

HAIR m CLUB

JESIEŃ 2020



FARMAGAN DAVROE

Koloryzacja
ton w ton
BEZ AMONIAKU



FARMAGAN

SUPERLATIVE tone&color

Krem koloryzujący, bez amoniaku, który doskonale wyraża pragnienie kobiety, aby uzyskać efekt ton w ton lub koloru podobnego do jej naturalnego z jasnymi i żywymi refleksami.

Jego formuła jest wzbogacona o wosk pszczeli, który ma działanie kojące i ochronne oraz o Olejek Limanthes Alba, który nadaje włosom połysk i blask bez ich obciążenia.

Najnowsza koloryzacja już dostępna w salonach Maniewski oraz wybranych salonach Farmagan.



Znajdź najbliższy salon na stronie www.farmagan.pl/salony

**Droga Czytelniczko,
Drogi Czytelniku,**

Jesteśmy bardzo szczęśliwi, że możemy oddać w Twoje ręce kolejny numer Magazynu HMC. Ostatnie miesiące były dla nas wszystkich prawdziwym wyzwaniem. Nie poddajemy się jednak i odważnie patrzymy w przyszłość. Zmieniło się wiele. Wciąż jednak naszym priorytetem pozostają zdrowe i piękne włosy. Magazyn to skuteczne patenty na to, jak dbać o włosy i sprawdzone rady dotyczące tego, jak wybierać produkty.

Nie zabrakło również ciekawych rozmów. Pierwsza z nich to wywiad z Maciejem Maniewskim, szczególnie, ponieważ taki jest też moment w życiu i rozwoju marki Maniewski. Rozmawiamy o planach, prognozach, wyzwaniach i o tym, jak ważna – zwłaszcza w momencie kryzysu – jest odpowiednio przygotowana strategia.

Przyglądamy się, jak COVID 19 zmienił branżę fryzjerską. Relacjonujemy, na czym polega akcja „Fryzjerzy Fryzjerom” i co okazało się najważniejsze dla całego środowiska. Chwalimy się zmianami w programie Akademii Maniewski i marki FARMAGAN.

Przyglądamy się również najnowszym trendom, które analizujemy pod kątem codziennych potrzeb i chęci wyrażenia siebie. Radzimy, jak dbać o siebie w mądry sposób. Przyjemnej lektury.

Redakcja

Kilka godzin to czas, który spędza u fryzjera kobieta każdego miesiąca. Staramy się zainteresować naszych klientów wyselekcjonowanymi treściami. Dlatego zapraszamy Państwa do współpracy reklamowej. Każda z naszych ofert jest dostosowana do indywidualnych potrzeb reklamodawcy. Do Państwa dyspozycji pozostaje zespół, który tworzy unikalne treści z zakresu content marketingu i artykułów sponsorowanych.

Chcesz dowiedzieć się więcej?
Napisz: redakcja@hairclub.pl



ALFABET

Profesjonalizmu

Przekraczanie granic, wytyczanie nowych dróg i żelazna konsekwencja. Maciej Maniewski pokazał, że w branży fryzjerskiej nie ma podziałów. Krytykę i narzekanie zastąpił rozwiązaniami biznesowymi i kreatywnymi. Rozmawiamy z nim o pasji, filarze jakim był, jest i będzie profesjonalizm i pandemicznym wyzwaniu.

Jak wyglądał lock down w wydaniu marki Maniewski?

To było i wciąż jest olbrzymie wyzwanie. Swobodnie byłoby rozmawiać, gdyby to się zakończyło. Wskaźniki i zalecenia nie są jednak jednoznaczne. Sytuacja się normalizuje, ale nie kończy. Wiele firm sobie nie poradziło. Wciąż nie znamy skali konsekwencji i nie wiemy, jak będzie wyglądała jesień. Cały czas pracujemy nad rozwiązaniami i staramy się organizować na nowo.

Ale wróciliście do pracy?

Tak. W nowym reżimie sanitarnym. W Magazynie HMC opowiada o nim Agnieszka Leśniak. Wciąż pomagamy też innym fryzjerom.

W jaki sposób?

Wszystko zaczęło się, kiedy zamknęliśmy salony i pojawiło się wiele niewiadomych. Czuję się reprezentantem branży beauty. Traktuję to bardzo poważnie. Sam niepokoiłem się o losy bliskich i pracowników marki Maniewski. To dziś ponad 120 osób. Myślałem o całej branży, o fryzjerach, z którymi znam się od 25 lat. Każdy radził sobie tak, jak tylko mógł. Największym wyzwaniem było czekanie. Każdy reagował inaczej. Niektórzy podejmowali emocjonalne, często desperackie decyzje. Brakowało poczucia bezpieczeństwa...

Było widać dużo napięcia również w środowisku...

Tak! Ale nie chciałem pozwalać na komentarze, że jesteśmy „specyficzną” i mocno podzieloną branżą. Postanowiłem łączyć, nie dzielić. Pytano o porady, dzwono. Moja bliskość komunikacyjna dawała wielu fryzjerom poczucie bezpieczeństwa. Czułem, że to mój obowiązek, moja powinność. Nagrałem film, przypominając hasło „Stop podziałom, stop hejtowi”. Dawałem wsparcie. Szybko okazało się, że te filmy obejrzały setki tysięcy ludzi. To dodało mi skrzydeł i upewniło w przekonaniu, że warto mieć swoje zdanie. Tak powstała inicjatywa FRYZJERZY FRYZJEROM.

Co się działo w jej ramach?

Powstały osobne kanały w mediach społecznościowych i strona www. Zapraszałem różnych gości do rozmów o przyszłości fryzjerstwa. Podczas pandemii zaczęliśmy robić spotkania, aby fryzjerzy skupili się na edukacji nie na problemie. Kreacja jest najlepszym lekarstwem. Daje upust emocjom. W wielu sytuacjach ratuje. Dlatego zorganizowaliśmy również specjalny konkurs (przyp.red. prace fryzjerów znajdziesz na stronie 10). Najważniejsze jest jednak, że zadziałała najważniejsza idea – solidarność i konsekwencja pod kątem wsparcia i edukacji.

Jak utrzymywaliście kontakt z klientkami?

Zorganizowaliśmy akcję #domowespa. Ten hashtag znakomicie radzi sobie w sieci. Przygotowaliśmy specjalny system konsultacji on-line, aby klientki mogły zadbać we właściwy sposób o swoje włosy w domu. Filarem mojego manifestu, który towarzyszy od lat mojej marce jest słowo PROFESJONALIZM. Jeśli coś ma być profesjonalnym produktem, powinno być dostępne do sprzedaży tylko w ramach profesjonalnych kanałów, z rekomendacji profesjonalistów, a w szczególności w salonach z ust fryzjerów, którzy wiedzą o włosach klientów najwięcej, pracując z nimi rzetelnie czasem po kilka godzin – ich porady są bezcenne. Uważam, że jednym z obowiązków fryzjera jest również edukacja Pań i Panów przychodzących do salonu. To co dzieje się w Waszych domach, powinno być naturalnym przedłużeniem pielęgnacji profesjonalnie wykonywanej w salonie. Edukacja to moja misja.

Dzięki czemu przetrwała marka Maniewski?

Dzięki fundamentowi. Sprawdził się zabezpieczony system sprzedaży internetowej. Mogliśmy polecać jako fryzjerzy najlepsze produkty. To ochrona przed systemami, które atakują stylistów, przed sklepami internetowymi tworzonymi przez hurtownie, przed stoiskami w galeriach handlowych. To sklepy stosujące różne praktyki przecen, które mogą szkodzić środowisku. To powoduje, że fryzjerzy nie mają rozwiniętych możliwości sprzedaży, a tylko rekomendacji. Udostępniają swoją wiedzę, a zakupów dokonuje się gdzie indziej. To nie fair. Zmieniam to. Edukacja nawet ta w wersji lock-down – musi wiązać się z monetaryzacją systemu rekomendacji i gwarancją kupna oryginalnych produktów o wysokiej jakości. Klient musi czuć się bezpiecznie. Podobnie jak fryzjer. To mój manifest, zawodowe ABC, które pozwala na rozwój indywidualnego biznesu, a nie wpieranie interesów monopolistów.

Jak zabezpieczony jest system FARMAGAN?

Kosmetyki w sieci są 10% droższe, w salonie można korzystać z niższych cen. Chodzi o to, aby klient sięgał po rzetelną, profesjonalną poradę. Klania się edukacja, o której tak wiele mówię. Usługa premium musi być połączona – składa się na nią praca, ale i doradztwo. Dzięki bezpieczeństwu, szczeremu systemowi przetrwaliśmy. Do tego samego zachęcam też wszystkich fryzjerów. Rynek wymaga promowania dobrych praktyk biznesowych, fachowości fryzjerów. Internet daje możliwości, ale to jedynie narzędzie, które może służyć bezpiecznemu systemowi. Będę namawiał fryzjerów, aby tworzyli system rekomendacji, aby poszli za naszym przykładem. Mam nawet specjalny zespół graficzny i ds. social mediów. To ludzie, którzy będą służyli radami fryzjerom. To jest nowa definicja poczucia bezpieczeństwa. Fryzjerzy powinni być ważniejsi niż hurtownie. Klienci też powinni mieć tego świadomość.

Jak to działało podczas pandemii?

