



con CNA più benessere anche alla tua impresa

CONSULENZE CNA PER LE IMPRESE DEL BENESSERE E SANITA'

- Formazione professionale dedicata al rilascio di qualifiche ed abilitazioni professionali, tramite Ecipar Bologna, società accreditata presso la Regione Emilia Romagna
- Aggiornamento e consulenza sulla legislazione di settore
- Seminari di aggiornamento tecnico
- Consulenza ed assistenza nella relazione con le Istituzioni ed Enti Pubblici
- Attività di rappresentanza verso le Istituzioni ed Enti Pubblici
- Protocollo d'intesa Antiabusivismo con Comuni e Organi di Vigilanza
- Progetti Solidali: "Acconciatori Estetisti in Strada" e "Make-up in oncologia"
- Possibilità di entrare in relazione con altre imprese e professionisti per favorire sinergie B2B

Richiedi una consulenza a: **Unione Benessere e Sanità**
CNA Bologna Via A.Calzoni 1/3 Bologna Tel. 051 299.287 cnabenesseresanita@bo.cna.it

Per tutte le imprese

- Consulenza direzionale e strategica
- Consulenza Impresa 4.0
- Credito e finanziamenti
- Consulenza fiscale e contabilità
- Marchi e brevetti
- Mercati esteri
- Formazione
- Paghe e gestione del personale
- Contrattazione e relazioni sindacali
- Ambiente e sicurezza sul lavoro
- Contenzioso tributario
- Servizi informatici
- Mediazione civile e commerciale
- Adeguamento nuova normativa privacy
- Nuova fatturazione elettronica

Per chi vuole fare impresa

Servizi personalizzabili e a prezzo agevolato, per sviluppare un'idea in un'impresa attraverso l'esperienza di CNA Bologna. Pacchetti di servizi grazie ai quali l'aspirante imprenditore può ottenere i servizi di cui ha bisogno a prezzo agevolato: consulenza gestionale per analisi economico finanziaria e redazione business plan e societaria per l'avvio di impresa. Inoltre servizi di gestione che vanno dalla contabilità aziendale al sistema paghe e contributi per i suoi dipendenti.

Tutte le informazioni su www.cnauptobiz.it

Conosci queste e tutte le altre opportunità e vantaggi di CNA Bologna su www.bo.cna.it



L'IMPRESA FA NOTIZIA

■ BENESSERE ■ ACCONCIATURA ■ ESTETICA ■

I NUMERI DEL COMPARTO

Crescita nel Bolognese

Nell'area metropolitana di Bologna il settore benessere è in crescita con il passaggio dalle 2.339 imprese del 2016 alle 2.379 del 2017 (incremento del 2% circa). Gli acconciatori sono aumentati dai 1.686 del 2016 ai 1.700 del 2017

Estetisti e centri

Nel Bolognese, gli estetisti sono cresciuti dai 554 del 2016 ai 572 del 2017, manicure e pedicure da 28 a 29 nei due anni, i centri per il benessere fisico da 70 nel 2016 a 77 nel 2017. Nel comune di Bologna le aziende del benessere sono passate dalle 1.118 del 2016 alle 1.147 del 2017

Gli associati

Sempre in città, acconciatori passati da 804 a 822, estetisti da 251 a 254, centri benessere da 43 a 49. Cna ha tradizionalmente numerosi associati nei mestieri dell'acconciatore e dell'estetista, associando circa 600 acconciatori e 200 estetisti nell'area metropolitana



VITALITÀ DIFFUSA

«La formazione è strategica anche per sviluppare capacità manageriali e gestionali, occorre restare aggiornati sulle normative»

di GIUSEPPE CATAPANO

LA CRESCITA è trasversale. A Bologna e provincia, in un anno (confronto tra 2017 e 2016), aumenta il numero di imprese del settore benessere: più acconciatori, più estetisti, più specialisti di manicure e pedicure, più centri per il benessere fisico. «Il comparto è in salute» ammette Cinzia Barbieri, direttore generale di Cna Bologna.

Barbieri, è una peculiarità bolognese?

«In generale, considerando gli effetti della crisi nel corso degli anni, attività di servizio come quelle legate al benessere sono caratterizzate da una certa vitalità».

È un'occasione per i giovani, anche in prospettiva?

«Sì, il settore attrae e può attrarre i giovani sia nelle vesti di dipendenti sia in quelle di imprenditori. C'è richiesta».

E qui entra in ballo la formazione.

