KOSMETIKK

2|2023
MAI

FAGBLADET FOR HELE SKJØNNHETSBRANSJEN

10 år KOSMETIKK

MATAS SATSER NORDISK

SOMMERENS FRISYRER

BIO-RETINOL VS RETINOL

\+

BETTER BROWS
MEYENBERG
SOLLMAR

GEN Z

UNGDOMMENE ALLE VIL NÅ

esthetica

INVITERER HELE BRANSJEN TIL ÅRETS STORE ARRANGEMENT

ALL AESTHETIC WEEKEND 2023 DAY 1

INTERNATIONAL SKINCARE DAY 2023

BRISTOL HOTEL OSLO | JUNE 9TH

DERMATOLOGIC PROCEDURES SKIN CONDITIONS
INTERNATIONAL SPEAKERS - LIVE DEMOS
EXCLUSIVE OFFERS - CONGRESS DINNER

Esthetica as, Storgaten 64, 3060 Svelvik / Tlf. 33 77 52 44 / post@esthetica.no / www.esthetica.no

DENNE HELGEN INVITERER VI LEGER, TANNLEGER, SYKEPLEIERE OG HUDPLEIERE TIL LÆRERIKE DAGER PÅ TVERS AV ALLE VÅRE FAGFELT!

Arrangementet er lagt opp med hovedscene og flere parallelle foredrag slik at vi har fokus på både injeksjoner, laserbehandlinger og avansert hudpleie begge disse dagene. Enten du er novise eller ekspert vil dette være nyttig for deg. Konferansen fokuserer primært på bransjen sine siste nyutviklinger innen vårt fagfelt ved bruk av nye teknikker og produkter, og vil være nyttig uavhengig av hvilke merker du bruker i din praksis.

VELKOMMEN TIL EN WEEKEND MED HØYT FAGLIG NIVÅ OG GODE KOLLEGAER!

DR. MATTHIAS AUST
Microneedling Expert & Plastic Surgeon
Medical Consultant Environ Skin Care
Germany

KRESTYNA BATTY
Skin Science Expert & Managing Director Janssen Cosmetics UK
United-Kingdom

DR. ANTONINO DE PASQUALE
Plastic Surgeon
Italy

DR. EDOARDO D'ESTE
Laser Specialist & Medical Doctor
Italy

JETTE AAGAARD
Skin Science Expert & Product Trainer Environ Norway
Denmark

FRIDAY JUNE 9TH
MAIN STAGE LECTURES

SKIN SCIENCE: HUDENS FYSIOLOGI OG ANATOMI
Lecture: Jette Agaard

KARISMA BIOSTIMULATOR
Lecture: Dr. Antonino De Pasquale

GOURI BIOSTIMULATOR
Lecture: Dr. Matthias Aust

SYRER I KOMBINASJONSBEHANDLINGER
Lecture: Krestyna Batty

QUANTA SYSTEM LASERS
Lecture: Dr. Edoardo D'Este

ANTI AGE - ALL ASPECTS
Lecture: Dr. Matthias Aust

KJEMISKE PEELINGER
Lecture: Jette Agaard

ENVIRON SKIN CARE ANTI-AGE
Lecture: Dr. Matthias Aust

CUSTOMER HANDLING AND BUSINESS ADVICE
Lecture: Krestyna Batty

SATURDAY JUNE 10TH
WORKSHOPS / LECTURES

SENSITIVITY
Lecture / Workshop: Krestyna Batty & Jette Aagaard

MICRONEEDLING TEORI
Lecture: Dr. Matthias Aust

MICRONEEDLING WORK SHOP
Workshop: Dr. Matthias Aust

PIGMENTATION / ACIDS
Lecture: Krestyna Batty & Jette Aagaard

Q&A
Dr. Matthias Aust, Krestyna Batty & Jette Aagaard

BLI MED DU OGSÅ!

Nyttige og spennende foredrag, festmiddag med 3 retters meny og drikke, diplom for deltakelse, rabatter på produkter - kun denne helgen.

2 dager med/uten festmiddag kr. **5000,- / 2500,-**
1 dag med/uten festmiddag kr. **2500,- / 4400,-**

Kontakt katrine@esthetica.no for ytterligere informasjon og påmelding

ENVIRON® JANSSEN COSMETICS inspira:med Quanta System LASER IN OUR DNA GOURI KARISMA

Forbehold om endring av innhold og forelesere

GERMAINE DE CAPUCCINI
TIMEXPERT RIDES

REVERT TIME WITH TIMEXPERT RIDES

Revolusjonerende formler designet for å reversere aldringstegn, med de aktive ingrediensene BTX-Tripeptine og Tissulage Tech.

Utviklet med bioteknologiske ingredienser, som reduserer dynamiske og statiske rynker.

Klinisk bevist effekt.

Profesjonell salongsbehandling med hjemmepleie serie.

info@germaine.no
tlf.: 916 09 038
germainedecapuccini.no

GERMAINE DE CAPUCCINI
TIMEXPERT RADIANCE C+

100% GLØD MED TIMEXPERT RADIANCE C+

Den beste antioksidanten med Ren C-Vitamin

Avansert C-vitamin linje som også er egnet for sensitiv hud. Inneholder vår patenterte HLG Nanopolymer for en behandling som er x6 ganger mer effektiv. HLG tillater en vedvarende frigjøring av de aktive ingrediensene, gir dyp næring ved å trenge ned i dypere hudlag og virker på cellenivå. En sann formuleringsrevolusjon!

98% Strålende hud, med ekstra bidrag av glød og energi *

95% Stress-fri hud *

87% Mindre synlige mørke flekker**

86% Jevnere hudtone*

*Selvevalueringstest etter 1 behandling på 63 frivillige under medisinsk tilsyn.

** Selvevalueringstest etter 3 behandlinger på 15 frivillige med mørke flekker.

HLG
NANOPOLYMER
Patented

Profesjonell salongsbehandling med hjemmepleie serie.

info@germaine.no **tlf.: 916 09 038** **germainedecapuccini.no**

KOSMETIKK

COVER: Better Brows Norge.
Publisert med tillatelse fra La Cosmetica.

MATAS LANSERER NETTBUTIKK I NORGE OG SVERIGE. SIDE 36

H&M BEAUTY JOBBER MOT GEN Z. SIDE 32

INNHOLD

NUMMER 2·2023

EKSKLUSIVE NISJEDUFTER. SIDE 34

8 LEDER
10 NYHETSMIKS
16 MØTE MED DR. CLAUDIA AGUIRRE
18 SOMMERENS FRISYRER
20 NATURLIG BUSKETE BRYN
22 BIO-RETINOL VS RETINOL
24 PIGMENTERING – TIL GLEDE OG FORARGELSE
26 HUDPLEIE MED TANG OG TARE
28 PRISDRYSS! NCA 2023
30 SKUMMENDE LANSERING
31 SUNSTHETIC
32 GEN Z – UNGDOMMENE ALLE VIL NÅ
34 NISJEDUFTSEGMENTET VOKSER
36 MATAS SATSER NORDISK
40 PRODUKTNYHETER
42 MERKEVARE- OG LEVERANDØRREGISTER
46 GJESTEN: THIKAMPORN WONGPRAKHON FRA KRAGERØ RESORT

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

“Stress kan påvirke kroppen

Kristine Rødland.

Tid for å stresse ned

Endelig varmer solen, og butikkhyllene bugner av solkrem-nyheter. I år virker det som om mange leverandører har fokusert på å lansere ansiktskremer med lettere konsistenser som også passer til uren hud, samt kremer som beskytter mot et enda bredere spekter av UV-stråler, inkludert det blå HEV-lyset.

Bruker vi disse flittig, bør vi være godt beskyttet mot både solbrenthet og aldring som skyldes solens stråler.

Men det er ikke bare UV-stråler som påvirker huden negativt. Forurensning og ikke minst stress, er også viktige faktorer. Stress kan påvirke kroppen på flere forskjellige måter, inkludert å svekke hudens naturlige barriere. Da kan huden føles tørr, irritert og kløende, og den kan bli mer sensitiv.

Vichy kaller det for Exposome Science – hvordan livsstilsfaktorer påvirker huden – og inviterte oss til et event i Stockholm der dette ble forklart og visualisert. Der fikk vi også intervjuet dr. Claudia Aguirre, som virkelig er en ekspert på temaet. Ut fra hennes eksempler, synes det åpenbart at stress kan sette fart på hudens aldringsprosess.

Stresshormonet kortisol, som frigis når vi føler oss stresset, kan bidra til å bryte ned kollagen og elastin – proteinene som holder huden stram og elastisk – slik at fine linjer og rynker dukker opp. Kronisk stress kan også føre til oksidativt stress, som skader hudens celler og fremskynder flere tegn på aldring.

Å håndtere stress ved hjelp av for eksempel trening, meditasjon og tilstrekkelig med søvn kan derfor være en nøkkel til å få sunnere hud og bedre helse. Temaet er stort og spennende, og belyses videre i intervjuet vårt med dr. Claudia på side 16.

Produkter som promoterer velvære, avslapning og mindre stress dukker også opp i Euromonitors årlige rapport «Top 10 Global Consumer Trends». De melder om økende salg av cannabis-produkter, CBD-produkter, midler som fremmer søvn og kosttilskudd som lover velvære og avslapning.

Målgruppen kalles for «The Thrivers», og de sier «nok er nok». Det er tid for å ta en pause og et skritt tilbake, og sette egen helse først.

En annen målgruppe i rapporten er «Young and Disrupted», og ikke overraskende dreier det seg om Gen Z. Hvordan skal bransjen nå frem til disse unge forbrukerne? De liker ikke reklame, og det er heller ikke gitt at influencer-markedsføring gir god uttelling. Med mindre det er på TikTok, sies det.

Jeg bor sammen med en ungdom i denne målgruppen, og ja – hun snapper opp mye rart på TikTok, råd og tips som jeg noen ganger tenker er litt merkelige. Men hun irriterer seg veldig over markedsføringen til enkelte store skjønnhetsmerker, og dukker det opp åpenbar reklame i TikTok-feeden, scroller hun fort forbi.

Du kan også lese om Gen Z i dette bladet. Og så vil jeg benytte sjansen til å ønske deg en riktig avslappende, god, varm og solfylt sommer!

Foto: Anja Callius/Vichy

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:
Anne Borch
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 37.

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

Stas Hairspray og Stas Dry Shampoo.

Stas lanserer hårprodukter

Siv Oldervik, eier av salongen Stas i Trondheim, lanserer nå Stas Products. Serien er utviklet for de som har hår som har vært gjennom mye, og som ønsker skånsomme produkter. Den fokuserer på anti-age og en litt glemt kundegruppe, nemlig de godt voksne.

– Jeg er veldig stolt og glad for at vi nå har egne hårprodukter. Etter 30 år som frisør har jeg opparbeidet meg god produktkunnskap, og dette håper jeg kundene vil merke. Håret er som huden, og trenger mer og mer pleie jo eldre man blir, sier Siv Oldervik.

Serien består av tre produkter, og selges i første omgang i nettbutikken til Stas. Det er planlagt flere lanseringer senere i 2023.

Rosie Huntington-Whiteley står bak Rose Inc.

Clean beauty

Rosie Huntington-Whiteley har bakgrunn som modell og skuespiller, men posisjonerer seg nå som skjønnhetsgründer i samarbeid med Caroline Hadfield og bioteknologiselskapet Amyris.

Rose Inc har blitt en tidsriktig kolleksjon med multifunksjonelle, bærekraftige og økovennlige produkter som bygger bro mellom hudpleie og makeup. Et spennende produkt er Skin Enhance Luminous Tinted Serum, som gir en duggfrisk glød.

3 NYHETER FRA DERMANOR

By Terry er skapt av Terry de Gunzburg, en kjent profil i bransjen.

Det australske merket Grown Alchemist.

Braklansering for The Inkey List!

Buxom og bareMinerals forsvinner ut av porteføljen til Dermanor, mens tre spennende merker kommer inn. Nylig ble The Inkey List introdusert i Vitusapotek, Apotek 1 og Boots Apotek.

– De kastet seg rundt og lanserte det på 1-2-3! The Inkey List har en lignende profil og målgruppe som The Ordinary, men er mer komplett, og satser også mer på kremer som tilfører fukt. Det er sjelden vi har lansert et merke som har solgt så mye på så kort tid, men så er det også populært på TikTok, forteller Marketing Manager Anette Frigstad.

En annen nyhet er Grown Alchemist, et holistisk og samtidig high-end hudpleiemerke fra Australia, som ble kjøpt av L'Occitane Group i 2022. Her er det spesielt cellefornyelsen som står i fokus. Og sist, men ikke minst, kommer det luksuriøse, franske merket By Terry nå i fysisk distribusjon i Norge.

– Vi lanserer dette merket på salonger og spa i juni, sier Anette Frigstad.

LIVE YOUR SUNSHINE

70%+ Organic

Farm to Face®

Cruelty Free

NO Oxybenzone & Octinoxate

Hexa AS | mail@hexa.no | tlf: 73 83 37 60 | www. coola.no

Tekst: Kristine Rødland Foto: Pexels og produsentene

Made in Germany

For første gang er de profesjonelle Klapp-produktene tilgjengelige for salg i Norge. Historien til Klapp Cosmetics begynte i 1980 i Tyskland, så vi snakker her om en pioner i skjønnhetsindustrien. Moderne behandlinger suppleres med et stort utvalg produkter for hjemmebruk, mer info finner du på klappcosmetics.no.

Ny flaggskipbutikk for skjønnhet

H&M Beauty ønsker nå også å åpne fysiske butikker, og velger å teste ut sitt verdensomspennende og splitter nye skjønnhetskonsept i Oslo!

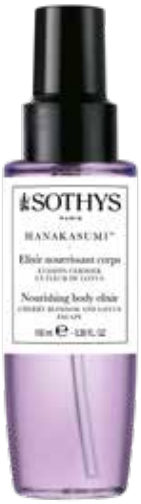
I mai åpner kjeden sin aller første rendyrkede beauty-butikk på Karl Johans gate. Blant mange eksklusive og ledende merker finner vi Huda Beauty, som er skapt av makeupartisten og influenceren Huda Kattan, samt Wishful Skin og duftmerket Kayali, som også tilhører Kattan-familien.

Huda Kattan inntar H&M Beautys splitter nye butikk i Oslo.