Najłatwiej będzie mi odpowiedzieć, przytaczając historie klientów, którzy podzielili się swoimi doświadczeniami z tego trudnego czasu. W przypadku salonu Agnesse Boruń HairStyle z Zabrze oczywiście musiał być zamknięty, ale to nie oznaczało zostawienia klientek samym sobie. Rafał Boruń zadbał o to, aby miały dostęp do ulubionych produktów i przygotowywał dla nich kuracje pielęgnacyjne. To sprawiło, że łatwiej było mu przetrwać. Coś się działo. Tego rodzaju lekcje – raz odrobione – mogą być doskonałym przykładem na model odsprzedaży. Klient wraca do salonu – nie do drogerii. Odsprzedaż może być częścią biznesu – to zdanie będę Wam powtarzać. Bardzo ucieszyły mnie też słowa Agnieszki właścicielki salonu Agnieszka Gajda-Juzak Hair Designer z Wrocławia. Powiedziała, że dzięki zamkniętemu systemowi mogła spać spokojnie. Wszystko dlatego, że dotrzymaliśmy obietnicy dotyczącej nie obniżania cen w internecie... A przecież mogliśmy to zrobić. Podczas pandemii każdy walczył o przetrwanie, działaliśmy na emocjach, chcie-

liśmy zarabiać. Ale tutaj zadziałała konsekwencja. Skoro kontrola była utrzymana w tak trudnym momencie, to buduje zaufanie, że tak będzie już zawsze. Dla nas bezpieczeństwo fryzjerów jest podstawą. W końcu udało się stworzyć system, z którego sam chciałbym korzystać.. Chodzi o poważne traktowanie. Kontrola daje bezpieczeństwo. Cieszę się, że stwarzam warunki innym w marce FARMAGAN. Początkowo wahałem się, czy fryzjer może zajmować się dystrybucją. Okazuje się, że to był strzał w dziesiątkę. Fryzjerzy czują, o co chodzi z poczuciem bezpieczeństwa. Najważniejsze, że to działa i klienci są zadowoleni. W biznesie może być wiele trudnych okresów. Dobra sprzedaż w salonie może być filarem w kryzysie. FARMAGAN nie ma przedstawicieli handlowych. Nikt na nikim niczego tutaj nie wymusza. Fryzjerzy nie są atakowani dziwnymi akcjami, naciskani telefonami. To oni sami kontaktują się z nami. Tak to ma działać. Cieszę się, że udało mi się stworzyć idealne warunki dla fryzjerów, na jakie sam czekałem i o jakich marzyłem. Współpraca między fryzjerem a dystrybutorem powinna opierać się na szacunku i poczuciu bezpieczeństwa. Trzeba grać fair.

Co zmieniło się w Akademii Maniewski?

25 lat jestem fryzjerem, a od 20 szkolem ludzi w całej Polsce – edukacja jest największą siłą. Pozwala uzyskać najważniejszy rodzaj pewności siebie – pewność siebie zawodową. Od zawsze tłumaczyłem też, że to trening czyni mistrza. Najważniejsze, żeby nie ulegać impulsom i nie poddawać się modom rynkowym, ale mieć wewnętrzny plan, swoją strategię i za tym podążać. Najważniejsze w edukacji niezmiennie regularność. W związku z tym przygotowałem kolejny plan szkoleniowy, który od jesieni będą mogli poznać wszyscy zwolennicy dobrej edukacji fryzjerskiej. Z uwagi na to, że plan jaki przygotowałem dla Akademii Maniewski jako główny jej kreator jest planem rocznym dla kursantów. Już pod koniec roku będzie można zapisać się na kolejny rok. Nie zabraknie specjalnych ofert i bardzo atrakcyjnych cen jak i specjalnych, gratisowych spotkań ze mną – co obiecywałem m.in. osobom, które tak chętnie przyłączyły się do akcji Fryzjerzy Fryzjerom. (przyp.red. więcej o Akademii Maniewski znajdziecie na stronie www.maniewski.pl/akademia). Przygotowujemy roczny program, gdzie będę wspomagać fryzjerów w całej Polsce. Mamy setki tysięcy obserwujących. Chcemy dawać przykład. Kilka razy w ciągu roku – a regularność to sukces – będziemy spotykać się z fryzjerami. To nowość. Zobowiązanie i gwarancja rozwoju. Program będzie też wzbogacony o dodatkowe spotkanie ze mną poświęcone najnowszej kolekcji. Po ukończeniu kursu dostaje się dyplom i znak jakości „Maniewski recommends” na rok do przodu – czyli na rok 2022. Trendy i kolekcje zawsze wyprzedzają tendencje w modzie. Za tym idzie też cały system wsparcia w mediach społecznościowych, w magazynach tradycyjnych i elektronicznych. Wspieramy w ten sposób biznes, który stawia na jakość. Dyplomy będą też personalne i obejmować cały salon, jeśli dany właściciel przeszkoli razem z nami większą część swojego personelu. To wzmocnienie biznesu i przyciąganie świadomych klientów. System wsparcia to również przekazywanie klientom, którzy bardzo często proszą mnie o rekomendację sprawdzonego salonu w danym mieście. Przekazywanie klientom możliwe jest tylko wtedy, kiedy szkolicie się regularnie i mamy 100% pewność, że ktoś trafia w najlepsze ręce. Znowu klania się konsekwentna edukacja.

Co z klientkami?

Zmiany, zmiany, zmiany Moje Drogie. Razem z instruktorami Maniewski i FARMAGAN pracujemy nad kolejną kolekcją, która będzie wyprzedzać trendy. Mam nadzieję, że uda nam się Was zaskoczyć, a nasze propozycje pozwolą wydobyć piękno z każdej z Was. Zachęcam Was do wspólnego szukania inspiracji i czytania bloga Maniewski. To darmowa skarbnica wiedzy i gotowy poradnik produktowy.

Rok 2020 to również zmiany w Twoim życiu prywatnym.

Jak mieszka się w nowym domu?

W życiu warto marzyć i trzeba to robić. Zawsze marzyłem, aby mieszkać na peryferiach Warszawy i mieć miejsce, do którego będę wracać, chcąc złapać balans. Dwadzieścia kilka lat życia w ciągłym ruchu, szkolenia, pokazy, zrobiły swoje. To mocny ubytek energii, którą trzeba gdzieś odnawiać. Na kolejne treningi i wyzwania biznesowe trzeba mieć siłę. Od zawsze czerpałem ją z natury. Obcowanie z nią było dla mnie niezwykle ważne. Nie zatrzymywałem się. Wolna niedziela? Coś takiego przez lata nie istniało. Marzyłem o miejscu, które pozwoli mi się zatrzymać, spojrzeć w niebo, posłuchać drzew i poczytać książkę. Udało się!



Ale Twój dom to nie jest tylko przestrzeń relaksu, prawda?

Nie byłbym sobą, gdyby było inaczej. Praca to moja wielka pasja. W życiu zawsze starałem się łączyć przyjemne z pożytecznym, marzyłem, żeby we własnym domu, na który czekałem wiele lat mieć własne studio. Miejsce, w którym można tworzyć i nic mnie nie krępuje. W każdej chwili mogę tam zejść, działać, robić plany techniczne, tworzyć kolekcje. A tym samym dzielić się moją wiedzą z innymi dzięki studiu nagraniowemu.

Zbudowałeś je w garażu?

Tak! To sentymentalna podróż do tego, jak przed laty rozwijałem markę Maniewski. Pierwszy salon również powstał w garażu. Tym razem właśnie w takiej nietypowej przestrzeni stworzyłem coś innego, czyli studio. To stamtąd łączę się poprzez specjalne relacje LIVE z fanami, klientkami, klientami i branżą fryzjerską. Z uwagi na profesjonalne przygotowanie przestrzeni przenieśliśmy tam wszystkie nagrania mojego kanału na YouTube.

Spółeczność kanału na YouTube zbliża się do stu tysięcy obserwujących. Jak powstają kolejne odcinki?

Można powiedzieć, że na zamówienie klientek i klientów. Staram się dobrać tematy w sposób poradnikowy. Radzę, jak dbać o włosy i czym się kierować, dobierając fryzurę. Cały czas edukuję. Każdy z odcinków to porcja skondensowanej wiedzy. Opracowuję praktyczne porady, proste tricki, coś co każdy może zastosować. Fani często zaczepiają mnie i potwierdzają, że taka wiedza jest bardzo potrzebna. I owszem mógłbym robić kanał o wszystkim i o niczym, to chwytliwe i łatwe – ja wolę jednak inną drogę. Wiem, że ode mnie wymaga się więcej. Sam tego od siebie wymagam. Zachęcam do subskrybowania i śledzenia tego, co się dzieje. Pamiętajmy, że jesteśmy też na Instagramie - www.instagram.com/maniewski - bijąc rekordy popularności wśród branży i klientek i gromadząc ponad 102 000 społeczność.

Jakie są Twoje plany? Człowiek o tak wielu talentach i tak szerokim spectrum możliwości musi mieć trudny wybór, podejmując decyzję, czemu się poświęcać...

Coś w tym jest. Rozwój biznesu, tworzenie kolekcji, nowe marki, edukacja, nie mówiąc już o sesjach zdjęciowych czy programach telewizyjnych. Telewizja oznacza często wyjazd na kilka miesięcy i przemieszczanie się z jednego planu zdjęciowego na drugi. To niekończąca się praca i odpowiedzialność. Traktuję to bardzo poważnie. I to prawda, jest tego sporo, a doba wciąż ma tylko 24 godziny. Ale edukacja to podstawa. Zarówno sam doskonale się na całym świecie. Rozwój to obowiązek każdego. W najbliższym czasie zaczynam pracę z instruktorami marki Maniewski, stawiam na tych najbardziej wymagających i kreatywnych. Mam mocny zespół, a wierzę, że będzie jeszcze lepszy. Rok 2021 będzie związany z doskonałaniem. W końcu zaufały nam setki tysięcy klientów w Warszawie, Krakowie, Katowicach, Wrocławiu, Rzeszowie i Bukowinie.

nie. Często pokonują setki kilometrów. Muszą dostawać „efekt wow”. FARMAGAN, który sprowadziłem do Polski, stał się znakiem jakości. Początkowo produkty zostały ściągnięte do kraju dzięki moim klientom. Potem podzieliłem się z kolegami i koleżankami z branży. Do fryzjerstwa zawsze podchodzę z pasją, podobnie do dystrybucji. Biznes musi łączyć się z profesjonalizmem. FARMAGAN nigdy nie będzie figurował na tanich stronach internetowych. Klienci będą kupować go tylko w salonach dzięki profesjonalnym rekomendacjom. Czas na kolejny poziom jakości usług. Pracuję nad nim. Będę przyglądał się naszemu systemowi i będę go kontrolował. Lepsze jest wrogiem dobrego. Poza tym cały czas się uczę. Moje podróże szkoleniowe trwają od 25 LAT. Byłem w najlepszych akademiach fryzjerskich świata (Allilon, Toni&Guy, czy Sassoon). Ostatnio mam intensywne treningi z akademią Senzi i Zgat – to automatycznie daje energię, pomysły i rozwiązania dla salonów, a więc dla kursantów Akademii Maniewski. Inspiracje to jedno, ale to formy salonowe, użytkowe, ułatwiając codzienną pracę. Chcę dzielić się doświadczeniami. Wracamy do korzeni naszej marki. Kiedy powstała 15 lat temu najważniejsza była perfekcja i precyzja strzyżeń nożyczkami. Nic się w tym temacie nie zmieniło. Szanujemy swoje korzenie i podwaliny systemu edukacyjnego, który stworzyliśmy. To inwestycja w wiedzę i profesjonalizację rynku. Programów szkoleniowych ze strzyżeń będzie u nas jeszcze więcej i zobaczycie to również w naszych social mediach.