«Che è strategica. Per svolgere l'at-

«Il settore è in salute E piace ai giovani»

Cinzia Barbieri, direttore generale Cna Bologna

tività occorre possedere spiccate competenze e c'è bisogno di un'abilitazione che si ottiene frequentando un ente di formazione accreditato come è il nostro Eci-par. La formazione non riguarda solo l'attività professionale, ma anche le capacità manageriali. I saloni crescono, hanno più dipendenti da gestire, ci sono at-

tività di marketing da portare avanti. Parliamo di piccole imprese che necessitano quindi di competenze manageriali e legate al controllo di gestione».

Cna va considerato un partner costante per chi opera nel settore benessere?

«Si parte dalla qualifica, passando per il

supporto nel momento in cui un'impresa nasce, fino alla fase di gestione e aggiornamento».

Che è necessaria, perché c'è una normativa complessa di cui tenere conto.

«È così. Pensiamo anche alla questione privacy da affrontare, ai dati da proteggere. Tradizionalmente Cna è l'organizzazione che ha sempre rappresentato questi operatori. Tra acconciatori ed estetisti, associamo 800 realtà nell'area metropolitana. Per questo ci siamo strutturati».

Parliamo di artigiani veri e propri...

«Per antonomasia. La capacità di un parrucchiere, ad esempio, sta nell'abilità manuale. Servono talento, competenza tecnica, capacità di trattenere la clientela e quindi competenza relazionale».

Qual è l'impatto di Cosmoprof, rassegna che si svolge in Fiera?

«L'evento valorizza Bologna come centro della bellezza. La nostra città è protagonista, l'obietti-

IL RUOLO DI COSMOPROF

«L'evento valorizza la città come centro della bellezza: siamo protagonisti, dobbiamo continuare a esserlo»

vo è mantenere e rafforzare questo ruolo. E poi qui abbiamo saloni importantissimi che hanno fatto la storia dell'acconciatura».

Bologna risponde bene anche considerando l'impegno che la categoria svolge in ambito sociale?

«Acconciatori ed estetisti in strada che raccolgono fondi per le associazioni benefiche, *make up* per le pazienti in chemioterapia, progetto *maquillage* per gli ospiti delle case di riposo: iniziative come queste funzionano eccome. Gli imprenditori del settore hanno dimostrato sensibilità al sociale, l'hanno sempre fatto come squadra andando al di là dell'individualità».

Tutto questo con la regia di Cna. Vi occupate di formazione, consulenza, aggiornamento, ma anche di solidarietà.

«È in realtà proprio questo l'obiettivo delle associazioni, che sono cambiate molto negli ultimi anni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VERTICE
Cinzia Barbieri dirige Cna Bologna. Sopra un momento del Cosmoprof



HAIR Stylist Look
TEAM IANNIBELLI

ACCONCIATURE UNISEX
DOMENICO IANNIBELLI

Salone specializzato in acconciature per il mondo della moda ed eventi
Acconciature per cerimonie

Bologna - Via Porrettana, 89/b - Tel 051-6143787 - 335-8162960
mail: iannibelliparrucchieri@hotmail.it - [f](#) hairstylistlook team iannibelli



Arte Immagine Uomo

PARRUCCHIERE PER UOMO

VIA DON MINZONI, 9/B
BOLOGNA

TEL. 051.521054

[f](#) ARTE IMMAGINE UOMO

SPECIALE BENESSERE

IL NERO FATTO IN CASA

«UNA PIAGA CHE VA COMBATTUTA, PERCHÉ GRAVA SULLE IMPRESE REGOLARI E RAPPRESENTA UN RISCHIO PER I CLIENTI: NON CI SONO GARANZIE DI TUTELA DELLA SALUTE»



«Lotta serrata all'abusivismo»

I professionisti del settore in prima linea

IN ITALIA

L'acconciatura

Il mercato dell'acconciatura in Italia è un business che vale 7,3 miliardi di euro all'anno, pari a mezzo punto di Pil. Occupa più di 190mila unità in 90mila saloni da Nord a Sud

Il 2,2% delle Pmi

Il peso del comparto è quindi pari a circa il 2,2% delle piccole e medie imprese italiane. La densità dei saloni per abitante risulta molto elevata, pari a un salone ogni 650 abitanti

Dipendenti

Il 72% di questi saloni è di dimensioni medio-piccole: vale a dire che impegnano uno a 2 addetti. Soltanto il 5%, in Italia, impiega complessivamente più di 5 dipendenti

«Legge ad hoc per i tatuatori»

Giovanna Cacciatori, presidente Unione benessere e sanità di Cna

di GIUSEPPE CATAPANO

SU UNA QUESTIONE non transige. «La lotta all'abusivismo nel nostro settore deve continuare ed essere ancora più efficace». Giovanna Cacciatori, imprenditrice dell'estetica, è presidente Unione benessere e sanità di Cna Bologna.

