

UTGAVE 3 / 2015

SALONG

H U D / S K J Ø N N H E T / V E L V Æ R E

MENN PÅ MENYEN:
**MASKULIN
BOOM**
i salongen

Utstyret og maskinen:
ER DU
BEVISST
DITT ANSVAR?

TJEN PENGER PÅ

Barbering

TEMA:
.....
MENN
.....

DU FÅR:

1

TRYGGHET

NFVB gir deg gratis rådgivning og full tilgang til kontrakter og veiledere i arbeidslivsspørsmål.

2

PÅVIRKNINGSKRAFT

Som bedriftseier trenger du noen som kan tale din sak ovenfor myndighetene.

3

UTVIKLINGSMULIGHETER

Våre medlemmer har muligheten til å delta på en rekke faglige og bedriftsrettede kurs til god medlemspris.

3

GODE GRUNNER
FOR Å BLI
MEDLEM

SUPERTILBUD

GRATIS MEDLEMSKAP UT 2015!



BLI MED - BLI MEDLEM! Ta kontakt med oss på 23 08 79 60

KONTAKT

MEDELSKONTAKT I NFVB

ADRIENNE G. HUGHES



«Hvor skikket er man egentlig til å møte salonghverdagen, når man kommer rett fra skolebenken?»

Din salong – **DIN FREMTID**

Jeg kan nesten ikke fatte hvor hurtig de siste måneder har passert, at høsten er over oss. Det betyr også at julen er rett rundt hjørnet. Før det er det en annen viktig merkedag som alle hudpleiere bør merke seg; **Farsdag**.

I denne utgaven vil du finne interessant lesestoff med tips og råd for MENN. Det vil kanskje gi deg inspirasjon til å legge til egne herrebehandlinger på salongmenyen, hvis du ikke allerede tilbyr dette? Farsdagen er en gyllen anledning til å fylle hyllene med mange ulike gavepakker til mannen. Du kan sikkert få god hjelp av leverandørene til dette, og oppnå maksimal oppmerksomhet og godt salg.

BRANSJEKUNNSKAP I VID FORSTAND

Tidligere i år, og for første gang på mange år, fikk jeg muligheten til å treffe min tidligere kollega Hilde Midthjell. Vi hadde en god prat om alt som har skjedd siden vi jobbet sammen i Hudpleieakademiet. Mye har endret seg i bransjen vår siden da.

En av de tingene vi diskuterte, og som mange av de jeg treffer er opptatt av, er standarden på fagopplæringen. Hvor skikket er man egentlig til å møte salonghverdagen, når man kommer rett fra skolebenken? Burde man ikke ha en tid som lærling, når skolegangen er over?

Elever som tar fulltids fagopplæring i hudpleie- og skjønnhetsfag følger et strikt program, så de skal få et godt fundament for sin videre karriere, et fundament man kan bygge videre på. All erfaring de kan tilegne seg de første årene etter eksamen er en god bonus for dem, og en stor fordel for salonger som trenger mest mulig kompetent arbeidskraft.

Mange land rundt om i verden har en lærlingordning for å sikre at nyutdannede terapeuter har de ferdigheter som kreves, bokstavelig talt helt til fingerspissene. Ikke bare faglige ferdigheter, men også den «livskunnskap» man trenger i møte med kundene i salongen.

NFVB har lang erfaring med fagutdanning med lærlinger i frisørfaget. Denne kunnskapen vil være til store nytte for å utvikle fagutdanningen i hudpleiefaget. Som medlem kan du bidra til viktig fagutvikling, med utgangspunkt i hva bedriftene trenger – din bedrift.

adrienne.hughes@nfvb.no
mob. 911 27288

easyupdate

Gjør dine ledige timer
tilgjengelige på mobilen
kun 149,- pr. mnd.



SMART OG EFFEKTIV



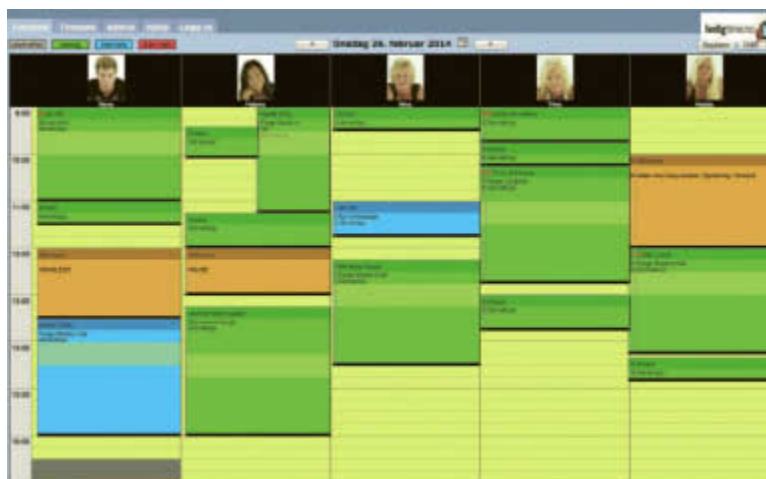
Programvare kasse

Fra 299,- pr. mnd.*

Online timebestilling

Fra 299,- pr. mnd.*

* etableringskostnader kommer i tillegg



Les mer på [easyupdate](https://www.easyupdate.no)

Tlf. 40 00 40 79 E-post: post@easyupdate.no



10



18



26



48

INNHOOLD

SALONG / UTGAVE 3 / 2015

ARTIKLER

- 10 **MENN PÅ MENYEN:**
Maskulin boom i salongen
- 14 **ANTI-AGE FOR MENN:**
Resultatorientert velvære
- 18 **TIPS TIL MERSALG:**
Tjen penger på barbering
- 24 **KLAR TALE FRA NFVB:**
Fagbrev gir status
- 26 **UTSTYR, MASKINER OG PRODUKTER:**
Er du bevisst ditt ansvar?
- 30 **DERMANOR-GRÜNDER HILDE MIDTHJELL:**
Fortsatt i støtet
- 34 **SPENNENDE DISTRIBUTØRSKIFTE:**
Decléor, Carita og Essie på nye hender
- 49 **ADRIENNE HUGHES, NFVB:**
Givende nettverk
- 52 **LINDA JØRGENSEN PÅ SMÅTINGET:**
Snakket hudpleiernes sak

FASTE SIDER

- 3 Kontakt
- 7 Signert
- 8 Spor
- 36 Ekko fra bransjen
- 42 Produktmix - hud & velvære
- 48 Produktmix - hender & føtter
- 50 Spør eksperten
- 54 Kalender



42



Om menn og muligheter

SALONG nummer 3 2015 gir deg mange gode grunner til å lese bladet nøye. Vårt hovedfokus i denne utgaven er en av salongenes største forretningsmuligheter: **Menn**. Jeg vil tro at de fleste salonger har et avvik mellom prosent mannlige befolkning og deres prosentandel av kundemassen. En annen viktig sak som settes på agendaen er **fagutdanningen**. Mange har sterke meninger, men gjennom NFVB kan du få fremført disse til de rette fora.

For å ta det første først. Mannen som stort forretningspotensial er lett å forstå, men det er en kode som må knekkes for å få ham som kunde. Menn er generelt mye mer forfengelige enn de liker å fremstå som. Alle liker å ta seg godt ut, men det skal likevel være «helt naturlig». Det oppfattes som ganske feminint hvis man har mange hudkremer på hylla. Salongbehandlinger er også en ukjent verden for mange. Men ting er i sterk endring. Yngre menn er mer opptatt av helse, inkludert hudhelse. Man har god kunnskap om hva som er bra og ikke så bra for kroppen. Samtidig er terskelen for å gå inn i en salong langt lavere enn tidligere. Det er mer akseptert blant menn at man må oppsøke fagfolk for å få analyse, rett behandling og gode produkter. Utfordringen ligger nå hos salongene, som må «avfeminisere» lokalene og sørge for at menn føler seg som menn når de går til en hudpleier.

Fagutdanningen betyr også mye for forretningsmulighetene. Man må ha troverdighet både for å trekke kunder og kunne ta den betalingen man fortjener for utført fagarbeid. Folk flest forstår at det er sammenhenger mellom pris og kompetanse. Men hvem skal definere hva fagutdanningen skal være, og hvordan man oppnår den? NFVB har kompetanse, ressurser og det rette nettverket for å få gjennomslag for bransjens interesser, men det fordrer at bransjen gir klare signaler om behov og ønsker. Vi ønsker flere engasjerte medlemsbedrifter. Folk må slutte å sitte på gjerdet og tro at ting skjer av seg selv. NFVB er bedriftseiernes interesseorganisasjon, som jobber for bransjens fremtid.

NFVB har to flotte, engasjerte kvinner med på laget. Hudterapeutene Adrienne Hughes og Linda Jørgensen har fantastiske egenskaper og lang erfaring med å bygge noe fra grunnen av. De ønsker stolte hudpleiere og seriøse salongeiere med på det lagarbeidet det er å jobbe for bransjens rammebetingelser. Min oppfordring er: **Ta kontakt med Adrienne og/eller Linda – i dag!**

Med ønske om oppløftende høst!



SIGNERT
REDAKTØR
JARL
GARDER

SALONG

UTGIVER

Norske frisør- og velværebedrifter
Postboks 7017 Majorstua
0306 Oslo
Tlf: 23 08 79 60
E-post: post@nfvb.no
Hjemmeside: www.nfvb.no

DIREKTØR

Olav Eikemo
Tlf: 23 08 79 63
E-post: olav@nfvb.no

REDAKTØR

Jarl M. Garder
Tlf: 23 08 79 61
E-post: jarl@nfvb.no

JOURNALISTER

Bjørn Kollerud
Tlf: 93 00 98 56
E-post: bjornk@bjornk.no

Randi Solstad
Tlf: 93 22 04 72
E-post:
randi.solstad@gmail.com

LAYOUT

Kirsti Auke, Kirell Design
E-post: kirsti@kirell.no
www.kirell.no

ANNONSEANSVARLIG

Robin Hasle, Hasle Consult
Tlf: 99 33 60 20
E-post: robin@hasleconsult.no



Tilsendt materiale
returneres ordinært ikke.
Ettertrykk er kun tillatt
med full kildeangivelse.

PRODUKSJON
07 Gruppen AS



SPOR

STYREMEDLEM I NFVB
LINDA JØRGENSEN



- Gründer, forretningskvinne og profesjonell terapeut innen avansert hud- og kroppspleie.
- Eier og driver Puro Skin, et selskap som tilbyr rådgivning og veiledning innen skjønnhetsfaget.
- Utdanning fra Norsk Hudpleiefag-skole og Handelshøyskolen BI.
- Nominert til Årets Kvinnelige Gründer av Innovasjon Norge i 2007.
- Styremedlem i Norske frisør- og velværebedrifter, NFVB.

Det er høst - bruk din røst

Ja, høsten har vært preget av mye kommunepolitikk. Jeg håper du har brukt din røst og stemmerett. Vi er utrolig privilegerte her i Norge som kan få lov til å påvirke og være med å bestemme hvordan vi ønsker å ha det. Når vi ser i nyhetene om krisen i Syria, så må vi huske at vi alle kan gjøre en forskjell, hvis vi vil.

Jeg pleier å si at den viktigste faktoren til en gründer er viljen. Hvis du har den, så kan du om ikke flytte fjell, nå store drømmer. I fjor høst vedtok styret i NFVB å satse på hudpleierne, med en strategiplan som ble utarbeidet av meg for perioden 2015-2017. Nå begynner snøballen å rulle. Mange av dere har sikkert vært i kontakt med Adrienne Hughes, som jobber steinhardt med å få din stemme. Vi i NFVB jobber intenst med utrolig viktige saker denne høsten, og håper resultatene kommer raskt. Noe vet vi tar tid, men vi ligger på. Vi gir oss ikke. Vi ønsker å sette spor. Vi vil noe!!

I oktober arrangerer NFVB Landsmøte for alle medlemmer. Her samles bransjen innen hud og hår for å sette nye mål, og en agenda for videre arbeid. Vi jobber i grupper, vi diskuterer, vi stemmer og vi mingler. Bransjens og medlemmenes største og viktigste arena for å sette standarder skjer på vårt Landsmøte. Så for deg som er medlem; KOM!

Oslonettverket After Skin skal ha sitt første møte i oktober. Vi skal besøke skoler og snakke om NFVB. Vi har fått mange medlemmer inn i det gjenoppståtte Oslo og omegn frisør- og velværelaug. Bransjens største aktør, Beth's Beauty, feirer jubileum. Ja, vi må heie på hverandre, vi må stå samlet, vi kan gjøre en forskjell. Men vi trenger din røst, så ring meg, ring Adrienne, ring Helén for en prat på hvordan du kan bidra til at bransjen kan bli bedre.

Til bedriftsledere vil jeg minne om å allerede nå sette av tid til budsjettarbeid for 2016. Involver leverandører, ansatte og styret, så du er forberedt når vi runder nyåret. Finn ut hva du vil, så blir veien til. Jeg håper du vil være med oss for å sette spor.

Lag deg en flott høst!

Linda Jørgensen
Styremedlem i NFVB
Mob. 916 29 322
E-post linda@puroskin.no



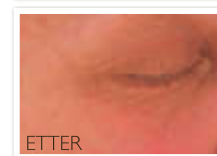
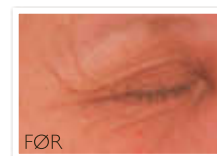
Sett av tid allerede nå til budsjettarbeid for 2016. Involver leverandører, ansatte og styret, så du er forberedt når vi runder nyåret. Finn ut hva du vil, så blir veien til.

Hva er det som gjør Exuviance til en så unik hudpleieserie



Resultat

Exuviance er en hudpleieserie som virkelig gjør underverker for huden din. Våre produkter holder huden ung og sunn og reduserer fine linjer og uønskede aldringstegn. Vi har også produkter som hjelper mot akne og uren hud, og som normaliserer ujevn hudpigmentering.



Resultat etter 12 ukers bruk av Age Reverse.

Attraktiv pris

Du får fantastiske resultater til en svært rimelig pris.

Bakgrunn

Bak utviklingen av Exuviance står to av verdens fremste hudpleieforskere, professorene dr. Eugene van Scott og dr. Rue Yu, fra Princeton, USA.

Prisbelønnet

Professorene bak Exuviance/NeoStrata har mottatt utmerkelsen **Discovery Honorary Award fra Dermatology Foundation** for sin fremstående forskning. Dette er en av de mest prestisjefylte prisene hudpleieforskere kan få.



Patent

Våre forskningsresultater og produkter er patentbeskyttet. Ingen har laget noe tilsvarende før, og ingen får kopiere dem. Vi har over 120 patenter.

Sikkerhet

Exuviance bygger på mer enn 40 års medisinsk forskning på hudpleie.

