

is THE  
HAIR  
TREND  
BOOK  
2022

**NEXT  
TRUST  
ONLIFE  
FLEXIBLE**



# PORTRAITS

## EDITORIAL

Ovunque, nel mondo, la storia recente ha fatto cadere le barriere e le sovrastrutture che dominavano la nostra vita, lasciandoci tutti con un forte desiderio di autenticità e inclusività: due parole semplici che sentiamo ripetere spesso, ma che, specialmente oggi, sono sempre più ricche di sfumature e di significato...

*Everywhere across the world, recent history has pulled down the barriers and superstructures that ruled our lives, leaving in us all a strong desire for authenticity and inclusion: two simple words that we often hear but that, now more than ever, are increasingly rich in nuances and meanings...*

## FLEXIBLE

3

*Adattarsi al cambiamento per restare sintonizzati col mondo*

*Adapting to change to stay in tune with the world*

## NEXT

1

*I digital native alla conquista del mondo*

*Digital natives conquering the world*

2

## ONLIFE

*Millennials: vizi e virtù di una generazione sempre connessa*

*Millennials: vices and virtues of an always-connected generation*

## TRUST

4

*Tra eclettismo e ironia, la vita comincia a 60 anni!*

*Between eclecticism and irony, life begins at 60!*



*Growing gracefully and self-expression:  
Framesi reveals the most genuine portraits  
of today's women.*

significato. È autentica la naturalezza con cui abbiamo imparato a mostrarci agli altri, facendo pace finalmente con le nostre 'perfette imperfezioni', ed è autentica anche la trasparenza che oggi, a gran voce, chiediamo di vedere riflessa in tutto ciò che ci circonda, dagli oggetti che compriamo ai comportamenti delle persone e delle aziende che scegliamo di seguire, dai luoghi che frequentiamo al cibo che mangiamo. Da questa ricerca di autenticità nasce la Collezione Framesi 2022: una collezione che vuole raccontare, con grande onestà, le tantissime clienti che in tutto il mondo entrano nei saloni Framesi alla ricerca della loro bellezza più vera e della loro immagine migliore. E verità, si sa, fa rima con libertà. Ogni donna oggi sa di poter assecondare il proprio stile senza più vincoli legati a pregiudizi estetici o a preconcetti su ciò che si addice o meno 'ad una certa età', seguendo invece solo ed esclusivamente il proprio gusto e la propria personalità. È la sintesi più potente dell'espressione di sé, che non aveva mai raggiunto vette così alte. Viviamo in un'era, infatti, in cui è sempre più difficile attribuire l'età a chi ci sta di fronte e questo non perché, banalmente, si ricorre troppo spesso alla chirurgia estetica, ma perché ci si prende cura del proprio corpo e del proprio aspetto molto più che in passato, con prodotti sempre più performanti e attraverso un'alimentazione e una vita più sane.



Ne deriva quello che gli esperti definiscono "slow down ageing", ovvero la capacità di invecchiare più lentamente, e meglio, rispetto alle generazioni passate. Ma se da una parte è vero che non ci sono più limiti di età per essere la migliore versione di sé stessi, è altrettanto vero che ciò che ognuno di noi è oggi ha un legame fortissimo con ciò che siamo stati ieri. Parlando specificamente di donne, sebbene non manchino dei sorprendenti mix generazionali (perché un po' tutte rubano qua e là elementi di stile e referenze estetiche), resta un dato di fatto che il loro gusto attuale sia influenzato dal contesto storico in cui sono nate e dal loro background culturale e generazionale. La collezione Framesi 2022 parte dunque dalla storia di quattro diverse generazioni, manifestazione di quattro modi differenti di vivere la femminilità. Un pretesto, quello generazionale, per condurci all'interno di un grande racconto, una sorta di epopea familiare, dove incontreremo donne dissimili tra loro - e non solo per età -, dotate di grande carattere e, ognuna a modo suo, espressione genuina di uno dei mille ritratti che raffigurano le donne di oggi. A ciascuna di queste donne Framesi ha attribuito una parola chiave che ne racchiude l'essenza e lo spirito: Next, Onlife, Flexible e Trust. Scopriamole insieme, ricordando, ad ogni pagina di questo book, che le proposte della Collezione non vanno vissute come gabbie chiuse, ma solo come la chiave per aprire, scoprire e mescolare tra di loro gli infiniti mondi della femminilità e favorire, attraverso la contaminazione, l'espressione libera dell'istinto e dello stile.

# PORTTRAITS

## EDITORIAL

*L'arte di maturare  
con grazia ed espressione  
di sé: Framesi svela  
i ritratti più autentici  
delle donne di oggi.*

Di Ilaria Pizzoferrato

Ovunque, nel mondo, la storia recente ha fatto cadere le barriere e le sovrastrutture che dominavano la nostra vita, lasciandoci tutti con un forte desiderio di autenticità e inclusività: due parole semplici che sentiamo ripetere spesso, ma che, specialmente oggi, sono sempre più ricche di sfumature e di

Everywhere across the world, recent history has pulled down the barriers and superstructures that ruled our lives, leaving in us all a strong desire for authenticity and inclusion: two simple words that we often hear but that, now more than ever, are increasingly rich in nuances and meanings. Genuine is the spontaneity with which we have learnt to show ourselves to others, at last reconciled with our 'perfect imperfections', and genuine is the transparency that today we loudly ask to see reflected in all that surrounds us, from the items we buy to the behaviours of the people and companies we choose to follow, from the places we go to the food we eat. It is from this search for authenticity that the Framesi Collection 2022 was born: a collection that wants to very honestly tell about the many customers that, all over the world, go to a Framesi salon to find their truest beauty and their best look. And truth, as you know, is synonym with freedom. Nowadays, every woman knows she can indulge in her own style without constraints, aesthetic biases or preconceptions about what suits 'a certain age' or not, and can follow her own taste and personality. It is the most powerful concentration of self-expression, which had never reached such heights before. We actually live in an age in which it is getting more and more difficult to understand what age people are, and this is not because we simply resort to cosmetic surgery once too often, but because we take much more care of our bodies and our appearance than



which they were born and by their cultural and generational background. So, the Framesi Collection 2022 takes inspiration from the story of four different generations, the expression of four different ways of living one's femininity. A pretext, the generational one, to lead us into a big story, a sort of family saga where we will meet women that are different from each other – and not just different ages

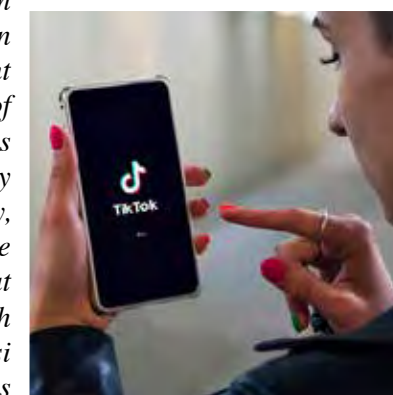


Collection should not be experienced as locked-up cages but as the key to open, discover and blend together the endless worlds of femininity and, by interbreeding them, to encourage the free expression of their instinct and style.



in the past, with high-performance products, as well as a healthier diet and lifestyle. The result is what the experts call 'slow down ageing', aging much slower than in the past. But, while it is true that now there are no age limits to be the best version of ourselves, it is also true that what we are today is very deeply connected with what we have been. Speaking of women, though there are quite a few outstanding generational mixes (because everyone steals a bit of style and aesthetic inspirations here and there), there's no denying that their current tastes are affected by the historical context in

– who have a great personality and, each one in her own way, are the genuine expression of one of the thousands of portraits that depict today's women. To each one of these women, Framesi assigned a keyword that encloses her essence and her spirit: Next, Onlife, Flexible and Trust. Let's get to know them together, keeping in mind, on every page of this book, that the items in the



## *Digital natives conquering the world*

Next, che in inglese indica qualcosa di prossimo, di successivo, che arriverà nel futuro, è la parola che Framesi ha scelto per identificare la Gen Z, la generazione dei giovanissimi, ai quali i sociologi hanno attribuito l'ultima lettera dell'alfabeto. Può sembrare la fine di qualcosa, ma nel cerchio della vita, in fondo, è anche un inizio. Alla generazione Z appartengono i ragazzi che oggi hanno tra gli 11 e i 25 anni. Sono nativi digitali, cioè non hanno esperienza del mondo senza social, senza internet, senza realtà virtuale. Tutta la loro esistenza si è sempre mossa in costante interazione tra IRL (la vita reale) e URL (la vita online). I Next sono insaziabili utilizzatori di youtube e tik tok, che tra tutti i social sono quelli che meglio rispondono alla loro esigenza di fruizione immediata e rapida. Si annoiano in fretta; catturare la loro attenzione è un'impresa ardua perché il loro cervello lavora alla stessa velocità della rete. Con i millennial, sono la generazione più analizzata e studiata perché, insieme, rappresenteranno il 60% del mercato del lusso entro il 2025. Hanno una fortissima coscienza sociale e ambientale, seguono solo aziende che rispettano elevati standard etici, che praticano il rispetto e l'inclusività. Credono nell'eliminazione di



*Next, which in English means something near, something subsequent, something that will arrive in the future, is the word Framesi has chosen to identify Gen Z, the generation of the very young, to whom sociologists have attributed the last letter of the alphabet. It may seem like the end of something, but in the circle of life, after all, it is also a beginning. Generation Z is made up of young people between the ages of 11 and 25. They are digital natives, that is, they have no experience of the world without social networks, without the internet, without virtual reality. Their whole existence has always moved in constant interaction between IRL (real life) and URL (online life). The Next are insatiable users of Youtube and Tik Tok, which among all the social networks are those that best respond to their need for immediate and rapid fruition. They get bored quickly; capturing their attention is an arduous task because their brain works at the same speed as the network. Along with millennials, they are the most analyzed and studied generation because, together, they will represent 60% of the luxury market by 2025. They have a very strong social and environmental conscience, following only companies that adhere to high ethical standards, practicing respect and inclusivity. They believe in eliminating all forms of inequality and injustice. To understand the Next generation, it is necessary for anyone outside of this age group to put conventions and habits of thought on hold.*

*The Next, first of all, have a fluid gender identity, which means that the majority of them do not define themselves as hetero-, homo-, or bisexual; they simply do not want to be pigeonholed, because their identity is constantly changing among all the various possibilities. For them, the schwa has been adopted (ə), the phonetic symbol that, indicating a little rounded sound, is neither feminine nor masculine. The snail (@) or the asterisk (\*) are also solutions used to end words without gender discrimination. The future is fluid, not binary. While previous generations needed to create rigid categories that shaped their aspirations, Generation Z has erased them all, does not consider them to exist. The Next are unfaithful consumers, they quickly fall in and out of love with everything and are also very contradictory: colourful and light at times, tormented and introverted at others. It can be complicated to understand them and get in tune with them if you don't make an effort to be open-minded. Being unpredictable is their weakness and also their strength. In this fluidity, so free and uninhibited, it is still possible to find clear and precise expressions of their personalities, which may be transient, who knows, but are nonetheless there. The very young Next girls, for example, in dressing move between a rebellious vision of themselves and their look, which they often push to the point of total cancellation of gender distinction, and an acerbic awareness of their own beauty, which leads them towards the choices of little Lolitas. Let's see Framesi's 2022 proposals for the young Next girls. To do so, just browse through the next few pages. light-heartedness as a lifestyle!*

qualsiasi forma di disuguaglianza e ingiustizia. Per capire la generazione Next è necessario che chiunque non appartenga a questa fascia di età metta in stand by le convenzioni e le abitudini di pensiero. I Next, innanzitutto, hanno un'identità di genere fluida, il che significa che la maggioranza di essi non si definisce né etero, né omo, né bisessuale; semplicemente non vogliono essere incasellati, perché la loro identità è in continuo cambiamento tra tutte le varie possibilità. Per loro è stata adottata la schwa (ə), il simbolo fonetico che, indicando un suono poco arrotondato, si presta come desinenza né femminile né maschile. Anche la chiocciola (@) o l'asterisco (\*) sono soluzioni utilizzate per terminare le parole senza discriminazioni di genere. Il futuro è fluido, non binario. Se le generazioni precedenti hanno avuto bisogno di creare categorie rigide, che hanno modellato le loro aspirazioni, la generazione Z le ha cancellate tutte, non le considera esistenti.