Cacciatori, Cna e le imprese da sempre sono in prima linea: l'associazione ha firmato un protocollo d'intesa con praticamente tutti i Comuni dell'area metropolitana. Come si fa ancora di più?

«L'impegno sarà costante, in stretta collaborazione con gli organi di vigilanza e con strumenti più adeguati e capillari: il nero fatto in casa non è solo una piaga economica che grava sulle imprese regolari, ma spesso rappresenta un rischio per i clienti, non offrendo alcuna garanzia di tutela della salute».

Il nero fatto in casa, in particolare, è un problema molto sentito.

«Prendiamo i social network: ci sono diverse persone che lavorano in casa, in settori come *nail art*, estetica o acconciatura, e che proprio attraverso i social pubbliciz-

zano la propria attività. Tutto questo va a discapito di chi lavora in maniera onesta. Poi col web si possono acquistare prodotti ovunque, senza garanzia per il cliente. Se vediamo noi i social, può vederli anche chi fa controlli attraverso quei canali. Mi auguro che tali controlli s'intensifichino».

E i tatuaggi?

«Il mercato è in espansione. Il problema è che in Italia non c'è una legge quadro che uniformi e regoli l'idoneità igienico-sanitaria

COMPARTO IN CRESCITA
«Tatuaggi? Manca una norma che uniformi e regoli l'idoneità igienico-sanitaria»

dell'attività. Le Regioni hanno attuato linee guida, quindi lo scenario cambia a seconda dei territori. In altre regioni i corsi da affrontare prima di avviare un'attività sono più strutturati, in Emilia Romagna siamo un po' indietro. Auspico si faccia di più, anche perché parliamo di una regione che in quanto a tutela della salute, in generale, non è seconda a nessu-

no».

Bisogna fare di più, quindi?

«Prima di tutto a livello nazionale con una legge ad hoc. Due proposte si sono arenate in Parlamento. Le linee guida del ministero sono certamente utili, ma senza una legge il consumatore non avrà mai la certezza che vengano rispettate tutte le indicazioni sulla salvaguardia della salute».

In generale, nel settore dell'estetica, esiste un problema di burocrazia?

«Certo. Il comparto può attrarre i giovani sia come dipendenti, ma soprattutto come imprenditori. Uno degli elementi di maggiore criticità del settore è sicuramente l'eccessiva burocrazia. In parte anche questo è un aspetto che spinge qualcuno a lavorare in casa, senza che venga assicurato il rispetto delle precauzioni igienico-sanitarie. C'è bisogno di una svolta».

Com'è cambiato il settore?

«L'italiano ama il bello ed è un esteta per eccellenza. La tecnologia fa passi da gigante e incide».

I gusti e le esigenze dei clienti sono molto mutati in questi anni e le aziende devono essere in grado di adeguarsi al

DECISA
Sopra Giovanna Cacciatori di Cna, imprenditrice nel settore dell'estetica; a destra e sotto operatrici al lavoro (repertorio)



trend del mercato. È difficile inseguire le tendenze?

«No, non è difficile. La parola chiave è la formazione. Una buona scuola di formazione è fondamentale, affidarsi a enti certificati è una garanzia in tal senso».

Riscontra un crescente interesse per benessere ed estetica?

«Sì e lo noto ogni giorno. Il comparto, rispetto ad altri, ha sofferto meno la crisi».

Interessa più alle donne?

«Le donne sono più sensibili al concetto dell'estetica applicata. Ma nel benessere, ad esempio, lavorano tanti uomini. L'interesse è comune».

SPECIALE BENESSERE**LA QUESTIONE NORMATIVA**

«LA CONOSCENZA È FONDAMENTALE PER L'APERTURA DI UN'ATTIVITÀ, MA ANCHE NELLA GESTIONE: È COINVOLTA LA SALUTE DELLE PERSONE»

«Siamo compagni di viaggio delle imprese»

Rosa Tibaldi (Cna): «Dall'abilitazione alla consulenza: l'associazione è un riferimento»

«I MESTIERI del benessere sono settori caratterizzati da normative stringenti e in continua evoluzione: per questo motivo l'informazione, l'aggiornamento normativo e la consulenza sono tra le principali nostre attività». L'istantanea è di Rosa Tibaldi, referente dell'Unione benessere e sanità di Cna Bologna.

