KOSMETIKK

FAGBLADET FOR HELE SKJØNNHETSBRANSJEN

3 | 2022
SEPTEMBER

HUDFORBEDRING MED NÅLER

TOMAS ERDIS UTEN FILTER

VELVÆRE FOR SJELEN

\+ BIOTHERM
KRISTIN ESS
VILD NORD

NYE HØSTFARGER

NEGLER MAKEUP

Certified

B Corporation

CONSCIOUS SKIN SCIENCE™

Scan QR kode & følg oss

[comfort zone]
conscious skin science

VI HAR TO HJEM
HUDEN & PLANETEN VÅR

Vår misjon er å beskytte dem begge gjennom skjønnhet, etikk & bærekraft.

I Comfort Zone Village, Parma Italia, jobber over 40 forskere, inkludert kjemikere, biologer og hudleger. Våre produkter er basert på høyavansert vegetabilsk bioteknologi. I vårt frilufts-laboratorium, Scientific Garden, studerer vi levende planter for å oppdage botaniske molekyler til våre innovative produkter. Produktene våre er veganske, og klinisk og dermatologisk testet. Et komplett sortement for spa & hudpleiesalonger.

- Vegansk
- Hypoallergisk
- Naturlige ingredienser
- Klinisk og dermatologisk testet
- Fri for syntetisk duft, silikoner, SLES, SLS
- CO2-kompensert emballasje
- Vinner av B-corp Best for the World 2022
- Refill emballasje for konsument og salong
- Tar vare på biologisk mangfold
- Produsert med energi fra fornybare ressurser

Distributør Verdant AS
Ring +47 469 52 850 eller send e-post til anita@comfortzoneskin.no
www.comfortzoneskin.com

KOSMETIKK

COVER: SUNLIGHT HOURS BY DAVINES.
Publisert med tillatelse fra Verdant.

SPIRITUELL DUFTLANSERING FRA VIKTOR & ROLF. SIDE 24

HØSTENS TRENDFARGER TIL NEGLENE. SIDE 14

INNHOLD

NUMMER 3·2022

RITUALS COSMETICS HAR LAGET PRAKTBOK FOR SJELEN. SIDE 26

6 LEDER
8 NYHETSMIKS
10 MØTE MED MAKEUPARTIST TOMAS ERDIS
14 TREND: NYE HØSTFARGER
16 INNSPILL: 3 NATURLIGE INGREDIENSER SOM STYRKER NEGLENE
18 SUNLIGHT HOURS – KOLLEKSJON FRA DAVINES
20 STJERNESTYLISTEN KRISTIN ESS
22 TRENDBAROMETERET
24 MODERNE MYSTISISME
26 VELVÆRE FOR SJELEN
28 HUDFORBEDRING MED NÅLER
32 TCA-PEEL FOR EN NY GENERASJON
36 BIOTHERM – DOBBELTJUBILEUM I 2022
40 VILD NORD – NORSK-DANSK FUSJON
42 FULLT TRØKK FOR ICON
44 LIDENSKAP FOR DUFT
46 SVENSK GRÜNDERSKAP
47 DERMALOGICA 25 ÅR I NORGE
47 PRODUKTNYHETER
50 MERKEVARE- OG LEVERANDØRREGISTER
54 GJESTEN: HALLDORA HALL FRA CLINIC MEDICA

LEVERANDØR AV DR. SCHRAMMEK OG GREEN PEEL®: DERMELIE AS, www.schrammek.no/forhandler-soknad/

Dr. med. Christine
SCHRAMMEK
derma.cosmetics

La huden
STRÅLE I HØST
PLEIENDE, REPARERENDE
OG FUKTGIVENDE
MASKER

ONE, TWO,
THREE
Glow

Get your
MASK ON

Maskene fra Dr. Schrammek er tilpasset alles behov, enten utfordringene er tørrhet, sensitivitet, urenheter, hyperpigmentering eller slapp og livløs hud. Anvend maske 1-2 ganger i uken og merk forskjellen. Over tid vil huden føles sterkere, sunnere og spenstigere.

SCHRAMMEK.NO

«Skjønnhetsbransjen er på vei inn i en ny dimensjon, nemlig den spirituelle eller åndelige

En ny dimensjon

Kristine Rødland.

Jeg har en tilståelse å komme med: jeg er veldig lite flink til å meditere. Når jeg da en gang i blant havner i en situasjon der mindfullness står på programmet, blir det bare sånn halvveis innsats fra meg. Det føles fremmed, rart – ja, kanskje er jeg skeptisk. Derfor søkte jeg tilflukt helt bakerst i salen, i en komfortabel lenestol, da jeg ble bedt om å være med på gruppemeditasjon under en pressetur i sommer med Rituals Cosmetics.

Jeg kom meg gjennom det. Men heldigvis fikk jeg også muligheten til å prøve det som nok er hovedattraksjonen i deres topp moderne og unike Mind Spa i flaggskipbutikken i Amsterdam, nemlig «brain massage»!

Å massere hjernen høres muligens litt skummelt ut, men er som skapt for skeptikere som meg.

Behandlingen er utviklet i samarbeid med ledende lydingeniører og andre eksperter på feltet, og skal være vitenskapelig dokumentert. Her kreves ikke annen innsats enn å kjøre gjennom et program, det føles både gjennomførbart og behagelig.

Etter 25 minutter med stol-vibrasjoner og merkelige musikk- og lydfrekvenser i hodetelefonene, virket det også som jeg hadde greid å «lande» i en helt avslappet tilstand.

Dagen suste videre, jeg dro til flyplassen og reiste hjem. Følte meg pigg og opplagt. Noe jeg fremdeles var – i svært påfallende grad – rundt midnatt, hjemme i min egen stue. Det var da jeg begynte å tenke: kanskje dette faktisk har noe for seg?

Skjønnhetsbransjen er på vei inn i en ny dimensjon, nemlig den spirituelle eller åndelige. Det er mange tegn som peker i den retningen, og at store og kommersielle aktører som Rituals og Viktor & Rolf lanserer nyheter som også passer inn i dette bildet, gjør det ikke mindre interessant.

I dette nummeret av KOSMETIKK kan du lese om Viktor & Rolfs nye dameduft Good Fortune, som henvender seg til en målgruppe av «moderne mystikere». Du bør også sjekke ut vår reportasje fra Mind Spa-et og den nye boklanseringen til Rituals.

Det er noe deilig gammeldags over det å sette sammen en påkostet praktbok i vår digitale tidsalder, og «The Book of Rituals» manifesterer slagordet «The Art of Soulful Living» helt perfekt.

Dette magiske kabinettet står i House of Rituals i Amsterdam. Trykk på knappen, og en liten skuff åpner seg. Her finner du et kort med et visdomsord eller utfordring.

Ansvarlig utgiver:
KOSMETIKK
Kosmetikkmagasinet Kristine Rødland
Organisasjonsnummer: 999 039 022 MVA

kosmetikkmagasinet.no

Postadresse:
Solveien 110 C
1162 Oslo

Ansvarlig redaktør:
Kristine Rødland
+47 909 65 259
krrodland@gmail.com

Gjesteskribenter:
Ruth Birkeland Bjørø
Leonora Rødland
Marina Elisabeth Engervik

Annonser:
Kristine Rødland
+47 909 65 259
krrodland@gmail.com

Layout:
Aurora Design & Media AS
+47 924 43 696
sbm@auroradm.no

Trykk:
Merkur Grafisk AS

Neste nummer av KOSMETIKK kommer i uke 47.

Exuviance®
PROFESSIONAL

UNIKE TEKNOLOGIER

GODE INNTJENINGSMULIGHETER

IMPONERENDE RESULTATER

Få resultatene du ønsker deg med det beste innen avansert hudpleie!

Exuviance er et av Nordens ledende og største klinikkmerker og har en fremtredende posisjon innenfor profesjonell hudpleie. Exuviance kombinerer egenpatenterte og unike nøkkelteknologier med de aller siste innovasjonene på markedet for å gi deg tilgang til en komplett hudpleie som dekker alle kunde-behov.

Vil du jobbe med oss?

Kontakt oss så forteller vi mer om mulighetene for din salong!
Tlf. 22 42 77 77 eller info@exuviance.no

www.exuviance.no @exuviancepro_nordic ExuvianceProNordic

HBS Nordic - nordisk distributør av avansert hudpleie siden 1998. Vi tilbyr markedsledende og velrenommerte varemerker til hudpleiesalonger og skjønnhetsklinikker. Vi skaper langsiktige partnerskap ved å møte kundene på en profesjonell og personlig måte.

Tekst: Kristine Rødland I Foto: Francisco Nogueira, Chris Aadland og produsentene

Hudpleie med havre

Rhealba-havren har siden 1998 vært favoritten til A-Derma.

A-Derma feirer stolt 40 år i år! Produktene er basert på havre, en ingrediens som har beroligende og irritasjonsdempende egenskaper. Apotekmerket har hele tiden vært opptatt av å utvikle pleieprodukter til sart hud, og er blant annet kjent for Exomega-serien som lindrer tørrhet, kløe og eksem.

Ny duft, ny muse

Emma Watson er Pradas nye muse, og fronter den nye signaturduften Prada Paradoxe. Navnet spiller på de mange motsetningene som gjør motehuset aktuelt. Flakongen er inspirert av den ikoniske trekantlogoen, og duften kan beskrives som «amber floral» – både frisk og sensuell.

Petter Stordalen er involvert i renoveringen av Vestkantbadet, som skal være åpent for alle.

Sommerro er et landemerke på Solli plass.

Nyoppusset perle

Sommerro, Norges kanskje mest ambisiøse hotellprosjekt, har endelig åpnet dørene etter omfattende renovering og utbygging i samarbeid med Byantikvaren i Oslo.

Bygget er fra 1931, og var opprinnelig hovedkontor for Oslo Lysverker. Det rommer også en stor velværeavdeling på 1400 kvadratmeter med åtte nybygde behandlingsrom og det fredede Vestkantbadet, som først er ferdig renovert 1. november.

Det gamle badet, med sitt art deco-interiør og mosaikk av Per Krohg, er unikt i ordets rette forstand, og i tett samarbeid med Byantikvaren settes det nå tilbake til originaltilstanden. Glemte interiører og detaljer fås på plass, og ødelagt mosaikk erstattes møysommelig bit for bit.

Vestkantbadet består av bassenget med originale badstuer til han og henne, et gammelt Romerbad som får kaldkulp og infrarød badstue, og fire originale massasjerom som pusses opp med tilhørende skiftekabiner. I tillegg skal det tilbys ansikts- og kroppsbehandlinger i rommene som på 1960-tallet ble brukt til karbad.

Velvære for mannen

Skinthal satser på herrene med Gentlemen's Tonic, et eksklusivt frisør- og spamerke som allerede er på plass i hyllene til blant annet J&K Barber Shop og The Well. Konseptet omfatter ikke bare produkter til hår, hud og skjegg, men også ansiktsbehandlinger og andre spatjenester.

looks like
FOUNDATION
acts like
SKINCARE

NEW BAREPRO

16HR Skin-Perfecting Powder Foundation

NEW LONGER WEAR, MORE SKINCARE

Now 16-hour wear and sweat, humidity, transfer-resistant
+ visibly evens skin tone and texture over time

Breathable full coverage, natural matte finish

bareMinerals

THE POWER OF GOOD

Tekst: Kristine Rødland
Foto: Fred Jonny og Tomas Erdis

Møte med Tomas Erdis:

UTEN FILTER

Det skjer mye rundt den profilerte makeupartisten nå i høst, døgnet har for få timer. Han er aktuell med boken «Sminkeskolen» på Kagge Forlag, og har også blitt tech-gründer! Nabostylisten, en ny og stjernespekket portal for stylister, åpner opp for bookinger i disse dager.

Tomas Erdis jobber for store klesmerker og magasiner, og er mannen kjendisene ringer når de vil se best mulig ut.

> *Jeg har jobbet lange dager, satset sparepengene på Nabostylisten og lært masse*

Tomas om:
Veien inn i bransjen

– Jeg har alltid vært interessert i det kreative, og har studert musikk, dans, teater og kunst. Jeg har vokst opp i Sverige, men var veldig bevisst på å lære norsk da jeg flyttet til Norge, og det var her jeg begynte å jobbe med skjønnhet.

Jeg fikk en dag penger igjen på skatten, og en venninne anbefalte meg et makeup-kurs. Hun mente det var bra å ha flere ben å stå på. Jeg kunne ikke noe om sminke da jeg startet på skolen i 2010, jeg strøk på første prøven og ble kjempesur.

Etter det bestemte jeg meg for å gå «all in» på skolen, og kuttet til og med kontakten med noen «festvenner» for å bli best. Da gikk det bedre, men fortsatt var jeg ikke best i klassen. Jeg strøk på eyeliner- og liplinertesten, men ble trigget av det, og øvde mer og mer.

Da skolen var slutt, satte jeg meg ned med internettet og sendte mail til alle de jeg kunne finne med en tilknytning til bransjen. Slik kom jeg meg inn på Fashion Week og fikk gjøre noen småting.

Etter 2010 reiste jeg til London, New York og København for å få mer erfaring og møte kjente makeupartister som jeg kunne lære av. Jeg ville skape en solid grunnmur som jeg kunne lene meg mot, og ikke hoppe ut i ting for tidlig. For eksempel fikk jeg et tilbud om å jobbe for Elle, men gav beskjed om at jeg ikke følte meg klar. Jeg vil levere når jeg først skal gjøre noe, jeg er veldig opptatt av det.

Tomas om:
Merkesamarbeid

– Opp gjennom årene har jeg vært tilknyttet ganske mange merker, men de jeg har blitt værende hos er Jane Iredale og Dermalogica. Jeg synes det er gøy å jobbe med Jane Iredale fordi de er opptatt av rettigheter for dyrene, og de har et stort sortiment, så jeg kan få til det jeg vil. Jeg er ikke låst til å fronte dem i sosiale medier, men hjelper dem med kurs og sånne ting. Det jeg legger ut i mine kanaler er ting jeg genuint er glad i.

Tomas om:
Den nye boken «Sminkeskolen»

– Jeg får ofte henvendelser på Instagram fra folk som spør om sminketips, men jeg lever ikke av sosiale medier, så det er vanskelig å finne tid til å lage informative videoer. Kagge Forlag tok kontakt og spurte om jeg ville lage en sminkebok, men avgjørelsen var tung å ta.

Jeg har lange arbeidsdager, og arbeidet med boken har tatt mye tid. Og det er en fagbok, så det er viktig at det som står er mine ord, og at det er faglig riktig. Jeg har prøvd å være så «nedpå» som mulig, sånn at alle skal kunne lære noe. Både vanlige forbrukere og klinikker og andre som til vanlig jobber med makeup.

Boken er utstyrt med QR-koder til alle looks, og gjennom dem finner man videoer som viser steg for steg hvordan man legger makeupen. Man kan bruke så mange eller få steg man vil, avhengig av hva man vil oppnå. Det er også mange kjente fjes i boken til å bli inspirert av, og jeg har forsøkt å få til en god variasjon i alder, farger og type folk.

For meg er makeup en jobb. Mange tror at jeg dømmer folk om jeg ser at de har gjort noe feil når de sminker seg, men helt ærlig – jeg bryr meg ikke! Folk skal få gjøre det de har lyst til, jeg har ikke noe behov for å fortelle hva som er rett og galt. Hvis du vil gå med blushen sånn, så gjør det – hvis du føler deg vel. Men jeg kan gjerne tipse hvis du spør om hjelp. Dette er veldig viktig for meg.

Jeg er veldig stolt av boken, og stolt av meg selv som har klart det, for det har vært tungt. Jeg håper den kan hjelpe folk til å få bedre selvtillit og bli mer fornøyde med seg selv. Jeg har fått beholde mitt DNA, som handler om at ting skal være ekte og uredigert, og at sminke skal være gøy.

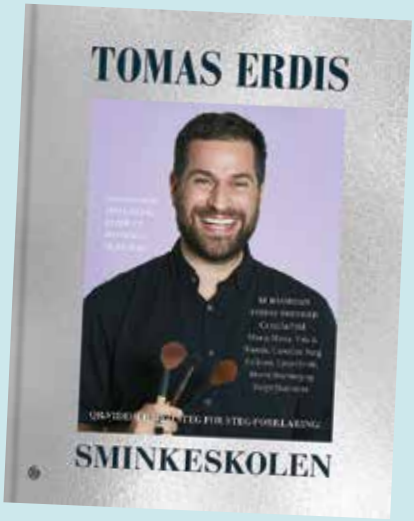
Jeg har fått god hjelp av kollegaen min, Anne Mathilde Laland Hystad, vi har skrevet boken i lag og jobbet veldig tett de siste to og et halvt årene. Jeg håper den kan være til faglig hjelp både når det kommer til klinikker, salonger og makeup-butikker.

Tomas om:
Bilderetusjering

– I motsetning til mange influencere og fotografer, synes jeg den nye retusjeringsloven er fantastisk! Det er en kunstform som må forandres. Jeg kan forstå at profesjonelle fotografer skyter i råfiler og må justere, men det er ikke bra å retusjere bilder til en virkelighet som ikke finnes.

Lyssetting kan endre mye i et bilde, og er

«Sminkeskolen» er en høstnyhet fra Kagge Forlag.



noe vi erfarer daglig. Men å redigere vekk kviser, lage større lepper eller ta bort mørke ringer under øynene er noe annet. Bare det å gjøre hudteksturen finere er å foreta en forandring.

Det er vanskelig å sette grenser, og dette er nok en lov som vil trenge tid for å bli optimal. Men uansett er det bra at dette nå belyses. Hvis man lager reklame for noe som er visuelt, som hudpleie og sminke, og tar et filter på, så mister man troverdighet.

Tomas om: Nedbrytbart glitter

– Et annet prosjekt for meg, er at jeg har blitt medeier i Glitter Eco Lovers. Jeg skal få dette spredd ut over hele Norge ved hjelp av mine nettverk. Produktene selges allerede i mange klinikker og frisørsalonger, samt Lyko og VITA.

Glitter Eco Lovers har plantebasert og nedbrytbart glitter. Ikke bare sminke, men også glitter som er spisbart. Det kan blandes i drinker, for eksempel, og er en fantastisk vertinnegave.

Jeg er i tillegg involvert i Beautybloggerne, en podcast der vi er seks stykker som bidrar. Vi kan også følges på Instagram og Snap.