I Next sono consumatori infedeli, si appassionano e si disinnamorano in fretta di tutto e sono anche molto contraddittori: colorati e leggeri a momenti, tormentati e introversi in altri. Può essere complicato capirli ed entrare in sintonia con loro se non si fa uno sforzo di apertura mentale. L'essere imprevedibili è la loro debolezza e anche il loro punto di forza. In questa fluidità così libera e disinibita, è comunque possibile trovare espressioni nette e precise della loro personalità, che potrebbero essere transitorie, chissà, ma comunque ci sono. Le giovanissime Next, ad esempio, nel vestire si muovono tra una visione ribelle di se stesse e del proprio look, che spingono spesso fino al totale annullamento della distinzione di genere, e un'acerba consapevolezza della propria bellezza, che le porta verso scelte da piccole lolite. Non resta che vedere le proposte Framesi 2022 per le giovani Next e per farlo, basterà sfogliare le prossime pagine.



# NEXT

*L'intramontabile stile college per giovanissime Lolite.*

*The timeless college style for young Lolitas.*

Minigonna a pieghe, canotta e varsity jacket coordinati. Anche il calzino tennis in spugna e decisamente preppy.

*Pleated miniskirt, tank top and matching varsity jacket. The terry tennis sock is also definitely preppy.*





La polo smanicata bianca  
si indossa con il gilet over  
con losanghe a contrasto.  
Le gambe sono sempre  
protagoniste, ma sono banditi i  
tacchi; il mocassino  
è il vero tocco cool.

*The white sleeveless polo shirt  
is worn with the over vest with  
contrasting lozenges.  
The legs are always the  
protagonists, but heels  
are banned; the loafer is  
the real cool touch.*

La linea del taglio accarezza viso e collo di una giovanissima ragazza Next. Un lucidissimo color cioccolato sottolinea il volume pieno, mentre la leggerezza della sfilatura è accentuata dai contrasti sabbia.

*The cut line caresses the face and the neck of a very young Next girl. An ultra-polished chocolate color emphasizes the full volume, while the lightness of the parting is accentuated by sand contrasts.*

ITALIANSTYLE  framesi



# NEXT

*La generazione Z non ama le definizioni  
di genere e infrange le regole  
anche nello stile*

*Generation Z doesn't like gender definitions  
and breaks the rules even in style*

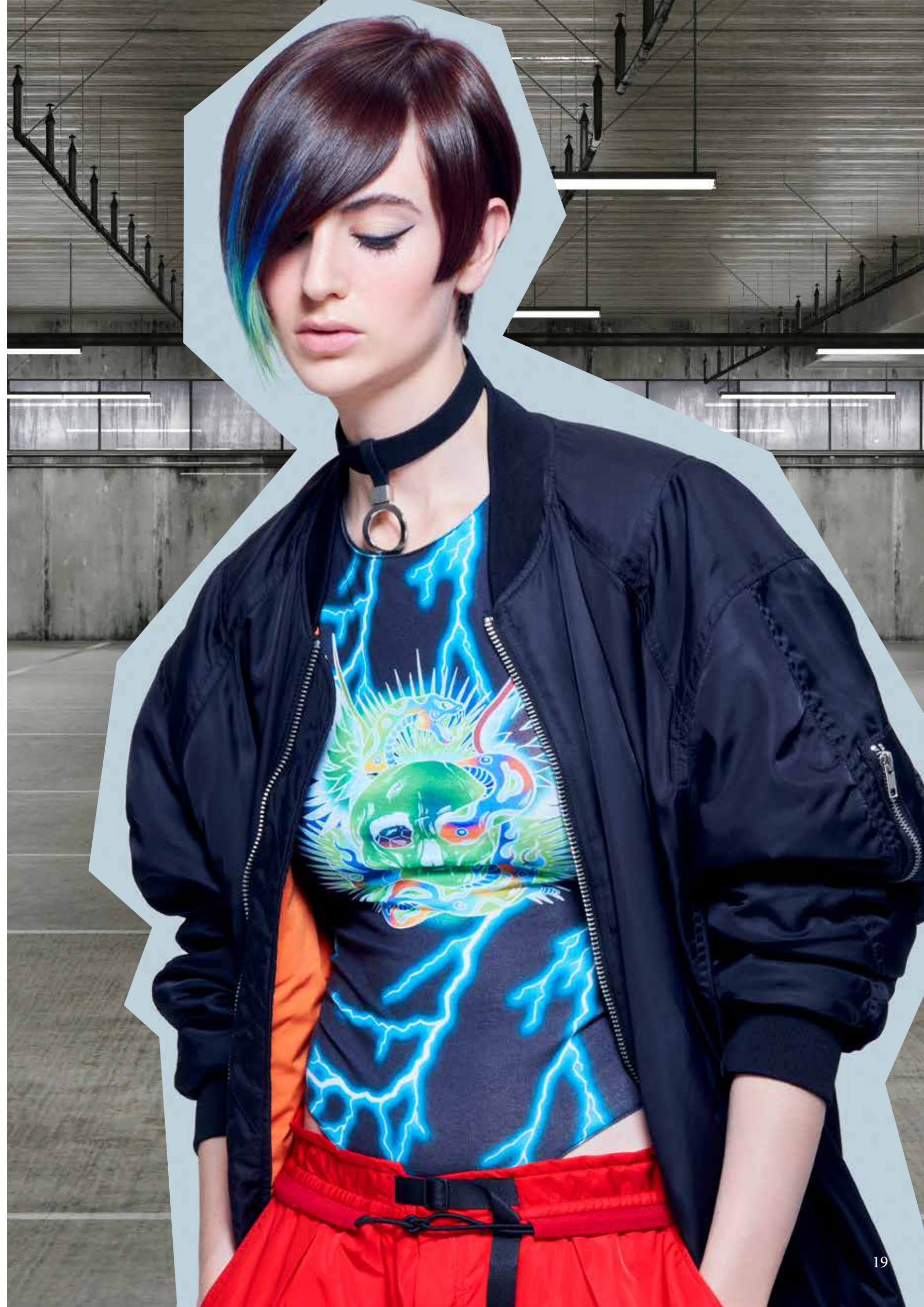


Il perfetto look "urban fluido"  
vuole pantaloni cargo in  
nylon e T-shirt con  
stampe neon, ma anche bomber  
maschile, choker al collo e  
combat boots..

*The perfect "urban fluid" look  
wants nylon cargo pants and  
T-shirts with neon prints, but  
also men's bomber jacket, neck  
choker and combat boots.*



ENERGY  
ITALIANSTYLEframesi





Girocollo di perle in argento, maxi mollette, tracolla utility con borraccia e maxy coat impermeabile, con richiami sporty. Un intrigante mix di maschile e femminile.

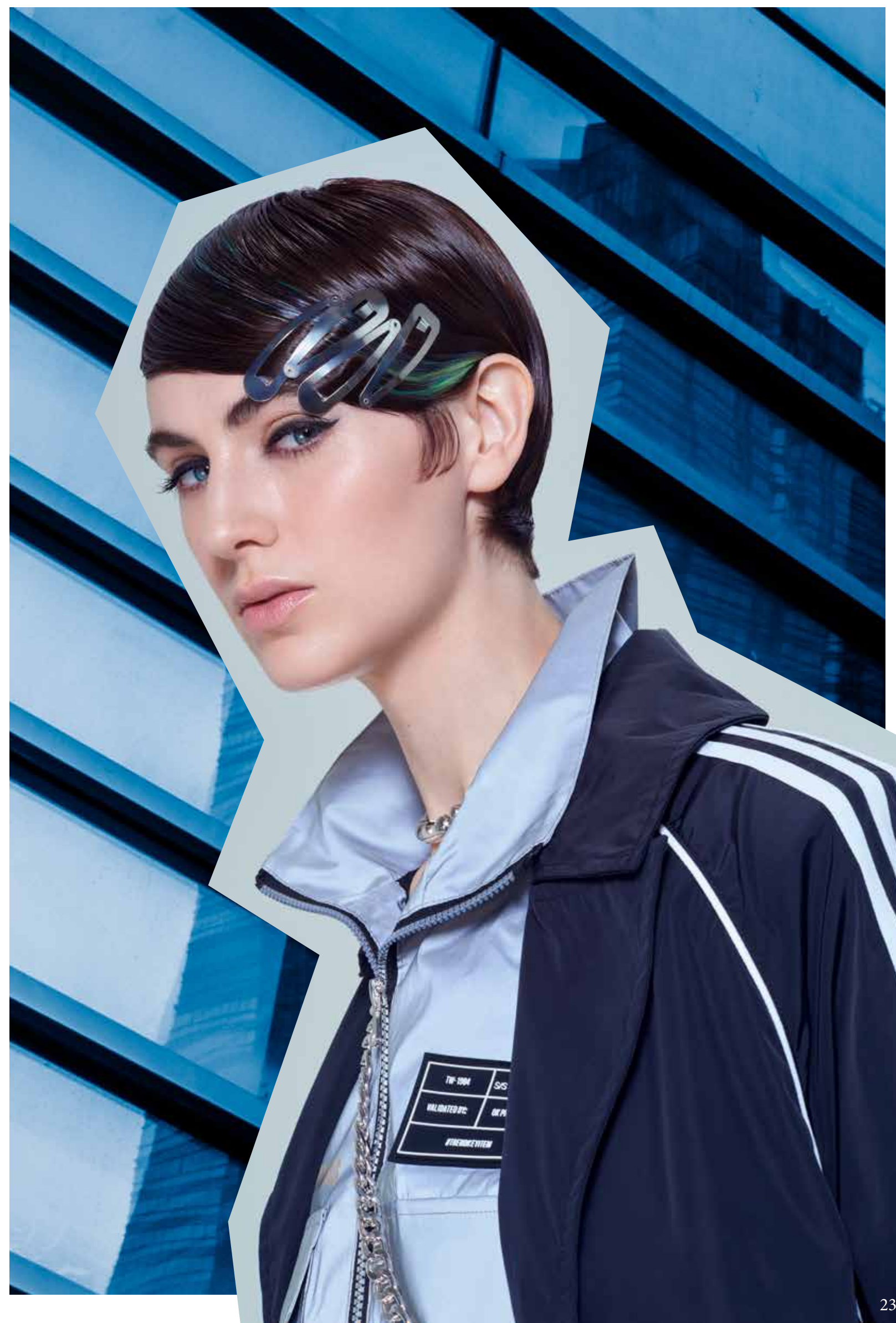
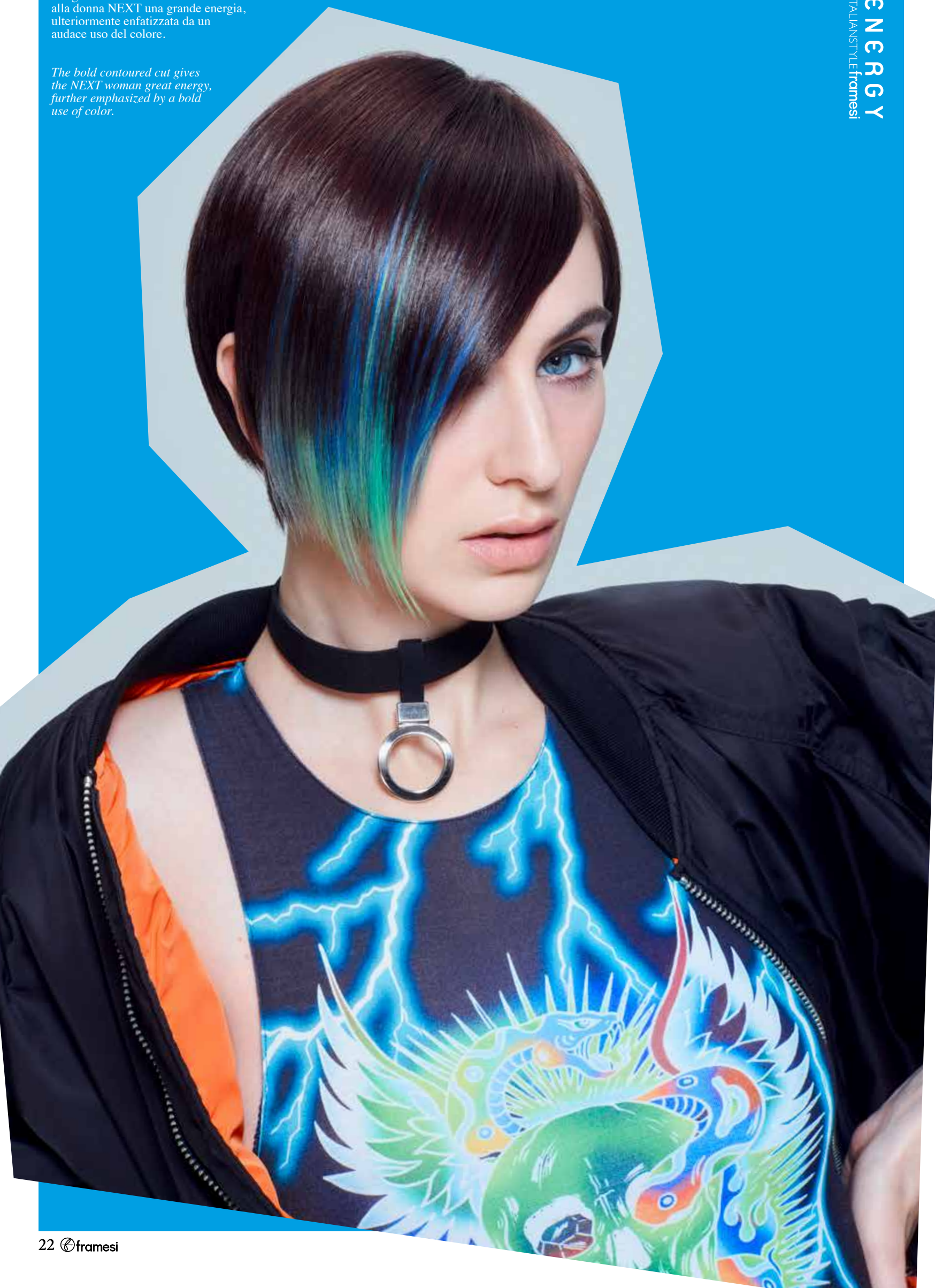
Silver pearl necklace, maxi clips, utility shoulder strap with water bottle and waterproof maxi coat, with sporty references. An intriguing mix of masculine and feminine.