Tibaldi, questo rende ancor più un riferimento la vostra associazione. E ciò che rilevate?

«Innanzitutto parliamo di mestieri per i quali c'è bisogno di un'abilitazione. La conoscenza delle norme è importante in entrata, poi è fondamentale per l'apertura di un'attività e per mettersi in regola. C'è anche una ricaduta sulla salute delle persone, è normale che da parte degli operatori ci sia volontà di rispettare le norme».

Questione, quella della salute, affatto secondaria...

«Infatti non c'è solo un discorso di adeguamento puro. Ci sono responsabilità di un certo livello essendo coinvolta la salute. E questa responsabilità è avvertita dai professionisti».

Poi c'è la questione aggiornamento.

«Pure questa molto sentita. C'è una spiccata domanda di consulenza, tra i nostri associati».

Rilevante è l'attività di promozione?

«Sono importanti un'informazione costante sulle opportunità, la promozione, la valorizzazione delle eccellenze e l'aggregazione con l'obiettivo di favorire sinergie e opportunità di collaborazione

per le imprese, con attenzione a eventi ed iniziative a scopo solidale».

Come si fa in concreto?

«Primo esempio, il progetto 'Make up un trucco per stare meglio'. Dal 2011 estetiste e acconciatori volontari associati a Cna offrono consulenza di trucco e parruccho a donne che frequentano il *day hospital* oncologico del Sant'Orsola. È un dato tangibile che prendersi cura di se stesse e del proprio aspetto, nonostante gli effetti a volte devastanti delle cure, porti a un atteggiamento positivo che può avere effetti anche sulla guarigione; 250 donne hanno partecipato al progetto, al momento 15 aziende coinvolte tra acconciatori ed estetisti. Sono momenti di serenità e condivisione, apprezzati da tutti».

E il secondo esempio?

«Un altro progetto, 'Acconciatori ed estetisti in strada'. Questi professionisti sono impegnati dal 2008, in dieci anni il

comitato ha organizzato circa 80 iniziative a Bologna e nei Comuni dell'area metropolitana, alle quali hanno partecipato gratuitamente circa 400 saloni di parrucchieri ed estetisti, ricavando decine di migliaia di euro destinati a numerose associazioni impegnate nel sociale».

La finalità di questi progetti è duplice: le imprese fanno squadra e lo fanno nel nome della solidarietà.

«Che in questi casi è un obiettivo importante. Detto questo, tali momenti portano alle relazioni e le relazioni, così come il confronto, alle buone idee».

Il vostro settore offre opportunità di diventare imprenditori anche a chi non ha un budget alto a disposizione?

«Un'opportunità in più per chi vuole diventare imprenditore, pur avendo un budget contenuto, è rappresentato dall'affitto di poltrona o cabina, o dal *coworking*, quindi la possibilità di condividere spazi in cui offrire servizi di estetica e acconciatura, dividendo le spese e offrendo alla clientela un servizio a tutto tondo».

Un'occasione per i ragazzi?

«Ci sono nuovi sbocchi importanti: dimostrazioni, corner di estetica negli ipermercati o nelle profumerie, cabine di estetica nelle farmacie. Così ci si mette alla prova».

Giuseppe Catapano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ESPERTA
Rosa Tibaldi
di Cna

SOLIDARIETÀ

Progetti in campo

Da 'Make up un trucco per stare meglio' (consulenza a pazienti del *day hospital* oncologico del Sant'Orsola) ad 'Acconciatori ed estetisti in strada' (raccolta fondi per il sociale): Cna veicola progetti di solidarietà nel settore

IL PARRUCCHIERE MASSIMO RICCARDI

«Serve talento per fare questo lavoro Il segreto? Prendersi cura dei capelli»

«A 14 ANNI sapevo già di voler fare il parrucchiere». Molti riconoscono in questa dinamica la presenza del talento. Massimo Riccardi ha dedicato la sua vita professionale proprio al lavoro di parrucchiere. Da 18 anni il suo salone è in via Urbana.

Come nasce questa passione?

«Mi è sempre piaciuto tutto ciò che riguarda il mondo dell'estetica e dei capelli. Svolgo questa professione da quando avevo 17 anni, vado per i 30 di esperienza e sono guidato da una profonda passione. Che, da sola, non basta: alla passione va unita la preparazione».

Il segreto?

«Fare formazione, studiare, aggiornarsi. Io ho sempre studiato tanto e l'ho fatto anche con interlocutori prestigiosi».

Non è un mestiere per tutti, si dice.