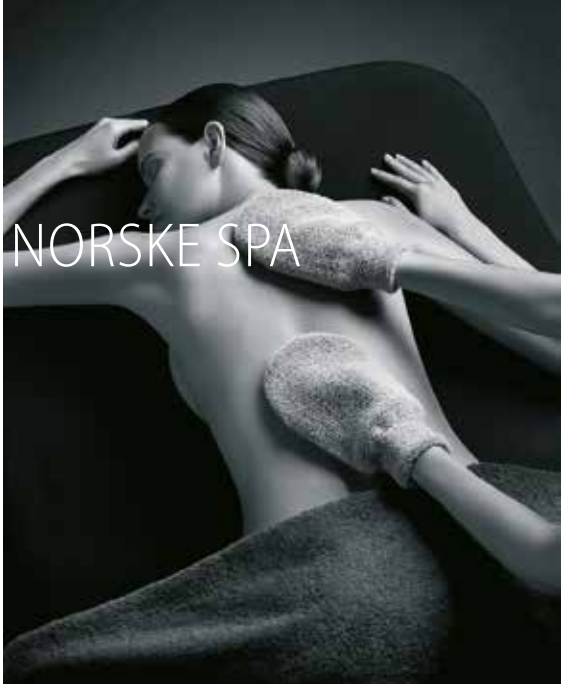
SOTHYS SATSER PÅ NORSKE SPA

Sothys har innledet et spennende samarbeid med Kragerø Resort, og har ambisjoner om å bli et like stort og kjent spamerke i Norge som det er internasjonalt.

Samarbeidet ble lansert på Kragerø Resort lørdag 29. april, med høytidelig snorklipping og ulike tilbud og aktiviteter for hotellets gjester. Distributøren Cosmenor sørget for personlig tilpassede goodiebags, og mange gjester benyttet også anledningen til å ta den avslappende og velduftende Hanakasumi-behandlingen som gjør huden klar for sommeren.

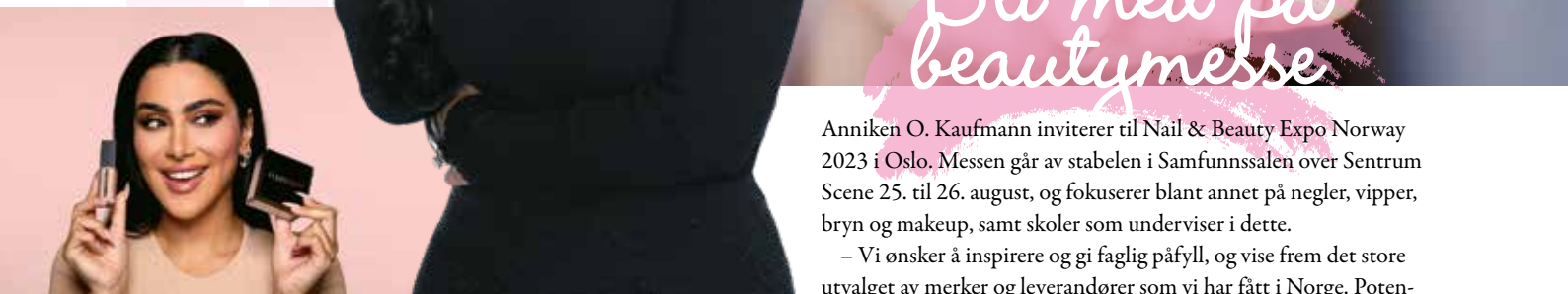


Det eksklusive, franske merket har fått hovedveggen i hotellets lekre spa-shop, og finnes også på baderommene i de flotteste suitene.



Kroppsbehandlingen Hanakasumi.

Samarbeidet mellom Cosmenor og Kragerø Resort ble feiret med bobler!



Bli med på beautymesse

Anniken O. Kaufmann inviterer til Nail & Beauty Expo Norway 2023 i Oslo. Messen går av stabelen i Samfunnssalen over Sentrum Scene 25. til 26. august, og fokuserer blant annet på negler, vipper, bryn og makeup, samt skoler som underviser i dette.

– Vi ønsker å inspirere og gi faglig påfyll, og vise frem det store utvalget av merker og leverandører som vi har fått i Norge. Potensielle elever er også velkomne, og det blir festbankett på lørdagen, forteller Anniken, som selv er norsk distributør for det svenske merket Lilly Nails.

MARINA
MIRACLE

Bli
forhandler
i dag!

Gå til marinamiracle.no
eller skann QR koden.

PRO Green Mask
7 Acid Natural Chemical Peel

- o 100% naturlig
- o 95% økologisk
- o Probiotisk
- o Vegansk
- o 5.5% kraftige BHA og AHA syrer
- o Vitamin C
- o Bio-retinol
- o Hyaluronsyre
- o Grønn leire

Vi har utviklet en naturlig kjemisk peelingmaske hvor fruktsyrer, probiotika og C-vitamin er innkapslet i oljemolekylene. Da får masken den nødvendige lave pH-verdien for at syrene skal fungere optimalt - men beskytter samtidig huden ved hjelp av det høye oljeinnholdet.

Pro Green Mask virker hudfornyende, passer alle hudtyper og gir ingen flassing eller nedetid. Masken er en spesialmaske **kun til bruk for hudpleieterapeuter i salongbehandling.**

Marina Miracle ble kåret til Skandinavias beste naturlige / økologiske hudpleiemerke - 2022 i den prestisjetunge «The Beauty Shortlist Awards».

Skann QR koden for å
motta mer informasjon om hva vi tilbyr

MARINA MIRACLE AS
940 21 900 | INFO@MARINAMIRACLE.COM | MARINAMIRACLE.NO

DERMATOLOGICALLY TESTED

100% NATURAL INGREDIENTS

96% CERTIFIED ORGANIC

VEGAN AND CRUELTY FREE

PROBIOTIC

Tekst: Kristine Rødland

L'Oréal kjøper Aesop

L'Oréal har signert en avtale om å kjøpe det australske merket Aesop for hele 2,5 milliarder US dollars. Det skal være det største oppkjøpet som noen gang er gjort av den franske beauty-giganten.

Selgeren er det brasilianske selskapet Natura &Co, som kjøpte først en majoritetsandel av Aesop, og deretter hele virksomheten i 2016. Aesop har hatt en fin vekst i omsetningen de seneste årene, og L'Oréal skal nå bidra til å øke veksten ytterligere.

L'Oréal kjøpte også for et halvt år siden det profesjonelle hudpleiemerket Skinbetter Science.

Ny distributør for Youngblood

Insight Cosmetics er ny distributør for det amerikanske mineralmakeupmerket Youngblood i Danmark, Sverige, Norge, Finland og Island. Youngblood har vært på markedet i Norden i rundt 25 år under forskjellige distributører, sist hos HOB House of Brands, som i februar gikk konkurs.

Maria Forssén ønsker velkommen til den ellevte utgaven av Stockholm Beauty Week. Messen arrangeres nå både vår og høst.

Evan Beauty er kjent for sine ansiktsmassasjer, og har mange følgere i sosiale medier.

INSPIRASJONSTUR TIL STOCKHOLM

Benytt sjansen til å besøke Stockholm Beauty Week nå som den svenske hovedstaden er på sitt aller vakreste! Messen arrangeres tirsdag 30. mai i klassiske Berns i Berzelii park.

Messegeneral er grunnleggeren Maria Forssén, som er utdannet siviløkonom med ekspertise innen nettverksbygging og arrangementer. Hun byr på hele 80 skjønnhetsmerker, og har i tillegg snekret sammen et inspirerende program, der du blant annet kan oppleve Evan Beauty, som har tatt Instagram og TikTok med storm.

Evan er hudterapeut og kosmetolog, og driver Evan Beauty Center i Stockholm. Han har også klinikker i hjemlandet Korea og i Kina. På messen skal han vise de beste tipsene for et naturlig ansiktsløft, og vi får innblikk i hvordan trender i Korea oppstår.

I samarbeid med Dagens Estetik skal det også arrangeres en bransjedebatt, der eksperter diskuterer aktuelle problemstillinger vedrørende EU-direktiver og nytt lovverk, både fra klinikkeierens og forbrukerens perspektiv.

Blant utstillerne finner vi Fillmed, Depend, Lilly Nails, Gocciani, Bruns og Nordic Natural Beauty, som blant annet har den nye hudpleieserien INLIGHT – basert på vitenskap og en liten klype alkymi fra England.

Stockholm Beauty Week kan oppleves på Berns i Berzelii park midt i Stockholm.

Det innovative merket Rodial åpner foredragsprogrammet direkte fra London.

I tillegg har du muligheten til å treffe skjønnhetsgründeren Mika Liias, som tidligere grunnla og drev Makeup Store, men som nå er aktuell med det nye og veganske sminkemerket MILI Cosmetics.

En fullstendig oversikt over programmet og deltakende utstillere finner du på nettsiden stockholmbeautyweek.se. Salonger og innkjøpere har gratis inngang.

Better Brows Norge

En helnorsk serie av brynsprodukter utviklet av og for norske salonger

silje@betterbrows.no

www.betterbrows.no

«Huden er et like sofistikert organ som hjernen»

Møte med Claudia Aguirre:

– Stress påvirker huden

Det finnes en forbindelse mellom huden vår og hjernen som går langt utover rødming og gåsehud. Har du en stressende uke, kan det ses på huden. Vi møtte dr. Claudia, som hun gjerne kaller seg, i Stockholm.

Tekst: Kristine Rødland

Claudia om: Koronapandemien

– Jeg har snakket om forbindelsen mellom hjernen og huden siden 2009, og laget en TED-talk om temaet i 2015, så det er mange år med research. Nå er dette mer i tiden enn noen gang, og vi legger til et nytt element som er wellness og mental helse.

Folk er mer interessert i disse tingene nå, kanskje på grunn av koronapandemien, som både hadde en umiddelbar og en mer langsiktig effekt på helsen. Med long-covid er det mange som opplever hjernetåke, hormonelle utfordringer eller endringer i luktesansen.

Hudterapeuter og andre yrkesgrupper som jobber i klinikker og salonger ble rammet hardt under pandemien, i USA og andre steder ble mesteparten av salongene stengt ned. Det ble også innført veldig strenge hygieniske tiltak med desinfisering.

Jeg var flink til å ta vare på min egen helse under pandemien, og for å styrke immunforsvaret drakk jeg jevnlig en blanding av hyllebær, ingefær og gurkemeie. Jeg tror at urtemedisin er like bra som farmasøytisk medisin til dette.

Jeg har aldri hatt covid, og har heller ikke blitt forkjølet på lenge, selv om jeg har et barnehagebarn. Det er fordi jeg har tatt vare på meg selv. Denne Stockholmsturen er faktisk min første utenlandsreise siden før pandemien, så jeg har vært forsiktig.

Claudia om: «Psychodermatology»

– Huden reflekterer alt som foregår inni deg. Den er koblet sammen med resten av kroppen inkludert nervesystemet, og reagerer ikke bare på ytre påvirkning, som UV-stråler eller forurensning, men også indre påvirkning som skyldes stress og bekymringer.

Blir du sittende fast i trafikken før et viktig møte, eskalerer stresset og hjernen frigjør stresshormoner. Da kan du få en stress-respons i huden som ser ut som en inflammasjon. Og så har du den berømmelige «wedding ring rash», som bare kommer der du har gifteringen. Utslettet kan behandles med salver eller kremer, men for noen vil det kun forsvinne helt når de bryter ut av ekteskapet. Eksemplene er mange.

Disiplinen kalles «psychodermatology», og for få år siden var det ikke mange som visste hva det var, inkludert en god del doktorer.

Dr. Claudia foreleste om forbindelsen mellom huden og hjernen under et Vichy-event i Stockholm.

Claudia Aguirre kommer fra Los Angeles, og er ekspert på nevrovitenskap, wellness og mind-body.

Men nå finnes det klinikker der det jobber både psykiatere og dermatologer. Akne, eksem og rosacea kan enten trigges av stress eller forverres. Får man cystisk akne kan det også trigge depresjon, og med voksenakne kan det hormonelle være involvert.

Claudia om: Holistiske hudbehandlinger

– Studier viser at om man jobber mentalt med kognitiv terapi eller meditasjon, så kan det hjelpe folk å løse problemer med angst og stress, og i tillegg stoppe inflammasjon.

Jeg har jobbet med Six Senses Spas for å skape et holistisk behandlingsprogram der wellness integreres som en del av opplegget, man kan da behandle kropp og sinn samtidig. Det kan også dreie seg om aldring, også dette påvirkes av stress og angst.

Akkurat som solkrem er viktig for huden, så er wellness viktig. Vi kan skape helhetlige behandlingsopplegg som berører alle sanser for å få et resultat. Trening, meditasjon og pusteøvelser kan være bra for å redusere stress, og man vil da også etter hvert se forskjeller på overflaten av huden.

Claudia om: Stress i huden

– Huden er blant kroppens største organer, og den kommuniserer konstant med hjernen. Kommunikasjonen går begge veier, huden informerer hjernen og omvendt. Opprinnelig stammer både huden og hjernen fra samme type vev, så det er ikke rart at det finnes en forbindelse mellom de to.

Hva skjer i huden når du er veldig stresset? Du kan få røde flekker på brystet, eller huden kan begynne å klø. Psykologisk stress påvirker hjernen til å frigi hormoner som igjen påvirker huden, og kan medføre rødhet, eksem, ujevne flekker, sensitivitet og inflammasjon.

Langvarig stress kan føre til kontinuerlig inflammasjon. Årsaken kan være noe som stresser deg mentalt – en skilsmisse, for eksempel. Noen ganger må man gå til roten av problemet for å bli kvitt symptomene som ses på huden.

Hvis vi føler oss lykkelige og balanserte, tror jeg også det kan påvirke vårt utseende positivt. Huden er et like sofistikert organ som hjernen, så det er viktig å sette av tid hver dag til å koble av og ta vare på oss selv.

Claudia om: Retail-produkter

– Det har også kommet retail-produkter i dette segmentet. Jeg kjenner leverandørsiden godt fra min virksomhet som konsulent, og det er fortsatt veldig få ingredienser som kan brukes. Men man skaper serier rundt disse likevel.

En nøkkelingrediens er vill indigo, en medisinplante som kan bidra til å dempe stresshormonet kortisol i huden, og i tillegg stimulere endorfiner. Stress fører til kviser, så kanskje kan vi få til noe med denne planten?

Huden har sitt eget maskineri som vi bør jobbe med, heller enn å foreskrive tabletter mot for eksempel akne. Den kan produsere hormoner akkurat som hjernen, og i dette ligger det et stort og uutnyttet potensiale.

Claudia om: Trender i skjønnhetsbransjen

– Jeg jobber som konsulent, rådgiver og speaker, blant annet for Dermalogica, Murad og L'Oréal. Mye av arbeidet handler om innovasjon, jeg kommer med input for å bidra til å skape mer interessante produkter.