Tomas om: Nabostylisten

– Siste nytt er at jeg også har blitt tech-gründer! Nabostylisten.no er en ny og stjernespekket nettportal der du som forbruker kan booke hårstylister, makeupartister og negldesignere til å komme hjem til deg for å klippe hår, legge makeup eller fikse negler.

Alle som jobber med disse tjenestene kan melde seg på gratis, og man trekkes en fast prosent av prisen på jobben som blir gjort. For å være med, må man legge inn bilde, pris og en beskrivelse av jobben som tilbys. På denne måten kan en salong bli mer mobil, og man kan utvide virksomheten uten risiko, med folk som jobber ute i feltet.

Mange kjente salonger og store navn innenfor styling har allerede knyttet seg opp mot portalen, som Brow Rehab, Meraki Studio, Lotte Myrseth og Nikola Grozdic. Som stylist blir man mer tilgjengelig, kan jobbe mer mobilt og fleksibelt, og over hele landet om man vil.

Det er en luksus for noen å slippe å dra ut av hjemmet for å gå på en salong. Nå kan de spare tid og penger, og få alt hjem. Det er et flott tilbud til eldre mennesker eller folk med sosial angst.

Mange barnefamilier er også kjempepositive til konseptet, de kan effektivisere hverdagen og håndtere tidsklemma på en mye bedre måte. For eksempel kan de få hjem en frisør som klipper hele familien, mens de selv lager mat og vasker klær.

Stylistene på sin side kan velge pris og sted, og om de vil ta på seg jobben. Om de ønsker, kan de også velge å jobbe hjemme hos seg selv, om de synes det er bekvemt. De må registrere seg med BankID for å sikre at profilen deres er ekte, og vi legger opp til vurderinger av både kunde og stylist, slik at det kjennes trygt.

Alt skal være transparent hva gjelder priser, hvilke jobber man har gjort, og hvor lang tid det tar. Det kan være vanskelig å navigere nå i skjønnhetstjenester. Her kan du gratis melde deg på, og så kan du se om det er etterspørsel etter dine tjenester. Og det er en super måte å tjene ekstra penger på. Vita og Wanda,

Marte Bratberg er med i flere av prosjektene.

Maria Mena er ett av flere kjente fjes som dukker opp både med og uten sminke i boken «Sminkeskolen».

Eat Me fra Glitter Eco Lovers er spiselig glitter som kan blandes i drinker.

Caroline Berg Eriksen og Marte Bratberg er med på eiersiden.

Jeg føler jeg er med på å revolusjonere skjønnhetsbransjen ved å tilby gode løsninger for kalender og betalingsfunksjon. Portalen fungerer som et mellomledd, vi tar imot betaling fra kunden og overfører summen til stylisten så snart tjenesten er utført. Det gir en sikkerhet for begge parter, og en garanti for at man får betalt.

Tomas om: Frilanstilværelsen

– Jeg har jobbet lange dager, satset sparepengene på Nabostylisten og lært masse. Det er en plattform som kommer til å utvikle seg underveis, det handler om å tilrettelegge for stylister slik at de kan gjøre flere jobber og være mer fleksible.

Man trenger ikke et kontor, kan bare pakke kofferten og reise rundt. Det er jo også sånn jeg selv har jobbet i alle år. Min base er i Oslo, men jeg reiser rundt i hele landet, og kan ta oppdrag der jeg befinner meg.

Jeg har veldig tro på dette her, vi fortsetter på en vei vi allerede er inne på med hjemlevering, som blir stadig mer populært. Stylister tjener gjerne mer som frilans enn som fast ansatt, så det er win-win for begge parter. Det er også gøy å tjene ekstra penger om man har fast jobb.

Mange kan nok tenke seg en ekstrajobb der man er sin egen sjef, og vi gir dem nå en plattform de kan vise seg frem på. Nå jobber jeg mye med markedsføring i sosiale medier for å gjøre Nabostylisten kjent.

Caroline Berg Eriksen er en god samarbeidspartner.

Programleder Martine Lunde og hoveddommere Tomas Erdis og Dajana Tomanovic i TV2-serien Glow Up.

– Ingen retusjering

Tomas Erdis er en forkjemper for det ekte og uredigerte. Han liker å vise hvordan ting egentlig er på sosiale medier, og gjør det samme i boken «Sminkeskolen». Vi får se ekte hudtekstur uten filtre, øyne som ikke er redigerte, og feil man kan gjøre underveis.

I boken røper Tomas noen hemmeligheter han har opparbeidet seg som proff makeupartist, hvor man alltid er på farten, konstant har dårlig tid og må ta i bruk de midlene og redskapene man har. Han viser hvordan man kan bruke eyeliner som øyebrynsprodukt, hvilke tre produkter man trenger for å gjøre en full makeup, hvordan ett produkt kan brukes på fem forskjellige måter og andre triks.

– Min filosofi er at sminke skal være gøy og noe alle skal få til. Derfor er det ingen retusjering i denne boken. Du får se hudteksturen, rotet som er rundt oss og hvordan det er på opptak – med alt det innebærer, sier Tomas Erdis.

Han har bygget opp en god kundeliste innen mote- og livsstilssegmentet, og har i tillegg vært hoveddommer i TV2-serien «Glow Up».

NYE HØSTFARGER

Lyse, lette skimmertoner utgjør en kul kontrast til mettede nyanser av rødt, burgunder og aubergine.

Tekst: Kristine Rødland
Foto: Olivier Rose/Christian Dior Parfums og produsentene

Metalliske og glitrende farger er fremdeles en stor trend. En touch av skimrende sølv i øyekroken skapte for eksempel hele makeup-looken da Dior-kolleksjonen for høsten og vinteren 2022-2023 ble vist.

Peter Philips, Creative and Image Director for Dior Makeup, som var ansvarlig for sminken til motevisningen, har forklart at han ville lyse opp øyepartiet og lage en poetisk effekt. For at sølvfargen skulle komme mest mulig til sin rett, lot han resten av makeupen være helt naturlig, og leppene ble fremhevet med en nude og glansfull leppestift.

Men selv om de lyse, lette skimmertonene stjeler mye oppmerksomhet, ser vi også at det dukker opp en god del mørke og mettede farger i de forskjellige sminke- og neglelakk-kolleksjonene, som vanlig er når det blir høst.

– Når det gjelder negler, dreier mye seg om ultra-feminine rødtoner, burgunder og aubergine. Andre aktuelle farger er mørkeblått og grønt, brunt, tydelige gultoner og energiske nyanser av oransje. Trenden for nude og en naturlig look forblir også aktuell gjennom høsten, sier Monika Sæle fra MSbeauty.no.

Hun har sans for klassisk rødt, en tidløs farge som har forført i alle år.

– Rødt understreker sex appeal og mot, gir selvtillit og lar deg frigjøre din lidenskap. Røde negler er et perfekt visittkort for kvinner som ikke er redde for utfordringer, men passer også for de som satser mer tradisjonelt. Denne fargen er perfekt uansett årstid, men fungerer nok spesielt godt om høsten når du trenger ekstra tilskudd av energi.

Andre farger som inneholder rødt og rosa kan gi mye av den samme effekten, for eksempel «rose tea», bringebærtoner eller blandinger av rosa og lilla, sier hun.

Blander du rødt med litt brunt får du en mørk og elegant burgunderrød farge, som finner seg godt til rette i høststilen og passer alle hudtoner.

– Burgunderrødt er også formidabelt sammen med glitterpynt, tipser Monika Sæle, som i tillegg trekker frem noen kanskje litt mer overraskende farger:

– Brunt er ofte lite verdsatt blant stylister og kunder, men har denne sesongen blitt gjenoppdaget. Mens den tidligere ble ansett

Aubergine og burgunderrødt passer ekstra godt med glitterpynt, her fra Light Elegance.

Varme oransjetoner, som Caramello Bello fra SPN Nails, gir en skikkelig fargeboost til neglene.

Ny vri på brunt med Choco Loko fra SPN Nails.

Melkeaktig finish med topplakk fra Milky-kolleksjonen til SPN Nails.

som lite elegant, blir den nå kombinert på flere måter med beige, klassisk nude og svart. Beige og nude er fortsatt tidløse must-haves for alle fashionistas.

Denne sesongen kan du også gi neglene en boost med mer uvanlige farger, som varm oransje og gult. Disse fargene er en ordentlig trend-alert! Eller kanskje lar du deg friste av moteriktige og sterke mørkeblå og grønne nyanser, foreslår hun.

Caroline Berg Eriksen viser «glazed nails» i samarbeid med Sara's Nailfashion.

Glaserte negler

– Når det gjelder trendene for høsten, så er «glazed nails» veldig in akkurat nå. Det brukes chromepulver i gjennomsiktige farger, som minner om en «glazed donut». Ellers ser vi mange av de samme lakkfargene som i klesbutikkene: bruntoner, nude-toner, brunoransje og naturnyanser, sier Sara Elise Forsell fra Sara's Nailfashion i Sarpsborg.

Kaia Gerber iført en klassisk rød leppestift fra YSL.

Sothys satser på dype nyanser av grønt og rødt i høst.

Sølv og metallisk glitter er fortsatt en stor trend, her fra motevisningen til Dior.

3 NATURLIGE INGREDIENSER SOM STYRKER NEGLENE

Noe av det beste for å få sunne og sterke negler, er effektive, naturlige ingredienser som kroppen lett gjenkjenner og klarer å nyttiggjøre seg av. En god negleolje eller et «neglebad» kan gjøre underverker for både neglene og neglebåndene.

Tekst: Marina Elisabeth Engervik
Foto: Pexels

Negler er sammensatt av laminerte lag av proteinet keratin. Sunne negler gjenkjennes som glatte og jevne, uten små groper eller riller. I tillegg er de ensartede i farge, og uten flekker eller misfarging. De kan vokse seg lange, og ikke flise seg opp eller knekke lett. Motsatt så vil svake negler knekke lett og vokse sakte. Svake negler kan også være gulnet i fargen eller ha en annen misfarging.

Svake og usunne negler kan skyldes underliggende sykdommer eller helseproblemer, men kommer oftere av en gjentagende eksponering for kjemikalier som sterke vaskemidler, neglelakk eller håndsprit. Dette tørker ut neglene og svekker dem. I denne artikkelen får du tips til de tre beste 100 prosent naturlige ingrediensene for å få sunne og sterke negler.

1. Grønn te

Ekstrakt av grønn te kan gjøre neglene sterke og sunne. Antioksidantene i grønn te hjelper med å forhindre sprø negler og gjøre dem sterkere. Samtidig hjelper grønn te med å bli kvitt gul misfarging av neglene.

Et tips til neste gang du skal pleie neglene er å lage deg en stor kopp med grønn te, drikke halvparten og bruke resten som et «neglebad» slik at du lar neglene ligge i teen i fem minutter. Det vil styrke neglene etter bare noen få ganger, og du merker raskt forskjell. Grønn te er en supereffektiv og helt naturlig ingrediens som neglene alltid vil elske.

2. Rosmarin

Ekstrakt av rosmarin vil virke legende og styrkende på både neglebånd og negler, fordi det motvirker bakterier og sopp. Rosmarin vil også hjelpe neglene til å gro bedre fordi det er antiseptisk.

Rosmarinekstrakt tilsettes ofte i negleoljer fordi det er en velkjent ingrediens som er høyt verdsatt, og som på en helt naturlig måte motvirker og fjerner skadelige mikroorganismer slik at neglene holdes rene og ikke skades.

3. Druekjerneolje

Den siste ingrediensen er kaldpresset olje av druekjerner. Det er utrolig viktig å gi neglene fuktighet. Da vil de bli mer fleksible og ikke knekke like lett, og neglebåndene vil være godt fuktet og se pene ut. Neglene blir også jevnere og glattere når de får fuktighet, og dette vil igjen fremskynde ny vekst av sterkere negler.

Druekjerneolje er spesielt bra for neglene på grunn av at den har et høyt innhold av linolsyre. Linolsyre, som er en omega-6-fettsyre, har den fantastiske effekten at den tilfører fuktighet til neglen og huden rundt neglen. Samtidig holder den fuktigheten inne, og beskytter neglen mot å tørke ut.

Druekjerneolje er dessuten et biprodukt fra vinindustrien, og dermed veldig bærekraftig. Det er virkelig en ingrediens å ha øynene opp for, når man ønsker å gi neglene ekstra god pleie på en helt naturlig, trygg og miljøvennlig måte.

Mye bruk av neglelakk, gellakk, akrylnegler og liknende svekker neglene, så da er det ekstra viktig å vite hvordan man pleier dem på best mulig måte.

Marina Elisabeth Engervik er gründer av det norske hudpleiemerket Marina Miracle, og skriver fast i KOSMETIKK. Foto: Isabell Solberg/Marina Miracle

DMK
Danné Montague-King®

Be **the best version** of yourself

Experience **DMK** Enzyme Therapy

Specially designed to flush away toxins while stimulating collagen production, DMK's signature Enzyme Therapy Treatment revises the skin to function like a young healthy skin does.

hexa.no | @DMKnorge | DMK norge

Myke nyanser av fersken, mango og honning passer godt til den som fra naturens hånd har varme farger.

En anvendelig blond farge med effekter i bronse og magnolia.

Foto: Jon Gorrigan
Hår: Tom Connell/Davines Hair Art Director
Farge: Ashleigh Hodges/Davines Colour Ambassador

SUNLIGHT HOURS

Vi kan i løpet av en dag oppleve alt fra myk og blek morgensol til gyllen solnedgang. Hvordan oppfatter øyet hårets farge når det bades i ulike typer sollys?

Dette ønsker Tom Connell å utforske med sin nyeste kolleksjon for Davines. Han har latt seg inspirere av hvordan sollyset treffer bygningene i Davines Village i Italia, og får disse til å endre karakter gjennom dagen.

– Øynene og hjernen oversetter sammen lys til farge. Det gjelder også for hårfargen vår, som oppleves forskjellig til ulike tider av døgnet. Er håret blekblondt til frokost kan det fremstå gyllent til middag, på grunn av endringer i fargetemperatur, forklarer han.

Edgy look i perleblondt med en mørkere base, noen myke lillatoner dukker også opp.

cosmederm
METHODS

Ønsker du å bli en autorisert PRX-T_{33} klinikk?

Ta kontakt for online kurs og informasjon om oppstart av denne unike behandlingen.

PRX-T33®

DEN PERFEKTE TRENINGEN FOR DIN HUD

Denne behandlingen er en hybrid mellom kjemisk peeling og filler. Ingen injeksjon med nåler, men allikevel svært dyptgående fuktighet, umiddelbar oppstramming "Lift'n Tight" og reduksjon av alderstegn som pigmenteringer, linjer/rynker samt gir en fantastisk glød. En effektiv behandling som passer alle hudtyper, aldre og årstider.

Cosmederm Methods, Holtegata 30, 0355 Oslo

22 50 33 77 | post@cosmederm.no | www.cosmederm.no

Den amerikanske hårstylisten er kjent for sin naturlige og uanstrengte stil.

Kristin Ess The One Signature Shampoo og Conditioner.

STJERNESTYLISTEN

Kristin Ess skapte seg et navn ved hjelp av sine kjendiskunder og hundretusenvis av følgere på Instagram. Nå lanseres hårpleiemerket Kristin Ess Hair i Norge.

Hvordan startet du i frisørbransjen?

– Da jeg var 15, begynte jeg å jobbe i en salong i Los Angeles mens jeg fortsatt gikk på high school. Jeg brukte halve dagen på skolen og deretter halve dagen i salongen. Jeg begynte som lærling, så jeg feide gulvet, brettet håndklær, klippet folie og sjamponerte kunder mens jeg fikk opplæring fra mentorer. Etter hvert fikk jeg min egen stol som frisør og kolorist.

Hva er inspirasjonen bak din serie med hårprodukter?

– I mange år hadde jeg en nettside kalt The Beauty Department, hvor jeg lagde tutorials og lærte folk alle mine favoritt-hårtips og triks. Samtalene jeg kunne ha med folk online om hva de ønsket å se på markedet, var det som gav inspirasjon til Kristin Ess Hair. Jeg så nøyaktig hva som manglet. De ville alltid si ... «kan du anbefale et produkt som er rimeligere enn det du bruker profesjonelt, men som ikke føles superbillig?» For å være ærlig, var det vanskelig å finne anbefalinger til dem.

Spol så frem sju år, og jeg fikk en forespørsel om å skape et merke eksklusivt for kjeden Target i USA. I det øyeblikket visste jeg nøyaktig hva jeg ville lage: en rimelig, høykvalitets-kolleksjon av produkter som var tilgjengelige for folk flest, men som også så lekre ut.

Hva er de største hårtrendene for øyeblikket?

– Med fare for å høres veldig kjedelig ut, så føler jeg at «ingen trend» er den største trenden akkurat nå. Med alt videoinnhold som legges ut på løpende bånd, prøver alle alt, og jeg elsker det! Mer enn trender, liker jeg å se folk prøve ut ulike hacks og raske triks som kan gjøre livet litt enklere for dem. Jeg antar du kan si at jeg er mye mer interessert i hacks enn trender akkurat nå. Det er en morsom tid for hår. Vi lærer alle av hverandre på en måte som vi aldri har gjort før.

Hvordan vil du beskrive din signaturstil?

– Skinnende, sunt hår – uanstrengt hår – uansett hvilken hårtype og tekstur du har! Jeg har alltid omfavnet konseptet med å forbedre det du har, i stedet for å jobbe mot det. Det er viktig å lære så mye som mulig om håret ditt, slik at du kan maksimere hva du kan få ut av det.

Hvordan er en vanlig arbeidsdag? Tar du fortsatt imot kunder?

– Hver dag er så forskjellig. Noen dager handler det om å teste ut produkter i salongen, andre dager skriver jeg tekster til produktflasker, eller jeg gjør intervjuer og sitter ved skrivebordet hele dagen. Men jeg tar fortsatt stylingoppdrag så ofte jeg kan, og ja, jeg gjør fortsatt klienter!

Jeg tror aldri det vil komme en tid hvor jeg slutter å ta imot kunder. For å kunne opprettholde håndverket mitt og skape meningsfulle og gjennomtenkte produkter, må jeg fortsette å jobbe helt konkret med hår, og snakke med folk om hva de ønsker seg, og hva de tror kan bli bedre.

Hva er på gang for Kristin Ess-merkevaren?

