für Eleganz: schimmernde Big-Hair-Kreationen, XL-Chignons mit Strass-Schmuck und opulente Wellen.

Les années quarante sont l'inspiration de l'élégance: des créations volumineuses brillantes, des chignons XL ornés de bijoux en strass et des boucles opulentes. Brunette glamour comme jadis Ava Gardner.

Los años cuarenta son la inspiración de la elegancia: creaciones voluminosas brillantes, moños XL adornados con joyas de strass y opulentos bucles. Morenita glamour como antaño Ava Gardner.

TUNGSTEN



Loud, electrifying and with audacious glamour: Tungsten styles have feminine punk appeal. The cuts are edgy with sharp contours: voluminous bobs, graphical cuts.

Laut, elektrisierend und mit draufgängerischem Glamour: Tungsten-Styles haben femininen Punk-Appeal. Die Schnitte sind edgy mit harten Konturen: Volumen-Bobs, Graphic-Cuts.

Bryant, électrisant et d'un glamour audacieux: les styles Tungsten ont un attrait punk féminin. Les coupes sont osées et leurs contours aiguisés: des carrés volumineux et des coupes graphiques.

Ruidoso, electrizante y un glamour audaz: los estilos Tungsten tienen un atractivo punk femenino. Los cortes son atrevidos y sus contornos aguzados: cuadrados voluminosos y cortes gráficos.

TUNGSTEN



The futuristic looks are endowed with eccentric details such as neon-purple streaks and colour effects in dip-dye technique. Young fashion power in vinyl, leather and fur. Zu den futuristischen Looks gehören exzentrische Details wie Neon-Purpur-Strähnen und Color-Effekte in Dip-Dye-Technik. Junge Fashion-Power in Lack, Leder und Pelz.

Les looks futuristes sont dotés de détails excentriques comme les mèches fluorescentes pourpres ou les effets de couleurs issus de la technique dip-dye. Nouveau fashion power en cuir, vinyle et fourrure.

Los looks futuristas cuentan con detalles excéntricos como los mechones fluorescentes púrpuras o los efectos de colores procedentes de la técnica dip-dye. Nuevo fashion power en cuero, vinilo y piel.

A woman with long, straight blonde hair styled in a futuristic, braided bun with a circular, segmented top. She is wearing a black, short-sleeved, form-fitting dress with a glowing blue digital pattern of interconnected lines and dots on the upper back and shoulder area. She is looking to the right.

STYLE SHIFT

DIGITALITY: THE COLLECTION

Hair by **Michael Polsinelli**
& **Shay Dempsey**

Created with Drynamic

Photography and effects by
Warren du Preez & Nick Thornton Jones

sebastianprofessional.com

P R O F E S S I O N A L
SEBASTIAN

WHAT'S NEXT.

POETIC HALO



Dramatically romantic as in a daydream: the lifestyle universe of Poetic Halo is nostalgic and feminine in a hyper modern way with soft curls in elaborate complexity.

Dramatisch romantisch wie in einem Tagtraum: der Lifestyle-Kosmos von Poetic Halo ist nostalgisch auf hypermoderne Art mit weichen Locken in kunstvoller Vielschichtigkeit.

Dramatique et romantique comme dans un rêve éveillé: le mode de vie de Poetic Halo est nostalgique dans un style hyper moderne avec des boucles légères à la complexité ouvragée.

Dramático y romántico como en un sueño despierto: el modo de vida de Poetic Halo es nostálgico dentro de un estilo hiper moderno con bucles ligeros de complejidad labrada.

POETIC HALO



Poetic looks – fabulous, mysterious. Undone up-dos with braided hair bands in pastel tones and sometimes magical in delicate mint sorbet.

Poetische Looks – märchenhaft, mysteriös. Undone Up-dos mit geflochtenen Haarbändern in Pastell-Tönen und manchmal magisch in zartem Sorbet-Mint.

Looks poétiques – fabuleux, mystérieux. Des chignons défaits ornés de bandeaux de cheveux tressés en tons pastel ou parfois magiques en sorbet menthe fondant.

Looks poéticos – fabulosos, misteriosos. Moños deshechos adornados con bandos de cabello trenzado en tonos pastel o a veces mágicos en sorbete menta fundente.

KÉRASTASE
PARIS

VOLUME PUSHED TO NEW HEIGHTS,
VERTIGINOUS GLAMOUR.

lift
vertige

COUTURE STYLING BY KÉRASTASE.

EXCLUSIVELY IN KERASTASE SALONS.
FIND A SALON NEAR YOU AT KERASTASE.COM



SOLAR ECLIPSE



Solar Eclipse appears futuristic and daring. The looks are so spectacular as the sky phenomenon. High Fashion in black and white: Solar Eclipse beams the sixties to the future.

Futuristisch und gewagt zeigt sich Solar Eclipse. Die Looks sind so spektakulär wie das Himmelsphänomen. High Fashion in Schwarz und Weiß: Solar Eclipse beamt die Sixties in die Zukunft.

Solar Eclipse se révèle futuriste et audacieux. Des looks aussi spectaculaires que les phénomènes du ciel. De la haute couture en noir et blanc: Solar Eclipse téléporte les sixties dans le futur.

Solar Eclipse se revela futurista y audaz. Looks tan espectaculares como los fenómenos del cielo. Alta costura en blanco y negro: Solar Eclipse teleporta los sixties al futuro.

SOLAR ECLIPSE



Abstract shape pattern in artful Op-Art is reinvented: graphical cuts and monochrome hair colour underline the strict texture. Abstrakte Formmuster in kunstvoller Op-Art werden neu erfunden: grafische Cuts und monochrome Colorationen unterstreichen die strenge Textur. Un modèle de forme abstrait en Op-Art savant est réinventé: des coupes graphiques et des colorations monochromes soulignent la texture rigoureuse. Un modelo de forma abstracta en Op-Art científico ha sido reinventado: cortes gráficos y coloraciones monocromas subrayan la textura rigurosa.

SASSOON

PROFESSIONAL



cuts

SHORTCUTS

Short cuts for trendy dandy girls and extravagant glam looks. Hair fashion trends against the mainstream. Loud and strong: hip urban style with precise unisex cutting techniques. The cuts are roadworthy but with a cool, fresh touch. The colors: copper and ultra blond!

SHORTCUTS

Shortcuts als trendige Dandygirl- und extravagante Glam-Looks. Hair-fashion-Trends gegen den Mainstream. Laut und stark: hipper Urban-Style mit präzisen Unisex-Schnitttechniken. Die Cuts sind straßentauglich, aber mit einem coolen frischen Touch. Die Farben: Kupfer und Mega-Blond!



COUPES COURTES

Des coupes courtes pour filles dandy branchées et looks glamour élégants. La mode à contracourant. Tape-à-l'œil et intense : un style urbain branché aux techniques de coupes précises et unisexes. Des coupes tout-terrain avec une touche fraîche et nouvelle. Les couleurs : cuivré et blond platine !

CORTES CORTOS

Cortes cortos para chicas dandy modernas y looks glamour elegantes. La moda a contracorriente. llamativa e intensa : un estilo urbano moderno con técnicas de cortes precisos y unisex. Cortes todoterreno con un toque fresco y nuevo. Los colores : ¡ cobrizo y rubio platino !

from left to right

WILLIAM DE RIDDER • BELGIUM (photo: J. Bollaert)

WILLI KUHN • SWITZERLAND (photo: Adrian Portmann)

PASCAL THENARD • FRANCE

LUIS LLONGUERAS • SPAIN (photo: David Arnal)



Noble and avant-garde – punk rocks! Cropped sides meet with longer hair on the top and XL side fringe. For a sleek styling, use a paddle brush to blow-dry the hair. Conjure some extra shimmer in your hair with shine spray. Add a mix of blond or purple. Boy cut meets nostalgic style.



AVANT-GARDE
Edel und avantgardistisch – hier rockt der Punk! Raspelkurze Seiten treffen auf längeres Deckhaar und XL-Seitenpony.



Für ein glattes Styling verwenden Sie am besten eine Paddle Brush zum Föhnen. Mit Glanzspray zaubern Sie zusätzlichen Schimmer ins Haar. Dazu ein Color-Mix aus Blond und Violett. Boycut trifft Nostalgie-Style.



AVANT-GARDE

Noble et innovant – ici c'est le punk qui prédomine ! Les côtés tondues de près rencontrent de la longueur sur le dessus et une frange extra-large sur le côté. Pour un style lisse, utilisez une brosse à brushing pour le séchage. Faites apparaître des reflets dans les cheveux avec du spray brillance. Ajoutez à cela un mélange de couleurs en blond ou pourpre. Une coupe de garçon au style nostalgique.

VANGUARDIA

Noble e innovador – ¡ aquí es el punk que predomina ! Los lados rapados encuentran longitud en la parte de encima y un flequillo extra-ancho en el costado. Para un estilo liso, utilice un cepillo de brushing para el secado. Haga aparecer reflejos en el cabello con spray de brillo. Añada a esto una mezcla de colores en rubio o púrpura. Un corte a lo garçon con estilo nostálgico.

WILLIAM DE RIDDER • BELGIUM (photo: J. Bollacert)



A CLEAR THING



A CLEAR THING

Clean, austere, minimalistic: stage looks in graphic design. So precise and avant-garde in a Sassoon-Style. Luxurious short cuts that become classics through the perfection of lines and the spectacular hair colors.

KLARE SACHE

Clean, streng, minimalistisch: Szene-Looks im Graphic-Design. So präzise und avantgardistisch im Sassoon-Style. Es sind luxuriöse Shortcuts, die durch die Perfektion der Linien und die spektakulären Haarfarben Klassiker werden.

CLARTÉ

Pur, austère, minimaliste : des looks pour les podiums au design graphique. Précis et avant-gardiste en style Sassoon. Des coupes courtes de luxe qui deviennent des classiques grâce à la perfection des lignes et aux couleurs spectaculaires.

CLARIDAD

Puro, austero, minimalista : looks para podios con diseño gráfico. Preciso y vanguardista en estilo Sassoon. Cortes cortos de lujo que se vuelven clásicos gracias a la perfección de las líneas y a los colores espectaculares.

cuts

EXTREMELY SHORT

GRAPHIC LINES COMBINED WITH BRIGHT COLORS. IN ADDITION, A MIX OF DIFFERENT TEXTURES: SLEEK MEETS CURLS. FASHION AGAINST THE CURRENT: SPECTACULAR, REBELLIOUS AND AS SENSATIONAL AS A LADYLIKE ROCKER.



BUNDY BUNDY • AUSTRIA (photo: Inge Prader)

EXTREM KURZ

Graphische Linien in Verbindung mit leuchtenden Farben. Und dazu ein Mix von unterschiedlichen Texturen: glatt trifft auf lockig. Fashion gegen den Strom: spektakulär, rebellisch, aufsehenerregend wie eine Ladylike-Rockerin.

ULTRA COURT

Des lignes graphiques associées à des couleurs vives. Le tout agrémenté d'un mélange de différentes textures : combinaison de lisse et de bouclé. La mode à contre courant : spectaculaire, rebelle, aussi surprenante qu'une rockeuse féminine.

ULTRA CORTO

Lineas gráficas asociadas a colores vivos. Y todo adornado con una mezcla de diferentes texturas : combinación de liso y ensortijado. La moda a contracorriente : espectacular, rebelde, tan sorprendente como una rockera femenina.

**Incredible power.
Zero ammonia.**

**INJECT COLOR
INSIDE FOR
HIGH RESOLUTION
IMPACT:
TRUE, SHARP
AND SATURATED.**

FEATURING
**COLOR INJECTION
SYSTEM ODS2**
A 100% MORE EFFICIENT
COLOR DELIVERY SYSTEM*



NEW
COLORINSIDER

PRECISION PERMANENT COLOR

An innovation in professional color:

Our most powerful color delivery system. Oil propels color actives to the hair's core with less stress on the cuticle. Maximum color impact. Minimal alkalinity.

Only in Matrix salons.

NO AMMONIA. HIGH-RESOLUTION COLOR.

*COLOR INJECTION ODS TECHNOLOGY maximizes the efficiency of the hair color delivery system. It provides the same level of lift with 20 volume (6%) developer compared to our leading non-ODS hair color delivery system with 40 volume (12%) developer with the same level of alkaline agent.

M A T R I X

IMAGINE ALL YOU CAN BE

MATRIX.COM



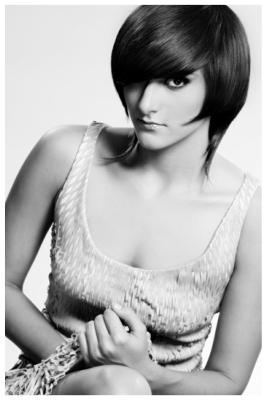
LINCOLN TRAMONTINI • BRAZIL (photo: Ghina Latesso)



RACHEL WALKER • AUSTRALIA (photo: Chantalle Cancele)



TONY CARRERA • MEXICO



TEXTUR-MIX

Akzentuierter Kleopatra-Style in Blond, schmaler Boy-Cut mit Extensions, wuscheliger Apricot-Shortcut. Kurze und halbblange Schnitte mit besonderen Details avancieren zu Lieblingslooks. Trendcuts auch für sehr feines Haar.

MÉLANGE DE TEXTURES

Le style Cléopâtre accentué en blond, une coupe de garçon effilée avec des extensions, coiffure courte floue couleur abricot. Les coupes courtes et mi-longues aux détails particuliers sont élevées au rang de looks préférés. Des coupes tendances même pour les cheveux très fins.

MEZCLA DE TEXTURAS

El estilo Cleopatra acentuado en rubio, un corte de garçon deshiliado con extensiones, peinado corto suelto color albaricocque.

Los cortes cortos y medias longitudes con detalles particulares son elevados al rango de looks preferidos. Cortes modernos incluso para el cabello muy fino.



ANDREA BELTHAUS • GERMANY (photo: Petra Hützen)

MIX OF TEXTURE

ACCENTUATED CLEOPATRA STYLE IN BLOND, SLENDER BOY CUT WITH EXTENSIONS, TOUSLED APRICOT SHORT CUT. SHORT AND MID-LENGTH CUTS WITH SPECIAL DETAILS ADVANCE TO BECOME FAVORITE LOOKS. TRENDY CUTS EVEN FOR VERY FINE HAIR.



COLORFUL BOBS

Poetic, romantic, sensual: bob variations with dip-dye effects and artistic, delicate hair accessories. Strictly graphic or in motion. Let's move! Feminine and elegant look with French chic and a hip urban style.

COLOR-BOBS

Poëtisch, romantisch, sinnlich: Bob-Variationen mit Dip-Dye-Effekten und kunstvollen, zarten Hair-Accessoires. Streng graphisch oder in Bewegung. Let's move! Feminin-elegant Look mit französischem Chic und hipem Urban-Style.

CARRÉS COLORÉS

Poétique, romantique, sensuel : des variantes de carrés aux effets dip-dye et aux accessoires délicats et artistiques. Un look féminin élégant doté d'un chic à la française et d'un style urbain branché.

CUADRADOS CON COLOR

Poético, romántico, sensual : variantes de cuadrados con efectos dip-dye y accesorios delicados y artísticos. Un look femenino elegante dotado de un chic a la francesa y un estilo urbano moderno.

WANDELBAR

Hair-Designer sind offen für Kunst, Catwalk-Looks, Architektur. Trend-Cuts entstehen aus vielen Eindrücken.

Die Kollektion „The Change“ von Markus Herrmann zeigt wandelbare, überraschende Looks, die je nach Laune immer neue Facetten zeigen.

Undercuts und deutliche Längenunterschiede sind die Basis für grenzenlose Stylings.

TRANSFORMABLE

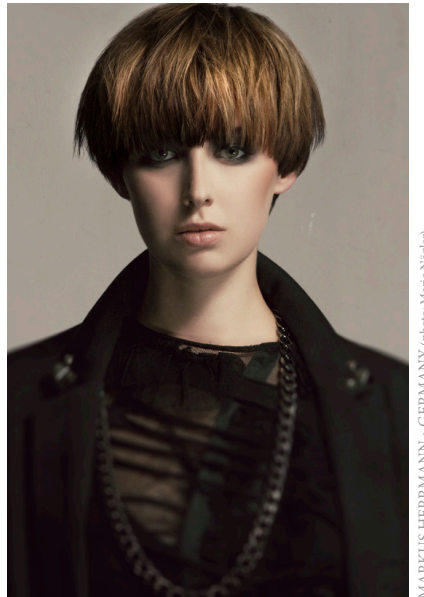
Les coiffeurs créateurs sont ouverts à l'art, aux looks des podiums, à l'architecture.

Les coupes tendances proviennent de plusieurs impressions. La collection "The Change" de Markus Herrmann présente des looks convertibles,

surprenants, qui offrent de multiples facettes selon l'humeur. Des dégradés et d'importantes différences de longueur constituent la base d'un nombre infini de styles.

TRANSFORMABLE

Los peinaciones creadoras están abiertos al arte, a los looks de los podios, a la arquitectura. Los cortes modernos provienen de varias impresiones. La colección "The Change" de Markus Herrmann presenta looks convertibles, sorprendentes, que ofrecen múltiples facetas según el estado de ánimo. Degradados y grandes diferencias de largos constituyen la base de un número infinito de estilos.



TRANSFORMABLE

HAIR DESIGNERS ARE OPEN FOR ART, CATWALK LOOKS AND ARCHITECTURE. TREND CUTS ARE THE RESULT OF MANY IMPRESSIONS. THE COLLECTION "THE CHANGE" BY MARKUS HERRMANN PRESENTS CHANGEABLE, SURPRISING LOOKS THAT ALWAYS SHOW NEW FACETS DEPENDING ON YOUR MOOD. UNDERCUTS AND SIGNIFICANT LENGTH DIFFERENCES ARE THE BASIS FOR UNLIMITED STYLES.

MARKUS HERRMANN • GERMANY (photo: Mario Nigler)



MOVEMENT

DECENT PAGEBOY STYLE OR SEXY BOB? PERFECTLY STYLED OR FUZZY? FOR AN OUT-OF-BED LOOK, WORK SOME MOUSSE INTO YOUR HAIR. THIS CREATES A GREAT UNDONE EFFECT. TO ACCENTUATE INDIVIDUAL HIGHLIGHTS, YOU CAN ALSO USE HAIR WAX.

BEWEGUNG Braver Pagenkopf oder sexy Bob? Perfekt gestylt oder wuschelig? Für den Out-of-bed-Look arbeiten Sie schaumfester ins Haar ein. Dadurch entsteht ein toller Undone-Effekt. Um einzelne Strähnen zu akzentuieren, können Sie zusätzlich Haarwachs verwenden.

MOUVEMENT Coupe au bol sage ou carré sexy? Style impeccable ou ébouriffé? Pour un look saut-du-lit travaillez les cheveux avec de la mousse. Cela crée un super effet décoiffé. Pour accentuer certaines mèches vous pouvez également utiliser de la cire.



MARC MENDEL • SWITZERLAND (photo: Elin Andergg)



MOVIMIENTO

¿CORTE DE TAZÓN FORMAL O CUADRADO SEXY? ¿ESTILO IMPECABLE O DESGREÑADO? PARA UN LOOK AL MOMENTO DE LEVANTARSE, TRABAJE EL CABELLO CON ESPUMA. ELLO CREA UN SUPER EFECTO DESPEINADO. PARA ACENTUAR CIERTOS MECHONES PUEDE TAMBIÉN UTILIZAR CERA.

SHISEIDO



NEW

LACQUER GLOSS

Inspired by Japanese lacquer artistry.





JASON DAVIES • NEW ZEALAND

FRINGE DETAIL

Cheeky, funky, radical and with extreme versatile fringe variations. Frayed and long, the fringe suits the asymmetrical, staggered bob. Absolute must-have: the straightener ensures a precise look, shine spray provides glow! With short haircuts wax is required to give the fringe the right direction.

PONY DETAIL

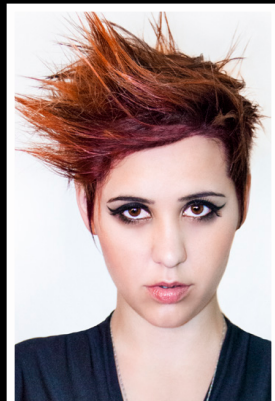
Frach, funky, radikal und mit extrem vielseitigen Pony-Variationen. Fransig und lang passt der Pony zum asymmetrischen, schrägen Bob. Absolutes Must-have: das Glätteisen sorgt für den präzisen Look. Glanzspray schafft Glow! Für den Kurzhaarschnitt braucht es Haarwachs, um dem Pony die richtige Richtung zu geben.

FRANGE EN DETAIL

Insolent, radical et des variantes de franges d'une diversité extrême. Effilée et longue, la frange s'adapte parfaitement au carré asymétrique et décalé. Un must absolu - le fer à lisser garantit un look précis, le spray brillance apporte de l'éclat! Avec la coupe courte, il faudra de la cire pour donner la bonne direction à la frange.

FLEQUILLO CON DETALLE

Insolente, radical y variantes de flequillos de una extrema diversidad. El flequillo deshilado y largo, se adapta perfectamente al cuadrado asimétrico y desfasado. Un « must » absoluto: la plancha para alisar el pelo garantiza un look preciso, el spray para brillo aporta esplendor. Con el corte corto, se necesitará cera para dar la buena orientación al flequillo.





DAVID KINGSON • AMERICA/CANADA

CONTRASTS

Androgynous femininity. Sexy, short, glamorous: asymmetries are the trend and garçonne cuts celebrate their comeback. Sensual and full of magic, especially in precious ice blond or in shimmering jet-black.

KONTRASTE

Androgyne Weiblichkeit. Sexy, kurz, glamourös: Asymmetrien sind im Trend und der Garçonne-Schnitt feiert sein Comeback. Sinnlich und voller Magie, vor allem in edlem Eisblond oder schimmerndem Lackschwarz.

CONTRASTES

Féminité androgyne. Sexy, court, glamour : les asymétries sont tendances et la coupe garçonne fête son grand retour. Sensuelle et pleine de magie, surtout dans un blond glacé noble ou en noir de jais brillant.

CONTRASTES

Feminidad andrógina. Sexy, corto, glamour : las asimetrías están de moda y el corte garçon vuelve otra vez. Sensual y llena de magia, sobre todo en un rubio glaseado noble o en negro azabache brillante.



A NEW DIMENSION FOR SALON COLOR

*Interview with Adil Mehboob-Khan,
Global President of Wella,
the Salon Professional division of Procter & Gamble.*

Interview: Petra Weinzierl

What are your upcoming launches and projects in 2014? Is there some big scoop that we can expect from Wella?

Absolutely – like every year! We will keep innovating and inspiring salons across our brand portfolio, continuing the journey of elevating stylists and the salon industry. Color innovation will be particularly strong. We will bring extra shades and news on Illumina Color and continue to drive adoption of our breakthrough new “free hand” creative color service Color.id, both of which are already a great success with the clients. We are also launching a revolutionary new color dye molecule, ME+, as part of the Koleston Perfect Innosense line. KP Innosense provides Koleston-level top color performance and 100% gray coverage as well as reducing the risk of developing allergies – for those salon clients who are ingredient-conscious yet don’t want to compromise on the color performance. System Professional will celebrate its 40th birthday with a new luxurious treatment menu and innovation throughout the year. Nioxin has an exciting new super-charged thickening treatment called Diaboost and Sebastian is launching several exciting new styling products. Net – our salon partners have lots to look forward to in 2014.

You are committed to support professional salons and stylists - how important is your partnership and cooperation with Intercoiffure Mondial?

We strongly believe in this partnership and are committed to cultivate new opportunities, globally and locally. Young talent development is particularly close to both our hearts and essential for the prosperity of hairdressing. As an example, our latest Paris Wella Studio Color.id workshop for ICD’s Fondation Guillaume stylists received great reviews, proving once more that Wella and Intercoiffure Mondial are uniquely positioned to develop and provide a platform for the next generation of hairdressing stars.

What are the common values of Wella and Intercoiffure Mondial?

Wella and Intercoiffure both want to further stylists via high level education and innovation, including experimenting with new formats and new technologies. ICD’s latest show during the Paris Gala dinner in September 2013 was a wonderful example of mixing digital technologies with the age-old craft of hairdressing to bring additional inspiration with projections on the model’s dress. Wella is also bringing more of that influence, expanding the online education courses but also with the online launch of new Trend-vision trends, using ingenious digital inspiration boards and 360 degree views.

Beauty means....?

Beauty is dreams coming true.

Hairdressers around the world need new ideas to develop their business and create new trend visions. What concepts are you proposing?

We have several existing business programs, as our commitment has always been to be the best possible business partner for our salons. We are now taking that support even further with a new business consultancy service called “Activate your salon”. This is an additional resource that helps identify untapped potential and offer tailored business solutions for our partner salons. It’s a simple, digitally-enabled tool that can make a big difference for salons and is already receiving positive feedback from the salon owners.

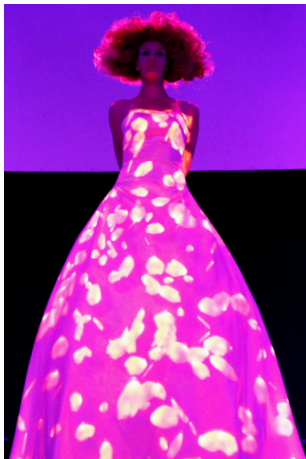
What is your vision of the global salon business?

We believe partnering top-notch education with the right portfolio and leading product and service innovation is the most powerful component of a salon’s success. For example, salons that implemented Illumina Color premium services and received the full training have seen an average revenue increase of 8%. This is a fantastic result, particularly in a market that can be stagnant or contracting. We will continue working hard on this “power of 3”, so our partner salons run well, sell well and succeed now and in the future.



Interview mit
Adil Mehboob-Khan,
Global Präsident von Wella,
der Salon Professional Division
von Procter & Gamble

FARBE NEU GEDACHT



Was sind Ihre Projekte für 2014? Welche Produkte werden Sie herausbringen? Können wir mit sensationelle Neuheiten von Wella rechnen?

Absolut – wie in jedem Jahr! Wir arbeiten weiterhin an Neuerungen und inspirieren Salons mit der Vielfalt unserer Marken; wir unterstützen Stylisten und die Friseurbranche nach Kräften. Im Bereich der Haarfarben wird es besonders viele Neuheiten geben. Bei Illumina Color bieten wir zusätzliche Farbtöne und manche Neuerung. Wir werden auch weiter die Einführung unseres bahnbrechenden neuen "Freihand" Kreativ-Color-Services Color.id vorantreiben. Sowohl Illumina Color als auch Color.id sind bei den Kunden bereits sehr erfolgreich. Wir bringen außerdem als Teil der Koleston Perfect Innosense Linie ME+, ein revolutionäres neues Haarfärbemolekül, auf den Markt. KP Innosense bietet höchste Färbleistung auf Kolestonniveau und 100% Graubdeckung. Darüber hinaus verringert es das Allergierisiko – das ist wichtig für jene Kunden, die auf die Zutatenliste schauen und dennoch bei der Färbleistung keine Kompromisse eingehen wollen. System Professional feiert das ganze Jahr über seinen 40. Geburtstag mit einer Luxusserie und verschiedenen Neuerungen. Nioxin hat mit Diaboost eine aufregend neue, hochaktive Behandlung zur Stärkung des Haares und Sebastian bringt mehrere fantastische neue Stylingprodukte auf den Markt. Kurz gesagt, unsere Partnersalons haben viel, worauf sie sich 2014 freuen können.

Sie unterstützen und fördern professionelle Salons und Stylisten – wie wichtig ist dabei Ihre Partnerschaft und Zusammenarbeit mit Intercoiffure Mondial?

Wir glauben fest an diese Partnerschaft und wollen auf lokaler und globaler Ebene neue Möglichkeiten zur Zusammenarbeit wahrnehmen. Junge Talente zu fördern liegt uns beiden ganz besonders am Herzen und ist außerdem entscheidend für die Weiterentwicklung der Friseurkunst. Nur ein Beispiel: unser letzter Wella Studio Color.id Workshop für die Stylisten der ICD angeschlossenen Fondation Guillaume in Paris erhielt tolle Kritiken und hat einmal mehr bewiesen, dass Wella und Intercoiffure Mondial gemeinsam die Möglichkeit haben, ein Forum für die nachfolgende Generation von herausragenden Friseuren zu schaffen.

Was sind die gemeinsamen Werte von Wella und Intercoiffure Mondial?

Sowohl Wella als auch Intercoiffure möchten Stylisten durch Innovation und hochkarätige Ausbildungen fördern. Dazu gehört auch das Experimentieren mit neuen Formaten und neuen Technologien. ICDs neueste Show während des Galadinner in Paris im September 2013 war ein wunderbares Beispiel dafür, wie man digitale Technologien mit dem uralten Friseurhandwerk verbinden kann und durch Projektionen auf das Kleid des Modells zusätzliche Inspiration entstehen lässt. Wella tendiert auch stark in diese Richtung. Wir erweitern das Angebot an Online-Kursen und starten neue Trendvision Trends online. Dazu benutzen wir geniale digitale Inspirationstafeln und 360 Grad Ansichten.

Schönheit ist.....?

Schönheit ist ein Traum, der wahr wird.

Friseure auf der ganzen Welt brauchen neue Ideen, um ihr Geschäft weiterzuentwickeln und neue Trendideen zu kreieren. Welche Konzepte schlagen Sie vor?

Unser Wunsch war es schon immer, den Salons als bestmöglicher Geschäftspartner zur Seite zu stehen. Deswegen bieten wir verschiedene Businessprogramme an. Wir fügen nun unserem Angebot sogar einen neuen Beratungsservice hinzu, den wir "Activate your salon" genannt haben. Damit lässt sich ungenutztes Potenzial entdecken und eine individuelle Lösung für jeden unserer Partnersalons erarbeiten. Es handelt sich um ein einfaches, digitales Tool, das für einen Salon immens hilfreich sein kann und bereits positive Rückmeldungen von Salonbesitzern erhält.

Was ist ihre Vision für das globale Friseurgeschäft?

Wir sind überzeugt, dass die Kombination von Ausbildung höchster Güte mit dem richtigen Markensortiment, führenden Produkten und neuen Dienstleistungen die besten Voraussetzungen für den Erfolg eines Salons sind. So haben zum Beispiel Salons, die Illumina Color Premium Services eingeführt und die entsprechende Fortbildung dazu absolviert haben, im Durchschnitt eine 8%ige Erhöhung ihres Umsatzes festgestellt. Dies ist ein fantastisches Ergebnis, ganz besonders in einem Bereich, der zur Stagnation oder gar zum Schrumpfen neigt. Wir werden weiterhin hart an dieser "dreifachen Schlagkraft" arbeiten, damit unsere Partnersalons gut laufen, gut verkaufen und jetzt und in der Zukunft erfolgreich sind.



SYSTEM PROFESSIONAL

40 YEARS

TRANS⁴⁰FORMATION TRANSFORMING HAIR. TRANSFORMING CARE.

SYSTEM PROFESSIONAL is celebrating four decades of collaboration and dedication. For 40 years our innovations have transformed the very structure of hair, while the dedication and excellence of our partner stylists has transformed hair care itself. Together we continue to inspire and shape the future of hair care into pure beauty creation. Join the celebration at facebook.com/SPSystemProfessional

SYSTEM PROFESSIONAL. THE SCIENCE OF TRANSFORMATIVE CARE.



ENTRETIEN AVEC
ADIL MEHBOOB-KHAN,
PRESIDENT MONDE DE WELLA,
LA DIVISION
SALON PROFESSIONNEL
DE PROCTER & GAMBLE

UNE NOUVELLE DIMENSION POUR LA COULEUR EN SALON

Quels sont vos prochains lancements et projets en 2014? Peut-on s'attendre à un scoop de la part de Wella?

Absolument – comme chaque année! Nous allons continuer à innover et à conseiller les salons de l'ensemble de notre portefeuille de marques, poursuivant ainsi notre mission qui est de mettre en avant les stylistes et l'industrie du salon. L'innovation couleur sera particulièrement riche. Nous allons apporter des nuances et des nouveautés supplémentaires à Illumina Color et continuer à favoriser l'adoption de notre service innovant de coloration créative "à main levée" Color.id, tous deux ayant déjà un franc succès auprès des clientes. Nous lançons également une nouvelle molécule de coloration capillaire révolutionnaire, ME+, dans le cadre de la ligne Koleston Perfect Innosense. KP Innosense offre à Koleston-level la meilleure performance couleur, couvrant jusqu'à 100% des cheveux blancs et réduisant les risques d'allergies – pour les clients de salons qui sont sensibles à la composition des produits mais sans vouloir faire de compromis sur la performance de la coloration. System Professional va célébrer son 40^{ème} anniversaire avec une nouvelle carte de soins de luxe et des innovations tout au long de l'année. Nioxin dispose d'un fascinant nouveau traitement épaississant ultra riche appelé Diaboost et Sebastian lance plusieurs nouveaux produits coiffants tout à fait géniaux. En bref – nos salons partenaires ont beaucoup à espérer en 2014.

Vous êtes engagés dans le soutien aux salons professionnels et aux stylistes – quelle est l'importance de votre partenariat et de votre collaboration avec Intercoiffure Mondial?

Nous croyons fermement en ce partenariat et sommes déterminés à cultiver de nouvelles opportunités, globalement et localement. La promotion de jeunes talents nous tient particulièrement à cœur et elle est essentielle pour la prospérité de la coiffure. À titre d'exemple, notre dernier atelier Color.id au Studio Wella à Paris pour les stylistes de la Fondation Guillaume d'ICD a reçu d'excellentes critiques, prouvant une fois de plus que Wella et Intercoiffure Mondial sont idéalement placés pour développer et fournir une plateforme pour la nouvelle génération de coiffeurs stars.

Quelles sont les valeurs communes à Wella et Intercoiffure Mondial?