Vi ser nå at hudpleie- og spabransjen beveger seg i retning helse, mens trendene for makeup går i motsatt retning; her vil man utforske farger. «Clean beauty» er heller ikke like betydningsfullt for folk, nå er det viktigere å se resultater.

Hår og hodebunn er en annen spennende kategori der det forskes mye. Det er lett å legge merke til at du kan miste hår når du stresser, og det faller også ut eller blir tynnere på grunn av aldring. Klarer vi å skape et sunnere og mer nærende miljø for hodebunnen, vil det være gunstig.

Claudia om: Digitale filtre

– Det skjer også en rivende utvikling innen digital skjønnhet. Hvordan skal bransjen navigere dette feltet? Filtrene folk bruker i sosiale medier har blitt veldig mye bedre, man kan nå bare ta et filter på, og trenger ikke stelle huden eller bruke sminke.

Vi er på full fart inn i metaverse, og hva vil det føre med seg? Vil folk føle at de fortsatt har behov for makeup og hudpleieprodukter? Den yngre generasjonen vil kanskje ikke huske hvor viktig det er å ta vare på hud, hår og negler på en naturlig måte.

Det kommer også stadig flere beauty influencere som ikke er mennesker, men algoritmer. Dette blir en utfordring for hudterapeuter og makeupartister, og det blir nødvendig å kjempe, for folk vil fortsatt trenge profesjonell rådgivning. En annen trend er verktøy og teknologi til hjemmebruk, for å forbedre huden. Klinikker og spa må på grunn av dette stadig forbedre sine tilbud og være på hugget.

SOMMERENS FRISYRER

Björn Axén stiller skarpt på sesongens trender innen farge, klipp og styling.

Solid kompetanse

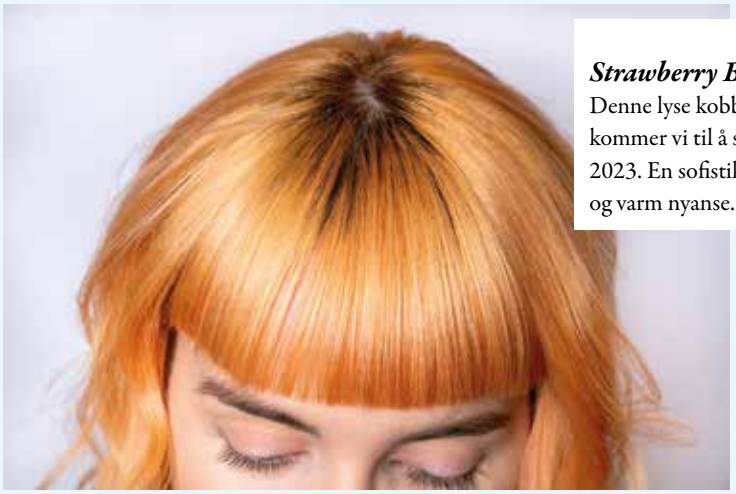
Björn Axén åpnet sin første salong i 1963, og har siden den gang vokst til et veletablert selskap med flotte frisørsalonger i både Stockholm og Göteborg. I tillegg til frisørtjenester tilbyr Björn Axen også profesjonelle hår- og stylingprodukter som er skapt i et unikt og nært samspill med selskapets frisører.

Wet Look

Wet Look er en av de tydeligste trendene som også har vært synlig på flere moteuker denne sesongen. Stylingen er i tillegg svært mangfoldig. Så lenge håret ser vått ut, spiller det egentlig ingen rolle om det bæres utslått, oppsatt eller i en avslappet flette.

The Pixie
I vår og sommer er den moderne versjonen av Pixie-frisyren en stor trend. En feminin og lettstylet klipp som også er veldig lett å elske.

The Mixie
The Mixie er en leken og edgy look, som kan beskrives som kjærlighetsbarnet til en Pixie-frisyre og en Mullet. Mixie-klippen kjennetegnes av kortere hår foran og lengre lengder bak, og kan bæres på mange forskjellige måter.



Strawberry Blonde
Denne lyse kobberfargen kommer vi til å se mye av i 2023. En sofistikert, vakker og varm nyanse.

Lively Pastel
Pastellfarger liver opp, og kan både appliseres i seksjoner eller over hele håret. Velg mellom farger som lilla, blått, rosa, oransje eller grønt. Uansett hvilken farge du går for, kan den mykes opp til en vakker pastellnyanse.

Textured Brunette
En rik brunfarge som mykt går over til lysere nyanser. Fargen er perfekt for våren og sommeren, ettersom solen bleker håret naturlig og bidrar til å forsterke effekten.

NATURLIG BUSKETE BRYN

– De siste årene har vi sett trendene endre seg drastisk fra ganske markerte og perfekt påtegnede bryn, til en mer naturlig stil der «less is more», sier Pia Fløl fra norske Bitchn' Brows, som nå bytter navn til Better Brows.

Tekst: Kristine Rødland
Foto: Idol Looks/Better Brows Norge

Pia Fløl tror at vi vil fortsette å se de fyldige og naturlige brynene, men nå med en mer ryddig og stylet vri.

– Det skal se ut som om man ikke gjør så mye med brynene, selv om man egentlig gjør det. Her har trenden med laminerte bryn kommet for å bli, da denne stilen gir en naturlig fylde som er enkel å opprettholde.

I tillegg legger vi merke til en trend for rettere bryn både på SoMe, på catwalken under moteukene, og på gatene. Den kommer originalt fra koreanske sminketrender, og gir ansiktet – spesielt øyepartiet – et løft, samtidig som uttrykket blir mer moderne og ungdommelig.

Grunnen til at et rettere bryn gir et løft, er at vi fjerner «halen» på brynet, enten helt eller delvis. Slik kan vi fylle inn brynet i en rettere form, uten å ha en hale på det som drar ansiktet nedover, forklarer hun.

Hvilke nøkkelprodukter anbefaler du i forhold til disse trendene?

– For å oppnå et laminert uttrykk bruker vi en brynsbørste til å børste hårene oppover. Da vil det bli tydelig hvor vi trenger å fylle inn brynene for å få en fyldigere form. De fleste vil ha små «hull» i brynene eller mangle hår, og det er her vi bruker en brynspenn til å fylle inn. Vi bruker pennen til å tegne brynshår der det trenges.

For å gi et ekstra løft, bruker vi en highlighterpenn under brynet, denne vil bidra til å åpne blikket. Til slutt bruker vi Brow Fix til å sette hårene på plass i den retningen vi ønsker. I dette tilfellet ønsker vi at hårene skal gå oppover i en lett bøyd vinkel, slik at vi får et ryddig, men naturlig buskete resultat.

For trenden med rettere bryn, ønsker vi å fjerne «halen» på brynet. Ønsker man å teste stilen før man går «all in» med voksing eller napping, anbefaler vi å barbere halen bort. Men fordelen med å vokse eller nappe, er at resultatet varer lenger. Man kan eksperimentere med ulike lengder og vinkler – alt fra litt rettere bryn til helt rette, eller bryn som vinkler seg oppover. Det kommer an på hvor dramatisk form man ønsker selv.

For å style brynet, starter vi også her med å børste det oppover. Da ser vi hvor vi må fylle inn eventuelle hull eller hvor det mangler hår. Deretter bruker vi en brynspenn til å tegne inn hårstrå der det mangler fylde. Vi bruker en highlighterpenn under brynet for å forsterke formen og gi ansiktet et ekstra løft. Til slutt setter vi hårene på plass med Brow Fix, oppover med en lett bøy. Da får vi et naturlig buskete bryn med en ryddigere stil.

Hvorfor bytter dere nå navn fra Bitchn' Brows til Better Brows?

– Vi har vokst og modnet en del siden lanseringen av serien i 2013, og har også endret strategien. Bitchn' Brows var et hipt internett- og influencer-brand. Men vi har med årene blitt et rent salong-brand som bare selges i frittstående hud-, frisør-, spa- og beauty-salonger i Norge.

Vi har også videreutviklet merket med forbruksvarer til behandlinger, slik at vi har blitt en totalleverandør av brynsprodukter til salong. Navnet Better Brows representerer derfor våre kunder bedre, forklarer Brand Manager Pia Fløl.

– Vi jobber kontinuerlig for å bli best på bryn i Norge, sier Pia Fløl, makeupartist og Brand Manager for Better Brows.

NYHET FRA DUI CLINIQUE

DELIGHTER
diodEpilation

Kjøper du et apparat av oss, får du tilgang til vårt unike markedsførings-program hvor vi hjelper deg å få så mange kunder du ønsker.

HØYEFFEKT DIODELASER SOM HALVERER BEHANDLINGSTIDEN

Praktisk, kjølig og unik sonde for å gjøre behandlingen mer effektiv og komfortabel. Opptil 5 kjølenivåer for behandlinger uten rødhet.

Det innovative kjølesystemet gir utrolige fordeler i forhold til tidsbesparelse, kvalitet på behandlingene og total komfort, siden det ikke er nødvendig å vente til enheten er avkjølt.

Halver behandlingstiden og utfør færre behandlingsøkter enn IPL, takket være enkelt- og flerimpulser. Opptil 10 pulser per sekund.

Glatt hud uten uønsket hår.
For både menn og kvinner.

PRODUSERT I EU

Kontakt: Dui Clinique AS, Farmannsveien 18-22, 3111 Tønsberg, **Tlf:** 33 33 48 90, **Epost:** post@duiclinique.com

BIO-RETINOL vs RETINOL

Det er veldig mye snakk om retinol for tiden. Men hva er egentlig bio-retinol, også kalt phyto-retinol, og er det bedre enn vanlig retinol?

Tekst: Marina Elisabeth Engervik
Foto: Dreamstime og Isabell Solberg/Marina Miracle

Retinol er et syntetisk derivat av vitamin A, og blant de mest brukte aktive hudpleieingrediensene med bevist evne til å forbedre fine linjer, rynker, ujevn hudtone og å redusere akne. Men dessverre er det sånn at retinol også kan gi bivirkninger, og produkter med retinol kan irritere huden, gi kløe eller andre kjedelige hudreaksjoner.

Vi vil gjerne ha de gode virkningene av retinol, men uten bivirkningene. Derfor skal vi nå komme inn på det naturlige alternativet til retinol, nemlig bio-retinol. Hva er det egentlig?

Begrepet «bio-retinol» brukes ofte i hudpleieverdenen for å referere til naturlige og plantebaserte ingredienser som har retinol-lignende effekter på huden, og som gjør huden i stand til å lage sin egen, virksomme vitamin A.

Bio-retinol kan utvinnes fra plantevekster som inneholder karoten, ved å bruke oljeekstrakter av for eksempel tindvedbær, gulrotfrø eller nyper og andre plantevekster. Det finnes mange varianter der ute, men de som nevnes i denne artikkelen er de som er mest brukt og anerkjent for sin gode effekt.

Planter som er kilder til bio-retinol er alltid svært rike på karoten (karotenoider), som er forstadiet til vitamin A. Når huden næres med karoten omdannes det til vitamin A. Det gjør at huden kan nyttiggjøre seg av vitaminet på en helt naturlig og veldig effektiv måte, og det blir en mer synergisk effekt.

Man kan sammenligne det med å spise sunn, næringsrik mat; det vil alltid gi kroppen mer helhetlig næring å spise selve maten, enn å bare ta en kosttilskudd-pille som inneholder samme næringsstoffer. Kroppen klarer bedre å nyttiggjøre seg av maten. Bio-retinol er litt som å gi kroppen den næringsrike maten, i stedet for bare kosttilskuddet.

Bakuchiol er kanskje den mest kjente bio-retinolen, fordi det var den første på markedet i sin kategori. Bakuchiol utvinnes fra frøene til Psoralea corylifolia, også kjent som babchi-planten. Den har blitt brukt som medisin i Østen i århundrer, og kommer opprinnelig fra India.

I 2014 ble det publisert en studie i International Journal of Cosmetic Science som sammenlignet effekten av bakuchiol og retinol på aldring av huden. Studien fant at bakuchiol hadde samme effekt som retinol ved å redusere fine linjer og rynker, men med færre bivirkninger. Bakuchiol er også en potent antioksidant, og kan bidra til å beskytte huden mot skader forårsaket av frie radikaler.

Bakuchiol utvinnes fra frøene til Psoralea corylifolia, også kjent som babchi-planten.

Nypeolje utvinnes fra frukten og frøene til planten Rosa canina, som vokser vilt i Europa og Norge. Den er som en superfood for huden, og en populær ingrediens i hudpleieprodukter på grunn av dens høye konsentrasjon av vitamin A og C.

Nypeolje har svært høyt innhold av karoten, som umiddelbart omdannes til vitamin A når den kommer i kontakt med huden. Den bidrar derfor til å stimulere kollagenproduksjonen, redusere forekomsten av fine linjer og rynker, og forbedre hudens tekstur. Nypeolje er også svært rik på antioksidanter, som kan bidra til å beskytte huden mot solskader og forurensning.

Tindvedolje utvinnes fra de spiselige bærene til tindvedplanten, Hippophae rhamnoides, og vokser vilt i Europa og i Norge. Som nypeolje er også tindvedolje en superfood for huden, og en rik kilde til vitamin A-forløpere, inkludert betakaroten og andre karotenoider.

Tindvedolje kan bidra til å stimulere produksjon av nye, sunne celler, fremme kollagenproduksjon og minske synlighet av linjer og arr i huden. Den er også en utrolig god kilde til antioksidanter, som kan bidra til å beskytte huden mot skader forårsaket av frie radikaler.

En annen ny og spennende metode for å lage bio-retinol har også nå kommet på banen. Enkelt forklart fermenteres plantesukker som deretter destilleres, og ut får man et rent og helt naturlig utvunnet bio-retinol.

Smarte kjemikere har blandet inn dette retinol-alternativet i solsikkeolje, og stabilisert det med vitamin E og rosmarinekstrakt slik at huden kan ta det til seg. Det har, ifølge produsenten Givaudan, vist seg å være akkurat like effektivt som syntetisk retinol, i tillegg til at det får huden til å produsere mer hyaluronsyre, som gir en enda bedre anti-age effekt.

Dette helt nye og naturlige alternativet til retinol har fått navnet RetiLife, og vi kommer nok til å se mer og mer av denne typen bio-retinol i all hudpleie.

Så er bio-retinol et bedre alternativ enn den tradisjonelle retinolen? Ifølge en studie fra British Journal of Dermatology, har daglig bruk av bakuchiol vist seg å være like effektivt som retinol for å bekjempe rynker og hyperpigmentering etter bare 12 uker, og deltakere som brukte retinol rapporterte mer kløe og svie enn de som brukte naturlig bakuchiol. Altså er bio-retinol like effektivt som retinol, men helt uten bivirkninger.