– Akkurat nå utvider vi sakte til nye områder, der vi føler at forbrukerne virkelig kan dra nytte av en merkevare som KEH. Steder hvor merket ikke bare vil bidra til støyen, men hjelpe folk til å lære mer om håret sitt og hvordan de kan ha det gøy med det. Vi planlegger også mye nytt og morsomt innhold, som vil komme senere i år og tidlig neste år. Jeg gleder meg til å vende tilbake til å lage visueller, slik at folk kan lære mer om hår.

Kristin Ess fant inspirasjon til hårserien ved å lytte til folks ønsker og behov.

Marina Miracle er et prisvinnende naturlig og norskt hudpleiemerke. Alle produktene er veganske, dermatologisk testet og laget i Norge, med kun naturlige og økologiske ingredienser. De har vunnet pris to ganger som 'Best Natural Organic Skincare Brand - Scandinavia' i den prestisjetunge Beauty Shortlist Awards!

Gründer, Marina Engervik, slet med atopisk eksem og akne. Da hun ikke fant produkter som ga en varig lindring, bestemte hun seg for å lage sin egen løsning på sine hudpleieproblemer. Etter å ha undersøkt naturlige ingredienser og studert formuleringsprosesser, utviklet hun en urtebasert ansiktsolje som balanserte huden hennes, behandlet bestemorens psoriasis og fjernet venninens rosacea. Ordet spredte seg raskt og folk begynte å etterspørre "mirakeloljen", som ga inspirasjon til selskapets navn; Marina Miracle.

Vil du utvide ditt kundesegment? Flere og flere velger økologiske, probiotiske eller skandinaviske produkter. Marina Miracle lanserte nylig en PRO-serie for behandling og ser nå etter flere forhandlere. Kontakt de i dag for å få mer info og for å teste serien.

bli forhandler av
naturlig norsk hudpleie

Marina Miracle AS
940 21 900 | info@marinamiracle.com | www.marinamiracle.no

NATURAL INGREDIENTS
DERMATOLOGICALLY TESTED
VEGAN AND CRUELTY FREE
PROBIOTIC SKINCARE

Aurasminke fra @aoifeartist.

Aurasminke

Er du interessert i partysminke og det spirituelle, så er denne looken perfekt for deg. Beauty-influencere på TikTok skaper aura-effekter ved hjelp av blush og øyeskygge.

TRENDBAROMETERET

Mange bruker TikTok nå om dagen som en kilde til inspirasjon og tips. Dette er det som trender blant de unge akkurat nå!

Tekst: Leonora Rødland
Foto: Pexels og produsentene

«Ice dunking»

Supermodellen Bella Hadid startet en massiv trend da hun postet hemmeligheten bak hennes skarpe kinnbein og naturlige glow. «Ice dunking» gjøres med en bolle fylt med kaldt vann og isbiter, og deretter skal fjeset dynkes i bollen.

Bonding Oil

Selv om denne har vært trendy en god stund, så er den fortsatt enormt populær på TikTok. De skandinaviske TikTok-stjernene har fortalt oss at Olaplex Bonding Oil er hemmeligheten for å få frem den perfekte glansen i håret.

«Slugging»

«Slug face» er et uttrykk som er brukt mye på TikTok i det siste. Definisjonen er å smøre fjeset inn med vaselin, som en slags maske for å få den ultimate fuktigheten i huden.

Naturlig glow

e.l.f. Daily Dew Stick er et must når det gjelder hverdagslig sminke. Den gir en lett og naturlig glow i fjeset, og gjør seg veldig godt til hver eneste anledning.

LANSERES NÅ I NORGE !

I flere tiår har Selvert Thermal vært posisjonert ved de mest prestisjefylte spa- og skjønnhetsinstituttene i verden. Et bredt spekter av produkter og ritualer gir deg som er profesjonell innenfor skjønnhet og velvære alle muligheter til å møte dine mest krevende kunders behov.

I Selvert Thermal sitt selskaps-DNA ligger kontinuerlig forskning og innovasjon slik at du alltid har tilgang til effektive produkter med virkningsfulle ingredienser.

For mer informasjon om programmer og produkter, besøk nettsiden selvertthermalnorge.no

Nordic Aesthetics Distribution AS importerer og videreselger Selvert Thermal i Norge.
www.nordic-aesthetics.com

NORDIC AESTHETICS DISTRIBUTION

Viktor Horsting og Rolf Snoeren driver motehuset Viktor & Rolf.

Flakongen til Good Fortune er formet som en spåkones krystallkule, og kan brukes om igjen, da duften også kommer i refill.

FKA Twigs fronter duften Good Fortune. Før artistkarrieren tok av, jobbet hun med å selge dufter – blant annet fra Viktor & Rolf – i et varehus i London.

MODERNE MYSTISISME

Viktor & Rolf henvender seg til en yngre målgruppe med sans for magi, røkelse og krystaller når de nå lanserer duften Good Fortune, frontet av artisten FKA Twigs.

Tekst: Kristine Rødland

Viktor & Rolf er dyktige historiefortellere, og historien om Good Fortune er fylt med mystiske referanser til «åndelighet». Det spilles på hvit magi og alkymi, yoga, kosmos og den helbredende kraften til krystaller. Flakongen er formet som en spåkule mens hetten minner om en ametyst – kanskje den mest kraftfulle og beskyttende krystallen.

Det er mange tegn som tyder på en økende interesse for det overnaturlige og spirituelle. Gen Z fyller sosiale medier med mer eller mindre seriøst innhold relatert til astrologi, og sjekker gjerne horoskopene i magasiner. Det samme gjelder for Millennials-generasjonen.

Krystallbutikker av den litt spirituelle typen popper opp på nettet og i mange av de store byene, og stenene er populære gaver. Kanskje handler det om personlig vekst, en streben etter orden i covid-kaos og en søken etter en dypere mening?

Viktor & Rolf er et avantgardistisk luksusmotehus grunnlagt i 1993 av de nederlandske motekunstnerne Viktor Horsting og Rolf Snoeren, som er anerkjent og respektert for sin provoserende haute couture og konseptuelle glamour. De utvikler seg stadig, og pusher grensene for sine kreasjoner.

Etter lanseringen av Flowerbomb i 2005 – som ble en bestselgende duft for kvinner – går duoen nå i en mer åndelig retning. Med Good Fortune ønsker Viktor & Rolf å uttrykke en moderne spiritualitet, og duften resonnerer med de som vil gå sin egen vei og omfavne sin indre mystiker.

De to kreatørene har allerede latt seg inspirere av det spirituelle til flere av sine motekolleksjoner, og ønsket å fortsette i den retningen, også med en parfyme.

Ametyst er en av de mest etterspurte krystallene.

– Gjennom årene har vi selv åpnet opp for en mer spirituell tilnærming til livet, og vi føler intuitivt at dette er det rette øyeblikket for å komme med et slikt budskap. Som alltid er historiefortellingen vår gjennomsyret av en følelse av luksus og glamour. Dessuten er vi stolte over at Good Fortune ikke inneholder ingredienser av animalsk opprinnelse. Vi ønsker å bidra til å skape en bedre verden, og dette er et lite skritt i den retningen, uttaler de.

Det tok parfymemakerne Anne Flipo og Nicolas Beaulieu ti år – og visstnok mer enn 3500 forsøk – å komme opp med juicen til Good Fortune.

Viktor & Rolf har vært lite involvert i arbeidet med å utvikle selve duften, men har formidlet idéen om at de ville ha noe spirituelt. De har også vært tydelige på at de ikke ville ha disse tunge, mørke duftnotene, som mange forbinder med det spirituelle, men tvert imot noe skinnende glamorøst og lett.

Resultatet har blitt et innovativt destillat av fennikel – en plante som ofte forbindes med hvit magi – og gentianblomst, som utgjør duftens toppnoter. Andre ingredienser i eliksiren er indisk sjasmin og kremet vanilje.

Gua Sha av rosenkvarts.

Krystaller for huden

Spabehandlinger som benytter seg av naturlige krystaller og edelstener blir stadig mer populære blant kunder som vil ha effekt innenfra og ut. De kan innlemmes i ansiktsbehandlinger og massasje, eller tilsettes i behandlingsprodukter som stimulerer både hud og sanser.

Éminence er ett av flere hudpleiemerker som også bruker disse stenene i produkter som kundene kan kjøpe med seg hjem. Malakitt, citrin og rosa turmalin finnes i Charcoal Exfoliating Gel Cleanser, Tumeric Energizing Treatment og Camellia Glow Solid Face Oil.

Det populære massasjeredskapet Gua Sha, som ofte lages av rosenkvarts eller jade, passer også godt inn i trenden, og lover umiddelbare resultater.

Éminence har en Gemstone Collection.

SixFive™ Beauty Group

BEAUTY PRODUCTS WITHOUT WATER

One of the key trends in 2022 is **waterless beauty**.

An average beauty product can contain between **60% to 85% water**, and with the prospect of water scarcity, will waterless beauty products become a more **sustainable choice**.

Waterless beauty products are **formulated without water**, which means that you can reduce your water footprint and environmental impact. Waterless beauty products can be developed as **powder or solids**.

If you want to add, a **private label** series of waterless beauty products to your assortment, are we at **SixFive Beauty Group** the right **partner**. Both the skin and the environment will thank **you**.

Less packaging

Travel-Friendly

No water transportation

Higher potency of active ingredients

SIXFIVEBEAUTYGROUP.COM FOR MORE INFO
SIXFIVE BEAUTY GROUP JERNBANEGADE 44, 1. FLOOR DK-6000 KOLDING

WE ARE WITH YOU ON THE WHOLE JOURNEY
CONSULTING LAB SOURCING PACKAGING PRODUCTION

VELVÆRE FOR SJELEN

House of Rituals ligger sentralt plassert i Amsterdam.

I et futuristisk avlukke tilbys «brain massage». Du kan velge om du vil ha dyp avslapning eller en ekstra boost av energi.

Rituals åpner opp et nytt kapittel med «The Book of Rituals», som tar merket i en mer spirituell retning.

Tekst: Kristine Rødland

Rituals Cosmetics handler om å finne lykke i de små øyeblikkene i hverdagen, senke tempoet og sette av tid til seg selv. Helt fra den spede starten for 22 år siden, har det nederlandske selskapet vært opptatt av å utforske forbindelsene mellom kropp og sinn. Men innser nå – med vår tids fokus på mental helse – at det slett ikke er nok.

En fersk undersøkelse foretatt av Ipsos viser at folk nå føler seg mer lykkelige enn i 2020, noen måneder inn i koronapandemien. Men andelen av folk som oppgir at de er lykkelige har likevel gått signifikant ned i løpet av den siste tiårsperioden.

– Jakten på lykke kjennes nå mer relevant enn noen gang. Det er en åndelig dimensjon som mangler i mange folks liv. Selv om det snakkes mye om velvære og helse, går folk fortsatt rundt og er ulykkelige. For å bringe merket videre, satser vi derfor nå mer på det spirituelle, men vi vil være inkluderende og tilgjengelige, og ikke støte folk bort.

Mange forbinder dette med religion, men vi ser heller på det som et kompass for personlig velvære, som skal hjelpe folk til å få en bedre balanse mellom kropp, sinn og sjel. Det er en holistisk tilnærming til det gode liv, der vi tar for oss alt fra det fysiske og mentale til det åndelige, forklarer Creative Director Dagmar Brusse.

«The Book of Rituals» ble lansert i sommer i Amsterdam, og vi var så heldige å få være med. At presse-eventet skulle handle om en praktbok, var imidlertid en godt bevart hemmelighet frem til den ble avslørt helt på tampen av dagen, i det tradisjonsrike og vakre biblioteket i Rijksmuseum. Vi var mange som ble overrasket, selv om vi hadde vært sammen med Rituals-ansatte siden lunsj, og fått små hint.

Ikke minst var omvisningen i flaggskipbutikken House of Rituals på Kalverstraat interessant. Den strekker seg over fire etasjer med et areal på rundt 1500 kvadratmeter, og rommer ikke bare et vanlig dagspa, men et Mind Spa! Det åpnet dørene i mai i fjor, og skal være det eneste i sitt slag i hele verden. Her kan du meditere og ta behandlinger for ditt mentale velvære, både alene og i grupper.

Rituals har bestrebet seg på å lage et lavterskeltilbud, og vil at deres Mind Spa også skal passe folk som av ulike grunner kanskje er litt skeptiske. Ordbruk og konsept er nøye gjennomtenkt, sånn at det ikke oppleves for «alternativt».

De har samarbeidet med en rekke fagfolk for å skape teknologiske og vitenskapelig dokumenterte løsninger som skal hjelpe deg til å gjennomføre pusteøvelser, dyp avslapning og meditasjon.

I et futuristisk avlukke tilbys «brain massage», en innovativ 25 minutters behandling der musikk og ulike lydfrekvenser kombineres med fysiske vibrasjoner for å guide deg til en meditativ og helt avslappet tilstand. Du legger deg ned i en behagelig massasjestol som vippes bakover slik at knærne kommer høyere enn hjertet, tar på hodetelefoner og en øyemaske for å stenge lyset ute, og så er du i gang.

Mange liker å ta behandlingen i forkant av viktige møter og andre begivenheter, får vi vite, for her skal du få energi som tilsvarer tre timer med søvn.

I øverste etasje i House of Rituals i Amsterdam finner du et innovativt og helt unikt Mind Spa.

Med inspirerende historier, bilder, oppskrifter, dikt og helt konkrete øvelser skal «The Book of Rituals» hjelpe folk med å forene kropp, sinn og sjel, og på denne måten oppnå den ultimate form for velvære.

Dagmar Brusse, Creative Director i Rituals, har vært en pådriver for å lage boken.

Hudforbedring MED NÅLER

Effekten kommer ikke umiddelbart, men gradvis over tid. Biostimulerende hudbehandlinger er effektive antiage-behandlinger på hudens egne premisser. Ved hjelp av injeksjoner kan man aktivere og gjenoppbygge hudens naturlige kollagen.

Tekst: Ruth Birkeland Bjørø
Foto: Dreamstime og Hanne Solheim/Frøken Dings

Målet for alle biostimulerende hudbehandlinger er å stimulere hudens egen evne til å produsere kollagen, noe som igjen bidrar til å gjenopprette hudens struktur og fornye dens naturlige fasthet og spenst.

Behandlingene utføres med nåler for å frakte virkestoffet ned til hudlaget der det gir effekt. Det er, i hermetegn, en naturlig prosess, da det er hudens eget kollagen som aktiveres. Linjer og rynker reduseres, huden får et mer vitalt utseende og masse glød.

– Det finnes tre hovedtyper av biostimulerende filler-behandlinger på markedet i dag. De har vidt forskjellige virkestoffer, men alle stimulerer hudens egen produksjon av kollagen og elastin. Hvilken behandling som er rett for hver enkelt kunde, avhenger av hudkvaliteten og hvilke mål og ønsker man har for behandlingen, forklarer Yvonne Rouppert, som er eier og daglig leder av den medisinske hudklinikken Frøken Dings i Bergen.

Klinikken spesialiserer seg på hudforbedrende behandlinger og injeksjonsbehandlinger, og fyller 15 år neste år.

– Vi tilbyr alltid gratis konsultasjon, og anbefaler ofte å kombinere ulike typer hudbehandlinger for å oppnå best mulig resultat i forhold til behov, økonomi og målsetting. Det finnes ikke en behandling som «passer alle», sier hun.

Hvem egner biostimulerende hudbehandlinger seg for?

– I hovedsak kvinner fra 40 år og oppover, som opplever at huden har blitt slapp med fine linjer og rynker. De passer også godt for dem som opplever at huden er tørr og mangler spenst og glød.

Kvinner som har kommet i overgangsalderen får en naturlig nedgang i produksjonen av kollagen når østrogennivået i kroppen synker, så dette er et effektivt middel for å hjelpe huden med å holde seg spenstig og hydrert, og for å forebygge rask aldring av huden.

Men biostimulerende fillerbehandlinger er ingen kvikk-fix. Behandlingene stimulerer kroppens kollagenproduksjon, som i sin tur bidrar til å stramme opp ansiktskonturer og forbedre eller glatte ut hud med dype linjer og statiske rynker, samt gi tilbake naturlig tapt volum.

Denne prosessen skjer på hudens egne premisser, og krever vanligvis to til fire behandlinger med cirka en måneds mellomrom. Det tar flere uker og måneder før man ser resultatene. Men effekten i huden vedvarer lenge etter avsluttet behandlingsløp. Noen kan ha god effekt i flere år etter avsluttet behandling,

Yvonne Rouppert har mer enn 15 års erfaring som kosmetisk sykepleier, og er eier og daglig leder av Frøken Dings.

3 ulike typer biostimulerende behandlinger

De tre hovedtypene biostimulerende hudbehandlinger som finnes på markedet i dag har vidt forskjellige virkestoffer, og stimulerer hudens egen kollagen- og elastinproduksjon på hver sin måte.

Injeksjonsteknikkene for hvert enkelt produkt varierer også. Noen settes dypt i huden, mens andre settes i det helt øverste hudlaget. Her er en kort oversikt over vitenskapen bak de vanligste behandlingstypene.