Trygghet

Kjøp alltid dine Exuviance-produkter fra en autorisert klinikk med dette merket. Da får du profesjonell veiledning og er garantert originale Exuviance-produkter. Dette er din trygghet.



Exuviance

Ca. 1000 klinikker, hudpleiere, dermatologer og plastikkirurger rundt om i Skandinavia arbeider ytterst fremgangsrikt med høyteknologisk hudpleie fra Exuviance. Kontakt oss på telefon 22 42 77 77 for mer informasjon.

www.exuviance.no



TEMA:
MENN


Vær forberedt på mannlig skjønnhetsboom! I løpet av fjoråret økte guttas salongbesøk med 66 prosent i Storbritannia. Dette kan skje i Norge også, hvis du legger til rette for det.

MENN PÅ MENYEN: MASKULIN BOOM *i salongen*

Det har vært en enorm økning av menn i britiske og amerikanske skjønnhets-salonger det siste året. Og trenden kommer til Norge raskere enn du tror. Det er mye penger å tjene dersom du legger opp til egne herremenyer.

TEKST: RANDI SOLSTAD FOTO: SHUTTERSTOCK

I januar var jeg i Los Angeles. Jeg gikk innom en neglesalong for å ta manikyr og pedikyr. Der ble jeg plassert mellom to menn. Jeg stusset litt, og reagerte på at den ene skulle ha grønn neglelakk på fingerne. Han andre gikk for blank lakk.

Nylig leste jeg en artikkel på shape.com hvor det stod følgende: "Ren barbering og ut av døren? Ikke nå lenger. I disse dager er det ikke uvanlig å gå til manikyr, for så å finne en fyr sittende i stolen ved siden av deg". I artikkelen kom det frem at i Storbritannia var det i løpet av fjoråret 66 prosent økning i antall menn som 

besøkte skjønnhetssalonger sammenlignet med året før. I tillegg fant jeg en undersøkelse publisert i The Telegraph i mars 2014 som konkluderte med at skjønnhets- og velværebehandlinger for menn er den raskest voksende inntektskilden for hår- og velværesalonger. Data fra 2200 utsalgssteder*) viste at nesten en femtedel av salongkundene var menn som søkte større utvalg av tjenester – alt fra manikyr til ansiktsbehandlinger. Basert på disse opplysningene hevdet The Telegraph, at dette ville kunne skape 21 000 flere arbeidsplasser i skjønnhetsindustrien i Storbritannia de nærmeste årene.

**) Det var Salon Services UK og Irland som stod bak den omfattende undersøkelsen.*

NORGE FØLGER ETTER

Også her i Norge har det de siste fem årene vært en jevn vekst av menn som kommer inn i skjønnhetsklinikken. Bedrifter som satser på mannlige kunder kan derfor ha store muligheter til å tjene mer penger. Vi har snakket med flere aktører i bransjen, og alle ser den kommende trenden.

Det er ikke lenger tabu for en mann å innrømme at han tar vare på huden sin. Foretningmenn tar botox i sinnarynken for å få et mildere uttrykk, og etterspørselen etter ansiktsbehandlinger og fotpleie er økende.

I følge Sissel Engen, daglig leder i Akademiklinikken, har de hatt en økning av mannlige kunder fra 8 prosent i 2010 til 20 prosent i 2014.

- Behandlingene som utføres på menn er hovedsakelig hårfjerning, hudforbedring, blant annet anti-akne og pigmentflekker, samt stadig flere botoxbehandlinger, forteller hun.

Innehaver av INCH Frisør og Barber Shop, Kirstin Arnesen, forteller at hele 40 - 45 prosent av kundene er menn. De behandlingene INCH selger mest av til mannlige kunder er klipp, barbering, styling/grooming av skjegget, voksing, ansiktsbehandlinger, massasje og fotpleie.

STORE MULIGHETER

Ved Beth's Beauty i Oslo er cirka 30 prosent av kundene menn. Daglig leder Elisabeth Lein Oksvik forteller at det har vært en jevn økning av mannlige kunder de siste årene, og mulighetene for å få enda flere er store.

- Selv om Beth's ikke er en salong som gjør store stunt markedsmessig for å nå herremarkedet, får vi stadig vekk nye mannlige kunder, sier hun og legger til at i tillegg til frisørtjenester etterspør de behandlinger som hårfjerning, hudpleie, massasje og fotpleie.

Hun mener det er store inntjeningsmuligheter i herremarkedet, og at de som spesialisere seg på menn vil kunne øke belegget i klinikken sine.

- For å tiltrekke seg flere mannlige kunder er det lurt å tilby egne herrebehandlinger, og ha vindusutstillinger med produkter og reklame rettet mot menn. Pleie- og barberprodukter må være synlige og salongen bør være gode på spesielt barberprodukter, da dette er noe alle menn trenger, sier hun.

- Menn er også opptatt av kvalitet i form av kunnskap og ekspertise, og blir de ivare tatt på en profesjonell måte, vil de garantert komme tilbake, avslutter hun.

SATS PÅ 25-35-ÅRINGENE

- Satser du på menn i 30-årene kan du gjøre god butikk, mener Ann Kristin Hel-

lerslien i Skinthal as. Hun tror at den viktigste målgruppen for å få menn inn i klinikken er kvinner.

- Kjæresten, søstre, mødre og koner handler ofte produkter til menn. Nå er det snart farsdag, sier hun og oppfordrer klinikken til å selge gavekort med spesifikke behandlinger – ikke bare en sum.

- Menn har en tendens til å velge massasje når de bruker gavekortene, men selger du inn en ansiktsbehandling har han ikke noe annet valg enn å prøve den. Når han så har testet dette, vil mange av dem komme tilbake. Menn er dessuten veldig takknemlige å selge produkter til. De kjøper det du anbefaler, sier hun. Hellerslien tror også at unge menn i dag er flinkere enn de eldre til å ta vare på huden sin, og at de oppsøker hudpleieklinikker for å få hjelp - enten med tørr hud, akne eller rødhet.

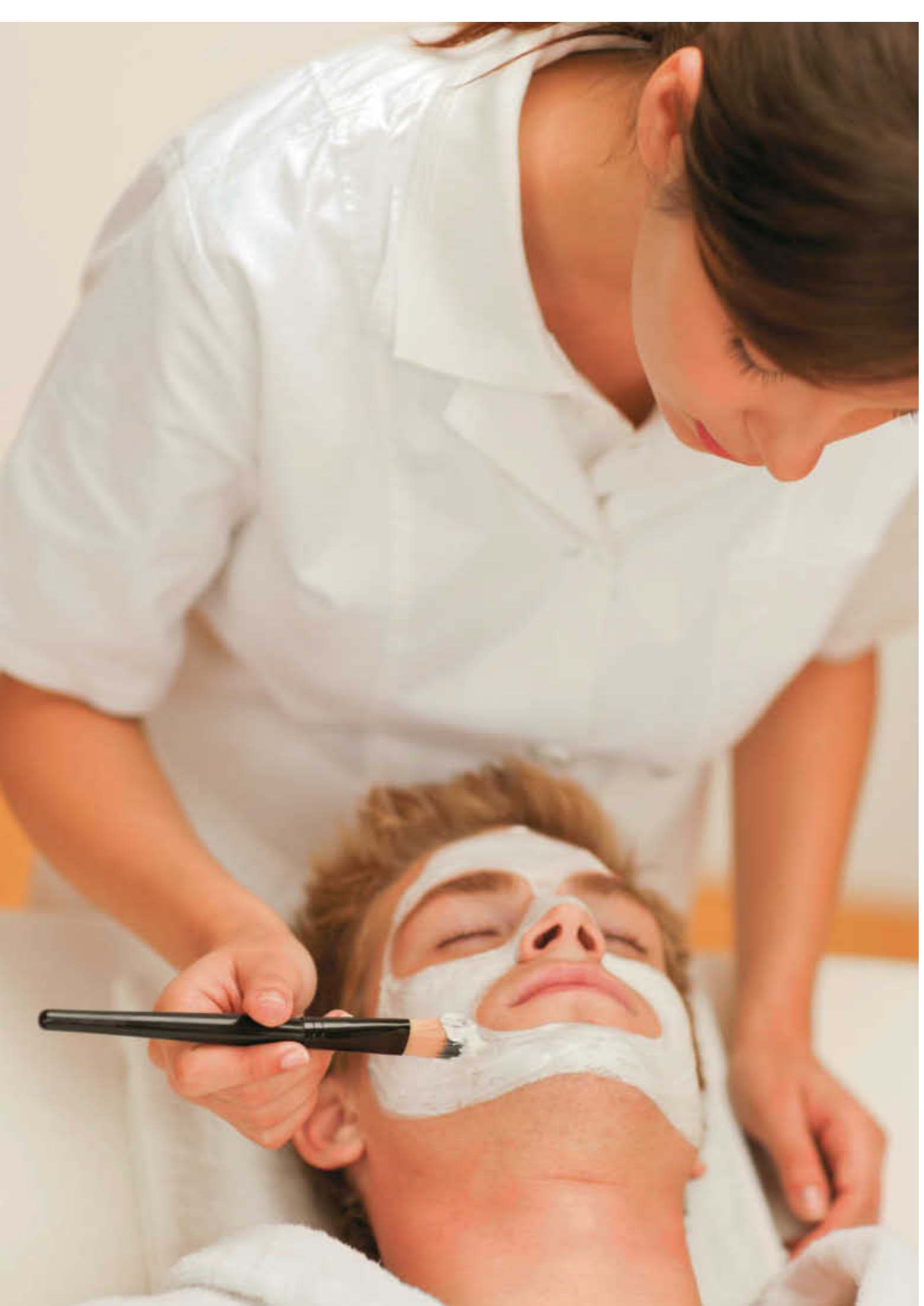
9 SALGBARE BEHANDLINGER PÅ MENYEN:

- Barbering
- Ansiktsbehandlinger som anti-age, akne og solskader.
- Fotpleie
- Frisørtjenester
- Øyebrynsstyling
- Fjerning av ørehår og nesehår
- Manikyr og pedikyr
- Intimvoksing
- Voksing av kroppshår



HVORDAN TILTREKKE MANNLIGE KUNDER

- Lag egne herremenyer.
- Selg gavekort på spesifikke behandlinger.
- Lær opp den mannlige kunden om hudpleie. Gi ham informasjon om viktigheten av å forebygge aldring.
- Voksne menn i førti-femti-årene foretrekker velvære. La det stå i menyen at en ansiktsbehandling også er velvære, at den inneholder massasje.
- Spill på menns forfengelighet. Lær dem opp i gode hudpleierutiner.
- Mange menn tror hudpleie dreier seg om sterke aromaduffer. La det stå i menyen at det benyttes produkter med maskuline dufter.
- Sørg for å ha en vindusutstilling med mannlige produkter og bilder av menn.





TEMA:
MENN

ANTI-AGE FOR MENN:
**RESULTATORIENTERT
VELVÆRE**

For de fleste menn består hudpleie av et etterbarberingsprodukt, og kanskje solkrem under sterk sol. Men kunnskap om hudens aldringsprosesser er i ferd med å nå frem. Vi har sett på et par alternative anti-age behandlinger, som kan treffe godt blant bevisste herrekunder.

TEKST: RANDI SOLSTAD

T

To av NFVBs mannlige medarbeidere stilte opp for å teste siste nytt av hudforbedrende salongbehandlinger. Kombinasjonen av ulike behandlingsapparater, dyktige hender og gode, profesjonelle produkter vil appellere til både fornuft og følelser hos menn som i utgangspunktet er litt mer nølende enn kvinner til å gjøre et slag for huden. Menn vil se synlige resultater, samtidig man gjerne tar med seg en velværeopplevelse - «fordi de fortjener det».

COMCIT FRA CRYSTAL CLEAR/COSMED

Dette er en tre-i-ett-behandling, hvor både kryoterapi, mikroneedling og oksygenterapi benyttes. Først renses huden godt. Deretter kjøles den ned til mellom 2 og 10 grader før selve needlingen starter. Under nålebehandlingen påføres et serum med C-vitamin og arganolje. Dette trekker ned i huden gjennom hullene som nålene lager. Kombinasjonen av disse virkestoffene bidrar til at huden fornyer seg raskere.

Til slutt sluses det inn oksygen med trykkluft, og det benyttes et serum som inneholder hyaluronsyre for å gi huden et skikkelig fuktighetsboost. I og med at huden er nedkjølt trekker blodkarene seg sammen, og faren for blødning reduseres. Behandlingen oppleves ikke ubehagelig, og kunden kan gå rett på jobb etterpå.

RASKE RESULTATER

I følge Jan Varming i Cosmed as kommer resultatet umiddelbart, men fra dag 4 – 14 skjer det en rekke endringer i huden ettersom reparasjonsprosessen er i gang og cellefornyelsen øker.

- Hudvevet blir tettere og huden strammere, sier han og forklarer at behandlingen bør gjentas 4 - 6 ganger for at resultatet på huden skal bli optimalt.
- Ideelt sett bør behandlingen gjentas hver 14 dag, fordi da er det nye celler på vei og det er på tide å kickstarte en ny prosess. Det gjør dette til en progressiv behandling i stedet for en aggressiv, sier han.
- Ved vanlig dermarulling, hvor huden blør, går det ofte 6 uker mellom hver behandling fordi den er så aggressiv.

- FRISTER TIL GJENTAGELSE

Jan Kristian Pettersen (49) har ved to-tre anledninger tidligere gjennomført behandling hos hudpleier. Det siste halvannet året har han brukt profesjonelle hudpleieprodukter (Neostrata) som har hatt god effekt på huden hans. Han renser huden morgen og kveld og benytter dag- og nattkrem. Tidligere brukte han kun en fuktighetskrem.

- Jeg har tenkt at det ville vært fint å få utført regelmessige behandlinger hos hudpleier, men har hittil ikke prioritert dette. Selve aldringstegnene er ikke motivasjonen. Heller det å se mest mulig "fresh" ut til daglig, sier han.

Han har aldri før tatt en ren anti-age-behandling, men stiller sporty opp for å teste ut Comcit/Crystal Clear.