Bio-retinol blir heller ikke påvirket av soleksponering, og kan derfor brukes både på dagtid og om natten. Retinol derimot, anbefales ofte kun å brukes om natten for å unngå mulig hudfølsomhet ved solekspone-ring. Derfor kan du trygt bruke bio-retinol i større grad.

Det skjer veldig mye nå med utvikling av bio-retinol. Vi ser at markedet ønsker et alternativ til retinol som virker effektivt og er uten bivirkninger, og samtidig også bærekraftig og trygt for både huden og miljøet.

Når man sammenligner bio-retinol og retinol, så er det i hovedsak veien til hvordan huden får vitamin A som er den store forskjellen, og begge veiene fører til målet: Cellene får beskjed om å fornye seg raskere, og resultatet blir en jevnere og sunnere hud.

Bio-retinol er kommet for å bli, skriver Marina Elisabeth Engervik, gründer av det naturlige, norske hudpleiemerket Marina Miracle.

5 raske om bio-retinol

- Bio-retinol er et alternativ til retinol som kommer fra naturlige ingredienser.
- Bio-retinol virker ved å omdanne karoten til vitamin A i huden.
- I motsetning til retinol, som kan gi forskjellige hudirritasjoner, er bio-retinol skånsomt, noe som gjør det til et utmerket alternativ for de med sensitiv hud.
- Bio-retinol er rik på antioksidanter, som kan bidra til å beskytte huden mot skader forårsaket av UV-stråling og forurensning.
- Bio-retinol har også anti-inflammatoriske og anti-mikrobielle egenskaper, og kan derfor behandle akne og andre hudsykdommer som rosacea og eksem.

– Studer INCI-listen

– Akkurat når det gjelder bio-retinol, så er det mye som blir kalt det på markedet. Men for å få en lik effekt som syntetisk retinol er mye research gjort, og da lander man på tre typer:
Den nye RetiLife, Revinage, som er ekstrakt av Bidens pilosa fusjonert med tre ulike oljer, og bakuchiol, som er en 100 prosent naturlig funksjonell analog av retinol. Disse oppfører seg som retinol slik vi kjenner det, og er forsket mye på. Få derfor alltid INCI-navnet på bio-retinolen som er brukt i et produkt, og se om det finnes studier som er gjort på nettopp denne ingrediensen, sier Anne Trogstad, innehaver av agenturselskapet Organic Beauty.

PIGMENTERING – TIL GLEDE OG FORARGELSE

Melanin er hudens eget solfilter, og gir UV-beskyttelse sammen med en attraktiv, frisk farge. Mange plages likevel av ujevn pigmentering, som oppstår når huden produserer for mye melanin. Hvordan kan vi forebygge og behandle dette?

Tekst: Anne Borch
Foto: Dreamstime og Beauty Technology

Hudfargen vi er født med er knyttet til våre gener og etnisitet, og kan fortelle oss noe om hvor godt vi tåler sol.

Menneskers hudfarge kan være svært forskjellig, og den kan endre seg ganske mye ved blant annet solpåvirkning. Det finnes også forskjeller mellom ulike etnisiteter. Spesielt mørk hud har en tendens til å være mer reaktiv, noe som aktiverer melanocyttene lettere ved inflammasjon og irritasjon.

Pigmentering betyr farging, og pigment er et fargestoff. Hos oss mennesker er det det svart-brune-røde pigmentet melanin som farger huden, håret og øynene. Melanin produseres av hudens melanocytter. Disse cellene setter i gang produksjonen av melanin for å beskytte huden mot UV-stråler og DNA-skader.

Selve melaninsyntesen er en komplisert biokjemisk prosess. Den settes i gang ved hjelp av melanocyttstimulerende hormon (MSH) når huden eksponeres for sollys. I tillegg til melanin er også pigmenter fra karoten, samt hemoglobinet i blodet, med på å gi huden farge.

Vi skal være veldig glade for hudens evne til pigmentering, da det er en prosess som beskytter oss mot skader og sykdom. Vi kan godt si at melanin er hudens eget solfilter (SPF).

Hyperpigmentering er derimot en annen side av samme sak. Begrepet brukes for å beskrive områder med ujevn pigmentering i huden, og vises som mørke flekker eller «skjoldete» farge. Det er mange som plages av hyperpigmentering, og det er en hyppig årsak til at folk oppsøker profesjonell hjelp hos lege, sykepleier eller hudterapeut.

Det finnes flere forskjellige typer hyperpigmenteringer, og noen er vanskeligere å behandle enn andre. Felles for dem alle er at det produseres for mye melanin. Det er viktig å avklare hvilken type pigmentering man står overfor for å velge rett behandling.

De vanligste formene for hyperpigmentering er solar lentigo (også kjent som aldersflekker eller leverflekker), PIH (postinflammatorisk hyperpigmentering) og melasma.

Solar lentigo er en pigmentflekk som skyldes overeksponering for sol over tid. Det er en godartet forandring som vises som en eller flere brune flekker på soleksponerte områder, som for eksempel ansikt og hender. Flekkene er flate, runde eller ovale og jevnt pigmenterte. De utvikles vanligvis gradvis, og blir større og mørkere med tiden.

PIH (postinflammatorisk hyperpigmentering) er økt pigmentering i huden etter traume eller inflammasjon. Det er vanlig å se PIH etter akne, eksem og insektstikk, men også etter kirurgi og kosmetiske behandlinger som laser, kjemisk peeling og så videre. PIH skyldes økt produksjon av melanin i forbindelse med inflammasjonen.

Melasma er en tilstand med økt pigmentering og mørke flekker. Den ses hyppigst på begge sider av ansiktet, men kan også forekomme på kropp. Tilstanden er absolutt vanligst hos kvinner, og ses særlig i forbindelse med graviditet, bruk av p-piller og eksponering for sol, men forekommer også hos menn.

Melasma er en multifaktoriell tilstand uten klar årsak, men hormonell stimulering og ubalanse er en viktig bit i puslespillet. Pigmentflekkene ved melasma er ofte ujevne og skjoldete, og de synes gjerne som en større flekk i pannen, på begge kinnben og ved kjevelinjen, samt på overleppe og rundt munnen. Problemet vedvarer ofte over lang tid. Selv om pigmentflekkene blekner gjennom vinteren, så kommer de svært raskt tilbake igjen ved soleksponering.

Det aller viktigste rådet for å forebygge hyperpigmentering er solbeskyttelse og solvett. Årsaken til problemet er i all hovedsak sol, da huden forsøker å beskytte seg mot de uheldige effektene av UV-stråler.

Det er viktig å bruke solkrem med høy faktor (SPF 30 til 50) hver dag, hele året. I solsesongen bør solbeskyttelsen reappliseres annenhver time. Ikke bare vil det redusere risikoen for hyperpigmenteringer, men det vil

For å få optimale resultater, anbefales det ofte å gjøre klinikkbehandlinger underveis i behandlingsløpet.

Å bli kvitt pigmentflekker kan hjelpe huden til å fremstå mye yngre.

også motvirke andre solskader som for eksempel elastose (slapp hud), linjer og rynker, grov hud og i verste konsekvens hudkreft.

Dersom hyperpigmenteringen allerede er et faktum og det oppleves som kosmetisk skjemmende, er det hjelp å få. Problemet for mange er at det finnes en jungel av produkter, behandlinger og tilbud som det kan være vanskelig å navigere i.

Behandling av hyperpigmentering kan være enkelt, men er oftest utfordrende og tidkrevende, spesielt ved melasma. En behandler som setter opp et spesialtilpasset hudpleieprogram, og som kan justere det underveis ved behov, er et godt utgangspunkt. For å oppnå best mulig resultat, er det viktig med en grundig konsultasjon der behandlingsalternativer, vedlikehold, kostnader og forventninger avklares.

Produkter som behandler hyperpigmentering effektivt må fungere på flere måter samtidig. De må inneholde ingredienser som normaliserer melaninproduksjonen, lysner og jevner hudtonen og reduserer inflammasjonen. Samtidig må de sørge for at huden fungerer så optimalt som mulig ved å styrke hudbarrieren, tilføre antioksidanter og fukt, og stimulere til hudfornyelse.

Pigmentbehandling kan ikke bare ha fokus på å lysne pigmentflekkene uten å gjøre noe med årsakene. For å oppnå dette, er det nødvendig å stabilisere og styrke huden, og huden trenger også tid. Avhengig av hvilken type hyperpigmentering man har, er det for mange også helt nødvendig å endre solvaner og livsstil, samt å vedlikeholde resultatet over tid.

Et behandlingsprogram mot hyperpigmentering går som regel over flere hudsykluser, og inkluderer spesialprodukter som kan bekjempe pigmentdannelsen eller melaninsyntesen både morgen og kveld. Det anbefales ofte å gjøre klinikkbehandlinger underveis i behandlingsløpet for å få optimale resultater.

Målet er å kunne nyte solens positive egenskaper med en sterk, sunn og motstandsdyktig hud.

Anne Borch er fagansvarlig ved Beauty Technology, som blant annet distribuerer MeLine, en serie som spesialiserer seg på behandling av hyperpigmentering.

Sollmar har laget en komplett hudpleierutine bestående av sju produkter inspirert av K-beauty.

– Mer naturlige produkter er i tiden, og marine ingredienser blir nok også viktigere fremover med fokus på bærekraft, sier Marianne Skogvold, medgrunnlegger av Sollmar.

HUDPLEIE MED TANG OG TARE

Rødalgen søl inneholder mye bra næring, og brukes som hovedingrediens i den nye, norske hudpleieserien Sollmar.

Tekst: Kristine Rødland

Serien er utviklet og produsert på vestlandet, og inneholder nesten bare naturlige ingredienser. Soll er et annet ord for søl, og mar er sjø på spansk, derav navnet Sollmar.

Prosjektet springer ut av Tekslo Seafood, som holder til på Sotra utenfor Bergen. De driver ellers med produksjon av kosttilskudd, smaksforsterkere og krydderblandinger basert på tang og tare, blant annet under merkenavnet Sjøsaker.

– Havet er en kjemperessurs for oss som bor i Norge, og vi tror at tang og tare vil vokse som næring, i tillegg til fisk. Sjøsaker er en serie med krydder som først og fremst selges i spesialbutikker og på nett. For eksempel har vi tacokrydder som er basert på tang og tare. Vi leverer også mye tang til restaurantnæringen og til annen matproduksjon, sier medgrunnlegger av Sollmar og markedsfører i Tekslo Seafood, Marianne Skogvold.

Hun forteller at søl er mye brukt til smoothies og gryteretter som en stor umami-kilde – en smakstilsetter. Taren ble også brukt i vikingtiden som ernæring, og den kan benyttes som gjødsel og dyrefôr.

– Søl er også en rødalge, og vi vet at både rødalger og brunalger har en rekke fordeler for huden, sier hun.

Serien tilbyr dobbeltrens med olje etterfulgt av skum.

Gründere av Tekslo Seafood er Robert Trellevik, Runar Trellevik og Jan Petter Monsen, mens Marianne Skogvold er medgründer på hudpleieserien. Hun har jobbet i selskapet i snart to år, og med en fortid som Mary Kay-konsulent har hun lenge vært interessert i hudpleie.

– Det er som oftest disse gutta som er ute og høster tang og tare, men jeg er med noen ganger. Vi henter dette opp fra havet rett utenfor kontoret vårt på Sotra. Når det er fjære og ekstra lavvann, vasser vi ut og høster for hånd. Tangen skjæres nennsomt av, slik at roten og et lite blad står igjen.

Tang og tare krever verken vanning eller

Dulse og Palmaria palmata er andre navn på taren søl. Den høstes best ved ekstra lavvann, for eksempel ved fullmåne.

store landområder, og støtter dermed en bærekraftig livsstil. Marianne forteller at det var laget noen prototyper på hudpleieprodukter allerede da hun begynte i selskapet, men det tok litt tid før de bestemte seg for å gå videre med prosjektet.

– Vi samarbeider med en norsk produsent, og benytter også andre naturlige og gode ingredienser i tillegg til tang og tare. Det som skiller våre produkter fra mange andre naturlige merker er produksjonsprosessen, blandingen av ulike nordiske ingredienser og den avanserte bruken av fermentering og probiotika, sier hun.

Sollmar benytter en unik fermenteringsprosess for tang som gir høykonsentrert næring.

– Prosessen har flere trinn for å gjøre best mulig bruk av ingrediensene. Gjennom fermentering blir de behandlet slik at næringsstoffene lettere tas opp i huden, de blir på en måte ferdigtygget. Så langt det er mulig, prøver vi å jobbe etter «raw food»-prinsippet, med minst mulig oppvarming av råvarer og i prosesser. Dette gir ferdige baser av høy kvalitet.

Vi har også fokus på «zero waste», og bruker hele råvaren i produksjonen. Det som blir igjen brukes i hagen, eller som mat til for eksempel fugler ved vårt produksjonssted. Vi skal i tillegg jobbe mer med emballasjen fremover, slik at også den blir mer bærekraftig, forteller Marianne Skogvold.

Hun kommer selv fra finansbransjen, der hun har jobbet med markedsføring og salg. I tillegg har hun vært med på å grunnlegge en bank som ble flyttet til Oslo, så det er gøy å gjøre noe nytt i en annen bransje.

– Det er veldig givende å jobbe med noe kreativt, folk blir mer og mer opptatt av hva de putter på huden. Sollmar er helt nytt på markedet, og forhandles foreløpig kun via egen nettside. Vi har sett til utlandet først og fremst, og nettsiden er på engelsk, men vi ønsker også selvfølgelig forhandlere i Norge.

Serien er utviklet som en koreansk hudpleierutine, med dobbeltrens før næring, fukt og beskyttelse av hudbarrieren. Den består av til sammen sju produkter, og det fungerer også fint å bruke disse enkeltvis.

– Vi utførte en forbrukertest i fjor med over 30 deltakere, og gjorde en del småjusteringer for å gjøre produktene best mulig. Jeg merker også god effekt på min egen hud, og synes selv jeg har fått jevnere hudtone. Vi har fått veldig god respons på produktene og er spente på hvordan det går, vi vil gjerne ta en del av markedet for naturlig hudpleie, sier hun.

Fordeler med søl

Rik på næringsstoffer:
Søl inneholder en rekke næringsstoffer, inkludert jod, sink, magnesium, kalsium og antioksidanter, som kan bidra til å forbedre hudens helse.

Virker hydrerende:
Polysakkarider i søl kan holde på vann og hjelpe til med å opprettholde hudens fuktighet.