1. Hyaluronsyrebasert biostimulerende hudbehandling

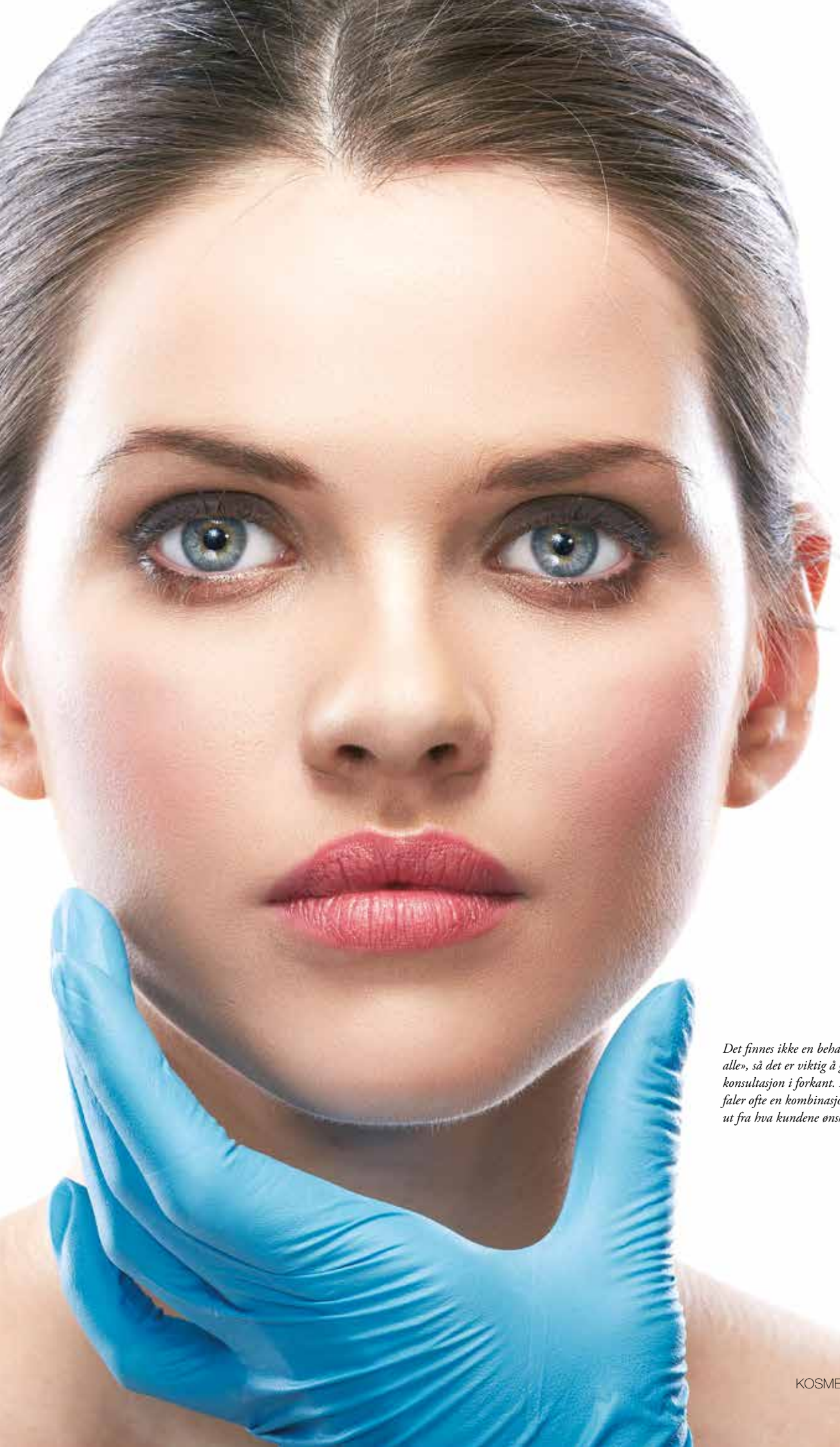
Den som har vært lengst på markedet i denne kategorien er Restylane Skinboosters, som er bygget på hyaluronsyre, men svært tyntflytende hyaluronsyre. Den gir umiddelbart mye fukt og stimulerer hudens egen kollagenproduksjon. Effekten ses best når det har gått minst seks måneder.

En Skinboosters-behandling vil bygge litt volum i seg selv, så den egner seg best for en tørr, svært moden hud med et stort naturlig volumtap grunnet for eksempel aldring.

Det finnes også andre produkter innenfor dette segmentet, for eksempel Revok50, som er en nyhet på det norske markedet.

Revok50 er en høymolekylær hyaluronsyre som også inneholder aminosyrer, som tilfører næringsstoffer til kollagenproduksjonen vår, og gir den ekstra god effekt. Revok50 bygger ikke volum annet enn det kroppen selv skaper. Den revitaliserer, fukter og strammer opp huden.

Profhilo er et annet relativt nytt hyaluronsyrebasert og biostimulerende produkt, som vant Aesthetics Awards i 2016 som årets mest innovative behandling. En Profhilo-behandling gir masse fukt og bygger ikke volum i seg selv, men gjennom å stimulere hudens egen kollagenproduksjon, og egner seg spesielt for slapp hud.



Det finnes ikke en behandling som «passer alle», så det er viktig å gjøre en grundig konsultasjon i forkant. Frøken Dings anbefaler ofte en kombinasjon av behandlinger ut fra hva kundene ønsker seg.

2. Melkesyrebasert biostimulerende hudbehandling

Sculptra er basert på poly-L-melkesyre (PLLA), et syntetisk biokompatibelt stoff som finnes naturlig i kroppen vår fra før av. Når PLLA injiseres i hudens dypere lag, stimulerer den hudens naturlige kollagenproduksjon. Hudens indre struktur forbedres, og man får tilbake hudvolum som har gått tapt med aldring.

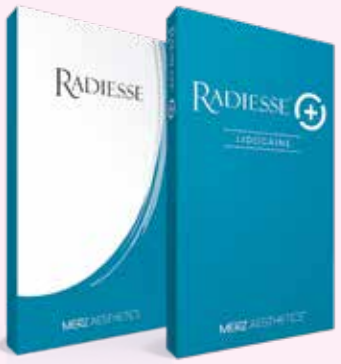
3. Hudbehandling basert på calcium hydroxyapatite som også bygger volum

Radiesse er en biostimulerende filler som også brukes til å bygge volum i ansiktet. Den består av cirka 30 prosent calcium hydroxyapatite og 70 prosent gele som bygger volum.

Calcium hydroxyapatite forekommer naturlig i kroppen, og partiklene i Radiesse sprer seg jevnt omkring i vevet i huden og stimulerer til å øke produksjonen av kollagen.

Volumet skapt av geleen i denne behandlingen kan ikke fjernes, i motsetning til volum skapt av Restylanes hyaluronsyrebaserte fillere. Vær oppmerksom også på at Radiesse-behandlingen har ekstra lang varighet.

Kilde: Frøken Dings



Radiesse fra Merz Aesthetics.

Sculptra fra Galderma.

avhengig av hvilken type biostimulerende hudbehandling man har valgt. Vi anbefaler å vedlikeholde med en til to behandlinger i året.

Hva er kollagen, og hvorfor er det viktig for hudens utseende?

– Kollagen er et protein i hudens dypere lag, og en viktig byggestein for en spenstig og frisk hud. Kollagentap gjør at huden henger og blir slapp, samt at det oppstår rynker og linjer i ansiktet.

Kroppens naturlige kollagenproduksjon reduseres når vi blir eldre, spesielt oppleves det en brå nedgang når kvinner kommer i overgangsalderen og østrogenproduksjonen vår avtar. Det er nå vi virkelig kan gi huden en skikkelig boost ved å revitalisere og stimulere hudens egen kollagenproduksjon.

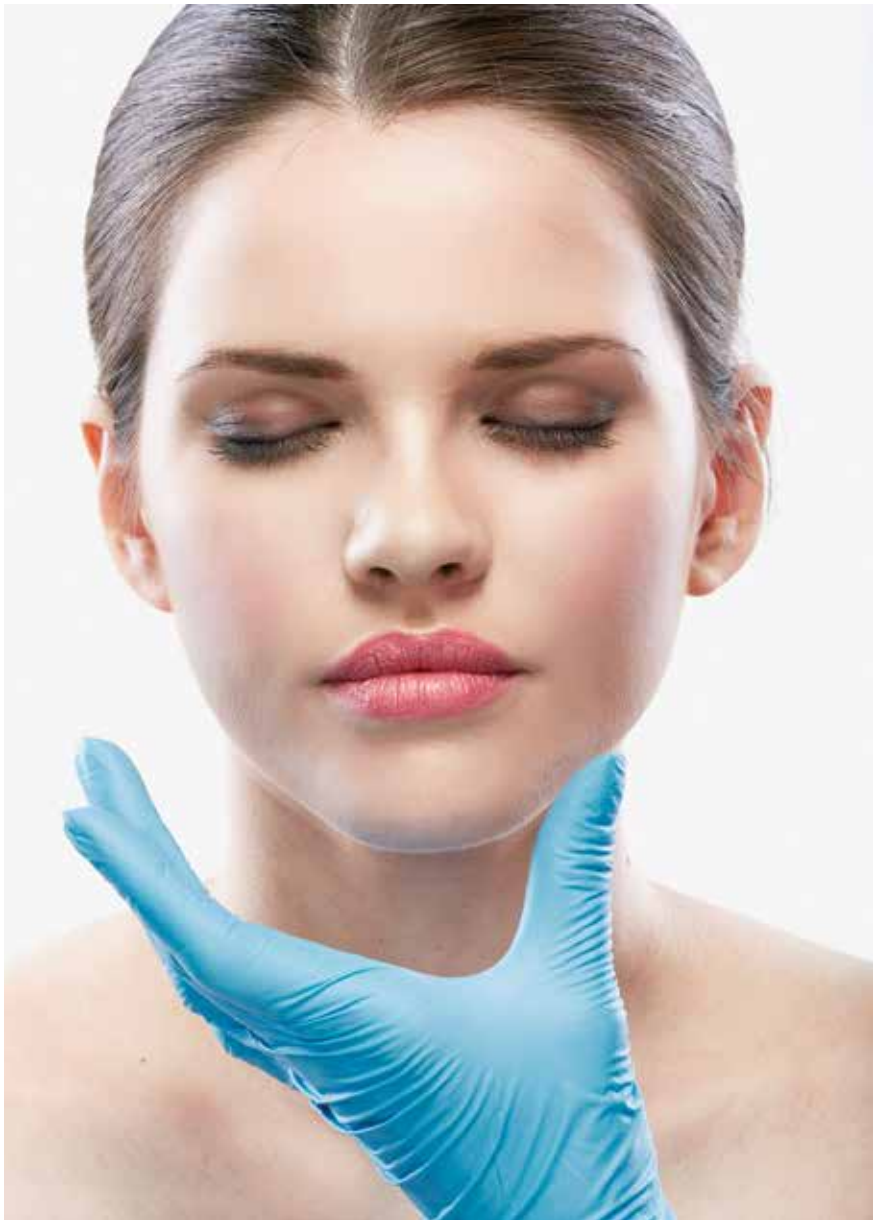
Hva er forskjellen på en biostimulerende fillerbehandling og en vanlig fillerbehandling?

– Tradisjonelle volumskapende fillere, som Restylane, består av stabilisert hyaluronsyre svært lik kroppens egen. Den blir liggende som et lag i huden, som gir volum og fukt i en periode på seks til tolv måneder. Man får øyeblikkelig effekt av en volumbehandling med denne typen fillere.

Effekten av en biostimulerende fillerbehandling ses først etter at det har gått flere uker, gjerne opp til flere måneder, og effekten vedvarer lenge etter avsluttet behandlingsløp.

En fillerbehandling med hyaluronsyre, som for eksempel alle Restylane-behandlingene, kan dessuten fjernes igjen umiddelbart. Effekten av biostimulerende behandlinger kan ikke fjernes, da det er huden selv som har skapt volumøkningen basert på egen kollagen- og elastinproduksjon.

Profhilo fra IBSA.



VILD NORD
EXO LAB

NYTT NORDISK KLINIKKBRAND

Vild Nord® EXO LAB-serien eksklusivt i hud- og skjønnhetsklinikker. EXO LAB skjønnhetstilskudd inneholder hydrolyserte marine kollagenpeptider fra Seagarden® med nøye utvalgte vitaminer og mineraler som støtter skjønnhet innenfra.

SOFT Basic +, GLOW 25 + og CARE 40 + tilbyr opptil seks aktive ingredienser som støtter skjønnhet innenfra og velvære, uansett hvor du er i livet.

Kontakt oss, så forteller vi mer om mulighetene for din klinkk.

Vild Nord AS - Dronning Mauds gate 1 · 0250 Oslo
Tlf. 478 68 028 · info@vildnord.com · vildnord.com
Vild Nord Norge
@vildnord.no

BEAUTY LASTS A LIFETIME

vildnord.com

TCA-peel for en ny generasjon

Alle vil ha den dype peelingens effekt, men ingen vil ha nedetid. Clinique Madeleine i Oslo opplever stor etterspørsel etter en litt uvanlig behandling kalt PRX-T33.

Tekst: Kristine Rødland

PRX-T33 er en hudforyngende behandling som kombinerer trikloreddiksyre (TCA) med hydrogenperoksid i en patentert formulering. Navnet kommer fra produktets sammensetning: PRX som står for peroxid, og T33 som står for 33 prosent trikloreddiksyre.

Ingelin Harlem, innehaver av Clinique Madeleine og leverandørselskapet Cosmederm Methods, beskriver den biorevitaliserende behandlingen som en hybrid mellom peeling og injeksjonsbehandling. Den kan benyttes på alle hudtyper og ved alle årstider, og med få eller ingen bieffekter.

– Ved behandlinger som microneedling simulerer man et traume for å få huden til å regenerere seg selv, og det gjør man også med PRX. Det er en naturlig måte å jobbe på, men kombinasjonen av en høy konsentrasjon hydrogenperoksid og hele 33 prosent TCA er uvanlig.

Begge er tøffe ingredienser, og sammen blir de ekstra gode. De negative effektene elimineres mens de positive bevares. Det er en enkel behandling å utføre, men vi jobber annerledes enn med kjemisk peeling eller needling. Det kreves derfor kurs, og vi tilbyr live online opplæring, forklarer hun.

Behandlingen passer for alle hudtyper og etnisiteter, og tas gjerne som en kur.

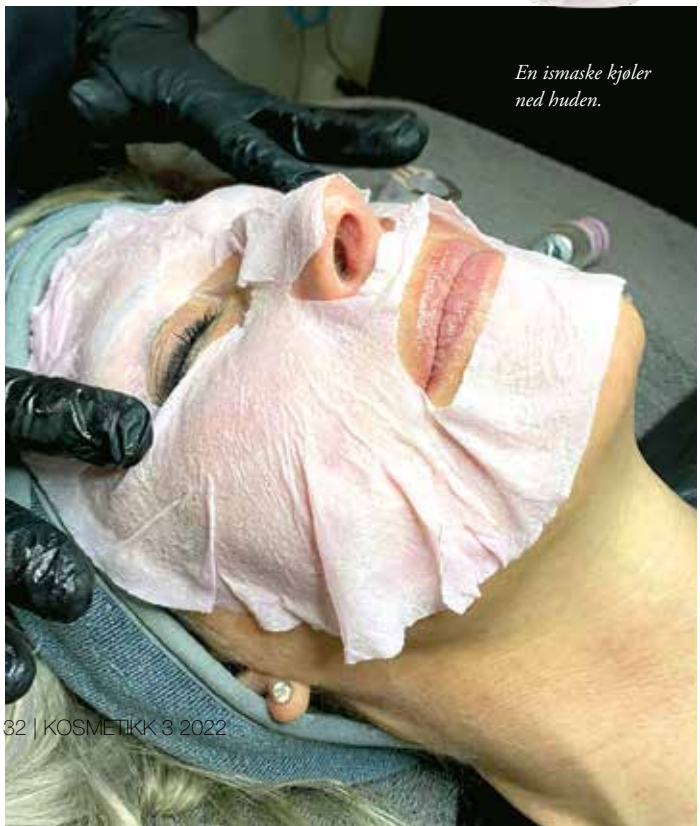
– Mens man med TCA vanligvis kun kan behandle de lyseste (med Fitzpatrick hudtype 1 og 2), og i de mørkeste månedene i året, er dette en helårsbehandling. Selv de mest sensitive med couperose og rosacea tåler dette. Vi jobber lagvis og på ett og ett hudområde om gangen, og ser an hvor mye hver enkelt tåler.

Behandlingen virker utjevnende, demper pigmentering, gir masse glød, motvirker tørrhet og slapphet, og er fin til solskadet hud. Den egner seg også veldig godt i kombinasjon med andre behandlinger, og utføres ofte sammen med microneedling. De spiller på de samme prinsippene, men gjør hverandre enda bedre, sier hun.

Behandlingen tar rundt 30 minutter å utføre, og føles behagelig. Hvert område i ansiktet behandles for seg, ved å applisere dråper som masseres inn med godt trykk til alt er absorbert. Intensiteten reguleres ut fra hvor mange lag som legges på hvert område.

Umiddelbart etterpå er huden roet helt ned, den virker plumpet og har fått en flott glød. Man kan derfor gjerne gjøre dette samme dag, eller dagen før en sosial begivenhet, for å redusere fine linjer og stramme opp. Den påfølgende uken er det viktig å holde hudens pH-verdi nede, dette gjøres ved hjelp av to kremer som hører til behandlingen.

PRX-T33 er en biorevitaliserende behandling.

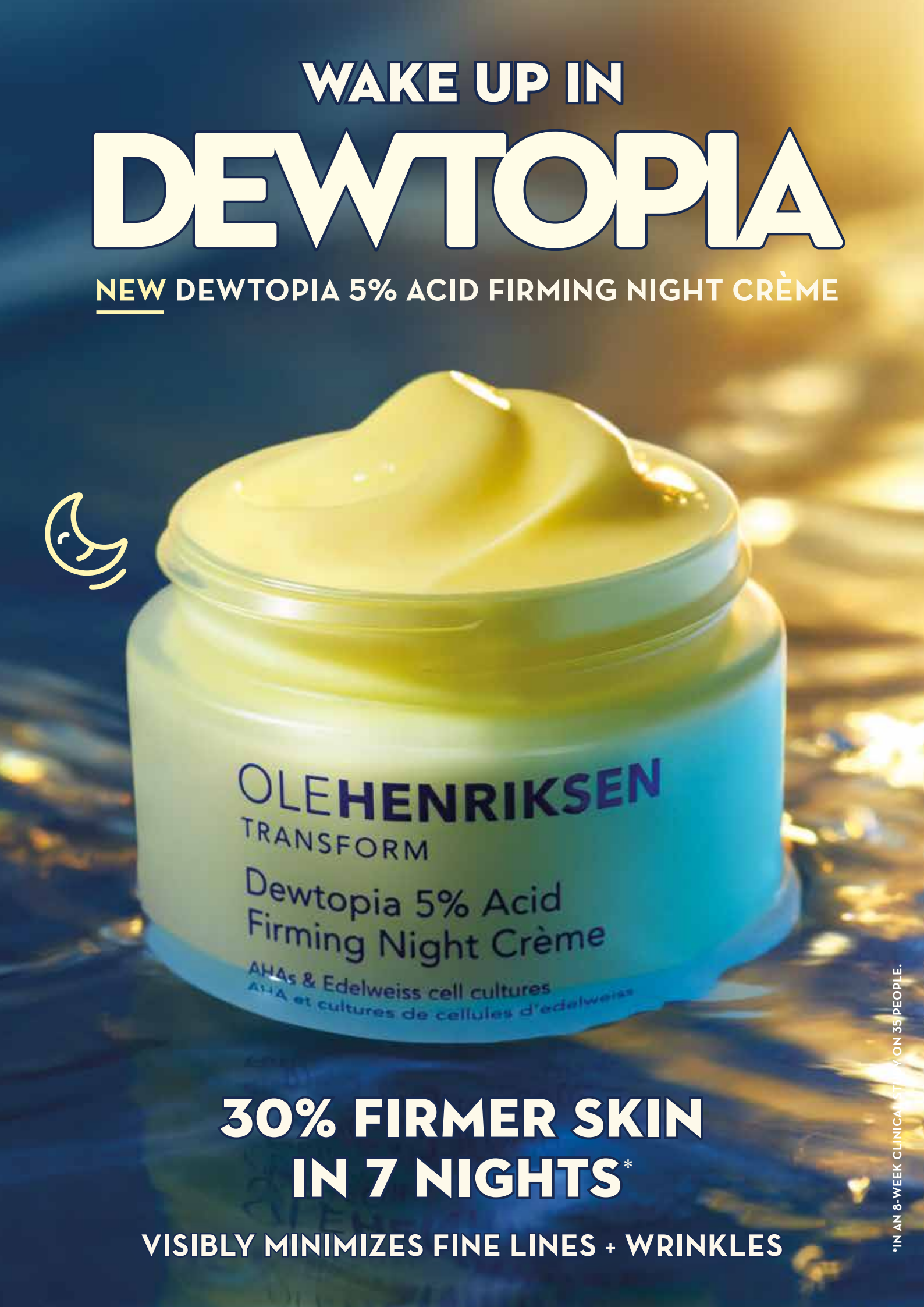


En ismaske kjøler ned huden.