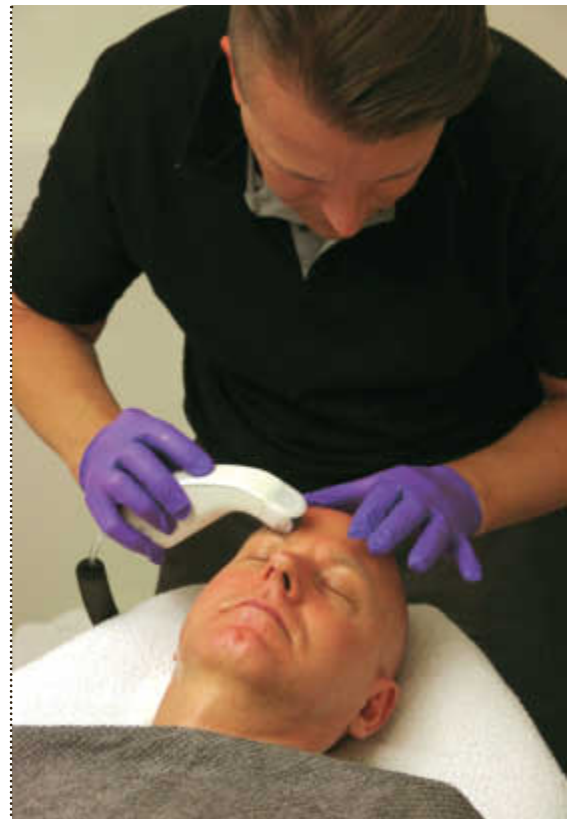
- Selve needlingen var verken ubehagelig eller veldig behagelig. Jeg kjente ikke nålestikkene fordi huden var nedkjølt. Men både rensen og den avsluttende masken var veldig behagelig og avslappende.

- Etter behandlingen opplever jeg nå at huden føles annerledes - litt strammere og freshere. Dette er absolutt en behandling som frister til gjentakelse, og jeg tror jeg kommer til å bli litt flinkere til å ta meg tid til en behandling hos hudpleier noen ganger i løpet av året.

MENN OG HUDFORBEDRING

I følge Anne Berit Eide ved Oslo Hudpleieklinikk kan alle ansiktsbehandlinger som utføres på kvinner, også benyttes på menn.

- Selv om de har 30 prosent tykkere hud enn kvinner, har de også behov for gode hudpleierutiner og behandlinger for å opprettholde en sunn og tiltalende hud. Det menn ofte gjør feil er å bruke konas eller kjærestens krem. De gir dessuten huden daglig en meget hard behandling ved å barbere seg med sterke såper. I tillegg er de lite flinke til å beskytte seg mot vær og vind, noe som gjør dem svært utsatt for karsprengninger og solskader som aldersflekker og hudkreft, forteller hun.



NFVBs prosjektleder Jan Kristian Pettersen (49) er godt vant med å bruke pleieprodukter, men mest for å være «fresh» enn for anti-aging. Behandlingen med Comcit frister til gjentakelse.



CRYSTAL CLEAR COMCIT KAN BENYTTES PÅ FØLGENDE HUDTILSTANDER:

- Aldrende slapp hud
- Solskader
- Akne/arr
- Strekkmerker
- Linjer og rynker
- Pigmentflekker
- Aldersflekker på hender
- Kroppsbehandlinger: lår, mage og armer og cellulitt

Mer info: www.cosmed.no





SALONGs redaktør Jarl Martin Garder er kanskje en «typisk» mann, med barberingsprodukter som fremste hudpleie. Han syntes behandlingen med Thalgo Ibeauty og ansiktsmassasje ga en god følelse av hudforbedring og velvære.



THALGO IBEAUTY - HELT NY TEKNOLOGISK OPPFINNELSE.

Maskinen benytter i tillegg til radiofrekvens også forskjellige ultralydfrekvenser (Dette er patentert). Behandlingen kan tilpasses alle hudtilstander og behandlinger:

- Dyprens, utklemming
- Oppstramming, ansiktskonturering
- Innslusing av fuktighet og næring
- Avgiftning, stimulering og drenering

Mer info: www.skinthal.no/

THALGO IBEAUTY KOMBINERT MED MASSASJE

I denne behandlingen kombineres manuell massasje med den nye innovative Ibeauty-maskinen fra Thalgo. Den er basert på ultralyd og radiofrekvens.

Behandlingen starter med en kavitasjonspeel, hvor en blanding av syrer, blant annet salisylsyre, masseres inn i huden med lavfrekvent ultralyd for å oppnå en effektiv peeling i dybden. Etter rensen utføres en klassisk ansiktsmassasje for å sette i gang blodsirkulasjonen og løse opp stram og stresset muskulatur.

Deretter starter selve antialdringsbehandlingen med radiofrekvens.

- De elektriske impulsene varmer opp huden i dybden. Dette stimulerer fibroblastcellene, noe som øker dannelsen av elastin og kollagenfibre, sier Ann Kristin Hellerslien i Skinthal as. Hun forklarer at huden ser fresh og glødende ut umiddelbart etter behandlingen, og at full oppstrammende effekt kommer etter et noen uker. For maksimal effekt anbefales det en kur på fire til seks ganger over en periode på 3 uker.

- Denne maskinen har dessuten den aller siste teknologien innen radiofrekvens, hvor det jobbes med trepolar hendel. Det gjør behandlingen enklere og mer behagelig å utføre for terapeuten.

Avslutningsvis masseres huden inn med en antirynkekrem basert på alger.

- EN GOD VELVÆREOPPLEVELSE

Jarl Martin Garder (50) har aldri vært hos hudpleier tidligere, men har prøvd massasje på hotellspa og fått en fotpleiebehandling i gave.

- Jeg ser jo at jeg har fått noen rynker, spesielt rundt øyepartiet, og skulle gjerne vært dem foruten, men har tenkt at sånn er det å bli 50, sier han.

Hudpleierutinene hans har hittil vært å bruke solkrem i forbindelse med soling på sydenturer. Den daglige pleien så langt har vært barbering med høvel, etterfulgt av after shave gel.

- Behandlingen jeg nå fikk, som er min første skikkelige hudpleie, føltes godt på flere måter. For det første var det godt å vite at jeg for en gangs skyld gjorde noe bra for ansikts-huden min. For det andre var store deler av behandlingen, spesielt massasjebiten, en skikkelig god velværeopplevelse. Innledningen med fjerning av hudceller var kanskje ikke en nytelse, men ga en følelse av effektiv behandling.

Rett etter behandlingen føltes huden veldig frisk og glødende, men jeg kan ikke se en visuell endring etter én behandling. Huden føles fin, og det er godt bare å vite at jeg har vært «snill» med den, sier han og konkluderer med at han absolutt kan tenke seg å gjenta denne behandlingen.

- Det var en god velværeopplevelse, samtidig som jeg vet at huden min hadde godt av det. Får jeg garanti for at rynkene ikke blir enda dypere enn de allerede er, så blir jeg sannsynligvis fast kunde.



"Ikke bruk oppadgående massasjeteknikk på mannlige kunder ved ansiktsbehandlinger. Menn har mer hår i ansiktet. Ta hensyn til skjeggveksten og hårets vekstretning for å unngå å irritere hårsekkene".

ANN KRISTIN HELLERSLIEN, SKINTHAL



LØSNINGEN FOR UNGDOMMELIG,
OPPSTRAMMET OG SUNN, FRISK HUD



Endelig er M-Ceutic her; fra eksperten på havets ingredienser, franske Thalgo Cosmetic

En ny perfektjonsvisjon!

Den første medisinskinspirerte profesjonelle cosmeceuticals hudpleieserie med patentert Mèsolift Marine. Dette patentet inneholder en helt unik kombinasjon av 2 vitaminer, 14 mineraler, 18 aminosyrer, hyaluronsyre og enda et patent; Anti-Ageing; NèoSkin.

Mèsolift Marine aksellerer cellefornyelsen og fremmer et ungdommelig utseende, samt en fast og sunn hud. Forstyrrelser i talgproduksjon, ujevn hudstruktur (arr, aknearr, store porer), ujevn hudfarge (pigmentforstyrrelser, irritasjoner) kan du se langt etter ved hjelp av denne radikale renovasjon av huden! Sterke og effektive penslinger i salongen gir umiddelbare og høyst effektive; beviselige, resultater. Mange forskjellige aktive ingredienser og syretyper sørger for fantastiske resultater.

For en uforpliktende prat; importør i Norge: Skinthal as, tlf. 47 64 77 00 eller post@skinthal.no
Følg oss gjerne på Facebook : Thalgo Norge



Karenslyst Allè 55, 0277 Oslo



TIPS
TIL MERSALG

TJEN PENGER PÅ BARBERING

Inviter gutta til Shave-bar. Gi dem en kald øl og en barbering de sent vil glemme!

TEKST: RANDI SOLSTAD FOTO: SHUTTERSTOCK OG LEVERANDØRENE

I følge Anne Berit Eide i Oslo Hudpleieklinikk kan det være salgsfremmende å gi den mannlige kunden opplæring i hudpleie og barbering.

- Selv med årelang erfaring trenger de fleste menn veiledning og ikke minst mer kunnskap om hud og barbering. Mange barberer mot hårvekstretningen, de bruker for sterke produkter og plages med inngrodde hår, svie, rødhet og generell hudslitasje.

Et tips er å invitere til Shave-bar. Sørg for å fylle opp hyllene med gode hud- og barberprodukter, og gi dem veiledning i hvordan produktene skal brukes. Et annet tips er å selge gavekort på proff barbering. Det er en nyttig gave som de fleste jenter med glede vil gi til kjæresten eller mannen sin, sier hun og legger til at når menn først finner en løsning så holder de på den. ➔

HER ER SALGSPRODUKTENE HAN VIL ELSKE



RIKT OG MYKGJØRENDE SKUM

↑ Matis Shaving gel inneholder fuktighetsgivende og mykgjørende planteingredienser som sørger for en jevn, myk og komfortabel barbering. Den geleaktige konsistensen danner et rikt skum på huden som lukter deilig av mann.



VIRKER I DYBDEN

For mannen som trenger å jobbe mer i dybden kan Babor Calming After Shave Fluid påføres under kremen, eller etter barbering. Serumet demper irritasjoner, virker hudfornyende og øker spenst og fuktighet. Aktive ingredienser er blant annet sibirsk ginseng, humle, taurin og vitamin E.



OGSÅ TIL SART ØYENHUD

↑ Babor Men Anti-Wrinkle Face & Eye Energizer er en kjølede, lett og energigivende gelkrem som gjennomfukter og pleier huden, i tillegg til at den forbedrer spenst og minimerer linjer. Kan også brukes på den sensitive huden rundt øynene. Et perfekte produkt for den moderne mannen med en travel hverdag.



BEKJEMPER ALDRINGSTEGN

↑ Thalgo Regenerating Cream er perfekt for gutta som ønsker å holde på ungdommens forfriskende utseende. Produktet har deilig konsistens og duft. I tillegg til å bekjempe aldringstegn og styrke huden fra innsiden, tilfører den masse fukt og etterlater huden myk og smidig. Etter omfattende testing på menn viser resultater at 100 prosent av testmennene fikk mykere hud og hele 79 prosent fikk tydelig reduksjon av rynkedybden.



EFFEKTIV SERIE FOR TETT BARBERING

↑ Elemis Ice-Cool Foaming Shave Gel gir et mykt underlag for tettest mulig barbering. Produktet lindrer, beskytter og nærer huden under barberingen, og sørger for et perfekt resultat uten irritasjoner.

Elemis SOS survival cream er en fuktighetskrem som kan motvirke urenheter og som lindrer, mykgjør og gir næring, slik at huden ikke blir sensitiv, tørr eller irritert.





REPARERENDE HUDHELSEPROGRAM

↑ Nimue Man består av tre produkter basert på blant annet antioksidanter som virker reparerende og hudfornyende.

Phyto-Gel Wash er en dobbeltvirkende ansiktsrens som renser i dybden rundt hårskaftene og åpner porene. Dette bidrar til å klargjøre huden for en tett, komfortabel barbering.

Treatment after shave er en multiaktiv balm som styrker cellene, virker oppstrammende og etterlater huden kjølede. Produktet tilfører fukt og inneholder i tillegg antibakterielle ingredienser som roer irritasjon.

Hydro balance inneholder en kombinasjon av vitamin C og E som reparerer og beskytter huden mot skader fra barbering. Kremene gir forbedret hudstruktur og ikke minst fuktighet i opp til 24 timer etter påføring.

FORFRISKENDE MASKULIN DUFT

← Thalgo Shaving Gel er en deilig, skummende gelé som enkelt skummes opp med vann. Produktet er alkoholfritt, pH nøytralt og basert på alger som roer stress og irritasjoner og etterlater huden myk og smidig. Sagt om produktet: «Beste shavingsprodukt ever; perfekt størrelse».



IDIOTSIKKERT FOR MANNEN MED DÅRLIG TID!

↑ Decléor Men Essentials er omhyggelig spesialtilpasset menns hud og hudpleiebehov. Produktene gir lettere, jevnere og bedre barbering og motvirker tørr, sår og irritert hud. De motvirker urenheter, tilfører energi til huden og motvirker aldringstegn. Enkelt 3-trinns system hvor rens er merket 1, barbering er merket 2 og beskyttelse er merket 3.



FOREBYGGER RYNKER

← Matis anti age krem virker oppstrammende og heler, samtidig som den gir en langtidsvirkende fuktighetseffekt. Kremene inneholder peptider og ekstrakt fra tigerurt som sammen stimulerer produksjonen av kollagen og elastin, og bedrer og forebygger rynker og tap av elastisitet. Tigerurten hjelper huden til å reparere seg selv, slik at eventuell irritasjon etter barbering bedres.

UKOMPLISERT SERIE FOR MENN

JatoMan fra Bioline består av fire hjemmepleieprodukter som virker anti-aldrende, beskyttende og forfriskende på huden. Med enkle og raske rutiner gir den huden daglig pleie gjennom gode konsistenser, samt en mild maskulin duft. →





FixIT Utvikling bygger



Vi setter FixIT-salongene i stand til å oppfylle sine kunders behov i vår digitale verden.

Tarjei Knutsen, Avdelingsleder FixIT Utvikling

Vil du oppnå suksess med din salong trenger du gode verktøy. På FixIT-kontoret i Bergen leder Tarjei Knutsen et team på ni utviklere som har et tydelig mål om å gi FixIT-salongene bransjens beste verktøykasse.

Blir du med på FixIT-laget velger du mer enn en kassaløsning—du velger at **ti dedikerte utviklere** jobber for å lage løsningene som kundene dine elsker.

I sommer har Tarjei ansatt to nye talentfulle utviklere, han vet nemlig at FixIT-salongene har store ambisjoner. Tarjei vil møte kravene fra bransjen med lettfattelige og dynamiske verktøy, som for eksempel appen **FixIT Timebestilling** og portalen **FixIT.no**.



de smarte verktøyene



APPEN FIXIT TIMEBESTILLING



PORTALEN FIXIT.NO



TIMEBESTILLING PÅ NETT

Når du velger **FixIT** til din salong velger du å bli med på det beste laget i bransjen. I 2015 har FixIT blitt enda sterkere; nå er vi **34 engasjerte medarbeidere** som sørger for at FixIT-salongene når målene sine.