Gir antioksidantbeskyttelse:
Antioksidanter i søl kan hjelpe med å forbedre hudens tekstur og redusere synlige tegn på aldring, som fine linjer og rynker.

Stimulerer cellevekst:
Søl inneholder en rekke mineraler og vitaminer som kan bidra til å stimulere cellevekst og fremme hudens naturlige tilhelingsprosess.

Kilde: Sollmar

Årets lansering – premium/professional
Prada Paradoxe (L'Oréal Norge)

Dameduft
Prada Paradoxe (L'Oréal Norge)

Herreduft
Armani Code Parfum
(L'Oréal Norge)

Spesialprodukt ansiktspleie – affordable
A-Derma Biology Nutri (Pierre Fabre Dermo-Cosmétique Nordic)

Skjønnhetsprodukt apotek
Cosmica Face Glow Vitamin C Booster
(Perrigo Norge)

Makeup – premium/luxury
MAC Fix + Stay Over
(Estée Lauder Companies)

PRISDRYSS!

Glöd Sophie Elise Self Tan Spray stakk av med to priser under årets NCA, som gikk av stabelen 4. mai, og det samme gjorde dameduften Prada Paradoxe.

Tekst: Kristine Rødland

Norwegian Cosmetic Award arrangeres årlig av Kosmetikkleverandørenes forening, og feirer bransjens største suksesser gjennom året som har gått.

Glöd Sophie Elise Self Tan Spray og Prada Paradoxe kan på hver sin måte trygt betegnes som braksuksesser. De ble kåret til Årets lansering innen sine respektive priskategorier, og vant i tillegg kategoriene Kroppspleie og Dameduft.

Folk har virkelig gått «kvinne av huse» for å sikre seg disse produktene. For Prada Paradoxe har det vært ventelister i enkelte butikker, fordi det ikke kunne leveres nok, og Glöd Sophie Elise Self Tan Spray har også vært vanskelig å få tak i for mange:

– Lagrene har tidvis vært tomme ned til siste produkt, og det har vært utsolgt mange steder i lange perioder. Lanseringen har også bidratt til betydelig vekst innenfor sin kategori – og i tillegg er det den beste selvbruningssprayen vi har prøvd, uttalte juryen.

Det ble delt ut priser i 19 kategorier, og du finner mer info og bilder fra arrangementet på kosmetikkmagasinet.no.

Årets lansering – affordable
Glöd Sophie Elise Self Tan Spray
(Elle Basic)

Kroppspleie
Glöd Sophie Elise Self Tan Spray
(Elle Basic)

Årets innovasjon
Shiseido Bio Performance Skin Filler
(Scandinavian Cosmetics)

Ansiktspleie – premium/luxury
Lancôme Rénergie H.C.F. Triple Serum (L'Oréal Norge)

Hårprodukt styling – premium/professional
Redken Beach Spray (L'Oréal Norge)

Hårprodukt – affordable
Björk Tämja (ByWe)

Hårprodukt pleie – premium/professional
Oribe Hair Alchemy
(Kao Norway)

NCA hederspris
Escada sommerduft (E. Sæther)

Årets bærekraftspris
L'Oréal for the Future (L'Oréal Norge)

Årets mediekampanje
Dr. Greve Pharma Pro-Retinol
(Orkla Home & Personal Care)

Ansiktspleie – affordable
CeraVe Blemish Control (L'Oréal Norge)

Makeup – affordable
Camilla Pihl Sunset Glow Bronzer (Elle Basic)

Spesialprodukt ansiktspleie – premium/luxury
Sensai Comforting Barrier Mask
(Dermabeauty)

Slik ble Line kvitt sine pigmenteringer effektivt og skånsomt

En av de beste og mest dokumenterte behandlingmetodene for pigmenteringer er kjemisk peeling, i kombinasjon med gode hjemmeprodukter. Med PCA Skin har du verktøyene for å oppnå imponerende resultater for dine kunder! Les om Lines erfaringer med behandling av sine pigmenteringer.

– Jeg har alltid tenkte at pigmenteringene var noe jeg måtte akseptere og leve med. Etter hvert som jeg ble mer opptatt av huden min, innså jeg at det må være noe som kan gjøres for å oppnå en mer jevn hud, forteller Line, som sommeren 2022 kom til Essen Dagspa for hjelp. For å bli kjent med huden til kunden, og for at kunden skal bli kjent med konseptet kjemisk peeling, velger terapeuten en snill første behandling. Dette gir en trygghet for både kunde og terapeut. Samtidig er behandlingen effektiv og Line kan forvente litt avflassing.

I behandlingen påføres et lag med PCA Skin Peel Hydroqinon i hele ansiktet og tre lag lokalt på pigmenteringene. Da oppnår man å gå til direkte «angrep» på pigmenteringene, samtidig som kunden unngår flassing i hele ansiktet. Deretter et lag med Nopeel peel som virker mer pleiende og reparerende på hudens barriere. Da Line kommer til behandling nummer to er allerede intensiteten til pigmenteringene redusert. Hun forteller at hun nesten ikke flasset etter første behandling, kun litt ved nesen på dag tre. Tilbakemeldingene fra kunden gjør at terapeuten kan utføre en sterkere behandling denne gangen. Kunden blir informert om at hun må være forberedt på flassing, og derfor gjennomføres behandlingen i slutten av uken, slik at avflassingen skjer i helgen. Etter tre behandlinger har vi fått svært gode resultater.

PRODUKTENE ER VIKTIG

Terapeuten understreker viktigheten av å være trofast til produktene hjemme over tid for å sikre et optimalt resultat og for å forebygge nye hyperpigmenteringer. Line forteller at hun aldri har vært spesielt opptatt av å ta vare på huden sin. Etter at hun fikk anbefalt PCA Skin av en venninne innså hun at det har noe å si hvilket merke og hva slags ingredienser man tilfører huden.

MEGET FORNØYD MED RESULTATET

Line er svært fornøyd med resultatet av behandlingsprogrammet og at det var en god investering. Hun opplever at hyperpigmenteringene nesten er helt borte, samtidig som at huden har blitt mykere, glattere, og fått mindre linjer og rynker.

PCA Skin *er en ledende medisinsk serie bestående av salong- og hjemmeprodukter. Produktene er parfymefrie, uten parabener, syntetiske stoffer, mineraloljer, lanolin og petrolatum.*

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

PCA skin
happyskin

Forpakningene er skapt med stor omsorg, og det moderne håndverket merkes også i duftene, som er laget i samarbeid med parfymeutviklere i Grasse.

SKUMMENDE LANSERING

Meyenberg er en ny aktør i såpesegmentet, skapt av norske Ida Meyenberg Hall. Varemerket ble lansert i Sverige høsten 2022, og kommer nå til Norge.

Ida Meyenberg Hall har laget såper som appellerer til alle våre sanser, de er veganske og beriket med økologisk aloe vera og økologisk neroliolje for en mykgjørende effekt. Flaskene er laget av 100 prosent resirkulert materiale, mens duftene er utviklet i samarbeid med parfymeeksperter i Grasse.

– En håndsåpe fra Meyenberg er et kvalitetsprodukt som forteller noe om de som kjøper den. Såpen skaper også oppmerksomhet fra gjester og blir en fargerik innredningsdetalj, uttaler Ida Meyenberg Hall.

Kan du fortelle mer om din bakgrunn og motivasjon for å starte opp dette varemerket?

– Jeg ville skape en unik håndsåpe med innhold av høyeste kvalitet, samtidig som forpakning og varemerke skulle oppleves spennende, modig, unikt og fargesprakende. Jeg har jobbet med produktutvikling, salg og markedsføring innen både interiør og hygiene, og har tatt med meg kunnskap og erfaring fra begge disse bransjene inn i Meyenberg.

Sør i Frankrike fant jeg fabrikken som hadde ekspertisen til å utvikle produktene sammen med meg. Vi har nøye valgt ut ingredienser og testet utallige varianter, for blant annet å oppnå den mykgjørende effekten, følelsen såpen gir mot huden og hvordan den skummer i kontakt med vann.

Jeg har jobbet tett med tre ulike parfymeeksperter i Grasse, som jo kalles parfymens hovedstad, og utviklet tre unike og herlige dufter.

Samtidig ville jeg at forpakning og varemerke skulle kommunisere så mye mer enn ingrediensene. Her kommer nok min bakgrunn fra innredning og markedsføring inn i bildet – jeg har blant annet jobbet som markedssjef på Jotun.

Jeg ville ha et varemerke som utstråler vitalitet, mot, kreativitet, farger og eleganse! Så forpakningene skiller seg fra det meste annet innen kategorien, det blir virkelig en fargeglad innredningsdetalj i hjemmet. Jeg har også her vært involvert i alt fra logo, som faktisk er unik på alle tre forpakninger, til eksakt fargekode som blir brukt. Det er en selvfølge for meg å jobbe så bærekraftig som mulig, derfor er flaskene også laget av 100 prosent resirkulert materiale.

Hvor selges såpene i Sverige, og hvordan har de blitt tatt imot?

– Såpene har fått en helt fantastisk mottakelse. Jeg har stor trygghet i at det er veldig bra produkter, så jeg trodde og håpet at mottakelsen skulle bli positiv. Men jeg hadde ikke kunnet drømme om en så overveldende respons. Så godt som alle store magasiner i Sverige har skrevet om produktene.

Jeg får også mye feedback fra konsumenter som forteller at såpene har gjort underverker for hendene deres, og at de aldri kommer til å gå tilbake til den såpen de brukte før. Det er kanskje den aller fineste feedbacken jeg får.

I Sverige selges såpene blant annet hos spa og salonger som fokuserer på wellness og hudpleie. Vi selger også mye til lifestyle-, mote- og interiørbutikker som vil tilby sine kunder en såpe av høy kvalitet, og som også forhøyer innredningen. I tillegg kan man selvfølgelig handle i vår nettbutikk, og få såpene levert hjem til døren eller postkassen.

Ida Meyenberg Hall står bak det nye svensk-norske varemerket Meyenberg, som tilbyr velduftende, eksklusive og naturlige håndsåper.

Hvilke planer har du nå for såpene i Norge?

– Jeg har allerede flere trofaste kunder på meyenberg.no, samt noen forhandlere i

Norge. Fremover kommer det til å bli mer fokus på å nå ut til norske konsumenter, samt å åpne opp for flere dyktige forhandlere i Norge!

På produktnivå er vårt fokus såpe og duft. Vi jobber med flere ulike produktlanseringer der kvalitet, vitalitet, moderne håndverk og mot forenes. Men det tar tid å utvikle de optimale produktene. Vi har jobbet med disse såpene i to år, og stresser ikke frem nye produkter, det får ta den tiden det tar.

Jeg er selv norsk, og har levd nesten 30 år av livet mitt i Oslo, så det er veldig naturlig å satse i mitt hjemland. Meyenberg henter inspirasjon fra hele verden, har sjelen i Sverige og hjertet i Norge, sier Ida Meyenberg Hall.

Tre herlige dufter

Bergamot & Sea Salt har en energisk og omfavnende duft, der friske sitrusnoter kombineres med havsalt, rose og myke noter av sandeltre.

Wild Moss & Coriander har mye karakter og er kraftigere i sitt uttrykk. Mose, eukalyptus, røkelse og sedertre kombineres her med friske innslag av koriander og rabarbra.

Lavender & Sandalwood har en varm og harmonisk duft. Lavendel, iris og fiol blandes her med edle noter av sandeltre.

Sunsthetic

De fire profilerte influencerne Marissa Ren (USA), Lisa-Marie Schiffner (Tyskland), Florence Robertson (UK) og Zoe Massenti (Italia) har samarbeidet med merkevaren Ghd for å skape den nye kolleksjonen «Sunsthetic».

Bildene er tatt i Barcelona, i det flatterende lyset som oppstår i «den gylne timen» før solen går ned. Å fotografere i dette myke lyset er nemlig populært blant Gen Z-ere som ønsker en estetisk livsstil, påpeker Ghd, som er en kjent leverandør av stylingverktøy. Bildene er inspirert av stilutforskningen som florerer på sosiale medier i dag.

Ghd samarbeider med fire unge, digitale innholdsskapere om sommerens kampanje.

Engasjerte forbrukere

Gen Z er født mellom 1997 og 2012 (årstallene varierer litt avhengig av kilde). De etterfølger Gen Y, som også kalles Millennials, og er ofte barn av Gen X. Disse ungdommene har hatt internett og smarttelefon i hele sitt liv. De stiller store krav, har omskrevet spillereglene for sosiale medier og er ikke redde for å si sin mening i sosiale og politiske problemstillinger.

- 48 % ønsker å engasjere seg med merkevarer for å påvirke produktinnovasjonen
- 30 % tar kjøpsbeslutninger basert på merkenes sosiale og politiske overbevisninger
- 24 % boikotter merker som ikke deler deres egne sosiale eller politiske overbevisninger

Kilde: Euromonitor

Den nye ungdomsserien fra H&M Beauty vil utfordre etablerte skjønnhetsidealer og slå et slag for kroppsaksept.

OHH! lanseres i mer enn 2000 butikker og online, på tvers av utvalgte markeder i 2023.

GEN Z – UNGDOMMENE ALLE VIL NÅ

Transparent, ærlig og relaterbar kommunikasjon resonnerer med «generasjon Z». H&M Beauty er en av mange skjønnhetsaktører som nå jobber beinhardt for å trekke til seg denne unge kundegruppen.

Tekst: Kristine Rødland

Gen Z er økonomisk sterke, og utgjør nesten en fjerdedel av befolkningen i verden. Pandemien preget deres mest formative år. Disse unge og ukonvensjonelle forbrukerne er på nippet til økonomisk uavhengighet, og er «digital natives» med teknologi innprentet i deres DNA.

For Gen Z er sosiale medier som TikTok ikke bare en scene der man kan vise frem sin person, men også en søkemotor for informasjon og en lukrativ karrierevei. Innhold som er ekte, rått og relevant trekker til seg oppmerksomheten deres. Millennials-generasjonen var de første innholdsskaperne, men Gen Z vil ta det ett steg lenger. De investerer i sine online personas og kuraterer nøye merkevarene de bruker, påpeker analyseselskapet Euromonitor, som inkluderer et kapittel nettopp om Gen Z i sin rapport «Top 10 Global Consumer Trends 2023».

Euromonitor skriver om Gen Z at de er immune mot tradisjonell reklame. Autentisitet og sosial påvirkning utgjør derimot en forskjell, og de vil føle genuin samhørighet når de samhandler med «sine» merker. De scroller gjennom feedene for å finne anbefalinger, fakta og inspirasjon. Fokustiden krymper mens innholdet eksploderer, og merkevarer har kun sekunder på seg for å skille seg ut.