Hvert område i ansiktet behandles for seg, ved å applisere dråper som masseres inn.

WAKE UP IN DEWTOPIA

NEW DEWTOPIA 5% ACID FIRMING NIGHT CRÈME



30% FIRMER SKIN IN 7 NIGHTS*

VISIBLY MINIMIZES FINE LINES + WRINKLES

*IN AN 8-WEEK CLINICAL STUDY ON 35 PEOPLE.

En resultatorientert produktserie for din klinikk

I hjertet av Tromsø, med 50 års erfaring innen resultatorienterte behandlinger og produkter, finner vi Essens Dagspa. Her er de lidenskapelig opptatt å være oppdaterte til enhver tid på nyeste teknologi, produkter og behandlinger.

– For at vi som terapeuter skal gjøre en jobb som tilfredsstiller kundene våre sine ønsker, er vi nødt til å kunne anbefale produkter som dekker ulike behov til ulike hudtyper og hudtilstander. Kundene våre forventer resultat når de går et behandlingsforløp hos oss, og vi er stolt av at vi med sikkerhet kan gi dem det med PCA Skin. Med produktlinjen til PCA Skin har vi alt det vi trenger for å behandle enhver hudtilstand, både når det kommer til hjemmeprodukter og behandlinger. Vi anbefaler alltid produkter til den tilstanden huden er i for å forbedre og forebygge, eksempler er pigmenteringer akne, rosacea og dehydrert hud. Jeg har aldri opplevd at en kunde kommer inn med et problem og at vi ikke finner rette produkter, forteller hudpleier Johanne.

SALG OG GJENKJØP

Dette er et merke som er lett å selge til kundene når de hører oss fortelle om ingrediensene og teknologien bak. Et eksempel er når vi forklarer at retinolene inneholder et leveringssystem som heter Omnisone, og at dette gjør at ingrediensene penetrerer jevnere og dypere ned i huden – da velger kundene Retinol fra PCA Skin.

Når kunden starter med PCA Skin produkter, er det noen produkter med aktive ingredienser

«Når kundene først har tatt en kjemisk peeling, kommer de tilbake for å gjøre det flere ganger».

– Johanne

– Jeg har jobbet hos Essens siden 2013 og PCA Skin har vært i hjertet mitt siden dengang.

hvor man kan flasse i starten, men det er en tilvenning. Enkelte behandlinger som kjemisk peeling kan også gi litt flassing og en følelse av stram hud, men etter nedetiden vil det gå over, og huden føles myk, fuktig og glødende. Enkelte forbinder syrer med noe skummelt, men når vi forklarer hva de ulike syrene gjør, og hvilket resultat de kan oppnå, forsvinner den skumle tanken, og de ser frem til det gode resultatet. Vi opplever at dette fører til at kundene ser hva produktene gjør med huden og at de merker en forskjell. Johanne forklarer videre at kundene kommer tilbake for å kjøpe produkter og ta behandlinger når de opplever den positive endringen i huden deres.

«PCA Skin står for en sunn og frisk hud, og det lever de virkelig opp til»

De fleste kunder som begynner på et hudpleieprogram fra PCA Skin, fortsetter å bruke disse produktene. De som har lyst til å prøve et annet hudpleiemerke en stund, kommer som regel alltid tilbake til PCA Skin. Johanne forklarer at hun tror det henger sammen med at produktene gjør en reell forskjell, og kundene merker en tydelig endring i huden.

PCA SKIN GIR RESULTAT

Hvor mange runder med kjemisk peeling en kunde bør ta for å få optimalt resultat, vil avhenge av hudens tilstand. For eksempel finnes det mange varianter av akne, og de ulike variantene og gradene krever ulikt behandlingsforløp. Normalt sett vil en som sliter med akne i startfasen gjerne komme hver fjerde uke. Det vil uansett være nødvendig å kombinere behandlinger i salong med hjemmeprodukter for å oppnå ønsket resultat. Det er viktig å opplyse kunden om at de må ha tålmodighet, men at resultatene kommer etter hvert. Responsen Essens-teamet får fra kunder etter en periode med kjemisk peeling i kombinasjon med hjemmeprodukter er at huden føles mindre fet, mindre tørr og at utbruddene er roligere.

ET SPENNENDE MERKE FOR TERAPEUTER

PCA Skin har ingen begrensinger for terapeutene. Behandlingsproduktene kan tilpasses og kombineres slik at kundene får skreddersydd behandling til sin hudproblematikk. De kombinerer blant annet ulike kjemiske peelinger og masker i behandling for å forbedre den spesielle hudtilstanden til kundene. PCA Skin gir dem muligheten til å utføre dyptgående og forbedrende behandling, men samtidig velværende behandlinger som gir fuktighet, næring og vitaminer. De kombinerer også kjemisk peeling sammen med microneedling for å booste effekten av resultatet.

Johanne avslutter med å fortelle at som hudpleier og terapeut er hun svært trygg når hun selger produkter og utfører behandlinger fra PCA Skin. Hun er aldri nervøs for at produktlinjen ikke skal leve opp til kundens forventninger. Personlige erfaringer fra kunder og seg selv har vist i praksis at produktene er fantastiske. I tillegg har hun og kollegaene fått grundig opplæring og kursing. Med jevnlig på klinikkbesøk fra leverandør Happyskin AS, er terapeutene hos Essens alltid oppdaterte.

PCA skin
Trust the experts

PCA Skin forhandles av HappySkin AS. Kontakt Beate på beate@happyskin.no eller tlf. 957 75 557

happyskin
– love the skin you're in!

DOBBELTJUBILEUM I

Biotherm feirer 70 år samtidig som Lait Corporel har vært en bestselger i 50 år. Historien startet i 1952, da Jeanine Marissal formulerte tre produkter basert på en uvanlig ingrediens kalt thermal plankton.

Tekst: Kristine Rødland

Lait Corporel, Biotherms velkjente bodylotion, fyller nå 50 år!

Biotherm startet opp som et lite, fransk selskap som benyttet seg av plankton fra termalkildene i Molitg-les-Bains, som helt siden oldtiden hadde rykte på seg for å virke helende.

På 1700-tallet ble det første termalbadet etablert i den lille landsbyen i Pyreneene. Men det var først på 1940-tallet at den «hemmelige» ingrediensen thermal plankton (som nå går under navnet Life Plankton) ble identifisert og analysert av den lokale doktor Jos Jullien.

Sammen med Jeanine Marissal og hennes mann, begynte doktor Jullien det møysommelige arbeidet med å stabilisere planktonet, slik at det kunne brukes i hudpleieformuleringer. Noe han til slutt klarte ved hjelp av frysetørking.

De første produktene Jeanine Marissal formulerte og testet på seg selv, var La Crème Triple Usage, en multifunksjonell krem som renset, beskyttet og gav fuktighet til huden, Biotherm Cure, et tilleggsprodukt som tilførte næring når årstidene skiftet, og Bio-Main, en beskyttende og fuktende håndkrem.

Etter ønske fra ekteparet Marissal ble produktene først og fremst forhandlet gjennom franske apotek, og de første selgerne ble ansatt i selskapet i 1953.

På 1960-tallet lanserte Biotherm sin første solkrem, cellulittkrem og det som går for å være bransjens aller første oppstrammende krem for bysten.

I 1967 startet de dessuten med eksport, først til Belgia og deretter til den fransktalende Quebec-provinsen i Canada – hele tiden mens de aktivt promoterte termalkildene i Molitg-les-Bains.

Nye Blue Retinol Night Serum kombinerer den regenererende effekten av Life Plankton med retinol.

I 1970 ble selskapet kjøpt opp av L'Oréal, og den internasjonale etableringen skjøt fart. Et nytt hovedkvarter med tilhørende laboratorium ble innviet i Monaco under ledelse av Jeanine Marissal og den unge biologen Lucien Aubert, som ble hennes arvtager og høyre hånd.

I 1972 lanserte de ikke bare verdens første anti-rynke solpleieprodukt, men også den friske og lette kroppskremen Lait Corporel, som fremdeles er en internasjonal bestselger.

Et annet viktig punkt for Biotherm er hudpleie for menn. Med lanseringen av Biotherm Homme i 1985 skrev Lucien Aubert seg grundig inn i historien – det var verdens første hudpleieserie i sitt slag, og den er fortsatt markedsledende den dag i dag.

2022

Biotherm begynte på 1980-tallet å snakke ikke bare om termalkilder men om det åpne, salte havet, og det er også sånn de markerer 70-årsdagen. Sammen med den kjente, franske skipperen Paul Meilhat legger de ut på et nytt og spennende eventyr, de skal delta i 2024 Vendée Globe og holder på med å bygge en IMOCA60 konkurranseseilbåt.

Communications Project Manager Matilda Engström forteller at det slett ikke er første gang Biotherm inngår samarbeid med en konkurranseseiler. I 1982 deltok Florence Arthaud i La Route du Rhum som skipper på en 60 fots trimaran kalt Biotherm II, så her knyttes det bånd 40 år tilbake i tid.

– Samarbeidet mellom Biotherm og Paul Meilhat har dessuten et viktig formål. Det skal installeres sensorer i båten, som samler inn informasjon om havets tilstand. Disse dataene skal så brukes til forskning av vår nøkkelpartner Tara Ocean, sier hun.

Waterlover Sun Milk er Biotherms første svanemerkede solkrem. En kategori som har vært viktig nesten siden starten.

Fokuser på mersalg
og oppnå en høyere fortjeneste!

tips

De populære ansiktsmaskene fra when er det ypperligere mersalgsproduktet i din salong! Tilby kundene dine kvalitetsprodukter som supplerer behandlinger og øvrige produkter. Kontakt med happyskin for mer informasjon.

when forhandles i Norge av happyskin AS. Kontakt oss på: beate@happyskin.no

happyskin

The only skin identical product range in the world.

Perfection is when there is nothing more to add, and nothing more to take out.

SkinIdent hudpleieserien inneholder utelukkende ingredienser og vitaminer som forekommer naturlig i huden og kroppen. Dette gir en eksepsjonell kompatibilitet med huden og støtter hudens fysiologiske miljø. Dette er med andre ord som å behandle hud med hud.

The Magic of Multi-Layer Liposomes.

Liposomer er verdsatt for sine biologiske og liknende teknologiske fordeler. De anses til dags dato for å være det mest vellykkede leveringssytem for essensielle vitaminer og ernæring.

Dr.Baumann flere-lags (opp mot 12 lag) Liposomer er utviklet vitenskapelig for å overføre ingredienser gjennom huden og på en naturlig måte støtte strukturen i huden.

- Liposomer har kraftige anti-aldring og hudreparerende egenskaper.
- Leverer aktive ingredienser til basallaget i huden for å stimulere cellegjenvinning.
- Behandler målrettet hudproblemer.
- Forbedre hudens tykkelse
- Forbedrer hudens fuktighet med 100% på 7 dager.
- Beskytter hudens DNA.
- Styrker og støtter immunsystemet.
- Beskytter huden mot ytre påkjenninger.

Dr.Baumann Bionome Skincare.

Hudpleie som holder de unike Bionome (100% naturlig og økologisk) standardene, hudvennlig, miljøvennlig, dyrevennlig og vegansk. Alle ingrediensene i Dr.Baumann Bionome produktene er endemiske med huden, noe som betyr at stoffene i kremen forekommer naturlig i huden eller er kompatible med hudens struktur.

Ingredients count.
Jo nærmere ingrediensene samsvarer strukturen og komponentene i huden, desto mer effektive resultater.

DR. BAUMANN® SkinIdent® german swiss quality BIONOME® QUALITY

Dr. Baumann Bionome Skincare, is in 42 countries and finally in Norway.

Why choose Dr. Baumann?

Vi har den sunneste hudpleien på markedet (bare analyser ingrediensene). Produktene er de eneste Bionome hudkompatible og hudidentiske produktene i verden. Dette betyr at alle ingrediensene i produktene matcher komponentene som finnes naturlig i huden.
Det å behandle huden med sunne ingredienser og essensielle næringsstoffer, muliggjør oppbygging av friske celler og vev, som samtidig beskytter og gjenoppretter huden.

Alle hudtilstander kan løses.
Produktene er helt giftfrie og miljøvennlige.

Perfekt for et grønt og helsebevisst samfunn.

We'd love to meet you!

Bli med på workshop 13.,14. eller 15. oktober 2022.
Tid: 16:00-18:00
18:00-20:00

Kontakt:
Dora Hall, Clinic Medica AS
Alfheim 24, 1384 Asker, Norge

Mail: kjhall@online.no
Ring: 905 10768

Hver deltaker vil motta en gave av Dr. Baumann produkter til en verdi av Kr.1000

What are the Bionome Standards?

Produktene har Bionome standard, et registrert varemerke som betyr: fri for duft, fri for kjemikaler, fri for mineraloljer, fri for fargestoffer, det er kun hudidentiske eller hudkompatible ingredienser som brukes.

Våre produkter inneholder de samme næringsstoffene som kroppen trekker ut av ernæringen vår.

Produktene ble laget av to leger: Dr. med. Ernst Walter Henrich og Dr.rer.nat. Thomas Baumann fra Tyskland.

DR. BAUMANN® SkinIdent® german swiss quality BIONOME® QUALITY Made in Germany

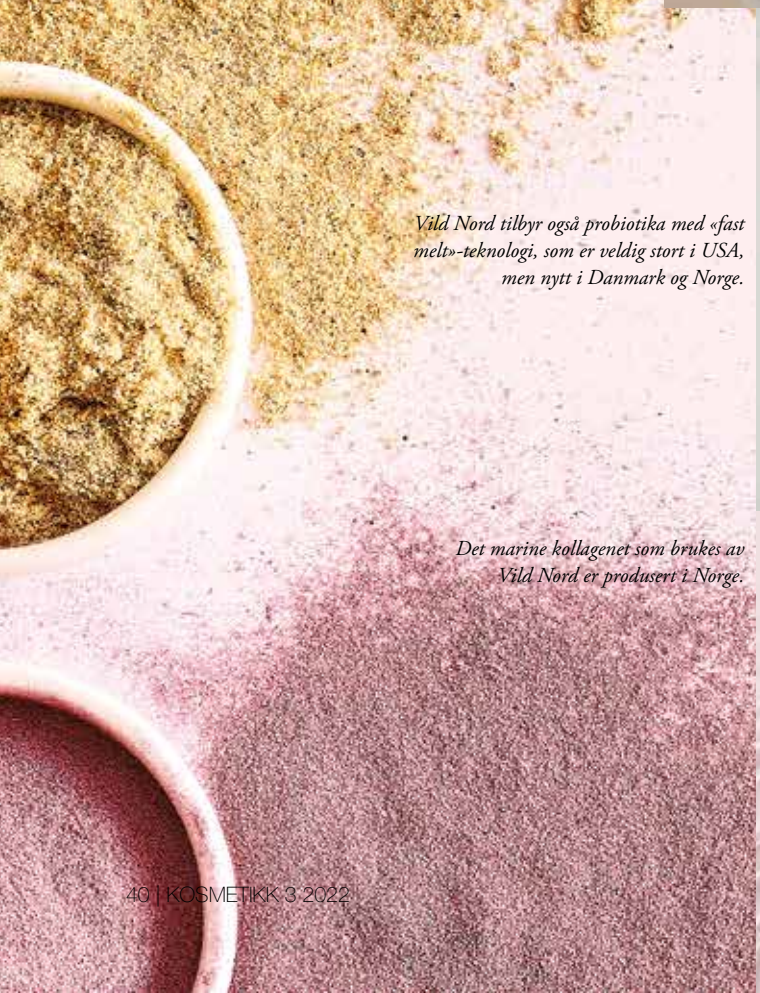
Store endringer i høst

Selskapet bak det norske merket Seagarden har kjøpt seg inn i danske Vild Nord med 60 prosent. Etter sammenslåingen har Vild Nord 23 ansatte totalt, ni av disse er i Norge. Prosessen innebærer at alle Seagardens produkter erstattes av Vild Nord, også i de ulike kjedene. Merkevaren blir på denne måten synlig i både helsekostbutikker, apotek og klinikker med forskjellige serier og produkter. Dette skjer nå i høst.

Exo Lab-serien for klinikker består av variantene Soft, Glow og Care.

– Klinikkene kan løfte sin omsetning ved å ha flere produkter å selge, i tillegg til behandlinger, sier Loa Gitz, COO i Vild Nord.

Det tilbys refillposer med pulver.



Vild Nord tilbyr også probiotika med «fast melt»-teknologi, som er veldig stort i USA, men nytt i Danmark og Norge.

Det marine kollagenet som brukes av Vild Nord er produsert i Norge.

Norsk-dansk fusjon

Norske Seagarden har slått seg sammen med danske Vild Nord, og lanserer nå den eksklusive linjen Exo Lab med kollagenpulver spesielt utviklet for klinikker.