Il taglio dai contorni decisi dà alla donna NEXT una grande energia, ulteriormente enfatizzata da un audace uso del colore.

*The bold contoured cut gives the NEXT woman great energy, further emphasized by a bold use of color.*

ENERGY  
ITALIANSTYLEframesi



# MAKEUP MAKEUP MAKEUP

Di Silvia Dell'Orto

*Colori pop e sperimentazioni ardite :  
la generazione Z si diverte anche con il makeup  
Pop colors and daring experiments: the  
Z generation has fun also with makeup*

Le giovanissime sono totalmente stregate dal make-up e ne sono le più attente e curiose consumatrici. Nel passaggio dall'adolescenza alla vita adulta, le ragazze vivono un momento di transizione che è soprattutto sperimentazione: un percorso giocoso che allena la creatività alla ricerca della bellezza personale. Qual è il make-up più indicato per la generazione Next? La giovane età di queste consumatrici induce alla raccomandazione di prodotti non comedogeni, cioè che non favoriscono l'insorgenza di imperfezioni come brufoli o punti neri. Detto questo, ecco i must have della nuova teenager. Prima di tutto, una crema idratante notte-giorno, da stendere sul viso ben deterso.

Nutrimento e idratazione sono il primo passo verso la bellezza di una pelle elastica e luminosa. Per sfruttare al meglio la freschezza della gioventù, una BB cream è preferibile al fondotinta. Scelta nel colore adatto, la sua texture infatti "scompare" lasciando l'incarnato uniforme e naturale. I correttori, stesi a piccoli tocchi solo sulle imperfezioni, vanno usati con parsimonia. Molto funzionali sono quelli di ultima generazione, già mescolati con il fondotinta, ottimi per coprire sia i segni rossi che blu, come le occhiaie. Preparata la base, veniamo al trucco vero e proprio iniziando con una matita morbida, color testa di moro, da passare tra le ciglia superiori. Questo accorgimento consente di non lasciare tratti scoperti quando si applica l'eyeliner. Gli ombretti in polvere, nei colori pastello sia caldi che freddi, sono ideali per un trucco giovane. Il consiglio è di stendere un solo colore su tutta la palpebra, sfumandolo leggermente. Le tonalità del momento sono il lilla, l'azzurro chiarissimo e un raffinato color champagne. L'eyeliner, magari in una formula long-lasting, va applicato sulla predisposta traccia di matita. La sua linea netta, insieme al mascara, dà allo sguardo una profonda intensità. L'illuminante, in crema o in polvere, impreziosisce il trucco con bagliori argentei o dorati, secondo il colore dell'ombretto. Le zone di applicazione sono gli zigomi, il centro della palpebra e l'angolo interno dell'occhio, l'arco di Cupido e il dorso del naso. Per esaltare la gioventù della donna Next il blush rosso è ideale. Picchiettato sulle gote con delicatezza, dona il colorito della salute e della vita all'aria aperta. Per finire, le labbra. Un lipgloss trasparente, effetto cristallo, è la scelta di elezione per le più giovani, ma se si desidera rimpolpare le labbra si può optare per il rosso ciliegia, sempre bellissimo su un volto di ragazza.

*The very young are totally bewitched by make-up and are its most attentive and curious consumers. In the transition from adolescence to adulthood, girls experience a moment of transition that is above all experimentation: a playful path that trains creativity in the search for personal beauty. What make-up is best suited to the Next Generation? The young age of these consumers leads to the recommendation of non-comedogenic products, i.e. products that do not encourage the appearance of imperfections such as pimples or blackheads. That said, here are the must-haves for the new teenager. First of all, a moisturizing day-night cream, to be applied to a well-cleansed face. Nourishment and hydration are the first step towards the beauty of supple, radiant skin. To make the most of the freshness of youth, a BB cream is*



*preferable to foundation. Chosen in the right color, its texture "disappears", leaving the complexion even and natural. Concealers, applied in small dabs only on imperfections, should be used sparingly. The latest generation of concealers, which are already mixed with foundation and are excellent for covering both red and blue marks, such as dark circles, are very functional. Once the base has been prepared, let's get down to the actual make-up, starting with a soft, dark brown pencil to be applied between the upper lashes. This ensures that no lines are left uncovered when applying eyeliner. Powder eye shadows, in both warm and cool pastel colors, are ideal for young make-up. The advice is to apply a single color to the entire eyelid, blending it in lightly. The shades of the moment are lilac, very light blue and a refined champagne color. The eyeliner, perhaps in a long-lasting formula, should be applied over the pencil line. Its sharp line, together with mascara, gives the eyes a deep intensity. Illuminant, in cream or powder form, enhances the make-up with a silvery or golden glow, depending on the color of the eye shadow. The areas of application are the cheekbones, the centre of the eyelid and the inner corner of the eye, the Cupid's bow and the back of the nose. To enhance the youthfulness of the Next woman, red blush is ideal. Dabbed gently on the cheeks, it gives the color of health and life in the open air. Finally, the lips. A transparent, crystal-effect lip gloss is the choice for younger women, but if you want to plump up your lips, you can opt for cherry red, which is always beautiful on a girl's face.*



# ONLIFE

*Millennials: vizi e virtù di una generazione sempre connessa.*

*Millennials: vices and virtues of an always-connected generation*

Con un divertente gioco di parole, Framesi ha trasformato il termine “online” (l’essere connessi ad internet) in “ONLIFE”, un neologismo che sottolinea bene come i millennial vivano la propria vita sospesi tra la realtà e i social network, in una costante connessione alla rete. Ma chi sono veramente i millennial? Quali sono le loro caratteristiche, quali le loro aspettative e i loro ideali? Alla generazione Onlife, innanzitutto, appartengono i nati tra il 1981 e il 1996, in pratica tutti i giovani con un’età attuale compresa tra 25 e 40 anni. Non sono nativi digitali, ma sono certamente quelli che hanno saputo sfruttare prima (e meglio) la tecnologia del terzo millennio.

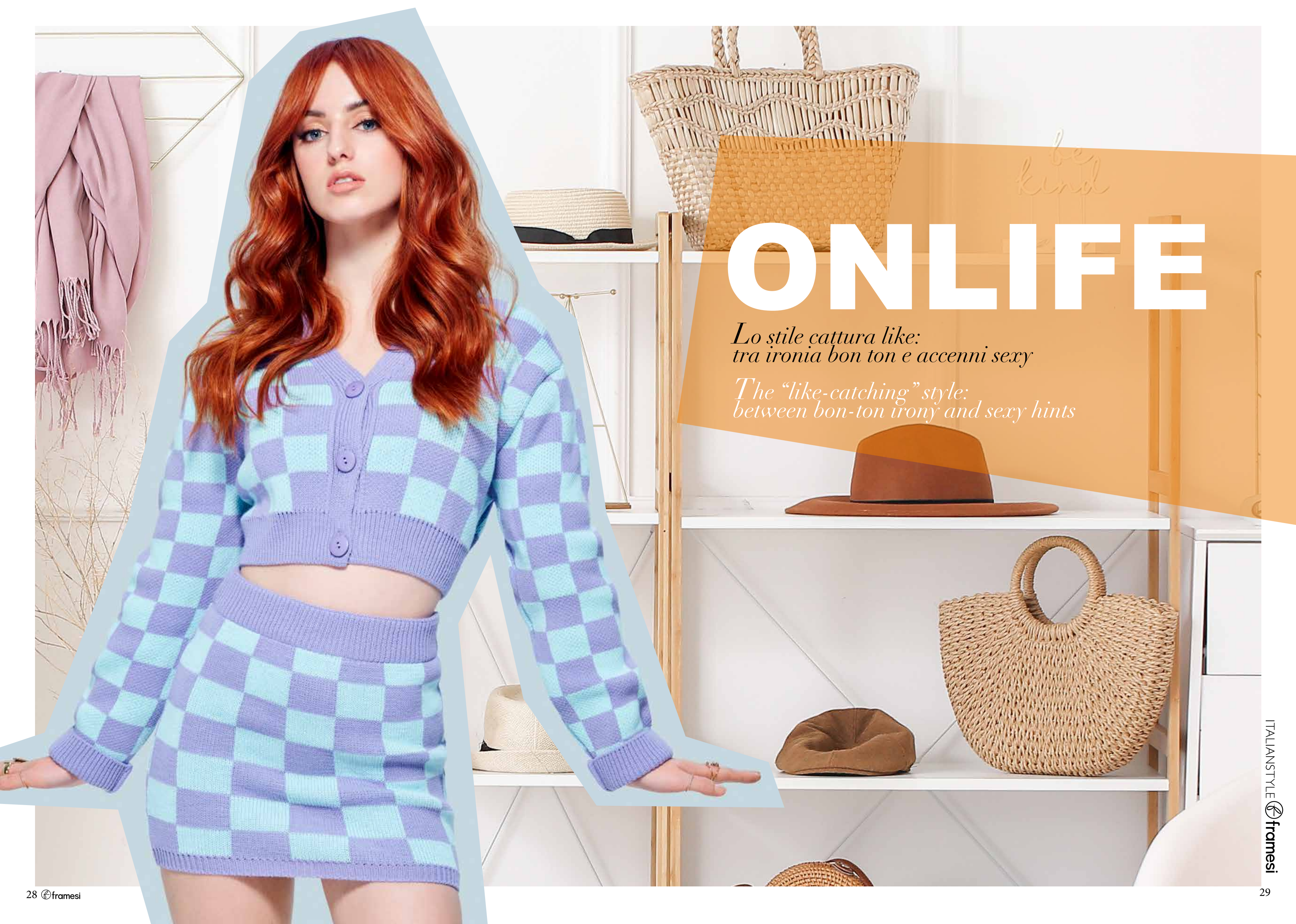
Avendola scoperta in età adolescenziale, infatti, si sono formati grazie alla rete e ai social, ne hanno fatto un elemento imprescindibile della loro vita fino a trasformare questa passione, in alcuni casi, in una vera e propria professione. Gli Onlife sono altamente sensibili al bello e molto sicuri di sé, perché i loro genitori Flexible li hanno abituati a uno spiccato senso estetico facendo loro seguire mode e tendenze sin da piccoli, e li hanno costantemente riempiti di complimenti e ammirazione appassionata. Se ci concentriamo per un attimo solo sulle bambine Onlife, ci rendiamo conto di quanto il Women Power per loro sia qualcosa di naturale e non qualcosa che hanno iniziato a scoprire dopo la maturità,

com’è stato per le loro madri. Le piccole di questa generazione hanno guardato cartoni animati in cui le principesse Disney non erano più fragili fanciulle da sottrarre a un destino malvagio, ma eroine forti e coraggiose capaci, con la loro tenacia, di risolvere le situazioni più difficili uscendone sempre vincitrici. E questo, psicologicamente, è stato un passaggio fondamentale nello sviluppo comportamentale delle millennial. Queste bimbe sono diventate giovani donne esigenti e ambiziose, abituate ad avere tutto e subito con la rapidità che hanno assimilato grazie a Internet. Tutto è veloce, tutto è a portata di mano; se hanno una domanda trovano la risposta, se vogliono acquistare qualcosa lo fanno con un semplice click. Amano la personalizzazione: un oggetto molto desiderato e infine ottenuto le rende sì felici, ma se questo stesso oggetto viene fatto su misura per loro, porta le loro iniziali o addirittura è stato concepito da loro stesse, scegliendo tra mille differenti possibilità di combinazione, allora è anche meglio! Le millennial, le nostre Onlife, appartengono alla prima vera generazione di imprenditori digitali. Con la rete lavorano, si informano, si intrattengono e trovano le soluzioni ai loro problemi quotidiani. Sono molto attente al rispetto delle diversità e all’inclusività, ed è proprio grazie a loro se oggi tutto, dalla produzione ai consumi, ha preso una dimensione più etica e più attenta a non

lasciare indietro nessuno. Per quanto riguarda lo stile personale, le Onlife ostentano una femminilità disinibita, che lascia spesso scoperto il corpo, ma amano anche la rivisitazione in chiave sexy dei classici del bon-ton: tailleur pastello e twin set romantici. Nei loro guardaroba c’è anche grande spazio per abbinamenti che rinnovano le regole canoniche dello styling, come giacche couture abbinate a shorts e pantaloncini da ciclista, bomber e capispalla anti-vento indossati su tubini colorati e anfibi militari ai piedi. Le Onlife sono pazzе per il design e molto spesso le loro case hanno un alto contenuto estetico, anche a scapito della funzionalità. L’importante è che ogni cosa sia ricca di stile e instagrammabile! Ma andiamo adesso a conoscere quali sono i ritratti delle millennial Onlife per il 2022 secondo Framesi.