Wella et Intercoiffure veulent tous deux promouvoir les stylistes grâce à l'innovation et à la formation de haut niveau, notamment en testant de nouveaux formats et de nouvelles technologies. Le tout dernier show d'ICD lors du dîner de Gala à Paris en septembre 2013 a été un formidable exemple de mélange de technologies

numériques avec le métier historique de coiffeur pour apporter plus d'inspiration grâce à une projection sur la robe du modèle. Wella aussi exerce davantage cette influence avec l'expansion de cours de formation en ligne mais aussi avec le lancement en ligne des nouvelles tendances Trendvision, au moyen d'ingénieurs tableaux d'inspiration numériques et de vues à 360 degrés.

Beauté signifie...?

Pouvez-vous nous donner 3 mots-clés?

La beauté: rêve devenu réalité

Les coiffeurs du monde entier ont besoin de nouvelles idées pour développer leur business et pour créer de nouvelles tendances. Quels concepts proposez-vous?

Nous disposons de plusieurs programmes professionnels car notre engagement a toujours été d'être le meilleur partenaire possible pour nos salons. Nous allons plus loin encore en offrant un nouveau service de conseil professionnel appelé "activez votre salon". C'est une ressource supplémentaire qui permet d'identifier un potentiel inexploité et d'offrir des solutions professionnelles sur mesure pour nos salons partenaires. C'est un outil simple, numérique, qui peut faire une grande différence pour les salons et qui reçoit déjà des commentaires positifs de la part des propriétaires de salons.

Quelle est votre vision de l'industrie mondiale du salon?

Nous croyons que l'association d'une formation de première qualité au bon portefeuille de produits, de produits leader et à l'innovation du service est l'élément essentiel de la réussite d'un salon. Par exemple, les salons qui ont mis en pratique les services premium d'Illumina Color et qui ont suivi la formation complète ont constaté une augmentation moyenne de leur chiffre d'affaires de 8%. C'est un excellent résultat, surtout pour un marché qui tend à stagner ou à être en baisse. Nous allons continuer à travailler dur sur la force de ces 3 éléments combinés, pour que nos salons partenaires fonctionnent bien, vendent bien et soient en mesure de prospérer aujourd'hui et demain.





Entrevista con Adil Mehboob-Khan, Presidente Global de Wella, la División Salon Professional de Procter & Gamble

UNA NUEVA DIMENSIÓN PARA EL COLOR EN SALÓN

¿Cuáles son sus próximos lanzamientos y sus proyectos en 2014? ¿Podemos esperarnos a un scoop de Wella?

Absolutamente – ¡como cada año! Vamos a continuar innovando y aconsejando a los salones de peluquería sobre todas nuestras marcas, continuando así con nuestra misión que es dar apoyo a los estilistas y al sector de la peluquería. La innovación en materia de color será particularmente sustentada. Vamos a aportar matices y novedades adicionales a Illumina Color y continuar favoreciendo la adopción de nuestro servicio innovador de coloración creativa “a mano alzada” Color.id, habiendo tenido ambos un gran éxito entre las clientas. Lanzamos asimismo una nueva molécula de tinte de color revolucionario, ME+, dentro del marco de la línea Koleston Perfect Innosense. KP Innosense ofrece a Koleston-level el mejor resultado de color, cubriendo hasta el 100% de canas y disminuyendo los riesgos de alergias – para los clientes de salones de peluquería preocupados por la composición de los productos sin que eso conlleve comprometer el resultado de la coloración. System Professional va a celebrar su 40º aniversario con una nueva carta de tratamientos de lujo e innovaciones a todo lo largo del año. Nioxin dispone de un fascinante nuevo tratamiento para dar espesor ultra rico llamado Diaboo y Sebastian lanza varios nuevos productos para el cabello realmente geniales. Así – nuestros salones socios tienen mucho que esperar en 2014.

Ustedes están comprometidos en el apoyo a los salones de peluquería profesionales y a los estilistas – ¿cuál es la importancia de su alianza y de su colaboración con Intercoiffure Mondial?

Creemos firmemente en esta alianza y estamos determinados a cultivar nuevas oportunidades, global y localmente. La promoción de jóvenes talentos nos interesa muchísimo y es esencial para la prosperidad de la peluquería. A modo de ejemplo, nuestro último taller Color.id en el Studio Wella en París para los estilistas de la Fundación Guillaume de ICD recibió excelentes críticas, demostrando una vez más que Wella e Intercoiffure Mondial se encuentran en un momento ideal para desarrollar y proporcionar una plataforma para la nueva generación de peinadores estrella.

¿Cuáles son los valores comunes de Wella e Intercoiffure Mondial?

Wella e Intercoiffure quieren promover a los estilistas gracias a la innovación y a una formación de alto nivel, en particular ensayando nuevos formatos y nuevas tecnologías. El más reciente show de ICD durante la cena de Gala en París en septiembre de 2013 fue un formidable ejemplo de mezcla de tecnologías digitales con el oficio histórico de peluquero para aportar más inspiración gracias a una proyección en el vestido del modelo. Asimismo Wella ejerce aún más esta influencia con la expansión de cursos de formación online pero también con el lanzamiento en línea de las nuevas tendencias Trendvision, mediante ingeniosos cuadros de inspiración digitales y de vistas a 360 grados.

¿Belleza significa...? ¿Puede darnos 3 palabras clave?

La belleza: sueño hecho realidad.

Los peluqueros del mundo entero necesitan nuevas ideas para desarrollar sus negocios y para crear nuevas tendencias. ¿Qué conceptos proponen ustedes?

Nosotros disponemos de varios programas profesionales ya que nuestro compromiso siempre ha sido ser el mejor socio posible para nuestros salones de peluquería. Vamos aún más lejos ofreciendo un nuevo servicio de asesoramiento profesional llamado activa tu salón. Es un recurso adicional que permite identificar un potencial inexplorado y ofrecer soluciones profesionales a la medida para nuestros salones socios. Es una herramienta simple, digital, que puede representar una gran diferencia para los salones y que recibe ya comentarios positivos por parte de dueños de los mismos

¿Cuál es su visión de la industria mundial de salones de peluquería?

Nosotros creemos que la asociación de una formación de primera calidad, la cartera correcta, el producto líder junto con la innovación del servicio es el elemento esencial del éxito de una peluquería. Por ejemplo, los salones que han puesto en práctica los servicios premium de Illumina Color y que han seguido la formación completa han comprobado un aumento medio de su cifra de negocios de un 8%. Es un excelente resultado, sobre todo para un mercado que tiende a estancarse o a bajar. Vamos a continuar trabajando con ahínco en la combinación de estos 3 elementos, para que nuestros salones de peluquería socios funcionen bien, vendan bien y estén en condiciones de prosperar hoy y mañana.





PARIS

Showtime

World of magic. Global beauty lifestyle. Intercoiffure Mondial's opulent trend presentation at the Night of the Stars in Paris was fascinating. The stage of the Salle Wagram turned into an inspiring fantasy land of fashion. Visionary trend forecasts were presented in four exclusive Gala shows. Showtime for masterful hair fashion glamour.

Zauberwelten. GlobalBeauty-Lifestyle. Intercoiffure Mondial fasciniert mit opulenten Trend-Inszenierungen bei der Night of the Stars in Paris. Die Bühne des Salle Wagram verwandelt sich in ein inspirierendes Fashion-Fantasieland. In vier exklusiven Galashows wurden visionäre Trend-Forecasts gezeigt. Showtime für meisterhaften Hairfashion-Glamour.

Des mondes magiques. La beauté universelle pour mode de vie. Intercoiffure Mondial a su fasciner avec sa somptueuse présentation des tendances lors de la Night of the Stars à Paris. La scène de la Salle Wagram s'est transformée en un édifiant monde fantastique de la mode. Les tendances visionnaires ont été présentées dans quatre shows exclusifs. Place au spectacle avec de la coiffure magistrale et glamour.

Mundos mágicos. La belleza universal como modo de vida. Intercoiffure Mondial ha sabido fascinar con su suntuosa presentación de las tendencias durante la Night of the Stars en París. La escena de la Sala Wagram se transformó en un edificante mundo fantástico de la moda. Las tendencias visionarias fueron presentadas en cuatro shows exclusivos. Paso libre al espectáculo con el peinado magistral y glamour.

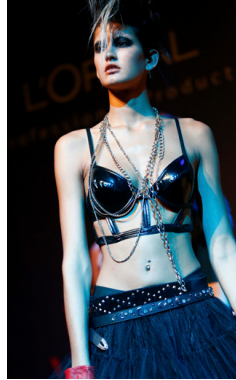
showtime

Casual punk power, delicate curly up-dos, minimalist sixties looks, opulent big hair - "Illumination", the latest trend collection by Interciffure Mondial's artistic team stands for beauty, glamour, pleasure and sexiness. The trends have something sensual and intense - a strong luminosity. And thus some will be like struck by lightning at the sight and fashion-appeal of the "Illumination" woman. The four styles are called Tungsten, Solar Eclipse, Poetic Halo and Lustrous Romance.

Lässige Punk-Power, zarte Locken Up-dos, minimalistische Sixties-Looks, opulentes Big Hair - „Illumination“, die aktuelle Trendkollektion des Artistischen Teams von Interciffure Mondial steht für Schönheit, Glanz, Freude und Sexiness. Die Trends haben etwas Sinnliches und Intensives - eine starke Leuchtkraft. Und so manch einer wird vom Anblick und vom Fashion-Appeal einer „Illumination“-Frau wie vom Blitz getroffen. Die vier Styles heißen Tungsten, Solar Eclipse, Poetic Halo und Lustrous Romance.



Interciffure Mondial -Trends 2014



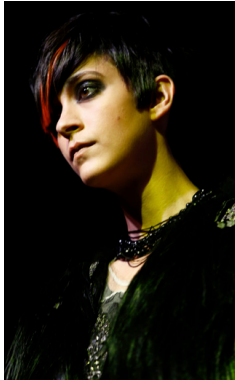
Interciffure Mondial -Trends 2014



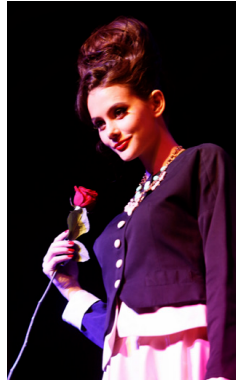
Interciffure Mondial -Trends 2014



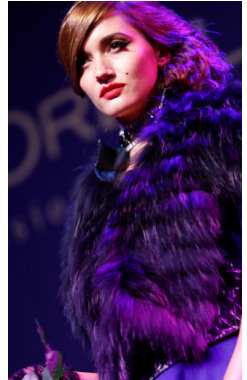
Interciffure Mondial -Trends 2014



Interciffure Mondial -Trends 2014



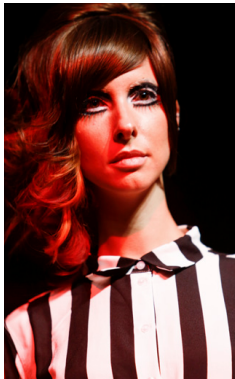
Interciffure Mondial -Trends 2014



Interciffure Mondial -Trends 2014



Interciffure Mondial -Trends 2014



Interciffure Mondial -Trends 2014



Interciffure Mondial -Trends 2014

Punk power nonchalant, chignons bouclés délicats, looks minimalistes des sixties, cheveux volumineux - "Illumination", la toute dernière collection de tendances par l'équipe artistique d'Interciffure Mondial est synonyme de beauté, splendeur, plaisir et sex-appeal. Les tendances ont quelque chose de sensuel et d'intense - une puissance lumineuse. Et c'est ainsi que certains seront comme frappés par la foudre à la vue du fashion-appeal de la femme "Illumination". Les quatre styles s'appellent Tungsten, Solar Eclipse, Poetic Halo et Lustrous Romance.

Punk power indolente, moños rizados delicados, looks minimalistas de los sixties, cabello voluminoso - "Illumination", la más reciente colección de tendencias por el equipo artístico de Interciffure Mondial es sinónimo de belleza, esplendor, placer y sex-appeal. Las tendencias tienen algo sensual e intenso - una fuerza luminosa. Y es así como algunos se quedarán como paralizados al ver el fashion-appeal de la mujer "Illumination". Los cuatro estilos se llaman Tungsten, Solar Eclipse, Poetic Halo y Lustrous Romance.

OIL CARE THAT'S A CUT ABOVE

3X STRONGER, 2X SHINIER HAIR
SILICONE-FREE****

NEW DIAMOND OIL strength and shine
for dull/damaged hair

Introducing Redken's first silicone-free hair oil treatment. **Diamond Oil** delivers carat strength for **3X stronger hair***, radiant clarity for **2X more shine****, smoothness for **3X more conditioning***** and resilience for **3X less hair breakage***. See the brilliance of a diamond with every drop.



**GENUINE
PRODUCTS
AVAILABLE
ONLY
IN SALONS**

*Diamond Oil (Shatterproof Shine / Shatterproof Shine Intense) vs. non-conditioning shampoo
**Diamond Oil (Shatterproof Shine / Shatterproof Shine Intense) vs. untreated hair
***Diamond Oil (Shampoo, Conditioner and Shatterproof Shine) vs. a non-conditioning shampoo
*Diamond Oil (Shampoo, Conditioner and Shatterproof Shine Intense) vs. a non-conditioning shampoo
**Diamond Oil (Shatterproof Shine / Shatterproof Shine Intense)

INSPIRATION. FASHION. INNOVATION.

   REDKEN.COM

REDKEN
5TH AVENUE NYC

showtime



Intercioffure Japan

Grunge is the new face of modern casualness. New Age, sharp, loud and glamorous – Intercioffure Japan presented extravagant trend looks with "Japan Edge". Not punk, not rock – but a perfectly imperfect undone style in fiery red, ultra-blond or soft ice shades. From avant-garde Iroquois styles to gorgeous evening dress, asymmetrical bobs and eccentric shortcuts with color flashes.

Grunge ist das neue Gesicht der modernen Lässigkeit. New Age, schrill, laut und glamourös – Intercioffure Japan zeigt extravagante Trend-Looks „Japan Edge“. Nicht Punk, nicht Rock – sondern perfekt unperfekt im Undone-Style in feurigem Rot, Ultra-Blond oder Softeis-Nuancen. Avantgarde-Iroquesen- Stylings zum traumhaften Abendkleid, asymmetrische Bobs und exzentrische Shortcuts mit Colourflashes.



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan

Le grunge est le nouveau visage de la désinvolture moderne. Un style New Age, aiguisé, tape-à-l'œil et glamour - Intercioffure Japon a présenté des looks tendances extravagants "Japan Edge". Ni punk, ni rock – mais un style inachevé parfaitement imparfait fait de rouge flamboyant, d'ultra-blond ou de douces nuances glacées. Des styles Iroquois avantgardistes à la superbe robe de soirée, des carrés asymétriques et des coupes courtes excentriques aux couleurs flash.

Lo grunge es el nuevo rostro de la desenvoltura moderna. Un estilo New Age, aguzado, llamativo y glamour- Intercioffure Japón ha presentado looks modernos extravagantes "Japan Edge". Ni punk, ni rock – pero un estilo inacabado perfectamente imperfecto de un rojo ardiente, ultra rubio o suaves matices satinados. Estilos iroqueses vanguardistas en el magnífico traje de noche, cuadrados asimétricos y cortes cortos excentricos con colores flash.



Intercioffure Japan



Intercioffure Japan

show time



Fondation Guillaume

Power meets magic moments. 28 Juniors of the Fondation Guillaume, Intercoiffure Mondial's young elite presented "Metro" – an exciting fashion tour of Paris with flashy rock-pop looks with pink quiffs, XL-chignons or nostalgic drapery with elegant up-dos and neon extensions. Urban hair fashion with refined braided styling and towers of curls. All very playful, easy and with a contagious creative power.

Power trifft auf magische Momente. 28 Junioren der Fondation Guillaume, die Nachwuchs-Elite von Intercoiffure Mondial präsentiert „Metro“ – eine aufregende Fashion-Tour durch Paris mit schrillen Rock-Pop-Looks mit pinkfarbenen Tollen, XL-Chignons oder Nostalgie-Drapierungen mit eleganten Up-dos und Neon-Extensions. Urban Hairfashion mit raffinierten Flecht-Stylings und Lockenürnen. Alles spielerisch, easy und mit ansteckender kreativer Kraft.



Fondation Guillaume



Fondation Guillaume



Fondation Guillaume

Le pouvoir à la rencontre de moments magiques. 28 Juniors de la Fondation Guillaume, la jeune élite d'Intercoiffure Mondial a présenté "Metro" – une virée parisienne exaltante très fashion avec des looks flashy pop-rock ornés de bananes roses, des chignons extra-larges ou encore des draperies nostalgiques aux chignons élégants et extensions fluorescentes. Des coiffures urbaines avec un style tressé raffiné et des tours de boucles. Le tout très ludique, simple et doté d'un contagieux pouvoir de création.

El poder va al encuentro de momentos mágicos. 28 Juniors de la Fondation Guillaume, la joven élite de Intercoiffure Mondial presentó "Metro" – una ronda parisina estimulante muy fashion con looks flashy pop-rock adornados con bananes rosadas, moños extralargos o incluso pliegues nostálgicos con moños elegantes y extensiones fluorescentes. Peinados urbanos con un estilo trenzado refinado y ensortijados de bucles. Y todo muy lúdico, simple y dotado de un contagioso poder de creación.



Fondation Guillaume



Fondation Guillaume



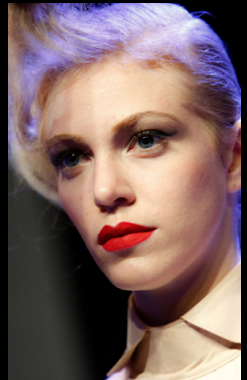
Fondation Guillaume



Fondation Guillaume



Fondation Guillaume



Fondation Guillaume

showtime



Interoiffure Latin America

Time for experiments. No limits, infinite freedom was the theme of Interoiffure Latin America's gala show. In the show "Toi, Moi", androgynous ladies are revealed as gentlemen, combining masculine angularity with feminine lines. Strong short cuts with subtle elegance. A skillful blend of super fine, architectural cuts and casual soft silhouettes. Anything goes!

Zeit für Experimente. No limits, grenzenlose Freiheit - das Thema der Galashow von Interoiffure Latin America. In der Show „Toi, Moi“ sind androgyne Ladies als Gentleman zu sehen. Maskuline Kantigkeit vereint sich mit femininen Linien. Strikante Shortcuts mit subtiler Eleganz. Gekonnter Mix aus superfein, architektonischen Cuts und lässig-weichen Silhouetten. Alles ist erlaubt!



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America



Interoiffure Latin America

Le temps est venu de faire des expériences. Aucune limite, la liberté à l'infini fut le thème du show de gala d'Interoiffure Amérique Latine. Le show "Toi, Moi" a révélé des jeunes femmes androgynes en gentlemen combinant angularité masculine et lignes féminines. Des coupes courtes affirmées à l'élégance subtile. Un savant mélange de coupes architecturales ultra nobles et de silhouettes tendrement nonchalantes. Tout est permis!

Ha llegado el momento de las experiencias. No hay límites, la libertad hasta el infinito fue el tema del show de gala de Interoiffure América Latina. El show "Toi, Moi" (Tú, Yo) reveló a jovencitas andróginas como gentlemen combinando angularidad masculina y líneas femeninas. Cortes cortos afirmados con sutil elegancia. Una mezcla acertada de cortes arquitectónicos ultra nobles y siluetas tiernamente indolentes. Todo está permitido!

BALMAIN

PARIS

HAIR COUTURE



HAIR COUTURE MASTER CLASS

JOIN THE MASTERS OF HAIR COUTURE DURING A FASHION PHOTOSHOOT / COURSE HELD
IN THE CAPITAL OF THE FASHION, PARIS. ONLY 8 PARTICIPANTS PER SESSION.

*Laurent Decreton 12 - 14 April · Pablo Kúmin 24 - 26 May · Laetitia Guenaou 21 - 23 June
Steven Goldsworthy 18 - 20 October · Hester Wernert 22 - 24 November (Dates might change)*

13 RUE ROYALE · 75008 PARIS · N° VERT 0800 309 180
WWW.BALMAINHAIR.COM

FASHION DAY

PARIS
SPRING SUMMER 2014

Global beauty at Intercoiffure Mondial's 2nd Fashion Day – hair fashion from the catwalks to the salons. Creative workshops by excellent Intercoiffure stylists from around the world. They presented the latest trends, innovative cuts and styles; easy-to-wear looks with a luxurious touch, play on textures as a day & night variation, artistic up-dos, graphic cuts with glam accessories, modern interpretation of the Great Gatsby style. Creative education in the House of Nations – learn from the best!

Beauté universelle lors du 2^{ème} Fashion Day d'Intercoiffure Mondial – la coiffure des podiums aux salons. Des ateliers créatifs par les remarquables stylistes d'Intercoiffure du monde entier. Ils ont présenté les dernières tendances, des coupes et des styles innovants; des looks faciles à porter avec une touche de luxe, des jeux de textures pour une variante jour-nuit, des chignons artistiques, des coupes graphiques ornées d'accessoires glamours, une interprétation moderne du style Gatsby le Magnifique. Éducation et créativité à la Maison des Nations – l'apprentissage auprès des meilleurs!

Global Beauty auf dem 2. Fashion Day von Intercoiffure Mondial – Hairfashion von den Laufstegen in die Salons. Kreative Workshops von exzellenten Intercoiffure-Stylisten aus aller Welt. Sie zeigen neueste Trends, innovative Cuts und Stylings; Easy-to-Wear-Looks mit luxuriösem Touch, Textur-Spielereien als Day- und Night-Stylevarianten, kunstvolle Up-Dos, Graphic-Cuts mit Glam-Accessoires, moderne Great-Gatsby-Trends. Creative Education im House of Nations - lernen von den Besten!

Belleza universal durante el 2do Fashion Day de Intercoiffure Mondial – el peinado de los podios a los salones de peluquería. Talleres creativos por los notables estilistas de Intercoiffure del mundo entero. Presentaron las últimas tendencias, cortes y estilos innovadores; looks fáciles de llevar con un toque de lujo, juegos de texturas para una variante día-noche, moños artísticos, cortes gráficos adornados con accesorios glamours, una interpretación moderna del estilo El Gran Gatsby. Educación y creatividad en la casa de las Naciones – ¡el aprendizaje con los mejores!

Fashion power! The Intercouffure Artistic Team and the winners of the Best Academy Awards (Amann & Bohn from Germany, Rob Peetoom Academy from the Netherlands, Grupo Nebro from Spain and Joakim Roos from Sweden) masterfully presented their latest techniques and trends.



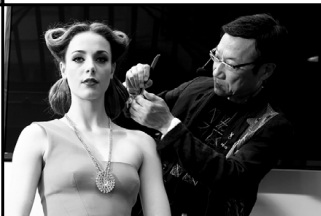
AMANN & BOHN ACADEMY

Relaxed luxury looks: casually pleated Big Hair and a refined French braid as loose up-do style. • *Relaxte Luxus-Looks: leger genähtes Big Hair und ein raffinierter französischer Zopf als lockerer Up-do-Style.* • *Looks décontractés de luxe: des cheveux volumineux nonchalamment plissés et une tresse raffinée en guise de chignon libre.* • *Looks informales de lujo: cabello voluminoso de modo indolente plisado y una trenza refinada a modo de moño suelto.*



ICD MONDIAL ARTISTIC TEAM

Trend collection "Illumination": retro meets future. Nostalgic Gatsby waves, eccentric bobs and artistic up-do styles. • *Trend-Kollektion „Illumination“: Retro meets Future. Nostalgische Gatsby-Wellen, exzentrische Bobs und kunstvolle Hochsteck-Styles.* • *Collection de tendances "Illumination": le rétro à la rencontre du futur. De nostalgiques ondulations à la Gatsby le Magnifique, des carés excentriques et des chignons artistiques.* • *Colección de tendencias "Illumination": el retro sale al encuentro del futuro. Nostalgias ondulaciones a lo Gran Gatsby, cuadros exóticos y moños artísticos.*



FASHION DAY

PARIS
SPRING SUMMER 2014



GRUPO NEBRO ACADEMY

Up-dos de luxe. A neat ponytail becomes hair design artwork. High fashion with an extra dose of glam. • *Up-dos de luxe. Ein cleaner Pferdeschwanz wird zum Haar-Design-Kunstwerk.* • *High-Fashion mit einer Extraportion Glam.* • *Chignons de luxe. Une queue-de-cheval ultra nette se transforme en une véritable œuvre d'art. De la haute couture avec une dose supplémentaire de glamour.* • *Moños de lujo. Una cola de caballo ultra nítida se transforma en una verdadera obra de arte. Es alta costura con una dosis adicional de glamour.*



JOAKIM ROOS GLOBE EDUCATOR

"Ethnic Candy" mixes Asian-looking shapes with a high-contrast, rich styling. Playful and fancy. • *"Ethnic Candy" mischt asiatisch anmutende Formen mit einem kontrastreichen, üppigen Styling. „Spielerisch und fancy.“* • *"Ethnic Candy", un mélange de formes asiatiques pour un style chaleureux très contrasté, le tout très ludique et fantaisiste.* • *"Ethnic Candy", una mezcla de formas asiáticas para un estilo cálido muy contrastado y todo muy lúdico y con fantasía.*



ROB PEETOOM ACADEMY

"New Beauty 2.0": the art of working with different textures. Short cuts become stunning design looks using wax and styling spray. • *„New Beauty 2.0“: die Kunst mit unterschiedlichen Texturen zu arbeiten. Shortcuts werden mit Wachs und Spraystyling zu atemberaubenden Design-Looks.* • *"New Beauty 2.0": l'art de travailler avec des textures différentes. Les coupes courtes se transforment en looks éblouissants très design grâce à la cire et au spray coiffant.* • *"New Beauty 2.0": el arte de trabajar con texturas diferentes. Los cortes cortos se transforman en looks deslumbrantes muy design gracias a la cera y al spray de peinado.*



Fashion-Power! Das Intercouffure Artistic Team und die Gewinner der Best Academy Awards (Amann & Bohn aus Deutschland, Rob Peetoom Academy aus den Niederlanden, Grupo Nebro aus Spanien und Joakim Roos aus Schweden) präsentierten meisterhaft neueste Techniken und Trends. • La mode au pouvoir! L'équipe artistique d'Intercouffure et les gagnants des Best Academy Awards (Amann & Bohn d'Allemagne, Rob Peetoom Academy des Pays-Bas, Grupo Nebro d'Espagne et Joakim Roos de Suède) ont présenté de main de maître leurs toutes dernières techniques et tendances. • ¡La moda al poder! El equipo artístico de Intercouffure y los ganadores de los Best Academy Awards (Amann & Bohn de Alemania, Rob Peetoom Academy de los Países Bajos, Grupo Nebro de España y Joakim Roos de Suecia) presentaron con maestría sus más recientes técnicas y tendencias.

FASHION DAY PARIS



SEXY – THE NEW COOL: BEAUTIFUL, SILHOUETTES AND PERFECT SHAPES, FEATHERY BOBS WITH UNDERCUT, GEOMETRIC CUTS WITH AIRY TEXTURES, DELICATE TULLE RIBBONS AS HAIR ACCESSORIES ALL CREATE ROCK POESY. ONLY THE FINISHING MAKES THE LOOK UNIQUE. HANDS ON! DETAILED WORK AND SENSE OF TREND AT THE INTERCOIFFURE FASHION DAYS.

Sexy – das neue Cool: traumhafte Silhouetten und perfekte Formensprache, fedrige Bobs mit Undercut, geometrische Schnitte mit luftigen Texturen, zarte Tüllbänder als Hair-Accessoire schaffen Rock-Poesie. Erst das Finish macht den Look einzigartig. Hands on! Detailarbeit und Trend-Gespür bei den Intercoiffure Fashion Days.

Sexy est le nouveau cool: de superbes silhouettes et des formes parfaites, des carrés plumeux et dégradés, des coupes géométriques aux textures aériées, de délicats rubans de tulle en guise d'accessoires créent un style poético-rock. C'est seulement la touche finale qui rend le look unique. Action! Travail minutieux et maîtrise des tendances lors des Intercoiffure Fashion Days.

Sexy es el nuevo cool: magníficas siluetas y formas perfectas, cuadrados plumosos y degradados, cortes geométricos con texturas aireadas, delicadas cintas de tul a modo de accesorios crean un estilo poético-rock. Es solamente el toque final que hace que el look sea único. ¡Acción! Trabajo minucioso y dominio de las tendencias durante los Intercoiffure Fashion Days.

L'ORÉAL

Professional Products

the key to success

Interview with An Verhulst-Santos, General Manager, L'Oréal Professional Products



What is your vision for L'Oréal Professional Products in 2014? Can you share any new developments with us?

At L'Oréal Professional Products, a global leader in professional haircare products and services, our ambition is to put the consumer back at the heart of our strategy. This involves, in particular, "re-enchanted" or restoring an element of delight to women's experience of salons.

It means making women want to go to their hairdresser more often, once again. That's why L'Oréal Professional Products is helping hairdressers to transform their salons, through its new "Salon Emotion" approach. (See the article on Page 96.) Our mission at L'Oréal Professional Products is also to provide hairdressers with the means to create looks inspired by the latest fashion trends, which women want to adopt. With this in mind, we've launched L'Oréal Professionnel "It looks" – fashion-forward hairstyles inspired by the

runways and celebrities, as well as what's happening in the street and on the web. We've invented a new temporary color: L'Oréal Professionnel HairChalk, which was launched during London Fashion Week. This first make-up for hair, which lasts for two shampoos on average, brightens up the hair for specific occasions.

Why is your partnership with the Intercoif-fure Mondial network important?

This partnership is essential for sharing best practices. Certain hairdressers are able to identify key success criteria and become a source of inspiration for the entire profession. Salon hairdressing, like every other profession, needs to keep renewing itself to remain attractive.

What are the shared objectives and values of this partnership?

Our objective is to change perceptions of this profession. In particular, digital channels are a powerful way to engage salons' clientele, who search online for information on hair – the most popular beauty search category according to Google Beauty Insights Reports, published in first quarter 2013 – and attract them to salons. For example, our Redken brand has creat-

Sustainable, because we're continually creating products that are better for the environment, such as our new-generation colors: INOA (the first ammonia-free hair color), Redken Chromatics and Matrix Colorinsider.

Responsible, because we've made a commitment, alongside hairdressers, to educating their clients about AIDS and combatting unfounded rumors through our "Hairdressers Against AIDS" program.

Finally, "Beauty for a Better Life," is a training program, launched in 2009 by the L'Oréal Foundation, to help women in difficult situations get their lives back on track by training as hairdressers. Deployed in about 20 countries, this program helps about 1,000 women every year.

Do you have a message concerning the future of hairdressers worldwide?

L'Oréal Professional Products' mission is to offer consumers worldwide the best of professional beauty, by ensuring that L'Oréal salons, wherever they are in the world, become real beauty venues. This is the ambition of our new "Salon Emotion" concept, involving more customized service, and completely overhauled décor and design.

"Identify key success criteria and become a source of inspiration"

What is your vision of the hair care market for the next five years?

Hairdressing salons have a bright future ahead of them, provided that they focus more than ever on the idea of pleasure and service. Salons must make an effort to transform their offering, not only in the way they welcome and accompany their clients throughout their visits, but also in terms of physical layout, décor and design. A visit to a salon must once again become a real source of pure pleasure. And we're there to help salons make this change.

ed a partnership with Chiara Ferragni, a young Italian blogger whose fashion blog "The Blonde Salad" has attracted followers from all around the world. We're also reinforcing the presence of our L'Oréal Professionnel brand at the major Fashion Weeks, including New York, Paris, London and Milan.

What does beauty mean? Can you give us three key words?

A Sustainable Beauty, a Responsible Beauty and "Beauty for a Better Life."

An Verhulst-Santos

President Professional Products Division bei L'Oréal



schaffen es, die wesentlichen Erfolgsfaktoren herauszufinden und werden zu Inspirationsquellen für den gesamten Berufsstand. Denn unser Beruf – das Friseurgeschäft im Salon – muss sich, wie alle anderen auch, immer wieder neu erfinden, wenn er attraktiv bleiben will.

Welche gemeinsamen Ziele und Werte kommen in dieser Partnerschaft zum Tragen?

Wir möchten gerne, dass sich die Wahrnehmung dieses Berufes ändert. An diesem Punkt bildet die digitale Technik eine starke Verbindung

zu unseren Kunden, die sich auf dem Internet über Haarpflege informieren. Laut Google Beauty Insights Report des ersten Quartal 2013 ist Haarpflege das Stichwort, das in der Kategorie Schönheit am meisten abgerufen wurde. Diese Kunden möchten wir gewinnen und in unsere Salons bringen. Nur ein Beispiel: unsere Marke Redken ist eben eine Zusammenarbeit eingegangen mit der jungen italienischen Bloggerin Chiara Ferragni, deren Modevolumen „The Blonde salad“ auf der ganzen Welt begeistert aufgenommen werden. Wir verstärken außerdem die Präsenz unserer Marke L'Oréal Professional auf den größten Fashion Weeks, wie zum Beispiel New-York, Paris, London oder Mailand.

Schönheit bedeutet...? Geben Sie uns drei Stichworte.

Nachhaltige Schönheit, verantwortungsbewusste Schönheit und Schönheit für ein besseres Leben – „Beauty for a better life“. Nachhaltig, denn unsere Produkte werden immer umweltfreundlicher, wie man an der neuen Generation unserer Koloration sehen kann: Inoa, die erste Koloration ohne Ammoniak; aber auch Chromatics bei Redken und Colorinsider bei Matrix. Verantwortungsbewusst, denn wir unterstützen unsere Friseure ganz konkret mit unserem Programm „Friseure gegen Aids“ bei der Information ihrer Kundschaft und beim Kampf gegen Vorurteile zum Thema Aids. Und dann ist da noch unser Ausbildungsangebot „Beauty for a better life“, das 2009

von der L'Oréal Stiftung ins Leben gerufen wurde. Es richtet sich an Frauen in schwierigen Lebenssituationen und ermöglicht ihnen durch eine Ausbildung zur Friseurin einen neuen Start. Das Programm wird in circa zwanzig Ländern angeboten und kommt jährlich etwa tausend Frauen zugute.