Tekst: Kristine Rødland

Da Vild Nord lanserte seg på det danske markedet i 2019, benyttet de seg av Seagarden sitt marine kollagen, som produseres på den norske vestkysten. Allerede da var samarbeidet godt. Nå forsvinner Seagarden som merkevare til fordel for Vild Nord, som inntar norske helsekostbutikker, apotek og hudpleieklinikker med forskjellige produktlinjer basert på marint kollagen fra Norge.

– Kollagen fra villfanget torsk er en eksklusiv råvare, det finnes faktisk ingen andre leverandører i vår del av verden. Det har hele tiden vært en god synergi mellom våre to selskaper, og da Seagarden ville fusjonere med oss, hadde vi en felles drøm om å bringe dette kollagenet ut i verden, forteller Loa Gitz. Hun er COO i Vild Nord, med ansvar for produksjon og produktutvikling, kvalitet og markedsføring, og har vært med i firmaet fra starten.

Vild Nord er sterke på det konseptuelle. De benytter seg av delikate farger som pynter opp og skaper gjenkjennelighet, og tror at man som forbruker både husker og «spiser» med øynene.

– Fargebruken understøtter vår fortelling om nordiske ingredienser. Vi benytter for eksempel tindved, blåbær, multer og økologisk grønnkål i de ulike produktene i Hydro Lab-serien, og vi oppmuntrer forbrukerne til variasjon. De forskjellige produktvariantene gir forskjellige opplevelser, og ingrediensene gir farge til både pulver og emballasje.

Loa Gitz forteller at det parallellt med korona ble en større etterspørsel etter kollagen, og at danske hudklinikker begynte å bli veldig interesserte i Vild Nord.

– De ville selge våre produkter, ha dem som en del av sin inntjening, og vi fikk hurtig 150 klinikker i Danmark. Men vi selger først og fremst i store kjeder som Matas. Derfor begynte vi å utvikle en egen produktserie kun til klinikker. Vi gikk grundig til verks med fokusgrupper og undersøkelser blant kundene som gjerne går til klinikkene, og fant ut at vi skulle fokusere enda mer på hud, hår, negler – og effekt.

Resultatet ble serien Exo Lab, som består av tre ulike kollagenvarianter kalt Soft, Glow og Care. De er enkle å bruke, lette å drikke og en fryd for øyet, med sine fargekoder i pasteller og detaljer i gull.

– Exo Lab selges kun i klinikker. Produktene kommer i vakre metallbokser som kan gjenbrukes, boksene er laget i Frankrike mens produksjonen ellers foregår i Danmark. Vi tilbyr refill-poser, og forsøker å minimere distanser og transport, sier Loa Gitz.

Exo Lab-produktene understøtter selvforståelsen til klinikkundene. Det dreier seg om pampering, det å passe på seg selv.

– Man har det travelt, men må ha små pustehull i hverdagen. Noe det også handler om når man går til en klinikk, man legger seg ned på benken og blir «som ny» igjen, utdyper hun.

Markedsundersøkelsene avslørte også en annen vesentlig forskjell på helsekostkunder og klinikkunder:

– Klinikkunder er mindre opptatt av å blande kollagenpulver i mat og drikke, så når det gjelder Exo Lab, skal det kun tilsettes vann.

Produktene klassifiseres som kosttilskudd med ekstra innhold av vitaminer, mineraler og andre hudpleiende ingredienser. Det er 250 klinikker og spa-hoteller i Danmark som selger dette nå, og rundt ti så langt i Norge, deriblant The Well. Vi er på vei inn i det norske markedet, og opplever også etterspørsel fra Europa og Emiratene, forteller Loa Gitz, COO i Vild Nord.

Kollagenprodukter fra Hydro Lab-serien, som primært selges i kjeder.

Makeupserien Sandstone kan også være aktuell for parfymerier og hudpleiesalonger.

It's a 10 Haircare har appell til unge, og har lenge bare vært i USA.

Økologiske produkter fra Original & Mineral (O&M) i Australia.

Fullt trøkk for Icon

Icon Hairspa tok sats under pandemien med nye eiere og ny sjef. Cecilie Maria Torvik har store planer for selskapet, som er en totalleverandør av profesjonelle produkter til salongmarkedet.

Tekst: Kristine Rødland

Med base i Larvik leverer Icon Hairspa produkter, rekvisita og elektrisk verktøy til salonger i hele Norge. Fremover vil de også satse mer mot retail. Porteføljen inkluderer økologiske produkter fra Oway og australske O&M, samt merker som Living Proof, Organic Hairspa og Zenz. I tillegg har de nylig lansert It's a 10 Haircare, som er en kultserie fra USA.

– Det hele er veldig spennende. Frisørbransjen er kvinnedominert, men når man ser på lederne, så er det stort sett menn. Jeg har jobbet i Icon en stund, og tidligere i Enkelt og Greit med merket Oway, har også erfaring fra Wella og er utdannet frisør, forteller daglig leder og medeier i Icon Hairspa, Cecilie Maria Torvik.

Hun kjøpte Icon sammen med to investorer i Kristiansand, Terje Klungland og Einar Brandsdal, og 20. juni 2021 tok de over offisielt.

– Jeg har en god eierandel i dette, og tror jeg er den første kvinnen i Norge som både er på eiersiden og er daglig leder i et slikt selskap. Vi har en ganske flat struktur og et godt team, har ansatt flere nye selgere og er nå 14 stykker til sammen.

Icon har gode merker i bunnen og en god profil, men ser hele tiden etter hvor vi mangler noe, sånn at vi kan være en totalleverandør. Det handler mye om relasjoner både når det gjelder hud og frisør, vi må ut og snakke med folk, fortelle hvem vi er – og tørre å ha selgere på veien, sier hun.

Noen endringer har det også blitt i porteføljen, og de har fått agentur for nye merkevarer.

– Det danskproduserte sminkemerket Sandstone har for eksempel erstattet Nilens Jord, som har lagt en ny strategi og derfor ville helt ut av Norge. Her kan vi tilby allergivennlig, kortreist og trygg makeup av god kvalitet, og som ikke blir for dyr. Sortimentet er tilrettelagt slik at det er enkelt for frisører og hudpleiere å lykkes med merket.

Fokuset vårt i år er kurs og utdanning, det er kjernen i vårt fag. Jeg tror og håper at vi skal klare å skille oss ut, ved å virkelig være på frisørens lag. Jeg har også vært med og drevet salonger, og vet hvor tøft det er, sier Cecilie Maria Torvik fra Icon Hairspa.

Terje Klungland, Cecilie Maria Torvik og Einar Brandsdal kjøpte Icon Hairspa i 2021.

natural beauty SHOW

eco living SCANDINAVIA

16-17 NOVEMBER 2022
MalmöMässan Sweden

> **"Inspirational event! It's exciting to meet brands and learn about new products and trends in the market."**
>
> FAGBLADET KOSMETIK APS

THE **ESSENTIAL TRADE EVENT** FOR ORGANIC & SUSTAINABLE PRODUCTS

This is your chance to discover thousands of local and international products, network with your industry colleagues and hear the latest trends and research.

REGISTER FOR YOUR **FREE TRADE TICKET**

SCAN HERE

ALSO INCORPORATING:

natural health SHOW

free from TRAIL

plant based SHOW

FRIENDS OF THE SHOW

KRAV · Organic Sweden · Organic Denmark · Pro Luomu · life · Svensk Egenvård · IFOAM Organics Europe

3 friske dufter
1. BDK Parfums Citrus Riviera (kr 1600/100 ml).
2. Nishane Ege Extrait de Parfum (kr 2050/50 ml).
3. Roja Parfums Elysium Pour Homme Parfum Cologne (kr 2950/100 ml).

LIDENSKAP FOR DUFT

Talwar Group drives av brødrene Manmeet og Harpreet Singh, som er født og oppvokst i Norge med indiske røtter. Sakte, men sikkert har de bygget opp en spennende portefølje med blant annet 11 nisjeduftmerker.

Tekst: Kristine Rødland

Talwar Group startet opp som distributør innen nisjeduftsegmentet i 2016, med et mål om å tilby retail-markedet i Skandinavia et større utvalg av nisjeduftmerker. Brødrene hadde lenge selv vært interesserte i denne typen dufter, som de samlet på før de bestemte seg for å gå inn i bransjen.

– Vi er født og oppvokst i et hjem med røkelse, og ikke minst med matlagingen til mor, med alle disse duftende ingrediensene som faktisk brukes i parfymeri. Det er også mye av bakgrunnen for at vi begynte med dette.

Virksomheten startet ved at vi hadde interesse for nisjedufter, som vi likte å kjøpe da vi var i utlandet. Vi måtte reise for å få tak i mange av disse duftene, dermed oppdaget vi et hull i markedet. Det er vel snart 15 år siden vi fant ut at vi ville gjøre noe med det, forteller Manmeet Singh til KOSMETIKK.

Talwar Group har i dag en stadig voksende portefølje av dufter under sin paraply, og er representert på varehuset NK i Stockholm med to, snart tre, duftmerker.

– NK har en flott duftavdeling, og er som et mini-Harrods for Norden. Vi har også noen forhandlere i Oslo, blant annet Beth's Beauty, som vi har jobbet med en stund. Vi har bygget opp porteføljen med ett og ett merke om gangen, og tilpasset oss behovene i Norden.

Markedet for nisjeduft er fortsatt ganske smalt i Norge, men i Sverige har Talwar Group en kundegruppe som er litt mer erfaren.

– De er etniske svensker, men kjøper veldig komplekse dufter som man kanskje bare skulle trodd ville fungert i Midt-Østen eller Asia. Etter hvert som man holder på med dette, blir nesen mer trent, smaken utvikles, og man får stadig nye favoritter. Det er det som er så fascinerende, og vi ser at folk i Norge også begynner å få mer sansen for komplekse dufter, sier Manmeet Singh.

Nye merker velges ut fra en rekke faktorer, blant annet skal de tilfredsstille de forskjellige behovene som skandinaviske kunder har. Manmeet og Harpreet Singh bruker mye tid på å formidle kunnskap om de ulike duftmerkene i porteføljen, og de forskjellige aspektene som skiller nisjeduftene fra de mer kommersielle duftene som finnes på markedet i dag.

– Nå som stadig flere innkjøpere får opp øynene for nisjeduftsegmentet, er utdanning og informasjon spesielt viktig. Uten helt å vite hva dette er og hvordan det vil passe inn i kundeporteføljen, kan veien til det ønskede målet bli noe vanskelig, sier Manmeet Singh.

For å lykkes innen nisjeduftsegmentet, mener han det er viktig å bruke mye tid med kundene og informere godt rundt duftene de ønsker å prøve, slik at de ender opp med å velge den riktige duften for seg selv.

– Det fine med duft er at det ikke finnes noe som er rett eller galt. Duften som én kunde misliker er kanskje favoritten til en annen. Så i dette segmentet er det om å gjøre å ha et bredt utvalg av dufter, slik at man kan tilfredsstille sine kunder. Man bør tilby alt fra lette og fruktige blomsterdufter til tyngre og litt mer krydrete dufter, sier han.

Manmeet Singh driver Talwar Group AS, som spesialiserer seg på nisjeduft, sammen med sin bror Harpreet.

Harpreet Singh.

Selv om nisjeduftsegmentet er mindre i størrelse enn det kommersielle duftsegmentet, har det et bredere utvalg av dufttyper, siden spillerommet og friheten til å kunne eksperimentere med ingredienser er så mye større. For å gjøre det enklere for kundene å navigere, deler Talwar Group utvalget av nisjeduftmerker inn i tre forskjellige grupper:

– Den første gruppen består av nisjeduftmerker som er lettere å komme i gang med. De er basert på «kjente» ingredienser, fremstår mindre utfordrende, og ligger i et prissegment som er enklere å tilby. Typiske merker i denne gruppen er Rosendo Mateu eller BDK Parfums, for å nevne noen.

Disse merkene er spesielt viktige for å tiltrekke nye kunder, og passer godt for de som ønsker å starte opp med nisjeduft i for eksempel sin skjønnhetssalong for første gang.

– Mange innkjøpere undervurderer gjerne viktigheten av disse merkene. Duft er fremdeles veldig nytt i Norden, sammenliknet med andre land i Europa og i andre deler av verden, men alle undersøkelser og statistikker viser til at det er et område som stadig øker, og som har et enormt potensiale i mange år fremover.

Den neste gruppen av nisjeduftmerker er den de aller fleste slike merker faller inn under.

– Dette er dufter som skiller seg klart ut fra de kommersielle duftmerkene som finnes på markedet, og som tilbyr sine brukere noe helt unikt og spesielt. Hvert dufthus i denne gruppen skiller seg igjen fra de andre, så her er mulighetene mange. Vi hjelper til med å selektere de ulike dufthusene og duftene som passer hvert enkelt konsept og deres kundebase best. Merker i dette segmentet er for eksempel Nishane og The House of Oud, forklarer Manmeet Singh.

Til slutt har vi den gruppen av dufter og merker som representerer det ultimate av kvalitet innen nisjeduftsegmentet.

– Dette er merker som kun finnes på de mest eksklusive steder i verden. De har ikke spart på noe, og bruker verdens dyreste naturlige ingredienser fra øverste hylle. Roja Parfums og Fragrance du Bois er eksempler på merker i dette segmentet, og passer for de som ønsker kun det beste markedet har å tilby.

For å illustrere, trekker Manmeet Singh frem tre friske dufter fra tre forskjellige nisjedufthus.

– Alle disse duftene er meget populære, men de har forskjellig prissegment og hver sin måte å presentere en frisk duft på. De er på ingen måte like. Citrus Rivera fra BDK Parfums tilhører da den første gruppen av nisjedufter, Ege Extrait Parfum fra Nishane hører hjemme i den andre gruppen, mens Elysium Pour Homme fra Roja Parfums representerer toppsjiktet, forklarer han.

Men nisjedufter er ikke nok, i det siste har Talwar Group også begynt å utforske andre produktsegmenter som hud- og hårpleie.

– Her er derimot utvalget i Norden meget stort fra før, så vi har brukt god tid på å velge de ulike merkene vi tilbyr. Vi har den prisbelønnede hudpleieserien Ilāpothecary, som er produsert i Storbritannia og har kraftige, avhjelpende ingredienser.

Formuleringene til Ilāpothecary er laget for å motvirke urbane stressfaktorer, miljømessig og digital forurensning, mentalt stress, hormonell ubalanse og kroppsutmattelse. I en moderne tid med mye tid foran PC-skjermen, og ikke minst hvordan ting har blitt med mye hjemmekontor, er hovedfokuset til denne serien å kombinere hudpleie med indre velvære.

Ingrediensene som er valgt skal ikke bare hjelpe huden, men også virke stressdempende og jobbe med det indre. Det fine med denne serien er også at den er unisex, og i en tid der stadig flere menn blir interessert i hudpleie, er dette godt tatt hensyn til.

Vi har også hudpleiemerket Frame, som har bærekraft og miljø i sentrum, og et veldig høyt fokus på kvalitet. Her gjøres alt fra dyrking av ingredienser til forskning og forpakninger «in-house», noe som gjør at de har full fleksibilitet og total kontroll over kvaliteten.

Serien blir nærmest skreddersydd for forbrukeren. Filosofien er basert på forebygging, gjenoppretting og vedlikehold, og de tilbyr også Y-roller og andre typer verktøy for huden, forteller Manmeet Singh fra Talwar Group.

Ilāpothecary kombinerer naturlig hudpleie med indre velvære.

The House of Oud.

Talwar Group ønsker å tilby noe nytt innen hudpleiesegmentet, som merket Frame.

Belladot dreier seg om sensualitet og velvære. Konseptet er svensk, men distribueres av norske Strindberg, her representert ved Danielle Soeiro.

Bonne er vitaminrike «skjønnhetsdrikker» utviklet av hudterapeuter, som også driver salongen Min Hud.

Hudterapeut Kate Bergvik har startet Norrskin – naturlig hudpleie som hyller Sveriges ulike landskap. Først ut er Hälsingland, med produkter basert på linfrøolje.

SVENSK GRÜNDERSKAP

Det bobler og syder i vårt naboland! Stockholm Beauty Week kunne by på spennende møter med småskalaprodusenter og merkevareeiere. To norske utstillere var også på plass – Strindberg og Dermelie, som nå ruller ut Green Peel i Sverige. Her er noen glimt fra messen.

Tekst: Kristine Rødland // Foto: Katriina Mäkinen/Stockholm Beauty Week

Gabrielle Andersson og Dilnia Redar står bak Lash Gallery, som også har norske kunder.

Lisen Lundgren, Madicken Folke og Maria Forssén er arrangører av Stockholm Beauty Week, og planlegger et nytt event i november.

Julie Lindh gjør seg bemerket med sine hudpleieprodukter og verktøy i New York.

CBD-basert hudpleie er stikkordet for det svenske merket Luceo.

Det nye hudpleiemerket Saga of Idun benytter seg av alger fra den svenske vestkysten.

Janne Rainer Vuorenmaa driver nisjedufthuset Visiteur.

Ann-Kristin Stokke, Kirsten Tveit og Stig Henriksen er eiere av Skintific, som distribuerer Dermalogica.

25 år i Norge

Tenk, nå er det et kvart århundre siden Dermalogica ble lansert her til lands!

Tekst: Kristine Rødland
Foto: Marie Wolla og Kristine Rødland

Jubileet ble feiret nøyaktig på lanseringsdagen, 31. august, i selskap med gode kunder og samarbeidspartnere. Distributøren Skintific vartet opp med en perfekt miks av underholdning, mimring, deilig mat og faglig påfyll.

Hudpleiemerket har sine røtter i The International Dermal Institute, en skole utenfor Los Angeles som ble grunnlagt av Jane Wurwand i 1983. Tre år senere kom de første produktene på markedet.

Med fokus på hudhelse og «clean skincare» har Dermalogica stadig ligget i forkant, og introdusert konsepter og begreper som med tiden nærmest har blitt dagligkost i bransjen. De er også kjent for sitt Ekspertprogram, og hjelper gjerne hudklinikker med å bygge bedre business.

Fremover blir det i tillegg mer oppmerksomhet på medisinske hudbehandlinger.

Under jubileet ble det presentert nyheter som Light Energy Masque, som forsterker resultatet av LED-lysbehandling, samt Pro Restore, som reduserer nedetiden og aktiverer hudens sårhelingsprosess ved bruk av microneedling, peeling, plasmalys, laser og IPL. En egen Pro Pen for microneedling er faktisk også like om hjørnet.

