

# BEAUTYLAND

»WHERE BEAUTY HAPPENS

[TURKEY]

free of charge

**N°30**

WINTER»2017

A SUCCESS STORY » p06  
EVERYTHING ABOUT FRAGRANCE » p10  
DIRTY HANDS » p14

FOCUS » p17  
THE NEW SCENE » p24  
FOREVER YOUNG » p32

HAIR MATTERS » p36  
ALL THAT GLITTERS » p48  
EVERY MAN IS AN ISLAND » p56





# TURKEY

Made in beauty

#benseninleyim

**Turkey**  
Discover  
the potential

**TC** Turkish  
Cosmetics  
[www.turkishcosmetics.org](http://www.turkishcosmetics.org)



## Publisher

Turkish Cosmetics Promotion Group, on behalf of İKMİB (Istanbul Chemicals and Chemical Products Exporters Association) and AKMİB (Mediterranean Chemical Products And Derivatives Exporters' Association)

## Representative of Publisher

Bülent Konca, on behalf of Turkish Cosmetics Promotion Group

## Board of Publishing

Murat Akyüz, Ersin Tari, Oğuzhan Aslan, Aysu Dalan Benlioğlu, Pervin Ejder, Coşkun Kıriloğlu, Bülent Konca, Uğur Adıyaman, Faruk Yıldız, Hakan Gündüz

## General Director

Olga Şerbetcioğlu

## Project Director

Ayşecan İpek

## Contents Advisor

Seda Güler

## Project Responsible

Melis Cingöz

## Graphic Design

Elif Sunar, Rüya Dilara Şen

## Photography Editor

Gökhan Polat, Gökhan Yorgancı

## Editor(Responsible)

Cihan Şerbetcioğlu

## Contributors

Zehra Damla Alaman, Derya Akçören, Gülberk Arpaçay, Cemal Budak, Batuhan Çetin, Orkun Eray, Gülüm Erzincan, Aslı Göker, Soner Güler, Ceyda Güner, Mehmet Karaçoban, Elif Koçarlı, Aslı Korkmaz, Yağmur Kural, Mustafa Nurdoğdu, Koray Sevinç, Michelle Strutton, Özge Taş, Başak Ulubilgen, Dilge Yenitaş

**Production/Imaginary:** CO Prodüksiyon Yayıncılık Hoşsohbet Sok. No 20/1 Gayrettepe, Beşiktaş İstanbul / TURKEY

**Advertisement:** melis@coistanbul.com  
**Contact:** 123@coistanbul.com +902122590669

**Type of Publication:** Trimonthly, International, Periodical

**Printer:** Mas Matbaacılık San. ve Tic A.Ş. Hamidiye Mah. Soğuksu Cad. No 3 34408 Kağıthane, İstanbul Sertifika No:12055

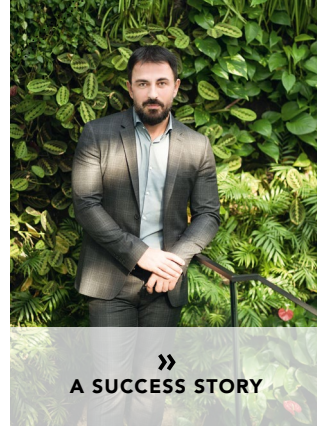
an original idea by  
**CO**

Copyright 2015 İKMİB.

To every extent possible İKMİB explicitly disclaims liability for any errors or mistakes, but to the knowledge of İKMİB, information in this publication is correct at the time of going to print. Views and opinions expressed are those of the writers. Photography and other content: all rights reserved.