Haben Sie etwas zu sagen zu den Zukunftsaussichten der Friseure rund um die Welt?

Die Aufgabe der Abteilung Professional Products ist es, den Konsumenten auf der ganzen Welt das Beste der professionellen Schönheitspflege zu bieten und darauf hinzuwirken, dass L'Oréal Salons überall als Anlaufstellen in Schönheitsfragen wahrgenommen werden. Genau das wollen wir mit unserem neuen Konzept „Salon Emotion“ erreichen. Und zwar durch einen individuellen Service und eine radikale Neugestaltung der Räumlichkeiten und der Dekoration.

Wie sehen Sie den Markt der Haarpflegeprodukte in den kommenden fünf Jahren?

Friseursalons können sich auf gute Zeiten freuen, wenn sie mehr denn je die Idee von Genuss und Dienstleistung in den Vordergrund stellen. Die Salons kommen an Veränderungen nicht vorbei - sowohl in ihrer Art, die Kunden zu empfangen, als auch an der

„Manche Friseure schaffen es, die wesentlichen Erfolgsfaktoren herauszufinden und werden zu Inspirationsquellen für den gesamten Berufsstand.“

Notwendigkeit, diese während der Dauer ihres Besuchs im Salon zu betreuen. Sie müssen ebenfalls die Gestaltung ihrer Räumlichkeiten, die Innenausstattung und die Dekoration neu überdenken... Der Besuch im Salon muss wieder zu einem Vergnügen werden. Wir stehen bereit, um die Salons auf diesem Weg zu begleiten.

L'ORÉAL
Professional Products

Was ist Ihre Vision für L'Oréal Professional Products in 2014? Können Sie uns ein paar Neuigkeiten ankündigen?

Für L'Oréal Professional Products, den Marktführer bei den professionellen Produkten für Friseure rund um die Welt, geht es darum, die Kundin wieder in den Mittelpunkt unserer Strategie zu stellen. Der Besuch der Frauen in einem Salon muss wieder zu einem sinnlichen Erlebnis werden. Sie sollen Lust bekommen, wieder öfter zu ihrem Friseur zu gehen. Deshalb bietet L'Oréal Professional Products Friseuren mit dem Angebot „Salon Emotion“ Unterstützung bei der Weiterentwicklung ihrer Salons. (Siehe Artikel auf Seite 97.)

Unsere Aufgabe besteht auch darin, den Friseurinnen das Mittel an die Hand zu geben, mit denen sie von den neuesten Modetendenzen beeinflusste Looks kreieren können, die die Frauen ansprechend finden. Mit diesem Ziel haben wir „It Looks“ von L'Oréal Professional herausgebracht; modische Frisuren, inspiriert von Laufstegen, Berühmtheiten, aber auch von Menschen auf der Straße und vom Internet. Wir haben außerdem eine neue auswaschbare Farbe entwickelt: HairChalk von L'Oréal Professional, die wir bei der Fashion Week in London vorgestellt haben. Dies ist das erste Haar-Makeup, mit dem Sie zu einem besonderen Anlass Highlights setzen können. Es hält etwa zwei Haarwäschen lang.

Warum ist Ihre Zusammenarbeit mit dem weltumspannenden Netzwerk von Intercoiffure Mondial so wichtig?

Diese Zusammenarbeit ist deshalb so wichtig, weil sie beispielhaft ist. Manche Friseure



Accessorize your hair ?
Ask your hairdresser.

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

AN VERHULST-SANTOS, DIRECTRICE GÉNÉRALE L'ORÉAL PRODUITS PROFESSIONNELS

Quelle est votre vision pour L'Oréal Produits Professionnels en 2014 ? Pouvez-vous nous annoncer quelques nouveautés ?

Chez L'Oréal Produits Professionnels, leader des produits professionnels à destination des coiffeurs dans le monde, notre ambition est de replacer la consommatrice au cœur de notre stratégie. Cela passe en particulier par le « ré-enchantement » de l'expérience des femmes dans les salons. Il s'agit de redonner aux femmes l'envie d'aller plus souvent chez leur coiffeur. C'est pourquoi L'Oréal Produits Professionnels accompagne les coiffeurs dans la transformation de leur salon grâce à son nouveau dispositif de « Salon émotion » (Voir article page 98.)

Notre mission consiste aussi à donner aux coiffeurs les moyens de réaliser des looks, inspirés des dernières tendances de mode que les femmes souhaitent adopter. C'est dans cet esprit que nous avons lancé les « It looks » de L'Oréal Professionnel, des coiffures tendances inspirées des podiums, des célébrités, mais aussi de la rue ou d'Internet. Nous avons aussi inventé une nouvelle couleur temporaire : le HairChalk de L'Oréal Professionnel, révélée lors de la London Fashion week. Ce premier maquillage capillaire, qui dure en moyenne deux shampoings, permet d'illuminer sa chevelure pour une occasion donnée.

En quoi le partenariat avec le réseau global d'Intercoiffure Mondial est-il si important ? Ce partenariat est essentiel pour sa valeur d'exemple. Certains coiffeurs sont en mesure d'identifier les facteurs clés de succès. Ils deviennent une source d'inspiration pour l'ensemble de la profession. Car notre profession – la coiffure en salon – a comme toutes les autres, besoin de se renouveler pour rester toujours attractive.

Quels sont les objectifs et valeurs partagés de cette coopération ?

Notre objectif est de changer la perception de cette profession. Et sur ce point, le digital constitue un relais puissant pour capter cette clientèle qui recherche sur internet des informations sur les cheveux - la catégorie beauté la plus recherchée selon le rapport Google Beauty Insights Reports, publié au cours du premier trimestre 2013 - et l'amener dans les salons. Un exemple : notre marque Redken vient de nouer un partenariat avec la jeune bloggeuse italienne Chiari Ferragni, dont les chroniques fashion « The Blonde salad » connaissent un

véritable engouement dans le monde entier. Nous renforçons aussi la présence de notre marque L'Oréal Professionnel sur les plus grandes Fashion weeks, telles New-York, Paris, Londres ou Milan.

Beauté signifie... ? Pouvez-vous nous donner trois mots clés ?

Une beauté durable, une beauté responsable et une beauté pour une vie meilleure – "Beauty for a better life".

Durable, parce que nous créons sans cesse des produits plus respectueux de l'environnement, comme en témoigne notre nouvelle génération de coloration : Inoa, première coloration sans ammoniac, mais aussi Chromatics chez Redken et Colorinsider chez Matrix.

Responsable, parce que nous nous engageons auprès des coiffeurs avec notre programme "Hairdressers against aids" pour informer leur clientèle sur la réalité du Sida et combattre ainsi les idées reçues.

Enfin, "Beauty for a better life", notre programme de formation lancé en 2009 par La Fondation L'Oréal, pour permettre aux femmes en situation de vulnérabilité de rebondir dans la vie en apprenant le métier de coiffeuse. Déployé dans une vingtaine de pays, ce programme bénéficie chaque année à un millier de femmes.

Avez-vous un message concernant l'avenir des coiffeurs dans le monde ?

La mission de la Division des Produits professionnels est d'offrir aux consommateurs du monde entier le meilleur de la beauté professionnelle, en s'attachant à ce que les salons L'Oréal, partout dans le monde, deviennent de véritables destinations de beauté. C'est l'ambition justement de notre nouveau concept « Salon Emotion » grâce à un service plus personnalisé, une décoration et un design entièrement repensés.

Quelle est votre vision concernant le marché des soins capillaires pour les cinq prochaines années ?

Les salons de coiffure ont de belles années devant eux, à condition qu'ils misent plus que jamais sur la notion de plaisir et de services. Les salons doivent faire l'effort de se transformer, tant dans la façon d'accueillir et d'accompagner leurs clientes tout au long de leur visite, que dans leur agencement, décoration, design... La visite en salon doit redevenir une source de plaisir à part entière. Et nous sommes là pour accompagner les salons dans cette mutation.

L'ORÉAL
Professional Products



the
key
to
success

An Verhulst-Santos, Directora General de L'Oréal Productos Profesionales



L'ORÉAL
Professional Products

the
key
to
suc
ces

¿Cuál es su visión para L'Oréal Productos Profesionales en 2014? ¿Puede usted anunciarnos algunas novedades?

En L'Oréal Productos Profesionales, líder de productos profesionales destinados a peluqueros en el mundo, nuestra ambición es recolocar a la consumidora en el centro de nuestra estrategia. Ello se logrará volviendo a maravillarla la experiencia de las mujeres en los salones de peluquería. Se trata de volver a infundir a las mujeres las ganas de ir más a menudo a la peluquería. Por ello L'Oréal Productos Profesionales acompaña a los peluqueros en la transformación de su salón gracias a su nuevo dispositivo de «Salón emoción» (Ver artículo en la página 100.) Nuestra misión consiste también en dar a los peluqueros los medios de realizar los looks, inspirados en las últimas tendencias de moda que las mujeres desean adoptar. Es con esa filosofía que hemos lanzado los «It looks» de L'Oréal Professionnel, peinados con tendencias inspiradas en los podios, las celebridades pero también en las calles o en Internet. Asimismo hemos inventado un nuevo color temporal: el HairChalk de L'Oréal Professionnel, revelado durante la London Fashion week. Este primer maquillaje capilar que dura como media dos champús, permite iluminar su cabellera para una determinada ocasión.

¿En qué sentido es tan importante la alianza con la red global de Intercoiffure Mondial?

Esta alianza es esencial por su valor de ejemplo. Algunos peluqueros están en condiciones de identificar los factores clave de éxito. Se vuelven una fuente de inspiración para el conjunto de la profesión. Ya que nuestra profesión – el peinado en salón de peluquería – necesita, como todas las demás, renovarse para permanecer siempre atractiva.

¿Cuáles son los objetivos y valores compartidos por esta cooperación?

Nuestro objetivo es cambiar la percepción de esta profesión. Y sobre este punto, lo digital es un relevo muy fuerte para captar a esta clientela que busca en internet informaciones sobre el cabello - la categoría belleza más buscada según el informe Google Beauty Insights Reports, publicado durante el primer trimestre de 2013 - y traerla a los salones. Un ejemplo: nuestra marca Redken acaba de sellar una alianza con la joven bloggadora italiana Chiara Ferragni, cuyas crónicas fashion «The Blonde salad» experimentan una verdadera pasión en el mundo entero. Nosotros reforzamos también la presencia de nuestra marca L'Oréal Professionnel en las más grandes Fashion week, tales como Nueva York, París, Londres o Milano

¿Belleza significa...? ¿Puede usted darnos tres palabras clave?

Una belleza sostenible, una belleza responsable y una belleza para una vida mejor – “Beauty for a better life”. Sostenible, porque nosotros creamos constantemente productos más respetuosos del medio ambiente, como demuestra nuestra nueva generación de coloración: Inoa, primera coloración sin amoniaco, pero también Chromatics de Redken y Colorinsider de Matrix. Responsable, porque nosotros nos comprometemos ante los peluqueros con nuestro programa “Hairdressers against aids” para informar a su clientela sobre la realidad del Sida y combatir así los prejuicios. Por último, “Beauty for a better life”, nuestro programa de formación lanzado en 2009 por La Fundación L'Oréal, para permitir a las mujeres en situación vulnerable salir adelante en la vida aprendiendo el oficio de peluquera. Este programa ha sido desplegado en unos veinte países, beneficiándose así unas mil mujeres cada año.

¿Tiene usted un mensaje que transmitir en cuanto al futuro de los peluqueros en el mundo?

La misión de la División de Productos profesionales es ofrecer a los consumidores del mundo entero lo mejor de la belleza profesional, empeñándose en que los salones L'Oréal, en todas partes del mundo, se vuelvan verdaderos lugares destinados a la belleza. Es justamente la ambición de nuestro nuevo concepto «Salon Emotion» gracias a un servicio más personalizado, una decoración y un diseño completamente reideados.

¿Cuál es su visión relativa al mercado de tratamientos capilares para los cinco próximos años?

Los salones de peluquería tienen bellos años por delante, con la condición de que apuesten más que nunca por la noción de satisfacción y de servicio. Los salones deben hacer el esfuerzo de transformarse, tanto en la manera de recibir y acompañar a sus clientas a todo lo largo de su visita, como en la disposición del salón, la decoración, el diseño... La visita al salón de peluquería debe ser sinónimo de fuente de dicha por entero. Y nosotros estamos presentes para acompañar a los salones en esta transformación.

Save the date

INVITATION

ICD NORWAY WELCOMES YOU IN OSLO
TO THE INTERCOIFFURE NORDIC CONGRESS
JUNE 13 - 15



NORDIC CONGRESS

www.icdoslo2014.com

NEW HOUSE OF NATIONS

Welcome to Intercoiffure Mondial's new home in the capital city of fashion Paris. A creative place, office and spacious event venue for the worldwide elite organization of top stylists.



Willkommen im neuen Zuhause von Intercoiffure Mondial in der Fashion-Hauptstadt Paris. Kreativer Ort, Office und großzügige EventLocation der weltweiten Elite-Vereinigung von Top-Stylisten.

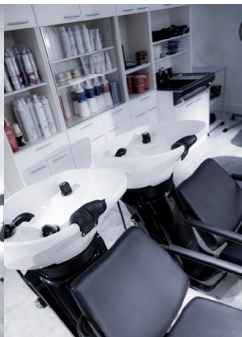
The hub of beauty: ICD Mondial's new House of Nations in the Rue Saint-Martin in Paris' cool 3rd district. Cosmopolitan, representative and the new home to all the Intercoiffure Mondial members from 56 countries. The house was financed by Intercoiffure Mondial's own efforts and with the support of generous donors. Here in the heart of Paris, the world capital of fashion, Intercoiffure members and friends meet for a creative exchange of ideas, for workshops, photo-shoots, seminars and to cultivate their friendship. For the second time already, the House of Nations offered its premises to hold the Intercoiffure Fashion Days with 500 participants. Intercoiffure Mondial President Klaus Peter Ochs: "I dream that the House of Nations becomes a home for all our members around the world – multi-functional and a reference center for excellence in hairdressing, beauty spirit and creative education."

Mittelpunkt der Schönheit: das neue Haus der Nationen von ICD Mondial in der Rue Saint-Martin im angesagten 3. Pariser Arrondissement. Weltoffen, repräsentativ und ein neues Zuhause für alle Mitglieder von Intercoiffure Mondial aus 56 Nationen. Das Haus wurde von Intercoiffure Mondial aus eigener Kraft und mit Unterstützung großzügiger Spender finanziert. Hier im Herzen von Paris, der Weltstadt der Mode, treffen sich Intercoiffure-Mitglieder und Freunde zum kreativen Ideenaustausch, zu Workshops, Fotoshootings, Seminaren und um ihre Freundschaft zu pflegen. Bereits zum 2. Mal bot das neue Haus der Nationen die Räumlichkeiten für die Intercoiffure Fashion Days mit 500 Teilnehmern. Intercoiffure Mondial President Klaus Peter Ochs: „Ich träume davon, dass das Haus der Nationen ein Zuhause für unsere Mitglieder auf der ganzen Welt wird – multifunktional und ein Referenzzentrum für exzellentes Friseurhandwerk, Beauty-Spirit und kreativer Ausbildung.“



Plaque tournante de la beauté: la nouvelle Maison des Nations d'ICD Mondial située rue Saint-Martin dans le très branché 11^{ème} arrondissement de Paris. Cosmopolite, représentative et la nouvelle maison de tous les membres d'Intercoiffure Mondial de 56 pays. C'est par ses propres moyens et grâce au soutien de généreux donateurs qu'Intercoiffure Mondial a financé les locaux. Les membres et amis d'Intercoiffure se retrouvent ici, au cœur de Paris, capitale mondiale de la mode, pour échanger des idées créatives, pour participer à des ateliers, des shootings, des séminaires et pour entretenir leur amitié. Pour la deuxième fois déjà, les Intercoiffure Fashion Days rassemblant 500 participants, se sont tenus dans la nouvelle Maison des Nations. Le Président d'Intercoiffure Mondial Klaus Peter Ochs: "Je rêve que la Maison des Nations devienne le lieu de rencontre de tous nos membres du monde entier - qu'il soit multifonctionnel et un centre de référence pour coiffure d'excellence, esprit de beauté et formation créative".

La nueva Casa de Naciones de ICD Mondial es centro de la belleza y está situada en la calle Saint-Martin, en el muy moderno distrito n.º III de París. Es cosmopolita, representativa y la nueva casa de todos los miembros de Intercoiffure Mondial de 56 países. Es por sus propios medios y gracias al apoyo de generosos donantes que Intercoiffure Mondial ha financiado los locales. Los miembros y amigos de Intercoiffure se encuentran aquí, en el corazón de París, capital mundial de la moda, para intercambiar ideas creativas, para participar en talleres, shootings, seminarios y para mantener lazos de amistad. Por segunda vez ya, los Intercoiffure Fashion Days que reúnen a 500 participantes, se celebraron en la nueva Casa de Naciones. El Presidente de Intercoiffure Mondial Klaus Peter Ochs: "Sueño con que la Casa de Naciones se vuelva el lugar de encuentro de todos nuestros miembros del mundo entero - que sea multi-funcional y un centro de referencia para peinado de excelencia, espíritu de belleza y formación creativa".



NEW HOUSE OF NATIONS



COSMOPOLITAN HOUSE OF INSPIRATION

The best conditions for creative work and perfect staging of hair fashion: in addition to its spacious lounge with artwork from amongst others Cocteau, Manning, Fini, Guillaume and Alexandre de Paris, the new House of Nations also has event rooms equipped with the latest technologies and in its basement, a fully equipped salon studio – the ideal conditions for all ICD Sections and countries to hold workshops, seminars and photo-shoots there. Non-members can rent the premises at a reasonable price, date inquiries shall be made six weeks before the event. Klaus Peter Ochs: "Our House of Nations is characterized by art and culture. The impulse to the world is triggered here".

WELTOFFENES HAUS DER INSPIRATION

Beste Voraussetzungen für kreative Arbeit und perfekte Hairfashion-Inszenierungen: das neue Haus der Nationen hat neben der großzügigen Lounge mit Kunstwerken u.a. von Cocteau, Manning, Fini, Guillaume und Alexandre de Paris, auch Event-Räume mit modernster Technik und im Souterrain ein komplett ausgestattetes Salon-Studio – ideale Bedingungen für alle ICD-Sektionen und Länder dort Workshops, Seminare und Shootings zu realisieren. Nichtmitglieder können die Räume zu annehmbaren Preisen mieten, Termine bitte sechs Wochen vor der Veranstaltung anfragen. Klaus Peter Ochs: „Unser Haus der Nationen ist geprägt von Kunst und Kultur. Von hier aus starten die Impulse in alle Welt.“

LIEU D'INSPIRATION COSMOPOLITE

Les meilleures conditions sont réunies pour un travail créatif et une mise en scène parfaite de la coiffure de mode: outre son lounge spacieux décoré d'œuvres d'art de Cocteau, Manning, Fini, Guillaume et Alexandre de Paris entre autres, la nouvelle Maison des Nations dispose aussi de plusieurs salles équipées des dernières technologies et en sous-sol, d'un studio de salon entièrement aménagé – offrant à tous les pays et Sections ICD les conditions idéales pour participer à des ateliers, des séminaires et des shootings. Les non-membres peuvent louer les lieux à un coût raisonnable, les demandes de réservation doivent être faites six semaines avant l'événement. Klaus Peter Ochs: "Notre Maison des Nations est caractérisée par l'art et la culture. C'est d'ici qu'émanent les impulsions pour le monde entier".

LUGAR DE INSPIRACIÓN COSMOPOLITA

Las mejores condiciones se encuentran reunidas para realizar un trabajo creativo y una escenografía perfecta del peinado de moda: además de su espacioso lounge decorado con obras de arte de Cocteau, Manning, Fini, Guillaume y Alexandre de Paris entre otros, la nueva Casa de Naciones cuenta también con varias salas equipadas con las últimas tecnologías y en el sótano, un estudio de peluquería completamente habilitado – ofreciendo a todos los países y Secciones ICD las condiciones ideales para participar en talleres, seminarios y shootings. Los no miembros pueden alquilar los lugares a un coste razonable, las solicitudes de reserva han de hacerse seis semanas antes del evento. Klaus Peter Ochs: "Nuestra Casa de Naciones se caracteriza por el arte y la cultura. De aquí emanan los impulsos para el mundo entero".



JOICO

TURN HEADS.



You've never felt **POWER** like this before.

JOICO.COM  

©Joico® Laboratories, Inc. 2018. All rights reserved. JOICO is a registered trademark of Joico Laboratories, Inc. HAITI, Damien Carney, COLOR, Super Penetration, Yanna Saunders



SASSCHA HIRTSGAARD • DENMARK

color

PASTEL SPIRIT

Life is colorful! And fashion loves the mix of colors: soft ice cream shades like vanilla, pink and strawberry match the playful, young styles. Backcombed long hair with colored hairbands and fuzzy chignons with pastel braids are the young color looks.

PASTELL-SPIRIT

Das Leben ist bunt! Und Fashion liebt den Color-Mix: Softeis-Farben wie Vanilla, Rosa und Berry passen zu spielerischen, jungen Stylings. Gekrepptes Langhaar mit colorierten Haarbändern und wuschelige Steckfrisuren mit Pastell-Zöpfen sind die neuen Young-Color-Looks.

ESPRIT PASTEL

La vie est haute en couleur ! Et la mode aime les mélanges de couleurs: des tons de crème glacée comme vanille, rose ou fraise vont bien aux styles jeunes et enjoués. Les longs cheveux crépés aux bandeaux colorés et les chignons flous aux tresses pastel sont les nouveaux looks jeunes et colorés.

ESPIRITU PASTEL

La vida tiene mucho color. Y a la moda le gusta las mezclas de colores: tonos de color helado de crema como vainilla, rosa o fresa van bien con los estilos jóvenes y joviales. El largo cabello encrespado con bandós de colores y los moños sueltos con trenzas pastel son los nuevos looks jóvenes y con colorido.



purity

KLAUS PETER OCHS • MADE IN PARIS (photo: Laurence Labortie)



POWER COLORS

Flamboyant redheads, glamorous blonds and purple queens: long hair looks with powerful colors such as titan red, soft blond or purple-black remind of the styles of big screen divas. The intense colors offer a glamorous luminance. Red has a flamboyant radiance. Purple-black is the futuristic play on colors.

POWERFARBEN

Feurige Redheads, Glamour-Blondinen und Violet-Queens: Langhaar-Looks mit Powerfarben wie Tizianrot, Saffl blond und Schwarz-Violett erinnern an die Styles großer Leinwand-Diven. Die intensiven Farben haben glamouröse Leuchtkräfte. Rot hat feurigen Glanz. Schwarz-Purpur als futuristisches Color-Spiel

COULEURS FORTES

Rousses flamboyantes, blondes glamour ou reines du pourpre : les cheveux longs aux couleurs puissantes comme le blond vénitien, le blond léger ou la noir-pourpre rappellent le style des divas du grand écran. Les couleurs intenses offrent une luminosité très glamour. Le rouge est d'une brillance ardente. Le noir-pourpre est un jeu de couleurs futuriste.

COLORES FUERTES

Rojos ardientes, rubias glamour o reinas del púrpura : el cabello largo con colores intensos como el rubio veneciano, el rubio ligero o el negro-púrpura recuerdan el estilo de las divas de la pantalla grande. Los colores intensos ofrecen una luminosidad muy glamour. El rojo tiene un brillo ardiente. El negro-púrpura es un juego de colores futurista.

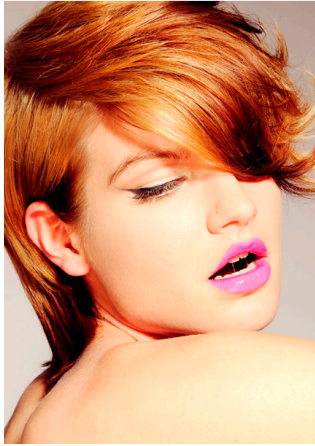


ANTHONY TAN • AUSTRALIA



CONTRAST-EFFECT

WILLIKUHN • SWITZERLAND (photos: Adrian Portmann)



BRIGHT COLOR ACCENTS: WITH REFLECTIVE COLORS BRIGHTENED UP BY SOFT NUANCES THAT ARE KEPT TONE-ON-TONE, THE ELABORATE CUTTING TECHNIQUE BECOMES A SHAPEABLE GAME THAT PERFECTLY ADAPTS TO THE DIFFERENT MOODS. IN NEXT TO NO TIME THE MORNING'S BUSINESS STYLE BECOMES A SEDUCTIVE STATEMENT IN THE EVENING.

KONTRAST-EFFEKT

Leuchtende Color-Akzente: Mit reflektierenden Farben und sanft eingearbeiteten Nuancen, die Ton-in-Ton gehalten sind, wird die aufwendige Schneidetechnik zur formbaren Spielerei, die sich den unterschiedlichen Stimmungen perfekt anpasst. Im Handumdrehen wird aus einem Business-Styling am Morgen ein verführerisches Statement am Abend.

EFFET DE CONTRASTES

Des touches de couleurs vives : avec des couleurs réfléchissantes auxquelles on incorpore des nuances délicates tout en gardant le ton-sur-ton, la technique de coupe sophistiquée devient un jeu de malléabilité qui s'adapte parfaitement aux différents humeurs. En un clin d'œil le style business du matin se transforme en une déclaration de séduction le soir.

EFFECTO DE CONTRASTES

Toques de colores vivos : con colores reflectantes a los que se ha incorporado matices delicados conservando al mismo tiempo el tono sobre tono, la técnica de corte sofisticada se vuelve un juego de maleabilidad, que se adapta perfectamente a los distintos estados de ánimo. En un abrir y cerrar de ojos el estilo business de la mañana se transforma en una declaración de seducción por la noche.



ANDREA FILTHAUS • GERMANY (photo: Petra Hitzner)



WILLIAM DE RUDDER • BELGIUM (photo: J. Bollart)



ICD SOUTH AFRICA



FRANK BRORMANN • GERMANY (photo: Lars Heitsch)

ROBYN SAUNDERS • AUSTRALIA (photo: Chanel Cosce)



GIUSEPPE VILLEGGIANTE • GERMANY



PEGGY GRELLA • GERMANY

COLOR FANTASY

Bright colors for expressive, artistic, unusual color trends. Turquoise and pink effects in dip-dye technique or royal blue side streaks on blond hair. A little edgy but therefore exuberant with an absolutely unique pop-art appeal.

COLOR-FANTASIE

Knallfarben für expressive, künstlerische, ausgefallene Color-Trends. Türkis- und Pink-Effekte in Dip-Dye-Technik oder royalblaue Seitensträhnen im Blondhaar. Ein bisschen edgy, dafür aber ausgelassen und absolut einzigartig mit Pop-Art Appeal.

FANTASIE COLORÉE

Des couleurs vives pour des tendances de couleurs expressives, artistiques et inhabituelles. Effets turquoise ou roses en technique dip-dye ou des mèches bleu roi sur cheveux blonds. Un peu risqué et par la même occasion exubérant avec un charme pop-art absolument unique.

FANTASIAY COLORIDO

Colores vivos para tendencias de colores expresivos, artísticos e inhabituales. Efectos turquesa o rosas en técnica dip-dye o mechones azul rey sobre cabello rubio. Un poco arriesgado y por la misma ocasión exuberante con un encanto pop-art absolutamente único.



color

ISOMETRIC COLLECTION

MULTI-COLORS

An absolute blaze of color: pastel pink blond, flamboyant blazing red, warm caramel blond – multi-colored creations with original effects. The colorful creations are bright and spectacular – hair fashion imposes itself. Fans of these avant-garde, bold-colored looks: the singer Emeli Sandé and time and again also Katy Perry.

MULTI-COLORS

Im absoluten Farbrausch: pastelliges Pink-Blond, knalliges Feuerrot, warmes Karamell-Blond – Multi-Color-Kreationen mit originellen Effekten. Die Farb-Kreationen sind kunterbunt und spektakulär – so setzt sich Hairfashion in Szene. Fans dieser avantgardistischen, farbmütigen Looks: die Sängerin Emeli Sandé und immer wieder auch Katy Perry.

MULTICOLORE

L'éclat absolu des couleurs : blond rose pastel, rouge vif flamboyant, blond caramel chaleureux – des créations multicolores aux effets originaux. Les créations de couleurs sont baroques et spectaculaires – la mode de la coiffure se met en scène. Les fans de ces styles avant-gardistes aux couleurs audacieuses sont Emeli Sandé et une fois de plus Katy Perry.

MULTICOLOR

Luminosidad absoluta de los colores : rubio rosa pastel, rojo vivo ardiente, rubio caramelo caluroso – creaciones multicolores con efectos originales. Las creaciones de colores son recargadas y espectaculares – la moda del peinado se escenifica. Los fans de estos estilos vanguardistas con colores audaces son Emeli Sandé y una vez más Katy Perry.

Color.id

FREE YOUR MIND COLOR WITH INTUITION

**NEW COLOR.ID SERVICE. FOR THE FIRST TIME EVER, PLACE
COLOR NEXT TO COLOR WITHOUT BLEEDING*, WITHOUT FOILS:**

For new blended color results with soft transitions, even
of contrasting tones.* Add only to Koleston Perfect or
ILLUMINA COLOR, with Welloxon Perfect.

*Shades of up to 3 levels of depth apart.
Exception: not recommended when using extreme tonal differences such as vibrant reds and blondes.





bridals

PARIS MON AMOUR

FASHION-SPELL

Magic. Splendor. Heyday of happiness. Enchanting styles for the most beautiful day. Delicate chignons for exquisite jewel veils. Natural elegance and minimalist accessories as stylish beauty secret: feminine, nostalgic, pure. Exclusivity is created by luxurious simplicity.

FASHION-ZAUBER

Magie. Glanz. Hoch-Zeit des Glücks. Zauberhafte Stylings für den schönsten Tag. Filigrane Up-dos für zarten Schleierschmuck. Natürliche Eleganz und minimalistische Accessoires als stilvolles Beauty-Geheimnis: feminin, nostalgisch, pur. Exklusivität entsteht durch luxuriöse Einfachheit.

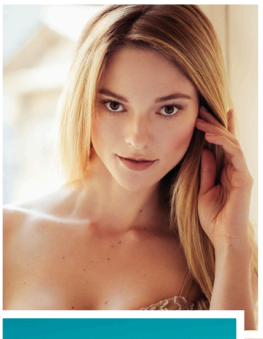
FASCINATION DE MODE

Magie. Splendeur. Apogée du bonheur. Des styles féériques pour le plus beau jour. Des chignons raffinés pour voiles bijoux délicats. Éléance naturelle et accessoires minimalistes en guise de secret de beauté chic: féminin, nostalgique, pur. L'exclusivité est créée par une luxueuse simplicité.

FASCINACIÓN DE MODA

Magia. Esplendor. Apogeo de la dicha. Estilos mágicos para el día más bello. Moños refinados para velos joyas delicadas. Elegancia natural y accesorios minimalistas a modo de secreto de belleza chic: femenino, nostálgico, puro. La exclusividad es creada por una lujosa sencillez.

PARIS MON AMOUR



Just be beautiful! Joie de vivre and lightness: girlish wedding looks with soft curls on open, loose long hair. Lively, voluminous, sexy – sometimes as a modern hippie princess with a crown of roses or as an extravagant lady with backcombed big hair. Or quite simply: the shimmering sleek look.

Einfach Schönsein! Mit Lebenslust und Leichtigkeit: mädchenhafte Hochzeitslooks mit sanften Wellen im offenen, lockeren Langhaar. Beschwingt, voluminös, sexy, mal als moderne Hippie-Prinzessin mit einem Kranz aus Rosen oder als Lady Extravagant mit toupiertem Big Hair. Ganz easy: schimmernder Sleek-Look.

Être belle, tout simplement! Joie de vivre et allégresse: des coiffures de mariée aux boucles légères sur des cheveux détachés, flous. Enjoué, opulent, sexy – tout à tour princesse hippie moderne coiffée d'une couronne de roses et femme extravagante aux cheveux bouffants et crépés. En toute simplicité: le style lisse brillant.

Ser bella, simplemente. Alegría de vivir y júbilo: peinados de novia con ligeros bucles sobre cabello desatado, suelto. Jovial, opulento, sexy – a ratos princesa hippie moderna peinada con una corona de rosas y a ratos mujer extravagante con cabello cardado y enrespado. Con toda sencillez: el estilo liso brillante.

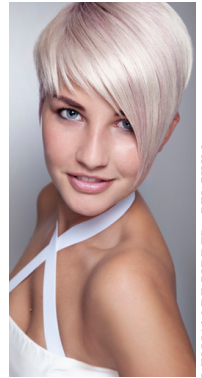
bridals

GAME OF WAVES

Artistic chignons and soft waves for exclusive wedding looks: appropriate up-dos and glamorous short cuts. Long hair is expertly pinned up – like a design artwork. Shorter, loose hair is shaped by the soft movement of curls and gains a feminine silhouette.



KLAUS-DIETER KOCHANSKI • GERMANY (photo: Lachwig/König)



WILLIAM DE RIDDER • BELGIUM (photo: J. Bellart)



BUNDY BUNDY • AUSTRIA (photo: Christine Pichler)



WELLENSPIEL

Kunstvolle Steckfrisuren und sanfte Wellen als exklusive Wedding-Looks: typgerechte Up-dos und glamouröse Shortcuts. Langes Haar wird gekonnt hochgesteckt – wie ein Designkunstwerk. Kürzeres, offenes Haar wird mit sanften Lockenbewegungen in Form gebracht und bekommt eine feminine Silhouette.