For å nå frem til denne målgruppen, er det viktig med gode fortellinger og merkevarehistorier. Men handlinger veier tyngre enn ord. Å komme med tomme løfter, eller forholde seg taus i viktige debatter, kan ødelegge en bedrifts omdømme, mens tillit skapes når man lever opp til sine forpliktelser.

Brukergenerert, kort og interaktivt innhold driver engasjement, og fornøyde kunder er de beste talspersoner. Det sies om disse unge forbrukerne at de stoler mer på anbefalinger og anmeldelser enn på tradisjonell annonsering. Men forholdet mellom merkevare og kunde må være til gjensidig nytte. Ungdommene i Gen Z er ikke iboende lojale, og må tydelig se verdien i interaksjonene de har med merkevarene for å fortsette å kjøpe.

En av mange som ønsker å levere produkter til Gen Z er H&M Beauty, som i april lanserte kroppspleiekolleksjonen Oh Hey Hero! eller OHH!. Den består av ti dagligdagse nødvendigheter, som for eksempel deodorant, dusjsåpe, barberhøvel og bodylotion.

– Vi tror ikke på kompliserte rutiner, lag på lag med produkter og overprisede formuleringer – denne kolleksjonen handler om inkludering og tilgjengelighet, samtidig som den er innovativ og pålitelig. Vi ønsker at den skal få kundene våre til å føle seg komfortable og selvsikre i egen hud, uttaler Sabina Odqvist, Head of Private Label H&M Beauty.

Hva tror dere må til for å nå Gen Z i dag?

– Vi vet at Gen Z-kunden er en «digital native» og det dikterer handlevanene deres – de er beleste, gjør kjøp basert på anbefalinger, og forventer at produktene er tydelige når det gjelder hva de tilbyr, og vi håper OHH! er akkurat det. Vårt ønske var å lage et sortiment for den yngre skjønnhets-fansen som inkluderer morsomme og effektive produkter til en overkommelig pris.

Finnes det forskjellige subkulturer i denne målgruppen? Skal den nye serien i så fall favne alle?

– Gen Z-shopperen blir ofte omtalt som «Gen Me» og «Gen We», som har noen ulike handlevaner. Med OHH!-sortimentet håper vi å fange Gen Z-kunden med et oversiktlig utvalg som er for alle og enhver som ønsker allsidig og pålitelig kroppspleie.

Hvilke tanker ligger bak produktutviklingen, merkenavnet og designet?

– Da vi utviklet denne serien, hentet vi først og fremst inspirasjon fra kunden vi ønsker å nå. Den er inspirert av enhver ung persons potensiale til å være sin egen helt. Vi ønsket å reflektere kunden, der hvert produkt har sin egen unike identitet, i tillegg til å tilby en merkevare som er relaterbar for forbrukeren.

OHH! handler om å gjøre «self-care» enkelt og tilgjengelig, og da vi designet serien, fokuserte vi på den spesifikke effekten hvert produkt skal tilby. For eksempel har Clarifying Body Serum to prosent salisylsyre, som er en helte-ingrediens når det gjelder å rense huden, mens fuktighetsgivende produkter som håndkrem og bodylotion inneholder jojobaolje.

Når det gjelder merkenavnet, ønsket vi et unikt navn som oppsummerer helte-konseptet vårt, men som også fremstår «empowering» og selvsikkert – akkurat slik vi vil at kundene skal føle seg når de bruker produktene.

Hvordan tenker dere at den nye serien er inkluderende? Hvorfor er det viktig for målgruppen?

– Målet vårt, likt som H&M Beauty generelt, har vært å gjøre merket og selve sortimentet så inkluderende og tilgjengelig som mulig. Jeg tror at dette gjenspeiles i merkevareidentiteten, der vi streber etter å reflektere et ekte og relevant hud- og kroppsbilde samtidig som vi utfordrer gamle skjønnhetsstandarder – vi vet at dette er viktig for denne kunden, som er kjent for å bane vei for ytterligere aksept og inkludering innen beauty.

Hva er grunnen til at dere valgte å lansere dette som en egen merkevare, og ikke legge det inn under H&Ms eksisterende private label?

– Vi ønsker virkelig å kunne tilby denne kunden noe unikt, som vi føler skiller seg ut med sin egen identitet, og som er inspirert og styrt av disse kundenes interesser, idealer og forventninger til beauty. OHH! vil være et perfekt komplement til vårt eget sortiment. Vi leter alltid etter måter å diversifisere vårt produkttilbud, og vi tenker at OHH! vil gjøre det perfekt, uttaler Head of Private Label Sabina Odqvist.

Valaya er den nyeste duften fra Parfums de Marly, som lar seg inspirere av fransk rokokkostil.

Nisjeduftsegmentet vokser

TMC Nordic fortsetter å satse på det norske markedet, og utvider porteføljen med eksklusive dufter fra velkjente Hermès, samt spennende nisjedufter fra Memo Paris, Creed, Roja Parfums, Nishane og Clive Christian.

Tekst: Kristine Rødland

Et annet nytt merke hos TMC Nordic er den farmasøytiske, franske hudpleieserien Embryolisse, som er høyt elsket av mange. Men de profilerer seg først og fremst på nisjedufter, og deres største merke i så måte er Parfums de Marly, som flørter med det franske 1700-tallet.

Merket ble skapt av Julien Sprecher for rundt 20 år siden, og gjenoppliver prakten rundt den velparfymerte kong Ludvig XV og lystslottet hans, Château de Marly. Han eide også mange hester, noe som kommer til syne på herreduftflakongene, mens dameduftene har en utforming inspirert av gipsdekor og duskbånd.

Det er likevel slik at mange av herreduftene fint kan brukes av damer, og motsatt, og Parfums de Marly utmerker seg ved å ha et stort antall mannlige kunder. Merket har flaggskipbutikker i Paris, New York, London og Dubai, og føres i Norge hos Fredrik & Louisa.

Nisjeduftsegmentet har hatt god vekst de siste ti årene, noe som har ført til at også mange av de mer tradisjonelle prestige-merkene har begynt å lage «private collections» med et nisjeaktig preg.

– Forbrukeradferden endrer seg veldig, og de trendene man ser globalt ser man også i Norge. Salget flytter seg fra prestige til nisje, sier Jon Tveit, Country Director Norway i TMC Nordic.

Han definerer nisjedufter som dufter med få utsalgssteder og høy konsentrasjon av innholdsstoffer. Innenfor segmentet er 18 til 25 prosent duftoljer vanlig, men det finnes også dufter som har opptil 45 prosent.

– Det gir en holdbarhet og duftopplevelse som er veldig annerledes.

Jon Tveit mener at mange forbrukere nå er mer opptatt av individuelle produkter som passer til den enkelte, enn de som til enhver tid ligger på bestselgerlistene.

– Vi ser dette helt fra 15 års alder, og unge forbrukere som har begynt å etterspørre denne typen brands, vil ikke slutte med det, selv om de blir eldre. Det er ikke et moteblaff. Flere og flere forbrukere vil ha individuelle produkter, og de forventer mer og mer kvalitet. Det er også grunnen til at TMC Nordic posisjonerer seg i dette segmentet, sier han.

Ikke nisje, men eksklusivt! Hermès lanserte nylig duften Un Jardin à Cythère.

Memo Paris er et ultra-luksuriøst merke for både damer og herrer, drevet av romantikk og uendelig reiselyst.

Med en historie som strekker seg tilbake til 1760, er Creed et ledende nisjeduftmerke.

Kvalitetsprodukter til lavere pris!

Nyhet i Norge!

When® er et av de aller beste merkene fra Sør-Korea og kjent for eksepsjonell kvalitet. Serien bygger på de effektive og populære prinsippene i K-beauty og er rike på sunne, rene og næringsrike ingredienser. Den lekre innpakningen setter en flott ramme på produktene. **Og det beste; Serien er særdeles prisgunstig!** Dette er en potensiell ny bestselger i din salong og en ny favoritt for dine kunder.

For mer informasjon og prisliste, ta kontakt på post@happyskin.no

PRODUKTENE I SERIEN

When **Wheat-y-Polish Enzyme Powder wash** with FerMi Meal

Kr. 390,-

When **Vinosome Absolute Face Cream** with Phytotherasome Grape

Kr. 300,-

When **Vinosome Absolute Eye Serum** with Phytotherasome Grape

Kr. 370,-

When **Tetra-Biome Cream Serum** with SynBi Complex

Kr. 430,-

When **The Spring of Youth Regenerative Cream** with PhytoPDRN Lotus

Kr. 540,-

When **The Spring of Youth Regenerative Serum** with PhytoPDRN Lotus

Kr. 480,-

When **Prickly Pear Rescue Magic Solution Cream** with Botagen Opuntia

Kr. 290,-

When® forhandles av HappySkin AS.
Kontakt Beate på post@happyskin.no eller tlf. 957 75 557

happyskin

MATAS SATSER NORDISK

Matas har nå tatt steget ut av Danmark, og åpnet nettbutikker i både Sverige og Norge. KOSMETIKK har tatt en prat med E-commerce direktør i Matas Group, Brian Andersen, om det nordiske markedet.

Tekst: Kristine Rødland

Mange nordmenn kjenner allerede godt til Matas fra besøk i Danmark.

Matas selger sine egne merker ikke bare i de nye nettbutikkene i Sverige og Norge, men også på det tyske markedet.

Matas har lenge vært en kundefavoritt på det danske markedet. I vårt naboland i sør er matas.dk den nest største nettbutikken målt i antall transaksjoner, og det er etablert 261 fysiske butikker. Hele åtte av ti danske kvinner er medlem av kundeklubben, Club Matas.

Tall fra det norske markedet viser at hver femte nordmann kjenner til Matas. Med den nye, norske nettbutikken får norske forbrukere direkte tilgang til et prisvinnende konsept innen skjønnhet og velvære, med tusenvis av kjente merkevarer og lynrask levering.

Matas.no kan by på store, internasjonale merker som Biotherm, Kiehl's, Estée Lauder, Clinique og Kylie Jenner, og har i tillegg mange egne merker. Matas Striber, Matas Natur og Nilens Jord er blant danskenes absolutte favoritter, og selges til konkurransedyktige priser.

I tillegg til disse egne merkene, har Matas et stort fokus på nordiske merker som Rudolph Care, Ecooking, Löwengrip, IsaDora og Ole Henriksen.

Den danske skjønnhetsgiganten ønsker også å samarbeide med norske merker som kan være interessert i å bli introdusert på matas.dk, matas.se og matas.no, og være til stede i hele Skandinavia.

– Vi har et stort sortiment innen både skjønnhet og velvære, og er spesielt opptatt av å bli kjent for vår ekspertise innen hudpleie. Alle nordmenn som ønsker det, kan bli medlem i Club Matas helt gratis, og få medlemsfordeler og gode tilbud på kjente merkevarer. Vi gleder oss til å bli godt kjent med de norske kundene, og vet at nordmenn setter samme høye krav til sikkerhet og trygghet som dansker gjør.

Alle våre egne hudpleiemerker er utviklet og produsert i Danmark, og oppfyller de høyeste krav fra både myndigheter og forbrukere. En stor del av produktene våre er svanemerket, og vi har også et godt samarbeid med den danske kreftforeningen om våre egne solprodukter, noe som forsikrer kundene om at produktene er trygge og uten unødvendige kjemikalier, uttaler E-commerce direktør Brian Andersen.

Hvorfor ønsket dere nå å gå inn i Norge og Sverige? Det er sterk konkurranse, hva kan dere tilføre?

– Matas sitt fundament er rådgivning, vi har vært en butikkjede i mer enn 70 år og er gode på å veilede kundene. Vi lager mye content, har våre egne varemerker, er gode på bærekraft og har i tillegg alle de sterke internasjonale merkene. Både norske og svenske kunder har spurt oss om vi kunne komme.

Stadig flere leverandører trekker frem viktigheten av å ha en sterk tilstedeværelse på tvers av de nordiske landegrensene.

Er det slik også på retail-siden?

– Innen beauty er samarbeidet mellom retailers og leverandører veldig viktig. Leverandørene begynner nå å se på Norden som en samlet region, og vil lage sterke kampanjer og lanseringer på tvers av landene.

Vi kikker også nordisk da partnerskap er viktig, og vi vil kunne tilby adgang i hele

– Vi har vært riktig glade for å møte den norske forbruker, og gleder oss til å jobbe videre, sier Brian Andersen, E-commerce direktør i Matas Group.

Norden. Det er en måte å vokse på, ved å få adgang til nye forbrukere som kan kjøpe våre varer. Svenske og norske forbrukere handler også mye på tvers av landegrensene, og vi kan merke god etterspørsel etter de produktene vi har.

Hvordan har oppstarten for matas.no vært? Hvilke erfaringer har dere gjort så langt?

– Vi startet opp 1. februar i Norge, og det har gått veldig fint. Vi hadde forberedt oss godt ved å teste logistikk på forhånd, og kundeopplevelsen har fungert som vi hadde håpet. Vi har fått kontakt med nordmenn som er fornøyde med at Matas endelig er i Norge. Så er det selvfølgelig detaljer som kan forbedres, slik er det alltid, og vi lytter til kundene.

Ser dere forskjeller i salgstall og hvilke varer

som kjøpes av norske forbrukere kontra svenske eller danske?

– Det er litt tidlig å si, men vi er positivt overrasket over etterspørselen etter våre egne varemerker, både Striber og Nilens Jord.

Hvorfor besluttet dere for noen år tilbake å kjøpe makeupmerket Nilens Jord?

– Nilens Jord har noen verdier som passer perfekt til Matas, de tar stort ansvar for ingrediensene som inngår i deres produkter, leverer god «value for money» og forbindes med transparens. De ble store i hyllene hos Matas, og vi har rådgitt dem omkring det. Vi så at vi kunne bygge dem enda sterkere og større ved å inngå et bedre partnerskap. Nilens Jord er Danmarks største makeup-brand, og det er ærlige produkter.

Vi har også kjøpt et annet dansk makeupbrand som heter Miild. Det er sertifisert av AllergyCertified, Svanemerket og Ecocert, og tar stort ansvar for det de selger. Dette merket passer også godt inn i Matas' verdier.

Dere var tidlig ute med å satse på egne merkevarer. Hvorfor tror dere at andre skjønnhetskjeder og nettbutikker nå gjør det samme?

– Skjønnhet er en kategori med mange konkurrenter. Det finnes mange sterke merkevarer som man kan få tak i flere steder, men det å ha sin egen merkevare, med tilhørende data, gjør at man har noe unikt. Det gjør at kundene kommer til oss, og skaper også trafikk til de eksterne merkene vi har, de noe dyrere franske og amerikanske merkene.