Nye Light Energy Masque skal brukes sammen med LED-lysbehandling.

ANNONSE

INFRACYTE

Retinol Plus Smoothing Cream forbedrer hudteksturen, jevner ut og stimulerer kollagensyntesen. Inneholder både liposomal retinol og vitamin E, som er en sterk antioksidant. Virker oppstrammende og ikke minst positivt på linjer og rynker. Regenererende. Passer for normal til tørr hud. Ta kontakt for introduksjonstilbud (veil. pris kr 950/30 g).

Cosmederm Methods AS
post@cosmederm.no

INFRACYTE

Illumin-Eyes Micro HA Filler Patch er øyemasker med små mikronåler laget av hyaluronsyre. Ha øyemaskene på i minst 1-2 timer, men gjerne helst over natten. «Nålene» absorberes inn i huden og etterlater den glattere, jevnere og med mer glød. I tillegg til fuktighet inneholder maskene superingredienser som retinol, vitamin C og botulinum polypeptide – 8 aktive ingredienser sørger for foryngende resultat på tørr hud, fine linjer og rynker (intropris kr 500/2 par).

Cosmederm Methods AS
post@cosmederm.no

INFRACYTE

Eye Refining Matrix er en øyekrem til både dag og natt med retinol og hyaluronsyre. Passer alle hudtyper. Reduserer både mørke ringer og rynker. Gir mye fuktighet, jevner og glatter ut. Nytt liv til trette øyne. For optimalt resultat kombineres øyekremen med *Illumin-Eyes Micro HA Filler Patch* annenhver uke. Ta kontakt for introduksjonstilbud (veil. pris kr 750/15 g).

Cosmederm Methods AS
post@cosmederm.no

COOLA

Day SPF 30 & Night Eye Cream Duo, for det mest delikate området i ansiktet. En økologisk øye-duo med banebrytende formler, som sammen skaper en perfekt beskyttelse døgnet rundt! Med BlueScreen Digital De-Stress Technology hjelper den også med å bekjempe effektene av blått lys, stress og utmattelse. Den vitaminfylte dagkremen beskytter med SPF 30 og hjelper med å redusere fine linjer, mens nattkremen er proppfull av resveratrol og hjelper med å gjenopplive stresset hud over natten. Passer alle hudtyper og kan brukes året rundt (veil. pris kr 599/30 ml).

Hexa AS
Tlf: 73 83 37 60
hexa.no

BAREMINERALS

Endelig tilbake etter høy etterspørsel, og nå en del av standard sortiment i Norge. *Gen Nude Blonzer Blush + Bronzer* er et innovativt hybridprodukt der blush møter bronzer. Den silkemyke, talkumfrie formuleringen gir deg gløden som om du har vært en dag på stranden. Det byggbare 2-i-1-produktet er beriket med mineralbaserte, lysreflekterende perler som smelter inn i huden, for et resultat som varer hele dagen. Finnes i tre nyanser (veil. pris kr 410).

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

KALAHARI

Solar Defence Fluid 50 er en tynn, flytende fluid som gir komplett spektrumbeskyttelse mot UVA, UVB, HEV og IR-A stråler. Inneholder kraftige antioksidanter som beskytter huden og stimulerer kollagenproduksjonen. Produktet er vanntett opptil tre timer, og passer for alle hudtyper. Spesielt ideelt for deg med en sensitiv hud, som har rosacea eller bruker mye tid foran PC-skjerm og mobiltelefon (veil. pris kr 658/50 ml).

Thorsen Biovital AS
Tlf: 64 97 40 60
post@biovital.no

DR. SCHRAMMEK

Dr. Schrammek lanserer en spennende nyhet denne høsten! *Soothing SOS Fluid* er et serum med umiddelbart beroligende egenskaper som demper rødhet, inflammasjon og stress i huden ved hjelp av ekstrakt fra blant annet kamille, lakrisrot, centella asiatica og rosmarin. Serumet styrker en svekket og irritert hud med fuktighetsgivende, barrierestyrkende og beskyttende ingredienser som aloe vera, squalan og CM-glucan forte. Lett konsistens som passer alle hudtyper. Must-have førstehjelp ved sensitivitet (veil. pris kr 890/50 ml).

Dermelie AS
post@dermelie.no

ALEX COSMETIC

The Cactus er en botanisk fast olje som gir en intensivt næret og sunn følelse. Den fyller opp hudens lipid- og fuktighetsdepoter, danner en lett okklusiv barriere, reduserer transepidermalt vanntap og forbedrer fuktighetslageret. Overflateteksturen jevnes ut, fine linjer og rynker mykes opp, tørrhet forhindres, sensitiv og irritert hud lindres og skader forårsaket av UV-stråling reduseres. Huden føles fastere og strammere, og beskyttes mot negative ytre påvirkninger (veil. pris kr 1929/50 ml).

Max Beauty AS
Tlf: 950 41 666
post@maxbeauty.no

RÅ SKINCARE

Kime Barrier Protective Balm har en luksuriøs, vannfri formulering basert på 2 % Sytenol® A bakuchiol. En potent ingrediens som har sitt utspring i retinol-resultatbasert bioteknologi, som stimulerer cellefornyelsen og fremmer en jevnere hudstruktur med en naturlig frisk glød. En fantastisk natt- og vinterkrem som både er parfymefri og vegansk (veil. pris kr 1490/50 ml).

RÅ Skincare
amanda@raskincare.no

REAL TECHNIQUES

Real Techniques® lanserer i høst sin første kolleksjon med hudforbedrende verktøy. Med *Skinimalist Collection* har du alt du trenger for å rense, eksfoliere, behandle & klargjøre huden før påføring av makeup. Kolleksjonen består av *Reusable Makeup Remover Pads*, *Face and Brow Razors*, *Cryo Sculpt Facial Roller*, *Primer Facial Skincare Brush* og *Skincare Brush Duo*. Kostene er utstyrt med en liten stålskje i enden, for en hygienisk påføring av produkt. Et absolutt must for enhver skincare junkie.

Aspire Brands AS
info@aspirebrands.no

BABY FOOT

Nyhet fra Baby Foot – *Cleansing Foot Soak*. Rengjørende fotsalt med naturlige saltkrystaller som frisker opp trøtte og ømme føtter. Fotsaltet har en behagelig og oppløftende duft av sitrus. Papain enzym, som er avledet fra papaya, jobber aktivt for å fjerne smuss og skitt fra føttene, samtidig som huden blir ren og myk. Et avslappende fotbad øker blodsirkulasjonen og gjør eksfolieringen av døde hudceller enklere og mer effektivt. Det anbefales derfor å ta et lunt fotbad før peelingbehandling. Et perfekt tilskudd til fotpleierutinen (veil. pris kr 125/250 g).

Mentellow Beauty Brands
Tlf: 908 61 288
info@mentellow.com

BROWGAME COSMETICS

Få «brow lift»-looken med den nye *Instant Brow Lift Wax*. Voksen er enkel å påføre, og holder brynene på plass hele dagen. Formuleringen gir et langvarig resultat med godt hold, for å gi deg fyldige og definerte øyebryn. Voksen er transparent og passer til alle hudtoner og brynsfarger. Formuleringen er vegansk og cruelty-free (veil. pris kr 219/15 g).

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

SKINBETTER SCIENCE

Spennende nyhet fra Skinbetter Science! Nye *Alto Advanced Defense and Repair Serum* inneholder to patenterte antioksidantteknologier som beskytter mot indre og ytre stressfaktorer. Vitamin C og E, pluss hele 17 andre antioksidanter, jobber målrettet med å bekjempe frie radikaler og styrke hudfornyelsen (veil. pris kr 1995/30 ml).

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

SOTHYS PARIS

To ganger årlig kommer Sothys med en ny «sesongbehandling» med tilhørende salgsprodukter. Høsten og vinterens nye *Seasonal Oxygenating Treatment* gir huden avgiftning, bedrer cellenes evne til å bekjempe skader fra oksidasjon og ruster huden med kraften fra mineraler. Den suppleres med produktserien *Goji Berries Orange*, som består av rens, dusj-bodylotion og leppepomade med friske dufter og aktive ingredienser fra appelsin og gojibær.

Cosmenor AS
Tlf: 22 20 99 90
post@sothys.no

THUYA PROFESSIONAL LINE

Et revolusjonerende produkt i øyesektoren: *Lash Filler Btx*!
En eksklusiv behandling formulert for å forynge, hydrere, gjenoppbygge og forsterke naturlige øyevipper.
Lash Filler Btx fungerer som en regenerativ injeksjon i øyevippene, og forhindrer og reduserer hårtap i tillegg til å stimulere veksten. Behandlingen penetrerer hårets struktur for å styrke og nære det, og etterlater fyldigere og fastere vipper. Her får du de beste naturlige ingrediensene som gir det beste resultatet: Curcuma longa, regenereringskompleks, keratin og hyaluronsyre.

Nordic Trend Group AS
Tlf: 928 80 273
kundeservice@nordicbeautytrend.no

MERKEVAREREGISTER

A

A Dog Says Woof/Verdant
Advanced Nutrition Programme/Skintific
aesthetic line/Cosmedic
AFAs Amino Acids/Cosmederm Methods
Akileine/Thorsen Biovital
Alex Cosmetic/Max Beauty
Algologie/Amazing Brands
Amouage/TMC Nordic
Anatomicals/J. Nordström Handels
ANDA/KFI Spa Management
Andrea/Aspire Brands
Antibac/Thorsen Biovital
Apivita/Dermanor
Apotheke/Cosmedic
Aqua Peel/Beauty Products
Aramis/E. Sæther
Ardell/Beauty Products
Ardell/J. Nordström Handels
Aurelia/Dermanor
Azzaro/E. Sæther

B

Babor/Tjøstolvsen
Backscratchers/NeglAkademiet
Balenciaga/E. Sæther
Barber Pro/Klinikkshop
Bare Feet/Amazing Brands
bareMinerals/Dermanor
Batiste/Aspire Brands
BB Glow Ceuticals/Calma Beauty
BDK Parfums/Talwar Group
Beauty Pro/Klinikkshop
Belmacil/Skintific
Bentlon/Thorsen Biovital
Beplain/Apini
B-Feet & Hands/Cosmederm Methods
Bidwell Botanicals/Cosmederm Methods
Bioaroma Essential Oils/Cosmederm Methods
Bioelements/Cosmederm Methods
Biomer Cosmetics/Max Beauty
BioSil/Fred Hamelten
Bioslimming/Beauty Products
Bio-Therapeutics/Skintific
Biovital/Thorsen Biovital
Bottega Veneta/E. Sæther
Brassybra/Hexa
Britney Spears/E. Sæther
Brow by Mii/Beauty Products
Brow FX/Calma Beauty
Browgame Cosmetics/Dermanor
Bulldog Skincare/The Hair&Body Company
Burberry/E. Sæther
Burt's Bees/Apini
Buxom/Dermanor
Bye Bye Blemish/Beauty Products
By Sophia/NOR Cosmetics

C

Calvin Klein/E. Sæther
Camillen 60/Thorsen Biovital
Careblend/Skintific
Carlton Professional/Skintific
Carlton Wax/Skintific
Carven/Amazing Brands
Casmara/Cosmedic
Caudalie/HOB House of Brands
CaviCide/NeglAkademiet
Cera/Icon Hairspa
Charles Worthington/Beauty Products
China Glaze/J. Nordström Handels
Chloé/E. Sæther
Chocolat Essentiel/Fred Hamelten
Christina Aguilera/E. Sæther
Clean&Easy/Beauty Products
Clean Up/HOB House of Brands
Clinisept+/HBS Nordic
CND/NeglAkademiet
Collistar/J. Nordström Handels
Coloran/J. Nordström Handels
Comfort Zone/Verdant
Coohé/HOB House of Brands
COOLA Suncare/Hexa
COSRX/Apini
Costume National/TMC Nordic
Cotoneve/Beauty Products
Cutex/E. Sæther

D

Dapper Dan/Icon Hairspa
Darphin/Beauty Products
Davidoff/E. Sæther
Davines/Verdant
Daylight/Skintific
Decoderm/Armonia Beauty
Deonat/J. Nordström Handels
Depend/Depend Norge
Depilar System/Klinikkshop
Depilève/NeglAkademiet
Dermalogica/Skintific
Dick Johnson/Icon Hairspa
Dibi Milano/Armonia Beauty
Dikson/Icon Hairspa
DKNY/E. Sæther
DMK/Hexa
Donna Karan/E. Sæther
Dr Dennis Gross Skincare/Innovell Beauty
Dr. Hauschka/TMC Nordic
Dr. med. Christine Schrammek/Dermelie

E

Ecooking/Letsfaceit Nordic
EcoTools/Aspire Brands
Elemis/Dermanor
Eleven Australia/Verdant
e.l.f. Cosmetics/HOB House of Brands
Elizabeth Arden/E. Sæther
Elizabeth Taylor/E. Sæther
EMANI/B4K Skincare Scandinavia
Éminence Organics/Innovell Beauty
Enerpeel/Cosmederm Methods
Escada/E. Sæther
Exuviance/HBS Nordic
Exuviance Professional/HBS Nordic

F

Famous Names/NeglAkademiet
Fan Palm/Icon Hairspa
FeetForm/Thorsen Biovital
Fenty Beauty/E. Sæther
Fiberwig/J. Nordström Handels
FILA/Dermanor
Filtronic/NeglAkademiet
Focus pinsett/Cosmedic
Forlle'd/Cosmedic
Formula 10.0.6/Aspire Brands
Fragrance du Bois/Talwar Group
Frame Cosmetics/Talwar Group
Fred Hamelten Norway/Icon Hairspa
Fred Hamelten Norway/Fred Hamelten
Fred Hamelten Norway/Skintific

G

Gamma Più/Icon Hairspa
Gatineau/Klinikkshop
Gehwol/Tjøstolvsen
Gentlemen's Tonic/Skinthal
Gigi/Beauty Products
Giorgio Beverly Hills/E. Sæther
Glo Skin Beauty/Cosmedic
Grande Cosmetics/Dermanor
Grecian Formula/Letsfaceit Nordic
Gucci/E. Sæther
Guinot/Beauty Products

H

Hair Rituel by Sisley/Sisley
Happyskin by Professionals/Happyskin
Harmony/Beauty Products
Héliabrine/Thorsen Biovital
Heliocare/HBS Nordic
Henné Organics/Hexa
HFL Laboratories/Thorsen Biovital
HiBrow/Calma Beauty
Histoires de Parfums/TMC Nordic
Hive of Beauty/Klinikkshop
Hufs/Icon Hairspa
Hugo Boss/E. Sæther

I

Ida Warg Beauty/Letsfaceit Nordic
IDUN Minerals/Letsfaceit Nordic
iKOU/Skintific
Ilapothecary/Talwar Group
I Love Beauty/NOR Cosmetics
imix/Neglakademiet
Imperium Henna/Nordic Trend Group
ImPRESS/Dermanor
Indeed Labs/NOR Cosmetics
INIKA Organic/Vitalkost
Initio/TMC Nordic
Innopen/Beauty Products
Intraceuticals/Beauty Products
Ionto-Comed/Skintific
Isle of Paradise/Aspire Brands
It's a 10 Haircare/Icon Hairspa

J

Jane Iredale/Skintific
Jett Plasma/Cosmederm Methods
Joewell/Icon Hairspa
John Frieda/E. Sæther
John Varvatos/E. Sæther
Juicy Couture/E. Sæther
Jurlique/TMC Nordic
Just for Men/Letsfaceit Nordic
Just Wax/Klinikkshop

K

K18 Hair/Verdant
Kalahari Lifestyle/Beauty Products
Kathleen Kay/Isaksen & Co
Kelemata PL3/Isaksen & Co
Kerstin Florian/KFI Spa Management
Kevin Murphy/Verdant
KISS/Dermanor
Kissed by Mii/Beauty Products
Kokoso Baby/Apini
Kristin Ess Hair/Amazing Brands
Kylie by Kylie Jenner/E. Sæther
KVD Beauty/E. Sæther

L

LaBeeby/Klinikkshop
Lacoste/E. Sæther
Ladyinwhite/NeglAkademiet
La Prairie/E. Sæther
Lash Addict/Cosmederm Methods
Lash FX/Calma Beauty
Lash Perfect/Calma Beauty
LashUS/NeglAkademiet
Laufwunder/Skintific
Laveria Lashes/NeglAkademiet
Lecenté/NeglAkademiet
Light Elegance/NeglAkademiet

Lily Lolo/Letsfaceit Nordic
Ling/HOB House of Brands
LiP SMACKER/Letsfaceit Nordic
Lipsmart/Dermanor
Little Green/Beauty Products
Living Proof/Icon Hairspa
LORAC/Letsfaceit Nordic
L'Oréal Professionnel/Thorsen Biovital
Lova Skin/Dermanor
Lumene/E. Sæther
Luscious Lips/Cosmederm Methods
Lytess/Beauty Products
Löwengrip/Dermanor

M

Maison Rebatchi/Talwar Group
Marc Jacobs/E. Sæther
Margaret Dabbs London/Amazing Brands
Maria Åkerberg/Isaksen & Co
Marina Miracle/Marina Miracle
Markwins/Letsfaceit Nordic
Marvelash/Klinikkshop
Marvelbrow/Klinikkshop
MaskerAide/NOR Cosmetics
MASQ+/Cosmedic
MASQ+/Powerlite
MasqueBar/Aspire Brands
Masque Milano/Talwar Group
Massugu Shears/Icon Hairspa
Master Brush/Cosmedic
Matis/Dermanor
Max Factor/E. Sæther
M-Ceutic/Skinthal
Medicalia/B4K Skincare Scandinavia
Michael Kors/E. Sæther
MicroGold/Beauty Products
Mii Cosmetics/Beauty Products
Milano Fragranze/Talwar Group
Miller Harris/Amazing Brands
Milluminate/Axion Distribution
Mini Mani Moo/J. Nordström Handels
Miss Kay/Beauty Products
Miu Miu/E. Sæther
Mr & Mrs Tannie/Dermanor
Mugler/E. Sæther