*With an amusing play on words, Framesi has transformed the term “online” (being connected to the internet) into “ONLIFE”, a neologism that well underlines how millennials live their lives suspended between reality and social networks, in a constant connection to the net. But who are millennials really? What are their characteristics, their expectations and their ideals? First of all, Onlife generation refers to those born between 1981 and 1996, basically all young people with a current age between 25 and 40 years old. They are not digital natives, but they are certainly those who were able to exploit the technology of the third millennium first (and best). Having discovered it in their teens, in fact, they have formed themselves thanks to the network and social networks, and have made it an essential element of their lives to the point of transforming this passion, in some cases, into a real profession. The Onlife are highly sensitive to beauty and very self-confident, because their Flexible parents have accustomed them to a strong sense of aesthetics by making them follow fashions and trends from an early age, and have constantly showered them with compliments and passionate admiration. If we focus for a moment only on the Onlife girls, we realize how Women Power for them is something natural and not something they started to discover after maturity, as it was for their mothers. The girls of this generation have watched cartoons in which the Disney princesses were no longer fragile little girls to be rescued from an evil destiny, but strong and courageous heroines capable, with their tenacity, of resolving the most difficult situations and always coming out on top. And this, psychologically, was a fundamental step in the behavioural development of millennials. These girls have become demanding and ambitious young women, accustomed to having everything at once with the speed they have assimilated thanks to the Internet. Everything is fast, everything is at their fingertips; if they have a question they find the answer, if they want to buy something they do it with a simple click. They love customization: an object they want and finally get makes them happy, but if this same object is made to measure*

*for them, bears their initials or was even conceived by themselves, choosing from a thousand different combinations, then it’s even better! Millennials, our Onlife belong to the first true generation of digital entrepreneurs. With the network they work, inform, entertain and find solutions to their daily problems. They are very attentive to respect for diversity and inclusiveness, and it is thanks to them that today everything, from production to consumption, has taken on a more ethical dimension and no one is left behind. As far as personal style is concerned, the Onlife flaunt an uninhibited femininity that often leaves their bodies uncovered, but they also love to revisit bon-ton classics in a sexy key: pastel suits and romantic twin sets. In their wardrobes there is also a lot of room for combinations that renew the canonical rules of styling, such as couture jackets combined with shorts and bike shorts, bomber jackets and windproof outerwear worn over colored sheath dresses and military amphibians on the feet. The Onlife are crazy for design and very often their homes have a high aesthetic content, even at the expense of functionality. The important thing is that everything is full of style and Instagrammable! But let’s discover the portraits of millennial Onlife for 2022 according to Framesi.*



# ONLIFE

*Lo stile cattura like:  
tra ironia bon ton e accenni sexy*

*The “like-catching” style:  
between bon-ton irony and sexy hints*



Completo top crop e minigonna in maglia con maxi scacchi pastello e stivale bianco al ginocchio in pelle di cocodrillo sintetico.

*Crop top and knitted mini skirt with maxi pastel checks and white knee-high boot in synthetic crocodile leather.*



La giovane Onlife ama gli accessori vistosi come i maxi occhiali dal sapore vintage e la borsa con tracolla in pell e colorata. Imprescindibile il mix di bracciali dorati rigidi e a catena.

*The young Onlife loves flashy accessories such as maxi glasses with a vintage feel and a shoulder bag in colored leather. The mix of rigid gold bracelets and chains is a must.*

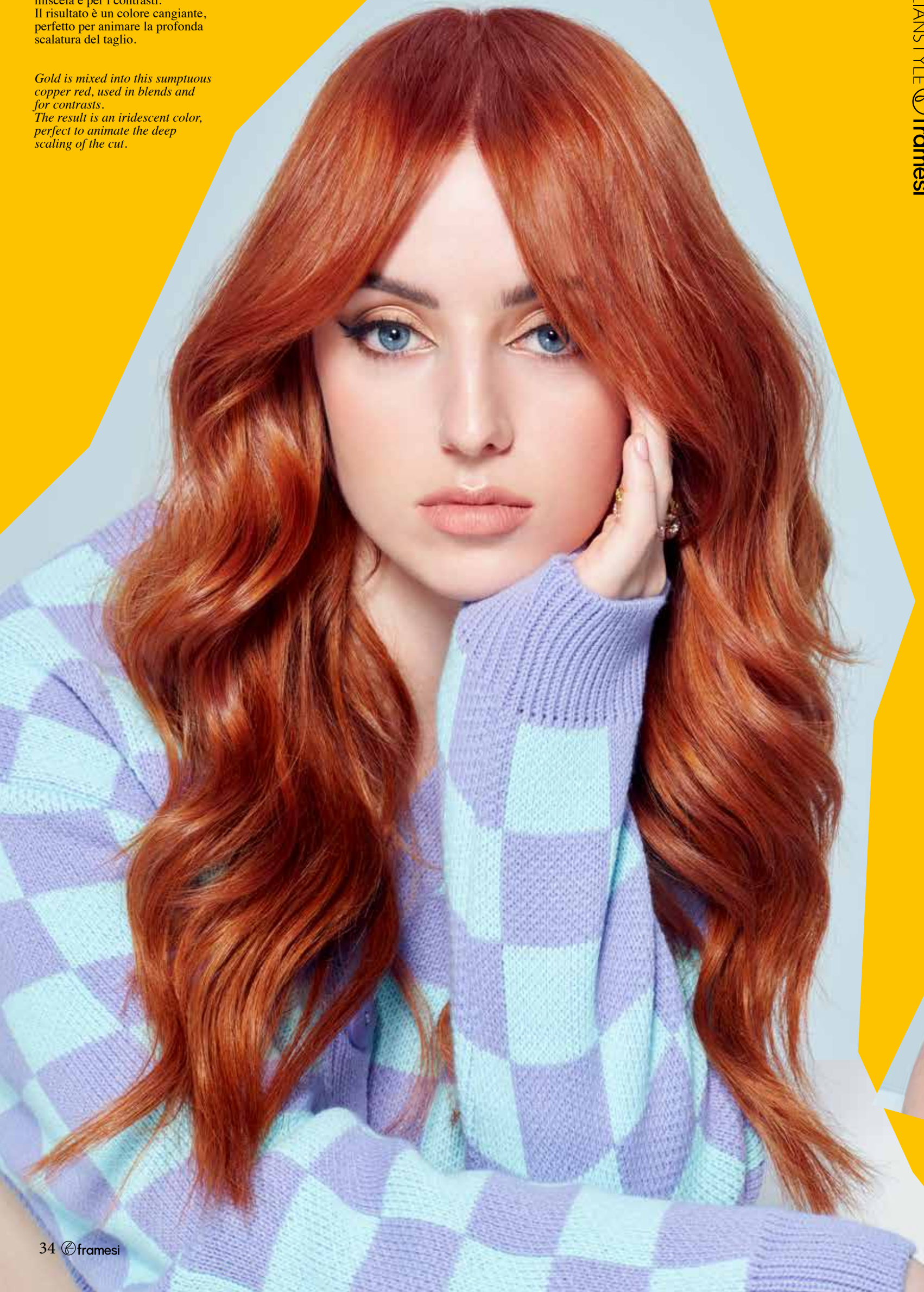
ITALIANSTYLE  framesi



In questo sontuoso rosso rame si mescola dell'oro, utilizzato in miscela e per i contrasti. Il risultato è un colore cangiante, perfetto per animare la profonda scalatura del taglio.

*Gold is mixed into this sumptuous copper red, used in blends and for contrasts. The result is an iridescent color, perfect to animate the deep scaling of the cut.*

ITALIANSTYLE  framesi



# ONLIFE

*L'energia vibrante del colore per le influencer alla conquista della città!*

*The vibrant energy of color for influencers conquering the city!*



Contrasti decisi di colore per spiccare nel grigiore della città. Giacca in ecopelle rosa bubblegum e tuta aderente con shorts in cotone a costine verde neon. Bikers allacciati al polpaccio con zeppa alta carrarmato e borsa a mano con plastron.

*Strong contrasts of color to stand out in the greyness of the city. Bubblegum pink faux leather jacket and fitted jumpsuit with neon green ribbed cotton shorts. Bikers laced at the calf with high rubber wedge and hand bag with plastron.*

ENERGY  
ITALIANSTYLE framesi



Sporty jacket imbottito  
albicocca e minidress  
azzurro cielo.

*Apricot padded sporty  
jacket and sky blue  
minidress.*



Nocciola morbido e luminoso  
schiarito da inserzioni beige.  
Per la donna ONLIFE  
una tonalità naturale di grande  
tendenza.

*Soft and luminous hazelnut  
lightened by beige inserts.  
For the ONLIFE woman a very  
trendy natural shade.*



# MAKEUP MAKEUP MAKEUP

Di Silvia Dell'Orto

*Make-up e skincare perfetti dipendono dai trend e dai click!*

*Perfect makeup and skincare depend on trends and clicks!*

Le scelte d'acquisto delle donne Onlife hanno grande influenza sul mercato, proprio per la loro propensione alla connessione costante alla rete. Queste consumatrici sono l'eco delle influencer e garantiscono ai marchi un ampio successo nelle vendite. Ma come si truccano le donne Onlife? Sono donne estremamente attente alla bellezza, sia perché vogliono essere credibili nel loro ruolo di suggeritrici, sia perché amano sentirsi sempre ammirate. Per ottenere consensi, tuttavia, sono inclini a uniformarsi alle tendenze dominanti e questo innesca un processo imitativo che spesso le porta all'omologazione. Serve dunque uno sforzo di personalizzazione, ma nel complesso il loro makeup è molto efficace.

L'incarnato, prima di tutto, deve essere perfetto: un fondotinta semi-coprente e liftante, di una tonalità rosa beige (la più luminosa), nasconde le imperfezioni e garantisce l'invisibilità dei pori. Per fissarlo, una cipria aiuta a dissimulare le piccole rughe e le zone lucide del viso. Sempre attuale il contouring, la tecnica di makeup che gioca con il chiaroscuro per aumentare la tridimensionalità del volto e definirne i contorni. Un modo di truccarsi che rende particolarmente bene nei video e nelle foto da pubblicare sui social. I blush, nei toni pesca, rosso e rosa, sono i più graditi perché regalano una freschezza incantevole. Gli illuminanti sono indispensabili per esaltare la prominenza degli zigomi, mentre le lentiggini, senza dubbio un must have generazionale, sono create con l'apposito freckle maker. Lo sguardo è frivolo, positivo e sexy, incantato e autoironico: milioni di tutorial insegnano ad allungare l'occhio con un ombretto in crema color tortora, a ombreggiare la mezzaluna con un tocco di marrone e a creare un punto luce centrale, satinato o metallizzato. E poi, un lungo tratto di eyeliner nero, di spessore variabile. Ma il vero marchio di fabbrica delle millennial è il lash lift (o laminazione), un trattamento nutriente che dà a ciglia e sopracciglia la direzione desiderata in modo duraturo: le ciglia appaiono più lunghe e setose, lo sguardo è aperto e brillante, soprattutto se completato con ciglia finte a ciuffetti. Anche le sopracciglia sono piacevolmente modellate, con un aspetto ordinato di grande effetto. Le labbra devono apparire molto carnose e per questo si tratteggia un contorno overline, ovvero al di fuori del disegno naturale della bocca. Per i colori del rossetto si spazia dal rosso intenso ai rosati.