Urodziny marki to okazja do podsumowań. Czy pracujesz nad manifestem?

Oczywiście. Robię to od kilkadziesiąt lat. Zbieram doświadczenia. Najważniejszym filarem mojej marki jest PROFESJONALIZM. To on przekłada się na sposób działania salonów, system szkolenia fryzjerów, umowy, które zawieram. Jestem artystą i biznesmanem. Powołany przeze mnie M Klub to firma dystrybucyjna, która nie tylko umożliwia dostęp do najlepszych moim zdaniem kosmetyków na rynku – mam na myśli markę FARMAGAN. Ale daje mojej branży gotowe rozwiązania biznesowe, które pozwalają rozwijać własne firmy. Rok 2020 to będzie przełomowy czas. Selekcjonujemy salony, z którymi pracuje FARMAGAN. Wybieramy tylko najlepszych partnerów. To ma być elitarne grono. Grupa, która ustala zasady. Rozwijamy systemy sprzedaży liniowej połączone z programami edukacyjnymi. Stali klienci marki, kupując towar z bardzo dobrym rabatem, otrzymują od nas regularne szkolenia w systemie właśnie liniowym, prowadzone przez najlepszych instruktorów marki FARMAGAN – doskonali fachowcy od strzyżeń i kolorystyki. Jesteśmy dumni m.in. ze współpracy z Sebastianem Curyło oraz z Pawłem Kamińskim, z którym pracuję od lat. Dodatkowo wspomaga nas Akademia Maniewski i ja jako jej główny kreator. Klienci FARMAGAN mają dostęp do tej jakości i rozliczeń liniowych. A lista instruktorów jest bardzo długa. To przyjaciele, z którymi nie raz występowałem na scenie, tworząc pokazy i programy edukacyjne. Klienci FARMAGAN dostają więc nie tylko produkty, ale rzetelny system szkoleniowy. Więcej informacji na ten temat możecie znaleźć na www.farmagan.pl i www.maniewski.pl/akademia. A w końcu to trening czyni mistrza i stanowi gwarancję powracających klientów, których możemy zaskakiwać wciąż na nowo. Pokazujemy, że rzetelność, pasja i profesjonalizm pozwala przenosić góry. Nagradzamy dobre praktyki. Odrzucamy drogi na skróty. Konsekwencja popłaca. Doskonale widzę to, obserwując moją markę. Wiem też, że ma wysoką cenę. Dlatego chce dzielić się swoją wiedzą. Dla klientek przygotowaliśmy nowości. Tym razem zabiorę Was w podróż nie tylko do Włoch, ale i do Australii. Już kilka lat temu znalazłem tam niezwykłą markę. To pierwsze produkty na rynku, które są w pełni wegańskie. Pojawiają się inne marki, które przypisują sobie taką rangę, ale to tylko chwyt marketingowy i zawierają na przykład siarczany. W przypadku Davroe fryzjerzy też powinni trzymać rękę na pulsie. Będą mile zaskoczeni. Maniewski cały czas przekracza granice i ustawia poprzeczkę bardzo wysoko.

Maciej Maniewski

DZIEŃ Z ŻYCIA MISTRZA



Życie w ciągłym biegu, tysiące spraw do załatwienia i długa lista obowiązków - tak standardowo wygląda każdy dzień Macieja Maniewskiego. Sprawdziliśmy, jak radzi sobie z ogromem pracy i łączy różne aktywności

Szybkie poranki

Pobudka raczej bez budzika. Natłok myśli nie pozwala dłużej spać. Jestem bardzo aktywnym człowiekiem i to odzwierciedla się w mojej codzienności. Uwielbiam muzykę. Dlatego rano lubię zaczynać dzień na przykład z Noviką. Od dawna pracujemy ze sobą i jej muzyka skutecznie ładuje baterie. Czego używa fryzjer we własnej łazience? U mnie to od kilku ładnych lat FARMAGAN. Nie wyobrażam sobie codzienności bez kosmetyków ACTION, wzmacniających skórę i włosy. Doskonale radzę sobie z problemem wypadania włosów. Uwielbiam też serię POINT i POINT BARBER. Efekt stylizacji w ciągu 60 sekund to coś dla każdego faceta. Poranna rutyna to również Merz Spezial. Biorę drażetki dwa razy dziennie. To dla mnie gwarancja właściwej suplementacji, a tym samym mądrego zadbania o włosy również od środka. Po szybkim śniadaniu wyruszam prosto do pracy.

Intensywne przedpołudnia

Po wejściu do salonu zawsze zaczynam część biurową. Prowadzenie dużej firmy, jaką jest marka Maniewski, to zobowiązania i duża odpowiedzialność. Mam zespół, na który mogę liczyć, ale jednocześnie to ja jestem odpowiedzialny za kreacje i nowe pomysły, zachęcam do działania, ciągle proponuję coś nowego. W dalszej kolejności odbieram telefony biznesowe, kontaktuję się z moim działem social media w ramach specjalnej grupy na FB, konsultuję scenariusze nowych odcinków mojego programu na YT, rozmawiam z pracownikami. W końcu podchodzę do fotela i zaczynam spełniać się jako fryzjer. To sprawia mi największą frajdę. Dzięki temu, wiem, że wybrałem słuszną.

Siesta w pracy?

Szybki lunch w warszawskim Vitkacu, którego restauracja częściowo staje się moim biurem, to zaledwie chwila wytchnienia. Szybko wracam do salonu. Czekają na mnie kolejne klientki. Gdy tylko skończymy konsultacje i na ich głowach pojawiają się wymarzone fryzury, będę mógł skoncentrować się znów na pracy biurowej. Od rana na skrzynce mailowej pojawiają się kolejne wiadomości i propozycje współpracy. Kursanci Akademii Maniewski piszą do mnie z prośbami o rady, członkowie założonej przeze mnie grupy Fryzjerzy Fryzjerom również mają masę pytań. Salony powoli wracają do pracy po pandemii. To czas, kiedy musimy się podwójnie wspierać. Staram się zawsze mieć dla nich czas.



Czas do domu

Mój standardowy dzień wypełnia praca. Dlatego tak doceniam, że mogę wrócić do domu. Pod Warszawą mieszkamy z moją narzeczoną od kilku miesięcy, ale śmiało możemy powiedzieć, że to nasz wymarzony dom. Urządzony zgodnie z planem, dostosowany do naszych potrzeb. Na ścianach znajdują się zdjęcia z kolekcji przygotowanych przeze mnie. Przestronna kuchnia. Specjalnie zaprojektowana łazienka, która stanowi naszą prywatną strefę relaksu. Zadbaliśmy, aby jej wnętrzu cieszyło oko i ułatwiało dbanie o siebie. Taki efekt udało nam się osiągnąć za sprawą toalety myjącej GEBERIT AquaClean Sela, która zachwyca ponadczasowym designem i sprawia, że zwykła łazienka zmienia się w domowe SPA. AquaClean to toaleta, która myje strefy intymne ciepłą wodą. Dodatkowo umywalka z serii GEBERIT Acanto z powierzchnią odkładczą dodaje naszej łazience lekkości i ułatwia dostęp do ulubionych kosmetyków, których nie ukrywam, mamy sporo. W domu jest również specjalne studio, które umożliwia mi nagrywanie kolejnych odcinków Metamorfóz na mój kanał na YT. Oboje czujemy się tutaj swobodnie. To dobra przestrzeń, aby odpoczywać i pracować nad kolejnymi projektami. To realizacja mojego marzenia, które zaszczepił we mnie mój mentor, czyli dziadek. Często zastępował mi ojca. Dom otacza natura. To otwiera pole różnych aktywności. Długie spacerunki, moja ukochana jazda na rowerze i nowość, czyli praca w ogrodzie. Pokochałem to! Już trochę chyba przedwcześnie wiem, jak będzie wyglądała moja emerytura - właśnie tak. Ale dom to też miejsce, gdzie obmyślam pomysły na kolejne aktywności. O tych najważniejszych będę informować już niebawem.

ŻADNA INNA TOALETA SIĘ **NIE UMYWA.**

GEBERIT AQUACLEAN. TOALETA MYJĄCA.



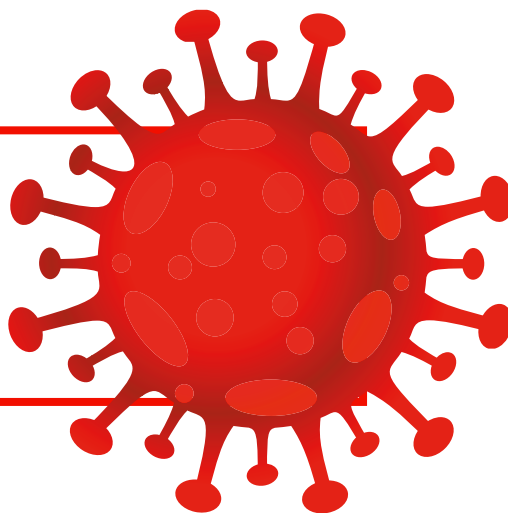
DESIGN
MEETS
FUNCTION

Poznaj zupełnie nowe uczucie świeżości i czystości dzięki Geberit AquaClean: toalecie z funkcją podmywania strumieniem ciepłej wody uruchamianą za naciśnięciem przycisku. Dodatkowe informacje na temat wszechstronnych modeli toalet z funkcją podmywania są dostępne na stronie internetowej pod adresem www.geberit-aquaclean.pl.