JEU DE VAGUES

Chignons artistiques et boucles légères en guise de coiffures de mariées exclusives: chignons adaptés et coupes courtes glamour. Les cheveux longs sont savamment relevés – telles des œuvres d'art. Les cheveux plus courts, détachés, sont mis en forme avec des mouvements de boucles souples et trouvent une silhouette féminine.

JUEGO DE ONDULACIONES

Moños artísticos y bucles ligeros a modo de peinados de novias exclusivas: moños adaptados y cortes cortos glamour. El cabello largo sabiamente recogido – como obra de arte. El cabello más corto, desatado está puesto en forma con movimientos de bucles flexibles y encuentra una silueta femenina.

SUPERCHARGE YOUR COLOR CARE

**LOCK IN COLOR
3X FORTIFIED HAIR***

NEW COLOR EXTEND MAGNETICS for color-treated hair

Feel the power of advanced color care. **New Color Extend Magnetics** captures salon-fresh vibrancy with next generation technology. Redken's exclusive **IPN** and **Charge-Attract Complex** deliver charged amino-ions that are attracted to the hair fiber to form a protective seal. Color is secured with maximum vibrancy and alluring shine.



CHARGE-ATTRACT COMPLEX

AMINO-IONS = ATTRACT TO HAIR AND FORM A SEAL
AMINO ACIDS = GLUTAMIC ACID AND SERINE REPLENISH HAIR
IPN = REINFORCES INTERNAL STRENGTH



**GENUINE
PRODUCTS
GUARANTEED
ONLY
IN SALONS**

*Color Extend Magnetics System of Shampoo and Conditioner vs. a non-conditioning shampoo.

INSPIRATION. FASHION. INNOVATION.



REDKEN
5 TH AVENUE NYC

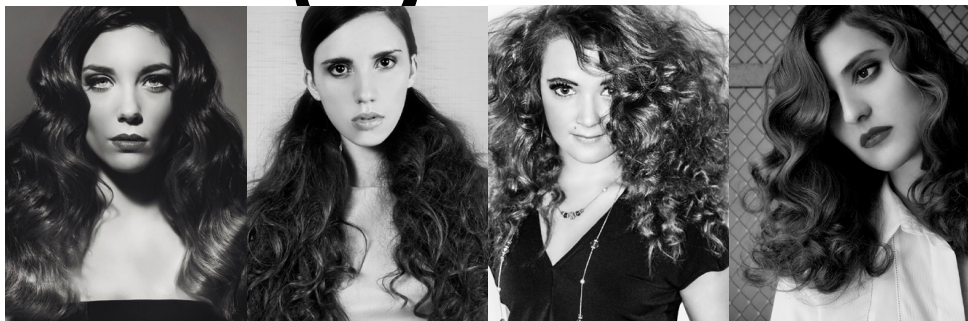
long

VENUS CODE

Star style: long hair is a symbol of sexiness and seduction. On the catwalks, voluminous and flowing long hair styles with texture identify the trends. They are sometimes sleek, backcombed or with soft waves. Sleek looks are best worn with a middle parting, casual beach styles need texture sprays.

VENUS CODE

Star-Style: Lange Haare sind ein Symbol für Sexyness und Verführung. Auf den Catwalks bestimmen voluminöse, fließende Longhair-Looks mit Textur die Trendstyles. Manchmal sind sie ganz glatt, dann wieder gekreppt oder mit leichten Wellen. Sleek-Looks trägt man am besten mit Mittelscheitel, lässige Beach-Styles brauchen Texture-Sprays.



CODEVENUS

Style de star: les cheveux longs sont le symbole du sex-appeal et de la séduction. Les styles longs, fluides avec du volume et de la texture déterminent les tendances des podiums. Parfois ultra-lisses, puis crépés ou très légèrement ondulés. Le style lisse se porte de préférence avec la raie au milieu, pour un look plage on opte pour un spray texturant.

VENUS CODE

Estilo de estrella: el cabello largo es el símbolo del sex-appeal y de la seducción. Los estilos largos, fluidos con volumen y textura determinan las tendencias de los podios. A veces ultra-lisos, luego crespos o muy ligeramente ondulados. El estilo liso se lleva de preferencia con la raya en medio, para un look de playa se opta por un spray texturante.

from left to right

ICD SPAIN

ICD AUSTRALIA (photo: Caitlin Worthington)

JASON DAVIES • NEW ZEALAND

ICD ITALY (photo: Amedeo M.Turello)

La donna Intercoiffure

LOOKING BEAUTIFUL

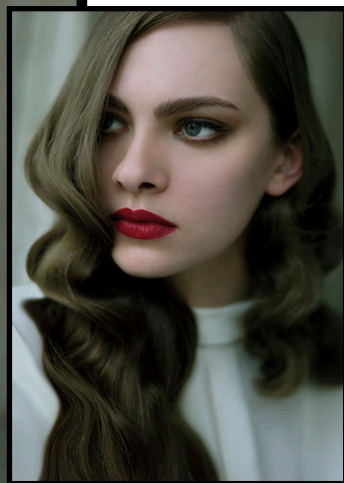
The beauty of a woman, sometimes obvious, sometimes hidden, is a magical gift – this is the philosophy of ICD Italy's collection. The looks distinguish themselves through elegance and sumptuous shapes. Finely curved waves, gorgeous silhouettes – looks of love.

SCHÖNSEIN

Die Schönheit einer Frau, manchmal offensichtlich, manchmal versteckt, ist ein magisches Geschenk – so die Philosophie der Kollektion von ICD Italy. Die Looks bestechen durch Eleganz und aufwendige Formen. Fein geschwungene Wellen, traumhaft schöne Silhouetten – Looks of Love.



ICD ITALY (photo: Amedeo M. Tunello)



ÊTRE BELLE

La beauté d'une femme, parfois évidente, parfois cachée, est un cadeau magique – telle est la philosophie de la collection d'ICD Italia. Les looks se distinguent par leur élégance et leurs formes sophistiquées. Des boucles au galbe délicat, des silhouettes de toute beauté – des looks pour l'amour.

SER BELLA

La belleza de una mujer, a veces evidente, a veces oculta, es un regalo mágico – esa es la filosofía de la colección de ICD Italia. Los looks se distinguen por su elegancia y sus formas sofisticadas. Bucleos con contorno delicado, siluetas muy hermosas – looks para el amor.

GLAM CHIC

long



ICD SPAIN



RACHEL WALKER • AUSTRALIA (photo: Chamellie Conceit)



CANDICE FARANDA • AUSTRALIA



Hippie deluxe or sleek look? Styling tricks for every fashion mood. Movie star manes and verve are created using a curling iron. The top glossiness of sleek hair is only possible with heat protection spray and a flat iron. The backcombed variation is particularly casual and deliberately careless: grunge glam chic.

Hippi de luxe oder Sleek-Look? Styling-Tricks für jede Fashion-Stimmung. Filmstar-Mähnen und Schwung ins Haar bekommt man mit dem Lockenstab. Top-Glanz im glatten Haar gibt es nur mit Hitzeschutzspray und Glätteisen. Die gekreppte Variante ist besonders lässig und gewollt nachlässig: Grunge-Glam Chic.

Hippie de luxe ou style lissé? Des astuces stylées pour chaque humeur de mode. Grâce au fer à friser on obtient du mouvement et des crinières dignes d'une star de cinéma. La brillance extrême des cheveux lisses n'est possible qu'avec un spray thermo-protecteur et un fer à lisser. La variante crépée est très décontractée et volontairement nonchalante: le chic grunge et glam.

¿Hippie de lujo o estilo liso? Astucias con estilo para cada estado de ánimo. Gracias al rizador se obtiene movimiento y una melena digna de una estrella de cine. El brillo extremo del cabello liso no es posible obtener más que con un spray termoprotector y un alisador. La variante crespa es muy informal y voluntariamente indolente: el chic grunge y glam.



A NEW AGE OF INNOSENSE

Discover new Koleston Perfect INNOSENSE. A brand for vibrant permanent color formulated to reduce the risk of developing allergy, with revolutionary ME⁺ molecule.* Learn more at www.wella.com.

WELLA THE HEART OF HAIRDRESSING



*Although the risk of developing new allergy is reduced, there remains a risk of allergic reaction that can be severe. Always perform an Allergy Alert Test 48h before each coloration. Strictly follow safety instructions and consult www.wella.com/innoSense. If your client has ever experienced an allergic reaction to hair colorants, you should not color. ME⁺ is present in Pure Naturals, Rich Naturals and Deep Browns of the Koleston Perfect InnoSense brand.

ROCK POETRY

Changeable, cool and very feminine at once.

Markus Herrmann presents variations in his collection „The Change“: expressive, multi-faceted looks. On the one hand they are extremely linear, with clear contours and intense radiance. On the other hand they look wild, unrestrained, uninhibited – almost rock and punk but with chic.

ROCK POESIE

Wandelbar, cool und gleichzeitig sehr weiblich.

Markus Herrmann zeigt Varianten in seiner Kollektion „The Change“: ausdrucksstarke, facettenreiche Looks.

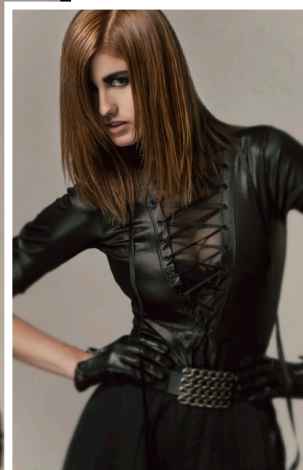
Sie sind einerseits extrem geradlinig, mit klaren Konturen und glänzender Strahlkraft. Andererseits wirken sie wild, ungezügelt, enthemmt – fast schon rockig und punkig, aber mit Chic.

POÉSIE ROCK

Polyvalente, cool et à la fois très féminine.

Markus Herrmann présente les variantes de sa collection „The Change“: des looks expressifs et diversifiés. D'un côté ils sont extrêmement rectilignes, avec des contours clairs et un brillant éclatant.

De l'autre ils semblent sauvages, débridés, décomplexés – presque rock et punk mais tout en restant chics.



MARKUS HERRMANN • GERMANY (photo: Mario Nigler)



POESÍA ROCK

Polivalente, cool y a la vez muy femenina. Markus Herrmann presenta las variantes de su colección „The Change“: looks expresivos y variados. Por una parte son sumamente rectilíneos, con contornos claros y un brillo resplandeciente. Por otra parte, parecen salvajes, desembridados, sin complejos – casi rock y punk pero siempre permaneciendo chic.

ICD SPAIN

GRACIOUS LADY

JANINE GOOSSENS • BRAZIL (photo: Jacques Desgautier)



long

WHETHER MIDNIGHT
LADY OR BELLE DE
JOUR – EXTRAVAGANCE
AND BIG HAIR STYLES
PREVAIL ON THE BIG
DAY. WHETHER IN
PARIS, MILAN, NEW
YORK OR ANY OTHER
FASHION HOTSPOT,
FEMININE GLAMOUR
IS CREATED BY
SOPHISTICATED CURLS
AND VOLUMINOUS
LONG HAIR.

LUXUS LADY

Ob Mitternachts-Lady oder Belle de Jour – Extravaganz und Big Hair-Styles dominieren den großen Auftritt. Ob in Paris, Mailand, New York oder an einem anderen Fashion-Hotspot. Femininer Glamour entsteht durch mondäne Locken und voluminöses Langhaar.

LUXUS LADY

Pour les reines de la nuit asti como para las bellas de día – l'extravagance et les cheveux volumineux dominent pour la grande entrée en scène. À Paris, Milan, New York ou dans tout autre haut lieu de la mode. Le glamour féminin est fait de boucles sophistiquées et de longs cheveux volumineux.

LADY DE LUJO

Para las reinas de la noche así como para las bellas de día – la extravagancia y el cabello voluminoso predominan para la gran entrada en escena. En París, Milano, Nueva York o en cualquier otro lugar de la moda. El glamour femenino está hecho de bucles sofisticados y de largo cabello voluminoso.

US-Style

Smashing glitter, extravagant elegance – seventies and twenties reloaded. "Neo Deco", Vivienne Mackinder's latest collection, plays with glam effects. Great Gatsby looks and Night Fever feeling merge into exclusive retro styles. Decorative hairbands sparked the hair fashion vision "Neo Deco" by Vivienne Mackinder: fashion women such as Clara Bow, Louise Brooks, Dreamboat Annie and Patti Smith inspired and provided the styling theme: rebellion mingles with ornament. And it's not just retro-glam that represents "Neo Deco". Braids, razor cuts, color games and length variations reveal bobs, shags and big hair as modern trend looks.

Glitzerklasse, extravagante Eleganz – Seventies und Twenties reloaded. „Neo Deco“, die aktuelle Kollektion von Vivienne Mackinder spielt mit Glamour-Effekten. Great-Gatsby-Looks und Night-Fever-Feeling verschmelzen zu exklusiven Restrostyles. Dekorative Haarbänder entfachten die Hairfashion-Vision „Neo Deco“ von Vivienne Mackinder: Fashion-Frauen wie Clara Bow, Louise Brooks, Dreamboat Annie und Patti Smith inspirierten und lieferten das Styling-Sujet: Rebellion mischt sich mit Verzierung. Und es ist nicht nur der Retro-Glam, der „Neo Deco“ ausmacht. Zöpfe, Rasier-Schnitte, Color-Spielereien und Längenvariationen zeigen Bobs, Shags und Big Hair als moderne Trendlooks.

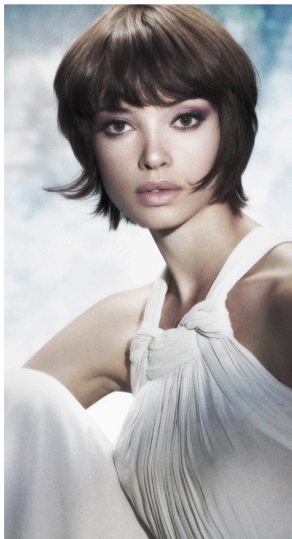
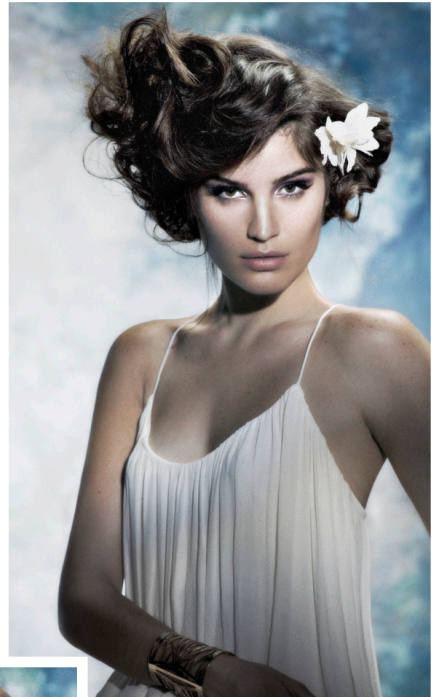
20s and 70s



Le chic des paillettes, l'élégance extravagante – retour aux années vingt et aux années soixante-dix. "Neo Deco", la toute dernière collection de Vivienne Mackinder, joue avec les effets glamour. Les looks de Gatsby le Magnifique et un air de Night Fever fusionnent en styles exclusivement rétros. Des bandeaux de cheveux décoratifs ont déclenché la vision "Neo Deco" de la coiffure par Vivienne Mackinder: les femmes de mode comme Clara Bow, Louise Brooks, Dreamboat Annie et Patti Smith ont inspiré et fourni le sujet du style: la rébellion se mêle à l'ornement. Et ce n'est pas seulement le rétro-glam qui constitue "Neo Deco". Tresses, coupes au rasoir, jeux de couleurs et variations de longueurs font des carrés, shags et coiffures bouffantes des looks tendances et modernes.

Lo chic de las lentejuelas, la elegancia extravagante – un retorno a los años veinte y a los años setenta. "Neo Deco", la más reciente colección de Vivienne Mackinder, juega con los efectos glamour. El look del Gran Gatsby y un aire de Night Fever fusionan en estilos exclusivamente retro. Cintas de cabello decorativas han desencadenado la visión "Neo Deco" del peinado por Vivienne Mackinder: las mujeres aficionadas a la moda como Clara Bow, Louise Brooks, Dreamboat Annie y Patti Smith han inspirado y aportado el tema del estilo: la rebelión se mezcla con el ornamento. Y no es sólo el retro-glam que constituye "Neo Deco". Trenzas, cortes con navaja, juegos de colores y variaciones de largos hacen que cuadrados, shags y peinados cardados se vuelvan looks muy modernos.

US-Style



20's and 70's

"For me the fashion and spirit of the twenties and seventies are connected: strong, independent women had found new forms of expression", says Vivienne Mackinder. "Express oneself fashionably in order to shock! The twenties and seventies emphasized the every day hairstyle with accessories".

20er und 70er

„Für mich sind Fashion und Spirit der Zwanziger und Siebziger Jahre miteinander verbunden: starke, unabhängige Frauen hatten neue Ausdrucksformen gefunden“, so Vivienne Mackinder. „Sich modisch auszudrücken, um zu schocken! Die Twenties und Seventies betonten den alltäglichen Hairstyle mit Accessoires.“

Les 20s et 70s

"Pour moi la mode et l'esprit des années vingt et des années soixante-dix sont liés: les femmes fortes, indépendantes, avaient trouvé de nouvelles formes d'expression", a déclaré Vivienne Mackinder. "S'exprimer avec la mode dans le but de choquer! Les Twenties et les Seventies mettent l'accent sur la coiffure de tous les jours avec des accessoires".

Los 20s y los 70s

"Para mí la moda y el espíritu de los años veinte y de los años setenta están vinculados: las mujeres fuertes, independientes, habían encontrado nuevas formas de expresión", declaró Vivienne Mackinder. "[Expresarse con la moda con la finalidad de chocar! Los twenties y los seventies hacen hincapié en el peinado de todos los días con accesorios".

VIVIENNE MACKINDER • AMERICA-CANADA (photo: Roberto Ligresti)

GREAT STYLE

Elegant and striking styles for extravagant appearances at parties: luxury up-dos in the shape of huge bows. They are pinned up artistically, lacquered and ornamented with decorative XL accessories. Avant-garde for hair fashion works of art.

GROSSER STIL

Elegant-markante Stylings für extravagante Party-Auftritte: Up-dos de luxe in Riesenschleifen-Form. Sie werden kunstvoll gesteckt und mit Spray gelackt, dazu schmückende XL-Accessoires. Avantgarde für Hairfashion-Kunstwerke.



ANTHONY TAN • AUSTRALIA (photo: Wai Oo)

GRANDIOSE

Des styles élégants et tape-à-l'œil pour des apparitions en soirée extravagantes: chignons de luxe en forme de nœud géant. Savamment attachés, laqués puis ornés de gigantesques accessoires décoratifs. Version avant-gardiste pour œuvres d'art de la coiffure.

GRANDIOSO

Estilos elegantes y llamativos para aparecer en veladas extravagantes: moños de lujo en forme de lazo gigante. Sujetos acertadamente, con laca y luego adornados con accesorios gigantescos decorativos. Versión vanguardista para obras de arte del peinado.

up-do

TIMELESS BEAUTY

CLASSICALLY NOSTALGIC AND IRRESISTIBLY FEMININE: THE HAIR IS PINNED UP CASUALLY – AS A FRENCH TWIST, CHIGNON OR LATERAL KNOTS. THE OUTFITS ARE RATHER STRICT WITH CLEAR LINES. THE TRICK IS TO LET THE HAIR FASHION LOOKS SEEM AS CASUAL AS POSSIBLE. SKILLFUL UP-DO FREESTYLE.



ZEITLOS SCHÖN

Klassisch nostalgisch und unwiderstehlich feminin: Haare relaxt aufgesteckt – als Banane, Chignon oder seitlicher Knoten. Dazu eher strenge Outfits mit klaren Linien. Die Kunst liegt darin, die Hairfashion-Looks möglichst lässig aussehen zu lassen. Gekonnter Up-do-Freestyle.

BEAUTÉ INTEMPORELLE

Classique, nostalgique et irrésistiblement féminin : les cheveux sont attachés avec nonchalance – en chignon banane, classique ou noués sur les côtés. Les tenues sont plutôt strictes et aux lignes épurées. L'astuce étant de laisser aux coiffures un air le plus décontracté possible. Le parfait chignon improvisé.

BELLEZA INTEMPORAL

Clásico, nostálgico e irresistiblemente femenino : el cabello está sujeto con indolencia – en moño banana, clásico o anudado en los lados. La ropa es más bien estricta y con líneas depuradas. La astucia es dejar al peinado el aspecto más informal posible. El perfecto moño improvisado.



“I suggest
you come out of your shell and
have a **resort fling.**”

Essie



resort
collection
2014



find me an
oasis



cocktails &
coconuts



under the
twilight

resort fling

USA's nail salon expert.
Since 1981. essie.com

up-do

EVA GARBEA • ROMANIA



ICD LUXEMBOURG



ICD WESTERN EUROPE REGION



ICD WESTERN EUROPE REGION



ARTISTIC

Big Hair and play on texture: huge quiffs and backcombed up-dos mix with braided strands. The modern Geisha style meets with the fifties retro look.

KUNSTVOLL

Big Hair und Textur-Spielereien: große Tollen und toupierte Up-dos mischen sich mit geflochtenen Strähnen. Moderner Geisha-Style trifft auf Retro-Fifties-Looks.

ARTISTIQUE

Du volume et des jeux de texture : bananes gigantesques et chignons crépés se mêlent à des mèches tressées. Le style Geisha des temps modernes à la rencontre du style rétro des années cinquante.

ARTÍSTICO

Volumen y juegos de textura: bananas gigantescas y moños encrespados se mezclan con mechones trenzados. El estilo Geisha de los tiempos modernos se encuentra con el estilo retro de los años cincuenta.

up-do



NEO CLASSIC

Powerful silhouettes, voluminous looks and strong contrasts with undercuts. Astonishing up-dos with mega quiffs and tousled curly styles.

NEO KLASSIK

Power-Silhouetten, Volumen-Looks und starke Kontraste mit Undercuts. Up-dos überraschen durch Mega-Tollen und wuschelige Locken-Styles.

NÉO CLASSIQUE

Des silhouettes puissantes, des looks volumineux et de forts contrastes avec des dégradés. De surprenants chignons ornés de gigantesques coques et de boucles floues.

NEO CLÁSICO

Siluetas poderosas, looks voluminosos y fuertes contrastes con degradados. Moños sorprendentes adornados con gigantescas cocas y bucles sueltos.



ICD LUXEMBOURG



ICD SPAIN



EVA GARBEA • ROMANIA

up-do

STYLE HIGH

SIXTIES' COMEBACK: HAIRSTYLES ARE HIGH AGAIN! BACKCOMBED BIG HAIR, XXL UP-DOS – THE HAIR IS PILED ON THE HEAD USING A STYLING COMB, A HAIRDRYER AND A LOT OF SPRAY. PREFERABLY "UNDONE" AND TOUSLED.

STYLE HIGH

Sixties Come-back: Frisuren sind wieder high! Toupiertes Big Hair, XXL-Up-dos – mit Silkkamm, Föhn und viel Spray wird Haar in Höchstform gebracht. Am liebsten „undone“ wuschelig.

« HAUTE COIFFURE »

Le retour des sixties: les coiffures hautes reviennent ! Cheveux volumineux crépés, chignons extra-larges – les cheveux sont gonflés avec un peigne, un sèche-cheveux et du spray. De préférence « décoiffé » et ébouriffé.

ESTILO HIGH

El regreso de los sixties: ¡ vuelven los peinados altos ! Cabello voluminoso encrespado, moños extralargos – el cabello es abultado con un peine, un secador de pelo y spray. De preferencia « despeinado » y alborotado.

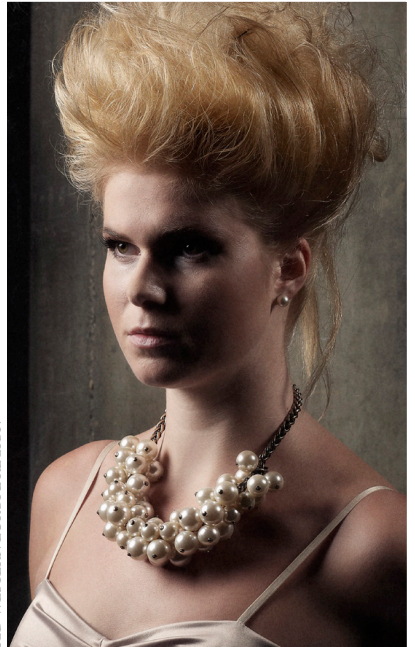
ICD AUSTRALIA (photo: Gaithin Worthington)



LINCOLN TRAMONTINI • BRAZIL (photo: Ghina Latesco)



ICD WESTERN EUROPE REGION



CHRISTIAN KAPANOV • BULGARIA (photo: IfigNIES)

TODAY'S SALONS BLEND

STYLE WITH SUSTAINABILITY

It's no secret that stylists inspire and influence their clients' lives—from the style of their hair to the latest fashion trends and the best new local café. But in today's world, stylists' influence goes beyond the latest trends, as stylists feel increasingly responsible for the impact that their work has on their communities. They are passionate about the environment, social causes and making the world a more beautiful place. And while the salon industry has taken steps to empower stylists, there's more that can be done when it comes to sustainability.

One initiative that recognizes the power of stylists' passion is Wella's new Committed Beyond Beauty sustainability program. By partnering with salons around the world, the program will bring stylists together in an online virtual community to share ideas and inspire people to make small changes each day that add up to a big impact on the environment. This program builds on existing Wella's sustainability efforts, such as delighting stylists with sustainable products and services. For example, Wella designed its new Illumina Color to be easier to rinse. As a result, for every Illumina Color service, stylists can save up to 2 litres of water per rinse, saving around 20 million liters of water around the world in Illumina's first year alone.

"Stylists care deeply about their clients and the community where they operate. Everywhere around the world they are keen to participate in our program, learn and invent sustainable solutions for salons. Their energy and enthusiasm is exactly what's needed to ensure a better quality of life, today and in the future", said Adil Mehboob-Khan, Wella's Global President.

To ensure that the program is scientifically sound, Wella has partnered with Professor James Clark, Director of the Green Chemistry Centre of Excellence at the University of York.

At the core of the program is an online salon community (www.committedbeyondbeauty.com) offering a range of tools, including a 3D-virtual salon with tips on water and energy use, as well as waste and recycling. According to Wella, if salons around the world join together to implement these simple tips, the potential to achieve savings and long-lasting environmental benefits is significant.

"We have an incredible opportunity to innovate and reduce the impact salons have on the environment to show that they are committed to a beautiful planet for generations to come," said Professor Clark, Director of the Green Chemistry Centre of Excellence at the University of York. "By taking small steps every day, salons can continue to build their business while reducing their environmental footprint – something to be proud of."



SOME OF WELLA'S SUSTAINABILITY TIPS:

LIGHTS OUT

Switch appliances off at the wall rather than leaving them on stand-by. Over a year, a typical 4 chair salon can save 210€ on their energy bills with this practice, reducing their CO2 impact by almost 700 kg.

CHANGE IT UP

LED light bulbs consume one tenth of the energy of halogen light bulbs to deliver the same light levels. Making the switch can reduce your energy costs by up to 470€ a year!

WASH SMART

Wash and dry clothes with full loads to maximize efficiency. This simple practice could save up to 270€ per year in energy and water savings!

FOR MORE TIPS ON STEPS SALONS CAN TAKE EACH DAY, VISIT:
WWW.COMMITTEDBEYONDBEAUTY.COM

MODERNE SALONS VERBINDEN

STIL UND NACHHALTIGKEIT

Wir alle wissen, dass Friseure ihre Kunden inspirieren - angefangen bei ihrer Frisur und der neuesten Mode bis hin zum angesagtesten neuen Café im Viertel. Doch heutzutage reicht ihr Einfluss weit über die aktuellen Trends hinaus, denn Friseure fühlen sich mehr und mehr verantwortlich für die Auswirkungen, die ihre Arbeit auf ihre Umgebung hat. Sie setzen sich leidenschaftlich für die Umwelt und für soziale Belange ein und arbeiten daran, die Welt schöner zu machen. Die Friseurbranche hat bereits damit begonnen, den Frisuren Mittel dafür an die Hand zu geben, aber es gibt noch viel mehr Möglichkeiten, um nachhaltiges Arbeiten zu fördern.

Eine der Initiativen, die auf die Begeisterungsfähigkeit der Friseure baut, ist Wellas neues Committed Beyond Beauty Nachhaltigkeitsprogramm. In Zusammenarbeit mit Salons überall auf der Welt bringt es Friseure in einer virtuellen Community zusammen, wo sie Ideen austauschen und Menschen zu kleinen Veränderungen anregen können, die am Ende einen großen Unterschied für die Umwelt machen. Damit setzt Wella bereits bestehende Bemühungen im Sinne größerer Nachhaltigkeit fort, wie etwa ein attraktives Angebot an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen. Wella hat zum Beispiel seine neue Illumina Color so kreiert, dass sie leichter auszuspülen ist. Dadurch können pro Anwendung mit Illumina Color beim Auspülen bis zu 2 Liter Wasser gespart werden. Allein im ersten Jahr nach ihrer Einführung konnten so dank Illumina weltweit ungefähr 20 Millionen Liter Wasser eingespart werden.

„Friseuren liegen ihre Kunden und der Ort, an dem sie arbeiten, sehr am Herzen. Überall auf der Welt nehmen sie mit Eifer an unserem Programm teil, entdecken und erfinden neue nachhaltige Lösungen für ihre Salons. Diese Einsatzfreude und diese Begeisterung sind genau das, was wir brauchen, um jetzt und in Zukunft eine bessere Lebensqualität sicherzustellen“, sagt Adil Mehboob-Khan, Wellas Global Präsident.

Wella wollte sicher gehen, dass das Programm wissenschaftlichen Ansprüchen genügt und arbeitet deshalb mit Professor James Clark, dem Leiter des Green Chemistry Centre of Excellence an der Universität von York zusammen.

Das Herzstück des Programms bildet eine Online Salon Community (www.committedbeyondbeauty.com) mit einem breit gefächerten Angebot, darunter ein virtueller Salon in 3D mit Tipps zum Wasser- und Energiesparen und zu den Themen Müll und Recycling. Wella ist überzeugt, dass bedeutende Einsparungen und ein langanhaltender Nutzen für die Umwelt erzielt werden können, wenn Salons auf der ganzen Welt gemeinsam diese einfachen Tipps in die Tat umsetzen.

„Salons haben hier eine unglaubliche Gelegenheit, innovative Wege zu gehen, um die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die Umwelt zu reduzieren. Damit können sie zeigen, dass sie sich auch in den kommenden Jahrzehnten für einen schöneren Planeten einsetzen wollen,“ meint Professor Clark, Leiter des Green Chemistry Centre of Excellence an der Universität von York. „Tag für Tag und Schritt für Schritt können Salons an ihrem geschäftlichen Erfolg arbeiten und gleichzeitig ihren Umweltaußdruck verringern- wirklich ein Grund, stolz zu sein.“



EIN PAAR NACHHALTIGKEITSTIPPS VON WELLA:

LICHT AUS

Schalten Sie alle Geräte ganz aus, anstatt sie auf Standby zu lassen. In einem Salon mit 4 Plätzen kann sich auf diese Weise in einem Jahr Ihre Stromrechnung um bis zu 210 € verringern. Außerdem produzieren Sie nahezu 700 kg weniger CO₂.

NEUE BIRNEN

LED Lampen verbrauchen zehn Mal weniger Energie als Halogenleuchten, um dieselbe Helligkeit zu erzeugen. Ein Birnenwechsel kann bis zu 470 € pro Jahr an Stromkosten sparen!

VOLLE LADUNG

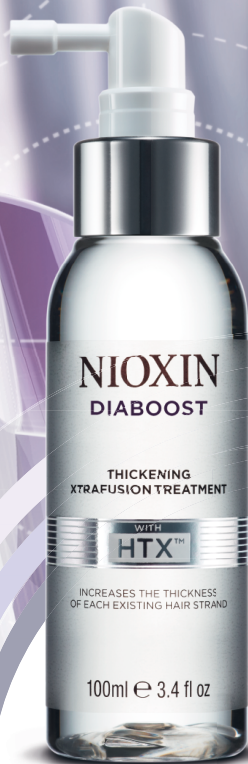
Benutzen Sie die Waschmaschine und den Trockner nur, wenn diese ganz gefüllt sind. Das kann pro Jahr Einsparungen an Strom und Wasser von bis zu 270 € bedeuten!

WEITERE TIPPS DAZU, WAS SALONS TÄGLICH TUN KÖNNEN, FINDEN SIE UNTER:
WWW.COMMITTEDBEYONDBEAUTY.COM

N° 1 stylist-recommended thinning-hair brand in the US.

NIOXIN[®]

NEW



NEW
DIABOST
WITH HTX[™]

INCREASES THE THICKNESS OF EACH EXISTING HAIR STRAND FOR A FULLER LOOKING HEAD OF HAIR.

Experience the power of NIOXIN DIABOST.
Proven to:

- Boost your existing hair diameter instantly
- Penetrate hair to make it more manageable and full
- Thicken existing hair at the roots*

With HTX[™], brings skin science to hair using renowned ingredients:

Niacinamide + Caffeine + Panthenol

*when applied at the roots daily

LES SALONS D'AUJOURD'HUI ALLIENT

STYLE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Chacun sait que le coiffeur inspire et influence la vie de ses clients – qu'il s'agisse de leur coiffure, des tendances à la mode ou du dernier café branché. Mais dans le monde actuel, l'influence du coiffeur va bien au-delà des dernières tendances, car les coiffeurs se sentent de plus en plus responsables de l'impact de leur travail sur leurs communautés. Ils se passionnent pour l'environnement, les causes sociales et veulent améliorer le monde dans lequel nous vivons. Et tandis que l'industrie du salon a pris des mesures pour responsabiliser les coiffeurs, il est possible de faire encore davantage en matière de développement durable.