The purchasing choices of Onlife women have great influence on the market, precisely because of their propensity to be constantly connected to the net. These consumers are the echoes of the influencers and guarantee brands broad sales success. But how do Onlife women wear make-up? They are extremely beauty-conscious women, both because they want to be credible in their role as influencers and because they always like to feel admired. In order to gain approval, however, they are inclined to conform to the dominant trends and this triggers an imitative process that often leads to homologation. An effort of personalisation is therefore required, but overall their make-up is very effective. First and foremost, the complexion must be perfect: a semi-covering and lifting foundation in a beige pink shade (the brightest) conceals imperfections and ensures that pores are invisible. To fix it, a powder helps conceal small wrinkles and shiny areas of the face. Contouring, the make-up technique that plays with light and shade to increase the three-dimensionality of the face and define its contours, is always in vogue. It's a make-up technique that looks particularly good in videos and photos posted on social networks. Blushers, in peach, red and pink tones, are the most popular because they provide an enchanting freshness. Illuminants are essential to enhance the prominence of the cheekbones, while freckles, undoubtedly a generational must-have, are created with the freckle maker. The look is frivolous, positive and sexy, enchanted and self-deprecating: millions of tutorials teach how to lengthen the eye with a dove-grey cream eye shadow, shade the half-moon

with a touch of brown and create a central satin or metallic point of light. And then, a long line of black eyeliner of varying thickness. But the real trademark of millennials is the lash lift (or lamination), a nourishing treatment that gives lashes and eyebrows the desired direction in a long-lasting way: lashes appear longer and silkier, the look is open and bright, especially if completed with tufted false eyelashes. The eyebrows are also nicely shaped, with a neat appearance for a great effect. The lips should appear very full, so an overline contour is drawn, out of the natural mouth line. Lipstick colours range from deep red to rosy.

# MAKEUP MAKEUP

# FLEXIBLE

*Adattarsi al cambiamento per restare sintonizzati col mondo*

*Adapting to change to stay in tune with the world*

Le persone nate tra la metà degli anni 60 e il 1980, che oggi hanno tra i 40 e 55 anni, appartengono a quella che viene definita la generazione della transizione. Una generazione che ha imparato, crescendo, ad adattarsi con flessibilità ai tanti cambiamenti sociali del suo tempo, trovando ogni volta il suo personale equilibrio. Per questa capacità di adattamento, Framesi ha scelto di identificarla, nella sua collezione, come la generazione FLEXIBLE.

I bambini Flexible sono figli del consumismo, dei cartoni animati giapponesi, della televisione e dei primi videogame. Hanno sviluppato, più che ogni altra generazione, l'autonomia e la sicurezza di sé, perché hanno avuto genitori in carriera che, essendo fisicamente meno presenti, li hanno abituati sin da subito all'indipendenza. Proprio questa indipendenza è diventata la base solida su cui i bambini Flexible hanno saputo costruire e far crescere la capacità di rimanere sempre sintonizzati col mondo che li circonda. Da giovani hanno consumato freneticamente diversi fenomeni culturali che si sono alternati quasi allo scoccare di ogni decade, rendendo l'arte dell'adattamento ancora più naturale per loro. L'edonismo degli anni 80, ad esempio, permeato di ansia da successo, ossessione per la perfezione del corpo e per il denaro, ha generato un popolo Flexible sfacciatamente griffato, colorato e dipendente

dagli status symbol. L'obiettivo era farsi notare in un mondo in cui "avere" equivaleva a "essere". Anche temi più seri, quali il rischio ambientale e l'AIDS, hanno segnato profondamente questi anni, mettendone drammaticamente in pausa l'incosciente spensieratezza. Una volta adulti, i Flexible hanno sperimentato rivoluzionarie novità come computer, cellulari e social network e, ancora una volta, hanno imparato a integrarle nella loro vita e a farne un uso quotidiano, sia personale che professionale. Osservando il panorama della moda femminile, troviamo una generazione che, avvolta in nuvole di taffetà lucido e giacche con enormi spalline maschili, tra la fine degli anni 80 e i primi anni 90 (senza esserne pronta) deve fare i conti con il minimalismo e la moda unisex. Solo una manciata di anni dopo, alla svolta del nuovo millennio, queste stesse donne si ritrovano per la prima volta con un cellulare in mano, connesse finalmente con tutti, ad assaporare una nuova visione del bello e dello stile. Arriva il Girl Power che, attraverso fenomeni planetari come le Spice Girls e Sex & the City, inizia a parlare in modo diverso di femminilità, sottolineando la bellezza delle differenti personalità. Non più omologazione, ma unicità! E oggi, come sono le donne Flexible? Sono indipendenti e "risolte", amano il vintage e coccolano gelosamente i ricordi della loro giovinezza. Avendo cambiato se stesse molte volte, amano la singolarità del loro stile e credono fermamente nel women empowerment. Sono donne legate ai valori tradizionali, ma, per il loro essere "flexible", hanno anche una mentalità aperta e lungimirante riguardo al nuovo che avanza. Il loro gusto è ricco di sfumature, quasi quanto la loro personalità, e si divertono in un gioco di mix and match di stili ed epoche (proprio come Carrie e le sue amiche

nella celebre serie tv): non è difficile vederle in tailleur couture dal taglio concettuale, tipico della moda minimalista anni 90, così come non è raro osservarle mentre si aggirano veloci sui tacchi a spillo, correndo dall'ufficio all'aperitivo in centro o, ancora, ammirarle sensualmente fasciate in tubini seconda pelle dai colori vistosi, evidenti eredità del loro periodo edonista anni '80. Nelle prossime pagine vedremo insieme come Framesi ha scelto di dare voce al bisogno di unicità della donna Flexible per il 2022.

*People born between the mid-60s and 1980s, who are now between 40 and 55 years old, belong to what is known as the transition generation. A generation that has learned, as it grew up, to adapt flexibly to the many social changes of its time, each time finding its own personal balance. Because of this ability to adapt, Framesi has chosen to identify it, in its collection, as the FLEXIBLE generation. Flexible children are the children of consumerism, Japanese cartoons, television and the first videogames. They have developed, more than any other generation, autonomy and self-confidence, because they had parents who were physically less present and who got them used to independence from the very beginning. It is precisely this independence that has become the solid foundation on which Flexible's children have been able to build and grow the ability to stay in tune with the world around them. When they were young, they frenetically consumed various cultural phenomena that alternated almost at the stroke of each decade, making the art of adaptation even more natural for them. The hedonism of the 80s, for example, permeated with anxiety about success, obsession with body perfection and money, generated a Flexible people unashamedly passionate for designer clothes, colourful and addicted to status symbols.*

*The goal was to get noticed in a world where "having" was equivalent to "being". Even more serious issues, such as environmental risk and AIDS, have deeply marked these years, dramatically pausing the carefree recklessness. Once adults, the Flexible experimented with revolutionary new features such as computers, cell phones and social*

*networks and, once again, learned to integrate them into their lives and make daily use of them, both personally and professionally. Observing the panorama of women's fashion, we find a generation that, wrapped in clouds of shiny taffeta and jackets with huge male epaulettes, between the late 80s and early 90s (without being ready for it) had to come to terms with minimalism and unisex fashion. Only a handful of years later, at the turning point of the new millennium, these same women find themselves for the first time with a cell phone in their hands, finally connected to everyone, enjoying a new vision of beauty and style. Here comes the Girl Power that, through planetary phenomena such as the Spice Girls and Sex & the City, begins to speak in a different way of femininity, emphasizing the beauty of different personalities. No more homologation, but uniqueness! And today, how are Flexible women? They are independent and "resolute", they love vintage and jealously cuddle the memories of their youth. Having changed themselves many times, they love the uniqueness of their style and firmly believe in women empowerment. They are women bound to traditional values, but, for their being "flexible", they also have an open mind and forward thinking about the new that is advancing. Their taste is almost as nuanced as their personalities and they enjoy mixing and matching styles and eras (just like Carrie and her friends in the famous TV series): it is not difficult to see them in couture suits with a conceptual cut, typical of the minimalist fashion of the 90s, just as it is not uncommon to observe them while they wander fast on stiletto heels, running from the office to the aperitif in the city center or, again, to admire them sensually wrapped in second skin sheath dresses with flashy colours, an obvious legacy of their hedonistic 80s period. In the next few pages we will see how Framesi has chosen to give voice to the Flexible woman's need for uniqueness in 2022.*

# FLEXIBLE

*Il minimalismo concettuale e stiloso degli anni '90 fa di nuovo tendenza*

*The conceptual and stylish minimalism of the '90s is trendy again*





Tailleur in pelle con pantalone a carota e giacca lunga, da indossare con una canotta in lana e cristalli ricamati ton sur ton. Stivaletto alla caviglia con tacco. Il bianco e nero che seduce anche in ufficio.

*Leather suit with carrot pants and long jacket, worn with a wool tank top and ton-sur-ton embroidered crystals. Ankle boots with heels. The black and white that seduces even in the office.*





Il cachemire più morbido e caldo vive di tonalità neutre delicate. Pull ampio con scollo profondo a v e pantalone con pince e fusciacca da annodare.

*The softest and warmest cashmere lives on delicate neutral tones. Wide sweater with deep v-neckline and pants with darts and sash to tie.*



La schiaritura totale rende quasi etereo questo taglio che incornicia il viso della donna FLEXIBLE. Lo styling a onde e il finishing con effetto opaco sono dettagli che aggiungono personalità.

*Total lightening makes this cut almost ethereal, framing the face of the FLEXIBLE woman. The wave styling and matt-effect finishing are details that add personality.*



Lo sport si fa glam:  
mentre i colori esplodono  
in tutta la loro energia,  
giochi di sottili trasparenze si  
insinuano nella tecnica  
dei capi.

*Sport becomes fashionable:  
while colors explode with  
all their energy, plays  
on subtle transparencies  
infiltrate the technical nature  
of the garments.*

# FLEXIBLE

*La femminilità affermata delle over 40,  
consapevoli della loro bellezza  
e del loro sex appeal*

*The affirmed femininity of the  
over-40 women, aware of their  
beauty and their sex appeal*



Completo aderentissimo che  
scopre il corpo quanto basta per  
sedurre, con top corto e pantalone  
a zampa con spacchi, giacca di  
paillettes e hankle boot con tacco  
stileto dorati. Un look perfetto  
da mattina a sera.

*Ultra tight outfit that uncovers  
the body just enough to seduce,  
with short top and flared pants  
with slits, sequin jacket and ankle  
boot with gold stiletto heel.  
A perfect look from morning  
to evening.*



Il look più glam per un aperitivo o un party con gli amici: tubino monospalla arricciato su un fianco e sandali con fascette in metallo lucido. E' tutto ciò di cui avrete bisogno per essere le regine della festa.