I år har vi rekruttert **fem nye spesialister** til avdelingene Utvikling, Salg, Marked og Kundesenter, slik at vi kan gi den beste oppfølgingen og levere de beste verktøyene til din salong.

Vi inviterer deg med på vinnerlaget—velg FixIT!

Send **SMS** med kodeord **FIXIT** til **2077** eller ring **55 70 70 60**.

TEMA:
UTDANNING

KLAR TALE FRA NFVB:

FAGBREV gir status



- Vi mener et utdanningsløp som gir fagbrev er veien å gå for å høyne statusen til hudpleierne. Det inkluderer et utdanningsløp med to år på skole og to års læretid i salong, sier NFVBs direktør Olav Eikemo.

TEKST: BJØRN KOLLERUD FOTO: BJØRN KOLLERUD OG SHUTTERSTOCK

Det var på et dialogmøte i Utdanningsdirektoratet at NFVBs direktør Olav Eikemo snakket om hudpleieutdanningen og veien til et fagbrev. Han viste til utdanningsløpet for andre yrkesfag.

- Vi mener utdanningsløpet for hudpleiere må tilpasses den virkeligheten de møter ute i bedriftene. Det er en høy terskel som skal forseres for 18-19 åringer, hvis de skal innfri det som kreves av selvstendighet og faglig kompetanse i møte med kundene. Erfaringene fra frisørbransjen tilsier at det vil ha en gunstig effekt at nyutdannede må kvalifisere seg med en læreperiode i bedrift, før de blir overlatt til seg selv, og må møte kunder i én til én situasjon i et hudpleiekabinett. Jeg ser ingen grunn til at hudpleierne ikke skal følge utdanningsløpet til andre yrkesfag. Det innebærer et 2 + 2 års utdanningsløp, som leder frem til et fagbrev. Det vil høyne statusen og den faglige stoltheten, fremholdt NFVB-direktør Eikemo.

DET BRANSJEN TRENGER

En av grunnene til dialogmøtet, var å få frem synspunkter som skal danne grunnlaget for å utvikle en yrkesutdanning som er relevant for bransjens behov.

- Salongens behov må styre utdanningsløpet. Det er tross alt her folk skal jobbe, poengterte Olav Eikemo. Han fikk langt på vei medhold av Tonje Thorbjørnsen, leder for Faglig råd for helse- og oppvekstfag (FRHO). Hun innledet dialogmøtet med en gjennomgang av tilbudsstrukturen innen yrkesfag.

- Hele tilbudsstrukturen innen yrkesfag skal gjennomgås i perioden 2015 - 2016. Målsettingen er å utvikle yrkesutdanningsløpet så den holder høy kvalitet, er relevant og byr på den kompetansen arbeidslivet ønsker seg. Det hjelper ikke å finpusse utdanningen, hvis ikke arbeidslivet verdsetter dette arbeidet. Derfor er det viktig med dialogmøter, understreket hun.

KREVER LÆRLINGTILSKUDD

NFVB foreslår å etablere en lærlingordning for hudpleierne, noe som innebærer at salongiere må ta et større opplæ-

ringsansvar. Det må de få betalt for, krever NFVB direktør Olav Eikemo.

- Salonger som påtar seg et opplæringsansvar må få betalt for denne samfunnsnyttige innsatsen de yter. Lærlingtilskuddet er i dag på cirka 130.000 kroner. Det bør være retningsgivende også for hudpleiebransjen, hvis man får en fagbrevordning. Samtidig kjemper NFVB for at dette beløpet skal heves trinnvis til et nivå på linje med det en skoleplass i den offentlige skolen koster. I dag er dette rundt 150.000 kroner. Dette er en langsiktig kamp, men vi er på vei. Et sted må man starte. Ett år er kort tid, 2-3 år er heller ikke lang tid. Men vi er villig til å gå inn i prosessen, være en konstruktiv bidragsyter for å lage et bransjetilpasset utdanningsløp.

OPPLÆRING ER ARBEID

Ansvarlig for NFVBs utdanningspolitiske arbeid, Jan Kristian Pettersen, poengterer at et 2 + 2 utdanningsløp som leder til fagbrev gir salonger en velfortjent honorering av opplæringsinnsatsen.

- For hudpleie- og velværebansjen vil en lærlingordning gjøre det mer attraktivt å hente inn skoleelever uten fartstid i bransjen. Jeg mener fagbrevkompetanse er veien å gå for å heve statusen for hudpleiere, og samtidig sørge for at salongene får den arbeidskraften de etterspør. Hudpleie- og velværesalonger bruker i dag tid, krefter og penger på å lære opp nyansatte som kommer rett fra skolebenken. Med en fagbrevordning vil de få betalt for mye

↓ NFVBs direktør Olav Eikemo og NKHF's leder Lobna el-Masroui fra Fagforbundet var enige om mye på dialogmøtet. De ønsker begge ryddige forhold i hudpleiebransjen, seriøse arbeidsgivere og gode arbeidsforhold for ansatte.



↑ På dialogmøte i Utdanningsdirektoratet. Fra NFVB stilte direktør Olav Eikemo, organisasjonskonsulent Jan Kristian Pettersen og fylkeskontakt Gro Rosland. Sistnevnte er også daglig leder i Frisør- og Hudpleieinstituttet AS i Sandnes.

av det arbeidet de i dag legger ned i opplæringen av egne ansatte. Det er et viktig aspekt å ta med seg inn i den videre debatten.

FAGBREV ER GULL VERD

NFVB mener fagbrev etter lærlingtid gir følgende positive resultater for hudpleiere:

- Fagbrev øker fagets status og sikrer økt rekruttering
- Gir ansatte større erfaring med kunder i en salonghverdag
- Gir mer aktuell kompetanse i forhold til bransjens behov
- Gir regulert lønn i forhold til arbeidsinnsats/kunnskap
- Bedriftene får tilskudd for å gi relevant opplæring
- Bedriftene vil få økt mulighet for å etablere større enheter
- Bedriftene tar eierskap til opplæringen



UTSTYR, MASKINER
OG PRODUKTER:

ER DU BEVISST DITT ANSVAR?

Som hud- og kroppsterapeut er det du selv som er ansvarlig dersom en av dine kunder blir skadet under behandling ved bruk av utstyr, maskiner eller produkter som du har kjøpt inn.

TEKST: RANDI SOLSTAD FOTO: SHUTTERSTOCK

Vær kritisk og på vakt. Det er dessverre mange aktører på markedet som ikke driver seriøst. Mange ønsker å tjene lettjente penger på utstyr, maskiner og produkter som lover oppsiktsvekkende resultater på kropp og hud. Ikke alt holder hva det lover. Vi har mottatt en rekke henvendelser fra hudpleiesalonger og kosmetiske klinikker som forteller at de har kjøpt inn kroppsmaskiner produsert i Kina. Kunder har blitt brent og oppfølgingen når skaden skjedde uteble. Det samme gjorde opplæringen. Flere av selskapene som selger disse maskinene er heller ikke registrert i Brønnøysundregisteret. Det samme problemet gjelder også ved salg av hudpleieprodukter, sminke og tatoveringsprodukter.

DITT ANSVAR!

På grunn av de henvendelsene vi har mottatt tok vi kontakt med Mattilsynet og Statens strålevern. Svarene vi fikk var rystende.

Det er nemlig du som har ansvaret dersom det skjer noe med din klient. Det er du som har ansvar for å sjekke hva du tar inn

i klinikken din av maskiner og produkter. Du har ansvar for å sjekke at de hudpleieproduktene du tar inn ikke inneholder helsesfarlige stoffer. Det er dessverre ingen myndigheter eller instanser som regulerer eller sjekker hva som blir importert. Det er opp til hver enkelt importør å registrere produktene sine hos Mattilsynet. De som ikke gjør det, kan herje fritt og tjene mange penger før skadene skjer.

VIT HVA DU KJØPER INN

I følge Natalia Larsen i Mattilsynet har alle ledd et ansvar når det gjelder å ta inn kosmetiske produkter og utstyr. Hver enkelt som skal importere og selge kosmetiske produkter eller utstyr i Norge har ansvar for at deres produkt er trygt, godkjent og testet. Importøren har plikt til å gjøre seg kjent med produktets dokumentasjon og kjenne til regelverk og krav.

- Som innkjøper til din klinikk er det du som har ansvar for å sjekke hva du kjøper inn. Det er også ditt ansvar dersom en av dine klienter blir skadet under behandling eller av produkter du selger, sier hun. Larsen advarer også mot å ta inn kosmetikk, tatoveringsprodukter, tannblekingsmidler og hudpleieprodukter uten å sjekke produktene nøye.

- Vær kritisk! Parabenfritt, for eksempel, er ingen god reklame for et produkt, sier hun og oppfordrer til å ta kontakt med Mattilsynet for å sjekke om produktene du skal gå til innkjøp av er registrert i Mattilsynets database.

Hun forklarer at mange av de ulovlige hudpleieproduktene på markedet inneholder ingredienser som kan være helseskadelig, spesielt produkter som kommer fra asiatiske land.

- Mye av det som selges i Norge, og som ikke er registrert hos oss, inneholder helseskadelige stoffer som blant annet kvikksølv, tungmetaller, blekemidler og allergifremkallende konserveringsmidler, forteller hun.

CE-MERKING ER IKKE ET KVALITETSSTEMPEL

Argumenter som selgere av lasere og IPL-maskiner benytter for å henvise til kvalitet er ofte at maskinen er CE-godkjent. Dette er ikke et kvalitetsstempel. Det står alltid CE på maskiner som er produsert i Kina. Da står CE for Chinese Export. CE-godkjenning fra EU betyr at produktet ikke er farlig å bruke. Det sier ingenting om hvorvidt det virker eller ikke. Det er nesten umulig å se forskjellen på CE- ➔



merkene, da det kun dreier seg om et par millimeter lengre avstand mellom bokstavene på kinesiske varer.

RIKTIG STANDARD – NOK OPPLÆRING

I følge jurist og rådgiver i Statens strålevern, Sofie Nicolaissen bør du ved innkjøp av laserutstyr forsikre deg om at forhandler har dokumentasjon på at laseren er i samsvar med den europeiske laserstandard. Disse maskinene er merket EN 60825-1. Det stilles nemlig krav i strålevernforskriften § 35 om at alle lasere skal være i samsvar med EN 60825-1.

- Det er ditt ansvar å forsikre deg om at laseren du kjøper inn er i samsvar med kravene. Det er ikke tilstrekkelig hvis selger kun henviser til amerikansk regelverk og standarder, sier hun.

Nicolaissen forteller også at det også er innkjøpers plikt å sørge for at de som skal bruke maskinen får tilstrekkelig opplæring.

- Det stilles ikke krav i strålevernforskriften om at det er selger av maskinen som skal gi opplæring, men det er naturlig at

de gjør det. En seriøs selger vil nok sørge for at virksomheten får den nødvendige opplæringen de trenger for å kunne bruke utstyret korrekt. Det er også innkjøpers plikt å sørge for at apparatet vedlikeholdes og kontrolleres på en planlagt, systematisk og dokumenterbar måte, sier hun.

USERIØSE AKTØRER BLIR IKKE STRAFFET

Dessverre finnes det ingen straff for de useriøse aktørene. I verste fall får de en bot, slår seg konkurs og starter gjerne opp ny virksomhet med nye produkter og nytt utstyr dagen etter. Bransjen er liten, men de useriøse er veldig flinke til å markedsføre seg. De er ofte pågående, overtalende og innpåslitne. De lover mer enn de kan holde, og produktene eller maskinene deres er «garantert» de beste og nyeste på markedet.

Som fagtidsskrift for bransjen vil vi på det sterkeste advare våre medlemmer mot å gå i fellen til noen som ikke har rent mel i posen. Det kan bety kroken på døren. Så vær på vakt!

FORSIKRING AV SALONGENS ANSVAR

I følge NFVBs forsikringskontakt Reidar Meinstad inneholder den salongforsikringen som formidles til medlemmene i NFVB via Connector en forsikringsdekning som dekker skader på salongens kunder. Forutsetningen for at forsikringen skal gjelde er at sikkerhetsforskrifter følges, blant annet at salongen sjekker de nevnte godkjenninger i Norge.

SIKKERHETSNETT

Ansvarsforsikringen skal være et sikkerhetsnett for de som tar alle de nødvendige forholdsregler, men allikevel opplever at utstyr eller produkter skader kunder. Dette gjelder også i de tilfeller der en ansatt skulle være så uheldig å påføre en kunde skade, enten fordi det har vært feil bruk av utstyret eller på grunn av feil blandingsforhold av etsende produkter.

IKKE MED VILJE...

Ingen erstatning vil utbetales om skade er påført med vilje eller forsett. Imidlertid vil salongen v/eier aldri sitte igjen med regningen om en av de ansatte forsettlig har fremprovosert en skade. I de tilfellene vil forsikringsgiver søke å få tilbake den utbetalte erstatning av skadevolder.

Sjekk dette
**VED INNKJØP AV LASER- OG
IPL-MASKINER:**

- Følger det skriftlige instruksjer og arbeidsprosedyrer med maskinen?
- Følger det med en plan for vedlikehold og kontroll?
- Følger det med en bruks- og vedlikeholdsanvisning på både norsk og engelsk?
- Er maskinen merket i samsvar med europeisk standard – EN 60825-1?



IT'S TIME TO GET EVEN

*The Future of
Skin Brightening Is Here*

SKIN BRIGHTENING SERUM

Age spots and pigmentation have met their match with the first-ever skin brightening product with AHA Retinoid Conjugate – an innovative and proprietary AHA/Vitamin A derivative combination – and cutting-edge brightening ingredients that target uneven skin tone and age spots. This groundbreaking product is designed to promote a brighter, more luminous complexion.



BRIGHTENING PEELS PADS



Takes skin brightening to a new level with a professional-strength level of alpha hydroxy acids for enhanced, accelerated results.

 **Elizabeth Arden**
PRO

EXCLUSIVELY PROFESSIONAL.
CLINICALLY PROVEN.
CUTTING-EDGE COSMECEUTICALS.

Distributør: Dermanor AS
Tlf. 66 77 55 55. kundeservice@dermanor.no

TEMA:
HVA GJØR
DU NÅ?

- Mitt hjerte banker fortsatt for Decleor. Det var et ganske ukjent merke da jeg fikk øye på det på 80-tallet, minnes Hilde. Hun har fortsatt Decleor-produkter på baderomshylla.

DERMANOR - GRÜNDER

Hilde Midthjell

Fortsatt i støtet

- Jeg har alltid drevet meg selv fremover, og trives med et høyt tempo, fastslår Hilde Midthjell. Det er noen år siden gründeren solgte seg ut av Dermagruppen, men hjertet banker fortsatt for Dermanor.