Une initiative qui sait reconnaître le pouvoir de la passion des coiffeurs est le nouveau programme de développement durable de "Wella Committed Beyond Beauty". En s'associant avec des salons dans le monde, ce programme réunit les coiffeurs au sein d'une communauté virtuelle en ligne pour échanger leurs idées et inciter chacun à faire chaque jour les gestes simples qui pourront avoir un impact important sur l'environnement. Ce programme s'appuie sur les efforts actuels de Wella en termes de développement durable, comme celui de séduire les coiffeurs avec des produits et des services durables. Par exemple, Wella a créé la nouvelle gamme Illumina Color pour qu'elle soit plus facile à rincer. Par conséquent, pour chaque prestation utilisant Illumina Color, les coiffeurs peuvent gagner jusqu'à 2 litres d'eau par rinçage, économisant ainsi près de 20 millions de litres d'eau dans le monde au cours de la première année d'Illumina.

"Les coiffeurs s'intéressent de prêt à leurs clients et à la communauté où ils exercent leur activité. Partout dans le monde, ils sont prêts à participer au programme, à apprendre et à inventer des solutions durables pour les salons. Leur énergie et leur enthousiasme est exactement ce qui est nécessaire pour assurer une meilleure qualité de vie, aujourd'hui et demain", a déclaré Adil Mehboob-Khan, Global President Wella.

Pour s'assurer que le programme soit scientifiquement valable, Wella s'est associé au Professeur James Clark, Directeur de la chimie verte au Centre d'excellence de l'Université de York.

Au cœur du projet, il existe une communauté de salon en ligne (www.committedbeyondbeauty.com) qui offre une gamme d'outils, y compris un salon virtuel en 3D avec des conseils sur l'utilisation de l'eau et de l'énergie ainsi que sur les déchets et le recyclage. Selon Wella, si les salons du monde entier se réunissaient pour mettre en œuvre ces gestes simples, alors le potentiel à réaliser des économies et des avantages durables pour l'environnement serait important.

"Nous avons une chance incroyable d'innover et de réduire l'impact des salons sur l'environnement pour montrer qu'ils s'engagent à préserver notre belle planète pour les générations à venir," a déclaré le Professeur Clark, Directeur de la chimie verte au Centre d'excellence de l'Université de York. "C'est en adoptant chaque jour les bons gestes que les salons peuvent continuer à construire leur entreprise tout en réduisant leur empreinte environnementale – de quoi être fiers".



QUELQUES CONSEILS DE WELLA POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE :

ÉTEIGNEZ LES LUMIÈRES

Éteignez les prises murales des appareils plutôt que de les laisser en veille. Sur une année, cette pratique permet à un salon équipé de 4 fauteuils d'économiser 210€ sur sa facture d'électricité, réduisant son impact CO2 de près de 700kg.

CHANGEZ D'ÉCLAIRAGE

Les ampoules LED consomment un dixième de l'énergie d'une ampoule halogène tout en offrant le même niveau de lumière. Faire le changement peut réduire vos dépenses d'énergie de près de 470€ par an !

LAVEZ INTELLIGENT

Lavez et séchez le linge en charge complète pour maximiser l'efficacité. Cette pratique simple pourrait faire gagner jusqu'à 270€ par an en énergie et eau !

POUR PLUS DE CONSEILS SUR LES GESTES A ADOPTER CHAQUE JOUR, CONSULTEZ:
WWW.COMMITTEDBEYONDBEAUTY.COM

LOS SALONES DE PELUQUERÍA DE HOY COMBINAN ESTILO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Todos saben que el estilista inspira e influye en la vida de sus clientes – trátase de su peinado, de las tendencias a la moda o del último café actual. Pero en el mundo de hoy, la influencia de los peluqueros va mucho más allá de las últimas tendencias, ya que éstos se sienten cada vez más responsables del impacto de su trabajo en sus comunidades. Se entusiasman por el medio ambiente, las causas sociales y quieren mejorar el mundo en el cual vivimos. Y mientras que la industria del salón ha tomado medidas para responsabilizar a los peluqueros, se puede hacer aún más en materia de desarrollo sostenible.

Una iniciativa que sabe reconocer el poder de la pasión de los peluqueros es el nuevo programa de desarrollo sostenible de “Wella Committed Beyond Beauty”. Asociándose con salones de peluquería en el mundo, este programa reúne a los peluqueros dentro de una comunidad virtual en línea para intercambiar sus ideas e incitar a la gente a efectuar cada día los gestos simples que podrán tener un impacto importante en el medio ambiente. Este programa se apoya en los esfuerzos actuales de Wella en términos de desarrollo sostenible, como el de seducir a los peluqueros con productos y servicios sostenibles. Por ejemplo, Wella ha creado la nueva gama Illumina Color para que sea más fácil de enjuagar. Por consiguiente, para cada prestación en la que se utiliza Illumina Color, los peluqueros pueden ganar hasta 2 litros de agua por enjuague, ahorrando así cerca de 20 millones de litros de agua en el mundo durante el primer año de Illumina.

“Los peluqueros se interesan de cerca en sus clientes y en la comunidad en donde ejercen su actividad. En todas partes del mundo, están listos para participar en el programa, para aprender e inventar soluciones sostenibles para los salones de peluquería. Su energía y su entusiasmo es exactamente lo que es necesario para garantizar una mejor calidad de vida, hoy y mañana”, declaró Adil Mehboob-Khan, Presidente Mundial de Wella.

Para asegurarse que el programa sea científicamente válido, Wella se ha asociado al Profesor James Clark, Director de la química verde en el Centro de excelencia de la Universidad de York.

En el centro del proyecto existe una comunidad de salón de peluquería en línea (www.committedbeyondbeauty.com) que ofrece una gama de herramientas incluyendo un salón virtual en 3D con consejos sobre el uso del agua y de la energía así como sobre los residuos y el reciclaje. Según Wella, si los salones del mundo entero se reunieran para poner en práctica estos gestos simples, entonces el potencial para realizar economías y ventajas sostenibles para el medio ambiente sería importante.

“Tenemos una suerte increíble de innovar y reducir el impacto de los salones en el medio ambiente para mostrar que se comprometen a preservar nuestro bello planeta para las generaciones futuras,” declaró el Profesor Clark, Director de química verde en el Centro de excelencia de la Universidad de York. “Es adoptando cada día los buenos gestos que los salones pueden continuar construyendo su empresa a la vez que reducen su huella medioambiental – de todo ello uno puede sentirse orgulloso”.



ALGUNOS CONSEJOS DE WELLA PARA UN DESARROLLO SOSTENIBLE :

APAGUE LAS LUCES

Apague los enchufes de la pared de los aparatos en vez de dejarlos en stand by. En un año, esta manera de proceder le permite a un salón con 4 sillones economizar 210€ en su factura de electricidad, reduciendo su impacto de CO2 de cerca de 700kg.

CAMBIE DE ILUMINACIÓN

Las bombillas LED consumen una décima parte de la energía de una bombilla halógena ofreciendo al mismo tiempo el mismo nivel de luz. Hacer el cambio ¡ puede reducir sus gastos de energía de cerca de 470€ por año !

LAVE DE MODO INTELIGENTE

Lave y seque la ropa en carga completa para maximizar la eficacia. ¡ Esta práctica simple podría hacer ganar hasta 270€ por año en energía y agua !

PARA MÁS CONSEJOS SOBRE LOS GESTOS A ADOPTAR CADA DÍA, CONSULTE: WWW.COMMITTEDBEYONDBEAUTY.COM

curls

WAVES PLEASE!

Curls rock – movement for It-Girls. The hip trend looks for curls and waves: whether set-waves, beach waves or wild curls. The most important tools for the expressive styles: curling iron, curler, straightener. And in addition: heat protection spray and plenty of styling foam.

WELLEN BITTE!

Locken rocken – Bewegung für It-Girls. Die angesagten Trendlooks für Curls und Wellen: von der Wasserwelle über Beach Waves zu wilden Locken. Wichtigste Tools für die expressiven Stylings: Lockenstab, Lockenwickler, Glätteisen. Dazu: Hitzeschutzspray und jede Menge Stylingsschaum.



À NOUS LES ONDULATIONS!

Les boucles assurent – du mouvement pour les filles en vogue. Des looks tendances, branchés pour boucles et ondulations : de la mise en plis aux boucles sauvages en passant par les ondulations “effet plage”. Les outils nécessaires pour réaliser ces styles expressifs : fer à friser, rouleaux, lisseur. Sans oublier le spray thermo-protecteur et beaucoup de mousse coiffante.

¡POR AQUÍ LAS ONDULACIONES!

Los bucles son muy buenos – movimiento para las chicas en boga. Looks modernos para bucles y ondulations : del marcado a los bucles salvajes pasando por las ondulations con efecto playero. Las herramientas necesarias para realizar estos estilos expresivos son : rizador, rulos y alisador. Sin olvidar el spray termoprotector y mucha espuma para peinar.

from left to right
ICD SPAIN
LUIS LLONGUERAS • SPAIN (photo: David Armal)
GUSTAVO DIAZ • CHILE
EVA GARBEA • ROMANIA



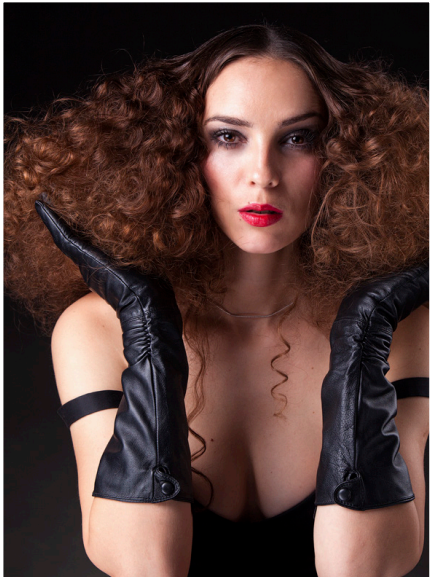
GUSTAVO DIAZ • CHILE



LINCOLN TRAMONTINI • BRAZIL (photo: Ghima Larecco)



ICD SPAIN



EVA GARBEA • ROMANIA

Rebellious • Romantic • Crazy • Divine
Rebellisch • Romantisch • Verrückt • Himmlisch
Rebelle • Romantique • Espiègle • Divine
Rebelde • Romántica • Traviesa • Divina

SHISEIDO

PROFESSIONAL



Fuller. Stronger. Healthier.
Hair's energy is reawakened.

Restart hair's vitality in the salon,
and keep building its strength day by day.



THE HAIR CARE
ADENOVITAL



ICD ITALY (photo: Amedeo M. Turello)

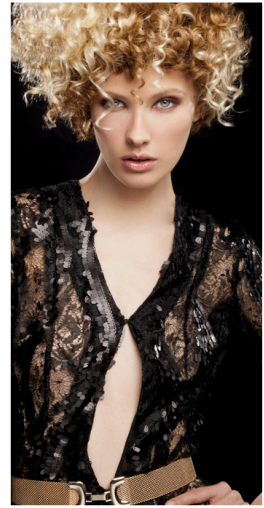


Perfect harmony of the different structures: feminine, tender and with bohemian chic. The future goes classic. Girly curls become elegant trendy styles. Delicate curls caress the cheeks and forehead. Magical and timeless beauty.

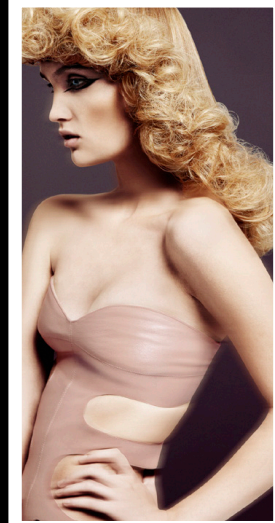
Perfekte Harmonie der unterschiedlichen Strukturen: weiblich weich und mit unkonventionellem Chic. Future goes Classic. Girly Curls werden zu eleganten Trendstyles. Zarte Locken umschmeicheln Wangen und Stirn. Zauberhaft und zeitlos schön.

L'harmonie parfaite entre les différentes structures : la douceur féminine alliée au bohème chic. Le futur devient classique. Des boucles de jeunes filles donnent des styles élégants. Des boucles délicates caressent les joues et le front. La beauté est magique et intemporelle.

La armonía perfecta entre las diferentes estructuras : la suavidad femenina asociada a lo bohemio chic. El futuro se vuelve clásico. Bucles de jovencitas aportan estilos elegantes. Bucles delicados acarician las mejillas y la frente. La belleza es mágica e intemporal.



LIJIS LLONGUERAS • SPAIN (photo: David Arnaiz)



RACHEL WALKER • AUSTRALIA (photo: Chantelle Conzel)

Highlight look! Deliberately disheveled and wild. Short lion manes in shades of blond or cascades of curls for the evening appearance.
Highlight-Look! Gewollt unordentlich und wild. Kurze Löwenmähne in Blondschattierungen oder Wellen-Kaskaden für den Abend-Auftritt.
Le style mis en avant ! Délibérément ébouriffé et indompté. De courtes crinières de lionnes en nuances de blond ou des cascades de boucles pour les apparitions en soirée. **¡Se da realce al estilo!** Deliberadamente despeinado e indomable. Cortas melenas de leonas con matices rubio o cascadas de bucles para hacer su aparición en una velada.



WAYNE LLOYD • IRELAND (photo: Ketutis Amuzis)



PEGGY GRELLA • GERMANY



ICD SOUTH AFRICA (photo: Ross Hillier)



KLAUS PETER OCHS • MADE IN PARIS (photo: Laurence Laborie)

Opulent • Magical • Experimental • Fiery
Opulent • Magisch • Experimentell • Feufrig
Somptueux • Magique • Expérimental • Ardent
Suntuoso • Mágico • Experimental • Ardiente

KÉRASTASE

PARIS

N°1 PROFESSIONAL CARE**

NUTRITIVE

> INNOVATION LONG-LASTING NUTRITION

The iris rhizome endows the flower with the amazing power to blossom even under extreme conditions. Its secret, a reserve of essential nutrients and protective anti-oxidants. Kérastase makes it the best ally of dry hair.

Exclusively in Kérastase salons.

RECHERCHE AVANCÉE L'ORÉAL
EXPERTISE PROFESSIONNELLE

Immunize hair against the return of dryness.
The power of the iris to achieve
exceptional nutrition*.



*Auto-evaluation by 61 Nutritive users in France, between 2 shampoos. **Haircare. Source Kline Europe 2012.

curls

Pop star appeal with color, shine and curls. Curls in neon pink with sleek pony are the trend style for sexy fashion queens. Casually pinned up curls show girlish Bohème deluxe.



DAVID KINGSON • AMERICA-CANADA



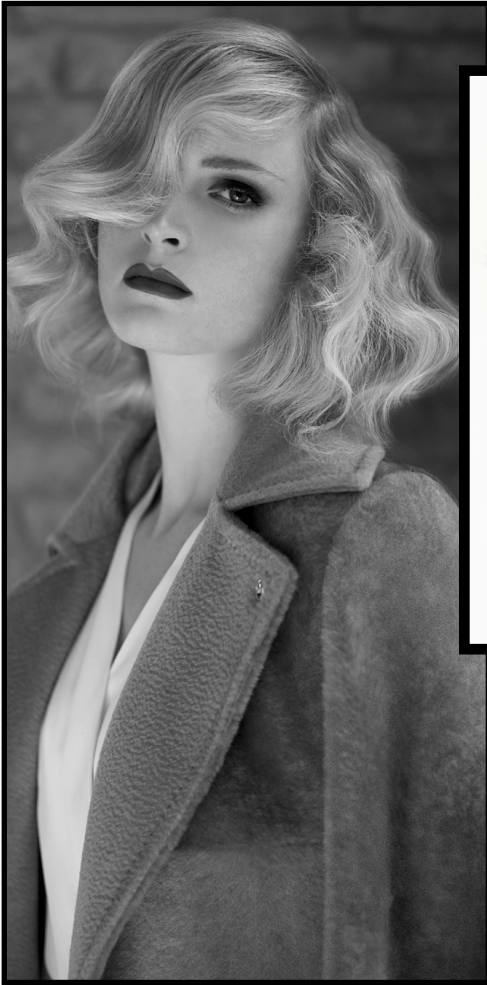
Popstar-Appeal mit Color, Glanz und Curls. Locken in Neonpink und mit glattem Pony sind das Trendstyling für sexy Fashion-Queens. Lässig aufgesteckte Locken zeigen mädchenhafte Bohème de luxe.

Une allure de pop star avec de la couleur, de l'éclat et des boucles. Le style branché des sensuelles reines de la mode se compose de boucles roses fluo et d'une frange lisse. Les boucles relevées très naturellement évoquent un style Bohème de luxe espègle.

Un aspecto de pop star con color, brillo y bucles. El estilo moderno de las sensuales reinas de la moda está compuesto por bucles rosas fluo y un flequillo liso. Los bucles levantados muy naturalmente evocan un estilo Bohemio de lujo travieso.



CHRISTIAN KAPANOV • BULGARIA (photo: IggNIES)



ICD ITALY (photo: Amedeo M. Turello)



JASON DAVIES • NEW ZEALAND



ICD AUSTRALIA

Wild curls, delicate waves or cool twists: curls and waves with a romantic touch. The manes live off nonchalant volume. For the curly summer punk style in copper, the hair is combed to one side – wild girls shave their head on the other side. The softer variant is braids.

Wild gelockt, zart gewellt oder cool gedreht: Curls und Waves mit romantischem Touch. Die Mähnen leben von lässigem Volumen. Für den lockigen Summer-Punk-Style in Kupfer werden die Haare auf eine Seite frisiert – wilde Mädchen rasieren sich die Haare auf der anderen Seite ab, die sanftere Variante sind Braids.

Boucles sauvages, ondulations délicates ou torsades légères: des boucles et des ondulations avec une touche romantique. Les crinières vivent de volume nonchalant. Pour le style bouclé punk de l'été en cuivré, les cheveux sont coiffés sur le côté – les plus farouches se raseront la tête de l'autre côté. Une variante plus légère étant des tresses.

Bucles salvajes, ondulaciones delicadas o cabello retorcido ligeramente: bucles y ondulaciones con un toque romántico. La melena vive de volumen indolente. Para el estilo ensortijado punk del verano en cobrizo, el cabello es peinado de costado – los más ariscos se afeitarán la cabeza del otro costado. Una variante más ligera es la de trenzas.



ETHNO-GLAMOUR

Cool looks for fashion Amazonas: casual style, delicately plaited hair - with a lot of volume and texture. The new opulence for self-confident, natural styling. Sensual aesthetics and wonderful ethnic glamour - as sophisticated style mix for adventuresses. The aim: pure beauty meets trends.



ETHNO-GLAMOUR

Coole Looks der Fashion-Amazonen: lässig gestylte, filigrane Flechtfrisuren – mit viel Volumen und Textur. Die neue Opulenz für selbstbewusste, natürliche Stylings. Sinnliche Ästhetik und wunderbarer Ethno-Glamour – als raffinierter Stilmix für Abenteuerinnen. Das Ziel: pure Schönheit trifft auf Trendgespür.



ETHNO-GLAMOUR

Des looks branchés pour amazones de la mode: style décontracté, chignon tressé filigrane – avec beaucoup de volume et de texture. La nouvelle opulence pour un style harmonieux, naturel. Une esthétique sensuelle et un splendide glamour ethnique pour un mélange de styles raffinés destiné aux aventurières. L'objectif: la beauté à l'état pur rencontre les tendances.



ETHNO-GLAMOUR

Looks modernos para amazonas de la moda: estilo relajado, moño trenzado filigrana – con mucho volumen y textura. La nueva opulencia para un estilo armonioso y natural. Una estética sensual y un espléndido glamour étnico para una mezcla de estilos refinados destinado a las aventureras. El objetivo: la belleza en estado puro se encuentra con las tendencias de la moda.



Bringing delight back to the client experience with the new “Salon Emotion” concept

FACED WITH THE CONTINUED DROP IN HAIRDRESSING VISITS, L'ORÉAL PROFESSIONAL PRODUCTS IS HELPING HAIRDRESSERS TO TRANSFORM THEIR SALONS WITH A NEW “SALON EMOTION” APPROACH

SALON
Emotion

*Re-enchanting
the client's emotional
journey*

“As the market leader, L'Oréal aims to support the modernization of hair salons worldwide,” commented Vianney Pivet, General Manager, Global Strategic Development, L'Oréal Professional Products. Started about a year ago, this new approach is based on a clear observation: the drop in visits to hair salons in mature markets. Between 2001 and 2012, the average number of visits by women to hair salons in Europe and the United States dropped from approximately eight to six per year. “In a difficult economic context and given the emergence of new expenses, such as mobile telephony, women have to make choices,” explained Agnès Dewidehem, International Business Innovation Director at L'Oréal Professional Products. “And when we ask women how they would spend a €100 beauty gift card, a trip to the hairdressers ranks only 5th, after a visit to a massage parlor or spa, an esthetician, manicurist or perfume store...”

A visit to the hairdresser is not necessarily a pleasure

To understand the reasons for this drop in visits to hair salons, L'Oréal commissioned TNS Sofres to carry out a survey on “Women and their hairdressers” in 2012. “This survey reveals real dissatisfaction among clients. The emotional curve – i.e., what women feel throughout their visit to the hairdresser – is not satisfactory enough. Clearly, the hairdressing experience does not appear to be an indulgence, except the hair-washing stage, which is the most enjoyable according to the women we surveyed. They mention a lack of listening, attention and customization of the service they receive,” underlined Agnès Dewidehem. A visit to the hairdresser is seen as a “technical” visit, rather than a pleasure.

Service at the heart of the “Salon Emotion” approach

A preferred partner of salons worldwide, L'Oréal's Professional Products division has developed a new approach to “bring back delight to the emotional journey clients make in hairdressing salons.” “The main idea is to improve quality of service at every level – as is the case in the hotel or restaurant businesses, for example – while reintroducing a feeling of well-being in salons, like spas or massage parlors.” Seven key stages have been identified in the client journey, including the quality of the welcome, the consultation – a stage that is too often missing and yet essential for developing empathy – and the development of the boutique section to generate more sales. The “Salon Emotion” approach has therefore been designed with two main focuses: developing the notion of service, and physically reorganizing the salon. “Since our clients our independent hairdressers, it seems essential to offer a flexible approach that can be adapted to their different personalities and expectations, as well as their budgets,” underlined Agnès Dewidehem.

The first element in this approach offered by L'Oréal Professional Products to hairdressers is information and training. A series of one-hour conferences started last summer to present the “Salon Emotion” concept to hairdressers, and in five months, 10,000 have already followed this conference. A one-day seminar on how to improve quality of service is also currently being deployed in about 30 countries after being tested in four European countries. Some 400 French hairdressers should follow this training in 2014. At the same time, a booklet of guidelines listing “dos” and “don'ts” has been made available to hairdressers.

Spectacular first results

The first salon to adopt the Salon Emotion concept was Rizos in Madrid. Renovated last March, Rizos saw its revenues increase by 23 percent in six months, its product sales by 125 percent and colorings by 32 percent. The Rizos chain therefore opened three new salons sharing the same concept in the Spanish capital. In Paris, the salon run by Jean-Philippe Audebert in boulevard Saint-Germain was renovated, integrating a Color Bar to present the different shades on offer, a boutique area and a consultation area. The result has been a 15-percent increase in overall sales. In 2014, new salons in France should also metamorphose into “Emotion Salons”, as well as in Sweden, Australia and Belgium. Will you be next?

L'ORÉAL
Professional Products

DIE ANZAHL DER FRISEUR-
BESUCHE NIMMT STETIG
AB. DESHALB BIETET L'ORÉAL
PROFESSIONAL PRODUCTS
FRISEUREN MIT DEM
ANGEBOT „SALON EMOTION“
UNTERSTÜTZUNG BEI DER
WEITERENTWICKLUNG
IHRER SALONS.

„Uns als Marktführer liegt die Modernisierung von Friseursalons auf der ganzen Welt am Herzen“, so Vianney Pivet, seines Zeichens General Manager Global Strategic Development bei L'Oréal Professional Products. Diese neue Initiative, die vor etwa einem Jahr ins Leben gerufen wurde, basiert auf der unübersehbaren Tatsache, dass in den gesättigten Märkten die Anzahl der Friseurbesuche zurückgeht. Im Jahre 2001 ging eine Frau im Schnitt acht Mal pro Jahr zum Friseur. 2012 waren es nur noch sechs Mal. Diese Zahlen gelten sowohl für Europa als auch die USA.

„Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise und in Anbetracht nun hinzugekommener Ausgaben wie zum Beispiel jene für Handys, müssen die Frauen sich entscheiden“, erklärt Agnès Dewidehem, International Business Innovation Director bei L'Oréal Professional Products. Stellt man Frauen die Frage, wo sie einen Wellness-Geschenkgutschein über 100€ einlösen würden, kommt ein Friseurbesuch erst an fünfter Stelle, nach einer Massage oder einem Spa-Besuch, einem Termin in einem Schönheitssalon, bei der Maniküre oder dem Einkauf in einer Parfümerie...

Ein Besuch beim Friseur ist nicht mehr unbedingt ein Vergnügen

L'Oréal wollte verstehen, aus welchen Gründen Frauen seltener zum Friseur gehen und hat 2012 beim Marktforschungsinstitut TNS Sofrès eine Studie zum Thema „Frauen und ihr Friseur“ in Auftrag gegeben. „Das Ergebnis dieser Studie zeigt deutlich, wie unzufrieden die Kundinnen sind. Der emotionale Bogen, das heißt die sinnliche Erfahrung der Frauen während ihres Verweilens im Salon, ist nicht zufriedenstellend. Deutlicher gesagt: Ein Friseurbesuch wird, mit Ausnahme des

Haarewaschens, das die Frauen noch am ehesten genießen, nicht als angenehm empfunden. Die Kundinnen beklagen sich auch, dass ihnen nicht gut zugehört wird und sie nicht aufmerksam und individuell bedient werden“, betont Agnès Dewidehem. Ein Friseurtermin kommt einer „technischen“ Notwendigkeit gleich und wird nicht mit Genuss in Verbindung gebracht.

„Salon Emotion“ legt Wert auf Dienstleistung

Als enger Partner vieler Salons auf der ganzen Welt hat die Abteilung Professional Products von L'Oréal deshalb beschlossen, ein neues Konzept auszuarbeiten, damit „der Friseurbesuch für die Kundinnen wieder zu einem sinnlichen Erlebnis wird“.

„Es geht hauptsächlich darum, die Qualität der Dienstleistung in allen Bereichen zu verbessern – wie dies zum Beispiel im Hotel- und Gaststättengewerbe der Fall ist – und gleichzeitig in den Salons eine Atmosphäre des Wohlbefindens zu schaffen, wie in einem Spa oder einem Massageinstitut.“

Es wurden sieben wesentliche Elemente definiert, denen eine Kundin bei ihrem Friseurbesuch begegnet. Darunter die Qualität der Begrüßung, die Beratung – ein Schritt, der viel zu oft übersprungen wird, der aber unverzichtbar ist, wenn Empathie entstehen soll, ebenso wie der Ausbau des Boutiquebereichs mit dem Ziel, den Produktverkauf zu erhöhen. Folglich wurde „Salon Emotion“ um zwei zentrale Punkte herum konzipiert: die Weiterentwicklung des Dienstleistungsgedankens und die Neugestaltung der Räumlichkeiten. „Da es sich bei unseren Kunden um unabhängige Friseure handelt, wollen wir ihnen ein flexibles Angebot machen, das sie je nach ihrer Persönlichkeit und ihren Ansprüchen, aber auch entsprechend ihrer finanziellen Mittel nutzen können“, unterstreicht Agnès Dewidehem.

Als erstes bietet L'Oréal Professional Products den Friseuren Informationen und Fortbildungen. Seit letztem Sommer wird den Friseuren in einstündigen Vorträgen das Konzept „Salon Emotion“ vorgestellt. Innerhalb von fünf Monaten haben bereits 10 000 von ihnen diesen Vorträgen beigewohnt. Nach einem Probelauf in vier europäischen Ländern wird derzeit in

L'ORÉAL
Professional Products

Das Konzept
„Salon Emotion“
soll den Friseur-
besuch für die
Kundinnen wieder
zu einem sinnlichen
Erlebnis machen



dreißig Ländern ein eintägiges Seminar zum Thema Verbesserung der Servicequalität durchgeführt. Im Jahr 2014 sollen 400 französische Friseure an dieser Fortbildung teilnehmen. Parallel dazu wurde den Friseuren ein Buch mit „Richtlinien“ zur Verfügung gestellt, das gute und schlechte Geschäftspraktiken aufzeigt.

Sensationelle erste Ergebnisse

Der erste Salon, der sich das Konzept „Salon Emotion“ zu eigen gemacht hat, war der Salon Rizos in Madrid. Nach einem Umbau im März letzten Jahres stieg innerhalb von sechs Monaten sein Umsatz um 23 %, der Produktverkauf um 125 % und die Anzahl der Kolorationen um 32 %. Die Rizos-Kette hat in der spanischen Hauptstadt drei neue Salons eröffnet, die sie nach demselben Konzept betreibt. In Paris wurde der Salon von Jean-Philippe Audebert auf dem Boulevard Saint-Germain renoviert; er hat nun eine Colorbar, in der die verschiedenen Farbtöne präsentiert werden, einen Einkaufs- und einen Beratungsbereich. Das Resultat: ein um 15 % höherer Gesamtumsatz. Im Lauf des Jahres 2014 dürften sich weitere Salons in „Salons Emotion“ verwandeln, und zwar nicht nur in Frankreich, sondern auch in Schweden, Australien und Belgien. Und wann sind Sie dran?

SALON *Emotion*

Re-enchanting
the client's emotional
journey

Le concept « Salon Emotion » pour ré-enchanter l'expérience cliente dans les salons de coiffure

**FACE À LA BAISSÉ CONTINUE DE LA
FRÉQUENTATION DES SALONS DE
COIFFURE, L'ORÉAL PRODUITS
PROFESSIONNELS ACCOMPAGNE
LES COIFFEURS DANS LA TRANS-
FORMATION DE LEUR ÉTABLISSE-
MENT GRÂCE AU NOUVEAU
DISPOSITIF « SALON ÉMOTION ».**

« En tant que leader du marché, L'Oréal souhaite aujourd'hui accompagner la modernisation des salons de coiffure dans le monde », déclare Vianney Pivet, directeur général international du développement stratégique L'Oréal Produits Professionnels. Cette nouvelle démarche, initiée depuis environ un an, est née d'un constat assez clair : la baisse de la fréquentation des salons de coiffure dans les marchés matures. Entre 2001 et 2012, le nombre moyen de visites des femmes dans un salon de coiffure, en Europe comme aux États-Unis, est passé d'environ 8 à 6 visites par an. « Dans un contexte difficile de crise économique et compte-tenu de l'émergence de nouvelles dépenses, comme la téléphonie mobile par exemple, les femmes sont amenées à faire des arbitrages », explique Agnès Dewidehem, directrice internationale de l'innovation business chez L'Oréal Produits Professionnels. Et quand on demande aux femmes comment elles dépenseraient un chèque cadeau beauté de 100€, la visite chez le coiffeur n'arrive qu'en 5ème position, derrière une visite dans un institut de massage ou de Spa, chez l'esthéticienne, une séance de manucure ou des achats en parfumerie...

Aller chez le coiffeur ne rime plus forcément avec plaisir

Pour mieux comprendre les raisons de cette baisse de la fréquentation des salons, L'Oréal a fait réaliser en 2012 par TNS Sofrès une étude sur « Les femmes et leur coiffeur ». « Il ressort de cette étude de réelles insatisfactions de la part des clientes. La courbe émotionnelle, c'est-à-dire le ressenti des femmes tout au long de leur visite, chez le coiffeur, n'est pas assez satisfaisante. En clair l'expérience coiffeur ne s'apparente pas à un vrai moment de plaisir, excepté au moment du shampoing, étape la plus agréable selon les femmes. Elles pointent dans l'ensemble, un manque d'écoute, d'attention et de personnalisation du service rendu », souligne Agnès Dewidehem. La visite chez le coiffeur est perçue comme une visite « technique » et non pas plaisir.

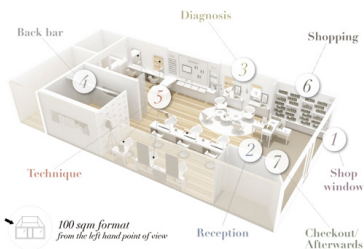
Le service au centre du dispositif « Salon Emotion »

En tant que partenaire privilégié des salons partout dans le monde, la Division Produits Professionnels de L'Oréal a donc décidé de mettre au point un nouveau dispositif pour « ré-enchanter le parcours émotionnel des clientes dans les salons de coiffure. » « L'idée maîtresse est d'améliorer à tous les niveaux la qualité du service - comme cela est le cas par exemple dans l'hôtellerie ou la restauration - tout en réintroduisant un sentiment de bien-être au sein des salons, comme dans les Spa, ou les instituts de massage. » Sept étapes clés ont été identifiées dans le parcours client, parmi lesquelles la qualité de l'accueil, la consultation - étape trop souvent absente, et pourtant incontournable du parcours pour développer l'empathie, et le développement de l'espace boutique pour générer plus de ventes. Dès lors le dispositif « Salon Emotion » a été conçu autour de deux axes : le développement de la notion de service et le réagencement physique des lieux. « Comme nos clients sont des coiffeurs indépendants, il nous paraît essentiel de leur proposer un dispositif modulable en fonction de leur personnalité, de leurs attentes, mais aussi de leurs moyens financiers », souligne Agnès Dewidehem.