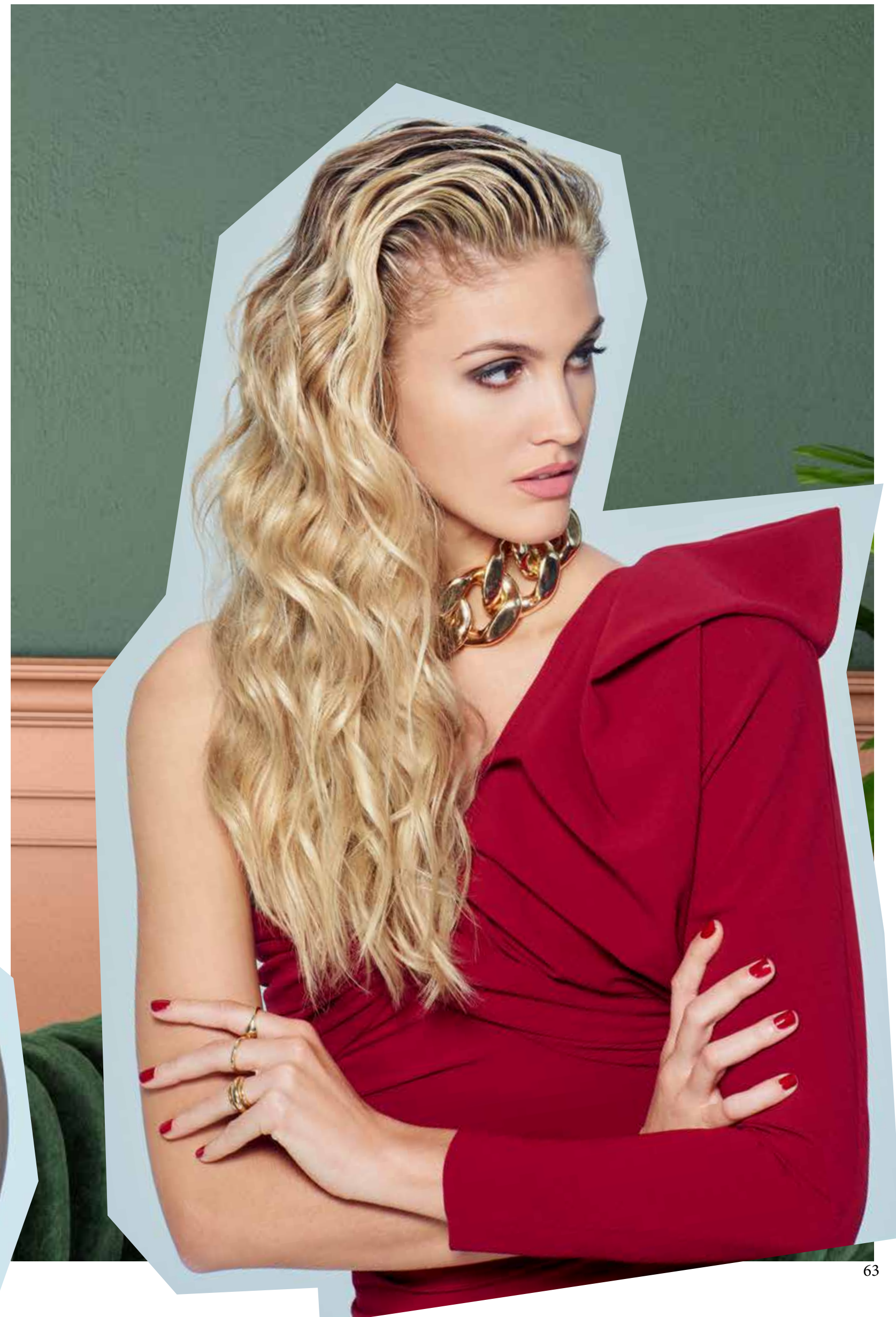
*The most glam look for an aperitif or a party with friends: one-shoulder sheath dress gathered on one side and sandals with shiny metal straps. That's all you need to be the queen of the party.*

ENERGY  
ITALIANSTYLEframesi



Lunghi, biondi, intramontabili.  
Riflessi beige e perla vibrano  
per dare alla donna FLEXIBLE  
un fascino ricercato e senza tempo.

Long, blond, timeless.  
Beige and pearl highlights vibrate  
to give the FLEXIBLE woman a  
refined and timeless charm.



# MAKEUP

Di Silvia Dell'Orto

*La vera bellezza è un gioco di equilibrio e consapevolezza (... ma qualche trucco non guasta mai)  
True beauty is a game of balance and awareness (...but a few tricks never hurt)*

Le donne della generazione Flexible sono le più interessanti del panorama femminile. Ancora belle e giovani, sono professionalmente affermate, impegnate nella gestione della famiglia e socialmente attive. La maturità non le spaventa, perché sanno rimodulare la loro femminilità adattandola all'età che cambia. Sono favolose icone di eleganza, protagoniste di campagne pubblicitarie e testimonial delle più grandi firme nel mondo dei profumi e della bellezza. Quali sono i segreti di bellezza delle donne Flexible? Il fascino, il savoir-faire e la grazia acquisiti col passare degli anni sono un grande valore, del quale queste donne sono consapevoli, così come sono consapevoli che la cura di sé è l'arma per valorizzare la loro unicità. Il loro stile di vita prevede una sana alimentazione e la pratica di attività sportive, l'appuntamento fisso con il parrucchiere e l'attenzione alle novità della cosmesi. Una di queste è senz'altro il manual lifting, un massaggio naturale che agisce sulla muscolatura interna ed esterna del viso risollevando gli zigomi. Un massaggio innovativo ed efficacissimo per ridefinire il contorno del volto e migliorare la tonicità della pelle, combattere e prevenire le rughe, ridurre borse e occhiaie. Il tutto senza bisturi o punturine. Questa tecnica di massaggio, introdotta in Italia dalla guru Alessandra Ricchizzi, mantiene inalterati i suoi benefici effetti per mesi ed è amata dalle celebrity di



tutto il mondo. Un altro “segreto” è l'uso di integratori come collagene, acido ialuronico, omega3, retinolo e oli essenziali di germe di grano e rosa: assumerli aiuta a mantenere un aspetto giovane e il corpo in buona salute. Un programma personalizzato, studiato dal dermatologo, può fare davvero la differenza! Il momento della skin-care segue dei rituali ben definiti che regalano meravigliose soddisfazioni. Innanzitutto è fondamentale l'uso di tutti quei prodotti che curano la pelle e la preparano al makeup: tonici, sieri e creme vanno scelti con una particolare attenzione alla qualità. È questo il giusto momento della vita in cui investire in prodotti di grande efficacia e performanti. Anche per il makeup è importante seguire lo stesso approccio, assicurandosi che i prodotti siano adeguati all'età. Il fondotinta, ad esempio, dovrà essere leggero, idratante, nutriente e luminoso. Superati i quarant'anni la pelle tende infatti ad assottigliarsi e la base del trucco dovrà, di conseguenza, essere sempre più trasparente e protettiva. Usare prodotti che stratificano, pensando di nascondere le imperfezioni, è un errore gravissimo, perché il risultato che si ottiene è esattamente opposto a quello desiderato. Su un viso maturo sarebbe meglio non applicare cipria, ma se fosse necessaria per fissare il makeup, ce ne vorrà una micronizzata di ultima generazione, che opacizza e leviga, illumina e attenua le imperfezioni. Il tocco in più di un trucco elegantemente sobrio è un rossetto che dia energia al volto mentre idrata e nutre le labbra, facendole apparire sane e naturalmente piene.



*The women of the Flexible generation are the most interesting in the female landscape. Still beautiful and young, they are professionally successful, still involved in running a family and socially active. Maturity does not frighten them, because they know how to reshape their femininity and adapt it to the changing age. They are fabulous icons of elegance, stars of advertising campaigns and testimonials for the biggest names in perfume and beauty. What are the beauty secrets of Flexible women? Their charm, savoir-faire and grace acquired over the years are a great value, of which these women are aware, just as they are aware that self-care is the weapon to enhance their uniqueness. Their lifestyle includes a healthy diet and sporting activities, a regular appointment with the hairdresser and attention to new cosmetic products. One of these is undoubtedly the manual lifting, a natural massage that acts on the internal and external muscles of the face, lifting the cheekbones. An innovative and highly effective massage to redefine the contour of the face and improve skin tone, combat and prevent wrinkles, reduce bags and dark circles. All without scalpels or punctures. This massage technique, introduced in Italy by guru Alessandra Ricchizzi, maintains its beneficial effects for months and is loved by celebrities all over the world. Another 'secret' is the use of supplements such as collagen, hyaluronic acid, omega3, retinol and essential oils of wheat germ and rose: taking them helps to maintain a*



*youthful appearance and a healthy body. A personalised programme, designed by a dermatologist, can make all the difference! The skin-care routine follows well-defined rituals that provide wonderful satisfaction. First and foremost, it is essential to use all those products that care for the skin and prepare it for make-up: toners, serums and creams should be chosen with particular attention to quality. This is the right time of life to invest in highly effective, high-performance products. It is also important to follow the same approach for makeup, making sure that the products are age-appropriate. The foundation, for example, should be light, moisturising, nourishing and luminous. After the age of forty, the skin tends to become thinner and the base of the make-up should therefore be increasingly transparent and protective. Using products that layer on top of each other, thinking they will conceal imperfections, is a very serious mistake, because the result you get is exactly the opposite of what you want. On a mature face it would be better not to apply powder, but if it is required to fix the make-up, then the latest generation of micronized powder should be used, which mattifies and smoothes, illuminates and reduces imperfections. The extra touch for an elegantly understated make-up is a lipstick that energises the face while moisturising and nourishing the lips, making them look healthy and naturally full.*

# MAKEUP



# TRUST

*Tra eclettismo e ironia, la vita comincia a 60 anni!*

*Between eclecticism and irony, life begins at 60!*

Si tratta di consumatrici che hanno sempre nuove esigenze e nuovi bisogni da soddisfare, a cominciare dai viaggi e dal divertimento, per arrivare alla cultura, allo sport e alla cura di sé. Il loro approccio alla vita, ironico e sagace, si rivela vincente; e non è un caso che se ne siano accorti persino Hollywood e le principali case di produzione, dove il numero di film e di serie tv con “giovani boomer” come protagoniste assolute è in continua espansione. Le donne Trust, vivono con spensierata leggerezza la fase più matura della loro vita, hanno imparato a usare la tecnologia senza temerla (pensiamo alle nuove star di Instagram over 60, seguitissime sui social e vere icone di stile), curano la famiglia e gli affetti, ma trovano sempre tempo per il proprio benessere. Amano truccarsi, tenere in ordine i capelli con i colori e i tagli più alla moda e seguire tutte le novità in termini di tendenze. Sono donne forti, dalla personalità sfaccettata, che non vogliono identificarsi solo nel ruolo di madri e nonne. Vivono in case arredate con gusto, piene di libri e di ricordi, souvenir dei tanti viaggi della loro vita. Nello stile personale spaziano da un'impeccabile eleganza classica, che su di loro non è mai forzata, a mix eclettici che non esitano ad abbandonarsi all'uso del colore e delle fantasie più ricche. Scopriamo allora insieme, tuffandoci nelle prossime pagine, le proposte che Framesi ha immaginato per queste donne così uniche e speciali

Se esiste una parola capace di racchiudere le tante implicazioni socio-psicologiche legate alla generazione nata tra la fine della seconda guerra mondiale e la metà degli anni 60, questa è certamente TRUST, fiducia. FIDUCIA sì, perché questa è la generazione del boom economico, quando tutto sembrava possibile e a portata di mano: studiare, lavorare e costruirsi una vita ricca di aspettative e di speranza. Ha visto i traguardi della medicina e della scienza, fino allo sbarco sulla luna. È cresciuta nel benessere e con l'ottimismo di chi ha lo sguardo puntato dritto verso il futuro. Le donne che hanno vissuto la loro giovinezza a cavallo degli anni 60 e 70, sono state testimoni di tutte le rivoluzioni sociali e di pensiero, hanno sfidato le convenzioni, facendosi portavoce di battaglie civili, tra cui quelle per il riconoscimento di una maggiore libertà e di un ruolo più significativo nella società.

La loro epoca è costellata di fatti, mode e personaggi che sono pietre miliari nella Storia recente: dalle manifestazioni pacifiste, al concerto di Woodstock, dalla minigonna, ai blue jeans e ai Beatles. Sono donne con un'innata propensione al cambiamento che, in maniera sorprendente, continuano ancora oggi ad esercitare questa loro prerogativa. Potendo godere di una discreta sicurezza economica, la generazione delle donne Trust è tra quelle più interessanti per il mercato e per le aziende.

A word is capable of embedding the many socio-psychological implications related to the generation born between the end of the Second World War and the mid-1960s: TRUST. TRUST, because this is the generation of the economic boom, when everything seemed possible and within reach: studying, working and building a life full of expectations and hope. This generation saw the achievements of medicine and science, up to the landing on the moon. It grew up in prosperity and with the optimism of those who have their eyes set straight on the future. Women who lived their youth at the turn of the 60s and 70s witnessed all the social revolutions and revolutions of thought, challenged conventions, and became spokespeople for civil battles, including those for the recognition of greater freedom and a more significant role in society.