N

NADplus+/Beauty Products
NailLux/Klinikkshop
Nair/Aspire Brands
Naturalash/Klinikkshop
Natural Honey/E. Sæther
N.C.P./Dermanor
Needling System/Cosmederm Methods
Neostrata/HBS Nordic
Nimue/Beauty Products
Niod/Dermanor
Nishane/Talwar Group
NISIM/Dermanor
NKD SKN/Hexa
Nordic Body Sugaring/Nordic Trend Group
Nordic Superfood/HOB House of Brands
Nouba/Innovell Beauty
Noughty/Aspire Brands
Nouveau Contour/NeglAkademiet
NovaLash/NovaLash Norway
NSI/NSI Norway
Nueva/J. Nordström Handels
NuFACE/Innovell Beauty
Nügg/Beauty Products

O

Ole Henriksen/E. Sæther
Olivia Garden/Icon Hairspa
OmanLuxury/Talwar Group
OMG/Beauty Products
Omhu/Aspire Brands
One Ocean Beauty/Amazing Brands
Opera LED Mask/Cosmederm Methods
Organic Hairspa/Icon Hairspa
Original & Mineral/Icon Hairspa
Oway/Icon Hairspa
Oway Beauty/Icon Hairspa

P

Pahi Barcelona/Icon Hairspa
Parfums de Marly/TMC Nordic
Parlux/Thorsen Biovital
Pashion/Letsfaceit Nordic
PCA Skin/Happyskin
Perlier/Isaksen & Co
Perricone MD/TMC Nordic
Perron Rigot/Skinthal
Pevonia/B4K Skincare Scandinavia
PhD Wax System/Beauty Products
pHformula/Beauty Products
pHformula MD/Beauty Products
Philip Kingsley/TMC Nordic
Photonova/Powerlite
Physicians Formula/Letsfaceit Nordic
Powerlite Ice/Powerlite
Powerlite IPL/Powerlite
Powerlite Peeler/Powerlite
Powerlite RF/Powerlite
Prac/Amazing Brands
Priori/Dermanor
PRX-T33/Cosmederm Methods
Purasana Superfoods/Vitalkost
Purebeau/Beauty Products
Purebeau Fibroblast/Beauty Products

Q

Qusaine/Max Beauty

R

Rapid White/Letsfaceit Nordic
Raww Cosmetics/Vitalkost
Raz Skincare/HOB House of Brands
Real Barrier/J. Nordström Handels
Real Techniques/Aspire Brands
Recocil/Skintific
RefectoCil/Icon Hairspa
RefectoCil/Skintific
RefectoCil/Thorsen Biovital
REM/Thorsen Biovital
REN Clean Skincare/Dermanor
RevitaLash/HOB House of Brands
Revlon/E. Sæther
Roja Parfums/Talwar Group
Rosa Graf/Isaksen & Co
Rosendo Mateu/Talwar Group
Rubis/Fred Hamelten
Ruthie Belle/Thorsen Biovital
RÅ Skincare/RÅ Skincare

S

Salonsystem Browlift/Klinikkshop
Salonsystem Lashlift/Klinikkshop
Salonsystem Lashperm/Klinikkshop
Sanasella/Icon Hairspa
Sanctuary Spa/Beauty Products
Sandstone/Icon Hairspa
Sara Happ/NOR Cosmetics
Sea Magic PRO/Thorsen Biovital
Sèche/J. Nordström Handels
Seiseta/Icon Hairspa
Sensai/Dermanor
Sensi/J. Nordström Handels
Shawn Mendes/E. Sæther
Shellac/NeglAkademiet
Shellac/Thorsen Biovital
SHIFT/Vitalkost
Showpony Hair Extensions/Icon Hairspa
Sioris/Apini
Sisley/Sisley
SLA/Beauty Products
Slimline/NeglAkademiet
Skinbetter Science/Dermanor
Skinpen/Beauty Products
Skintechnologies/Axion Distribution
SOFT CLOUD/Axion Distribution
Solarium/Armonia Beauty
Sothys Paris/Cosmenor
Spongellé/Leanne's Studio
Sprekenhus/Dermanor
Stephane Humbert Lucas/Talwar Group
ST medical cosmetic/Cosmedic
St. Tropez/Beauty Products
Stella McCartney/E. Sæther
Sunkissed/Aspire Brands
Swan-Morton/Thorsen Biovital
Swarovski/NeglAkademiet

T

Tangle Teezer/Aspire Brands
Tan-Luxe/Aspire Brands
Tebiskin/Cosmederm Methods
TEKNIA by Lakmé/Amazing Brands
Thalgo/Skinthal
Thalion/Klinikkshop
Thalisens/Klinikkshop
The Chemistry Brand/Dermanor
The House of Oud/Talwar Group
The Knot Dr./Icon Hairspa
The Ordinary/Dermanor
The Organic Pharmacy/TMC Nordic
Thuya/Nordic Trend Group
Tiffany & Co./E. Sæther
Tokyo Matsuge/J. Nordström Handels
Tommy Hilfiger/E. Sæther
Toppik/Icon Hairspa
True Organic of Sweden/Letsfaceit Nordic

U

Uteki/Cosmedic

V

Van Gils/E. Sæther
Veoli Botanica/Beauty Products
Vice Reversa/Amazing Brands
Vinylux/NeglAkademiet
Vitry/J. Nordström Handels
VOESH New York/Skinthal
VMV Hypoallergenics/Innovell Beauty

W

Waterpik/Aspire Brands
Wax:one/NeglAkademiet
We Love the Planet/NOR Cosmetics
Wet n Wild/Letsfaceit Nordic
When/Happyskin
Wild Nutrition/Letsfaceit Nordic
WiQo Med/Cosmederm Methods

X

Xanitalia/Skintific

Y

Youngblood/HOB House of Brands
Yours Stamping/NeglAkademiet
Y.S. Park/Icon Hairspa

Z

Zenz Therapy/Icon Hairspa
Z Fill/Cosmedic

LEVERANDØRREGISTER

AMAZING BRANDS AB
Klarabergsviadukten 90
SE-111 64 Stockholm
Sverige
Tlf: +46 8 120 200 00
info@amazingbrands.com
amazingbrands.com

APINI AS
Drammensveien 123
0277 Oslo
Tlf: 905 76 502
info@apini.no
tk@apini.no

ARMONIA BEAUTY AS
Tømmerfaret 7
1414 Trollåsen
Tlf: 974 21 139
post@armoniabeauty.no
armoniabeauty.no

ASPIRE BRANDS AS
Nygaardsgata 55
1607 Fredrikstad
Tlf: 69 10 05 10
info@aspirebrands.no
aspirebrands.com

AXION DISTRIBUTION AS
Nye Sandviksveien 5
5003 Bergen
Tlf: 957 86 533
kyrre@axion.no
axion.no

B4K SKINCARE SCANDINAVIA
Folkungagatan 12
SE-532 35 Skara
Sverige
Tlf: +46 70 227 95 43
info@b4k.se
b4k.se

BEAUTY PRODUCTS AS
Christian Kroghs gate 60
0186 Oslo
Tlf: 23 19 10 00
kundeservice@beautyproducts.no
beautyproducts.no

CALMA BEAUTY AS
Geithus Næringspark
Gravfossveien 5D
3360 Geithus
Tlf: 416 42 380
post@calmabeauty.no
calmabeauty.no

COSMEDERM METHODS AS
Holtegata 30
0355 Oslo
Tlf: 22 50 33 77 (4)
Mob: 930 90 377
post@cosmederm.no
cosmederm.no

COSMEDIC AS
Karl Johans gate 16
0154 Oslo
Tlf: 24 11 29 00
ordre@cosmedic.no
cosmedic.no
glonorway.no
masterbrush.no

COSMENOR AS
Solbråveien 23
1383 Asker
Tlf: 22 20 99 90
post@cosmenor.no
sothys.no

DEPEND NORGE AS
Gamle Kongevei 84
1712 Grålum
Tlf: 69 16 66 66
depend@depend.no
depend.no

DERMANOR AS
Billingstadsletta 19
1396 Billingstad
Tlf: 66 77 55 55
Fax: 66 77 55 66
kundeservice@dermanor.no
dermanor.no

DERMELIE AS
Skåregata 181
5525 Haugesund
Tlf: 913 00 783
post@dermelie.no
schrammek.no

E. SÆTHER AS
Lysaker torg 25, 2. etg
1366 Lysaker
Tlf: 400 01 662
kundeservice@saethernordic.no
info@saethernordic.no
sæther.dk

FRED HAMELTEN AS
Haxthausens gate 2B
0263 Oslo
Tlf: 21 64 54 47
bestilling@hamelten.no
fredhamelten.com
pinsett.no

HAPPYSKIN AS
Storgata 85
9008 Tromsø
Tlf: 22 37 19 00
beate@happyskin.no
happyskin.no

HBS NORDIC AB
Vårgatan 1
SE-212 18 Malmö
Sverige
Tlf: 22 42 77 77
norge@exuviance.no
exuviance.no

HEXA AS
Fossegrenda 17
7038 Trondheim
Tlf: 73 83 37 60
mail@hexa.no
hexa.no

HOB HOUSE OF BRANDS A/S
Nesbruveien 75
1394 Nesbru
Tlf: 930 26 776
ebu@hob-as.com
hob-as.com

ICON HAIRSPA AS
Hegdalringen 19
3261 Larvik
Tlf: 33 13 95 10
post@iconhairspa.no
iconhairspa.no

INNOVELL BEAUTY AS
Vibes gate 15
0356 Oslo
Tlf: 22 11 28 88 /994 17 292
post@innovellbeauty.no
innovellbeauty.no

ISAKSEN & CO AS
Postboks 135 Kokstad
5863 Bergen
Tlf: 55 98 20 00
post@isaksen-as.no
isaksen-as.no

J. NORDSTRÖM HANDELS AB
Postboks 1264
SE-181 24 Lidingö
Sverige
Tlf: +46 8 544 81 544
Fax: +46 8 767 92 45
info@noab.se
noab.se

KFI SPA MANAGEMENT AB
Artillerigatan 42, 2 tr
SE-114 45 Stockholm
Sverige
Tlf: +46 8 534 88 500
maria.grunditz@kerstinflorian.se
kerstinflorian.se

KLINIKKSHOP AS
Nyvegen 23
7340 Oppdal
Tlf: 70 13 36 61
info@klinikkshop.com
klinikkshop.com

LEANNE'S STUDIO AS
Elen Weeas vei 76C
1350 Lommedalen
Tlf: 412 87 935
info@spongellenorge.com
spongellenorge.com

LETSFACEIT NORDIC AS
Holtegata 26
0355 Oslo
Tlf: 916 33 125
pernille.bruksaas@letsfaceit.no
letsfaceit.se

MARINA MIRACLE AS
Bjørnsons vei 6A
3117 Tønsberg
Tlf: 940 21 900
info@marinamiracle.com
marinamiracle.no

MAX BEAUTY AS
Austbøvegen 15B
5542 Karmsund
Tlf: 950 41 666
post@maxbeauty.no
maxbeauty.no
alexcosmetic.no
biomercosmetics.no

NEGLAKADEMIET AS
Drammensveien 159
0277 Oslo
Tlf: 23 25 36 36
Fax: 23 25 36 40
post@neglakademiet.no
neglakademiet.no

NOR COSMETICS AS
Aslakveien 14E
0753 Oslo
Tlf: 22 06 08 10
ordre@norcosmetics.no
norcosmetics.no

NORDIC TREND GROUP AS
Kirkeveien 20
1710 Sarpsborg
Tlf: 928 80 273
kundeservice@nordic-beautytrend.no
nordicbeautytrend.no

NOVALASH NORWAY
Glimt Group AS
Gløstadveien 162
7240 Hitra
Tlf: 930 36 503
post@glimtgroup.no
glimtbeauty.no
novalash.com

NSI NORWAY
Glengsgata 32
1706 Sarpsborg
Tlf: 952 75 243
nsiinnorway@gmail.com
nsinorway.no
Nettbutikk for negle-teknikere og designere

POWERLITE AB
Flöjelbergsgatan 8A
SE-431 37 Mölndal
Sverige
Tlf: +46 31 706 65 50
info@powerlite.com
powerlite.com

RÅ SKINCARE
Wernersholmvegen 31
5232 Paradis
Tlf: 974 66 878
amanda@raskincare.no
raskincare.no

SISLEY APS
Bredgade 20A, 1. sal
DK-1260 København K
Danmark
Tlf: +45 33 38 46 30
Fax: +45 33 38 46 39
sisley-paris.com

SKINTHAL AS
Solbråveien 11
1383 Asker
Tlf: 476 47 700
Fax: 22 44 54 29
post@skinthal.no
skinthal.no

SKINTIFIC AS
Karenslyst allé 49
0279 Oslo
Tlf: 22 57 88 00
post@skintific.no
skintific.no
dermalogica.no
janeiredale.no
ikou.no
advancednutritionprogramme.no

TALWAR GROUP AS
Elgtråkket 9C
2014 Blystadlia
Tlf: 416 49 151
contact@talwargroup.no
talwargroup.no

THE HAIR&BODY COMPANY AB
Sveavägen 47
SE-113 59 Stockholm
Sverige
Tlf: +46 8 619 00 75
info@hair-body.se
hair-body.se
no.bulldogskincare.com

THORSEN BIOVITAL AS
Verpetveien 17
1543 Vestby
Tlf: 64 97 40 60
post@biovital.no
biovital.no

TJØSTOLVSEN AS
Heiamyrå 11C
4031 Stavanger
Tlf: 51 95 93 00
tjost@tjostolvsen.no
babor.no
gehwol.no
tjostolvsen.no

TMC NORDIC A/S
Transformervej 8
DK-2860 Søborg
Danmark
Tlf: +45 4565 5555
info@tmcnordic.com
tmcnordic.com

VERDANT AS
Strusshamnvegen 42
5302 Strusshamn
Tlf: 56 15 68 00
post@verdant.no
verdant.no

VITALKOST AS
Wirgenes vei 11
3157 Barkåker
Tlf: 33 00 38 70
post@vitalkost.no
vitalkost.no
pureyou.no

ANDRE LEVERANDØRER

MARKETWELL AS
Undelstadveien 18
1387 Asker
Tlf: 907 33 137
kontakt@marketwell.no
facebook.com/marketwellnorge
@marketwell_as
marketwell.no
Din digitale assistent! En app for enklere og mer lønnsom drift. Få produktinformasjon og enkelt bestill varer. Inspirasjon «on-the-go».

SIXFIVE BEAUTY GROUP APS
Jernbanegade 44
DK-6000 Kolding
Danmark
Tlf: +45 702 62 677
info@sixfivebeautygroup.com
sixfivebeautygroup.com
Private label-produksjon innenfor hudpleie, hårpleie, makeup og dufter.

VIL DU VÆRE MED I MERKEVARE- OG LEVERANDØR-REGISTERET?
Ta kontakt med Kristine Rødland på 909 65 259 eller mail krrodland@gmail.com for prisoversikt.

HALLDORA HALL

Innehaver av Clinic Medica i Asker

Tekst: Kristine Rødland

Hvordan kom du inn i bransjen?

– Jeg har bodd 47 år i Norge, men kommer opprinnelig fra Island. Som sykepleier har jeg jobbet på sykehjem og sykehus før jeg startet opp egen klinikk. Jeg har vært lenge i gamet, begynte tidlig med laser og hårfjerning, og så bare ballet det på seg.

Vi er tre ansatte i klinikken pluss en lege. En viktig nisje for oss helt fra starten har vært kvinner og menn med abnorm hårvekst, også de med farget hud. Det er et udekket marked. Mange behandler huden sin feil på grunn av at de ikke har kunnskapen. De kjøper dyre kremer, feil kremer, og blir ikke bedre.

Vi gir ut masse prøver for å hjelpe kunden med å finne rett krem. Det koster litt, men er verdt det hvis man får en kunde som er evig fornøyd. Folk burde stille større krav til kremer, gå tilbake og klage om de ikke får et resultat. Mange kjøper kremer til tusenvis av kroner, og så ser de kanskje ingen forandring på huden.

Jeg savner i det hele tatt mer kunnskap om innholdet i kremer. Det er et hav av merker der ute, og alle sier «vi er best». Men man må stille krav, og man må se et resultat. Som butikkansatt må du også vite hva du selger, kunden stoler på deg og kjøper på din anbefaling. Du har et ansvar for kunden.

Hvilke merker har du valgt å ta inn i klinikken?

– Vi jobber mye med det tyske merket Dr. Baumann, som jeg har blitt importør for. Jeg oppdaget merket på en messe i Paris, og fikk i etterkant en mail om at de var ute etter en leverandør i Norge. Vi begynte for to år siden å bruke produktene i klinikken, både til kunder og behandlinger. Nå sender vi til kunder over hele landet, men har ikke jobbet mye med å få det distribuert ut, før nå.

Produktene til Dr. Baumann inneholder hud- og kroppsidentiske lipider og vitaminer, og benytter seg av liposomer, et spesielt leveringssystem som åpner opp for transport av aktive virkestoffer dypere ned i huden, der de gir effekt.

Har du oppdaget noe nytt og spennende i det siste?

– Gjennom en kontakt hos Dr. Baumann fikk jeg anbefalt maskinen Mezotix, som jeg også nå er importør for. Den er et alternativ til microneedling som er mindre traumatisk for huden, og benytter seg av intens varme. Maskinen holdes veldig kort på huden og lager mikroskopiske hull som er åpne i sju-åtte timer, slik at man kan sluse tyntflytende serum ned.

Dr. Baumann SkinIdent benytter seg av hudidentiske stoffer og liposomer.

Den kan brukes på alle hudtyper inkludert farget hud, den tar melasma, kan til dels forbedre strekkmerker, er veldig god på arr, kviser og kvisearr. Det er ikke helt en lunsjbehandling, for man blir rød (solbrent), men kan sminke seg dagen etter. Jeg føler at jeg sitter på en veldig bra behandling som ikke blir så veldig kostbar. Det er ikke alltid de dyreste maskinene som er best.

Hvilke produkter og behandlinger etterspørres mest av dine kunder?

– Permanent hårfjerning med Diode-laser og IPL er det det går mest i, på grunn av at mange kunder har problemer med både hud og hår. Men i det siste er Mezotix på full fart til å ta over, jeg gjør fem-seks behandlinger hver dag med den.

ST.TROPEZ

NYE ST.TROPEZ *gradual* TAN DAILY FIRMING LOTIONS

Du finner produktene på www.BliVakker.no eller via qr koden nedenfor

Returadresse: KOSMETIKK, SOLVEIEN 110 C, 1162 OSLO

B
NORGE P.P. PORTO BETALT
DISTRIBUERT AV POSTEN NORGE
posten