«È vero. Bisogna essere portati. Se ci sono cose che un professionista ritiene non sia il caso di fare, a mio avviso, deve dirlo al cliente. È un lavoro di psicologia, questo fa la differenza».

A proposito, un consiglio ai clienti?

«Curare i capelli, altrimenti anche il più bravo dei parrucchieri può fare poco. Cambia completamente l'immagine quando i



PROFESSIONISTA Massimo Riccardi

capelli sono curati».

Negli uomini è cresciuto il gusto per l'estetica?

«È cresciuto sia nelle donne, sia negli uomini».

In cosa si ritiene diverso dai colleghi?

«Posso dire chi sono io: mi ritengo preparato, sono attento al lato umano quando parlo con i miei clienti, uso prodotti di prima qualità. Ecco, tengo profondamente alla cura dei capelli delle persone che mi scelgono. Che vanno dai 18 ai 95 anni...».

g.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MASSIMO RICCARDI PARRUCCHIERI

METODO TRICOLOGICA
TRATTAMENTO A BASE
DI OSSIGENO PURO E PRINCIPI ATTIVI
ANTIAGING DELLA PELLE E DEL CAPELLO

**PRENOTA LA TUA SEDUTA
DI PROVA GRATUITA
NEL NOSTRO SALONE**

BUONO - INVITO DA CONSEGNARE

Su qualsiasi servizio la piega la offriamo noi! Valido per i nuovi clienti entro il 31 luglio 2018

Taglio 21 € - Colore 32 € • Taglio + Piega ~~39 €~~ 21 € • Colore + Piega ~~50 €~~ 32 €

Valido tutti i giorni su appuntamento

Via Urbana, 12/a - Bologna - Tel. 051.331413 - www.massimoriccardi.it
Dal martedì al sabato dalle 9:00 alle 19:30

SPECIALE BENESSERE

CORSI DI FORMAZIONE

ROVERSI: «TUTELIAMO I PROFESSIONISTI DEL SETTORE A LORO OFFRIAMO AGGIORNAMENTI E CONSULENZE PERSONALIZZATE A SECONDA DELLE ESIGENZE»

IN CATTEDRA
DAL 2008

«Non abbiamo mai alzato i nostri prezzi e non temiamo la concorrenza: il servizio è il migliore e i docenti tutti esperti del settore»

‘ECIPAR BOLOGNA - I Mestieri della bellezza’ nasce nel 2008 come primo ente accreditato a Bologna in grado di realizzare percorsi riconosciuti di qualifica professionale per estetisti e acconciatori, validi in Italia ed Europa. «Formiamo dipendenti qualificati, direttori tecnici di salone e imprenditori in grado di inserirsi con una marcia in più nel mondo del lavoro – spiega il direttore Luca Roversi –. Gli allievi in uscita dai nostri corsi vantano solide basi teoriche, pratiche e di etica professionale, che consentono loro di inserirsi in tutti i contesti lavorativi. La formazione manageriale dei corsi che rilasciano l’abilita-

ECIPAR - MESTIERI DELLA BELLEZZA IL DIRETTORE LUCA ROVERSI

«Così formiamo i professionisti»

La scuola d’eccellenza per futuri estetisti e acconciatori



UNITI Il direttore di Ecipar Bologna - I Mestieri della bellezza Luca Roversi e, a sinistra, lo staff della scuola



zione all’esercizio autonomo consente poi di arricchire le competenze tecniche per ‘estetisti e acconciatori pensanti’, in grado di scegliere e districarsi in tutti i settori della professione».

In un proliferare di scuole private che rilasciano solo attestati di frequenza, Ecipar, società di formazione di Cna Bologna, si differenzia per la posizione neutrale rispetto alle aziende, per il rilascio di attestati riconosciuti e per il coinvolgimento di docenti di alta

100% DI IMPIEGO

Il corso per dipendenti dura due anni e costa 7.200 euro: ma poi si è assunti

professionalità (medici, consulenti e professionisti tecnici del settore). «I punti di forza sono la formazione tecnica e teorica di alto livello, i contenuti manageriali e la sinergia con Cna, che rappresenta con forza le aziende del nostro settore – prosegue Roversi –. In questo segmento così competitivo ci distinguiamo per essere i più severi nella formazione degli allievi, ma anche i più affidabili e trasparenti. Gli allievi usciti dai nostri corsi sono tutti occupati, anzi,

non riusciamo a far fronte a tutte le esigenze delle aziende che si rivolgono alla nostra agenzia Ecipar Lavoro». Il corso per la qualifica professionale – 1.800 ore di lezione in due anni – costa 7.200 euro, kit professionale per gli allievi compreso, e in dieci anni ha formato 920 allievi.