Their era is studded with facts, fashions and characters that are milestones in recent history: from pacifist demonstrations, to the Woodstock concert, from the miniskirt to blue jeans and the Beatles. They are women with an innate propensity for change who, surprisingly, continue to exercise this prerogative to this day. With a fair degree of economic security, the female Trust generation is one of the most interesting for the market and for companies. They are consumers who have new needs and new requirements to satisfy, starting from travel and entertainment, to culture, sport and self-care. Their approach to life, ironic and clever, proves to be a winner; and it's no coincidence



that even Hollywood and the main production companies have noticed this, where the number of films and TV series with “young boomers” as the absolute protagonists is in continuous expansion. Trust women live the most mature phase of their lives with carefree lightness, they have learned to use technology without fearing it (think of the new Instagram stars over 60, very popular on social networks and true style icons), they take care of their families and loved ones, but they always find time for their own well-being. They love to wear make-up, keep their hair in order with the most fashionable colours and cuts and follow all the latest trends. They are strong women, with multi-faceted personalities, who do not want to identify themselves only in the role of mothers and grandmothers. They live in tastefully furnished houses, full of books and mementos, souvenirs of the many journeys of their lives. Their personal style ranges from an impeccable classic elegance, which is never forced on them, to eclectic mixes that do not hesitate to indulge in the use of color and richer patterns. So let's dive into the next few pages and discover the proposals Framesi has come up with for these unique and special women.





# TRUST

*Quando il classico è sinonimo  
di eleganza innata e capacità  
di distinguersi sempre*

*Then classic is synonymous with  
innate elegance and the ability  
to always stand out*

Bianco e nero, intramontabile. Gilet-cappotto smanicato in lana maschile abbinato ai pantaloni sartoriali, si indossa con un sottogiacca in mohair leggerissimo nero. Passeggiare nel parco non è mai stato più sofisticato.

*Sleeveless vest-coat in masculine wool paired with tailored pants, worn with a lightweight black mohair under-jacket. Walking in the park has never been more sophisticated.*





L'arte del ricevere a casa con stile non può prescindere da un look impeccabile. La camicia di seta avorio e il pantalone palazzo nero si accessoriano con una cintura in pelle con grande fibbia gioiello e un collier a maglia d'oro lucido.

*The art of receiving at home in style cannot go without an impeccable look. The ivory silk shirt and black palazzo pants accessorize with a leather belt with large jeweled buckle and a shiny gold knit necklace.*

Il biondo chiaro della base  
sfuma nel biondo perla.  
Un effetto raffinato, realizzato  
con una tecnica personalizzata  
per le esigenze di immagine  
della donna TRUST.

*The light blonde base fades  
into pearl blonde.  
A refined effect, achieved  
with a technique customized  
for the TRUST woman's image  
needs.*



ENERGY  
ITALIANSTYLEframesi



# TRUST

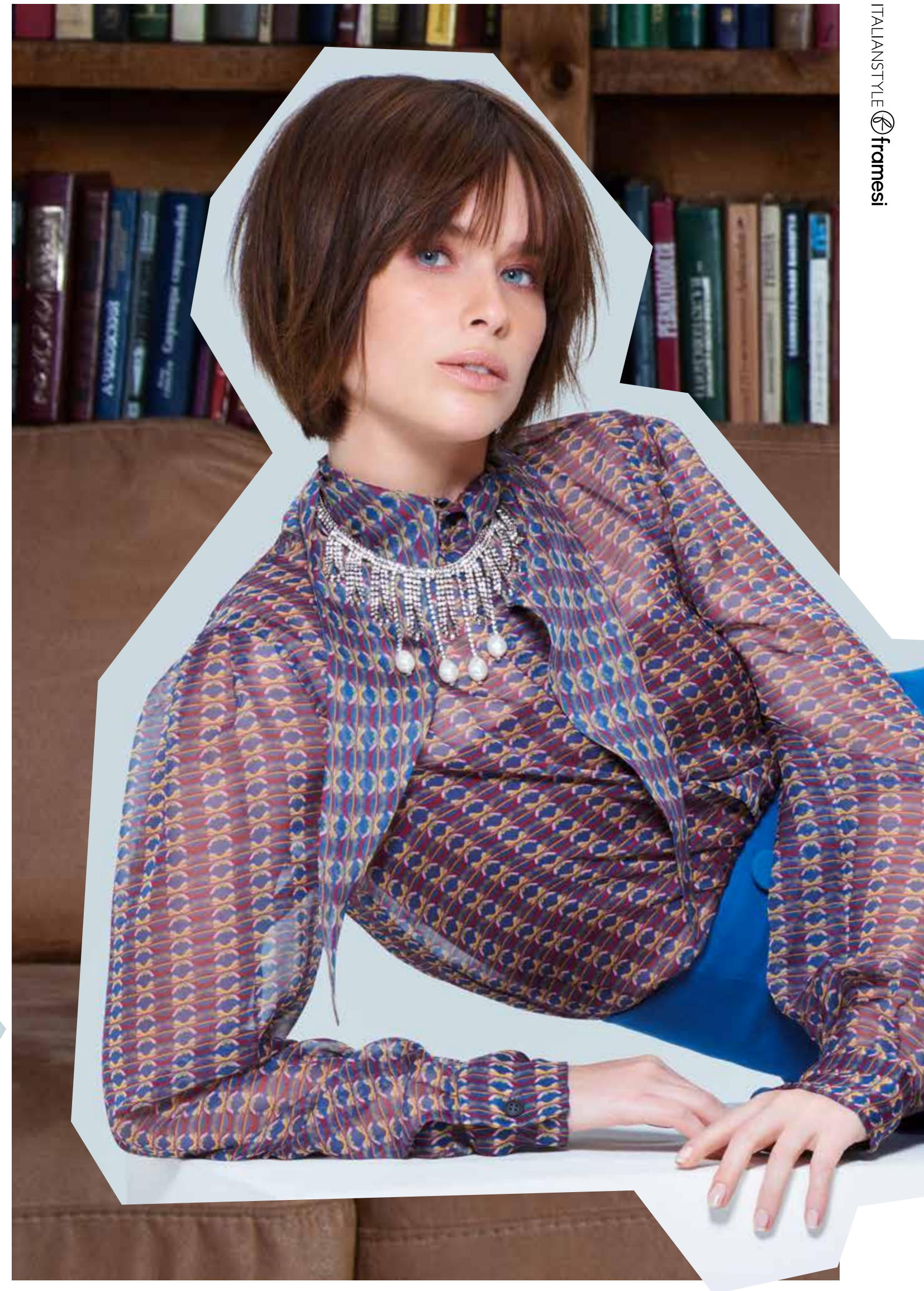
*Stampe, colore ed eclettismo: le parole chiave dello stile più intellettuale e creativo*

*Prints, color and eclecticism, the keywords of the most intellectual and creative style*



Una camicia in voile stampato,  
una gonna ampia ricamata  
(pagina precedente) e un  
girocollo chandelier in strass  
e perle. Un mix inatteso che  
conquista e sorprende al  
contempo, solo per donne  
con un pizzico di sana follia.

*A printed voile shirt, a wide  
embroidered skirt (previous  
page) and a chandelier choker  
in rhinestones and pearls.  
An unexpected mix that  
conquers and surprises  
at the same time, only  
for women with a pinch  
of healthy madness.*





L'arte del mix & match con un lieve accento etnico. Camicia-Kimono con righe multicolor e motivi astratti e pantalone in lana a quadri scozzesi con pinces ampie. Pochi gli accessori necessari con uno stile così ricco: una cintura con maglia a catena d'oro e stivaletti al polpaccio in pelle spazzolata bordeaux.

*The art of mix & match with a slight ethnic accent. Kimono shirt with multicolor stripes and abstract motifs and wool plaid pants with wide pleats. Few accessories needed with such a rich style: a gold chain link belt and burgundy brushed leather calf-length boots.*



L'apparente naturalezza di questa proposta dedicata alla donna TRUST nasconde un sapiente taglio e un'intensa miscela di nocciola e moka.

*The apparent naturalness of this proposal dedicated to the TRUST woman hides a clever cut and an intense blend of hazelnut and mocha.*



# MAKEUP MAKEUP MAKEUP

Di Silvia Dell'Orto

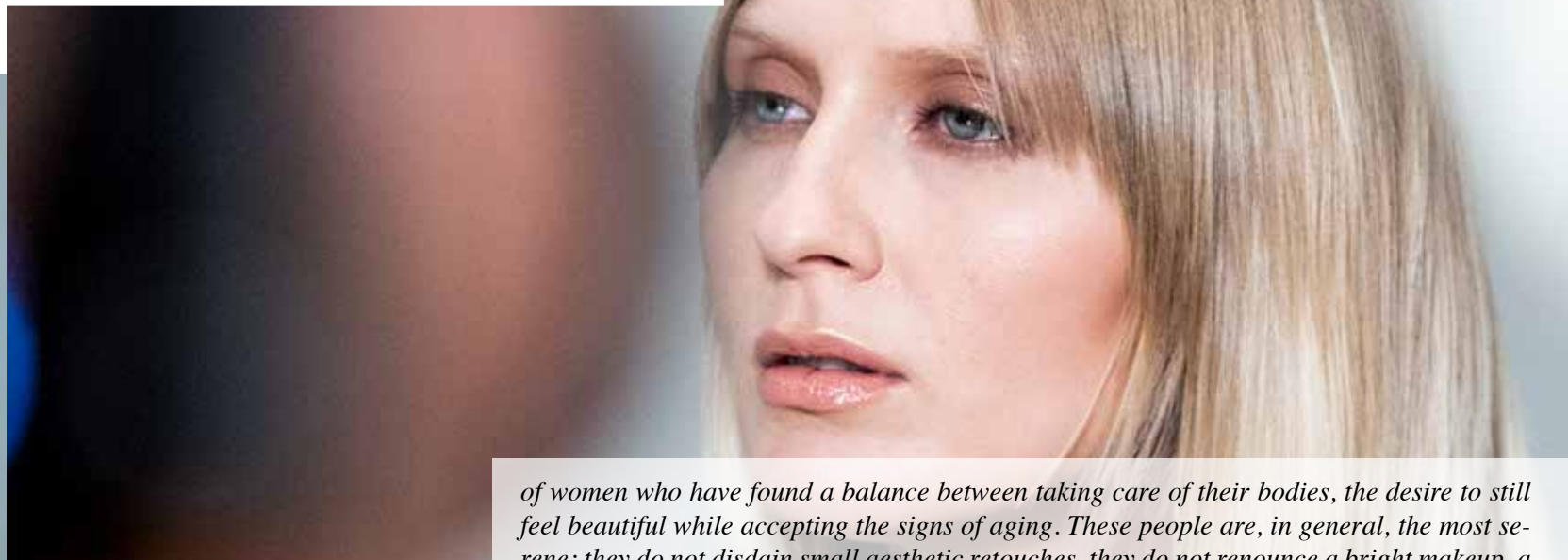
## La libertà di sentirsi belle ad ogni età The freedom to feel beautiful at any age

Che periodo fantastico della vita! Una rinnovata gioventù spirituale, la libertà di essere se stesse, di dire ciò che si pensa e di fare le cose nel modo preferito, senza sentirsi giudicate. Sicure di sé e delle proprie scelte, le donne Trust potrebbero essere suddivise in tre gruppi, secondo la loro personale visione estetica. Ci sono donne che, nel tempo, mantengono inalterato il desiderio di apparire ad ogni costo affascinanti e giovani e che, quindi, non si sottraggono alle mani del chirurgo e dei migliori consulenti di bellezza. Ne sono un esempio Cher e Jane Fonda, che si impegnano a contrastare i segni del tempo attraverso un mix di chirurgia estetica e massima attenzione ai trattamenti più all'avanguardia. La loro eleganza innata e una generosa eredità genetica completano il quadro con risultati davvero sorprendenti. Altre donne, non solo protagoniste del cinema e del jet set, hanno vissuto la loro bellezza come un obbligo: essere sempre in forma e avere un aspetto fresco e giovane per esigenze professionali o sociali è stato faticoso e ha portato via molto del loro tempo. Invecchiare è stata una vera liberazione. Via truccatori e parrucchieri, benvenuta naturalezza assoluta, sembrano dire ex seduttrici come Benedetta Barzini o Brigitte Bardot. Non sono donne che si trascurano, ma che hanno fatto della loro maturità estetica uno stile di vita in cui si sentono perfettamente a proprio agio. Una terza categoria è quella delle donne che hanno trovato un equilibrio tra la cura del proprio corpo e il desiderio di sentirsi ancora belle pur accettando i segni del tempo. Queste persone sono, in genere, le più serene: non disdegnano i piccoli ritocchi estetici, non rinunciano a un trucco luminoso, a un'acconciatura alla moda e a una colorazione che esalti occhi e incarnato, ma vivono il loro nuovo modo di essere con la forza della loro personalità. Sophia Loren, Catherine Deneuve e Sharon Stone possono essere le rappresentanti più iconiche di questo gruppo di signore.

