

# SOMMARIO

# 03



**KEMON**  
art director › Alessandro Abei  
hair › A. Aliberti, M. Stirpe,  
R. Damiani, R. Tobia  
photo › A. Abei, P. Tocci  
make up › Claudio Ferri  
stylist › Claudio Ferri



**KEMON**  
hair: Staff Smart & Style  
photo: Elio Carchidi per Studio 154  
make up: Domenico Sanna  
stylist: Donatella Raggenti



Direttore Editoriale  
Franco Martini



Direttore Responsabile  
Alessandra Piubello



Photo Stylist  
Angela Martini

## EDI-RETE SRL

Viale del Lavoro, 17/A - 37036  
San Martino Buon Albergo (VR)  
Tel. 045.8781595 - Fax 045.8799252  
www.hairstyle.it - info@apsqueen.it

### DISTRIBUZIONE PER LA SPAGNA

Beauty Market Editorial, Kemon.

### DISTRIBUZIONE AMERICA LATINA

Silkey S.A.

### CORRISPONDENTI PER IL MESSICO

Ariadne, Freya e Janette Miranda

### HANNO COLLABORATO

Irene Menchini, Veronica Morales Angulo,  
Cristiana Rondini, Gigi Vesentini,  
Angela Martini, Margherita Bucci.

### GRAPHIC DESIGN

Francesco Apostolico,  
Giovanni Martini, Daniele Dusi

### FOTOGRAFIA

Malcolm Willison, Andrew Yee, Bazza, Alessandro  
Cecchini, Aldo Fallai, Martin Evening, Jules Egger,  
Pete Webb, Ben Cook, John Rawson, Andrew  
O'Toole, Stefano Bidini, Luis Vidal, Alain Bocquet,  
Martin Evening, Ron Kedmi, Roman Diretrich,  
Martin Klimo, David Placek, Mike van den Toom,  
Giov Marti, A. Abei, P. Tocci, Tabatha Fireman.

## EDITING A.P.S. srl

Viale del Lavoro 17/A - 37036  
S. Martino Buon Albergo. (VR)  
Tel. 045.8799269 - Fax 045.8799252  
www.hairstyle.it - info@apsqueen.it

La redazione non è responsabile dei testi, illustrazioni, e foto inviate e pubblicate. La sola responsabilità è degli autori. Il materiale raccolto per l'eventuale pubblicazione non sarà restituito salvo particolari accordi stipulati con autori, enti, associazioni e aziende. Le indicazioni dei marchi e degli indirizzi nelle pagine redazionali di questo numero sono a titolo d'informazione senza alcuno scopo pubblicitario. La riproduzione dei testi, disegni e fotografie pubblicate è vietata. La proprietà di essi è esclusiva del periodico QUEEN INTERNATIONAL che si riserva tutti i diritti di pubblicazione e traduzione internazionale. Printed in Italy - Tutti i diritti riservati Copyright QUEEN INTERNATIONAL registrato presso il Tribunale di Verona Autorizzazione n. 1085 del 23/04/1993. Spedizione in abbonamento postale C. 26 - Art. 2 L. 549/95 - da Verona C.M.P. IVA a carico dell'editore non detrabile dall'abbonamento ai sensi del D.M. 28/12/72 art. 1 comma 1 e successive modifiche. La ricevuta di pagamento del CCP è documento idoneo e sufficiente ad ogni effetto contabile e pertanto non si rilasciano altri documenti.



Questo periodico è associato  
all'Unione Stampa Periodica Italiana

### POSTA PER VOI

5 Le colonne del tempio

### L'INTERVISTA

6 Phil Smith:  
una passione per i capelli

### AZIENDE

3 CAP 29010  
11 RACCOON  
20 SAKS  
48 NYCE  
55 PHILIP MARTIN'S  
59 PHILIP MARTIN'S  
63 TAHE  
64 PIVOT POINT  
74 CHENICE  
119 TRICOSAL  
120 EVENTI ITALIA  
126 DAVER  
132 GLOBELIFE  
146 BOSS  
170 KEMON