LE QUALIFICHE rilasciate da Ecipar sono di tre livelli: quella di operatore alle cure estetiche, per minorenni, che dà accesso alla professione lavorando come apprendista; quella professionale di estetista o acconciatore, per lavorare come dipendenti; l’abilitazione all’esercizio autonomo, per lavorare in proprio o come direttore tecnico in un salone altrui. «Offriamo anche corsi di aggiornamento e consulenze formative per le aziende di Cna con percorsi personalizzati», prosegue Roversi. Oltre a trasparenza e professionalità, Ecipar ha un altro punto di forza: «Il nostro team affiatato – chiude il direttore –: lo staff, che oltre a me vede la responsabile Giovanna Gavelli, i coordinatori e tutor Sara Bianchi, Sara Cumani, Prisca Pace e Giuseppe Todisco, e il corpo docente, formato da professionisti del benessere che condividono i nostri obiettivi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CNA Bologna

ECIPAR Bologna

QUALIFICHE BIENNALI PER ACCONCIATORE E ESTETISTA

I mestieri della bellezza

www.imestieridellabellezza.it / mestieribellezza@bo.cna.it / 051 4199751
AGGIORNAMENTI, SPECIALIZZAZIONI, CORSI FINANZIATI PER PERSONE E IMPRESE

CHIAMACI O VIENI A TROVARCI!

LE IMPRESE

LA SUITE BEAUTY CONSULTING CLAUDIA MANNELLA

«Così ti cambiamo la vita»



Claudia Mannella,
fondatrice
della catena
La Suite

«**IL METODO** de La Suite spazia dal benessere psico-fisico alla salute, passando per lo stile di vita e l'alimentazione, fino ad arrivare ai più sofisticati trattamenti di bellezza e di abbronzatura». Claudia Mannella e Maurizio Mandreoli sono i soci fondatori de La Suite, nota catena di centri estetici e di abbronzatura che si trova nei centri commerciali Le Piazze di Castel Maggiore, Meraville e La Corte di Bologna. «Da 18 anni io e Maurizio abbiamo intrapreso questa avventura e oggi possiamo dire di essere molto soddisfatti – prosegue Claudia –. Da noi il cliente è seguito nei minimi dettagli, dal caffè offerto all'ingresso fino ai consigli per migliorare il suo stile di vita. Con noi collaborano esperti nutrizionisti e osteopati, la nostra estetica è al confine con il medicale.

Cerchiamo di dare al cliente il meglio della tecnologia e dei prodotti per indirizzarlo verso uno stile di vita nuovo e più sano». I servizi de La Suite sono tanti, con un occhio di riguardo all'innovazione tecnologica, a cui Claudia tiene particolarmente.

«**OLTRE ALL'ESTETICA** di base e al relax, offriamo trattamenti di rimodellamento e tonificazione dei tessuti con macchinari a tecnologia Lpg, epilazione laser, radiofrequenza e altro ancora. Ci aggiorniamo continuamente e crediamo molto nell'innovazione tecnologica. A La Suite tutti si impegnano per trattare i clienti con grande gentilezza, professionalità e disponibilità, offrendo sempre il meglio e non trascurando alcun dettaglio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PAROLA D'ORDINE: PERSONALIZZAZIONE

PARTENDO DA PERCORSI DI BENESSERE AFFIANCATI A UNO STILE DI VITA SANO E ATTIVO FINO A TAGLI DI CAPELLI E TINTE IDEATE SU MISURA: È FONDAMENTALE CREARE SERVIZI AD HOC PER I CLIENTI



Barbara Corazza,
titolare
del salone
Le Forbici
Rosa, davanti
al suo negozio
a Castel
Maggiore
con le sue due
dipendenti

LE FORBICI ROSA BARBARA CORAZZA

«Taglio e colore 'su misura'»

DALLA CURA del capello alla bellezza. Il salone Le Forbici Rosa, a Castel Maggiore da 24 anni si prende cura delle proprie clienti, ora dal locale di piazza Amendola, mentre da ottobre lo farà nel nuovo negozio in via Bondanello 9 – dove ad aspettare le clienti ci saranno nuovi servizi e tante sorprese, tra cui un misterioso «ambiente rilassante». Lo anticipa la titolare Barbara Corazza, che descrive così l'asso nella manica della sua attività: «La nostra specialità è abbinare taglio e colore dei capelli, sempre personalizzandoli in base ai gusti e alla morfologia del viso delle clienti. Una scelta non scontata». Così ogni taglio è unico, realizzato magari mescolando tecniche diverse, per ottenere sempre il risultato perfetto per il viso della cliente. «Cerchiamo sempre di creare qualcosa di unico, ascoltando

le preferenze, ma consigliando cosa starebbe meglio», spiega Barbara. Che vanta anche un altro punto di forza: «Ci concentriamo molto sulla ricerca e l'innovazione, ampliando continuamente i servizi che offriamo. Per esempio, utilizziamo due tipi differenti di tinta, quella tradizionale e quella con all'interno un prodotto che 'ricostruisce' il capello e se ne prende cura. Salvaguardare la salute della chioma delle nostre clienti è una priorità».