Tanti diversi modi di vivere TRUST, con fiducia e sicurezza, scoprendo e riscoprendo le regole della buona salute – alimentazione sana, movimento, affetti, interessi e socialità. Il tutto unito a un uso appropriato dei prodotti che l'industria cosmetica dedica a questa fascia di consumatrici. Le indicazioni sul makeup non possono essere generiche, ma vanno create a misura di ogni viso, tuttavia ci sono consigli validi per tutte. Il primo è quello sulla crema. Meglio utilizzare due creme specifiche per il giorno e la notte. Quella da giorno, che contrasta la disidratazione, deve contenere un'alta protezione solare (anche in inverno) per tenere la pelle al riparo dalla luce e dalla formazione di macchie. La crema da notte invece, aiuta il naturale rinnovamento cellulare, che avviene nelle ore a cavallo della mezzanotte: sono proprio queste le ore migliori in cui i principi antirughe penetrano in profondità e interagiscono con la quotidiana rigenerazione cellulare. Il makeup deve essere centellinato. Il derma assottigliato rende la pelle quasi trasparente, quindi fondotinta, correttori e illuminanti devono essere estremamente leggeri, idratanti e non troppo coprenti. Anche il trucco degli occhi deve seguire la regola della leggerezza. Bene i colori pastello, come l'azzurro e il verde, e i toni naturali dalla texture setosa. Se ciglia e sopracciglia tendono a diradarsi, un delicato microblading e l'aggiunta di qualche ciuffetto di ciglia posizionato ad arte, danno molta energia allo sguardo. In alternativa, esistono sieri da stendere sulle ciglia durante la notte che danno risultati eccellenti in due o tre settimane. Un po' di colore alle guance, ottenuto picchiando del rossetto rosso con le dita, è sempre un tocco vincente e adatto a ogni look. Le labbra, che tendono a produrre meno elastina e collagene, necessitano di interventi rimpolpanti: creare i contorni con una matita leggera e stendere un rossetto volumizzante aiuta a dare una bella definizione alla bocca. Molto utili le maschere idratanti da applicare di notte per mantenere le labbra morbide e idratate.



What an amazing life time! A renewed spiritual youth, the freedom to be yourself, to say what you think and do things the way you prefer, without feeling judged. Confident in themselves and their choices, Trust women can be divided into three groups, according to their personal aesthetic vision. There are women who, over time, maintain the unchanged desire to appear charming and young at all costs and who, therefore, do not shy away from the hands of the surgeon and the best beauty consultants. An example are Cher and Jane Fonda, who are committed to fighting the signs of aging through a mix of cosmetic surgery and maximum attention to the most advanced treatments. Their innate elegance and a generous genetic inheritance complete the picture with truly amazing results. Other women, not just movie stars and jet setters, have experienced their beauty as an obligation: always being in shape and looking fresh and young for professional or social needs was tiring and took up a lot of their time. Getting older was a real liberation. Away with makeup artists and hairdressers, welcome absolute naturalness; this is the case of former seductresses like Benedetta Barzini or Brigitte Bardot. These are not women who neglect themselves, but who have turned their aesthetic maturity into a lifestyle in which they feel perfectly at ease. A third category is that



of women who have found a balance between taking care of their bodies, the desire to still feel beautiful while accepting the signs of aging. These people are, in general, the most serene: they do not disdain small aesthetic retouches, they do not renounce a bright makeup, a fashionable hairstyle and a coloring that enhances eyes and complexion, but they live their new way of being with the strength of their personality. Sophia Loren, Catherine Deneuve and Sharon Stone may be the most iconic representatives of this group of ladies. So many different ways to live TRUST, with confidence and security, discovering and rediscovering the rules of good health - healthy eating, movement, affection, interests and sociability. All combined with an appropriate use of products that the cosmetic industry dedicates to this group of consumers. Makeup recommendations cannot be generic, but must be created to suit each face; however there are tips that apply to all. The first one is about the cream. Better to use two specific creams for the day and night. The day cream, which counteracts dehydration, must contain a high sunscreen (even in winter) to keep the skin away from light and the formation of spots. The night cream, on the other hand, helps the natural cell renewal, which takes place in the hours around midnight: these are the best hours in which the anti-wrinkle principles penetrate deeply and interact with the daily cell regeneration. Makeup should be pared down. The thinned dermis makes the skin almost transparent, so foundations, concealers and illuminants must be extremely light, moisturizing and not too covering. Eye makeup should also follow the rule of lightness. Pastel colors, such as blue and green, and natural tones with a silky texture are good. If eyelashes and eyebrows tend to thin out, a delicate microblading and the addition of a few artfully positioned tufts of lashes will give a lot of energy to the look. Alternatively, there are serums that can be applied to the lashes overnight that give excellent results in two to three weeks. A little color to the cheeks, achieved by tapping some red lipstick with your fingers, is always a winning touch and suitable for any look. Lips, which tend to produce less elastin and collagen, need plumping up: creating contours with a lightweight pencil and applying a plumping lipstick will help give your mouth definition. Moisturizing masks can be applied at night to keep lips soft and hydrated.



# COLOR TREND

## framesi

### *Ritratti di donna (a colori)* *Portraits of women (in color)*

Ribelli, libere e disinibite, le ragazze della Next Generation hanno un rapporto speciale con il colore dei loro capelli. Lo amano naturale e caldo, ma poi tradiscono la loro voglia di unicità nella scelta di sorprendenti contrasti. Per le più trendy, Italian Style Energy suggerisce una base scura e lucidissima, sulla quale spicca provocatoriamente un ciuffo digradante dal turchese al verde acqua. La proposta di Italian Style Framesi asseconda la morbidezza del taglio con una dolce tonalità cioccolato fondente, che sfuma sulle punte in un mix di castano caldo e sabbia. Esigenti con se stesse e con gli altri, le giovani donne Onlife sono attente al look anche in funzione della loro immagine social. Per loro, quindi, colori da ammirare, invidiare e copiare. Partiamo dalla creazione di Italian Style Framesi, un rosso spettacolare creato con un blend di biondo rame e biondo oro, ulteriormente impreziosito da riflessi dorati. Italian Style Energy, invece, interpreta questo tipo di donna attraverso il colore di tendenza, un intenso nocciola con sfumature beige realizzate con la tecnica del Contouring. Si concentra ancora sulla generazione Onlife la selezione Italian Style International, in cui il colore è davvero protagonista. La prima proposta è creata con due dei nuovi biondi platino Framcolor 2001 Intense, argento più beige. Il risultato è super luminoso, perfetto come sfondo per i contrasti viola-blu. Più sobria, ma altrettanto affascinante la seconda proposta che mostra un castano medio moka con effetti di schiaritura come creati dal sole. Terza immagine, un nero profondo con punte oro di grande effetto.

Indipendenti e sicure del proprio fascino, le donne Flexible hanno una certezza: il biondo è il loro colore. Biondo scuro nella versione Energy, con fitte schiariture di una gradazione beige e perla. Biondo assoluto è invece la scelta di Italian Style Framesi: i capelli, decolorati delicatamente con un trattamento altamente professionale, sono tonalizzati con il nuovissimo beige Framcolor 2001 Intense, una delle tre tonalità ultra chiare che rispondono all'esigenza di biondi freddi, sempre più diffusa tra parrucchieri e clientela. Infine ecco le proposte per la donna Trust. Italian Style Energy la vuole biondissima con sofisticate e luminose sfumature perlate. Italian Style Framesi si orienta invece su un biondo scuro nocciola mescolato a un castano moka per una base calda e avvolgente, rischiarata da ciocche biondo nocciola create con la tecnica Lighten Up. Tanti ritratti di donna, dipinti con tecniche e tonalità che esaltano le capacità del parrucchiere. Ogni volto, ogni personalità, ogni età trova nel colore la sua espressione migliore e nell'acconciatore il più affidabile dei consiglieri.



*Rebellious, free and uninhibited, the girls of the Next Generation have a special relationship with their hair color. They love it natural and warm, but then betray their desire for uniqueness by choosing surprising contrasts. For the trendiest girls, Italian Style Energy suggests a dark, highly polished base, on which a tuft of hair, shading from turquoise to aqua green, provocatively stands out. Italian Style Framesi's proposal supports the softness of the cut with a sweet dark chocolate shade, which fades at the ends into a mix of warm brown and sand. Demanding of themselves and others, the young Onlife women also pay attention to their look in terms of their social image. For them, therefore, colors to admire, envy and copy. Let's start with the creation of Italian Style Framesi, a spectacular red created with a blend of copper and gold blond, further enhanced by golden highlights. Italian Style*



*Dark blond in the Energy version, with dense lightening in a beige and pearl shade. Absolute blond is instead the choice of Italian Style Framesi: the hair, delicately bleached with a highly professional treatment, is toned with the brand new beige Framcolor 2001 Intense, one of the three ultra-light shades that respond to the need for cool blondes, increasingly popular among hairdressers and customers. Finally, here are the proposals for the Trust woman. Italian Style Energy wants a very blond woman with sophisticated and luminous pearly shades. Italian Style Framesi, on the other hand, opts for a dark hazelnut blond mixed with mocha brown for a warm, enveloping base, brightened by hazelnut blond locks created using the Lighten Up technique. Many portraits of women, painted with techniques and tones that enhance the skills of the hairdresser. Every face, every personality, every age finds in color its best expression and in the hairdresser the most reliable advisor.*



*Energy, on the other hand, interprets this type of woman through the trendy color, an intense hazelnut with beige nuances created with the Contouring technique. The selection Italian Style International is still focused on the Onlife generation, where color is really the protagonist. The first proposal is created with two of the new platinum blondes of Framcolor 2001 Intense: silver plus beige. The result is super bright, perfect as a backdrop for purple-blue contrasts. More restrained, but just as fascinating is the second proposal that shows a medium mocha brown with lightening effects as if created by the sun. Third image, a deep black with gold tips for an amazing effect. Independent and confident of their charm, Flexible women have one certainty: blond is their color.*





*Alla scoperta della  
collezione internazionale*

*Discovering the  
international collection*

INTERNATIONAL **HAIR**STYLE

 framesi





INTERNATIONAL **HAIR**STYLE  
framesi



INTERNATIONAL **HAIR**STYLE  
framesi

Moderna e social, la donna  
ONLIFE sceglie un taglio che va  
a caccia di like;  
così come il colore, platino con  
fantastici contrasti viola-blu.

*Modern and social, the  
ONLIFE woman chooses a cut  
that hunts for likes; as does  
the color, platinum with fantastic  
purple-blue contrasts.*



Un mosso che è un omaggio agli anni 80, realizzato con uno styling a mano libera e il giusto prodotto a supporto. Tra i ricci moka risplendono sottili schiariture ad effetto naturale.

*Wavy hair that is a tribute to the 80s, created with a freehand styling and the right product to support it. Subtle lightenings with a natural effect shine through the mocha curls.*

INTERNATIONAL **HAIR**STYLE  
framesi



Un taglio che il parrucchiere crea con pochi gesti spettacolari e una tonalità di nero che diventa oro puro. I capelli lunghi esibiscono un glamour dalle inesauribili potenzialità.

*A cut that the hairdresser creates with a few spectacular gestures and a shade of black that becomes pure gold. Long hair exhibits a glamour with inexhaustible potential.*

INTERNATIONAL **HAIR**STYLE  
framesi



# OVERVIEW COLLECTION



NEXT



ON LIFE



FLEXIBLE

# TRUST



## INTERNATIONAL HAIRSTYLE



### FEATURES

- |                                                                                                                                 |                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| PROJECT COORDINATOR<br>Patrizia Caldera                                                                                         | PHOTOGRAPHER<br>Karel Losenicky                                                |
| SHOOTING COORDINATOR<br>Container Communication                                                                                 | ART DIRECTORS AND<br>FASHION CONSULTANTS<br>Ilaria Pizzoferrato<br>Paolo Lungo |
| HAIR STYLISTS<br>Italian Style Energy<br>Italian Style Framesi<br>Italian Style International<br>Framesi Head Master Technician | COPYWRITERS<br>Ilaria Pizzoferrato<br>Patrizia Annovazzi                       |
| MAKEUP ARTISTS<br>Silvia Dell'Orto<br>Giuseppe Giarratana                                                                       | ADVERTISING AGENCY<br>E-motion - Milan                                         |
|                                                                                                                                 | PRESS AGENCY<br>Sintesi.biz                                                    |