TEKST OG FOTO: BJØRN KOLLERUD

Vi besøkte henne hjemme i sveitervillaen på Vettre i Asker før sommeren, og fikk se den siste kolleksjonen av strikkeprodukter fra Dale of Norway.

- Jeg sitter fortsatt i styret i Dermagruppen, og jeg følger med på det som skjer i hudpleiebransjen, selv om hovedfokus selvsagt er på min nye baby, strikkeprodusenten Dale of Norway, smiler Hilde Midthjell. Hun geleider oss inn i entréen, og vi slår oss ned rundt kjøkkenbordet sammen med huskatten, som følger matmor skritt for skritt.

Med sommertemperatur og bølgeskvulp mot svabergene utenfor stuedøren, er det lett å tenke at vi er på besøk hos en førtidspensjonist som nyter sitt otium. Men det er vi definitivt ikke. Hilde har et tett program, og sms-er tikker inn på mobiltelefon i samme takt som pendelslagene i et klassisk gulvur. Det er mange som vil ha en bit av hennes tid. Men hun fant litt ledig plass på programmet, for å ta et gjensynsmøte med en tidligere medarbeider, Adrienne Hughes. Det ble litt mimring og noen tilbakeblikk på store og små hendelser gjennom Dermanors historie.

UTRETTTELIG

Etter salget av Dermagruppen til Christian Ringnes i 2007 - 2009, tikket det inn 500 millioner kroner på Hilde Midthjells konto. Mange ville vinket farvel til arbeidslivet etter et slikt salg. Særlig med tanke på den utrettelige innsatsen hun hadde lagt ned i Dermanor gjennom en periode på 20 år. Det har ikke bare vært en dans på roser. Hva er det som driver henne?

- Du solgte deg ut av Dermanor og kunne levd herrrens glade dager uten å gjøre noe som helst. Hva fikk deg til å gå løs på et prosjekt som Dale of Norway? Det høres veldig strevsomt, risiko-

fylt og krevende ut å overta en strikkebedrift som slet i motvind. Liker du å plage deg selv?

- På ingen måte, men jeg er ikke typen til å sette meg ned. Så jeg var åpen for nye engasjementer, selv om jeg hadde en tanke om å trappe ned tempoet. Det var litt tilfeldig at jeg kjøpte Dale of Norway, det skjedde nok litt spontant. Men så begynte snøballen å rulle, og man blir revet med. Jeg vet ikke helt hva det er, men jeg er nok både utrolig sta og disiplinert, og jeg blir ganske ivrig når jeg jobber med ting som jeg synes er gøy. Det ligger i blodet. De som kjenner meg sier jeg er et atomkraftverk. Pensjonering er ikke noe jeg tenker på, klukklur Hilde Midthjell, før hun raskt blir alvorlig.

- Men jeg skal ikke legge skjul på at det har vært harde tak å omstille Dale of Norway. Bedriften gikk med underskudd da jeg kjøpte den i 2009, og det var nødvendig å ta grep. Selv om jeg ikke hadde faglig kunnskap om denne typen virksomhet, ble jeg fasinert av de mulighetene jeg så for Dale. Jeg hadde egentlig tenkt å bidra med prosjekter som eier og styrearbeid, men fra 2013 gikk jeg inn som daglig leder. Det har vært gøy å være med å bygge et solid fundament for en så tradisjonsrik bedrift. Dale of Norway har vært en hjørnesteinsbedrift i Dale samfunnet siden 1879, og er en av få tekstilbedrifter som fortsatt har produksjon i Norge. Det forplikter. Samtidig må vi skape nye ting. Jeg har nok utfordret organisasjonen på å lage mer moderne design og kvaliteter. Jeg liker å være hands-on. Mitt hovedfokus er å få folk til å gå i samme retning, og jobbe med de riktige tingene. Da skapes resultater, og det inspirerer meg.

PÅ JAKT ETTER UNGDOMSKILDEN

Hildes bakgrunn som legestudent og omreisende selger av produkter til hudpleiesalonger land og strand rundt, går igjen i ➔

«KUNDENE ER KUNNSKAPSRIKE OG OPPDATERER SEG GJENNOM INTERNETT. DU KAN IKKE HVILE DEG PÅ GAMMEL KUNNSKAP. SKAL DU LYKKES SOM TERAPEUT I ÅRENE SOM KOMMER, MÅ DU TILEGNE DEG DYBDEKUNNSKAP» HILDE MIDTHJELL



Dermanorgründer Hilde Midthjell og NFVBs medlemskontakt Adrienne Hughes er gamle arbeidskolleger. - Det var en spennende tid, for oss begge, smiler Hilde og roser Adriennes innsats som rektor på Hudpleieakademiet.

- Hilde har vært utrolig inspirerende, og jeg håper å få henne med i NFVBs nettverk for å dele sine erfaringer. Hvis hun har tid til overs, supplerer Adrienne.

uttallige intervjuer. Med hardt arbeid, selvdisciplin og god fagkunnskap var hun en pådriver i arbeidet med å bygge opp og forme den profesjonelle delen av hudpleiebransjen gjennom 20 år. En av suksessfaktorene har vært å finne frem til profesjonelle merker som har et utviklingspotensial

- Interessen for hudpleiebransjen ble vekket på en verdenskonferanse for bransjen. Etter å ha sett nærmere på det som den gangen fantes på av produkter på markedet, oppdaget jeg raskt at mange produktpåstander fra ulike leverandører ikke holdt mål. Det var mye humbug. Det inspirerte meg til å gå igjennom ingredienslister, undersøke hva som faktisk virket og hva som var nice-to-have ingredienser.

- Jeg fant gode merker, som Decléor og MD Formulations, og det ble starten på Dermanor. Jeg ville gi hudterapeutene de profesjonelle produktene de fortjente. Det var en sterk drivkraft, som gjorde at jeg holdt ut en arbeidskrevende tilværelse så lenge som jeg gjorde. Det var ikke akkurat noe luksusliv. Jeg har hatt mindre fritid enn de fleste jeg kjenner, minnes Hilde.

På spørsmål om hvem som har inspirert henne mest i hudpleiebransjen, kommer svaret kontant;

- Uten tvil Joe Lewis II. Han er helt genial, og virkelig et ikon innen utviklingen av cosmeceuticals som fagområde. Da jeg ble introdusert til cosmeceuticals i 1994, var jeg skeptisk i starten, men ble raskt overbevist. Jeg så at dette var starten på en ny æra innen profesjonell hudpleie. Jeg er stolt over mitt samarbeid med Joe Lewis gjennom så mange år, og at han fortsatt er med på leverandørsiden hos Dermanor, gjennom Elisabeth Arden Pro, oppsummerer hun.

VÆR LOJAL MOT LOJALE LEVERANDØRER

Hudpleiebransjen har vært gjennom en rivende utvikling. Profesjonalisering av tjenester og fokusering på produktsalget har gitt et løft. Samtidig byr netthandelen på en reell trussel mot salongenes inntjening. Finnes det noen oppskrift på å håndtere konkurransen fra nettbutikkene?

- Gråmarkedet er kommet for å bli, og det er ikke til å legge skjul på at det har vært en utfordring for Dermanor og andre leverandører. Det er også en utfordring for hudpleiesalongene. Men Dermanor har alltid vært lojal mot sine kunder. Profesjonelle produkter selges gjennom profesjonelle hudpleiesalonger, ikke til nettbutikker som dumper prisene. Jeg mener at det nå er på tide at hudpleiesalongen tar et standpunkt. Skal man møte konkurransen, må hudpleiesalongene være lojale mot leverandører som er lojale mot dem. Ellers graver man sin egen grav.

KUNNSKAP ER SUKSESSFATOREN

- Samtidig mener jeg oppriktig at satstingen på fagkunnskap er det som utvikler bransjen. Utviklingen går så fort i dag, at hudterapeutene må holde seg løpende oppdatert. Kundene er kunnskapsrike og oppdaterer seg gjennom internett. Du kan ikke hvile deg på gammel kunnskap. Skal du lykkes som terapeut i årene som kommer, må du tilegne deg dybdekunnskap, avrunder Hilde Midthjell.

Fakta:

Navn: Hilde Midthjell

Aktuell som: Gründer av Dermagruppen.

Merittliste: Tre år på medisinstudiet ved Universitetet i Oslo, inkludert ett forskningsår på Radiumhospitalet med føflekkreft som spesialområde. Startet Dermanor/Dermagruppen, som hun utviklet og ledet gjennom 20 år. Da hun solgte seg ut av Dermagruppen i 2007 - 2009, hadde hun bygget opp konsernet til å bli Nordens største leverandør av hudpleieprodukter til det profesjonelle hudpleiemarkedet. Omsetningen på salgstidspunktet var imponerende 400 millioner kroner, med like imponerende 80 millioner kroner i resultat på bunnlinjen. Konsernet hadde datterselskap i Sverige og Danmark og et eget selskap Dermapo, som leverte produkter til apotek, samt skolen Hudpleieakademiet i Norge og Elisabethskolan i Sverige. I 2009 kjøpte hun den tradisjonsrike strikkeprodusenten Dale of Norway, som hun har et brennende engasjement for og fortsatt leder.

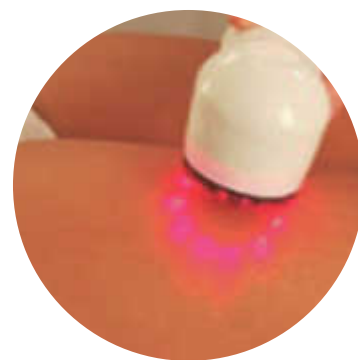


Ultratone DreamShaper

- den nyeste teknologien fra Ultratone

Vi har nå klart å halvere behandlingstiden med innovative Ultratone Dreamshaper.

Dette er markedets aller beste "All-in-One" behandlingssystem til figurforming, slanking, ansiktsbehandling, og rehabilitering. Ultratone DreamShaper er et komplett system med Biostimulator til kropp og ansikt, Ultralyd 1 MHz og Ultralyd 3 MHz.



Ring 32 69 90 05 eller send en mail til post@ultrabody.no for en demo eller mer informasjon.

UltraBody
Your body - Your future

www.ultrabody.no



Snipp, snapp snute. Fra 5. oktober var det slutt på Dermanors engasjement med Decléor etter 28 år. Et merke Dermanor i sin tid ble grunnlagt på.

SPENNENDE
DISTRIBUTØR-
SKIFTE:

Decléor, Carita og Essie PÅ NYE HENDER

L'Oréal Professional Products Division skal videreføre Dermanors innsats med å bygge merkene Decléor, Carita og Essie Professional. Dette berører mange salonger i Norge, men både L'Oréal og Dermanor lover god oppfølging.

TEKST OG FOTO: BJØRN KOLLERUD

V - Vi har ambisjoner om å utvikle og skape vekst for våre kunder innen profesjonell hudpleie og spa. Vi skal være en partner, fastslo L'Oréals nordiske sjef Adrian Thelwell under et Norgesbesøk i september. General Manager Business Development New Markets Nordic er hans fulle tittel, som det lukter satsning av. Selve juvelen i Dermanors portefølje, Decléor, ble kjøpt av L'Oréal-konsernet sammen med luksusmerket Carita i 2014. Dette varslot om at L'Oréal var i ferd med å gå inn i det profesjonelle hudpleiemarkedet. I høst fikk vi se resultatene av denne satsningen. Det var ikke bare et passivt oppkjøp. L'Oréal ønsker naturlig nok selv å ta styringen på de merkene de har i porteføljen. For Norge og Nordens del, har dette resultert i at L'Oréal Professional Products Division overtok distribusjonen

av Decléor, Carita og Essie Professional fra Dermanor med virkning fra 5. oktober.

ØKT KONKURRANSE OM KUNDENS GUNST

For salongeiere er det godt nytt at L'Oréal kaster seg inn i kampen om hudpleiesalongenes gunst. Man får nå flere seriøse leverandører på markedet. Det er noe alle som driver salonger og spa er tjent med. For Dermanors konsernsjef Henning Nilssen er det selvsagt ikke godt nytt at L'Oréal Professional Products Division overtar distribusjonen av Decléor og Carita, men han bedyrer at det blir business-as-usual for Dermanor.

- Det er klart vi påvirkes av dette. Vi har jobbet med Decléor i 28 år, og mange av våre flotte kunder har bygget seg opp på dette merket. Av respekt for våre Decléor og Carita kunder, vil vi derfor sørge for en smidig overgang til ny distributør. Vi har vært med å bygge opp mange solide bedrifter, og vil samarbeide med L'Oréal

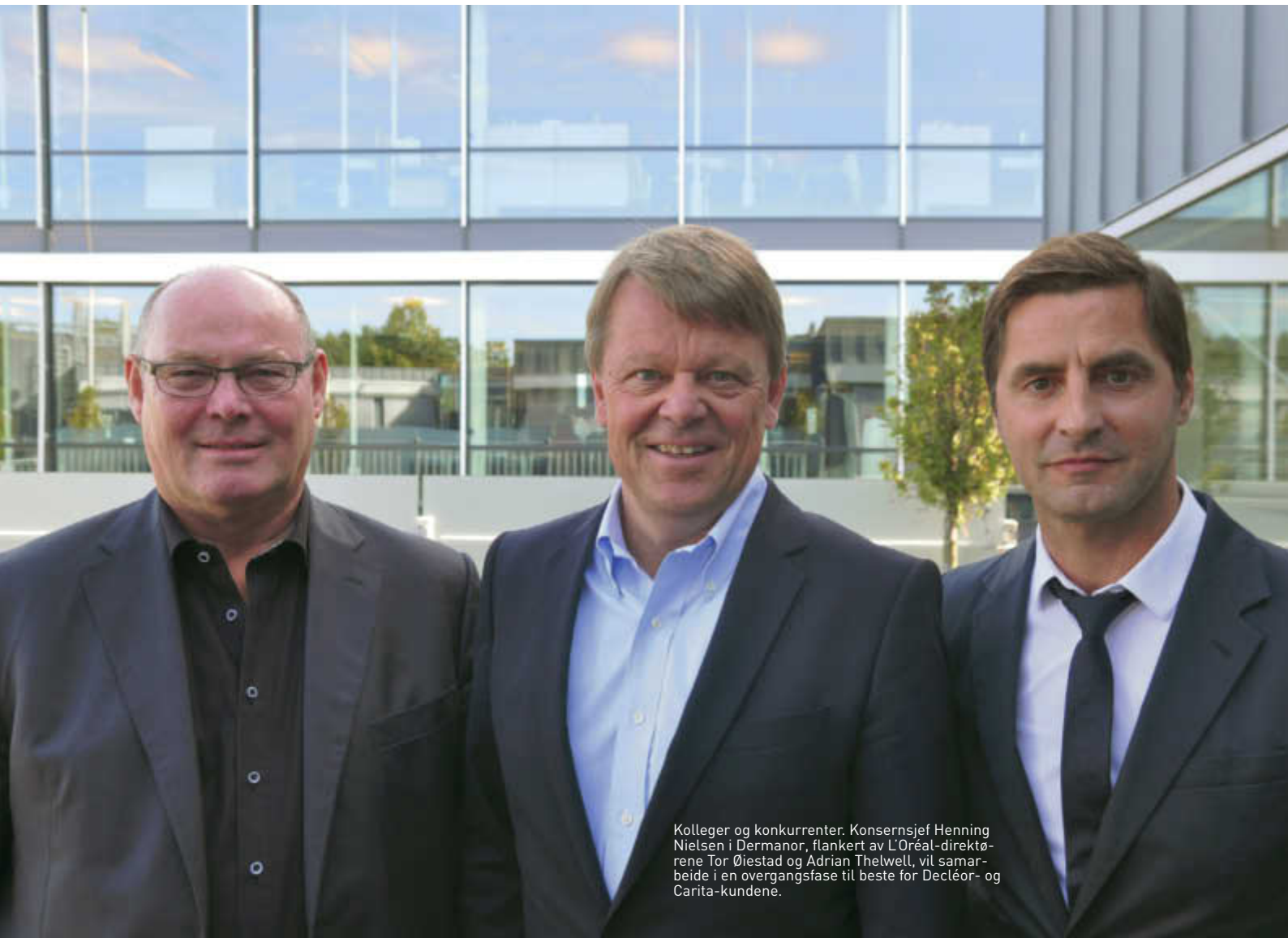
for å sørge for at kundene opplever en sømløs overgang.

