

BEAUTY *Week*



Schwarzkopf
P R O F E S S I O N A L

SEGUNDA EDIÇÃO DO BEAUTY WEEK ACONTECE DE 3 A 15 DE MARÇO, EM SÃO PAULO

Democratizar a beleza é a proposta do evento

São Paulo vai respirar beleza! É que entre os dias 3 e 15 de março, acontece na capital, a segunda edição do Beauty Week. Criado em 2014, o projeto tem como objetivo promover experiências e tratamentos de beleza a preços acessíveis.

Os idealizadores do Beauty Week, Feres Baladi Neto, sócio do software de agendamento on line, Salão VIP, e Emerson Silveira, criador do Restaurant Week, viram nos meses de “baixa” do mercado, uma oportunidade em criar um festival no qual os melhores estabelecimentos da capital oferecessem duas semanas de pacotes promocionais, com tratamentos a preços reduzidos.

“Quando lançamos o Beauty Week, nossa ideia era fazer com que as pessoas tivessem acesso ao que há de melhor no mundo da beleza: salões e profissionais tops, além de produtos de qualidade, tudo isso com a vantagem de pagar um valor bem abaixo do normal”, explica Feres.

Os combos, com valores fixos de R\$ 40, R\$ 80 e R\$ 160,00, dão acesso a, no mínimo, dois serviços, que vão desde maquiagem, manicure, hidratação, escova e massagem. O agendamento pode ser feito ligando diretamente para o salão ou através da plataforma de agendamento on line do Salão VIP (www.salaovip.com.br).

O projeto conta com a participação de renomados salões, como: Studio W JK, C.Kamura, Laces and Hair, 1838, Retrô Hair, Red Door, Jacques Janine, Square Hair e Glass Hair. Todos engajados em promover a democratização da beleza, tornando acessíveis experiências e tratamentos aos amantes da vaidade.

Ação social

O Beauty Week também volta sua atenção para os projetos sociais. Pelo segundo ano consecutivo, o evento apoia a Cabelegria, uma ONG que arrecada cabelos para confecção de perucas para crianças com câncer. Durante o evento as clientes poderão realizar doações financeiras para a instituição.

Balanco da primeira edição

Em 2014, o Beauty Week realizou mais de 5 mil agendamentos em duas semanas de evento, o que dá uma média de 72 marcações por salão participante. O lucro gerado

para o segmento foi de R\$ 600 mil.

Para esta edição, os idealizadores apostam no dobro de agendamento e um faturamento de R\$ 1,2 milhões. A ação tem patrocínio das marcas Schwarzkopf **Professional**, Revlon e 3 Corações.

Confira a lista completa dos participantes

Bendito No, C. Kamura, Camarim, Chere Amie, Color Boutique, Conceito HEF, Constantinos, Detrich, D-Unhas Jardins, Espaço Angelina, Espaço Be, Espaço By Moma, Espaço Kurma, Espaço Perfil, Garra de Gata, Glam SP, Glass, Glizz, Homa, Jacques Janine (Brooklin, Chácara Flora, Hilton, Shopping Jardim Sul e Vila Olimpia), Laces and Hair (Amauri, Jardins e Morumbi), Lesdeux, Masuaki, Mduo, Platinum Hair Design, Red Door, Red Team, Retro Hair, Salão 1838, Square Hair, Studio W JK, Stilo Próprio, Studio Delas, Studio Dellarte, Studio Mix, Wish Nail e Gosh Nails.

Informações para a imprensa:

Carla Bianchi Comunicação

Tels.: (11) 4191-7140 / 4191-7141 / 98956-7734

e-mails: luciana@carlabianchi.com.br e naiana@carlabianchi.com.br

Sobre a Schwarzkopf Professional

A Schwarzkopf Professional nasceu em 1898, quando o químico Hans Schwarzkopf abriu, em Berlim, uma pequena farmácia com uma seção de perfumaria. Hans não gostava dos sabões caros e ásperos que eram utilizados para lavar os cabelos e criou, em 1903, seu primeiro produto, um shampoo em pó que se dissolvia na água. Em 1927 o talentoso Hans inventou o primeiro shampoo líquido e a empresa não parou mais de crescer e criar inovações. Em 1996 a Schwarzkopf Professional tornou-se subsidiária da Henkel, multinacional alemã líder em marcas e tecnologias que tornam a vida das pessoas mais fácil, melhor e mais bonita. Hoje possui uma linha completa de cuidados para cabelos, comercializada para profissionais em mais de 125 países, com as marcas IGORA Royal, BlondMe, Bonacure, Essensity, 3DMension, Osis, Silhouette, Natural Styling, Strait Styling Glatt e Strait Therapy.

Sobre a Henkel

A Henkel opera no mundo todo com marcas e tecnologias líderes em três setores de negócios: Laundry & Home Care, Beauty Care e Adhesive Technologies. Fundada em 1876, a Henkel ocupa posições de liderança no Mercado global nos setores de consumo e industrial com marcas conhecidas, como Persil, Schwarzkopf e Loctite. A Henkel emprega cerca de 50 mil pessoas e apresentou vendas de € 16,4 bilhões e um lucro operacional ajustado de € 2,6 bilhões no ano fiscal de 2014. As ações preferenciais da Henkel constam do índice DAX da bolsa de valores alemã.

Para mais informações sobre a companhia, acesse www.henkel.com

A Henkel está no Brasil há 59 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies e Beauty Care, com marcas como Loctite Super Bonder, Pritt, Cascola e Schwarzkopf. A Henkel Brasil conta com mais de 800 profissionais distribuídos nas plantas de Diadema, Itapevi, Jundiaí e Manaus.

SAC: 0800-704-2334

atendimento.skp@henkel.com

Facebook: @Schwarzkopf Professional Brasil

www.schwarzkopf-professional.com.br

Mais informações para a imprensa

Press à Porter Gestão de Imagem – (11) 3813-1344

Patricia Artico – patricia@pressaporter.com.br – ramal 36

Claudia Reis – claudiareis@pressaporter.com.br – ramal 21

Larissa Oséas – larissa@pressaporter.com.br – ramal 38