### EVENTI

147 **Sfilate Prêt-à-Porter  
autunno-inverno:**  
Milano, Rio de Janeiro,  
New York, Londra, Barcellona  
163 Expo Beauty. ISTAMBUL  
168 Beauty & Fitness Exhibition  
Cairo EGITTO  
169 Operazione creatività  
KEMON

### STEP BY STEP

133 Pivot Point I  
136 Pivot Point I  
138 Patrick Cameron UK  
142 Concita Lopez MX

### ESTETICA

155 **Make-up**  
156 **Beauty**  
Milano, New York  
Sidney, London,

### RUBRICHE

164 **Cinema**  
166 **Libri**  
167 **Arte**

### RASSEGNA INTERNAZIONALE

12 Beverly C. per Racoon  
20 Saks Academy London  
26 Sassoon Academy  
31 Dessange  
38 Llongueras  
42 D&J Ambrose  
50 Karen Brown  
56 Mahogany  
60 Carlo Bay  
66 Clipso Artistic Team  
70 Coiffeur en France  
76 Mark Woolley  
81 Rae Palmer  
86 Keith Hall  
90 Gorgeous  
94 Techne  
96 Gandini Club  
102 Rizos  
106 Christine Margossian  
110 Clipso Artistic Team  
114 Shuky Zikri  
122 Petra Mechurova  
128 Headingout  
170 Jazz Hair Fusion - Kemon  
176 Smart & Style - Kemon

## TELESERVICE Distributore Ufficiale

Via Eustachi, 4 - 20129 Milano  
Tel. 02 29537558 - Fax 02 20241028  
www.teleservicesrl.com - e-mail: riviste@teleservicesrl.com  
**Numero Verde: 800 480332**



1 copia € 25,00  
Sottoscrizione annuale  
4 numeri Ita. € 85,00  
UE € 130,00  
Extra UE € 170,00



1 copia € 25,00  
Sottoscrizione annuale  
3 numeri Ita. € 70,00  
UE € 110,00  
Extra UE € 150,00



Official Translator for Queen International

www.greenschool.it

Language Consultants

Fotolito: ORBIT srl (Vr) - Stampa: CENTROOFFSET Mestrino (PD)

## POSTA PER VOI

### LE COLONNE DEL TEMPIO

Ehilà! Ciao, ben trovato, ben trovata! Però, come vola il tempo... eccomi di nuovo qui a... farmi leggere un po' da te. Proprio stamattina avevo davanti una quarantina di tuoi colleghi; durante uno scambio di opinioni una di loro alza la mano e mi fa una domanda: "lele, so che può sembrare una domanda banale... puoi almeno provare a dirmi, in due parole, come si costruisce un salone di successo?". Alla faccia della "domanda banale"!

Qualcuno ha riso, mentre molti sono rimasti in attesa di conoscere quale sarebbe stata la mia risposta. E come ho promesso a tutti loro, eccomi ad approfondire le "due parole" in questo articolo. Tengo a premettere che il successo è soggettivo, e che quindi ciò che è "successo" per un hair stylist non è detto che lo sia per altri suoi colleghi. Ci sono parrucchieri per le quali è stato un successo riuscire a mandare avanti il loro salone nonostante una gravidanza, e la successiva gestione combinata "famiglia & lavoro". Per certi parrucchieri è stato un successo riuscire ad acquistare il salone che affittavano.

Per certi parrucchieri il successo è arrivare ad avere più denaro, più dipendenti, o più saloni. Per certi parrucchieri il successo è insegnare a loro colleghi di oggi o di domani. Per certi parrucchieri il successo è un servizio fotografico, una pedana, la celebrità... Per Christopher Marlowe "Successo è fare ciò che vuoi della tua vita". "Insomma," penserai "non girarci intorno, tu cosa hai risposto alla mia collega? Come si costruisce un salone di successo?".

REALIZZANDO IL SALONE CHE OGNI GIORNO HAI IL CORAGGIO DI IMMAGINARE.