COVID-19

A PRACA SALONÓW



Salony fryzjerskie i kosmetyczne po czasie zamknięcia wróciły do pracy. Nikt nie jest jednak wolny od obostrzeń. Rejestracja jest możliwa tylko przez telefon bądź strony www, a właściele i pracownicy muszą stosować się do zasad reżimu sanitarnego. O nowej rzeczywistości pracy rozmawiamy z Agnieszką Leśniak, Dyrektorem Generalną Salonów Maniewski.

Jak pandemia wpłynęła na pracę salonów?

Niestety znacząco. Nic już nie jest takie, jak za czasów przed ogłoszeniem pandemii. Ze względów bezpieczeństwa zmniejszyła się ilość pracujących jednocześnie fryzjerów, przez co znacznie wydłużył się okres oczekiwania na wizytę u swojego ulubionego stylisty. Priorytetem jest dla nas bezpieczeństwo. Pracownicy swoją pracę wykonują z zachowaniem wszelkich środków ostrożności, swoich klientów przyjmują w maseczkach bądź w przyłbicach. W powietrzu natomiast wyczuwalna jest woń środków dezynfekujących, mieszająca się z zapachem używanych produktów, tworząc nieznane nuty zapachowe.

Jakie dodatkowe środki ostrożności są jeszcze stosowane?

Przede wszystkim przyjmujemy klientów wyłącznie po wcześniejszym umówieniu się za pomocą środków zdalnych, czyli telefonicznie bądź za pomocą rezerwacji online. Poczekalnie zostały wyłączone z użytku, co za tym idzie klient jest zapraszany do salonu o konkretnej godzinie. Nie ma też możliwości przybycia do salonu z osobą towarzyszącą. Rzeczy osobiste klientów przechowujemy w odpowiednio przygotowanych do tego workach jednorazowych, by nie stykały się ze sobą. Materiały pomocnicze zostały zastąpione jednorazowymi, a przestrzeń pomiędzy stanowiskami wynosi minimum 1,5 m. Czas wykonywanych usług również uległ zmianie - został wydłużony na poczet dokładnej dezynfekcji stanowiska pracy po każdym obsłużonym kliencie. Z salonów zniknęła prasa w związku z panującymi obostrzeniami, nie można też użytkować własnego telefonu komórkowego na terenie salonu. Pracownicy mają obowiązek załatwiania ust i nosa oraz noszenia rękawiczek jednorazowych przy każdorazowym wykonywaniu usług. Salony zostały wyposażone w urządzenia oczyszczające powietrze, co wspomaga walkę z wirusami.



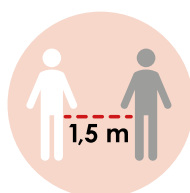
Jak zmieniły się realia pracy fryzjerów?

Dłuższy czas pracy i mniejsza liczba klientów, to efekty dostosowania się do nowych obostrzeń. Nie może być mowy o opóźnieniach. Fryzjer musi wykonać daną usługę w przewidzianym czasie, dlatego klient, który chciałby dodatkową pielęgnację, bądź inną dodatkową usługę musi informować o tym recepcję w momencie rezerwacji terminu. Nakładanie farby czy strzyżenie, gdy klient ma na twarzy maskę, to również nowość, która stała się wyzwaniem. Natomiast kwestia wymiany rękawiczek jednorazowych czy odkażanie narzędzi po klientach - to czynności, które były wykonywane w salonach Maniewski zawsze.

Na co powinni być przygotowani klienci?

W pierwszej kolejności na fakt, że w związku z zaistniałą sytuacją troszczymy się o siebie wzajemnie. Co za tym idzie nie zatajamy ważnych informacji na temat własnego stanu zdrowia, ani nie uchylamy się od obowiązku noszenia maseczki, tudzież przyłbicy w miejscach zamkniętych, jakimi są salony fryzjerskie. Po przekroczeniu progu na każdego czeka formularz dotyczący obecnego stanu zdrowia oraz stanowisko, gdzie należy starannie zdezynfekować dłonie. Jeśli klient nie jest w posiadaniu własnej maseczki, oczywiście wyposażamy go w nią. Klienci mogą liczyć na wodę w oryginalnie zapakowanych butelkach, mogą przynieść z własną kawą i książką, ale ze wskazaniem, by wszelkie prywatne rekwizyty trzymać blisko siebie. Wszyscy mamy nadzieję, że niebawem obostrzenia znikną i będziemy pracować w normalnym trybie.

www.maniewski.pl





#fryzjerzyfryzjerom

Panika, stres i wciąż wiele niewiadomych. Pandemia koronawirusa egzekwowała i wciąż egzekwuje branżę beauty. Nadal potrzebna jest solidarność i zdrowy rozsądek. Akcja „Fryzjerzy Fryzjerom – stop podziałom” wcale się nie kończy. Program wsparcia zainicjowany przez Macieja Maniewskiego nadal będzie pomagał fryzjerom. Skutki Covid 19 będą odczuwalne przez najbliższe miesiące dla nas wszystkich. To z kolei oznacza coraz więcej znaków zapytania z jednej, ale też szans pomagania sobie z drugiej strony.

Covid 19 sprawił, że wszyscy fryzjerzy stali się równi. Nazwa salonu czy firmy, z którymi współpracuje dany fryzjer nie miały znaczenia, chodziło o zjednoczenie. Tylko wspólny głos może być słyszalny i spowodować realną zmianę. Powstały osobne media społecznościowe www.facebook.com/fryzjerzyfryzjerom.pomoc, który zgromadził 10 tysięcy obserwujących i specjalna grupa na tym samym portalu zrzeszająca 5 tysięcy przedstawicieli branży.

Stop hejtowi to kolejne ważne hasło. - Jeśli chcemy pomocy i chcemy czuć wsparcie, nie możemy jednocześnie hejtować wszystkich i wszystkiego. To kolejna lekcja. Nie możemy kopać pod sobą dołków i wytykać błędów. Zamiast tego działajmy konstruktywnie - apelował Maciej Maniewski. Idea to połączenie i wymiana informacji. Co za tym idzie o zaspokajanie wzajemnych potrzeb. Każdy dzień to inne decyzje. W ramach akcji „Fryzjerzy Fryzjerom” eksperci z różnych branż dzielili się swoją wiedzą. Mistrzowie prowadzili również specjalne szkolenia live. Społeczność otrzymała też wsparcie marketingowe w postaci szkoleń z social media.

Akcja będzie miała swoją kontynuację również po zakończeniu pandemii. Wciąż potrzebne będą szkolenia. Wsparcia oczekują również uczniowie, których edukacja została zamrożona. Środowisko będzie o nich pamiętać. Fryzjerzy Fryzjerom chcą być przykładem solidarności dla innych grup zawodowych.

W ramach akcji **Fryzjerzy Fryzjerom** ogłoszono również ogólnopolski konkurs „**POEMATY FRYZJERSKIE**”, w ramach którego fryzjerzy z całego kraju mogli pochwalić się swoimi dokonaniem. Spośród 130 zgłoszeń wybrano te najlepsze w trzech kategoriach: fryzura męska, damska i fryzura alternatywna. Prace oceniało jury złożone z ekspertów branży. Zasiadli w nim **Małgorzata Babicz, Maciej Maniewski i Paweł Kamiński**. Najbardziej kreatywni fryzjerzy otrzymali nagrody w postaci szkoleń, narzędzi i kosmetyków.



Patrycja Szustak



Joanna Jakóbek



Sylwia Jakubiszyn



Joanna Jakóbek



Monika Bierska



FARMAGAN

Warsaw Dream

Nietypowe zestawienia, intrygujące dodatki i wszystko to, co przyciąga wzrok – najnowsza kolekcja klientów FARMAGAN w wydaniu mody ulicznej inspiruje!

Ulica definiuje dzisiejszy styl, daje nieskończenie wiele możliwości, również w zakresie stylizacji fryzur. IV kolekcja klientów FARMAGAN dopasowuje stylizacje do stylu bycia, jest unikatowa, wpisuje się w obecne trendy.

Miejscem sesji były najpiękniejsze plenery i miejsca Warszawy. Ta sceneria idealnie pasowała do stylu i temperamentu modelek, świetnie uzupełniła prezentowaną modę uliczną. Pałac Kultury, ulica Złota, czy Stare Miasto mają osobliwą aurę, stanowią idealne odzwierciedlenie założeń tej sesji.

Na skrzyżowaniu pasji i profesjonalizmu rodzi się prawdziwa kreacja. Ceniemy najzdolniejszych i chcemy dawać im szansę, promując talent i zaangażowanie. Tak właśnie działa rodzina FARMAGAN. Nasi klienci regularnie tworzą kolekcję, które są wizytówką marki i ich talentów. Mogą pracować pod okiem najlepszych. Nie czekaj i rozwijaj się razem z nami. Sprawdź, w jaki sposób marka FARMAGAN pozwoli Ci stać się numerem jeden na rynku.

Zeskanuj kod,
aby obejrzeć film





Ernest Kawa: Kolekcję „Warsaw Dream” chcieliśmy w oryginalny sposób podkreślić styl uliczny, funkcjonalny, żywy i prawdziwy. Stylizacje autorstwa Anny Kołtuńskiej, Bogusławy Grajewskiej, Katarzyny Szewczuk i Piotra Szyszki mają w sobie sporą dawkę kreatywności i świeżego spojrzenia na fryzjerstwo. Podczas pracy na backstage’u widziałem olbrzymie zaangażowanie tych stylistów w tworzeniu kolekcji – chcieli kreować, zaskakiwać... Chęć eksperymentowania, pasja w tworzeniu stylizacji, dbałość o każdy detal, niebanalne rozwiązania były kluczem do sukcesu każdej wypracowanej formy fryzjerskiej.



Mariusz Stawski: Kolekcję „Warsaw Dream” dedykowaliśmy tym, którzy świetnie odnajdują się w miejskiej dżungli. Stylizacje, które miałem przyjemność koordynować przyciągają wzrok, zwracają uwagę na każdy detal, poczynwszy od garderoby, skończywszy na fryzurze. W IV kolekcji klientów FARMAGAN nie było miejsca na przypadki. Stylizacje autorstwa Anny Kołtuńskiej, Bogusławy Grajewskiej, Katarzyny Szewczuk i Piotra Szyszki to nie przebrania, fryzura to obraz tego jacy jesteśmy, jakie mamy wartości, w jaki sposób mówimy, poruszamy się... Dlatego kluczem wspólnym dla powstałych form była obserwacja mody ulicznej, która podczas sesji dała nam tak wiele możliwości kreacji.

