

a cura della Redazione

Notizie in pillole

Informazioni “di servizio” dall'Italia e dal mondo, selezionate per il canale professionale: notizie corporate (nomine, acquisizioni, partnership, iniziative rivolte al sociale, charity), segnalazioni di eventi aziendali (meeting, workshop, corsi di formazione) e tante altre interessanti curiosità!

IN BUCA!



Skin's Best Brazilian Waxing ha scelto di entrare a fare parte della grande famiglia Italian Ladies Golf Association, la più grande associazione italiana di donne golfiste, omaggiando tutte le iscritte ILGA con delle magiche palline logate per festeggiare il 25° anniversario dell'associazione.

www.skinsbrazilianwaxing.com
www.italiangla.it

CAMPUS 2019

In arrivo i Campus 2019 per chi vuole aggiornarsi, formarsi e diventare una Master! Per le appassionate del mondo nail: Brillbird organizza otto giorni di formazione full-immersion dall'1 all'8 giugno. Per chi invece vuole diventare una Master Lashmaker, il Campus LadyLash si terrà dal 5 all'8 giugno. Entrambi i campus si terranno a Fucecchio, in provincia di Firenze. www.brillbird.it

VTRIP

Continua l'evento itinerante organizzato da Venere - Software Centri Estetici: due giornate intense di formazione per approfondire le funzioni del software e analizzare le strategie di Marketing del centro estetico. Le prossime date in arrivo: il 16-17 giugno a Napoli e il 15-16 settembre a Catania. www.gestireinbellezza.it/vtrip2019/#scopri

IL VALORE DELLA BELLEZZA

Lo scorso 15 aprile, a Desenzano del Garda (Bs), si è tenuto A Sugar Day, un evento di divulgazione sull'epilazione con la pasta allo zucchero riservato ai professionisti del settore estetico. Organizzato da WeCare Italia, ha visto la partecipazione di Lina Kennedy, Fondatrice e CEO di Alexandria Professional®, azienda americana leader mondiale nel settore del Body Sugaring. Durante la conferenza del mattino Francesco Dugar, Product Manager Alexandria Professional® Italia, ha presentato alla platea il “Valore nel

business estetico con Alexandria Professional®” per sottolineare l'evidente valore aggiunto che il Body Sugaring offre alla propria clientela. A seguire l'intervento di Lina Kennedy, CEO di Alexandria Professional®, che ha dimostrato quanto il metodo AP sia oggi un valido trattamento per prendersi cura della pelle a tutto tondo. Simonetta Lanza, titolare del centro benessere Òlos di Treviso, ha condiviso la sua storia di successo con Alexandria Professional® e, numeri alla mano, ha dimostrato che il Body Sugaring è un servizio molto profittevole, teso ad aumentare la fidelizzazione della propria clientela e a incrementarne il numero. Nel pomeriggio nelle sale dedicate si è potuto assistere alle demo pratiche di Body Sugaring e KiSS Waxing, un'altra tecnica con lo zucchero, in cui si utilizzano le strisce depilatorie e la tecnica tradizionale di estrazione del pelo in senso contrario a quello di crescita. Sono quindi stati presentati i progetti formativi Academy AP e Fedelia, che accompagnano il professionista del settore estetico in un percorso di crescita professionale costante e altamente caratterizzante. Nel pomeriggio, Lina Kennedy ha raccontato a “Les Nouvelles Esthétiques Italia” la sua esperienza iniziata oltre venti anni fa come pioniera del Body Sugaring e racchiusa nel suo libro appena pubblicato, che sta già diventando un riferimento nella storia di imprenditrici di successo.

www.alexandriaprofessional.it
www.wecareitalia.it



In foto: Stefano Pennati (editore Esthetimedia Group), Lina Kennedy (CEO Alexandria Professional®), Francesco Dugar (Product Manager Alexandria Professional® Italia), Eliana Caldi (editore Esthetimedia Group) Susi Maggi (Product Manager Esthetimedia Group).

LEONARDO. GENIO E BELLEZZA

A Venezia, il Museo di Palazzo Mocenigo ospiterà, dal 3 maggio fino al 20 settembre, la mostra Leonardo. Genio e Bellezza. L'esposizione, ideata dalla studiosa Maria Pirulli, permette di esplorare un aspetto inedito della produzione leonardesca: quello legato al mondo della cosmesi. A tutti è infatti noto il talento multiforme di Leonardo da Vinci, inventore, scultore, pittore, ingegnere, architetto, ma non molti sanno che tra queste capacità vi è anche quella del cosmetologo. Lo dimostrano gli scritti dello stesso Leonardo e la corrispondenza tra il genio vinciiano e alcune tra le più importanti figure femminili delle corti rinascimentali, che riportano ricette ed esperimenti legati al mondo della bellezza e della cura di sé. In occasione dei cinquecento anni dalla scomparsa di da Vinci, nel 2019 Cosmetica Italia, associazione nazionale imprese cosmetiche, Accademia del Profumo e Cosmoprof hanno deciso di rendere omaggio all'ingegno di Leonardo con un'iniziativa che coniuga la celebrazione storica alla divulgazione di uno dei suoi aspetti meno conosciuti. L'esposizione propone una selezione di codici con le innovazioni di Leonardo in ambito cosmetico, oltre a studi su piante e fiori nelle sue opere e ai primi procedimenti di distillazione che hanno portato alla nascita della chimica. Non mancano le figure femminili rinascimentali più rilevanti con i loro esperimenti e ricette.