TØFFE TAK - MEN SATSER OFFENSIVT

På spørsmål om hva det betyr å miste to sentrale merker, svarer Henning Nielsen dette.

- Decléor og Carita representerer 25 % av vår omsetning på nordisk basis. Så dette er noe vi merker. I Norden berører dette 600 av våre kunder, og i Norge alene rundt 240 kunder. Når det er sagt, sitter vi igjen med flere tunge merker, som bareMinerals, Elisabeth Arden Pro, Revalleskin, Matis, Elemis og Bliss. Elemis er et nytt flaggskip i vår portefølje innen det profesjonelle hudpleiemarkedet, som vi har store ambisjoner på for fremtiden. Det er også slik, at de fleste hudpleiesalonger og spa har flere merker, så vi vil jobbe for å være en attraktiv samarbeidspartner i tiden som kommer.

- Som Nordens største leverandør til det



Kolleger og konkurrenter. Konsernsjef Henning Nielsen i Dermanor, flankert av L'Oréal-direktorene Tor Øiestad og Adrian Thelwell, vil samarbeide i en overgangsfase til beste for Decléor- og Carita-kundene.

profesjonelle markedet, vil vi selvsagt ta opp konkurransen med L'Oréal Professional. Vi har slett ikke tenkt å gi oss. Vi beholder hele vår virksomhet, inkludert skolene Hudpleieakademiet og Elisabethskolan i Sverige. Og vår strategi, også i fremtiden, vil være å satse på kurs, kompetanse og faglig dyktighet, samt nærhet og god service for våre kunder, eller partnere som vi liker å kalle dem.

HVA NÅ?

Hos L'Oréal Professional Products Division Norge hilser man selvsagt en utvidet produktportefølje velkommen. Det betyr nye forretningsmuligheter, og General Manager L'Oréal Professional Products Division, Tor Øiestad, var full av energi under presentasjonen i L'Oréals hovedkontor på Lysaker utenfor Oslo.

- Dette er godt nytt for merkene Decléor og Carita. Jeg har selv tidligere vært norsk distributør av hårpleiemerket Redken gjennom et familieselskap, og var bekymret for hva L'Oréal ville gjøre da de kjøpte Redken. Men jeg må si at de har vært tro mot merkets verdier og identitet. Jeg er derfor trygg på at de vil forvalte Decléor og Carita på en god måte.

- For oss er dette selvsagt spennende. Vi går nå inn på et nytt område, og kompletterer med dette vår produktportefølje i hår-, skjønnhets- og velværemarkedet, oppsummerer Tor Øiestad.

SER STORT UTVIKLINGSPOTENSIAL

- Det profesjonelle hudpleiemarkedet har utviklet seg enormt gjennom de siste 10 - 15 årene. Det vi ser er at kundene nå benytter seg av et variert spekter av tjenester, fra tradisjonelle tjenester i hudpleiesalonger, til raske behandlinger i dagspa og spesielle opplevelser i sparesorts og hotellspa. Vi vil bygge videre på dette, gjennom å satse på å utvikle fagkompetansen hos de rette samarbeidspartnerne. Vi skal utvikle oss gjennom våre kunders suksess, fremholder Adrian Thelwell, L'Oréal Professional Products General Manager Business Development New Markets Nordics.



BETH'S BEAUTY 25 ÅR: FESTSTEMNING

på Frogner

Selv med 1.200 kvm. til disposisjon ble det trangt om plassen da Beth's Beauty feiret sitt 25 års jubileum med åpent hus for kunder og andre inviterte.

Elisabeth Lein Oksvik har vært med på en reise fra den profesjonelle hudpleiebransjens spede barndom, til en profesjonalisert bransje i vekst. Det var få som våget å satse tungt på hudpleiebransjen i 1990, men bransjeveteran Elisabeth Lein Oksvik satset penger, tid og krefter på å bygge opp Beth's Beauty. Det har også blitt en toneangivende merkevare i sitt nedslagsfelt på Oslos vestkant.

LOKALT FYRTÅRN

Konkurrenter har kommet og gått, men Beth's Beauty har ekspandert sakte, men sikkert, og spiller definitivt i førstedivisjon. Det store løftet kom da hun etablerte seg i de spesialdesignede lokalene i Niels Juels gate 38. Med tiden er disse utvidet, og Beth's Beauty dekker nå hele fasadeflaten på gateplan. Samtidig er Beth's MediSpa etablert vegg i vegg. Beth's er blitt et fyrår i Frogners hudpleiemarked, med en bredde i tjenestetilbudet som få, om noen andre, kan matche.

Beth's Beauty har også en avdeling i Gabelsgate, et steinkast unna. Totalt teller bedriften i dag rundt 50 medarbeidere, og er dermed den største enkeltstående hudpleiesalongaktøren i det profesjonelle hudpleiemarkedet.

EN FANTASTISK REISE

Det må ha vært et eventyr å se bedriften utvikle seg til gjennom 25 år, til dagens konsept. Men det har ikke kommet gratis, medgir Elisabeth Lein Oksvik.



- Jeg er klar for 25 nye år, smilte gründer Elisabeth Lein Oksvik (til høyre), mens hun beveget seg mellom feststemte kunder og samarbeidspartnere under jubileumsfeiringen i Niels Juels gate 38 på Frogner i Oslo 25. august.

- Jeg startet i bransjen da jeg var 19 år, og det har vært mye arbeid. Det har ikke vært noen ni-til-fire jobb, for å si det sånn. Man må være tilgjengelig for kundene, gi en god opplevelse, sørge for at de føler seg sett og ivaretatt. Det krever sitt av mine medarbeidere og meg selv. Nå er jeg 45 år, og jobber fortsatt 100 % stilling med behandlinger, i tillegg til administrativt arbeid. Men det er gøy, jeg er klar for 25 nye år, proklamerer hun.

TID TIL UTVIKLING

Elisabeth er utdannet som foterapeut, hudterapeut og negledesigner. Med 50 medarbeidere sier det seg selv

at det blir noen administrative oppgaver også. Men noen forandringer skal det bli.

- Jeg liker å jobbe med behandlinger og drive utviklingsarbeid. Jeg har innsett at en så stor virksomhet krever en administrasjon. Fra 1. november vil Hilde Sjøtvedt overta mine administrative funksjoner. Hun har vært salgssjef i Dermanor, og har erfaring fra å jobbe med personalledelse og administrative funksjoner. Det blir en lettelse å få dette på plass.

KUNDEFOKUS

Det skal noe til for å lokke så mange kunder inn dørene en regnværsdag etter arbeidstid, men kundene møtte lojalt opp.



Sykehusklavnene var på plass



Medarbeiderne hadde det travelt.



NFVBs medlemskontakt Adrienne Hughes overrakte en blomsterbukett til jublanten.



Babor-sjef Bjørn Tjøstolsen møtte opp for å gratulere en av sine stjerne kunder.

- Vi bød på litt av hvert, litt å bite i og litt i glasset, musikk med jazzartisten Maggie Bright og goodiebags. Vi utførte også behandlinger og solgte produkter, der en del av fortjenesten gikk til Sykehusklavnene. Dette er et veldedig prosjekt, som mine medarbeidere og jeg føler sterkt for.

Sykehusklavnene gjør en kjempejobb. Det varmer å se hvordan de skaper smil hos barn med alvorlige sykdommer. De fortjener virkelig en påskjønnelse i sitt arbeid, fastslår Elisabeth.

Gratulanten i ka

ADRIENNE HUGHES, MEDLEMSKONTAKT I NFVB:

- Jeg har kjent Elisabeth siden jeg kom til Norge på 90-tallet, og jeg stiller meg i køen av gratulanter. Hun har jobbet beinhardt side-om-side med sine medarbeidere hver eneste dag, utvist lederskap og gitt dem trygghet og sikkerhet i deres daglige arbeid. Hun er åpen for å høre andres meninger, og er flink til å fange opp de siste trendene i hudpleiemarkedet. Merkevaren «Beth's» er godt kjent og det vil den være i årene som kommer. Kanskje kan hun slappe av litt nå og nyte suksessen?

LINDA JØRGENSEN, DAGLIG LEDER I PURO SKIN OG STYREMEDLEM I NFVB:

- Som bransjekollega og forretningskvinne vil jeg få lov til å gratulere Elisabeth Lein Oksvik med 25 års jubileet. Jeg vet at det ligger mye hardt arbeid bak å bygge opp en så stor virksomhet. Det å ligge på topp i så lang tid er ikke lett, men det har Elisabeth virkelig vist er mulig. Hun har opparbeidet seg en seriøs og solid virksomhet, som gjør meg ekstra stolt over å være en del av denne bransjen. Lykke til videre, jeg heier på deg og dine medarbeidere.

ELSEBETH ENGZELIUS, HUDTERAPEUT/FAGLIG ANSVARLIG I CLINIQUE MADELEINE:

- Jeg kjenner Elisabeth som en hardtarbeidende ressursperson. Hun er en bransjekollega som virkelig har stått på. Hun er fair, går «rett frem». Jeg er imponert av det hun har fått til, og jeg stiller meg fullt ut i rekken av gratulanter når Beth's Beauty nå kan feire sine 25 år.

Cosmeceuticals basert på ALGER

Thalgo, som gjennom 50 år har profilert seg som en leverandør av marint baserte produkter, har tatt skrittet videre. Med lanseringen av M-Ceotic, kunne daglig leder Ann Kristin Hellerslien i Skinthal AS notere seg en pangstart for høsten.

- Dette er den viktigste lanseringen fra Thalgo i min tid, og det er svært etterlengtet. Det skal ikke legges skjul på at det har vært krevende og tatt lang tid for Thalgo å utvikle M-Ceotic, men nå er vi altså lanseringsklar, smilte Ann Kristin.

HAVETS BRUS

Som de øvrige Thalgo-produktene er M-Ceotic basert på marine ingredienser og byr på patentert teknologi, Marine Mesolift. Serien inkluderer 12 profesjonelle produkter, inkludert grader av penslinger og syv salgsprodukter.

RASKE RESULTATER

International Training Manager Joanne Mazitelli hadde tatt turen fra Thalgo i Frankrike for å bistå under lanseringen. Hun gjennomgikk teknologien bak M-Ceotic og forskningen som ligger bak.

- Kundene ønsker raske, synlige resultater, det kan vi gi dem. Første behandling tar 55 minutter, deretter kan man redusere tiden til 30 minutter. Behandlingene kan alterneres, og kundene kan vedlikeholde resultatene ved å bruke hjemmeproduktene i serien.



Daglig leder Ann Kristin Hellerslien i Skinthal var glad og stolt over å ha fått Thalgos Training Manager Joanne Mazitelli til Norge.

«DETTE ER DEN VIKTIGSTE LANSE- RINGEN FRA THALGO I MIN TID»

ANN KRISTIN HELLERSLIEN



Vi byr på en facemapping-meny som deler inn ansiktet i 56 biter. Så man kan skreddersy behandlingene etter hva vi kartlegger, forklarte produktsjef Tone Pedersen.

FACEMAP our nation

Tidlig i september var det duket for pressekonferanse hos Skintific i regi av Dermalogica. I tillegg til produktnyheter på løpende bånd, se produktmix-sidene bak i bladet, valgte man å promotere facemapping hudanalyse med referanse til en pågående kampanje ute hos salongkundene. Kampanjen er en del av Dermalogicas globale kampanje. Et fint oppløp til høsten.

Facemapping følger en klassisk «formel»: Før du begynner å gå i vei, må du kartlegge hvor du er, finne status.

- Facemapping-kampanjen har vært en utrolig suksess, smilte salgssjef Ann Kristin Stokke og markedsjef Charlotte Bakkeskau fornøyd.

Superstars

Dermanor gjennomførte for tredje år på rad et samarbeidsprosjekt med de svenske Dagmar-søstrene, denne gangen med Decléors stjerneprodukt Aromessence Serum Nérolé og basisprodukter i luksusstørrelser pakket i en flott mappe i høstens print.

«Dagmarmappen» inneholder blant annet Aromessence Nérolé i ordinær størrelse, og en rekke produkter som passer alle hudtyper.



CONTRADICTIONS

COLLECTION

HØSTENS NYE FARGER

Den totale løsningen. Skreddersy ditt tilbud ved å velge kompatible system fra CND.

Oppdag den NYE Contradictions Collection med CND Shellac og VINYLUX.

NeglAkademiet AS
AUTORISERT DISTRIBUTØR
www.neglakademiet.no
Tlf: 23 25 36 36



Safety Pin



Naked Naiveté



Tartan Punk



Rouge Rite

Kun i VINYLUX



Couture Covet



Peacock Plume



Poison Plum

Kun i VINYLUX



Grommet

CND VINYLUX™

Neglilakkserie kun for salg i salonger.
Ukelang holdbarhet.
Tørker på 8 ½ min.
Ingen underlakk.

CND Shellac™

Profesjonell behandling kun for salonger.
På som en lakk.
Sitter som gele.
Av på 5 min.


nyhet!