Foto: Hubert Zieliński

Video: Angelika Cios

Make up: Samanta Falkowska

Stylista: Bartosz Ligocki

Koordynatorzy fryzjerscy: Ernest Kawa, Mariusz Stawski

Fryzjerzy: Bogusława Grajewska, Anna Kołtuńska, Katarzyna Szewczuk, Piotr Szyszka

Modelki: Michalina Kaza, Honorata Wojtkowska, Paulina Rułka, Lexi Wojtkowska (Specto Models)

Warsaw Dream

Piotr Szyszka Irokez Hair Styling | Gorzów Wlkp.



FARMAGAN

Warsaw Dream

Anna Koltuńska Studio Fryzur ANN HAIR | Lubiniec

Warsaw Dream

Bogusława Grajewska - Fryzjer-Trycholog | Biskupiec



FARMAGAN

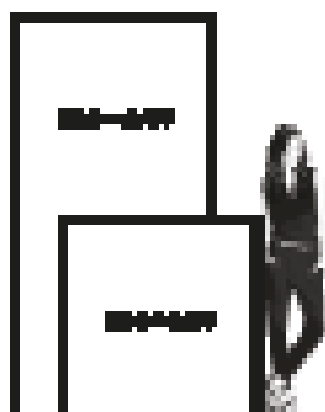
Warsaw Dream

Katarzyna Szewczuk Salon Fryzur Katarzyna Szewczuk Hair Stylist | Lublina

MAKSYMALNY MINIMALIZM

MONOLITH

Wzrost: 100 cm, szerokość: 100 cm, głębokość: 40 cm



Wzrost: 100 cm, szerokość: 100 cm, głębokość: 40 cm
Wzrost: 100 cm, szerokość: 100 cm, głębokość: 40 cm
Wzrost: 100 cm, szerokość: 100 cm, głębokość: 40 cm
Wzrost: 100 cm, szerokość: 100 cm, głębokość: 40 cm

TUBĄDZIN

KAMIENNA SZLACHETNOŚĆ

Nowe studio nagrań urządzone w domu to pomysł Macieja Maniewskiego, aby być w ciągłym kontakcie z widzami i edukować wszystkich spragnionych wiedzy, dzięki nowym odcinkom na Youtube. Nie od dziś wiadomo, że scenografia to ważny element. Również i tym razem mistrz metamorfoz nawiązuje do szlachetności i potęgi sił natury. W jaki sposób?

Kamienne faktury bardzo korzystnie wpływają na aranżację przestrzeni. W bezpośredni sposób odwołują się do natury, która stanowi ponadczasową inspirację podczas tworzenia wystroju wnętrz. Dlatego Maciej wybrał płytki ze wzorami kamienia - kolekcja Grand Cave Graphite i White marki Tubądzin, aby zaznaczyć linię przejścia między pomieszczeniami.

Inspiracji prosto z natury jest w domu Macieja znacznie więcej. Black Pulpis to innowacyjne płytki gresowe, wchodzące w skład wielkoformatowej rodziny Monolith. Czarne płytki z wyraźnym, jasnym użyciem naśladującym szlachetny rysunek marmuru. Ponadczasowa czerń w idealny sposób pozwala na stworzenie aranżacji nowoczesnych wnętrz i przestrzeni zewnętrznych.

Specchio Carrara to z kolei inspiracja marmurem karraryjskim. Ten surowiec zachwycał artystów i ludzi wrażliwych na piękno od zawsze. Sama nazwa „marmur karraryjski” pochodzi od miejscowości Carrara, w okolicy której występują jedne z największych złóż marmuru. W tym rodzaju marmuru tworzyli dzieła tacy rzeźbiarze jak Michał Anioł czy Giovanni Lorenzo Bernini. To z niego wyrzeźbiono m.in. Pięć watykańską oraz Madonnę z Brugii.



ODWIEDŹ AUSTRALIĘ BEZ WYCHODZENIA Z DOMU



Włosy są atrybutem naszego piękna. Powinniśmy dbać o nie tak, jak żyjemy - świadomie, z poszanowaniem praw natury i jej bogactw. - Jako bardzo odpowiedzialna osoba w tym biznesie stawiam najważniejszą „kropkę nad i” w całej karierze zawodowej i stąd decyzja o sprowadzeniu do Polski marki DAVROE - mówi Maciej Maniewski.

Jak długa jest lista Twoich podróży?

Od ponad 20 lat żyję w drodze. Kolejne przystanki na mojej trasie wyznaczały szkolenia, pokazy, konsultacje. Szybko zacząłem przekraczać granice, szkoląc fryzjerów w całej Europie. Podróże zawsze pozwalały mi zbierać inspiracje ze światowych Akademii, ale również z kultury, wyglądu ludzi w miejscach, które odwiedzałem. Nigdy nie przestaję obserwować, niezależnie od tego, czy to podróże zawodowe czy prywatne. Nawet podczas najlepszych wakacji szukam inspiracji i wzorców do naśladowania. Zwracam uwagę na trendy nie tylko modowe, ale i biznesowe. Tak było w przypadku Australii.

Co znalazłeś na tym kontynencie?

Pokochałem go. Znalazłem tam modową markę, której brakowało na polskim rynku. Jest naturalna i wegańska. To ma dla mnie olbrzymie znaczenie. Szukałem właśnie takiego produktu, który zgodnie z zasadami etyki będę mógł rekomendować moim klientom. Proponuje im tylko najlepsze i najbardziej skuteczne rozwiązania. Konsekwencja i spójność są dla mnie bardzo ważne. Chciałem też zadbać o fryzjerów.

Co to znaczy?

Przecież to My fryzjerzy spędzamy w salonie kilka godzin dziennie. To ciągle praca z produktem, który trzymamy w rękach i którego ciągle używamy. Im zdrowsze kosmetyki, tym w mniejszym stopniu ingerują w naszą skórę i cały organizm. Bezpieczeństwo i zdrowie to priorytet. Kolejnym jest jakość. Musimy pamiętać, że szefem każdego fryzjera jest jego klient. To ona nam płaci i ufa. Dlatego powinien dostać to, co jest najlepsze na świecie. To na jego głowie używamy kosmetyków, które przez skórę dostają się do organizmu. Stąd jako bardzo odpowiedzialna osoba w tym biznesie stawiam najważniejszą „kropkę nad i” w całej karierze zawodowej i postanowiłem sprowadzić do Polski DAVROE. To kosmetyki w 100% wegańskie i nietestowane w żaden sposób na zwierzętach. Podstawowa zasada firmy to nie szkodzić. Od 1930 roku rodzina Dresslier, do której należy marka, utrzymuje pozycję lidera w sektorze produktów pielęgnacyjnych w Australii. Sekrety piękna i dbania o urodę przekazywane są z pokolenia na pokolenie. To dla mnie bardzo istotne.

DAVROE

Natural | Vegan | Australian



Co jeszcze je wyróżnia?

To zdecydowanie najlepsze produkty, z jakimi miałem okazję pracować pod kątem delikatności i lekkości, działania i zapachu, ale też co jest dla nas również ważne – ciekawego designu. W pełni przekonany sprowadziłem już te kosmetyki do salonów Maniewski, gdzie najlepsi styliści marki odpowiednio je testowali. Tym samym spróbowali tych kosmetyków wszyscy klienci mojej marki.

Jak reagowali?

Podobnie jak My, czyli fryzjerzy. Zachwytem nie ma końca. Widać to też po decyzjach klientów. Nie szukają już zamienników. Wiedzą, że Davroe spełnia ich oczekiwania w 100% - działanie, skuteczność, zdrowie, lekkość. Pamiętajmy, że słowiańskie włosy naszych klientek są bardzo wymagające. Po wielu próbach i miesiącach testów kosmetyków salonach, jestem pewien, że powtórzymy sukces taki sam, jeśli nie większy, który osiągnęły kosmetyki FARMAGAN. Po prostu wybrali nas fryzjerzy. Chcieli mieć rzetelne, dobre i rzemieślnicze produkty w swoich salonach. DAVROE to kolejny krok do przodu. To produkty jakich w Europie jeszcze nie było.

Jaki system sprzedaży będzie im towarzyszył?

Opieramy się na sprawdzonym już modelu. Szczelnym, rzetelnym, kontrolowanym i profesjonalnym systemie odsprzedaży. Już teraz widzę, że rośnie liczba osób, którym chcemy to zaproponować. Daje to olbrzymie możliwości salonom. Stanowi szansę na rozwój, system rekomendacji i idącą za nimi sprzedaż. Marka będzie promowana bardzo modowo, ponieważ takie jest jej DNA. Była m.in. sponsorem nowojorskiego tygodnia mody. Do współpracy będziemy zapraszać najzdolniejszych fryzjerów, którzy będą chcieli kreować. Wierzę, że zbuduję zespół, który pomoże mi w rozwoju nowego kierunku nie tylko w Polsce, ale możliwe, że na całym świecie.

www.davroe.pl





DAVROE

Natural | Vegan | Australian

Nasza wizja jest prosta, tworzymy najbardziej rzetelną i szlachetną gamę produktów dla każdego, robimy to trzymając się trzech przewodnich zasad:

NATURALNOŚĆ - dokładamy wszelkich starań, aby być pewnym, że nasze produkty są naturalne, delikatne dla środowiska i używamy tylko składników najwyższej jakości.

WEGANIZM - to nie fanaberia ani trend, jesteśmy wegańscy od ponad 30 lat.

AUSTRALIJSKOŚĆ - 100% stworzone i pochodzące z Australii

JUŻ NIEDŁUGO
DOSTĘPNE W NAJLEPSZYCH
SALONACH FRYZJERSKICH
W POLSCE

www.davroe.pl

POROWATOŚĆ WŁOSÓW

Co warto o niej wiedzieć?

Chcesz dobrać odpowiednią kurację pielęgnacyjną? Zwróć uwagę nie tylko na kolor czy strukturę, ale również na ich porowatość. Dzięki temu dobierzesz takie kosmetyki, które będą dla Twojego typu włosów najskuteczniejsze.