E se il colore che ora va più per la maggiore è il grigio e a osare abbinamenti anche 'sperimentati' sono donne di tutte le età, alle Forbici Rosa si trova sempre qualcosa di più: «La chiamiamo 'Sfumatura graffiante e seducente' – chiude sorridendo Barbara –: un colore speciale e personalizzato che sia originale e, perché no, anche sexy».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le Piazze
Castel Maggiore
051 6325095
Meraville
Bologna
051 510752



- Abbronzatura
- Estetica avanzata Uomo e donna
- Epilazione laser Mediostar Next
- Centro qualificato LPG viso e corpo
- Radiofrequenza DiBi
- Profumeria artistica

Le Forbici Rosa
di Corazza Barbara s.n.c.

Salone di Acconciature Unisex

Le Forbici Rosa Snc

Piazza Amendola 2
40013 - CASTEL MAGGIORE (BO)

051-6320756
leforbicirosa@gmail.com

E' gradito l'appuntamento

I nostri orari:
Lunedì: chiusura settimanale
Dal martedì al venerdì: dalle 9.30 alle 19.00
Sabato: dalle 8.00 alle 18.00

LE IMPRESE

BENESSERE ED ESTETICA

PRODOTTI A BASE DI PRINCIPI INNOVATIVI, DALL'EFFICACIA SCIENTIFICAMENTE PROVATA: ANNI DI RICERCA STANNO DIETRO AL LAVORO DELL'AZIENDA COSMETICA FABBRIMARINE

«Portiamo l'oceano nei centri di bellezza»

Alberto Fabbri di Fabbrimarine: «I nostri prodotti di alghe e mare danno veri risultati»



Alberto Fabbri, titolare di Fabbrimarine

DA 25 ANNI Fabbrimarine del dottor Alberto Fabbri, docente di cosmetologia ed elettrologia da 22 anni in 12 scuole di estetica, «porta l'oceano negli istituti di bellezza», come spiega il titolare stesso. L'azienda di prodotti di cosmetica a base di ingredienti marini ha conquistato il primato nel proprio settore. «Le nostre formule sono a base di attivi marini – spiega Fabbri –. I prodotti si basano su principi scientifici. Il marino è più performante rispetto a fauna e flora terrestri, è abituato a vivere in condizioni estreme, con poco ossigeno e poca luce, perciò sviluppa caratteristiche e funzionalità superiori. Inoltre, i cosmetici a base marina sono più compatibili con la pelle dell'uomo, che proviene dal mare». Dietro a questi traguardi stanno anni di impegno e ricerche, prosegue Fabbri. «I nostri prodotti non fanno miracoli, ma sono efficaci

per 'allenare' la pelle a migliorare la propria funzionalità e attenuare i segni del tempo. Quando iniziai proposi un poster semplice, ma efficace: la foto di un pesce palla con la scritta 'Hai mai visto un pesce grasso?'. L'idea dei nostri prodotti è questa: racchiudere in uno slogan un principio scientifico, come appunto l'efficacia dello iodio organico nella catena alimentare marina». Scienza e fashion attente al futuro, con il plancton che 'energizza' le rughe e diventa un ottimo anti-età o le alghe verdi che donano elasticità alla pelle. «Molta attenzione la dedichiamo alla formazione – chiude poi Fabbri –: le estetiste sono artigiane e devono essere garanzia di qualità, sapendo consigliare e spiegare i prodotti. Questa attenzione c'è all'estero, dove lavoriamo con successo, mentre si sta solo di recente facendo strada in Italia».