## CONTENT

06



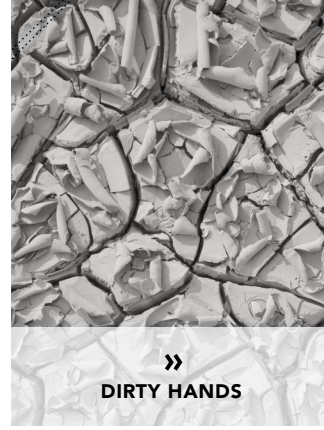
» A SUCCESS STORY

10



» EVERYTHING ABOUT FRAGRANCE

14



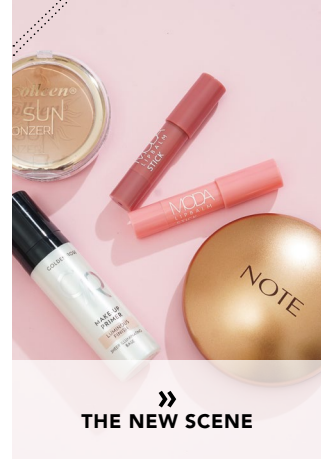
» DIRTY HANDS

17



» FOCUS

24



» THE NEW SCENE

32



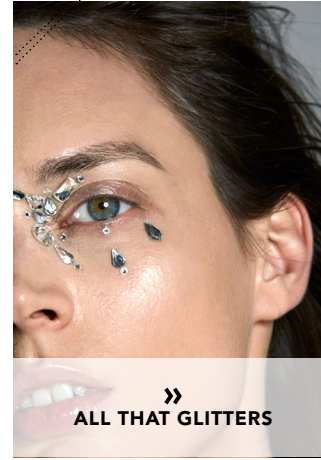
» FOREVER YOUNG

36



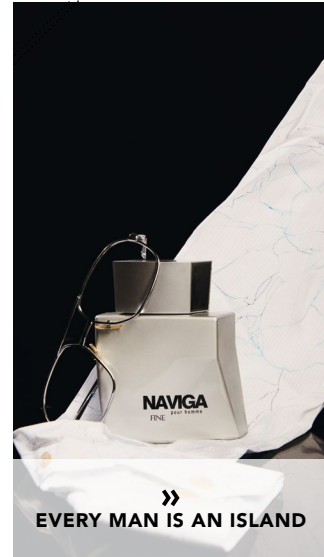
» HAIR MATTERS

48



» ALL THAT GLITTERS

56



» EVERY MAN IS AN ISLAND



created in  
**Istanbul and Zurich**

Seluz Fragrance Company olarak koku alanında dünyanın en hızlı büyüyen şirketlerinden biriyiz... Global büyümeye ve yaratıcılığın vazgeçilmez olduğu katma değerli ürünlere odaklanan vizyonumuzla yatırımlarımıza devam ediyoruz.

*As Seluz Fragrance Company, we are globally one of the fastest growing companies in the field of fragrance... We continue our investments with the vision that focuses on global growth and value-added products where creativity is indispensable.*

Seluz Dubai ve Seluz Tahran ofislerinden sonra son yatırımımızı koku sektörünün dünyadaki en önemli üslerinden kabul edilen İsviçre'ye, Zürih kantonuna yaptık. "Seluz Switzerland Creative Center" İstanbul merkezimizden sonra kreatif çalışmaların yapılacağı ikinci üssümüz olacak... İsviçre ofisimizle aynı zamanda Avrupa pazarındaki müşterilerimize daha yakından kaliteli hizmet sunabileceğiz.

*After Seluz Dubai and Seluz Tehran offices, we made our last investment in the Zurich canton of Switzerland, considered as one of the most important hubs of the fragrance industry in the world. "Seluz Switzerland Creative Center" will be our second base for creative work after our Istanbul Headquarters... Besides, we will be able to offer high quality service to our customers in the European market more closely.*



Please scan with your smartphone to see Seluz corporate movie.

www.seluz.com

**seluz.**

**Turkey**  
Discover  
the potential

**TC** Turkish  
Cosmetics  
www.turkishcosmetics.org

f /TRCosmetics t /TRCosmetics i /TRCosmetics





**Ersin TARI**  
Turkish Cosmetics Promotion  
Group Chairman

## HELLO

Hello,

We are in the heart of winter and the weather is playing tricks on us; one day it's freezing cold and the next day you can get away with lending yourself to a light jacket. So, as the weather is constantly changing and transitioning into a surprisingly sudden warmer climate, we here at Turkish Cosmetics Promotion Group are getting ready to add a little 'shine' to our products.

For our cover shoot this season, we followed one of the most popular makeup trends of today and constructed the story of the photoshoot with guidance from multi-colored pigments and glitter. In addition to this flamboyant movement, we set the course on international beauty scenes from 2017 makeup trends. In these pages you'll find which Turkish Cosmetics products to use with each trend. We didn't forget the men either, and dedicated our Window Shopping pages to men's grooming products.