Premier élément de ce dispositif proposé par L'Oréal Produits Professionnels aux coiffeurs : l'information et la formation. Des conférences d'une heure ont débuté l'été dernier pour présenter aux coiffeurs le concept de « Salon Emotion ». En cinq mois, 10 000 d'entre eux ont déjà suivi cette conférence. Un séminaire d'une journée sur comment améliorer la qualité de service, testé dans quatre pays européens est en cours de déploiement dans une trentaine de pays. 400 coiffeurs français doivent suivre cette formation en 2014. Parallèlement, un book de « guidelines » listant les choses à faire et à ne pas faire a été mis à la disposition des coiffeurs.

Des premiers résultats spectaculaires

Premier à s'être approprié le concept du Salon Emotion, le salon Rizos à Madrid qui a fait peau neuve en mars dernier, a vu son chiffre d'affaires augmenter de 23% en six mois, ses ventes produits de 125% et ses actes de coloration de 32%. La chaîne Rizos a donc ouvert 3 nouveaux salons dans la capitale espagnole sur le même concept. A Paris, c'est le salon de Jean-Philippe Audebert, boulevard Saint-Germain, qui a été rénové, intégrant un Color bar - pour présenter les différentes teintes de coloration - un espace shopping et un espace diagnostic. Résultat : un chiffre d'affaire global en hausse de 15%. En 2014, de nouveaux salons en France devraient eux aussi se métamorphoser en « Salons Emotion », mais aussi en Suède, en Australie et en Belgique. Alors, à quand votre tour ?



L'ORÉAL
Professional Products

RESTORE OVERPROCESSED HAIR. 90% MORE CONDITIONED AFTER ONE APPLICATION*.

Give her an advanced dose of protein and moisture for hair full of life and movement.

NEW
BIOLAGE
advanced
keratindose



PRO-KERATIN + SILK

NO SULFATES. NO PARABENS.
NO HARSH SALTS.

A PROFESSIONAL RESTORATIVE BREAKTHROUGH:

Awaken overprocessed hair with a system designed to restore lost essentials. Formulas with Pro-Keratin and Silk provide protein and moisture balance* to hair and lock it in. Hair is preserved and thrives with movement and shine.

Advanced care available only in Matrix salons.

*When using the system of keratindose shampoo, conditioner and renewal spray versus a non-conditioning shampoo.

MATRIX
IMAGINE ALL YOU CAN BE



B I O L A G E

« Como líder del mercado, L'Oréal desea hoy acompañar la modernización de los salones de peluquería en el mundo », declaró Vianney Pivet, director general internacional del desarrollo estratégico L'Oréal Productos Profesionales. Este nuevo enfoque, iniciado desde hace cerca de un año, surgió a partir de un hecho comprobado bastante claro: la baja de la afluencia a los salones de peluquería en los mercados maduros. Entre 2001 y 2012, el número medio de visitas de las mujeres a una peluquería, en Europa como en los Estados Unidos, pasó de cerca de 8 a 6 visitas por año. « En un contexto difícil de crisis económica y en vista de la aparición de nuevos gastos, como la telefonía móvil por ejemplo, las mujeres son llevadas a hacer arbitrajes », explicó Agnès Dewidehem, directora internacional de la innovación business en L'Oréal Productos Profesionales. Y cuando se pregunta a las mujeres cómo gastarían un cheque-regalo de belleza de 100€, la visita a la peluquería sólo llega en 5ta posición, después de una cita en un instituto de masaje o de Spa, con la esteticista, con la manicurista o compras en perfumería...

Ir a la peluquería no rima más forzosamente con la palabra agrado

Para entender mejor los motivos de esta baja de la afluencia a los salones de peluquería, L'Oréal mandó realizar en 2012 por TNS Sofrès un estudio sobre « Las mujeres y su peluquero ». « De este estudio se desprenden verdaderas insatisfacciones por parte de las clientas. La curva emocional, es decir lo que sienten las mujeres durante toda su visita a la peluquería, no es suficientemente satisfactoria. No cabe duda de que la experiencia de la peluquería no se parece a un verdadero momento de placer, salvo en el momento del champú, etapa más agradable según las mujeres. Ellas señalan en conjunto, una falta de escucha, de atención y de personalización del servicio ofrecido », subrayó Agnès Dewidehem. La visita a la peluquería es percibida como una visita « técnica » y no placentera.

El servicio en el centro del dispositivo « Salon Emotion » Como socio privilegiado de los salones de peluquería en todo el mundo, la División Productos Profesionales de L'Oréal ha decidido por lo tanto poner a punto un nuevo dispositivo para « re-maravillar el recorrido emocional de las clientas en los salones de peluquería. » « La idea principal es mejorar a todos los niveles la calidad del servicio - como es el caso por ejemplo en la hotelería o la restauración - reintroduciendo al mismo tiempo un sentimiento de bienestar en las peluquerías, como en los Spa, o los institutos de masaje. » Se han identificado siete etapas clave en el recorrido del cliente, entre las cuales la calidad de la acogida, la consulta - etapa a menudo ausente y sin embargo ineludible del recorrido para desarrollar la empatía y el desarrollo del espacio boutique para generar más ventas. A partir de entonces el dispositivo « Salon Emotion » ha sido ideado en torno a dos ejes : el desarrollo de la noción de servicio y la nueva disposición física de los lugares. « Como nuestros clientes son peluqueros independientes, nos parece esencial proponerles un dispositivo modular en función de su personalidad, de sus

El concepto « Salon Emotion » para re-maravillar la experiencia de la clienta en los salones de peluquería

FRENTE A LA
BAJA CONTI-
NUA DE LA
AFLUENCIA
A LOS
SALONES DE
PELUQUERÍA.
L'ORÉAL
PRODUCTOS
PROFESIONA-
LES ACOMPAÑA
A LOS
PELUQUEROS
EN LA TRANS-
FORMACIÓN
DE SU ESTA-
BLECIMIENTO
GRACIAS AL
NUevo
DISPOSITIVO
« SALON
EMOTION ».

expectativas, pero también de sus medios financieros », subrayó Agnès Dewidehem.

Primer elemento de este dispositivo propuesto por L'Oréal Productos Profesionales a los peluqueros : la información y la formación. Conferencias de una hora empezaron el verano pasado para presentar a los peluqueros el concepto de « Salon Emotion ». En cinco meses, 10 000 de ellos ya han seguido esta conferencia. Un seminario de una jornada sobre cómo mejorar la calidad de servicio, probada en cuatro países europeos está en curso de despliegue en unos treinta países. 400 peluqueros franceses han de seguir esta formación en 2014. De forma paralela, un book de « guidelines » con la lista de cosas que hacer y que no hacer fue puesta a la disposición de los peluqueros.

Primeros resultados espectaculares

El primero en haberse adueñado el concepto del Salon Emotion, el salón de peluquería Rizos en Madrid que se ha renovado totalmente en el pasado mes de marzo, ha visto su volumen de negocios aumentar de un 23% en seis meses, sus ventas de productos de un 125% y sus actos de coloración de un 32%. Por lo tanto la cadena Rizos ha abierto 3 nuevos salones de peluquería en la capital española en base al mismo concepto. En París, es el salón de Jean-Philippe Audebert, boulevard Saint-Germain, que fue renovado integrando un Color bar -para presentar los diferentes tintes de coloración - un espacio shopping y un espacio diagnóstico. Resultado: un volumen de negocios global en alza del 15%. En 2014, nuevos salones en Francia deberían también transformarse en « Salons Emotion », pero también en Suecia, en Australia y en Bélgica. Entonces, ¿cuándo le toca a usted?

L'ORÉAL
Professional Products



HAIR ART

DESIGN DE LUXE

Poetry meets modern romance:
hair art by the Bundy Bundy
artistic team. Crêped hair as trendy
up-dos, silhouettes with star-appeal.

Bundy Bundy's philosophy:
create distinctive trends that are
characterized by the greatest
perfection in technique and artistic.

DESIGN DE LUXE

Poesie trifft auf moderne Romantik:
Haarkunst vom Bundy Bundy Artistic
Team. Gekrepptes Haar als trendige
Up-dos, Silhouetten mit Starappeal.

Philosophie von Bundy Bundy:
unverwechselbare Trends zu kreieren,
die sich durch höchste Perfektion
in technischer und in künstlerischer
Hinsicht auszeichnen.

DESIGN DE LUXE

La poésie à la rencontre de la
romance moderne: l'art de la coiffure
par l'équipe artistique de Bundy Bundy.

Des cheveux crépés pour chignons
tendances, des silhouettes de star.
La philosophie de Bundy Bundy:
créer des tendances incomparables
qui se caractérisent par une perfection
technique et artistique absolue.

DISEÑO DE LUJO

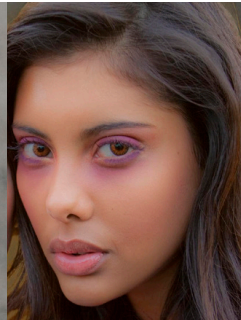
La poesía va al encuentro del
romance moderno: el arte del peinado
por el equipo artístico de Bundy Bundy.

Cabello crespo para moños
muy actuales, siluetas de estrella.
La filosofía de Bundy Bundy es la de
crear tendencias incomparables que
se caracterizan por una perfección
técnica y artística absoluta.



BUNDY BUNDY • AUSTRIA (photo: Inge Prader)

fondation guillaume



from left to right
TAKAO WATAHIKI • FG JAPAN
TENNA DYRBY • FG DENMARK
FASHION TEAM INTERNATIONAL
FASHION TEAM INTERNATIONAL

COOL & GLAMOUR

Energetic fashion fusion from around the world. The Intercoiffure Mondial youngsters, the Fondation Guillaume, present trend styles – natural and dynamic. Global hair art: up-dos in Minnie Mouse design, graphic long cuts, and nostalgic wavy looks.

COOL & GLAMOUR

Energiegeladene Fashion-Fusion aus aller Welt. Die Youngster von Intercoiffure Mondial, die Fondation Guillaume, zeigt Trendstyles - natürlich und dynamisch. Global Hairart: Updos im Minnie-Mouse-Design, grafische Longcuts, nostalgische Wellen-Looks.

COOL & GLAMOUR

Une fusion énergétique de la mode du monde entier. Les jeunes d'Intercoiffure Mondial, la Fondation Guillaume, présentent des styles tendances – naturels et dynamiques. Un art de la coiffure mondial : des chignons au design Minnie Mouse, des coiffures longues graphiques, des looks ondulés nostalgiques.

COOL & GLAMOUR

Una fusión energética de la moda del mundo entero. Los jóvenes de Intercoiffure Mondial, la Fondation Guillaume, presentan estilos y tendencias – naturales y dinámicos. Un arte del peinado mundial : moños con diseño Minnie Mouse, peinados largos gráficos, looks ondulados nostálgicos.

fondation guillaume JAPAN

MAGNIFICENT AND TRENDY

Colorful, bright, stylish and exceptionally artistic – definitely striking and spectacular: eccentric up-dos with Minnie Mouse ears and little braids or high towers of entwined hair with backcombed streaks and expressive boy cuts with multicolored highlights in yellow, green and turquoise.

The young stylists from Japan celebrate creativity. A fashion fantasy made of shapes and colors.

GRANDIOS TRENDY

Bunt, schrill, stylish und außergewöhnlich kunstvoll – auf jeden Fall plakativ und aufsehenerregend:

exzentrische Updos mit Minnie-Mouse-Ohren und Zöpfchen oder als hoch verschlungener Haarturm mit gekreppten Strähnen und expressive

Boycuts mit Multicolor-Highlights in Gelb, Grün, Türkis. Die jungen Stylisten aus Japan feiern die Kreativität. Eine modische Fantasie aus Formen und Farben.



TAKAO WATAHIKI • JAPAN



DAIGO SUZUKI • JAPAN



TATSUYA NAITO • JAPAN



SHINGO NAKAYA • JAPAN

GRANDIOSE ETENDANCE

Coloré, flashy, élégant et exceptionnellement artistique – dans tous les cas tape-à-l'œil et spectaculaire : des chignons excentriques avec des oreilles de Minnie et des petites coiffes ou une haute tour de cheveux entrelacés avec des mèches crépées et des coupes de garçon expressives ornées de mèches multicolores en jaune, vert ou turquoise. Les jeunes stylistes japonais célèbrent la créativité. Une fantaisie de mode faite de formes et de couleurs.

GRANDIOSOY A LA MODA

Con color, flashy, elegante y excepcionalmente artístico – en todos los casos llamativo y espectacular : moños excéntricos con orejas de Minnie y pequeñas coletas o una alta torre de cabello entrelazado con mechones encrespados y cortos a lo garçon expresivos adornados con mechones multicolores en amarillo, verde o turquesa. Los jóvenes estilistas japoneses celebran la creatividad. Una fantasía de moda hecha con formas y colores.

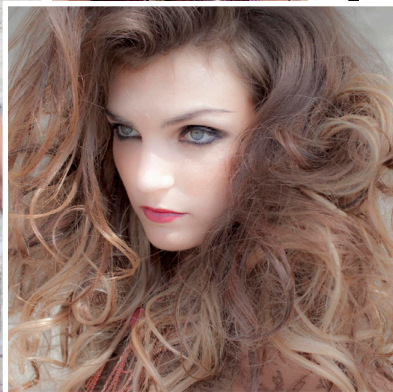
fondation guillaume **FASHION TEAM**
International
 and **BALMAIN** in PARIS



LUXURY LOOKS
 Gorgeous long hair! Soft waves or ultra smooth. Neo grunge style or sleek glam? Beautiful long hair is a symbol of seduction and youthfulness. With the support of Balmain Hair, the young hairdressing elite staged gorgeous looks with extensions - classy, casual, sophisticated.

LUXUS LOOKS
 Traumhaftes Langhaar! Weiche Wellen oder ultra glatt. - Neo-Grunge-Style oder Sleek-Glam? Wunderschöne lange Haare sind ein Symbol für Verführung und Jugendlichkeit. Mit Unterstützung von Balmain Hair inszenierte die junge Friseur-Elite traumhafte Looks mit Extensions – edel, lässig, sophisticated.

LOOKS DE LUXE
 Des cheveux longs magnifiques ! Ondulations légères ou style ultra raide. Style néo-grunge ou lisse glamour ? Les superbes cheveux longs sont le symbole de la séduction et de la jeunesse. Avec le soutien de Balmain Hair, la jeune élite de la coiffure a mis en scène des looks à couper le souffle avec des extensions – chic, décontracté, sophistiqué.



LOOKS DE LUJO
 ¡ Cabello largo magnífico ! Ondulaciones ligeras o estilo ultra lacio. ¿ Estilo neo-grunge o lacio glamour ? El estupendo cabello largo es el símbolo de la seducción y de la juventud. Con el apoyo de Balmain Hair, la joven élite del peinado ha escenificado looks que dejan sin respiración con extensiones – chic, informal, sofisticado.



intercoiffure

M O N D I A L

PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA

NEW YORK · BERLIN



www.lbnp.de

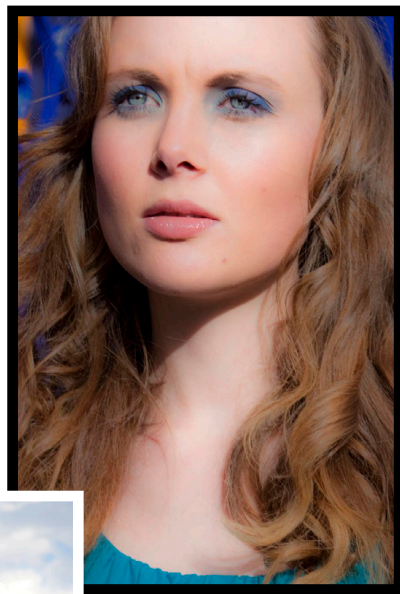
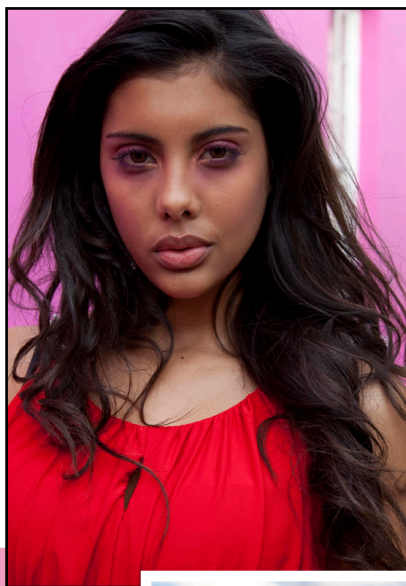
HAIRMASTER COLOURED EDITION DESIGNED TO IMPRESS

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

fondation guillaume **FASHION TEAM** International in SOUTH AFRICA



EINFACH SCHÖN!

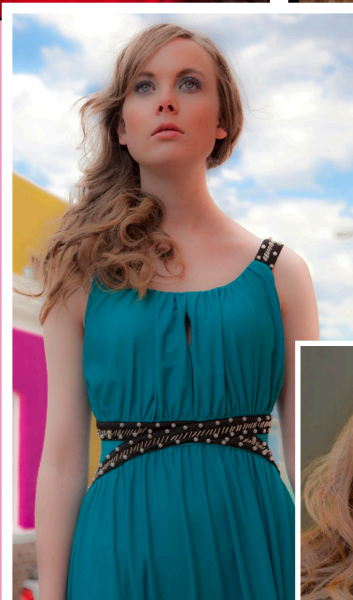
Maximal natürlich und einfach schön: leichte, fließende Lieblingslooks für junge Fashionistas. Das Styling: schnell und unkompliziert mit Extensions und Volumizern by Balmain Hair. Das Mitglieder der Fondation Guillaume International Fashion Teams kreierten zarte, luxuriöse Trendstylings.

SIMPLEMENT BEAU!

D'un naturel extrême et d'une beauté simple: des looks de rêve légers et fluides pour jeunes fashionistas. Le style: rapide et simple avec des extensions et des sprays volume par Balmain Hair. Les membres de l'équipe artistique internationale de la Fondation Guillaume ont créé des coiffures délicates et luxueuses.

¡SIMPLEMENTE BELLO!

Un lado natural extremo y una belleza simple: looks de ensueño ligeros y fluidos para jóvenes fashionistas. El estilo: rápido y simple con extensiones y sprays para volumen por Balmain Hair. Los miembros del equipo artístico internacional de la Fondation Guillaume han creado peinados delicados y lujosos.



SIMPLY BEAUTIFUL!

EXTREMELY NATURAL AND SIMPLY BEAUTIFUL: SOFT, FLOWING FAVORITE LOOKS FOR YOUNG FASHIONISTAS. THE STYLE: FAST AND STRAIGHT-FORWARD WITH EXTENSIONS AND VOLUMIZERS BY BALMAIN HAIR. THE MEMBERS OF THE FONDATION GUILLAUME'S INTERNATIONAL FASHION TEAM CREATED DELICATE, LUXURIOUS TREND STYLES.



fondation guillaume DENMARK

INTERACTION OF WAVES

Glowing northern lights – all shades of blond. The youngsters from Denmark present fashion looks coming straight from a romantic movie with mermaids and Viking brides. The North is characterized by the sea – therefore the styles are wavy, natural and long. Sometimes with a touch of red in dip-dye technique.

WELLENSPIEL

Strahlende Nordlichter – Blond in allen Schattierungen. Die Youngster aus Dänemark zeigen Fashion-Looks wie aus einem romantischen Film mit Meerjungfrauen und Wikinger-Bräuten. Der Norden wird bestimmt durch das Meer – deshalb sind die Styles wellig, natürlich und lang. Manchmal mit einem roten Touch in Dip-Dye-Technik.



CECILIE DO • DENMARK



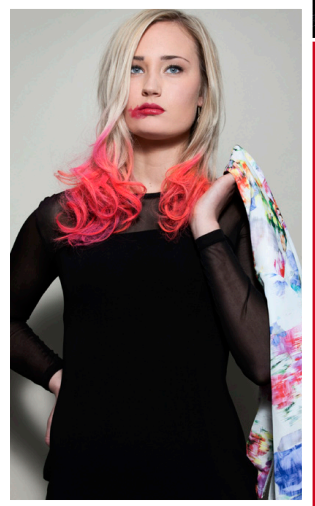
JULIE GARETT • DENMARK



WICKIE ERKSEN • DENMARK



from left to right
 AYSU ÖZER • DENMARK
 TENNA DYRBY • DENMARK
 SASCHA FISCHER • DENMARK

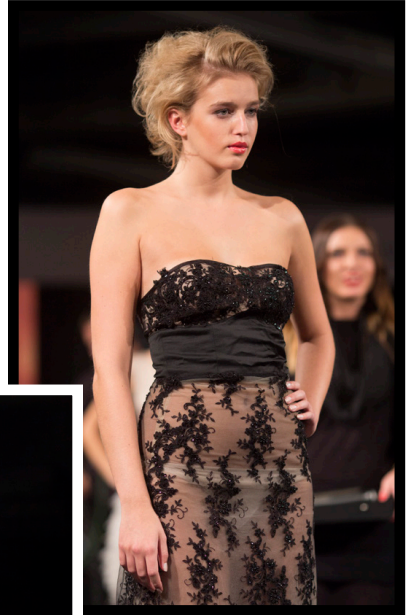


JEUX D'ONDULATIONS

D'étincelantes aurores boréales – le blond sous toutes ses nuances. Les jeunes Danois présentent des looks de mode tout droit sortis d'un film romantique avec des sirènes et des femmes de Vikings. Le Nord se caractérise par la mer – par conséquent les styles sont ondulés, naturels et longs. Parfois avec une touche de rouge grâce à la technique dip-dye.

JUEGOS DE ONDULACIONES

Resplandecientes auroras boreales – el rubio bajo todos sus matices. Los jóvenes daneses presentan looks de moda sacados directamente de una película romántica con sirenas y mujeres de Vikings. El Norte se caracteriza por el mar – por consiguiente los estilos son ondulados, naturales y largos. A veces con un toque de roja gracias a la técnica dip-dye.



FASHION FOLKLORE

“Tradition meets fashion” in a sexy Dirndl or in smart Lederhosen. Tradition is keeping with the spirit of the time, mixed with glamour and femininity – to that the young hairdressing elite from Intercoiffure Germany presented its trend looks. Hairstyles with elaborate and creative braids have cult-appeal and so many pop icons love the visionary folklore style. In addition, artistic up-dos and red carpet glamour.

FASHION-FOLKLORE

„Tracht trifft Fashion“ im sexy Dirndl oder in der feschen Lederhose. Tradition liegt im Zeitgeist, gemixt mit Glamour und Weiblichkeit – dazu präsentierte die junge Friseur-Elite von Intercoiffure Deutschland ihre Trendlooks. Aufwendige und kreative Zopf-Frisuren haben Kult-Appell und so manche Pop-Ikone liebt den phantastischen Folklore-Style. Dazu kunstvolle Updos und Red-Carpet-Glamour.



MODE ET FOLKLORE

« La tradition à le rencontre de la mode » en Dirndl sexy ou en Lederhosen chics. La tradition correspond à la tendance actuelle, mélangée au glamour et à la féminité – c’est ainsi que la jeune élite de la coiffure d’Intercoiffure Allemagne a présenté ses looks tendances. Les coiffures parées de tresses élaborées et créatives ont un attrait culte et de nombreuses icônes pop aiment le style folklorique fantaisiste. En prime, des chignons artistiques et le glamour du tapis rouge.

MODAY FOLKLORE

« La tradición se encuentra con la moda » en Dirndl sexy o en Lederhosen chics. La tradición corresponde a la tendencia actual, mezclada con glamour y feminidad – es así como la joven élite del peinado de Intercoiffure Alemania presentó sus looks a la moda. Los peinados adornados con trenzas elaboradas y creativas tienen un atractivo de culto y a numerosos iconos del pop les gusta el estilo folklórico con fantasía. Además, moños artísticos y el glamour de la alfombra roja.

SHISEIDO
PROFESSIONAL



Ultimate straightening.
Unbelievably soft, smooth hair.
THE CRYSTALLIZING STRAIGHT SYSTEM
With Hyaluronic Thermal Straight Technology.

CRYSTALLIZING STRAIGHT

extravagance

HAIR DREAMS COME TRUE

Wonderland

Wonderland by kpO shows fashion scenes of exquisite beauty and leads into a realm of dreams. Romantic and visionary creations for flower fairies and forest nymphs. The twenties' chic à la "Great Gatsby": opulent with exuberant sensuality and lust for life. Or girlish cascades of curls like in "Alice in Wonderland". The hair colors: Flower power in copper and royal blue, purple and black or blond-black effects, graffiti red and soft blond. Magical and poetic.

Wonderland par kpO présente des scènes de mode d'une beauté exquise et nous emmène au royaume des rêves. Des créations de style romantiques et visionnaires – beauté globale, pour fées des fleurs et mystiques nymphes des forêts. Le chic des années vingt à la « Gatsby le Magnifique » : opulent et doté d'une sensualité et d'une joie de vivre exubérantes. Ou des cascades de boucles enroulées comme dans « Alice au Pays des Merveilles ». Les couleurs : flower-power en cuivre ou bleu roi, violet et noir ou en effets blond-noir, rouge graffiti et blond doux. Magique et poétique.

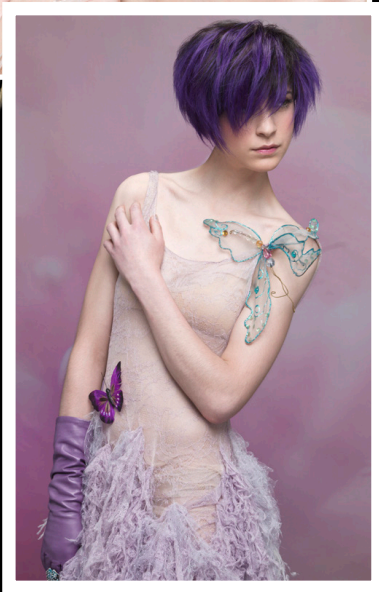
Wonderland by kpO zeigt Fashion-Szenen von exquisiter Schönheit und entführt in ein Reich der Träume. Es sind phantasievolle, romantische Styling-Kreationen – global beauty für Blumenfeen und Waldnymphen. Der Twenties-Chic à la „Great Gatsby“: opulent mit überbordender Sinnlichkeit und Lebenslust. Oder mädchenhafte Locken-Kaskaden wie aus „Alice im Wunderland“. Die Haarfarben: Flower-Power in Kupfer und Royalblau, Violett und Schwarz oder Blond-Schwarz-Effekte, Graffiti-Rot und Soft-Blond. Magisch und poetisch.

Wonderland por kpO presenta escenas de moda de una belleza exquisita y nos lleva al reino del ensueño. Creaciones de estilo románticas y visionarias – belleza global para hadas de flores y místicas ninfas de los bosques. Lo chic de los años veinte a lo « Gran Gatsby » : opulento y dotado de una sensualidad y de una alegría de vivir exuberantes. O cascadas de bucles juveniles como en « Alicia en el país de las maravillas ». Los colores : flower-power en cobrizo o azul rey, violeta y negro o en efectos rubio-negro, rojo graffiti y rubio suave. Mágico y poético.

Extravagante
Color-Symphonie:
Nostalgie vereint
sich mit Pop-Art-
Exzentrík, Wonder-
land by kpo schweigt
in geometrischen
Avantgarde-Mustern
und exzessiven
Farb-Kompositionen.
Graffiti-Rot und
Himmelblau wirken
wie ein Farb-Flash –
zugleich explosiv,
prunkvoll und
minimalistisch.
Gegenoffensive:
Engelslocken in
Blond.

Symphonie de
couleurs extravagante :
la nostalgie s'unit
à l'excentricité pop
art. Wonderland par
kpo se délecte de
motifs géométriques
avant-gardistes et
de compositions de
couleurs excessives.
Rouge graffiti et bleu
ciel font l'effet d'un
flash de couleurs – à
la fois explosif, tape-
à-l'œil et minimaliste.
Contre-offensive :
des boucles blondes
angéliques.

Sinfonía de colores
extravagante :
la nostalgia se une a
la excentricidad pop
art. Wonderland por
kpo se deleita con
motivos geométricos
vanguardistas y
composiciones con
colores excesivos.
Rojo graffiti y celeste
causan el efecto de
un flash de colores –
explosivo, llamativo y
minimalista a la vez.
Contraofensiva :
bucles rubios
angélicos.



EXTRAVAGANT COLOR SYMPHONY: NOSTALGIA UNITES WITH POP-ART ECCENTRICITY. WONDERLAND BY KPO REVELS IN GEOMETRICAL AVANT-GARDE PATTERNS AND EXCESSIVE COLOR COMPOSITIONS. GRAFFITI RED AND AZURE ACT LIKE A FLASH OF COLOR – EXPLOSIVE, MAGNIFICENT AND MINIMALIST AT THE SAME TIME. COUNTEROFFENSIVE: ANGEL CURLS IN BLOND.



RENAISSANCE
Haarpracht als kunstvolle Handarbeit: Meisterhaftes Flechtwerk und exzentrische Steck-Frisuren. So mancher Look erinnert an Stylings zwischen Ethno-Chic und einem Revival der Renaissance. In jedem Fall müssen die Kreationen üppig sein. Fantasiereiche, experimentelle Haartrends aus Indonesien.

RENAISSANCE
Une chevelure abondante en guise de travail manuel artistique: un tressage magistral et des coiffures hautes excentriques. Tant de looks rappellent des styles entre l'ethno-chic et un retour à la Renaissance. Dans tous les cas les créations se doivent d'être opulentes. Des tendances de coiffures imaginatives et expérimentales venues d'Indonésie.



RENACIMIENTO
Una cabellera abundante a modo de trabajo manual artístico: un tressado magistral y peinados altos excentricos. Tantos looks recuerdan estilos entre el ethno-chic y un retorno al Renacimiento. En todo caso, las creaciones han de ser opulentas. Tendencias de peinados imaginativos y experimentales venidos de Indonesia.

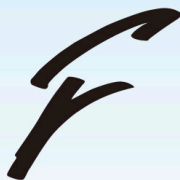


RENAISSANCE

MAGNIFICENT HAIR AS ARTISTIC HANDWORK: SKILLFUL PLAITS AND ECCENTRIC CHIGNONS. SO MANY LOOKS REMIND OF STYLES BETWEEN ETHNO CHIC AND A REVIVAL OF THE RENAISSANCE. IN ANY CASE, THE CREATIONS MUST BE OPULENT, IMAGINATIVE, EXPERIMENTAL HAIR TRENDS FROM INDONESIA.

This is

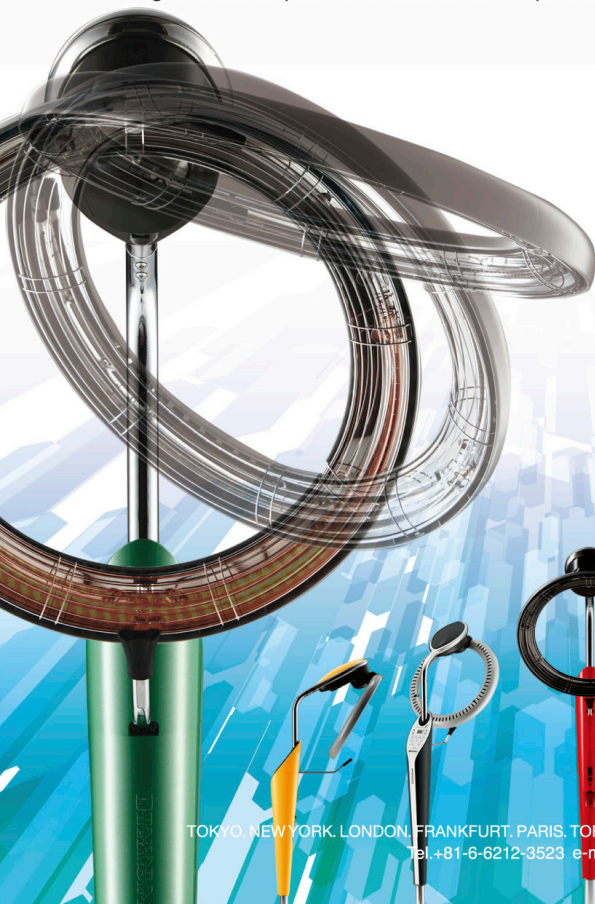
The ROLLER BALL



Multi-Function Hair Processor

Super Technology

The original ROLLER BALL featured the world's first infrared dome with a rotating ring. This design offers an airiness and smart processing style that you can't get with hood-shaped hair processors. From its launch more than 20 years ago to the present day, the ROLLER BALL has been a hit with customers and has become an iconic product for Takara Belmont. To the original ROLLER BALL's superb performance characteristics, we've added more power, more style. Designed for a new generation and poised to make its debut—we present **ROLLER BALL F**.



TAKARA BELMONT

TOKYO, NEW YORK, LONDON, FRANKFURT, PARIS, TORONTO, SÃO PAULO, SEOUL, TAIPEI, SHANGHAI, SINGAPORE
Tel. +81-6-6212-3523 e-mail: beauty@takara-net.com <http://www.takarabelmont.co.jp>

WORLDWIDE CHARITY POWER



"EDUCATION FOR LIFE" STANDS FOR FUTURE"



CASA DO MENOR RIO DE JANEIRO (BRAZIL)



THE PILOT PROJECT OF OPPORTUNITIES

Open a new world, believe in the own abilities. In 2004 "Education for Life" launched its pilot project in Brazil in the slums of Rio de Janeiro: "Casa Do Menor". Here about 160 young people get a hairdressing training basis. The goal: to give young people a professional perspective, in order for them to earn a living - free of crime and drugs. Still, the unemployment rate in some regions is close to 27%. "Casa Do Menor" is the beginning of a better life - approximately 90 % of the trainees found a job.

DAS PILOTPROJEKT DER CHANCEN

Eine neue Welt eröffnen, an die eigenen Fähigkeiten glauben. 2004 startete „Education for Life“ sein Pilotprojekt in Brasilien in den Favelas von Rio de Janeiro: „Casa Do Menor“. Dort bekommen etwa 160 jungen Menschen eine Friseur-Basis-Ausbildung. Das Ziel: Jugendlichen eine berufliche Perspektive zu geben, damit sie ihren Lebensunterhalt selbst verdienen können - frei von Kriminalität und Drogen. Immerhin liegt die Arbeitslosenquote in manchen Regionen bei 27 Prozent. „Casa Do Menor“ ist der Anfang eines besseren Lebens - etwa 90 Prozent der Auszubildenden fanden einen Job.