www.cosmeticaitalia.it

BEAUTY CLAIMS: REGOLE, SCIENZA E CONSUMATORI



Organizzato da SISTE (Società Italiana di Scienze Applicate alle Piante Officinali e

ai Prodotti per la Salute) e AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia), questo interessante Convegno si svolgerà a Milano, il prossimo 13 giugno, contestualmente al 24th World Congress of Dermatology. L'incontro, che vedrà la presenza di esperti e istituzioni, si distingue in tre sessioni: la prima affronterà il tema delle "regole" che in materia di affermazioni destinate al consumatore disciplinano alimenti, integratori alimentari e cosmetici; la seconda sessione è dedicata alle evidenze scientifiche esistenti in tema di "bellezza" cutanea e a come dimostrare l'efficacia e gli effetti dei prodotti; nell'ultima parte si darà "voce ai consumatori", commentando i risultati di un'indagine condotta presso un panel di settecento consumatori, volta a comprendere come sia oggi il comune sentire in tema di messaggi pubblicitari di prodotti destinati al mantenimento del benessere di pelle e annessi o alla modifica "non chirurgica" dei loro inestetismi e quali siano i fattori fondamentali che influenzano tale sentire.

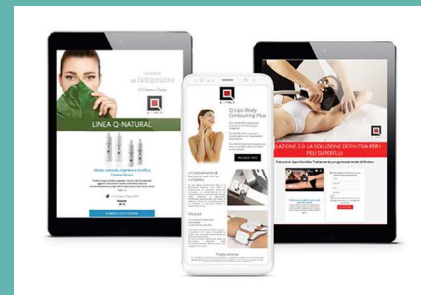
www.aideco.org

BEAUTY ITALIA 2019... IN UCRAINA!

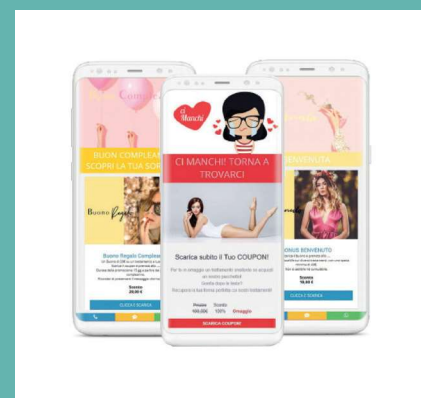
La Camera di Commercio Italiana per l'Ucraina, in accordo con le associazioni di categoria e le istituzioni ucraine, ha annunciato l'avvio di un programma strutturato per l'anno 2019 rivolto alle imprese italiane appartenenti ai settori del comparto estetico e della cosmetica. L'azione promozionale, dedicata al mondo del beauty, consiste in un progetto mirato a elevare le quote di export di una serie di aziende italiane selezionate, aiutandole ad avviare o aumentare le vendite su mercati esteri, tramite la creazione di una guida tecnica destinata agli operatori ucraini di settore e incentivando la partecipazione alla fiera internazionale Intercharm 2019, che si terrà a Kiev dal 18 al 20 settembre prossimo. Il progetto è promosso e in gran parte finanziato dalla Camera di Commercio Italiana per l'Ucraina, con la missione di avvicinare le imprese italiane a istituzioni e partner ucraini per avviare relazioni e supportarle nella creazione di un piano business funzionale e proficuo per tutte le parti coinvolte.

ccipu.org/it/

IL MARKETING SU MISURA PER TE



Q Italy ha come priorità il benessere economico delle proprie clienti e la crescita dei loro centri estetici. Per questo ha creato una partnership con BeautyCheck per fornire un servizio ancora più completo di supporto al marketing del centro estetico, tramite l'utilizzo di una piattaforma personalizzata con la quale sarà possibile: organizzare la lista clienti, gestire gli appuntamenti, creare pagine web e condividerle sui canali social e WhatsApp, invitare a eventi e Open Day raccogliendo i dati dei partecipanti, comunicare messaggi personalizzati (happy birthday, bonus benvenuto, clienti dormienti). Uno strumento che permetterà di fidelizzare la clientela, far aumentare il passaparola naturale tra le clienti e permettere al gestore del centro estetico di comunicare in tempo reale nuovi servizi e offerte promozionali. Tutto questo avverrà automaticamente senza bisogno di un'operatrice dedicata.



PER COMUNICARE AL MERCATO LE NOVITÀ ISTITUZIONALI CHE RIGUARDANO LA VOSTRA AZIENDA POTETE SCRIVERE A:

REDAZIONE@LNEITALIA.IT