SENSITIVE

FRI FOR FARGESTOFFER, PARFYME, PARABENER, GLUTEN, NØTTER OG SOYA



SENSITIVE er en helt ny serie fra glo therapeutics, som er spesielt utviklet for at hudleger, hudterapeuter og andre hudspesialister skal ha et trygt tilbud til pasienter/kunder med sensitiv hud. Serien har gjennomgått omfattende testing, for å kunne tilfredsstille uttrykk som "gentle" og "soothing". **SENSITIVE** er helt fri for fargestoffer, parfyme, parabener, gluten, nøtter og soya. Inneholder anerkjente og beroligende ingredienser som aloe vera, agurk, tindved, rosevann og kobber. Som en "line in the line" er **SENSITIVE** en komplett serie bestående av rens, toner, serum, krem og maske. Dersom klinikken eller salongen kun mangler et tilbud til sensitive kunder, tilbyr vi muligheten til å ta inn **SENSITIVE** som en egen, liten serie.



“EN STADIG ØKENDE ANDEL AV
BEFOLKNINGEN KLASSIFISERER
HUDEN SIN SOM SENSITIV.”

glō·therapeutics

SITTER SOM ET SKUDD

↓ jane iredale Smooth Affair for Oily Skin Primer er en fuktighetsgivende primer. Jevner ut hudoverflaten og bidrar til at make-upen sitter bedre. Minimerer synligheten av porer, bekjemper urenheter og kontrollerer blankhet for en matt finish. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.



PRODUKTMIX

Hud og øyehøve



VÅKENT BLIKK

← Decléor Aurabsolu Intense Glow for Eyes er en highlighter på tube, som tryller vekk alle tretthetstegn rundt øynene. Demper mørke ringer, motvirker poser under øynene, glatter ut synlige linjer. Virker lysnende på mørke ringer, gir jevnere hudtone og et klart, våkent blikk. Passer alle aldre. Mer info, kontakt L'Oréal Professional på tlf.: 67 11 27 00.



EXTRAVAGANSA

↗ Tromborg Eyeliner Deluxe er basert på rene og helt naturlige mineraler. En luksuriøs eyeliner, som eliminerer valget mellom klassiske linjer og «smokey eyes look». Superenkel å påføre. Kommer i fargene sort og brun. Mer info, kontakt Kokong Skin Care, på tlf.: 55 11 0 60, eller sjekk www.kokong.net

OPTIMAL LENGDE

→ jane iredale PureLash Lengthening Mascara byr på en tosidig kost, som gir enklere påføring, mer volum og lengre vipper. Naturlige fibre gjør vippene merkbart lengre, mens hveteprotein pleier og gir form til vippene. Kommer i fargene Jet Black, Brown/Black og Navy. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.



RENT & INTENST

↑ Tromborg Baked Minerals Highlight & Bronzer er en blush og toner i ett og samme produkt. Er basert på rene mineraler, som fremhever enhver hudtone. Byr på intense farger, silkemyk tekstur og lysende pigmenter. Mer info, kontakt Kokong Skin Care as på tlf.: 55 11 08 60, eller sjekk www.kokong.net

SIGNATURAROMA

Aveda Professional Aroma Blends inkluderer Beautifying, en oppkvikkende aroma med rosmarin, lavendel og bergamot, Shampure, en avkjølede aroma med 25 blomster- og planteessenser, samt Rosemary Mint og Stress-Fix. Produktene er organisk eco-sertifisert. Mer info, kontakt We are One på tlf.: 22 85 37 80, eller sjekk www.weareone.no



OPPFRISKENDE

Decléor Aurabsolu Refreshing Mist byr på en cocktail av essensielle oljer. En oppfriskende spray som fukter og gir energi til en trett og slapp hud. Passer alle aldre og hudtyper. Mer info, kontakt L'Oréal Professional på tlf.: 67 11 27 00.



PUR VELVÆRE

Natural Basic duftlys kommer i elegant forpakning, og pynter opp i hjemmet. Dufter friskt og diskret, brenner lett i 45 timer og soter ikke. Mer info, kontakt Elle Basic på tlf.: 950 94 510, eller info@ellebasic.no

PERFEKT PLEIE

Decléor Aurabsolu Intense Glow Awakening Cream gir slapp, trett og gusten hud tilbake sin naturlige friskhet og glød. Forebygger hudaldring, virker plumpende og glatter ut fine linjer og rynker. Passer alle aldre og alle hudtyper. Mer info, kontakt L'Oréal Professional på tlf.: 67 11 27 00.



HØSTLIGE FRISTELSER

Tromborg Creamy Eye Shadows øyenskygger byr på herlig konsistens og fortryllende høstfarger. Fra en naturlig, transparent look til en mer intens partylook, eller som underlag for en vanlig øyenskygge. Mer info, kontakt Kokong Skin Care på tlf.: 55 11 08 60, eller sjekk www.kokong.net.



GARANTERT FYLDIG

gloMinerals Volumizing Mascara har en ny formel, som garantert gir fyldigere vipper. En ny børste gir definerte og feilfrie vipper. Kommer i fargene black og brown. Mer info, kontakt Cosmedic på tlf.: 24 11 29 00, eller sjekk www.cosmedic.no



FOREBYGGENDE

Janssen Cosmetics Detox Cream for tørr hud og Detox Formula for normal hud forebygger oksidativt stress og celleskader. De stimulerer det naturlige cellulære avgiftningssystemet og reduserer aldringsflekker. Etterlater huden myk og strålende. Ideell som make-up underlag.

Mer info, kontakt Esthetica as på tlf.: 33 77 52 44, eller post@esthetica.no



RENT, LEKKERT

L'Usine pynter opp i badromshylla og byr på en frisk og nydelig duft. Høstens nyheter er en mild Lemongrass Shampoo, som fjerner alle rester av stylingprodukter, samt en conditioner som pleier og gjør håret lett å gre. Produktene passer alle hårtyper.

Mer info, kontakt Elle Basic på tlf.: 95 09 45 10 eller info@ellebasic.no

PRODUKTMIX

Hud og velvære



BOOST

Janssen Cosmetics fuktighets booster er en kremgelé for tørr, fuktighetsfattig hud. Virkestoffet aquaporin fremmer hudens naturlige vanntilførsel. Serien byr også på Aquatense Moisture Gel+, en intensiv hjelp som tilfører huden fuktighet og beskytter huden mot frie radikaler.

Mer info, kontakt Esthetica på tlf.: 33 77 52 44, eller post@esthetica.no



THE MAN - THE CARE

I Janssen Cosmetics Man får du daglig velvære, morgen og kveld. Duft spesielt tilpasset menn.

Mer info, kontakt Esthetica på tlf.: 33 77 52 44, eller post@esthetica.no

Nimue Man er en avansert, vitenskapelig behandlende hudserie, som ikke er bygd opp rundt de gammeldagse begrepene om velvære, avslapning og såkalte “feel good” konseptene.

NIMUE MAN ER EN RESULTATORIENTER SERIE SOM TILBYR PRODUKTER RETTET MOT SPESIFIKKE HUDTILSTANDER.

SCIENTIFIC SKIN
CARE FOR MEN



For mer info ta kontakt med Beauty Products på
23 19 10 00 eller på info@beautyproducts.no.

www.beautyproducts.no

www.nimueskin.com



LUCKY LIPS

← bareMinerals Pop Of Passion Lip Oil-Balm gir fukt, mykgjør og gir leppene en fantastisk farge basert på en formulering med pasjonsfruktolje. Lett til medium dekk. Finnes i åtte nøytrale til fargersterke farger som sitter godt. Mer info, kontakt Dermanor på tlf. 66 77 55 55, eller sjekk www.dermanor.no

SMÅ DELIKATESSE

Janssen Cosmetics julekalender inkluderer blant annet Lifting Effect, Caviar Extract, Youth Fluid, Hydrating Skin Complex og Detox Fluid. Produkter som gir egenpleie 24 dager, fra 1. desember til julaften. Mer info, kontakt Esthetica på tlf.: 33 77 52 44, eller post@esthetica.no



PRODUKTMIX

Hud og vehøve



TØFF MOT UTBRUDD

↑ Dermalogica Hydrating Lotion fra Clear Start er tøff mot utbrudd, men snill mot huden. Balanserer talgproduksjonen, styrker hudbarrieren og reduserer rødhet. Motvirker tørrhet, lindrer og beskytter huden. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.



HØSTLIG LOOK

→ jane iredale Pure pressed Eye Shadow byr på fire nye farger, perfekt til høstens look. Lek deg med Mermaid, skimrende havgrønn, Forest, matt mosegrønn, Iris, matt fiolett og Steamy, skimrende kobber. Alle skyggene er rikt pigmentert. Kan brukes både tørre og våte, avhengig av hvilken finish man ønsker. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.



NATTLIG STIMULANS

← Dermaceutic Laboratoire Turnover er en nattkrem som stimulerer hudens fornyelse. Forebygger kollagentap, rynker og fine linjer. Etterlater huden jevnere, glattere og friskere. Fri for paraben, konserveringsmiddel og parfyme. Mer info, kontakt Skintech på tlf.: 22 50 30 40.



GRÅ & GUSTEN?

Dermaceutic Laboratoire C25 Cream er antioksidant dagkrem med en konsentrert formel basert på stabilisert vitamin A, B5, E og polyfenoler. Gir en god beskyttelse mot for tidlig aldring, anbefales for ujevn og matt hud med manglende glød. Mer info. Kontakt Skintech på tlf.: 22 50 30 40.



LEKENT

Jane Iredale PlayOn Lip Crayon er lekne leppestifter med smart design som gjør det enkelt å påføre selv mørke farger. Byr på en kremet konsistens, inneholder mykgjørende ingredienser som pleier. Kommer i syv farger, fra lys nude til klassisk rød. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.



LETT PLEIE

Dermalogica Sheer Tint SPF20 er relansert med ny formel og nye fargetoner. Sheer Tint er en lett dagkrem, med bredspektrert UV-beskyttelse, fuktighet og naturlig farge. Kremen har en oljefri formel og inneholder fuktighetsgivende ekstrakter fra olivenfrukt og valnøttkjerner, samt naturlige silikoner. Mer info, kontakt Skintific på tlf.: 22 57 88 00.

FORTRYLLENDE

Molton Brown Body Polisher Collection byr på fire kroppsskrubber som gir myk hud og en fortryllende duftoplevelse. Mer info, kontakt Dermabeauty på tlf.: 66 77 53 80.



KULT PÅ REISEN

Mini Ceauticals og Spa Mini er supre både som gaver og reiseforpakkninger. Til ansikt finnes variasjoner av rens og tonic, dag- og øyekrem. For kropp er det et utvalg av dusjåper, kroppsskrubb og body lotion. Velg og vrak, sett sammen din egen pakke. Mer info, kontakt Esthetica på tlf.: 33 77 52 44, eller post@esthetica.no





EN SMAK AV
HØST

LA DEG INSPIRERE AV CND'S HØSTKOLLEKSJON CONTRADICTIONS

PRODUKTMIX

Henden og føtten

VINYLUX™ Weekly Polish Contradictions Collection består av 8 nye farger som vil sørge for at dine negler alltid vil skille seg ut i mengden: Safety Pin, Naked Naiveté, Tartan Punk, Rouge Rite, Couture Covet, Peacock Plume, Poison Plum og Grommet. →



DEKOR I SÆRKLASSE

← Negledekorproduktene fra Lecenté er endelig å finne i Norge. De byr på iøyenfallende glitter, pigmenter, effekter og folier av høy kvalitet i flotte, slående farger. Lecenté ble startet i England i 2011 og har spesialisert seg på å utvikle dekokmarkedet for negler til et nytt nivå, ifølge daglig leder Petra Askengren i NeglAkademiet. - Produktene blir solgt til negledesignere, er sikre å bruke og perfekte til sitt bruksområde, legger hun til. Du kan lese mer om Lecenté på www.lecente.com



SUNT & ENKELT

CND løfter frem Rescue-RXx denne høsten. ↑
- Det spesielle med kolleksjonen, er at den byr på en keratinbasert behandling i salong, samtidig som den byr på muligheten til hjemmebehandlinger. Brukes den regelmessig, får kundene bedre negler. Det beste er å bruke den som neglelakk, så vente med å smøre den inn etter 1 - 2 minutter. Den vil da legge seg i neglen. Fordi den ikke er vannløselig, kan man vaske hendene uten at den forsvinner. Om du ikke har testet den, vil jeg anbefale at du gjør det, oppfordrer PR-konsulent Nastaran Marie Kowkabi.

TØFFERE KONKURRANSE I PROFFMARKEDET

Med virkning fra 5. oktober har L'Oréal Professionel Products Division overtatt distribusjonen av Essie Professional produktene fra Dermanor. Det innevarsler en tøffere konkurranse om hudpleiesalongenes gunst. Men Petra Askengren i NeglAkademiet frykter ikke konkurransen.

- Hos oss er det business as usual. Vi gjør det vi kan best og har fullt fokus på CND, det har vi lykkes godt med. Det er krevende å operere i den profesjonelle neglebransjen. Marginene er små og man må jobbe tett på salongene med service, support og opplæring. Det er her vi har vårt styrke. Jeg har respekt for L'Oréal, men vi mener vi er godt rustet til å møte konkurransen. Alle produktene som presenteres på denne siden er fra NeglAkademiet. For mer informasjon, kontakt NeglAkademiet AS på tlf.: 23 25 36 36.



GIVENDE NETTVERK

I september reiste jeg til Stockholm for å delta på et møte arrangert av SHR (Sve- riges Hudterapeuters Riksorganisation). Skoler og organisasjoner fra Norden var samlet for å se hvordan vi, i de nordiske land, kan jobbe sammen, og se om det var noen tema som berører ett land mer enn et annet.

Vi diskuterte mange ulike områder av bransjen vår, men vi kom ikke til noen konklusjoner. Vi vil møtes igjen nå i oktober for å diskutere agendaen videre, så dette er positivt.

Jeg møtte noen gamle kolleger på denne nettverksdagen. Det var interessant å høre hvordan deres skole hadde klart seg gjennom årene, og hvordan de nå jobber med noen av de nye endringene i vår bransje. Utfordringen er uansett den samme, man må jobbe hardt for å holde en høy bransjestandard.

Møter som dette er svært givende, og en fin måte å bygge nettverk. Nettverk er veldig viktig. Det skaper en møteplass hvor vi alle kan komme sammen for å diskutere hva vi gjør og elsker. Der vi kan dele erfa-

ringer, høre om både suksesshistorier og feiltrinn.

I oktober vil også NFVBs nye hudpleienettverk ha sitt første møte. Dette er dedikerte personer, som ønsker å gi sine erfaringer og innspill til hvordan vi kan gjøre bransjen sterkere. På vår agenda har vi flere problemstillinger, som du kan lese mer om i neste utgave av SALONG.