Vi vil være en «one stop shop» med de tingene du har bruk for. Dette er noe supermarkedene har gjort i mange år, og det samme ser du nå i beauty. Vi har vært på denne reisen lenge, og med varer som er lokalt produsert i Danmark, sier E-commerce direktør Brian Andersen.

Matas fra 1949 til i dag

Matas er Danmarks største helse- og skjønnhetsforhandler med en samlet årlig omsetning på cirka 4,4 milliarder danske kroner. Nesten 20 prosent av inntektene kommer fra Matas' egne merker, som alle er utviklet og produsert i Danmark.

Historien strekker seg fra 1800-tallet, da mange danske farmasøyter drev materialhandel, hvor de solgte alt fra urter og krydder til kjemikalier og vaskemidler. Mange lagde også egne produkter, som kremer og hårvann. Å skaffe varer var dyrt som enslig kjøpmann, og i 1949 bestemte en gruppe materialister seg for å gå sammen om innkjøpene.

1949: En liten gruppe apotek fant ut at de kunne få mengderabatt hvis de foretok felles innkjøp. Etter hvert kom stadig flere apotek med i dette innkjøpssamarbeidet, og i november 1949 ble Matas A/S opprettet: MATerialisternes AktieSelskab. Samarbeidet ble en enorm suksess. Det første året solgte Matas A/S for 537 000 kroner, men måtte likevel notere et underskudd på 24,50 kroner – det første og eneste underskuddet i selskapets historie. Allerede året etter besto selskapet av 60 butikker, og den landsdekkende strukturen var et faktum.

1957: Matas får tillatelse til å selge vitaminer.

1967: Striber ble utviklet, og de første flaskevarene med striper så dagens lys, blant annet skin tonic, ansiktsvann og fuktighetskrem. Matas Baby-merket ble lansert, og selskapet omfattet nå over 150 apotek.

1974: Vital-shoppen ble introdusert som et resultat av helsekostbølgen som skyllet inn over Europa. Det var nå rett under 200 Matas-butikker.

1980: Matas lanserte den blå og hvite logoen.

1991: Matas Natur-merket ble lansert.

1993: Matas Plaisir-merket ble lansert.

1995: Det landsdekkende Matas Retursystem ble iverksatt. Matas ble dermed den første kjeden i Danmark som tok emballasje i retur og sikret gjenvinning. De to første Matas-produktene ble svanemerket, og Matas tilbyr i dag over 200 svanemerkede egenvarer.

2005: Konseptet Matas MediCare ble introdusert, og tilbyr et stort sortiment innenfor dermokosmetisk hudpleie, reseptfrie legemidler, sykepleie samt veterinærlegemidler.

2006: Kjeden hadde nå 292 butikker, og en ny generasjon av Striber så dagens lys. Matas-kjedens aksjonærer mottok et kjøpstilbud blant annet fra kapitalfondet CVC Capital Partners. Et klart flertall besluttet å endre Matas' vedtekter, slik at det kunne etableres en ny eierstruktur.

2007: Den nye eierstrukturen ble iverksatt. Størstedelen av butikkene inngikk nå i en kapitalkjede der CVC Capital Partners satt på aksjemajoriteten. De privateide butikkene samarbeidet fortsatt med Matas A/S om levering av Stribe-varer og felles kampanjer.

2009: Matas-kjeden fylte 60 år, og lanserte nettstedet matas.dk.

2010: Matas åpnet kundeklubben Club Matas, som raskt oppnådde et medlemstall på 400 000.

2011: Matas innledet et historisk samarbeid med en apoteker om medisinutlevering i først tre Matas-butikker, og deretter i ytterligere 10 butikker.

2012: Ordningen med utlevering av reseptbelagte medisiner ble utvidet til i alt 50 butikker over hele Danmark.

2019: Matas kjøpte Kosmolet A/S, som står bak det danske sminkemerket Nilens Jord.

2023: Matas har i dag 262 fysiske butikker i Danmark, 1,8 millioner medlemmer i Club Matas og en omsetning på cirka 4,4 milliarder danske kroner (hvorav mer enn 25 prosent kommer fra nettbutikken). Per 1. februar har Matas også nettbutikker i Norge og Sverige.

Nilens Jord vokste seg store i hyllene hos Matas, og ble kjøpt i 2019.

Miild er blant Europas mest sertifiserte makeupmerker, og eies nå av Matas.

Q&A

Hva er en materialist?

Matas har mer enn 2500 ansatte i Danmark, der de aller fleste er utdannede materialister. En materialist har en spesialutdannelse innen helse, skjønnhet og velvære som går over to år, med mulighet for spesialisering innen for eksempel helseprodukter.

Hva er en farmakonom?

Matas har de siste årene hatt utdannede farmakonomer ansatt i nettbutikken og i flere fysiske butikker. Farmakonom betyr legemiddelkyndig, og denne yrkesgruppen har fagkunnskap innen farmakologi, fysiologi, sykdomsteori og kommunikasjon. Matas sine farmakonomer gir blant annet råd til kunder med kompliserte hudpleieutfordringer.

Hva er Club Matas?

Club Matas er Matas sin kundeklubb med 1,8 millioner medlemmer. Gjennom denne får medlemmene rabatter og skreddersydd informasjon. Matas har også Club Matas Plus, hvor de 700 000 medlemmene blant annet alltid får gratis frakt og kan tjene opp poeng.

Hvor mange nettbutikker har Matas?

I tillegg til matas.dk, eier og driver Matas Group mer enn 20 nettbutikker innen helse og skjønnhet, inkludert helsebixen.dk og made4men.dk. Matas.dk har godt over en million unike besøkende i Danmark per uke, og har vunnet en rekke priser for sitt innovative nettkonsept. Matas eier også driftsselskapet bak Danmarks ledende nettapotek, webapoteket.dk, og har nå også nettbutikker i Norge og Sverige.

COOLA

En forfriskende mist med høy beskyttelse som gjør det enkelt å påføre solfaktor – et par rist, spray på og du er klar for dagen! *Classic Face Mist SPF 50* er rik på antioksidanter, er oljefri, vannresistent, bekjemper frie radikaler og gir huden en naturlig glød. Perfekt å bruke over sminken, mens du er på farten, eller når som helst når du ønsker å forfriske og beskytte huden (veil. pris kr 479/100 ml).

Hexa AS
Tlf: 73 83 37 60
coola.no

DR. SCHRAMMEK

Mela White-serien relanseres med ny og forsterket formel med synergisk planteteknologi for en helhetlig behandling av ujevn hudtone og hyperpigmentering. Nye *Brightening Day Fluid SPF 50* er en beskyttende dagkrem med bredspektret solfilter.
Den inneholder mikroalger og niacinamid med dokumentert lysnende effekt, og har kraftfulle antioksidative og antiinflammatoriske egenskaper. *Brightening Night Cream* har aktive virkestoffer fra morbær, granateple og fytinsyre, og jobber på alle steg i melaninsyntesen.

Dermelie AS
post@dermelie.no

SOTHYS PARIS

Få en synlig jevnere og mer skulpturert kropp med *Slimming Body Serum*. Huden ser og føles mer vakker, lokale ujevnheter blir mindre merkbare. Serumet setter i gang og påvirker mange celleprosesser knyttet til forbrenning og fettlagring, styrker hudens fasthet og avhjelper drenering for å unngå vannopphoping. Det arbeider med alle tre typer cellulitt. En selvevaluering utført av 21 personer som påførte serumet daglig i 15 dager, viste at 86 % av fremtoningen til appelsinhud ble redusert (veil. pris kr 719/200 ml).

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

SOTHYS PARIS

Sothys utvider sitt økologiske tilbud med *Hydrating Tinted Care* – fire fargede ansiktskremer som gir en naturlig finish og fremmer en sunn, «shine-free» glød. Dette er en krysning mellom hudbehandling og makeup, og inneholder blant annet omega-3, -6 og -9 for næring og oppstramming, planteekstrakt fra samphire som stimulerer NMF, samt bjørkesevje, hagtorn og sheasmør for en revitaliserende effekt (veil. pris kr 549/30 ml).

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

BIOMER

Marine Cell Bright & Clear Treatment Cream fra Biomer er en lett krem som bleker urenheter og jevner ut hudtonen. Dens kraftige, depigmenterende effekt er basert på de patenterte DARKOUT™- og MELAN'O WHITE™-kompleksene, samt en fornyende kombinasjon av syrer, som kojicsyre og glykolsyre, sammen med retinol (veil. pris kr 789/50 ml).

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

Q+A

Q+A lanserer ingrediensfokuserte produkter til kroppen. Den nye serien består av kroppssåper, fuktighetskremer og kroppsskrubb med nøkkelingredienser som salisylsyre, ceramid, vitamin C, hyaluronsyre og AHA-syre. På hvert produkt finnes den unike Q+A sjekklisten som gjør det enkelt å finne riktige produkter til hudens behov. Produktene er veganske og basert på naturlige ingredienser, med milde og friske dufter av blant annet kokos, avokado, vannmelon og sitrus (veil. pris fra kr 99).

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

ÉLAN

Spennende norgeslansering! ÉLAN tilbyr profesjonelle verktøy, produkter og tilbehør som med sikkerhet kan garantere kvalitet på høyeste nivå. Med ÉLAN får du proffe resultater i salongen, som kundene også kan opprettholde hjemme mellom behandlinger. ÉLAN har alt fra brynsvoks, bleking, farging, toner og serum for etterbehandling til vannfast brynspenn! Kurs, sertifisering og produkter er tilgjengelig på kokong.net.

Skinteam Norge AS
ordre@skinteam.no

DERMAE

Mikrobiom – det hotteste innen hudpleie. Vår naturlige bakterieflora beskytter huden mot utenforliggende aggressorer. Det er derfor viktig at denne er i balanse. *Dermae Pure Biome* er en serie produkter som gjenoppretter og beskytter hudens mikrobiom. De reduserer rødhet og forhindrer for tidlig aldring. Produktene inneholder prebiotika og probiotika, samt de effektive antioksidantene cica og pycnogenol. De er 100 % veganske, fri for parfyme, gluten og sulfater.

Scent AS
Tlf: 930 88 030
scent.no

GERMAINE DE CAPUCCINI

TIMEXPERT SUN Invisible Protective Stick SPF 50 er perfekt for utendørsaktiviteter eller under solstråling. Transparent, parfymefri, ikke-fettete solstift som kan påføres over sminke. Egnet for alle hudtyper og aldre, også sensitiv hud. Utviklet med Ocean Respect-formler som beskytter både huden din og miljøet. Trippelvirkende effekt med antioksidanter som beskytter mot skadelige frie radikaler, anti-pollution som beskytter mot forurensning samt beroligende ingredienser som pleier huden. UVA- og UVB-beskyttelse.

Dermalys AS
Tlf: 916 09 038
info@germaine.no

JANSSEN COSMETICS SUN

Sun Protection Spray SPF 30 og *High Protection Sun Care SPF 50* beskytter mot UVA- og UVB-stråler. Gir høy beskyttelse mot solbrenthet, rynker og pigmentflekker, og minimerer negative effekter av blått lys og IR-A-stråling. Ectoin® forhindrer UV-indusert hudskade på cellenivå, reduserer irritasjon og styrker hudens forsvar. Hyaluronsyre gir intensiv fuktighet. *After Sun Lotion* tilfører fuktighet, beroliger og pleier huden etter soling.

Esthetica AS
Tlf: 33 77 52 44
esthetica.no

ENVIRON SUN CARE

Environ sin solbeskyttelse er basert på RAD: *Reflect* (reflekterer UV-stråler), *Absorb* (nøytraliserer UV-stråler), *Defend* (beskytter mot frie radikaler). *RAD Antioxidant Sun Cream SPF 15* og *RAD SHIELD Mineral Sunscreen SPF 15* gir optimal solbeskyttelse med sitt høye innhold av antioksidanter, som er noe av det viktigste vi kan bruke i kampen mot skadelige UV-stråler. Inneholder både fysisk og kjemisk filter, kan brukes av både barn og voksne. *Alpha Day Lotion SPF 15* beskytter mot UVA & UVB, fukter, pleier og reduserer porer.

Esthetica AS
Tlf: 33 77 52 44
esthetica.no

ENVIRON SKIN CARE

Antioxidant Gel er en beroligende og avkjølende gele som forhindrer forurensing av huden og beskytter cellens DNA. Inneholder antioksidanter og andre aktive ingredienser som roer ned og normaliserer en rød og irritert hud. Virker også forebyggende mot ubalanserte hudtilstander sammen med din daglige hudpleie fra et av Environ sine Step-Up Systemer.