Ecco, è stata questa la mia risposta. Ti aspettavi di più? Ti aspettavi altro? Ti chiedi che cos'abbia di speciale questa risposta? Ok, approfondiamo. Hai fatto caso al titolo del pezzo? L'ho intitolato "le colonne del tempio". Parlo del tuo tempio, del tuo salone. E troppo spesso il tuo salone... non è tuo, o meglio, ti assomiglia poco, o peggio non ti assomiglia per niente. Quante volte ho visto trattare con eccessiva superficialità la scelta della posizione, del marchio, dei collaboratori, degli arredi... Pensa di indossare un abito di Armani, o Valentino; immagina la gioia, l'emozione di indossare un capo di così alto pregio. Ora pensa che quel capo non sia della tua taglia, bensì sia un paio di taglie in più o in meno... come ti sta? E tu, come ci stai dentro? Non solo. Immagina che questo abito sia verde (o blu, o rosso...), e tu quel colore proprio non lo sopporti; ti richiedo, come ci stai, e come ti senti? Ti starai domandando dove io voglia arrivare. Troppo spesso scegliamo in fretta o male, deleghiamo ad altri scelte che in realtà dovremmo influenzare noi, "copiamo" ciò che hanno fatto altri colleghi pensando "che se lo hanno fatto loro funziona... che se loro non lo hanno fatto, forse è perché non funziona...". Uffaaa!

Il tuo salone deve calzarti a pennello, come un



da ds. Vidal Sasson, Freja Miranda, Gianfranco Martini

abito su misura cucito per te e confezionato con il tessuto che tu hai scelto! Come puoi esprimerti al meglio se sei nel posto sbagliato? Se i tuoi collaboratori non ti piacciono? Se il marchio è anonimo e non parla di te? Se il salone è standardizzato, e non ti rappresenta?

Alè! Mi sembra di sentire alcuni di voi che stanno leggendo: "caro lele... non c'è tempo... non ci sono soldi... i clienti scarseggiano... i collaboratori non si trovano...". Ecco fatto, la coscienza è a posto. La colpa è fuori, "non dipende da me...". Palle! Riprendiamo la mia risposta: "realizzando il salone che ogni giorno hai il coraggio di immaginare". Ogni scelta ha le sue controindicazioni come ha le sue alternative. Ogni grande cambiamento all'inizio genera grande turbamento.

Per dirla come Omar Falworth "per essere felici occorre lottare, per essere infelici non occorre far niente". È apparentemente più semplice

Vivienne Mackinder e il gruppo Vidal Sasson, per il 51° anniversario di carriera, tradecenter show a long Beach 1994



appoggiarsi alle scuse anziché impegnarsi al massimo per trovare le soluzioni. Anzitutto devi avere le idee chiare, devi chiederti che tipo di parrucchiere vuoi davvero essere. Finché non rispondi a questa domanda è inutile parlare di successo: se arriverà, arriverà per caso, tanto che addirittura può accadere che quando arriverà non te ne accorgerai... o non lo apprezzerai abbastanza.

Ecco, questa è la prima colonna del tempio. La seconda è la clientela: il tipo di clientela che vuoi avere. Perché a dispetto di cosa pensano tanti, troppi parrucchieri, la clientela devi sceglierla; come? Con "la prima colonna": con il tuo stile, con il tuo modo di essere e di fare, con il tuo salone, il tuo team, il tuo talento.

E per fare tutto questo, per erigere queste due colonne portanti, ci vuole coraggio. Tanto. Elena investe quasi tutto ciò che guadagna in una baby sitter che la segua con il figlioletto, pur di non lasciarlo solo e pure continuare ad aggiornarsi. Fabio sta aiutando un collaboratore ad uscire dalla droga, accompagnandolo nei weekend in comunità. Marco fa due lavori per riuscire a mettersi in proprio l'anno prossimo.

Luca sta lasciando il salone di proprietà e si appresta ad affittarne un altro, pur di realizzarsi. Sì, Christopher, "Successo è fare ciò che vuoi della tua vita", e aggiungo "del tuo salone".

Caro lettore, comincia con l'immaginarlo, chiaramente e continuamente. È il primo passo, e proprio per questo è il più importante. E soprattutto dovrà essere il "tuo" passo, nessuno dovrà o potrà farlo al tuo posto.

Buona... passeggiata!