LE PROJET PILOTE DE POSSIBILITÉS

Ouvrir un nouveau monde, croire en ses propres capacités. En 2004 « Education for Life » a lancé son projet pilote au Brésil dans les favelas de Rio de Janeiro : « Casa Do Menor ». Ici environ 160 jeunes gens apprennent les bases de la coiffure. Le but: donner aux jeunes une perspective professionnelle

afin qu'ils puissent gagner eux-mêmes leur vie - loin de la criminalité et de la drogue. Dans certaines régions le taux de chômage avoisine tout de même les 27%. « Casa Do Menor » est le début d'une vie meilleure - environ 90% des apprentis ont trouvé un emploi.

EL PROYECTO PILOTO DE LA BUENA ACCIÓN

Abrir las puertas de un nuevo mundo, crear en sus propias habilidades. "Education for Life" se inició en Brasil en 2004. La "Casa Do Menor" se ubica en las chabolas de Rio de Janeiro. Son 160 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 desempleo alcanza aún los 27%. "Casa Do Menor" es una oportunidad inmensa - 90% de los aprendices consiguieron un trabajo en los últimos años.

KINDERZUKUNFT TIMISOARA (ROMANIA)



A CERTIFICATE AT THE END

Chances for a better life and social integration. In collaboration with the Rudolf Walther Foundation, Intercoiffure opened in 2006 in Timisoara, Romania, a second training center for street kids and youngsters from socially weak backgrounds. In a six-month course, participants can be trained to hairdressers - 30 to 48 places are allocated per year. The trainees take an exam and receive a certificate recognized by the State, best condition for employment.

EIN DIPLOM ALS ABSCHLUSS

Chancen auf ein besseres Auskommen und soziale Integration. Gemeinsam mit der Rudolf-Walther-Stiftung hat Intercoiffure 2006 im rumänischen Timisoara ein zweites Ausbildungszentrum für Straßenkinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien eröffnet. In einem sechsmonatigem Kurs können sich die Teilnehmer zum Friseur schulen lassen - 30 bis 48 Plätze werden im Jahr vergeben. Die Schüler legen eine staatlich anerkannte Prüfung mit Zertifikat ab, beste Voraussetzung für eine Anstellung.

UN DIPLOM À LA CLÉ

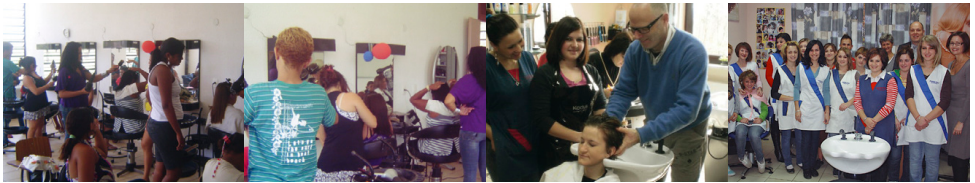
Des chances pour une vie meilleure et une intégration sociale. En collaboration avec la Fondation Rudolf Walther, Intercoiffure a ouvert en 2006 à Timisoara, en Roumanie, un deuxième centre de formation pour les enfants de la rue et les jeunes issus de milieux sociaux difficiles. Durant un cursus de six mois, les participants sont formés à la coiffure - de 30 à 48 places sont attribuées chaque année. Les apprentis passent un examen et reçoivent un diplôme reconnu par l'État, la meilleure prédisposition à l'emploi.

UN CERTIFICATO AL FINAL

Oportunități pentru o viață mai bună și o integrare socială. În colaborare cu Fundația Rudolf Walther, 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 de 30 a 48 plazas. Los aprendices pasan un examen y reciben un diploma certificado por el Estado - la mejor predisposición al empleo.



www.facebook.com/EFLCharity



Great chances for the future: nine Education for Life hairdressing centers already exist worldwide.

FORTALEZA (BRAZIL)



TRAINING FOR THE FUTURE

Ray of hope for the future: education and training. In the North of Brazil is located a shelter for abused and vulnerable children and teenagers: Fortaleza. Here they learn to make a living. Usually drugs and prostitution belong to the kids' every day. They come from the streets, have no family and no social ties. "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. 80 teenagers are trained here every year.

AUSBILDUNG FÜR DIE ZUKUNFT

Lichtblick für die Zukunft: Ausbildung und Training. Im Norden Brasiliens gibt es einen Zufluchtsort für misshandelte und gefährdete Kinder und Jugendliche: Fortaleza. Dort lernen sie, für sich selbst zu sorgen. Normalerweise gehören zum Kinder-Alltag Drogen und Prostitution. Die Kids kommen von der Straße, sind oft ohne Familie. „Education for Life“ unterstützt in Fortaleza Teenager zwischen 16 und 21 Jahren und bietet ihnen ein Trainingscenter. Dort werden die Auszubildenden zu jungen Friseur-Profis. 80 Jugendliche pro Jahr werden hier ausgebildet.

UNE FORMATION EN GAGE D'AVENIR

Lueur d'espoir pour l'avenir: l'éducation et la formation. Dans le Nord du Brésil se trouve un refuge pour les enfants et les jeunes victimes de violence ou en danger: Fortaleza. Ici, ils apprennent à gagner leur vie. Habituellement la drogue et la prostitution font partie du quotidien de ces enfants. Ils viennent de la rue, n'ont pas de famille et pas de liens sociaux. «Education for Life» à Fortaleza et son programme de secours vient en aide à des adolescents de 16 à 21 ans. Dans le centre de formation les apprentis deviennent de jeunes professionnels de la coiffure. 80 jeunes sont formés ici chaque année.

LA FORMACIÓN GARANTÍA DE FUTURO

Esperanza para el futuro: la educación y la formación. En el norte de Brasil hay un paraíso para los niños y jóvenes víctimas de la violencia o peligro: Fortaleza. Aquí aprenden a ganarse la vida. Por lo general, las drogas y la prostitución son parte del cotidiano de estos niños. Ellos vienen de la calle, no tienen ni familia ni lazos sociales. "Education for Life" en Fortaleza y su programa de alivio ayudan a adolescentes entre 16 y 21 años de edad. En el centro de formación los jóvenes aprendices se convierten en profesionales del cabello. Se capacita aquí a 80 jóvenes cada año.

KINDERZUKUNFT SELO MIRA (BOSNIA)



EDUCATION FOR A NEW BEGINNING

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. 47 students receive here a 3-year training.

NEUBEGINN DURCH BILDUNG

Einen neuen Anfang anbieten. Im November 2008 wurde eine Ausbildungsstätte von „Education for Life“ 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 geben“, berichtet Jens Dagné – Vorsitzen-

der des „Education for Life“-Komitees. 47 Schüler erhalten hier eine 3jährige Ausbildung.

L'ÉDUCATION POUR UN NOUVEL ENVOL

Offrir un nouveau départ. En novembre 2008, un 5ème centre « Education for Life » a été créé dans le village d'enfants de « Selo Mira », 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 ». 47 étudiants reçoivent ici une formation de 3 ans.

EDUCACIÓN PARA UN NUEVO COMIENZO

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". 47 estudiantes reciben aquí una formación de 3 años.

HELP FOR EDUCATION

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, CH98 Zürich



intercoiffure

M O N D I A L

PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA

NEW YORK · BERLIN



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



Große Perspektiven für die Zukunft: bereits neun Education for Life-Friserschulen gibt es weltweit.

INTERCOIFFURE ROMANIA SCHOOL (BUKAREST)



CERTIFIED DIPLOMA

Self-confidence offered by education with quality certificate. With great commitment ICD Romania successfully advocated for the establishment of hairdressing schools: two "Scoala Intercuiffure Romania" certified by the Romanian government have been launched. In 2008 the school in Bucharest opened. 16 students currently learn the hairdressing profession with three teachers in a five-month course.

OFFIZIELL ANERKANNT

Selbstbewusstsein schenken durch Education mit Qualitätsurkunde: ICD Rumänien engagiert sich unermüdet und mit großer Passion für neue Arbeitschancen. Zwei Friseurschulen wurden bislang eingerichtet und die rumänische Regierung beurkundete die Ausbildungszentren als „Scoala Intercuiffure Romania“. 2008 entstand das Projekt in Bukarest. Dort lernen 16 Schüler mit 3 Lehrern den Friseurberuf in einem fünfmonatigen Kurs.

DIPLOME CERTIFIÉ

La confiance en soi offerte par l'éducation avec un certificat de qualité. Avec un grand engagement ICD Roumanie a plaidé avec succès pour la mise en place d'écoles de coiffure: deux « Scoala Intercuiffure Romania » certifiées par le gouvernement roumain ont été lancées. En 2008, l'école à Bucarest a ouvert ses portes. Actuellement 16 élèves apprennent le métier de coiffeur avec trois enseignants dans un cours de cinq mois.

DIPLOMA CERTIFICADO

La confianza en sí ofrecida por la Educación con certificado de calidad. Con gran compromiso ICD Rumania promovió con éxito la creación de escuelas de peluquería: se pusieron en marcha dos "Scoala Intercuiffure Romania" certificadas por el gobierno Rumano. En 2008, la escuela de Bucarest abrió. 16 estudiantes actualmente aprenden la profesión de peluquero con tres profesores en un curso de cinco meses.

TESOURINHA SÃO PAULO (BRAZIL)



SOCIAL PROJECT IN THE SLUMS

Employment as a livelihood. Help for the poorest. 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 São Paulo. "Education for Life" supports this initiative since 2008 - since the 20th World Congress in Rio de Janeiro. The project will be expanded to other parts of the city and further Brazilian states. 15 teachers instruct 1100 trainees per year.

SOZIALPROJEKT IN DEN SLUMS

Arbeiten, um zu überleben. Hilfe schaffen für die Ärmsten. Ivan Stringhi gründete 1992 in den Slums von São Paulo das Sozialprojekt Tesourinha. Der Name bedeutet kleine Scheren und hat große Wirkung! „Education for Life“ unterstützt diese Initiative seit 2008 – seit dem 20. Weltkongress in Rio de Janeiro. Das Projekt soll auf andere Teile der Stadt und weitere brasilianische Städte ausgeweitet werden. 1100 Schüler pro Jahr werden von 15 Lehrern unterrichtet.

PROJET SOCIAL DANS LES BIDONVILLES

Le travail comme moyen de subsistance. L'aide pour les plus pauvres. 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 São Paulo. « Education for Life » soutient désormais cette initiative depuis 2008 – depuis le 20ème Congrès Mondial d'Intercuiffure à Rio de Janeiro, afin d'amener du travail dans d'autres quartiers de la ville et dans d'autres États du Brésil. 15 professeurs enseignent à 1100 étudiants par an.

PROYECTO SOCIAL EN LOS BARRIOS DE CHABOLAS

El trabajo como medio de subsistencia. La ayuda para los más pobres. Pequeñas tijeras para una gran acción. Tesourinha significa « pequeñas tijeras » y se refiere a un proyecto fundado por Ivan Stringhi en 1992 en las favelas de São Paulo. « Education for Life » apoya en adelante esta iniciativa desde 2008 – desde el 20º Congreso Mundial de Intercuiffure en Rio de Janeiro, con el fin de dar trabajo a otros barrios de la ciudad y a otros Estados del Brasil. 15 profesores imparten cursos a 1100 estudiantes por año.

HELP FOR EDUCATION

Social Project: Education for Life

BANK ACCOUNT:
0274 - 880288.62G

ACCOUNT HOLDER:
Intern. des Coiffeurs des Dames, I.C.D.
Intercuiffure-Interbeauté-Mondial

TITLE OF ACCOUNT:
Education for Life

BIC: UBSWCHZH80A

IBAN Code:
CH41 0027 4274 8802 8862G

BANK: UBS AG, CH98 Zürich



De grandes perspectives d'avenir: neuf centres de coiffure Education for Life existent déjà dans le monde.

INTERCOIFFURE ROMANIA SCHOOL (BUZAU)



IN FIVE MONTHS TO SUCCESS

A matter of the heart and social responsibility: in Buzau about 120 km north-east of Romania's capital Bucharest, another training centre was opened. 16 students who are all orphans (with a minimum age of 18), follow a five-month training course. So far all those who passed the exams eventually found a job!

IN FÜNF MONATEN ZUM ERFOLG

Eine Sache des Herzens und sozialer Verantwortung: in Buzau, etwa 120 km nordöstlich von Rumäniens Hauptstadt Bukarest, wurde eine weitere Ausbildungstätte für junge Friseurere eröffnet. 16 Schüler (alle sind Waisen) finden dort einen Platz, das Mindestalter ist 18 Jahre. Die Ausbildung dauert fünf Monate und bisher fanden alle, die ihre Prüfung geschafft haben, einen Arbeitsplatz.

EN CINQ MOIS VERS LA RÉUSSITE

Une affaire de cœur et de responsabilité sociale: à Buzau à environ 120 km au nord-est de la capitale de la Roumanie, Bucarest, s'est ouvert un autre centre de formation. 16 étudiants, tous orphelins (18 ans d'âge minimum), suivent un stage de formation de cinq mois. Jusqu'ici, tous ceux qui ont réussi les examens ont trouvé un emploi à l'issue!

CINCO MESES PARA EL ÉXITO

Un asunto del corazón y la responsabilidad social: Buzau unos 120 km al noreste de la capital de Rumania Bucarest, se abrió otro centro de formación. 16 estudiantes que son todos huérfanos (18 años de edad mínima),

siguen un curso de capacitación de cinco meses. ¡Hasta ahora todos los que pasaron los exámenes consiguieron trabajo al salir!

CHRISTEL HOUSE CAPE TOWN (SOUTH AFRICA)



Christel House

LEARNING A CRAFT

In the Christel House in Cape Town (district Ottery) a project of "Education for Life" has been integrated. It was opened in 2012 in South Africa. The Christel House is an existing school for underprivileged children and young people. Thanks to the initiative of Rolf Losken, Jean Witte, Ezra Isaacs and Anthea Carelse of Intercoiffure South Africa a training program of "Education for Life" was created. 12 young people can learn the basic techniques of the hairdressing profession for a year once a week.

HANDWERK LERNEN

In das Christel House in Kapstadt (Stadtteil Ottery) wurde ein Projekt von „Education for Life“ integriert. Es wurde 2012 in Südafrika gestartet. Das Christel House ist eine bereits bestehende Schule für sozial schwache Kinder und Jugendliche. Durch die Initiative von Rolf Losken, Jean Witte, Ezra Isaacs und Anthea Carelse von der Sektion Intercoiffure Südafrika wurde ein Ausbildungsprogramm von „Education for Life“ geschaffen. 12 Jugendliche können während eines Jahres einmal in der Woche die Grundtechniken des Friseurberufes erlernen.

APPRENDRE UN MÉTIER

Un centre d'«Education for Life» a été intégré dans «Christel House» à Le Cap (quartier Ottery). Il a été ouvert en 2012 en

Afrique du Sud. Christel House est une école existante pour pour enfants et jeunes défavorisés. Grâce à l'initiative de Rolf Losken, Jean Witte, Ezra Isaacs et Anthea Carelse d'Intercoiffure Afrique du Sud, un programme de formation «Education for Life» a été créé. 12 jeunes peuvent apprendre les techniques de base de la profession de coiffeur pour une année une fois par semaine.

APRENDER UN OFICIO

Un centro de «Education for Life» ha sido integrado en «Christel House» en Ciudad del Cabo (distrito Ottery). Fue abierto en 2012 en África del Sur. Christel House es una escuela existente para los niños y los jóvenes desfavorecidos. Gracias a la iniciativa de Rolf Losken, Jean Witte, Ezra Isaacs y Anthea Carelse de Intercoiffure África del Sur, se ha creado un programa de formación «Education for Life», así, 12 jóvenes pueden aprender las técnicas básicas de la profesión de peluquero durante un año una vez por semana.

www.facebook.com/EFLCharity

HELP FOR EDUCATION

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, CH98 Zürich

WORLDWIDE CHARITY POWER



Grandes posibilidades en el porvenir con nueve centros de peluquería existentes en el mundo.

ESCUELA DE PELUQUERIA MONTEVIDEO (URUGUAY)



STRONGER TOGETHER

Start-up for Uruguay: the most recent project, the 9th Education for Life school was opened in collaboration with the charity organization La Legión de la Buena Voluntad. Intercoiffure Charity Deutschland e.V. has donated 30 000 pesos as a start up fund. ICD Uruguay has founded the school with the support of its partners Wella Uruguay and L'Oréal Uruguay in the premises of La Legión de la Buena Voluntad. There are 16 hours of classes per week, taught to two groups – the training lasts one year.

GEMEINSAM STARK SEIN

Start-up für Uruguay: Das jüngste Projekt, die 9. Education for Life-Schule, wurde in Uruguay in Zusammenarbeit mit der Hilfsorganisation La Legión de la Buena Voluntad eröffnet. Intercoiffure Charity Deutschland e.V. spendete 30.000 Pesos als Start-up-Hilfe. ICD Uruguay gründete die Schule mit der Unterstützung der Partner Wella Uruguay und L'Oréal Uruguay in den Räumen von La Legión de la Buena Voluntad. Es gibt 16 Stunden Unterricht wöchentlich und zwei Gruppen – die Ausbildung dauert ein Jahr.

PLUS FORTS ENSEMBLE

Lancement en Uruguay: le tout dernier projet, la 9^{ème} école Education for Life a été ouverte en Uruguay avec la collaboration de La Legión de la Buena Voluntad. Intercoiffure Charity Deutschland e.V. a remis 30.000 pesos pour le lancement du projet. ICD Uruguay a fondé l'école avec le soutien de ses partenaires Wella Uruguay et L'Oréal Uruguay dans les locaux de La Legión de la

Buena Voluntad. Au total, 16 heures de cours sont données par semaine à deux groupes – la formation dure un an.

JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES

Lanzamiento en Uruguay: el último proyecto, la 9^a escuela Education for Life fue inaugurada en Uruguay con la colaboración de La Legión de la Buena Voluntad. Intercoiffure Charity Deutschland e.V. entregó 30.000 pesos para el lanzamiento del proyecto. ICD Uruguay ha fundado la escuela con el apoyo de sus socios Wella Uruguay y L'Oréal Uruguay en los locales de la Legión de la Buena Voluntad. En total, se imparten 16 horas de cursos por semana a dos grupos – la formación dura un año.

 www.facebook.com/EFLCharity

17. Charity-Golf-Cup „Play for Life“ on June 29th 2014 in Waldsolms, Germany. Registration on: www.play-for-life.de

Social Project: Education for Life

HELP FOR EDUCATION

BANK ACCOUNT: 0274 - 880288 62G

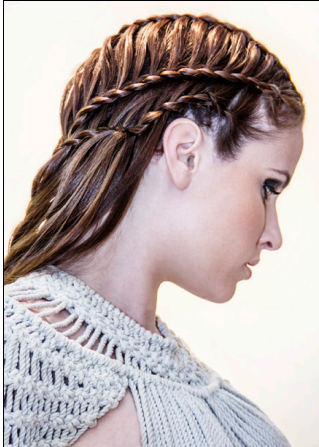
ACCOUNT HOLDER: Intern. des Coiffeurs des Dames,
I.C.D. Intercoiffure-Interbeauté-Mondial

TITLE OF ACCOUNT: Education for Life

BIC: UBSWCHZH80A

IBAN Code: CH41 0027 4274 8802 8862G

BANK: UBS AG, CH98 Zürich



PLAITED

Enchanting

Beautiful interlacing: delicate plaits, braided hair bands, romantic chignons. An expert braiding art turning fashionistas into modern elves. The headstrong nonchalant looks are casually elegant and coolly creative – nostalgic with a touch of avant-garde.



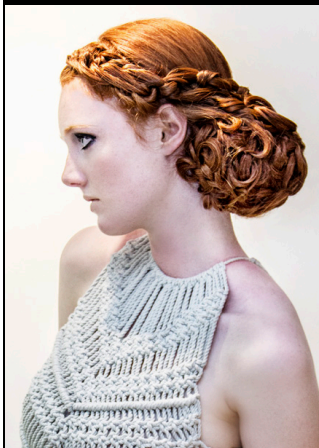
Märchenhaft

Schönes Netzwerk: zarte Zöpfe, geflochtene Haarbänder, romantische Chignons. Meisterhafte Flechtkunst macht aus Fashionistas moderne Elfen. Die eigenwilligen Lässig-Looks sind zwanglos elegant und entspannt kreativ – nostalgisch mit einem Touch Avantgarde.



Féerique

Superbe entrelacs: nattes délicates, bandeaux de cheveux tressés, chignons romantiques. Un tissage magistral qui transforme les fashionistas en elfes modernes. Les looks délibérément nonchalants sont d'une élégance décontractée et d'une créativité sans contrainte – nostalgiques avec une touche d'avant-garde.



Mágica

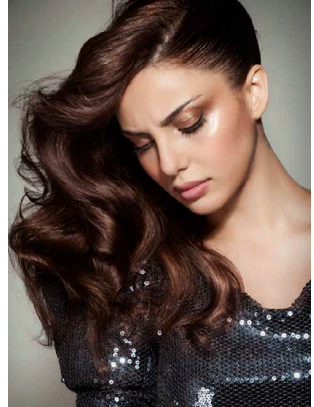
Estupendo lazo: trenzas delicadas, cintas de cabello trenzado, moños románticos. Un tejido magistral que transforma a las fashionistas en elfos modernos. Los looks deliberadamente indolentes tienen una elegancia informal y una creatividad sin tensión – nostálgicos con un toque de vanguardia.



BALMAIN

PARIS

HAIR COUTURE



HAIR COUTURE MASTER CLASS

BALMAIN HAIR BELIEVES IN BEAUTY FOR ALL WOMEN. ALL PRODUCTS ARE DESIGNED WITH THIS IN MIND: COMPLIMENTING THE NATURAL BEAUTY OF WOMEN. WITH A WIDE VARIETY OF HIGH QUALITY PRODUCTS, PRODUCT LINES, COLORS AND APPLICATION METHODS BALMAIN HAIR AIMS TO MEET EVERY DESIRED LOOK A WOMAN CAN HAVE.

BALMAIN HAIR STIMULATES HAIR STYLISTS TO PARTICIPATE ON TRAININGS FOR MAXIMAL KNOWLEDGE ABOUT THE WIDE RANGE OF PRODUCTS AND THEIR USE. HAIR DRESSERS CAN PARTICIPATE ON DIFFERENT TRAININGS WORLDWIDE AND IN A VARIETY OF MASTER CLASSES IN PARIS FOR ULTIMATE EDUCATION.

THE SPOTLIGHTS ARE ON AT THE BALMAIN HAIR MASTER CLASS HAIR FASHION SHOOT

HELD IN THE GLAMOROUS FASHION CAPITAL OF THE WORLD! COME TO PARIS AND LET BALMAIN HAIR IMMERSE YOU WITH FASHION DURING A TWO-DAY EVENT ALL ABOUT THE LATEST HAIR TRENDS. BE INSPIRED BY WORLD'S BIGGEST HAIR FASHION STYLISTS AND LEARN FROM THEM HOW TO APPLY THEIR TRENDIEST TECHNIQUES! AS HIGHLIGHT OF THIS GLAMOROUS EVENT YOU WILL HAVE YOUR OWN HAIR FASHION SHOOT WITH A PROFESSIONAL MODEL AND PHOTOGRAPHER AND RECEIVE THE LUXURIOUS, HIGH QUALITY PHOTOS THAT WILL BE MADE AFTERWARDS!

Laurent Decreton 12 - 14 April

Pablo Kúmin 24 - 26 May

Lactitia Guenaou 21 - 23 June

Steven Goldsworthy 18 - 20 October

Hester Wernert 22 - 24 November (Dates might change)

YOUNG FASHION

ANYTHING GOES!

Purple princesses, wonderland elves and Rockstar girls: the urban styles of young fashionistas are designed short cuts, voluminous curls, Iroquois looks in vibrant power colors. Experimental, wild, edgy and above all: happy and young!

ALLES GEHT!

Purpur-Prinzessinnen, Wunderland-Elfen und Rockstar-Girlies: die urbanen Stylings der jungen Fashionistas sind Design-Shortcuts, Volumen-Curls, Irokesen-Looks in strahlenden Powerfarben. Experimentell, wild, edgy und vor allem eins: happy young!



TOUT EST PERMIS!

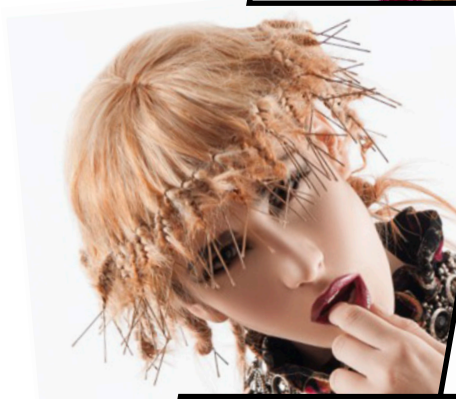
Princesses en pourpre, elfes au pays des merveilles et rock stars féminines: les styles urbains des jeunes fashionistas sont faits de coupes courtes très design, de boucles volumineuses, d'Iroquois aux couleurs vives et étincelantes. Expérimental, farouche, aiguisé et avant tout: jeune et épanoui!

¡TODO ESTÁ PERMITIDO!

Princesas de púrpura, elfos en el país de las maravillas y rock stars femeninas: los estilos urbanos de jóvenes fashionistas son cortes cortos muy design, bucles voluminosos, Iroqueses de colores vivos y resplandecientes. Experimental, arisco, aguzado y ante todo ¡joven y alegre!

JONAS WIXNER • SWEDEN
JASON DAVIES • NEW ZEALAND
ANDRÉ SIMON • GERMANY (photo: sichtbar Mensch-Fotografie)
JASON DAVIES • NEW ZEALAND

YOUNG FASHION



COLOR HIGHLIGHT

Life can be as colorful and frantic as a pop song – it thus requires artistically tousled curls in orange blond. Or maybe a nostalgic black-lacquered short cut in a neo-coco style. Cool with an ethnic touch: a thin plait as hairband.

COLOR CLOU

Das Leben kann so bunt und schräg sein wie ein Popsong – und dazu braucht es einen kunstvoll zerzausten Lockenkopf in Orange-Blond. Oder vielleicht einen nostalgisch schwarz-gelackten Shortcut im Neo-Coco-Style. Cool mit Ethno-Touch: ein Zöpfchen-Haarband.

LE CLOU: LA COULEUR

La vie est parfois aussi colorée et trépidante qu'une chanson pop – des boucles savamment ébouriffées en Blond orange sont alors de rigueur. Ou peut-être une coupe courte nostalgique laquée de noir, dans un style neo-coco. Cool avec une touche ethnique: une fine tresse en guise de bandeau.

EL COLOFÓN: EL COLOR

La vida es a veces trépidante y con mucho color, como una canción pop – bucles acertadamente despeinados en rubio anaranjado son de rigor. O tal vez un corte corto nostálgico laqueado de negro, en un estilo neo-coco. Cool con un toque étnico: una fina trenza a modo de bandos.



PASCAL THENARD • FRANCE



CELEBRITY TIME

Boy meets girl – androgynous looks for punchy It Girls like Pop Queen Pink or Emeli Sandé. Disconnections and asymmetry give extreme variability to the short cuts. The styles are rocky, bold in ice blond or in trendy shades of gray.

STARSTUNDE

Boy meets Girl – androgynous Looks für ausdrucksstarke It-Girls wie Pop-Queen Pink oder Emeli Sandé. Disconnections und Asymmetrien geben den Shortcuts eine extreme Wandelbarkeit. Die Styles sind rockig, mutig in Eisblond und trendigen Graunuanzen.

HEURE DE GLOIRE

Un gars rencontre une fille – looks androgynes pour les super-stars de caractère comme la reine de la pop Pink ou Emeli Sandé. Déconnexions et asymétries donnent aux coupes courtes une variabilité extrême. Les styles sont rocks, précis en blond glacé ou en nuances de gris très tendances.

HORA DE GLORIA

Un chico encuentra a una chica – looks andróginos para las superestrellas con carácter como la reina de la pop Pink o Emeli Sandé. Desconexiones y asimetrías dan a los cortes cortos una variabilidad extrema. Los estilos son rocks, atrevidos en rubio glaseado o en matices de gris muy modernos.



YOUNG FASHION



Undone Collection

Spring/Summer 2014: Cool ash brown.
Inspired by the Urban Native movement.
Find out more on wella.com

SASSCHA HIRTSGAARD • DENMARK



TONY CARRERA • MEXICO



ROBYN SAUNDERS • AUSTRALIA (photo: Changé Concept)



PLAY ON COLORS

A program of contrasts: short haircuts in powerful colors like emerald or strawberry blond – or rather black & white games for modern Iroquois styles. An infinite mix of colors and shapes turn fine styles into rebellious, eccentric, mundane avant-garde looks.

FARBSPIELE

Kontrastprogramm: Kurzhaar-Cuts in Powerfarben wie Smaragd und Erdbeer-Blond - oder lieber Schwarz-Weiß-Spielereien für moderne Irokesen-Styles. Ein unendlicher Mix von Farben und Formen macht die Stylings zu rebellischen, exaltierten, mondänen Avantgarde-Looks.

JEUX DE COULEURS

Le contraste est au programme: des coupes courtes dans des couleurs vives, comme l'émeraude ou le blond fraise – ou plutôt des jeux de noir et blanc pour des styles Iroquois modernes. Un mélange infini de couleurs et de formes transforme les styles en looks avant-gardistes rebelles, exaltants, mondains.

JUEGOS DE COLORES

El contraste está presente: cortes cortos en colores vivos como el color esmeralda o el rubio fresa – o más bien juegos de blanco y negro para estilos iroqueses modernos. Una mezcla infinita de colores y formas transforma los estilos en looks vanguardistas rebeldes, estimulantes, mundanos.

RACHEL WALKER • AUSTRALIA (photo: Chantelle Concept)



JONAS WIXNER • SWEDEN

YOUNG FASHION



KUNIHITO IWAI • JAPAN



OSAMU FURUSATO • JAPAN



HIROYUKI OBAYASHI • JAPAN



KUNIHITO IWAI • JAPAN



MOVEMENT

Modern, cool, relaxed: the perfect street style, party looks and dancefloor fashion. Ready-to-wear short cuts, bohemian curls and magic waves. The essence is texture, movement and shine! Lustrous hair make young beauties radiate: at night with the stars, by day with the sun.

BEWEGUNG

Modern, cool, relaxed: perfekte Streetstyles, Party-Looks und Dancefloor-Fashion. Ready-to-wear Shortcuts, Bohemian-Curls und Magic-Waves. Hauptsache Textur und Bewegung und Glanz! Schimmernde Haare lassen die jungen Beauties strahlen: nachts mit den Sternen, tags mit der Sonne.

MOVEMENT

Moderne, cool, décontracté: le parfait style urbain branché, look de fête et mode des dancefloors. Des coupes courtes prêtes à porter, des boucles bohèmes et des ondulations magiques. L'essentiel dans la texture, le mouvement et la brillance! Les jeunes beautés brillent de mille feux grâce à leurs cheveux éclatants: de nuit avec les étoiles, de jour avec le soleil.

MOVIMIENTO

Moderno, cool, relajado: el perfecto estilo urbano moderno, look de fiesta y moda de los dancefloors. Cortes cortos fáciles de llevar, bucles bohemios y ondulaciones mágicas. ¡Lo esencial es la textura, el movimiento y el brillo! Las jóvenes bellezas brillan con luz propia gracias a su cabello resplandeciente: de noche con las estrellas y de día con el sol.



KOJI FURUKUBO • JAPAN

YOUNG FASHION

ROBERT BAVA • AUSTRALIA



EVA GARBEA • ROMANIA



JONAS WINNER • SWEDEN



YOUNG STARS LOVE IT SHORT

Style? Fashion? In the mood for playful colors and shapes! Everything is possible: soft blond tresses with pixie or bob sides. Pink roughs up the neo-punk look and bold fringes refine the short cut. Sculptural and asymmetrical shapes for young radiant blond stars.

YOUNG STARS LIEBEN'S KURZ

Style? Fashion? Lust auf spielerische Farben und Formen! Alles ist möglich: softer Blondie-lookes mit Pixie oder rädchen Seiten. Pink mischt den Neo-Punk-Look auf und Pony-Blitze veredeln den Shortcut. Skulpturale Asymmetrie-Form für strahlend-blonde Young-Stars.

LES JEUNES STARS S'ADONNENT AU COURT

Style? Mode? Envie de couleurs et de formes ludiques! Tout est possible: style français en blond délicat ou côtés rases. Pink bouscule le look neo-punk et les franges éclairs affinent la coupe courte. Une forme sculpturale, asymétrique pour les jeunes stars blondes et rayonnantes.

LAS CELEBRIDADES JOVENES SE ABONAN POR EL CORTO

«Estilos? «Moda? ¡Ganas de colores y de formas lúdicas! Todo es posible: estilo francés en rubio delicado o costados afeitados. Pink cogecha el look neo-punk y los flequillos como destellos afinan el corte corto. Una forma escultural, asimétrica para las jóvenes estrellas rubias y radiantes.

ICD AUSTRALIA



CHRISTIAN KAPANOV • BULGARIA



YOUNG FASHION



intercoiffure

M O N D I A L

PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA

NEW YORK · BERLIN

The innovative **HeadBed** is a revolutionary patented **head and neck support cushion**, designed to provide the ultimate customer experience at the backwash basin.

HeadBed is one of the most significant advancements in customer comfort for decades and is changing the way hairdressers address backwash basin techniques.

Customer
comfort means repeat business.