Esthetica AS
Tlf: 33 77 52 44
esthetica.no

MERKEVAREREGISTER

A

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/E. Sæther
Batiste/Aspire Brands
BDK Parfums/Talwar Group
Beauty Pro/Klinikkshop
Belmacil/Skintific
Bema/B4K Skincare Scandinavia
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*
B Natural/Aqua Bio Technology
Boadicea the Victorious/Talwar Group
Bottega Veneta/E. Sæther
Brassybra/Hexa
Britney Spears/E. Sæther
Brow by Mii/Beauty Products
Browgame Cosmetics/Dermanor
Brushworks/Letsfaceit Nordic
Bulldog Skincare/The Hair&Body Company
Burberry/E. Sæther
Burt's Bees/Apini
Buxom/E. Sæther
Bye Bye Blemish/Beauty Products
By Sophia/NOR Cosmetics
By Terry/Dermanor

C

Callus Peel/Cosmederm Methods
Calvin Klein/E. Sæther
Camillen 60/Thorsen Biovital*
Careblend/Skintific
Carlton Professional/Skintific
Carlton Wax/Skintific
Carven/Amazing Brands
Casmara/Cosmedic
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
Clinisept+/HBS Nordic
Clive Christian/TMC Nordic
CND/NeglAkademiet
Collistar/J. Nordström Handels
Coloran/J. Nordström Handels
Comfort Zone/Verdant
COOLA Suncare/Hexa
COSRX/Apini
Cotoneve/Beauty Products
Creed/TMC Nordic
Cutex/E. Sæther

D

Dapper Dan/Icon Hairspa
Darphin/Beauty Products
Davidoff/E. Sæther
Davines/Verdant
Daylight/Skintific
Deonat/J. Nordström Handels
Depend/Depend Norge
Depilar System/Klinikkshop
Depilève/NeglAkademiet
Dermaceutic/Luxoro
Dermalogica/Skintific
Dick Johnson/Icon Hairspa
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

EcoTools/Aspire Brands
Electimuss London/Talwar Group
Elemis/Dermanor
Eleven Australia/Verdant
Elizabeth Arden/E. Sæther
Elizabeth Taylor/E. Sæther
EMANI/B4K Skincare Scandinavia
Embryolisse/TMC Nordic
Éminence Organics/Innovell Beauty
Eneomey/Luxoro
Enerpeel/Cosmederm Methods
Environ Skin Care/Esthetica
Escada/E. Sæther
Esse Skincare/Beauty Selection
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
Gigi/Beauty Products
Giorgio Beverly Hills/E. Sæther
Glo Skin Beauty/Cosmedic
Gouri/Esthetica
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
Hermès/TMC Nordic
HFL Laboratories/Thorsen Biovital*
Hive of Beauty/Klinikkshop
Hufs/Icon Hairspa
Hugo Boss/E. Sæther
Hynt Beauty/Organic Beauty

I

IDUN Minerals/Letsfaceit Nordic
iGlow/iGlow Cosmetics
iKOU/Skintific
Ilapothecary/Talwar Group
I Love Beauty/NOR Cosmetics
imix/NeglAkademiet
Indeed Labs/NOR Cosmetics
INIKA Organic/Vitalkost
Initio/TMC Nordic
Innopen/Beauty Products
Inspira Cosmetics/Esthetica
Intraceuticals/Beauty Products
Ionto-Comed/Skintific
Isle of Paradise/Aspire Brands
It's a 10 Haircare/Icon Hairspa

J

Jane Iredale/Skintific
Janssen Cosmetics/Esthetica
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
Karisma/Esthetica
Kerstin Florian/KFI Spa Management
Kevin Murphy/Verdant
KISS/Dermanor
Kissed by Mii/Beauty Products
Kokoso Baby/Apini
Kosiband/Fred Hamelten
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
LashUS/NeglAkademiet
Laufwunder/Skintific
Laveria Lashes/NeglAkademiet
Lecenté/NeglAkademiet

Leighton Denny/Cosmederm Methods
Light Elegance/NeglAkademiet
Lilly Nails/Lilly Nails Norge
Lily Lolo/Letsfaceit Nordic
LiP SMACKER/Letsfaceit Nordic
Lipsmart/Dermanor
Little Green/Beauty Products
Living Proof/Icon Hairspa
LORAC/Letsfaceit Nordic
Lova Skin/Dermanor
Lumene/E. Sæther
Luscious Lips/Cosmederm Methods
Löwengrip/Dermanor

M

Maison Rebatchi/Talwar Group
Marc Jacobs/E. Sæther
Margaret Dabbs/Amazing Brands
Marina Miracle/Marina Miracle
Marja Entrich/Luxoro
Markwins/Letsfaceit Nordic
Marvelash/Klinikkshop
Marvelbrow/Klinikkshop
MaskerAide/NOR Cosmetics
MASHH/Letsfaceit Nordic
MASQ+/Cosmedic
MASQ+/Powerlite
MasqueBar/Aspire Brands
Masque Milano/Talwar Group
Massugu Shears/Icon Hairspa
Master Brush/Cosmedic
Matis/Dermanor
Max Factor/E. Sæther
Medicalia/B4K Skincare Scandinavia
Memo Paris/TMC Nordic
Michael Kors/E. Sæther
MicroGold/Beauty Products
Mii Cosmetics/Beauty Products
Milano Fragranze/Talwar Group
Miller Harris/Amazing Brands
Mini Mani Moo/J. Nordström Handels
Miss Kay/Beauty Products
Miu Miu/E. Sæther
Moana Skincare/Aqua Bio Technology
Molderm/Molderm Aesthetics
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/TMC Nordic
NISIM/Dermanor
NKD SKN/Hexa
Nordic Tan/Letsfaceit Nordic
Nouba/Innovell Beauty
Noughty/Aspire Brands
Nouveau Contour/NeglAkademiet
NSI/NSI Norway
NovaLash/NovaLash Norway
Nueva/J. Nordström Handels
NuFACE/Innovell Beauty
Nügg/Beauty Products

O

Oh K!/Letsfaceit Nordic
Ole Henriksen/E. Sæther
Olivia Garden/Icon Hairspa
OmanLuxury/Talwar Group
OMG!/Beauty Products
Omhu/Aspire Brands
Omniblonde/Verdant
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*
PCA Skin/Happyskin
Perricone MD/TMC Nordic
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
Proceanis/B4K Skincare Scandinavia
PRX-T33/Cosmederm Methods
Purasana Superfoods/Vitalkost
Purebeau/Beauty Products

Q

Quanta Systems/Esthetica
Qusaine/Max Beauty
Qusaine PRO/Max Beauty

R

Raww Cosmetics/Vitalkost
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/Amazing Brands
Revlon/E. Sæther
Roja Parfums/TMC Nordic
Rose Inc/Amazing Brands
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
Seiðr/Aqua Bio Technology
Seiðr Clinique/Aqua Bio Technology
Seiseta/Icon Hairspa
Sensai/Dermanor
Sensi/J. Nordström Handels
Shawn Mendes/E. Sæther
Shellac/NeglAkademiet
SHIFT/Vitalkost
Showpony Hair Extensions/Icon Hairspa
Sioris/Apini
Sisley/Sisley
SLA/Beauty Products
Slimline/NeglAkademiet
Skinbetter Science/Dermanor
Skinpen/Beauty Products
So Eco/Letsfaceit Nordic
Sollmar/Sollmar
Sothys Paris/Cosmenor
Sprekenhus/Dermanor
Stephane Humbert Lucas/Talwar Group
ST medical cosmetic/Cosmedic
St. Tropez/Beauty Products
Stella McCartney/E. Sæther
Sunday Rain/Letsfaceit Nordic
Sunkissed/Aspire Brands
Swan-Morton/Thorsen Biovital*
Swarovski/NeglAkademiet

T

Tangle Teezer/Aspire Brands
Tan-Luxe/Aspire Brands
Tebiskin/Cosmederm Methods
Teoxane/Esthetica
Thalion/Klinikkshop
Thalisens/Klinikkshop
The Chemistry Brand/Dermanor
The House of Oud/Talwar Group
The Inkey List/Dermanor
The Knot Dr./Icon Hairspa
The Ordinary/Dermanor
The Organic Pharmacy/TMC Nordic
Tiffany & Co./E. Sæther
Tokyo Matsuge/J. Nordström Handels
Tommy Hilfiger/E. Sæther
Toppik/Icon Hairspa

U

Uteki/Cosmedic

V

Van Gils/E. Sæther
Veoli Botanica/Beauty Products
Vice Reversa/Amazing Brands
Vinylux/NeglAkademiet
Vitry/J. Nordström Handels
VOYA/Organic Beauty
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

Yours Stamping/NeglAkademiet
Y.S. Park/Icon Hairspa

Z

Zenz Therapy/Icon Hairspa
Z Fill/Cosmedic

** Thorsen Biovital er nå en del av Beauty Products*

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

AQUA BIO TECHNOLOGY ASA
AQUA BIO TECHNOLOGY ASA
Fornebuveien 37
1366 Lysaker
Tlf: 941 32 288
info@aquabiotech.no
aquabiotechnology.com

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

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

BEAUTY PRODUCTS AS
Thorsen Biovital AS
Haslevangen 15
0579 Oslo
Tlf: 23 19 10 00
kundeservice@beautyproducts.no
beautyproducts.no

BEAUTY PRODUCTS AS
Thorsen Biovital AS
Lager: Verpetveien 17
1543 Vestby
Tlf: 64 97 40 60
post@biovital.no
biovital.no

BEAUTY SELECTION AS
Tlf: 919 04 522
maiken@esseskincare.com
esseskincare.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
Møllergata 37
0179 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

ESTHETICA AS
Storgaten 64
3060 Svelvik
Tlf: 33 77 52 44
post@esthetica.no
esthetica.no

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

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

IGLOW COSMETICS AS
Sandviksveien 163A
5035 Bergen
Tlf: 53 00 67 77
post@iglow.no
iglow.no

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

J. NORDSTRÖM HANDELS AB
Postboks 1264
SE-181 24 Lidingö
Sverige
Tlf: +46 8 544 81 544
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

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

LILLY NAILS NORGE
Parkveien 80
0254 Oslo
Tlf: 469 24 761
info@lillynailsnorge.no
lillynails.no

LUXORO AB
Sturegatan 32
SE-114 36 Stockholm
Tlf: 480 70 488
victoria.berntzen@luxoro.no
info@luxoro.se
luxoro.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

MOLDERM AESTHETICS AB
Västra Varvsgatan 16F
SE-21 115 Malmö
Sverige
Tlf: +46 40 674 51 00
info@molderm.com
molderm.com

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

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

ORGANIC BEAUTY AS
Stubbveien 16
3208 Sandefjord
Tlf: 902 80 454
info@organicbeauty.no
organicbeauty.no

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

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

SOLLMAR AS
Tofterøyvegen 402
5379 Steinsland
Tlf: 919 01 224
info@sollmar.com
sollmar.com

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

THE HAIR&BODY COMPANY AB
Saltmätargatan 5
SE-113 59 Stockholm
Sverige
Tlf: +46 8 619 00 75
info@hair-body.se
hair-body.se
no.bulldogskincare.com

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

TMC NORDIC A/S
Dronning Eufemias gate 16
0191 Oslo
Tlf: 952 68 225
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
raww.cosmetics@vitalkost.no
inikaorganic.no
vitalkost.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 produktinforma-sjon og enkelt bestill varer. Inspirasjon «on-the-go».

VIL DU VÆRE MED I MERKEVARE- OG LEVERANDØRREGISTERET?

Ta kontakt med Kristine Rødland på 909 65 259 eller mail krrodland@gmail.com for prisoversikt.

THIKAMPORN WONGPRAKHON

Spa Manager ved Kragerø Resort

Hvordan kom du inn i bransjen?

– Jeg startet opp som spa-resepsjonist og husøkonom ved Kragerø Resort, og fikk tilbud om å ta over spa-avdelingen for to år siden. Vi har laget et nytt konsept der vi fokuserer mye på behandlinger og på lokalene vi har. Spaet har totalt 12 behandlingsrom, som fylles godt opp i helgene. Vi har stort sett fullt belegg på behandlinger i helger, og jobber hele tiden med å tilpasse vårt tilbud til de andre aktivitetene som foregår på resorten.

Hvilke behandlinger etterspørres mest av dine kunder?

– Det er nok massasje, vi har veldig mange flinke massører som jobber her hos oss. Signaturbehandlingen heter «Smak av Kragerø Resort», og er en kombinasjon av avslappende massasje og ansiktsbehandling.

Hvilke merker har dere valgt å ta inn og hvorfor?

– Vi har lenge jobbet med Voya, som er en økologisk serie fra Irland. Men vi vil også gi flere alternativer til våre gjester, så vi har introdusert Babor, som er et kjent merke for mange. Nå har vi også fått Sothys på plass, og er veldig glade for det!

Sothys er et mer eksklusivt merke, med veldig deilige dufter og konsistenser. Som med Voya, må man dra til salonger og spa for å få tak i det. Vi har testet produkter og behandlinger og blitt godt kjent med merket, både vi kollegene i spa-avdelingen og hotellsjefen. Det gir skikkelig luksusfølelse, og brukes på veldig mange kjente og eksklusive spa rundt om i verden.

Jeg har også vært på L'Institut Sothys i Paris og fått opplæring, og det er klart, da blir man enda mer begeistret! Vi er det første store spaet i Norge som kan tilby Sothys.

Hva har dere ellers på gang av nyheter for sesongen?

– I tillegg til spa-avdelingen på resorten, har vi Beach Club Kragerø med flotte bademuligheter nede ved vannet. Her arrangerer vi konserter, og driver restaurant og lounge der vi serverer mat og forfriskninger. I sommer blir det konserter med Kurt Nilsen og Postgirobygget, vi har plass til mer enn 1500 publikummere inne på området.

Beach Club-en har en litt Hawaii-aktig stil som er inspirert av utlandet, med sittegrupper, solstoler og solsenger. Nå skal vi også sette opp flere småhytter med stråtak, der vi skal tilby mini spabehandlinger som fot- og leggmassasje, rygg- og nakkemassasje og korte ansiktsbehandlinger på 20 minutter. Siden vi er en familievennlig resort, skal vi også ha mini-behandlinger for barna, som å lakke negler.

Spa Manager Thikamporn Wongprakhon er opptatt av å gi god service ved Kragerø Resort.

Hva tenker du er viktig for å lykkes i bransjen?

– Det er viktig å lytte til kundene, og hele tiden prøve å dekke deres behov. Vi jobber tross alt i servicebransjen. I tillegg er det viktig å holde seg faglig oppdatert, vi er i en bransje der det skjer noe nytt hele tiden. Det aller viktigste er likevel å elske det man gjør! Som massør må man finne sine favorittprodukter for lettere å kunne selge de til kunden. Vi tilpasser også våre massasjer til kundenes behov.

Hva er dine personlige favorittprodukter?

– Jeg har blitt veldig glad i Sothys, som gir mye velvære og spa-følelse, også hjemme. Mange av produktene er veldig eksklusive og feminine. Jeg vil spesielt trekke frem solkremen med faktor 50 til ansikt, og parfymen Secrets de Sothys, som jeg bruker nå hver dag.

– Parfymen Secrets de Sothys var det første Sothys-produktet som ble utsolgt i spa-shoppen vår, forteller Thikamporn.

Hun er glad i solkremene til Sothys, og kanskje særlig ansiktskremen med SPF 50.

Kragerø Resort er det første store spaet i Norge som har det eksklusive, franske merket Sothys.

COSRX

The RX

Customized solution for skin problems with optimal formulation of highly effective and highly functional ingredients based on professional studies

The Retinol 0.1 Cream

Anti-aging treatment with firming and smoothing effect

The Niacinamide 15 Serum

For breakouts & blemishes

The Vitamin C 23 Serum

For brightening and glow

FREDRIK & LOUISA I utvalgte parfymerier · skin tonic I utvalgte parfymerier · APOTEK 1 · BEAUTY STUDIO 23

BliVakker.no · Cocopanda · Coverbrands · sincere · apotera.no · FARMASIET.NO

Apini er distributør av COSRX (tk@apini.no, 905 76 502)

Returadresse: KOSMETIKK, SOLVEIEN 110 C, 1162 OSLO

B
NORGE P.P. PORTO BETALT

DISTRIBUERT AV POSTEN NORGE
posten

ARDELL®
www.ardellbeauty.com

Ardell er verdens største produsent av løsvipper og kan tilby et fantastisk utvalg av løsvipper, øyenbrynsprodukter og makeup. Produktene har svært høy kvalitet og brukes flittig av makeupartister over hele verden.