La realizzazione di un tatuaggio (repertorio); sopra il salone Giotattoo by Perfectio

GIOTATTOO BY PERFECTIO

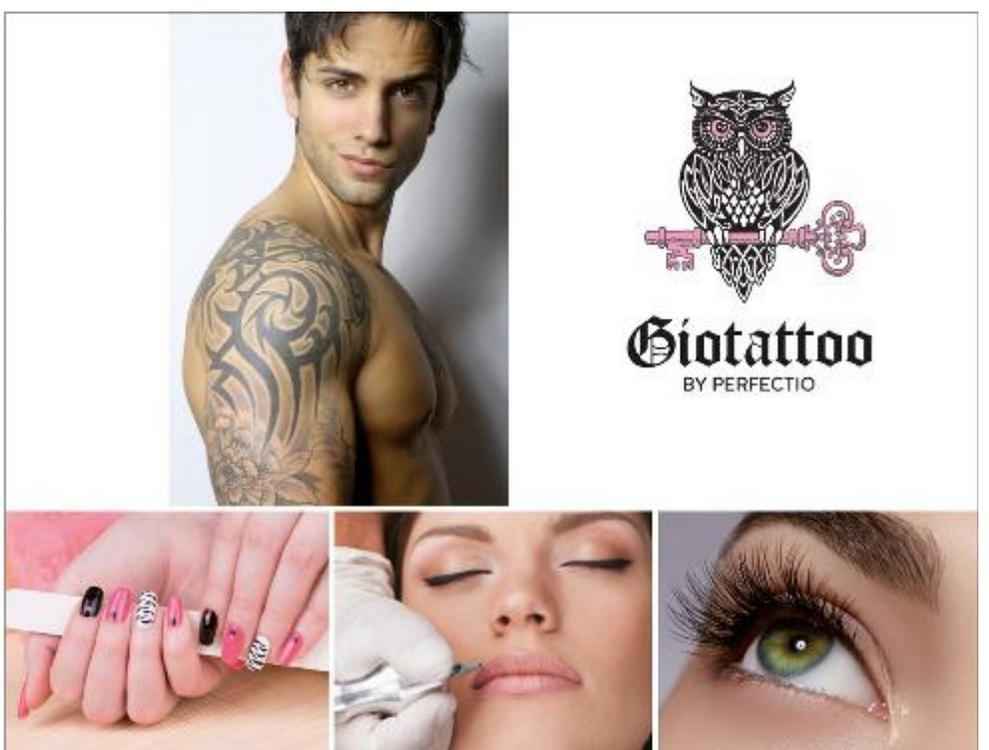
«Tatuaggi, opere d'arte»

GIOTATTOO by Perfectio è nato 10 anni fa come beauty center e tattoo studio e subito si è distinto per servizi all'avanguardia e di qualità. «Ma dopo alcuni anni, per la crescita del centro e la personale specializzazione, ho dovuto fare una scelta – spiega la titolare Giovanna Cacciatori –. Così Perfectio Beauty Center si è trasformato. Come una crisalide che si apre, dal centro è emersa un'attività concentrata soprattutto sull'arte». Giotattoo è specializzato in tatuaggio artistico e 'cover up' (la copertura o modifica di vecchi tatuaggi), microdermopigmentazione con trucco semipermanente, microblading per sopracciglia, body piercing; è molto apprezzato per nail art, extension ciglia e laminazione. «Per noi è fondamentale lo studio personalizzato di immagini e disegni, perché rappresentino al meglio l'idea di chi li porta», sottolinea

Giovanna. Perfectio si occupa anche di corsi di formazione, tra cui di trucco semipermanente, tatuaggio artistico, extension ciglia e laminazione. Lo staff – dotato delle certificazioni di idoneità igienico-sanitarie previste dalla legge – è tutto al femminile e affiatato. Esperta di nail art, extension e laminazione è Rodica, «che tra un congresso e un concorso porta in studio tecniche innovative», spiega la titolare; per planning e gestione appuntamenti c'è Deborah; per body piercing e studio dei disegni c'è Aurora Eos Art. Infine, per tattoo artistico, cover up e dermopigmentazione c'è Giovanna «the boss», nel settore da 25 anni, già docente in scuole di estetica e formatrice in Fabbri Cosmetica e in corsi di Igiene a Eci-par. «Abbiamo anche Special Guest – chiude Giovanna –: talvolta invitiamo le tatuatrici di tendenza Sammy e Silvia Fenice».



FABBRIMARINE®



TATUAGGIO | TRUCCO SEMI PERMANENTE | PIERCING
RICOSTRUZIONE UNGHIE | EXTENSION E LAMINAZIONE CIGLIA

Via Cà Bassa 21 | 40068 Idice, San Lazzaro di Savena (BO) | Tel.: 051 6256021
info@perfectioeautycenter.it
Martedì - Sabato: 12.00 - 20.00 | si riceve su appuntamento.