Porowatość włosów określa się na podstawie ich kondycji. Im bardziej zniszczone kosmyki, tym wyższym jest ich stopień porowatości. Włosy wysokoporowate to te najbardziej zniszczone, o mocno rozchylonych łuskach. Czasem to naturalna cecha pasm. Tak zdarza się w przypadku włosów kręconych lub pofalowanych. Wysoki stopień porowatości sprawia, że włosy są suche, łamliwe, matowe, puszą się, elektryzują, płaczą, szybko chłoną wilgoć i łatwo ulegają uszkodzeniom.

Najlepszym wyborem są delikatne szampony bez środków powierzchniowo-czynnych. Wysokoporowatość to kłopot, któremu jest w stanie zaradzić olejowanie. Ale uwaga! Na tego typu pasma doskonale działają oleje roślinne, ale tylko nienasycone, takie jak np. olej słonecznikowy, lniany, z orzechów (włoskich, laskowych, makadamia), z pestek winogron, z ryżu, a także olejek arganowy, sezamowy czy amarantusowy. Oleje nasycone mogą puszyć i wysuszać pasma, co pogarsza ich kondycję. Przy codziennym myciu, olejowanie 1-2 razy w tygodniu będzie wystarczające. Jeśli szukasz idealnego preparatu, olejek arganowy z serii BIOACTIVE HS3 może pomóc.

Włosy niskoporowate, choć generalnie zdrowe, są z reguły odporne na stylizację, nie układają się zbyt dobrze i mają problem z chłonięciem wody. Mają też mocne strony. Są mniej odporne na zniszczenia i odporne w oddawaniu właściwości odżywczych. W ich przypadku nie potrzebujesz tak intensywnej kuracji, jakiej wymagają wysokoporowate.

Należy jednak zwracać uwagę, żeby nie obciążać włosów np. kosmetykami, które mają w swoim składzie silikony. Dobrze jest wybierać produkty o lekkiej konsystencji, dzięki której włosy nie będą wyglądały na „zmęczone” i „wczorajsze”. W takim przypadku doskonale sprawdzą się odżywki w sprayu – sprawdź np. BIOACTIVE SPRAY VOLUME-UP lub REPAIR. Od tych produktów możesz zacząć codzienną pielęgnację. Szybko zobaczysz efekty, a włosy będą podniesione u nasady i będą zachowywały wrażenie „sypkości” przez cały dzień.

Jeśli odnajdujesz u siebie cechy obu typów włosów prawdopodobnie, że masz włosy średnio-porowate. Wówczas chcąc dobrać odpowiednie produkty, możesz skorzystać z propozycji dla obu grup.



Zeskanuj kod,
aby obejrzeć film



www.maniewski.pl/youtube



WEADI design by Tomek Rygałk Studio Rygałk

OFICJALNE SALONY STACJONARNE

STACJON | WARSZAWA ul. Łomży 25, Tel. +48 22 313 99 99
 AKACJACHA.NIECH.OSTATKOWY | ŁÓDŹ ul. Łąkowa 13, Tel. +48 526 185 677
 ARCH. SPACJA STUDIO | KRAKÓW ul. Wyszkielskiego 13/142, Tel. +48 670 824 821
 BERNATEC | WROCŁAW ul. Tłomacka 79, Tel. +48 71 636 838
 DOKTOR | POZNĄŹ ul. Pasaż 2, Tel. +48 61 735 373 | www.lordstudio.pl
 DOGODOCENI.PL | WARSZAWA ul. Gracjana 25A/93B, Tel. +48 22 39 80 812
 ELIFCERNA | BYDGOSZCZ ul. Politechniki 23, Tel. +48 789 404 010
 ELIFCERNA | BIAŁYSTOK ul. Chruszczowa 463, Tel. +48 789 490 448
 ELIFCERNA | KATOWICE ul. Porcelanowa 33, Tel. +48 802 229 265
 ELIFCERNA | WARSZAWA ul. Puławska 385/113, Tel. +48 789 404 831
 FIVA STUDIO | BIELSKO-BIAŁA ul. Główna 34a, Tel. +48 732 932 332

INTERO DESIGN | ŁÓDŹ ul. Włocławska 85, Tel. +48 61 649 08 16
 INTERIOR WORK | Gdynia ul. Władysława 263, Tel. +48 58 659 82 08
 INTERIETY HOME | ŁÓDŹ ul. Włodkowicka 19a, Tel. +48 42 380 78 96
 INTERIETY HOME | WARSZAWA ul. Elżbińska 3, Tel. +48 837 073 679
 MARCZAKOCONCEPTS | GDAŃSK ul. Piłsudskiego 84, Tel. +48 676 854 777
 MAX-FLUX | KATOWICE ul. Radziszewskiego 191, Tel. +48 32 728 92 08
 MAX-FLUX | KRAKÓW ul. Zaleskiego 63, Tel. +48 12 213 21 80
 MAX-FLUX | WARSZAWA ul. Mińska 82A, Tel. +48 71 732 37 30
 M. BOKAP | BIAŁYSTOK ul. Włóczęgów 21B, Tel. +48 837 232 776
 NERUBO STUDIO | KATOWICE ul. Włóczęgów 63, Tel. +48 813 48 29 01
 NOLA DESIGN | KRAKÓW ul. Turystyczna 21, Tel. +48 793 383 333

WWW.NOBOBO.PL

italsenso

Italy rygałk studio a studio italsenso | www.italsenso.com

nobonobo

#domoweSPA

Covid19 zmienił naszą codzienność. Od początku pandemii promowaliśmy akcję #domoweSPA. Zachęcając Was do zostawania w domu, przygotowaliśmy kompleksowy plan, który uczył i przypominał, jak mądrze można o siebie zadbać.

Dobre samopoczucie i odrobina rozluźnienia to sekret zdrowia i urody. Jak wpływa na nas stres? Może mieć dwie odsłony - pozytywną eustres oraz negatywną distres. Pierwsza stanowi świetny bodziec, motywuje do działania, wzmacnia koncentrację i sprawia, że możemy się zająć sobą z odpowiednią troską. Drugiej powinniśmy się wystrzegać. Jak w bardzo prosty sposób zorganizować sobie domowe spa? Sprawdź, co radzą doświadczeni styliści.

KROK 1

Co znajduje się w Twojej łazience? Od tego pytania zaczynamy. Ilość nie zawsze idzie w parze z jakością. Jeśli produkt wyraźnie zmienił kolor, konsystencję i zapach - pozbądź się go bez sentymentu. Jeśli odżywki stają się rozwarstwione, nie nadają się do użytku. Pamiętaj, że kosmetyki mają daty ważności i należy ich przestrzegać.

Określ swoje potrzeby. Pielęgnacyjny niezbędnik w każdym przypadku wygląda inaczej. Pamiętaj, że szampon to produkt przeznaczony do skóry głowy. Jeśli nasada włosów i ich końce świadczą o tym, że mają inne potrzeby, należy wziąć pod uwagę także odżywki. Kiedy problemem jest tłusta skóra głowy i przesuszone końcówki, należy dobrać szampon do przetłuszczających się włosów, a odżywkę do suchych.

KROK 2

Porzuć pośpiech! Myj włosy dwa razy - najpierw je namocz, wymieszaj w dłoni niewielką ilość szamponu z wodą, wmasuj w skórę głowy, spień i spłucz ciepłą wodą. Czynność powtórz, a na koniec spłucz włosy zimną lub letnią wodą, by zamknąć łuski włosów i nadać im blasku.

Odpowiedni czas poświęć też na masaż skóry głowy. Kiedy nakładasz maskę, pamiętaj, że preparat potrzebuje czasu, aby zadziałać. W kilka sekund nawet najlepszy kosmetyk świata nie spowoduje rewolucji. Optymalny czas to **20-30 minut**. Dłużej nie ma sensu trzymać produktu - wszystko to, co miało wnikać w tym czasie, na pewno zdąży.

KROK 3

Nic na siłę. Pozwól włosom wyschnąć samoistnie. Detoks od prostownicy i suszarki czyni cuda. Szybko się o tym przekonasz. **Jak długi powinien być?** Wszystko zależy od stanu włosów. Zniszczone nie powinny być suszone gorącym powietrzem. O ile na początku wydaje się, że wszystko jest w porządku, już po kilku godzinach włosy będą zmęczone, a z czasem również wizualny efekt nie będzie najlepszy. Najlepszym rozwiązaniem jest pójście na kompromis i zastosowanie suszenia suszarką przy włączonej funkcji chłodnego nawiewu.

 [maniewski.official](https://www.facebook.com/maniewski.official)

 [maniewski](https://www.instagram.com/maniewski)

 [Maciej Maniewski](https://www.youtube.com/MaciejManiewski)

#domowespa daje nieograniczone możliwości pielęgnacji. Pomożemy!
Odezwij się do nas i opowiedz nam o swoich włosach
w wiadomości prywatnej na Messengerze



MILAGRO®

MACIEJ ZIEŃ

Producent Oświetlenia

www.eko-light.com



CASSIOPEIA
503B

"Połączyła nas pasja do tworzenia rzeczy pięknych.
To właśnie z niej i wyjątkowej kreatywności,
powstała kolekcja oświetlenia premium."

FRYZJERSKI DESIGN

Marmurowe spinki do włosów, mosiężne wsuwki i ponadczasowy styl. Co łączy te ozdoby z designem? O listę inspiracji zapytaliśmy dwóch ekspertów – Macieja Maniewskiego i Macieja Zienia.

Oryginalność, jakość i nieoczywiste rozwiązania potrzebne są do stworzenia każdej kolekcji, niezależnie czy mówimy o fryzurach, modzie czy o wnętrzach. Na jakie tworzywa postawił Maciej Zień w kolekcji stworzonej dla MiLAGRO? I jakie dodatki wybiera Maciej Maniewski do tworzonych przez siebie stylizacji fryzur?

Szlachetne marmury

Marmur naturalnie kojarzy się luksusem, a odpowiednio dobrany doda klasy każdemu wnętrzu. W kolekcji MiLAGRO by Maciej Zień wykorzystano dwie odmiany tego szlachetnego tworzywa. Marmur Carrara wydobywany we włoskiej prowincji Massa Carrara jest znany i uwielbiany już od czasów starożytnego Rzymu. Wystarczy wspomnieć, że Michał Anioł wyrzeźbił z niego słynną Pietę watykańską czy też Nagrobek papieża Juliusza II. Biel marmuru karraryjskiego zdobią nieregularne, nieco rozmyte, szare smugi. Zrobiono z niego modele lamp z linii Cassiopeia, gdzie klasyczny kamień przełamano nowoczesnym, połyskującym złotem.

