



Shop for charity

Op Cosmoprof zagen we ook een samplebar waarmee je het goede doel steunde. Deze bar, met de naam Boutique, bevatte miniaturen van producten van vijftien bedrijven. Beursbezoekers konden voor minimaal tien euro een mix van zes producten aanschaffen. Een succes, want na de beurs stortte de organisatie 17.350 euro op de rekening van het goede doel.



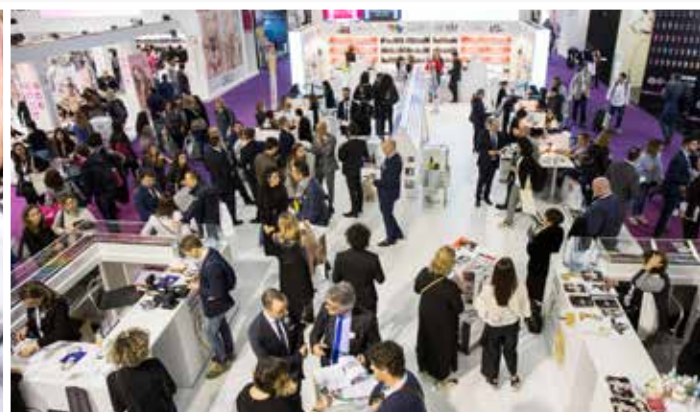
VEEL VERNIEUWENDE PRODUCTEN OP DE
COSMOPROF BOLOGNA

FASHION-FORWARD

LUXE VERPAKKINGEN, VERNIEUWENDE INGREDIËNTEN EN SCHEIKUNDIGE ONTWIKKELINGEN, WE ZAGEN ZE AFGELOPEN MAART OP DE VIJFTIGSTE EDITIE VAN BEAUTYBEURS COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA. DE JUBILEUMEDITIE VAN DE ITALIAANSE BEAUTYBEURS TROK EEN RECORDAANTAL BEZOEKERS: MAAR LIEFST 250.000, AFKOMSTIG UIT 150 LANDEN. EEN HOOGTEPUNT WAS DE EXTRAORDINARY GALLERY OF, ZOALS DE BEURS HET ZELF NOEMT, *THE FASHION-FORWARD BEAUTY AREA*. HIER VOND JE DE MERKEN DIE VOLGENS DE BEURSORGANISATIE HET MEEST VERNIEUWEND ZIJN.

In de Extraordinary Gallery waren maar liefst drie Nederlandse merken vertegenwoordigd. Allereerst zagen we Cindy van der Peet en Bas van Duivenbooden van LOOKX Dermo cosmetics. Zij introduceerden hun nieuwste make-upcollectie Miss Metallic. Ook ging het accent uit naar de Dermo Cosmetics huidverbeteringslijn met nieuwe innovatieve producten.

Een ander Nederlands merk in deze speciale area was THE SOAPPHARMACY. Dit body- en hair-care merk werkt met eigen, natuurlijke formules. Na jarenlang ontwikkelen en testen lukte het André en Lisette Spaanbroek om formules met hoge percentages natuurlijke ingrediënten te combineren met exclusieve (eigen) parfums. De producten in de luxe verpakkingen zijn gericht op de intensieve verzorging van de huid. Het derde vernieuwende merk van Nederlandse origine was Combray. Kees Hummelen, scheikundige en professor aan de Rijksuniversiteit Groningen, ontwikkelde de werkstof Oxofulleram. Deze antioxidant is volgens hem vele malen sterker dan vitamine E en neutraliseert vrije radicalen dus beter. Aan de werkstof voegde hij druivenpitolie toe en zo ontstond de Combray-olie. De olie wordt ingezet als anti-agingproduct en werkt



daarnaast tegen roodheid. Zo vermindert het de zichtbare verschijnselen van rosacea, eczeem en psoriasis.

Natuurlijk presenteerden ook andere landen interessante introducties. Neem bijvoorbeeld het verhaal achter het merk Soha Sardinia. De productie vindt plaats in het gedeelte van Sardinië dat bekend staat als de Blue Zone. Een plek op aarde waar de bevolking in goede gezondheid stukken ouder wordt dan elders.

Bijzonder was ook de presentatie van het merk Formen uit het Canadese Toronto. Het merk heeft concealers, een CC cream en een invisible powder speciaal voor de man. Toen eigenaar Andrew Grella jonger was, had hij veel last van acne. Hij gebruikte altijd de make-upproducten van zijn moeder. Maar eigenlijk wilde hij toen al liever een camouflageproduct dat toegespitst is op de man. Die wens heeft hij gerealiseerd met mooi vormgegeven producten als resultaat. Cosmoprof Worldwide Bologna editie 2017 was zeker de moeite waard. Wil je volgend jaar gaan, schrijf dan alvast de data in je agenda: 16 t/m 19 maart 2018. ❖



Birkenstock gaat in cosmetica

Het Duitse merk Birkenstock, wereldwijd bekend van de slippers, begeeft zich vanaf nu ook op de cosmeticamarkt. In een grote stand presenteerde het merk zijn innovaties. De duurzaam gecertificeerde en natuurlijke producten bevatten een extract uit mos van eilanden in de Noordelijke IJszee en een kurkeik-extract. Deze ingrediënten hebben een huidverbeterende werking.