To find out more about the safe, supremely versatile and comfortable **HeadBed** in your region, go to headbed.com.au and position your salon as an industry leader.

HeadBed has been endorsed by internationally acclaimed hairdressing salons and training academies around the globe.

This positive change is inevitable, embrace it.

HeadBed[®]

headbed.com.au



HeadBed

fits easily onto any
basin, anywhere
around the globe.

men



GENTLEMEN

Cool elegance or modern star style: men love fashion and accentuate their personality with individual hairstyles. Striking quiff and undercut for business types. Or a hip swoop: long hair on top, trimmed sides – but please no sideburns!

GENTLEMEN

Cooler Eleganz oder moderner Star-Style: Männer lieben Fashion und unterstreichen ihre Persönlichkeit durch individuelle Haar-Stylings. Markante Tolle zum Undercut für Business-Typen. Oder ein angesagter Swoop: Deckhaar lang, Seitenpartie schmal – aber bitte ohne Koteletten!

GENTLEMEN

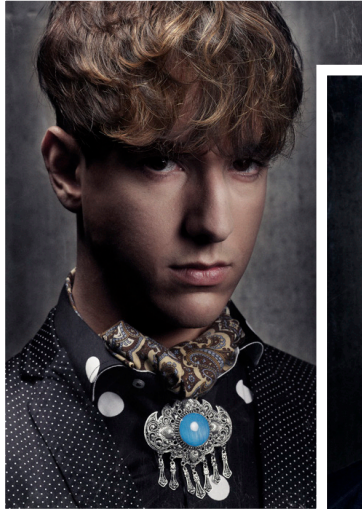
Sobre élégance ou style de star moderne: les hommes aiment la mode et ils accentuent leur personnalité grâce à des styles de coiffures individuels. Une banane prononcée, crantée pour les hommes d'affaires. Ou une vague branchée: long sur le dessus, effilé sur les côtés mais surtout pas de favoris !

GENTLEMEN

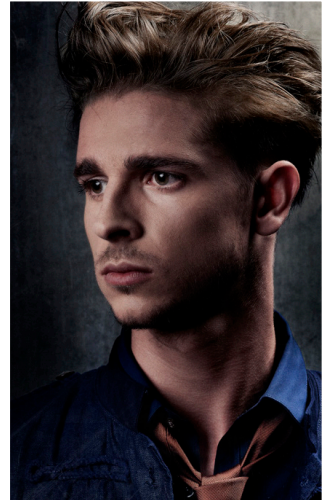
Elegancia sobria o estilo estrella moderna: a los hombres les gusta la moda y subrayan su personalidad gracias a estilos de peinados individuales. Una banana pronunciada, ondulada para los hombres de negocios. O una ola muy actual: largo en la parte de encima, deshilado en los lados pero por favor ¡no favoritos!

from left to right
ICD LUXEMBOURG
SASSCHA HIRTSGAARD • DENMARK
ICD LUXEMBOURG
LUIS LLONGUERAS • SPAIN

DANDY



WESTERN EUROPE REGION



FASHION HEROES

GLAM ROCK, BRIT CHIC, RETRO STYLE – MEN'S LOOKS VARY BUT ALWAYS HAVE ONE THING IN COMMON: THEY ARE PERFECTLY STYLED. CUTS ARE STRAIGHTFORWARD YET PRECISE, FOR HEARTBREAKERS WITH A DANDY ATTITUDE.



FASHION-HELDEN

Glam-Rock, Brit-Chic, Retro-Style – die Looks der Männer variieren, haben aber immer eines gemeinsam: sie sind perfekt gestylt. Unkomplizierte, aber präzise Cuts für Herzensbrecher mit Dandy-Attitüde.

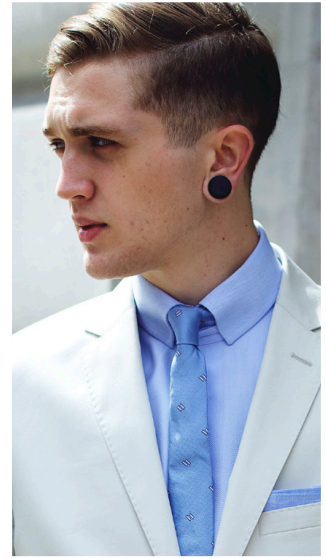
HÉROS DE MODE

Glamour, rock, chic britannique et style rétro – les looks homme varient mais ont toujours une chose en commun : un style parfait. Des coupes simples mais précises pour le bourreau des cœurs à l'attitude dandy.

HÉROES DE MODA

Glamour, rock, chic británico y estilo retro – los looks masculinos varían pero siempre tienen algo en común: un estilo perfecto. Cortes simples pero precisos para el rompecorazones con aspecto dandy.





+++ london is calling +++

EXTRA VAGANT

Sassoon Professional presents its Collection

"The Dandies": the looks refer to the traditional art of hairdressing, enriched with a contemporary vibe.

Important: the side parting or side swoop must perfectly match the shape of the head.



EXTRAVAGANT

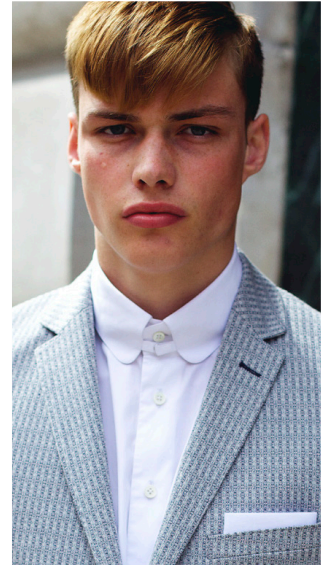
Sassoon Professional präsentiert die Kollektion „The Dandies“: die looks nehmen Bezug auf die Tradition klassischer Frisierkunst und reichert sie mit einem zeitgenössischen Vibe an. Wichtig: der Seitenscheitel oder Side Swoop muss im Schnitt perfekt auf die Kopf-form abgestimmt werden.

EXTRAVAGANT

Sassoon Professional présente sa Collection "The Dandies": les looks font référence à la tradition classique de l'art de la coiffure enrichie d'une ambiance contemporaine. Important: la raie ou la vague sur le côté doit s'accorder parfaitement à la forme de la tête.

EXTRAVAGANTE

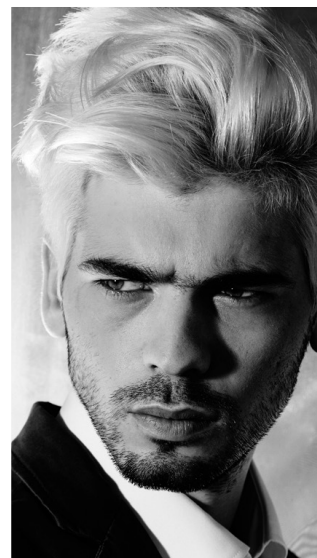
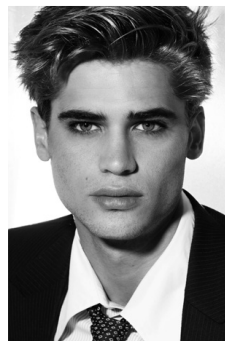
Sassoon Professional presenta su Colección "The Dandies": los looks hacen referencia a la tradición clásica del arte del peinado enriquecida con un ambiente contemporáneo. Importante: la raya o el ondulado de costado debe hacer juego perfectamente con la forma de la cabeza.





Undone Collection

Spring/Summer 2014: Natural, but styled.
Inspired by the Urban Native movement.
Find out more on wella.com



KLAUS PETER OCHS • MADE IN PARIS (photo: Laurence Labonte)

DESIGN TRENDS

THE PERFECT MAN – ALWAYS NEW: FROM BUSINESS LOOK TO CLUB STYLE. THE HAIRSTYLES HAVE TO BE CHANGEABLE WITH VERY LITTLE EFFORT. SERIOUS DURING THE DAY WITH A SLICKED BACK FRINGE. MORE CONSPICUOUS, EXCITING AND YOUNG IN THE EVENING WITH HAIR LIFTED UP. FASHION STATEMENT: BOLD COLORS – ULTRA BLOND OR HIGHLIGHTS.

DESIGN TRENDS

DER PERFEKTE MANN – IMMER NEU: VOM BUSINESS-LOOK ZUM CLUB-STYLE. DIE FRISUREN MÜSSEN MIT WENIG AUFWAND WANDELBAR SEIN. TAGSÜBER MIT SERIÖS ZURÜCKGEHELTEM PONY, ABENDS AUFFÄLLIGER, JÜNGER UND SPANNENDER MIT AUFGESTELLTEN HAAREN. FASHION-STATEMENT: MUT ZUR FARBE – ULTRA-BLOND ODER HIGHLIGHTS.

TENDANCES DESIGN

L'homme parfait – toujours nouveau : du look business au style club. Les coiffures doivent pouvoir être transformées sans trop d'effort. Sérieux de jour avec une frange plaquée en arrière avec du gel, plus tape-à-l'œil, jeune et excitant le soir avec les cheveux relevés en arrière. Déclaration de mode : des couleurs vives – du blond extrême ou des mèches.

TENDENCIAS DISEÑO

El hombre perfecto – siempre nuevo: look business con estilo club. Los peinados han de poder ser transformados sin demasiado esfuerzo. Serio de día con un flequillo pegado y peinado hacia atrás con gel, más llamativo, joven y excitante por la tarde con cabello levantado hacia atrás. Declaración de moda: colores vivos – rubio extremo o mechas.



JONAS WIXNER • SWEDEN



TREND STYLES

INTERPLAY

Slicked back hairstyles à la Jean Dujardin in "The Artist", ultra long ponies with play on colors, modern mop-tops: dynamic and original men hairstyles are trendy. The matt styling looks retro and cool, glamour is modern. Very casual when combined with a three-day beard.

WECHSELSPIEL

Gel-Frisuren wie Jean Dujardin in „The Artist“, überlange Ponys mit Color-Spielereien, moderne Pilzköpfe: dynamische und eigenwilligen Männer-Frisuren sind trendy. Mattes Styling wirkt retro-cool, Glanz ist modern. Sehr lässig in Kombination mit einem Dreitagebart.

INTERACTION

Coiffures plaquées avec du gel comme Jean Dujardin dans "The Artist", franges ultra longues et jeux de couleurs, coupes au bol modernes : les coiffures homme dynamiques et originales sont tendances. Le style mat semble rétro et cool, le glamour est moderne. Très décontracté associé à une barbe de trois jours.

INTERACCIÓN

Peinados pegados y peinados con gel como Jean Dujardin en la película "The Artist", flequillos ultra largos y juegos de colores, cortes de tazón modernos : los peinados de hombre dinámicos y originales son la tendencia actual. El estilo mate parece retro y cool, el glamour es moderno. Muy informal asociado a una barba de tres días.


intercoiffure
MONDIAL
PARIS-TOKYO-LONDON-ROMA
NEW YORK-BERLIN

INTERCOIFFURE APP
INTERCOIFFURE APP



This App has been created and developed in collaboration with Estetica magazine, www.esteticamagazine.com


INTERCOIFFURE MONDIAL APP FOR FREE ON IPHONE, IPAD & ANDROID!

This "Intercoiffure Mondial" application is a free software program designed for iPhone, iPad and Android smartphones and tablets. It is a wonderful tool for customers, the place for them to find ideas for their new hair look and where to get it. This App has been developed to provide the best range of hair salons worldwide. It also enables you to have a look at the best collections of top Intercoiffure hairstylists and find the nearest salons according to your current GPS position.

Browse the App Store and search for "Intercoiffure Mondial".

CHECK IT NOW AND:

- Have a look at the best Intercoiffure hair collections worldwide.
- Find your hairdresser among the 3,000 Intercoiffure hairdressers around the world: search by country, city, name or according to the nearest ICD salon close to you.
- Search through over 3,500 men & women haircuts/hairstyles/haircolors from the Estetica database - to be selected by gender, length, color and style.
- Get the details of each Intercoiffure salon including location, website, top services, contact details, map view, special offers and much more!
- Look for Intercoiffure Mondial and Estetica worldwide news and the greatest information about the hairdressing industry.
- Read the latest news on the Intercoiffure Mondial Facebook fan page!

 www.facebook.com/intercoiffure.mondial



GET IN TOUCH

"Intercoiffure Mondial" is definitely the App you need!

TONDEO
TRENDS 2014



UNIQUE.
Extravagant design meets the highest demands.

Very **UNIQUE** with specially shaped, open eye rings, forged finger hooks and soft fins that can be inserted in the eye rings for individual comfort. The convex blade and integrated face allow the smallest cutting angle with the best sharpness and stability.

TONDEO cuts. TONDEO styles.

SOLINGEN
TONDEO

MODEL BOYS

Stylish, casual, cool: these attractive youngsters could well become smart, exciting guys. Stylish, they already are on the right track. Short cut with undone fringe, new wave style with undercut and texture with long hair on top. Fascinating!

MODEL BOYS

Stylish, lässig, cool: aus diesen attraktiven Jungs könnten mal smarte, aufregende Kerle werden. Modisch sind sie schon auf dem richtigen Weg. Shortcut mit Undone-Pony, New-Wave-Style mit Undercut und Textur im langen Deckhaar. Spannend!

GARÇONS MODÈLES

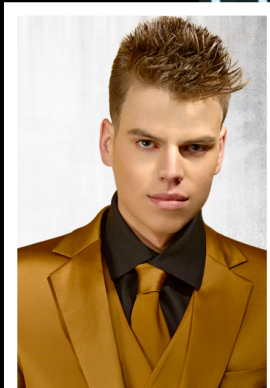
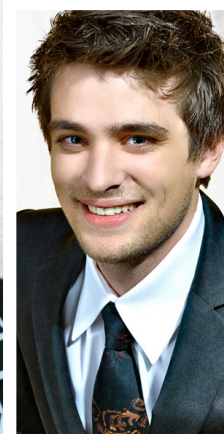
Stylé, décontracté, cool: ces séduisants garçons pourraient bien devenir de passionnants jeunes hommes intelligents. À la mode, ils sont déjà en bonne voie. Des coupes courtes à la frange défaits, style new wave dégradé et de la texture avec de la longueur sur le dessus. Fascinant !

CHICOS MODELOS

Con estilo, informal, cool: estos chicos seductores podrían convertirse en apasionados jóvenes inteligentes, a la moda, y ya van por buen camino. Cortes cortos con flequillo desordenado, estilo new wave degradado y textura con longitud en la parte de encima. ¡ Fascinante !



WILLIAM DE RIDDER • BELGIUM (photo: Johnny Willemyns)



SALON STARS

AMERICAN BEAUTY



Luxury looks for ladies: star-appeal and Hollywood glamour with long hair looks à la Jennifer Lopez or retro-up-dos like once worn by Elizabeth Taylor. Celebrities swear by the styling and make-up by Sherri Jessee. The famous and wonderful American stylist and stage artist Sherri Jessee has a unique style: femininity and elegance are her beauty secrets. In 2013 she won the "Editorial Hairstylist of the Year" title at the North American Hairstyling Awards. Recently Sherri was in charge of the looks of Miss Virginia USA and Miss Virginia Teen USA.

Luxus-Looks für Ladies: Star-Appeal und Hollywood-Glamour mit Langhaar-Looks à la Jennifer Lopez oder Retro-Up-dos wie sie einst Elizabeth Taylor trug. Celebrities schwören auf die Stylings und das Make-up von Sherri Jessee. Die bekannte und ausgezeichnete amerikanische Stylistin und Bühnenkünstlerin Sherri Jessee hat einen unverwechselbaren Stil: Femininität und Eleganz ist ihr Beautygeheimnis. 2013 wurde sie bei den North American Hairstyling Awards Siegerin des Titels „Editorial Hairstylist of the Year“. Zuletzt war Sherri verantwortlich für die Looks von Miss Virginia USA und Miss Virginia Teen USA.

Style de luxe pour ces dames: les cheveux longs à la Jennifer Lopez ou les chignons rétro comme portait jadis Elizabeth Taylor affichent un air de star et de glamour hollywoodien. Les célébrités ne jurent que par le stylisme et le maquillage de Sherri Jessee. La célèbre et remarquable styliste et artiste de scène américaine Sherri Jessee a un style unique: féminité et élégance sont ses secrets de beauté. En 2013 elle a reçu le titre de "Editorial Hairstylist of the Year" lors des North American Hairstyling Awards. Récemment, Sherri a été en charge du stylisme de Miss Virginie USA et Miss Virginie Teen USA.



SHERRI JESSEE • AMERICA/CANADA (photo: Nathan Mays)

Estilo de lujo para las damas: el cabello largo a lo Jennifer López o los moños retro como los que antes llevaba Elizabeth Taylor tienen hoy un aire de estrella y de glamour hollywoodiense. Para las celebridades sólo cuentan el estilismo y el maquillaje de Sherri Jessee. La célebre y notable estilista y artista de escena norteamericana Sherri Jessee tiene un estilo único: feminidad y elegancia son sus secretos de belleza. En 2013 recibió el título de "Editorial Hairstylist of the Year" durante los North American Hairstyling Awards. Recientemente, Sherri estuvo a cargo del estilismo de Miss Virginia USA y Miss Virginia Teen USA.

HAIREXTENSIONS
WERE YESTERDAY - TODAY ARE
HAIR CREATIONS!

More than common "Hairextensions":

WORLD PREMIERE: LASERBEAMER NANO!

For more information please visit www.hairdreams.com | nano.hairdreams.com

More than common "Hairextensions":

WORLD PREMIERE: LASERBEAMER NANO!

With the launch of its revolutionary "Laserbeamer" System ten years ago, Hairdreams set a major milestone in the world of hair extensions. To this day, Laserbeamer is the only benchmark when achieving high-end, professional hair extensions and thickening in the shortest amount of time.

Today, ten years later, Hairdreams has achieved yet again a technological quantum leap in the art of making hair longer and fuller with the new Laserbeamer NANO System. It's not just a "Facelift" of the existing Laserbeamer, but it's a completely new, advanced technological development. The unique technical operatives of the previous successful Hairdreams systems combined with the ultimate attributes of new Nano-technology paves the way to this new, patented Nano System Technology.

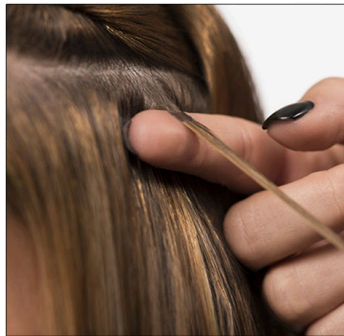
This new, patented Nano Technology allows one's own hair to multiply instantly in never before seen perfection as if done by magic. The defining advantage of this new high tech system features an unparalleled, ideal, natural way in which one's own hair can be made longer and fuller using the newly developed

Nano-bonds. Thanks to modern precision techniques, these new Nano-bonds are unified, ultra-thin and extremely flat-formed bondings that invisibly disappear into one's hair. Hence, they are practically undetectable and allows the hair to lay smooth and natural.

With this new method, Hairdreams hair seamlessly integrates into one's own hair for the ultimate invisible transitions for the most natural look and feel. The integration of the additional amounts of hair sets new benchmarks: it is distinctively faster, perfect and above all, substantially easier as never before. With a push of a button, in just 30 seconds, five of your own hair strands is more than doubled. The patented bonding material offers



Long, full hair of your dreams, so perfect and natural as never before.



Thanks to modern precision technique the Nano bonds are ultra-thin and extremely flat.

the world's smallest bonds with a Crystal Polymer that covers and protects the client's hair. Each pre-loaded NanoStick features Hairdreams premium real hair, which are available in preset colors with endless possibilities of hair color combinations. In as little as 40 Minutes, any hairstyle can be transformed into a long, dream hairstyle. With the new innovative method, clients' wishes of more natural-looking

longer and fuller hair are achieved with unparalleled ease and perfection winning over both existing hair extension clients and brand new clients who are interested in obtaining longer, more voluminous hair.

Hairdreams Marketing Manager Thomas Licht: "The absolutely natural look and the undetectable feel of the Nano bonds are a real 'quantum leap' in the world of hair extensions. This has nothing to do with the traditional extensions that were used in the past and that unfortunately can still be found today in the lower end segment. This fact is also confirmed by the stylists with whom we have tested the new system for more than two years. That's the reason why the stylists who have used the new system no longer refer to hair extensions, but now call it "hair creations" since they see it as a new, separate service for the salon."

More information about the new system is now available: www.nano.hairdreams.com



The application of Laserbeamer NANO Systems is easy and fast to learn.

Jewelry as a message from the heart. The hairdresser and entrepreneur Gaby Beyer and her husband Detlef have created Papyrus Wish. A unique jewelry design made of the finest material. Rings, amulets or bracelets are produced as unique specimen – assembled individually with a message. Papyrus Wish carries a shrine made of transparent rock crystal. Innermost hopes, written down on the finest parchment, are sealed in it; together with a stone that enhances these wishes energetically.



Des bijoux en guise de messages du cœur. Gaby Meyer, coiffeuse et entrepreneure, et son mari Detlef ont créé Papyrus Wish. Des bijoux au design incomparable faits des matériaux les plus précieux. Chaque bague, amulette ou bracelet est une pièce unique – entièrement personnalisée avec un message. Papyrus Wish porte un écrin en cristal de roche transparent. Les espoirs les plus intimes, écrits sur de délicats parchemins, y sont scellés; avec une pierre qui renforce ces espoirs.



Schmuck als Herzens-Botschaft. Die Friseurunternehmerin Gaby Beyer hat mit ihrem Mann Detlef Papyrus Wish erfunden. Es ist unverwechselbares Schmuckdesign aus edelsten Materialien. Ringe, Amulette oder Armreifen werden als Unikate gefertigt – individuell bestückt mit einer Botschaft. Papyrus Wish trägt einen Schrein aus durchsichtigem Bergkristall. In ihm verschlossen, niedergeschrieben auf feinstem Pergament, stehen innersten Hoffnungen; gemeinsam mit einem Stein, der diese Wünsche energetisch verstärkt.



Joyas a modo de mensajes del corazón. Gaby Meyer, peluquera y empresaria y su marido Detlef han creado Papyrus Wish. Joyas con diseño incomparable realizadas con los materiales más preciosos. Cada sortija, amuleto o pulsera es una pieza única – completamente personalizada con un mensaje. Papyrus Wish lleva un estuche de cristal de roca transparente. Las esperanzas más íntimas, escritas en delicados pergaminos se encuentran selladas ahí; con una piedra que refuerza esas esperanzas.

JEWELRY design

SOUTH AFRICAN HAIR STYLIST INVENTS WORLD-FIRST ORGANIC SOLUTION FOR INLAND OIL SPILLS – USING HUMAN HAIR

Innovative and creative: Johan Nortje, ICD member South Africa and ex Fashion Director Oceania is the founder of the Acublot oil recovery hair mat product for small oil spills in land. He started the project 3 years ago in South Africa with the help of ICD members, collecting hair.

They are currently a finalist for the Step Up technology innovation in South Africa. Human hair is a brilliant organic sorbent of hydrocarbon oils, making it useful across many industries, where it helps improve workers' safety and control spills. ACUBLOT mats help prevent and clean up used hydraulic and lubrication oil spills.

Acublot mats are made of an outer cover and an inner reusable cartridge. The cartridge harnesses the adsorbing properties of hair and must be collected by a NORA-SA approved collector, which will safely remove the oil, cleaning the cartridge for recycling.

Acublot partners, Oil Separation Solutions (AcuOSS), are collectors of used Acublot mats NASA HAIR / OIL EXPERIMENT: Human hair was placed inside a 208-litre drum on a mesh filter. Then 136 kilograms of contaminated 3 parts water to 1 of oil was poured through the filter rapidly for 13 minutes, and drained into a clean 208L drum.

Result: Only 17 parts of oil per million parts of water remained. The EPA standard for discharge is 15 parts of oil per million.

Oil can be recovered from human hair. A polypropylene mat "absorbs" oil: it bonds to the material and cannot be extracted.

Human hair "adsorbs" oil: it can be wrung out for re-use and up to 98% of oil can be recovered. Polypropylene mats are disposed as toxic waste.

▶ VIDEO CLIP:

<http://www.ottimat.ca/html/multimedia/index.php#nasa>

▶ WEBSITE:

www.acublot.com

Innovativ und kreativ: Johan Nortje, ICD Mitglied aus Südafrika und ehemaliger Fashion Director Ozeanien, ist der Erfinder der ACUBLOT Matten aus Haar, die dazu dienen, ausgelaufenes Öl aufzusaugen und zu verhindern, dass es in den Boden gelangt. Er begann das Projekt vor drei Jahren in Südafrika mit Beistand anderer ICD Mitglieder, die beim Haare sammeln halfen. ACUBLOT ist derzeit im Finale für den südafrikanischen Erfinderwettbewerb „Step Up Technology Innovation“. Menschliches Haar ist ein hervorragendes organisches Sorptionsmittel für Mineralöl. Es kann in vielen Industriezweigen eingesetzt werden, um zum Beispiel die Sicherheitsbedingungen der Arbeiter zu verbessern oder Ölkatastrophen einzudämmen. ACUBLOT Matten können Verschmutzungen mit Hydrauliköl und Schmieröl verhindern bzw. beim Aufsaugen von ausgelaufenem Öl helfen. ACUBLOT Matten bestehen aus einer äußeren Schutzhülle und einer wiederverwendbaren Einlage, die sich die adsorbierenden Eigenschaften menschlichen Haares zunutze macht. Nach Benutzung muss von einem NORA-SA zertifizierten Mitarbeiter das Öl aus der Einlage entfernt und diese für ihre weitere Verwendung gereinigt werden. Die Firma Oil Separation Solutions (AcuOSS) bereitet die benötigten ACUBLOT Matten auf.



DAS NASA HAAR/ÖL EXPERIMENT: Menschliches Haar wurde auf einem Siebfilter in einer Trommel mit 208 Liter Fassungsvermögen angebracht. Dann wurden 13 Minuten lang insgesamt 136 Kilogramm einer Mischung aus drei Teilen Wasser und einem Teil Öl durch den Siebfilter gegossen und in einer sauberen Tonne mit ebenfalls 208 Liter Fassungsvermögen aufgefangen. Ergebnis: Die Flüssigkeit enthielt nur noch 17 Teile Öl pro eine Million Teile Wasser. Gemäß den Normen der zuständigen Umweltschutzagentur liegt der Grenzwert für eine Einleitung ins Abwassersystem bei 15 Teilen Öl pro eine Million Teile Wasser.

Öl kann aus menschlichem Haar zurückgewonnen werden. Eine Matte aus Polypropylen „absorbiert“ Öl: das heißt, das Öl verbindet sich mit dem Material und kann nicht mehr zurückgewonnen werden. Menschliches Haar „adsorbiert“ Öl: das heißt, das Haar kann ausgepresst und wiederverwendet werden. Gleichzeitig kann bis zu 98% des Öls aufgefangen werden. Polypropylen Matten müssen als Sondermüll entsorgt werden.

Innovatif et créatif: Johan Nortje, membre d'ICD Afrique du Sud et ancien Directeur Artistique Océanie est le fondateur du tapis de cheveu récupérateur d'huile visant à réduire les déversements d'hydrocarbures dans le sol. Il a lancé ce projet il y a 3 ans en Afrique du Sud avec l'aide de membres ICD pour la collecte des cheveux. Ils sont actuellement finalistes du « Step Up Technology Innovation » en Afrique du Sud.

Le cheveu humain est un remarquable absorbant biologique des huiles d'hydrocarbures, ce qui le rend utile dans de nombreux secteurs où il contribue à améliorer la sécurité des travailleurs et le contrôle des déversements. Les tapis ACUBLOT permettent de prévenir et de nettoyer les nappes d'huiles hydrauliques et lubrifiantes usagées. Le tapis Acublot est composé d'un revêtement extérieur et d'une cartouche réutilisable à l'intérieur.

La cartouche exploite les propriétés adsorbantes du cheveu et doit être récupérée par un collecteur NORA-SA agréé qui éliminera l'huile en toute sécurité et nettoiera la cartouche pour son recyclage.

Les partenaires Acublot, Oil Separation Solutions (AcuOSS), sont chargés de la collecte de tapis Acublot usagés.

L'EXPÉRIENCE CHEVEUX/HUILE DE LA NASA: des cheveux humains ont été placés sur un filtre à mailles dans un tambour de 208 litres. Puis 136 kg d'eau contaminée d'un tiers d'huile ont été versés rapidement sur le filtre pendant 13 minutes, et déversés dans un tambour propre de 208 litres. Résultat: il ne restait que 17 particules d'huile pour un million de particules d'eau.

La norme EPA pour le déversement est de 15 particules d'huile pour un million.

L'huile peut être récupérée par les cheveux humains. Un tapis en polypropylène "absorbe" l'huile: elle se lie au matériau et ne peut être extraite.

Les cheveux humains "adsorbent" l'huile: elle peut être essorée pour être réutilisée et près de 98% des huiles peuvent être récupérées. Les tapis en polypropylène sont éliminés en tant que déchets toxiques.



Innovador y creativo: Johan Nortje, miembro de ICD África del Sur y ex-Director Artístico Oceania es el fundador del tapete de cabello recuperador de aceite encaminado a reducir los vertimientos de hidrocarburos en el suelo. Lanzó este proyecto hace 3 años en África del Sur con la ayuda de miembros ICD para la recogida del cabello.

Actualmente son finalistas del Step Up technology innovation en África del Sur.

El cabello humano es un notable absorbente biológico de los aceites de hidrocarburos, lo que lo vuelve útil en numerosos sectores en donde contribuye a mejorar la seguridad de los trabajadores y el control de los vertimientos. Los tapetes ACUBLOT permiten prevenir y limpiar las manchas de aceites hidráulicos y lubricantes usados.

Los tapetes Acublot constan de un revestimiento exterior y de un cartucho reutilizable en el interior.

El cartucho aprovecha las propiedades adsorbentes del cabello y ha de ser recuperado por un colector NORA-SA autorizado que eliminará el aceite en condiciones perfectamente seguras y limpiará el cartucho para su reciclaje.

Los socios Acublot, Oil Separation Solutions (AcuOSS), se encargan de la recogida de tapetes Acublot usados.

EXPERIENCIA DEL LA NASA CABELLO/ACEITE: se ha colocado cabello humano en un filtro de mallas dentro de un tambor de 208 litros. Luego, 136 kg de agua contaminada de un tercio de aceite fueron incorporados rápidamente en el filtro durante 13 minutos y vertidos en un tambor limpio de 208 litros. Resultado: sólo quedaban 17 partículas de aceite por un millón de partículas de agua. La norma EPA para el vertimiento es de 15 partículas de aceite por un millón. El aceite puede ser recuperado por el cabello humano. Un tapete de polipropileno "absorbe" el aceite: se mezcla con el material y no puede ser extraído. El cabello humano "adsorbe" el aceite: puede ser escurrido para ser reutilizado y cerca del 98% de los aceites pueden ser recuperados. Los tapetes en polipropileno son eliminados como residuos tóxicos.

22nd

Intercoiffure World Congress

SAVE
THE
DATE



intercoiffure
MONDIAL
PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA
NEW YORK · BERLIN



SHANGHAI

spring 2016

Welcome to the future! Beauty power, mega events, sightseeing – five phenomenal days in China's Boomtown Shanghai: Intercoiffure Mondial and ICD China welcome friends from around the world at the 22nd World Congress 2016. The futuristic harbour city is the magic scenery for a fashion world tour of elite stylists. Save the date! For a highlight in the world of beauty: Intercoiffure World Congress Shanghai 2016. Where the new beauty spirit is invented. The 22nd Intercoiffure Mondial World Congress stands for future of hair fashion, inspiration and imagination - Vision of the Elite.

Willkommen in der Zukunft! Beauty-Power, Mega-Events, Sight-seeing – fünf einzigartige Tage in Chinas Boomtown Shanghai: Intercoiffure Mondial und ICD China begrüßt Freunde aus aller Welt zum 22. Weltkongress 2016. Die futuristische Hafenstadt als magische Kulisse für eine modische Weltreise von Elite-Stylisten. Save the date! Für das Highlight in der Welt der Schönheit: Intercoiffure World Congress Shanghai 2016. Hier wird neuer Beauty-Spirit erfunden. Der 22. Weltkongress von Intercoiffure Mondial steht für Hairfashion-Future, Inspiration und Fantasie – Vision of the Elite.

Bienvenue dans le futur! Le pouvoir de la beauté, de grands événements, des visites touristiques, cinq jours extraordinaires à Shanghai, métropole chinoise en plein boom : Intercoiffure Mondial et ICD Chine reçoivent leurs amis du monde entier pour le 22^{ème} Congrès Mondial 2016. La ville portuaire futuriste sert de décor magique pour une tournée mondiale de la mode par les stylistes d'élite. Réservez la date! Ne manquez pas ce temps fort du monde de la beauté : le Congrès Mondial Intercoiffure Shanghai 2016. Là même où l'esprit de beauté est réinventé. Le 22^{ème} Congrès Mondial d'Intercoiffure est synonyme d'avenir de la coiffure de mode, d'inspiration et d'imagination - Vision de l'Elite.

¡Bienvenidos al futuro! El poder de la belleza, grandes eventos, visitas turísticas, cinco días extraordinarios en Shanghai, metrópoli china en pleno boom : Intercoiffure Mondial e ICD China reciben a sus amigos del mundo entero con motivo del 22º Congreso Mundial 2016. La ciudad portuaria futurista sirve de decorado mágico para una gira mundial de la moda por los estilistas de élite. ¡Reserve la fecha! No se pierda ese momento importante del mundo de la belleza : el Congreso Mundial Intercoiffure Shanghai 2016. Ahí en donde se reinventa el espíritu de la belleza. El 22º Congreso Mundial de Intercoiffure es sinónimo de futuro del peinado de moda, de inspiración y de imaginación - Visión de la Elite.



LOVE

COLOR

... LOVE WELLA.

Wella Professionals: The first color choice for millions of stylists and consumers worldwide.

WELLA THE HEART OF HAIRDRESSING