Z kolei Maciej Maniewski bardzo lubi urozmaicać stylizacje fryzur oryginalnymi dodatkami o szlachetnym charakterze. Bardzo szybko zainteresował się kamieniami i motywami, jakie tworzą w połączeniu z upiętymi włosami. Spinki marmurowe są eleganckie, klasyczne i podkreślają wyjątkowość stylizacji. Na takim efekcie zależy każdej kobiecie i każdemu fryzjerowi.

Ozdobne metale

W lampach z linii premium Maciej Zień chętnie sięga po mosiądz i stal. To świetna alternatywa dla tych, którzy przy dekorowaniu wnętrz wolą połysk i elementy bardziej rzucające się w oczy. Wystarczy spojrzeć na zachwycającą swoją elegancką formą linię Libra czy Lynx. Lampy wykonane z takich materiałów genialnie sprawdzają się zarówno we wnętrzach urządzonych w stylu glamour czy w loftowych, komponując się zarówno z jednolitymi barwami, jak i z drewnem. Zachwycają one nie tylko swoim projektem, ale i wykonaniem – swoim perfekcyjnym wykończeniem, najwyższą jakością i szlachetnym tworzywem.

Jak odpowiada na to fryzjerstwo? Mosiężne wsuwki wychodzą z ukrycia. Zdobią fryzury niczym biżuteria, podkreślając kucyki i akcentując upięcia. Są już nie tylko modowymi dodatkami, ale dziełami sztuki i elementem podkreślającym indywidualność.



ZGRANY DUET

Jak doszło do współpracy między obiema firmami?

Maciej Maniewski: Przeprowadzałem się do nowego domu i szukałem dobrych rozwiązań technicznych, ale też dobrego designu. Zacząłem interesować się propozycjami dostępnymi na rynku. Mam w zwyczaju, że zawsze ciągnie mnie do liderów – stąd kooperacja między naszymi markami. Jakość i nieszablonowość były dla mnie bardzo, bardzo ważne.

Przemysław Mazur: Cieszy mnie to, co słyszę od Macieja. Dla mnie priorytetem jest jakość naszych produktów. Dodam jak to wyglądało „od naszej strony”. Maciej odezwał się do nas z gotowym projektem domu i prośbą o pomoc w dobraniu grzejników. Ta procedura u nas zawsze wygląda podobnie – przy takiej inwestycji, nasz zespół doradczy pojawił się na miejscu i dobrał odpowiednie modele. Weryfikując przy tym potrzeby mieszkańców, bo że grzejnik ma grzać, to wiemy wszyscy, ale o jego dodatkowych funkcjonalnościach opowiem później.

Jakie modele grzejników finalnie można znaleźć w domu Macieja?

Przemysław Mazur: Po rekomendacjach od naszego zespołu doradczego wytypowaliśmy kilka modeli. Niagara z osłoną z lustra, został umieszczony w korytarzu – dzięki osłonie z lustra optycznie jeszcze powiększył przestrzeń. Do pierwszej łazienki został wybrany model Atakama w kolorze czarnym, który idealnie współgra z pozostałymi elementami wnętrza - płytkami na ścianie i armaturze. Do drugiej łazienki trafił Typ E w białym kolorze, natomiast do salonu przy oknie zdecydowanie najlepszy okazał się grzejnik Niagara.

Maciej Maniewski: Zależało nam na spójności i ten cel został osiągnięty. Różnorodność oferty pozwoliła odpowiedzieć na nasze potrzeby, łącząc estetykę z funkcjonalnością, na czym zależało mi najbardziej. Efekt był zaskakujący. W 100% spełnił moje oczekiwania, wprowadzając element zaskoczenia, który przyciąga uwagę moich gości i staje się pretekstem do rozmów o współczesnym designie.

Czym kierowałeś się dokonując wyboru grzejników?

Maciej Maniewski: W designie lubię prostotę i dobry wygląd. Klasyczne rozwiązania są wspaniałe. Ale jednocześnie często brakuje mi w nich odrobiny fantazji. Okazało się, że moje oczekiwania można pogodzić. Spodobały mi się grzejniki, które mają lustra. To delikatny kamuflaż użytkowej funkcji na rzecz ciekawej ekspozycji. Dodatkowy walor to optyczne powiększenie pomieszczenia. Od zawsze jestem wielkim fanem wielofunkcyjnych rozwiązań.

Przemysław Mazur: Przy wyborze grzejnika zawsze kierujemy się parametrami technicznymi i funkcjonalnością. My chcemy pokazać, że ogranicza nas tylko wyobraźnia. Maciej wspominał o grzejnikach z lustrem – świetne rozwiązanie do nowoczesnego wnętrza. Powiększy i dodatkowo możemy zrezygnować z zakupu lustra. 2 w 1. Takich rozwiązań mamy znacznie więcej jak np. grzejniki z dedykowaną grafiką, czy też w ulubionym kolorze – tu praktycznie w ogóle nie mamy ograniczeń. Zależy nam na pokazaniu, że grzejnik może być niezwykle funkcjonalną dekoracją w pomieszczeniu.





Co jest ważne przy zaprojektowaniu przestrzeni salonu – czy design i funkcjonalność idzie w parze?

Maciej Maniewski: Nasza współpraca pokazuje, że tak. To propozycja świetnych rozwiązań technicznych i estetyki, którą zachwycą się nawet najbardziej wybredni. Klasyka nie wychodzi z mody, a odpowiednio urozmaicona staje się jednocześnie ciekawa.

Przemysław Mazur: Co jest ważne? Myślę, że dialog z samym sobą. Pogodzenie naszych oczekiwań z tym, co realnie możemy mieć. Całe szczęście obecnie dostępne rozwiązania już niezależnie od tego, czy są to grzejniki, czy meble dają nam ogromne możliwości wyboru. Okazuje się, że technologia i nowoczesny, nieszablonowy design to całkiem zgrany duet. Aranżując przestrzeń, trzeba pamiętać, że musimy czuć się w niej komfortowo nie tylko przez chwilę. Ważna jest ponadczasowość. To jest klucz do projektowania wnętrza.

Na co zwracać uwagę wybierając grzejnik do wnętrza salonu?

Maciej Maniewski: Musi pasować do stylu, który wybraliśmy. Priorytetem zawsze jest spójność. Każda marka poprzez swoje wybory powinna opowiadać jedną historię. Ważna jest kolorystyka. Dobrze, że grzejniki współpracują z wnętrzem, uzupełniają je estetycznie, a nie są przykrym dodatkiem. Te czasy się już skończyły. Estetyczne rozwiązania mogą mieć też funkcje pragmatyczne. Lustra powiększają optycznie przestrzeń, a to może okazać się strzałem w dziesiątkę w przypadku mniejszych salonów. Przemysław Mazur: Zgadzam się z tym co powiedział Maciej. Pamiętajmy również, że główną funkcją grzejnika jest ogrzewanie przestrzeni. Tak, aby przebywanie w niej było dla nas komfortowe. Dobrze zweryfikowane potrzeby w zestawieniu z odpowiednio dobranymi parametrami pozwolą nam wybrać rozwiązanie idealne dla nas. Przy wyborze grzejnika możemy poczuć, że proponowane rozwiązania są skrojone na nasze potrzeby.

Czy ta współpraca będzie miała swoją kontynuację?

Maciej Maniewski: Myślę, że tak. Rozwiązania sprawdzone w domu chętnie stosuję w biznesie. Lustra to tylko początek. Choć uważam, że to idealna opcja dla różnych salonów, nie tylko moich.

Przemysław Mazur: Szczerze na to liczę. Maciej wie czego chce, chętnie też słucha sugestii, jest otwarty na nowe rozwiązania. Z naszej strony jestem przekonany, że możemy jeszcze wiele zaproponować. Tym bardziej, że obaj lubimy nieszablonowe rozwiązania.





SCRUNCHIE I OPASKI

Najmodniejsze dodatki tej jesieni

W modzie i trendach wszystko już było. Dlatego wielkie powroty to standard. Co z nich wynika w tym sezonie? Wspomnienia lat 90. ożywają na wybiegach, ale też na naszych głowach. Do tego styl wąskich krawatów ze skóry przenosi się na rzeczywistość związaną z włosami.

Kolorowe frotki do włosów przypominające te, które zakładałyśmy w podstawówce, wróciły do łask. Na punkcie scrunchie oszalały gwiazdy i ulica. Trend utrzymuje się już drugi sezon. Baza stylizacji jest bardzo duża. Na ekranie frotki lansowały między innymi serialowe Rachel Green z „Przyjaciół” i Kelly Taylor z „Beverly Hills, 90210”. Frotki sprawdzały się na scenie podczas koncertów m.in. Melanie C, czyli Sporty Spice. Na Instagramie znajdziecie konto @scrunchieisback. Ogranicza nas tylko wyobraźnia, a scrunchie nie ogranicza nas w żaden sposób i nie łamie włosów. Swoją wersję gumki wyprodukowała też m.in. Ania Kuczyńska, polska projektantka mody.

Co jeszcze będzie modne w świecie ozdób do włosów? Perły, skórzane rzemyki, połyskujące kryształki, kokardy i biżuteryjne opaski. Kolorowe chustki na razie będziemy chować na jesień. Ale modelki na pokazach Prady, Diora, Versace czy Dolce & Gabbana pokazują, że dominującym trendem będą opaski z miękkiej, połyskującej skóry. To idealny dodatek, który uzupełni każdą stylizację.



EKOLOGIA W ŁAZIENCIE

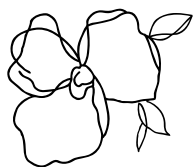
Aż 84% Polaków dostrzegło zagrożenia związane z ekologią, a najbardziej martwią nas kwestie zanieczyszczenia środowiska. Co zrobić? Najlepiej zacząć od małych rzeczy. Głównym problemem staje się wykorzystywanie plastiku. Z roku na rok drastycznie wzrasta. W kraju rocznie zużywa się go ponad 3,5 miliona ton. Jedną trzecią z tej olbrzymiej ilości stanowią opakowania. Walka dotyczy każdego z nas. Jak to zrobić?