Jeg er veldig glad for at mange salong- eiere har sluttet seg til NFVB i år, og at de kan se fordelene av å være en del av denne organisasjonen. Jeg ser frem til å møte noen, eller alle, når vi tar våre regionale turer rundt om i landet senere i år og i 2016.

Hvis du er en salong-eier og ønsker å bli med på et av de regionale møtene, så send meg gjerne en melding så vi kan invitere deg.

Until the next time.

Adrienne



ADRIENNE HUGHES ER MEDLEMSKONTAKT I NFVB.

«NETTVERK ER VELDIG VIKTIG. DET SKAPER EN MØTEPLASS HVOR VI ALLE KAN KOMME SAMMEN FOR Å DISKUTERE HVA VI GJØR OG ELSKER. DER VI KAN DELE ERFARINGER, HØRE OM BÅDE SUKSESSHISTORIER OG FEILTRINN»



SPØR EKSPERTEN!

SALONG introduserte denne spørrespalten i forrige utgave.

Her kan du sende inn ulike spørsmål om behandlinger, produkter og salongdrift. Adrienne Hughes i NFVB videregiver dette til en fagekspert.

Send spørsmål til adrienne.hughes@nfvb.no



Sterkere negler

SPØRSMÅL:

Hvordan få sterkere naturlige negler?

SVAR:

Naturlige negler trenger næring og beskyttelse, både fra innsiden og utsiden. Fra innsiden mener jeg både kosthold/ernæring, og at den fysiske og den psykiske delen av kroppen er i balanse. Neglen kan også beskrives som et speil av kroppens tilstand, og vil være på sitt naturlig sterkeste når kroppen din har det bra.

Fra innsiden: Balansert kosthold

For å holde neglene sterke fra innsiden bør kostholdet være balansert. Her er noen tips til essensielle naturlige næringsstoffer til den naturlige neglen:

- B, C, E, D vitaminer
- Sink
- Kalsium
- Magnesium
- Jern
- Kobber
- Jod
- Selen
- Skinn og frø fra druer
- Gyllen propolis
- Oregano
- Silica
- Sort pepper

Dette kan du passe på at mat du spiser inneholder, eller ta det som kosttilskudd. Vi har testet ut et produkt som heter Nail Strong fra New Nordic. Det inneholder alle stoffene listet opp ovenfor. Disse tablettene har hatt veldig god virkning på de personene vi har testet dette på.

Fra utsiden: Olje, krem og lakk

- Det er også svært viktig å gi neglen gode oljer og kremer fra utsiden. Bruk en god neglebåndsolje daglig. Sett den gjerne på nattbordet og smør på før du legger deg. Da får oljen mange gode timer å trekke inn. Gode oljer gjør neglen fleksibel, som er ett av kjennetegnene til sterke negler. Fleksible negler bryr ikke så lett.
- Bruk også gode håndkremer som styrker huden på hendene. TL Spa Design har en veldig god håndkrem som styrker og beskytter neglen og huden. Håndkrem bør brukes daglig.
- Bruk lakk så ofte du kan. Det vil beskytte neglen din. Ønsker du ikke farge på lakken, så bruk en lakk med forsterking uten farge.
- Bruk alltid under- og overlakk, det beskytter neglen og lakken.

Nei:

- Ikke bruk neglelakkfjerner som inneholder olje eller aceton. Det tørker ut neglen og kan gjøre neglene gule.
- Ikke bruk metallfil. Det kan være for røft/tøft for neglene.

Ja:

- Bruk hansker når du vasker opp.
- Påfør olje etter at lakken er tørr.
- Drikk masse vann.



Tone Lise Forbergskog
Daglig leder
Tone Lise Akademiet A/S

10 tips om menn

SPØRSMÅL:

Har du 10 tips til hvordan få menn inn døren til salongen?

SVAR:

Menn representerer et stort markedspotensiale for salongen. Vi jobber litt med det. Her er noen raske tips:

1. Ha en meny med egne behandlinger til menn. Da føler de det lettere å booke time.
2. Spesialiser deg på hva menn gjør hver dag, og hva de trenger. F.eks. barbering og hårprodukter.
3. Ha jevnlig vindusutstillinger som handler om tema mann, på lik linje med andre utstillinger.
4. Ha produkter som appellerer til menn lett synlige. Med egne herreserier er terskelen lettere å spørre.
5. Jobb med allerede eksisterende kunder (koner, kjærester, kollegaer etc.) for å informere dem om behandlinger godt egnet for menn.
6. Husk på farsdag og jul etc. med gavekort på behandling og produkter.
7. Benytt annonser i målrettede magasiner o.l.
8. Få lokalpresseomtale om herrepleie og herretrender..
9. Lag interne kampanjer for menn, slik at fokus blant de ansatte blir økt.
10. Ha lesestoff og lignende som menn liker i ventesonen, slik at de føler dette er et sted også for dem.

.....

Elisabeth Lein Oksvik

Daglig leder
Beth's Beauty



Vi er din
leverandør av
produkter fra
topp til tå.

Forhandler av
hud, fot og hårpleieprodukter

thorsen biovital **as**

tlf: 64 97 40 70 | www.biovital.no

Lik oss på

Linda Jørgensen på Småtinget 2015:

SNAKKET HUDPLEIERNES SAK

Det årlige NHO-arrangementet Småtinget, som i år gikk av stabelen i Fredrikstad 25. - 26. august, er en møteplass der bedriftseiere kan møte politikere ansikt til ansikt. NFVBs styremedlem Linda Jørgensen fikk muligheten til å fremføre hudpleiebransjens synspunkter, uten filter.



- Utrolig spennende. Småtinget 2015 var en veldig god opplevelse. NFVBs styre fikk fremført synspunkter på mange viktige saker i møte med politikere og andre beslutningstagere. Selv er jeg veldig opptatt av spørsmålet om hvordan våre tjenester blir mva-belagt, eller fritatt for mva. Bransjen er helt avhengig av konkurranse på like vilkår, hvis vi skal få en sunn utvikling av faget og virksomheten. Det er derfor viktig at politikerne og myndigheter forstår våre utfordringer og bransjens utvikling de senere årene, for å gi oss et regelverk som er rettfærdig.

MVA-SPØRSMÅL

- I dag pålegger myndighetene oss mva, basert på hvem som utfører tjenester, og ikke ut fra ut fra tjenestens art. Dette mener vi i NFVB blir en konkurransevridning, som vi ønsker å få gjort noe med. Jeg fikk fremført dette til en sentral politiker, som sitter med mva-reformen som det nå jobbes med. Så her var det spot-on og rett timing, forteller Linda Jørgensen

- Vi trenger profesjonelle arenaer som NHO-konferansen Småtinget, for å drøfte slike spørsmål. Da har man et apparat i ryggen og fagfolk som kan ta saken videre, legger hun til.

NFVBs styremedlem Linda Jørgensen fremførte hudpleie- og velværebedriftenes problemstillinger på Småtinget 26. - 27. august. - Hvis du er medlem av NFVB, så blir du knyttet opp til hele NHO-systemet. Da kan du også bli med til Småtinget, og blant annet få litt nyttig påfyll for bedriftsledere. Det vil du ha nytte av i hverdagen, oppfordrer Linda.

FAGBREV FOR HUDPLEIERE

En annen viktig sak var spørsmålet om fagbrev for hudpleiere (se for øvrig egen sak på side 24/25).

- Spørsmålet om fagbrev for hudpleiere er løftet opp på dagorden. NFVB mener fagbrev er en nøkkel for å sikre at hudpleierket fortsatt skal være attraktivt og fremtidsrettet, og har tatt en lederrolle i denne prosessen. Administrasjonen og tillitsvalgte jobber opp mot Faglig Råd, Utdanningsdirektoratet og Kunnskapsdepartementet for å få til et utdanningsløp som gir fagbrev. Det vil høyne statusen til hudpleierne, poengterer Linda.

- Dette er for øvrig en sak jeg vil komme tilbake til på NFVBs landsmøte i oktober.

ÅPENT FOR ALLE

NHO-arrangementet Småtinget er en begivenhet som samler den politiske eliten i valgårene. Blant deltakerne i år var næringsminister Monica Mæland, omstillingsminister Jan Tore Sanner, partilederne Jonas Gahr Støre og Trine Skei

Grande, og NHO-president Tore Ulstein. NFVBs president Edel Teige hadde æren av å åpne Småtinget, og ledet an NFVB-delegasjonen.

Men det er viktig å notere seg at Småtinget ikke er en eksklusiv klubb, understreker Linda Jørgensen.

- Småtinget er åpent for alle NFVB-medlemmer. I tillegg til politiske saker, foregår det mange interessante presentasjoner og foredrag. Et høydepunkt var trendbyrået Opinion, som tok oss med på en reise inn i fremtidens forbruker vaner. Vi ser at teknologi og omstilling er avgjørende for å møte kundens krav i fremtiden.

LÆRERIKT

- NHO satte også opp ulike seminarer, der man kunne velge mellom forskjellige temaer. Selv valgte jeg å følge et foredrag om patenter og varemerkebeskyttelse i Norge og internasjonalt. Her var landets beste eksperter på de ulike fagområdene samlet, og ga presentasjoner og svarte på spørsmål. Det var interessant og lærerikt.

NYTTIGE
SALONGBØKER
FRA NFVBS
NETTBUTIKK



Pris NFVB-medlem: kr 199,-
Pris ikke-medlem: kr 400,-



Pris NFVB-medlem: kr 300,-
Pris ikke-medlem: kr 500,-

Nettbutikk www.nfvb.no

Telefonbestilling
23 08 79 65



SUPERTILBUD:

**GRATIS
MEDLEMSKAP
UT 2015**

BINDINGSTID 2 ÅR

**Bli NFVB-medlem
i dag!**

Ta kontakt med oss på
23 08 79 60 eller
meld deg inn på
www.nfvb.no/innmelding

AKTIVITETSKALENDER 2015

- 08.10 - 10.10 **Beauty World**
Sted: Tallinn, Estland
Info: www.ilumess.ee/
- 10.10 - 12.10 **Salon International**
Sted: London, England
Info: www.salonexhibitions.co.uk
- 11.10 **Alternative Hair Show**
Sted: London, England
Info: www.alternativehair.org
-
- 16.10 - 17.10 **NFVB Landsmøtet 2015**
Sted: Grand Hotel, Oslo
Info: www.nfvb.no
-
- 24.10 - 26.10 **Salon Look Internacional**
Sted: Madrid, Spania
Info: www.ifema.es/salonlook_01
- 30.10 - 31.10 **Hår 2015 - Ålesund**
Sted: Rica Parken Hotell, Ålesund
Info: andreas@cancam.no
- 06.11 - 08.11 **Baltic Beauty 2015**
Sted: Riga, Latvia
Info: www.bt1.lv/bb
- 07.11 - 08.11 **Cosmetica Berlin**
Sted: Berlin, Tyskland
Info: www.cosmetica.de
- 11.11 - 13.11 **Cosmoprof Asia**
Sted: Hong Kong, Kina
Info: www.cosmoprof-asia.com
- 14.11 - 15.11 **Hair. Future Salon Experience**
Sted: Stuttgart, Tyskland
Info: www.messe-stuttgart.de/hair
- 14.11 **Trondheim Hair Open (Julecupen)**
Sted: Thon Hotel Prinsen, Trondheim
Info: Nina Riber tlf. 950 72 910,
nina@salong-perfect.no

Neste nummer av
SALONG
kommer ut 3. november



**TEMAER
FOR UTGAVE
4-2015:**

- ★ SALONG-
PROFILERING
- ★ SALG OG SERVICE
- ★ VINTER OG VELVÆRE

VI JOBBER FOR DEG!



OLAV EIKEMO
Direktør

Tlf.: 23 08 79 63
E-post: olav@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- NÆRINGSPOLITIKK
 - KOMPETANSEPOLITIKK
 - ARBEIDSGIVERSPØRSMÅL



HELÉN OULIE FUHR
Informasjonsansvarlig

Tlf.: 23 08 79 64
E-post: helen@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- ORGANISASJON
 - REKRUTTERING
 - SAMFUNNSKONTAKT



JARL MARTIN GARDER
Redaktør

Tlf.: 23 08 79 61
E-post: jarl@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- FAGBLADET FRISØR
 - FAGBLADET SALONG
 - FORBUNDSINFORMASJON



JAN KRISTIAN PETERSEN
Konsulent / Prosjektleder

Tlf.: 23 08 79 69
E-post: jankristian@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- HÅR & SKJØNNHET
 - NM/KONKURRANSE
 - FAGUTDANNING



ANITRA G. SANDVOLD
Sekretær / medlemskontakt

Tlf.: 23 08 79 65
E-post: anitra@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- MEDLEMSKONTAKT
 - ARRANGEMENTER
 - SALG & SERVICE



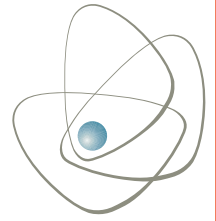
ADRIENNE HUGHES
Konsulent / medlemskontakt

Tlf.: 23 08 79 62
E-post: adrienne.hughes@nfvb.no

- JOBBER MED:**
- MEDLEMSREKRUTTERING
 - MEDLEMSKONTAKT
 - KURSUTVIKLING



www.nfvb.no



vitAminpeel

“Den kraftfulle antioksidanten **vitamin A**, har i lang tid vært kjent som en meget effektiv ingrediens innen anti-aldnings- og aknebehandling. Derfor har **aesthetic line** utviklet **mesopeel** - en salongpeeling basert på **vitamin A**.”



I tillegg inneholder **mesopeel** de beskyttende og lysnende Phyllantus Emblica, salisyl-, mandel- og melkesyre, som alle er kjent for sine aktive og effektive egenskaper. Foruten litt prikking og varmhetsfølelse på huden etter påføring, er ikke behandlingen smertefull. **mesopeel** er særlig effektiv mot indikasjonene **pigmenteringer, akne, linjer og rynker**.

BESTILL NÅ FOR SKREDDERSYDD KURS!

For umiddelbar oppstart har vi et begrenset antall kursdager igjen før sommeren. Vi har også startet bookingen av våre skreddersydde augustkurs, så ta kontakt snarest dersom dere ønsker oppstart etter sommeren, men før peelingssesongen starter for fullt. (OBS! Begrenset antall kursdager.) Hvis det er å foretrekke at vi kommer til deres klinikk/salong for å holde kurs hos dere, er vi svært fleksible for å få det til, så langt det lar seg gjøre.

BABOR

ReVersive[«]

VAKRERE I DAG
ENN I GÅR

En ny anti-aging serie fra BABOR med en helt ny innovativ formel. Denne fører de aktive virkestoffene dypere ned i huden enn tidligere, og gir en fantastisk effekt.



Fås kun i hudpleiesalonger - se mer på www.babor.no