Wybierać większe opakowania. O tej prostej zależności przypomina Maciej Maniewski. Z jego inicjatywy kosmetyki marki FAR-MAGAN dostępne są w dużych opakowaniach. Jeśli weźmiemy pod uwagę niezwykle wysoką wydajność produktów, zagrożenie jakie powodują nasze wybory konsumenckie jest dla środowiska dużo mniejsze.

Co jeszcze? Warto zrezygnować z plastikowych szczotek do włosów. Nie dosyć, że wykonane z substancji, które tak trudno się rozkładają, to dodatkowo są też kiepskie pod kątem wytrzymałości. Nagle okazuje się, że nasza łazienka jest pełna plastikowych nieużytków. Dodatkowo specjalnie skonstruowana, biodegradowalna poduszka zapewnia gładkość i blask, domyka łuski włosów, zapobiega odstającym kosmykom i elektryzowaniu się. Bądź eko i wybieraj mądrze.



**OPAKOWANIA W 100 %
NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU**



KASZMIROWA KERATYNA

100%

ODŻYWIENIA
I ODBUDOWY

95%

NATURALNYCH
SKŁADNIKÓW

KASZMIROWA
KERATYNA

DRUGIE ŻYCIE DLA WŁOSÓW

Masz kłopoty z zapuszczaniem włosów? Są zniszczone farbowaniem? Osłabione przez zmiany hormonalne czy przyjmowane leki? Z pomocą przychodzi zabieg z użyciem kaszmirowej keratyny. To wyjątkowa usługa dostępna w najlepszych salonach w całej Polsce. Na czym polega sekret?

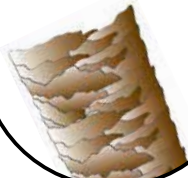
Bioactive Naturalis to jeden z ulubionych zabiegów polskich gwiazd. Innowacyjność kuracji polega na tym, że w 95% stworzono ją z naturalnych składników na bazie unikalnej kaszmirowej keratyny. Jak to działa? Kaszmirowa keratyna nie prostuje włosów, ale pogrubia je, jednocześnie nie obciążając. Dlatego zabieg idealnie sprawdza się w przypadku cienkich, słowiańskich włosów. Wiązania keratynowe wewnątrz włosa są odbudowane, a łuska włosa – np. po farbowaniu czy rozjaśnianiu ma szansę na regenerację. Na skutek zabiegu struktura włosów zniszczonych i porowatych zostaje wyrównana i wygładzona. Keratyna zawiera aminokwasy (budulec białka), które wbudowują się we włókno włosa, przywracając mu optymalny poziom nawilżenia.

Po wykonaniu kuracji w salonie zaleca się używanie kosmetyków pielęgnacyjnych Bioactive Naturalis. Seria składa się z trzech produktów: szamponu do skóry głowy, maski do włosów i olejku arganowego z linii HS3, który uzupełnia ich działania.

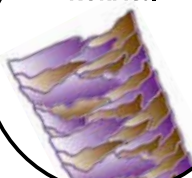
Do zobaczenia na fotelu.



PRZED
KURACJĄ



PO
KURACJI



OPAKOWANIA W 100 %
NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU

LIGHTS & SHADOWS



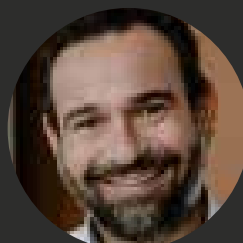
FARMAGAN

Każda kolekcja Klientów FARMAGAN utrzymana jest w innym tonie. Ta różnorodność pozwala nam zaprezentować nieograniczone możliwości kreacji fryzur przy każdej długości włosów i każdej ich barwie. Naszym Klientom pozwalamy zrozumieć złożoność stylizacji i wybrać najlepsze rozwiązanie. Każda kolekcja jest starannie dopracowana, stanowi odzwierciedlenie aktualnych trendów oraz indywidualnego spojrzenia na fryzjerstwo...

Kolekcja LIGHTS & SHADOWS pokazuje pięć różnych stylizacji: klasyczny minimalizm, nowoczesny look oraz naturalne stylizacje glamour na włosach półdługich i długich, w których podstawą była struktura włosa pokazana na 3 różne sposoby.

Każdy Stylista rozpoczynający pracę z kolekcją LIGHTS & SHADOWS podjął jednocześnie wyzwanie: odnalezienie wyjścia z układanki form i nadanie fryzutom ich ostatecznej formy.

Najnowsza kolekcja LIGHTS & SHADOWS Klientów FARMAGAN koncentruje się na wydobywaniu osobowości i podkreśleniu indywidualności bohaterów tej kolekcji. Wykorzystując cięcia i strukturę włosów stworzyliśmy stylizacje, które nie dominują nad charakterem, ale stają się elementem uzupełniającym wizerunek. Kolekcja Klientów FARMAGAN udowadnia, że każdy może skierować uwagę otoczenia na siebie – wszystko to dzięki doskonałemu cięciu i nieograniczonym możliwościom stylizacyjnym produktów FARMAGAN.



Maciej
Maniewski



Sebastian
Curyło

Włosy: Grażyna Ruszkowska, Anna Kołtuńska, Agnieszka Gajda-Juzak, Milena Kowalczyk, Marlena Tomczyk
Koordynatorzy fryzjerscy: Maciej Maniewski, Sebastian Curyło
Fotograf: Łukasz Dziewic
Video: Mateusz Zawieja
Makijaż: Władysław Klinczuk / Beauty Boy, Joanna Maciejowska
Modele: Liliana Szczech, Paulina Specto Models, Marek Ignaszak, Natalia Klimza, Klaudia Kaźmierczak
Produkcja oraz koncepcja: Dominika Bryś

Zeskanuj kod,
aby obejrzeć film





FARMAGAN

LIGHTS&SHADOWS

Grażyna Ruszkowska GRAZIA | Siedlce



LIGHTS&SHADOWS

Anna Kołtuńska Studio Fryzur ANN HAIR | Lubliniec



FARMAGAN

LIGHTS&SHADOWS

Marlena Tomczyk Hair Design | Lublin



FARMAGAN

LIGHTS&SHADOWS

Milena Kowalczyk HAIR Atelier | Żuromin



FARMAGAN

LIGHTS&SHADOWS

Anna Koltuńska Studio Fryzur ANN HAIR | Lubliniec



FARMAGAN



SZAMPON POINT BARBER

Orzeźwiający szampon do wszystkich rodzajów włosów, skóry i brody.

*Polecam
Maciej Moniewski*

**DOSTĘPNY RÓWNIEŻ
W DUŻYCH POJEMNOŚCIACH!**

www.farmagan.pl



STYLIZACJA w 60 sekund

Barber Point wyprzedza w każdej kategorii. Wyścig o styl i klasę nie może mieć ograniczeń. Unikatowe formuły, naturalne produkty, uniwersalne rozwiązania. W odpowiedzi na potrzeby mężczyzn marka FARMAGAN stworzyła linię POINT BARBER - receptę na piękną brodę i zadbane włosy i POINT HAIR, oferującą idealny sposób na utwardzenie fryzury przy równoczesnym niesklejaniu włosów. Priorytetem jest komfort i przywrócenie mocy codziennym rytuałom.

Wielu mężczyzn używa „czegokolwiek” do umycia głowy, przez co borykają się z problemami skórnymi. Warto pamiętać, że zestaw kosmetyków nie może być dziełem przypadku. Świadome wybory powinny wejść w nawyk. FARMAGAN jest ich gwarancją.

Orzeźwiający szampon POINT BARBER to ulubiony produkt gwiazd. Nadaje się do wszystkich rodzajów włosów, skóry i brody. Ma działanie lekkiego, kojącego balsamu. Może być stosowany codziennie również jako żel pod prysznic. Preparat przeznaczony jest również do hydromasażu po goleniu. Zawiera tonizujące i odświeżające olejki eteryczne oraz substancje nawadniające o działaniu zmiękczającym i przeciwzapalnym. Z kolei mleczan mentylu łagodzi swędzenia i ewentualne podrażnienia.

Serie uzupełniają pasty POINT HAIR, m.in. ta o mocnym utwardzeniu, zapewniająca matowe wykończenie. Zawiera mieszankę naturalnego wosku i parafin wzbogaconych ekstraktem z żeń-szenia. To naturalna kompozycja silnych antyoksydantów, która poprawia mikrokrokrążenie, cyrkulację substancji odżywczych, pobudza procesy regeneracyjne i wzmacnia macierz włosa. Kolejny produkt godny polecenia to balsam do skóry po goleniu. Intensywnie nawilża, zawiera bisabolol, który działa antyseptycznie, łagodząco i przeciwzapalnie. Dzięki hialuronianowi sodu tworzy na powierzchni skóry filtr, który wiąże wodę. W efekcie ogranicza transepidermalną utratę wody i zapewnia odpowiednie nawilżenie. Produkt przeznaczony do średniej i długiej brody. Można go stosować jako balsam do twarzy i dłoni.

Kosmetyki Farmagan POINT BARBER spełniają oczekiwania zarówno oldschoolowych brodaczy jak i eleganckich gentlemanów. Z naszymi kosmetykami jest jak z samochodami Porsche, zachasz się od pierwszego wypróbowania! Dlatego już trzeci rok z rzędu partnerujemy wydarzeniu Porsche Experience, podczas którego element rywalizacji jest kluczowy, a zwyciężyć może tylko NAJLEPSZY! Kiedy barbering święci triumfy popularności, najważniejsza staje się jakość. To ona sprawia, że usługa jest konkurencyjna. Jesteś barberem i masz apetyt na więcej? Chętnie pomożemy! Marka FARMAGAN ma w swojej ofercie produkty dla mężczyzn, które zamienią każdą usługę w rytuał. W systemie rekomendacji znajdują się również kosmetyki polecane klientom w ramach odsprzedaży.

PARKIET 
HAJNÓWKA
TRADYCYJNE PODŁOGI DREWNIANE

DESIGNED
FOR *You*

Szybka wycena | Zdjęcia produktów i realizacji
www.parkiethajnowka.pl