The beauty and cosmetics fairs we've attended in 2016, still continue to excite us. Among these fairs are; Cosme Tokyo Fair, The Turkish Export Products Fair that took place in Turkmenistan, InterCHARM Ukraine, Cosmoprof Bologna and the Antalya Expo, which holds a dear place for us because of its location.

Hope to see you in our next issues where we'll be sharing with you a new era full of discoveries and change.

## MERHABA

Merhaba,

Kış mevsiminin tam kalbindeyiz ama bize oyunlar oynayan iklim sayesinde bir gün dondurucu soğukla karşılaşıyor, bir sonraki gün ise ısınan vücudumuzu ince bir cekete emanet edebiliyoruz. Havalar şaşırtıcı derecede çabuk ısınırken ve bahar yüzünü göstermeye başlamışken, Türk Kozmetik Tanıtım Grubu olarak biz de ürünlerimize biraz 'ışıl' katmaya hazırlanıyoruz.

Bu sayıda kapak çekimimiz için, senenin en önemli makyaj akımlarından birini mercek altına aldık. Hikayemizi tasarlarken farklı renkte pigmentlerden, ışıltılı doku ve malzemelerden yola çıktık. Bu dominant ve gösterişli akımın yanı sıra rotamızı uluslararası güzellik manzaralarına çevirerek 2017'nin makyaj trendlerine odaklandık. Hangi Türk kozmetik ürünlerinin hangi görünüme eşlik ettiğini ilerleyen sayfalarda bulacaksınız. Erkekleri de unutmadık, onların kişisel bakım ürünlerini Windowshopping bölümümüzde sizlerle buluşturmayı ihmal etmedik.

Katıldığımız güzellik ve kozmetik fuarları bizim için heyecanlarını korumaya devam ediyor. 2016 yılında katıldığımız fuarlar arasında; Cosme Tokyo, Türkmenistan'da gerçekleşen Turkish Export Products Fuarı, Ukrayna'da düzenlenen InterCHARM, İtalya'da gerçekleşen Cosmoprof Bologna ve konumundan dolayı bizim için büyük önem taşıyan Antalya Expo bulunuyor.

Keşif ve değişim dolu bir dönemi sizlerle paylaşacağımız yeni sayılarda görüşmek dileklerimizle.



**SINCE 1961...**

MG International Fragrance Company, founded by Gülçiçek Family in 1961, opened the world's highest-capacity fragrance plant under one roof in 2015, in Gebze Industrial Zone just East of Istanbul. The supplier of fragrances to well-known international brands manufactures more than 200.000 fragrance formulations, selling to 2500 accounts, exporting to 65 countries, including the UK, US, France, Saudi Arabia, and Russia. Through recent investments in R&D and an expanded production capacity, it aims to grow into one of the worlds' top ten companies within its sector in the next decade.

VISIT US  
ON  
**COSMOPACK**  
SOLUTIONS FOR THE BEAUTY INDUSTRY  
16-19 MARCH 2017  
PAV 18 STAND C60



www.gulcicek.com





# MURAT ÖZTÜRK

## A SUCCESS STORY

SELUZ FRAGRANCE COMPANY OWES ITS SUCCESS TO AN HONEST COOPERATION. ADDING R&D POWER ON THESE VALUES IN THE COMPETITIVE FRAGRANCE AND COSMETICS INDUSTRY, CEO MURAT ÖZTÜRK BELIEVES TURKISH BRANDS WILL INCREASE THEIR SHARE OF PRODUCTS IN THE SHORT RUN.

questions soner güler photography seluz fragrance company archives



**It has been a decade since Seluz Fragrance Company began production in 2007. How did you develop as a fragrance company in ten years?**

Although our quality understanding and business perfectionism haven't changed since the first day, we are a company that constantly invests in technology and human resources. Our headquarters in Istanbul's Silivri district has changed the dynamics of fragrance industry in Turkey and in the region, and this makes us very happy. We have six master perfumers working in our company and every one of them is known to be one of the best in the global scene. I find this very important in terms of creativity. In addition, at the end of 2016 we established a "Creative Center" in Zurich, Switzerland, to increase our efficiency in the European market and to support our creative perfume researches. In the past few years we opened two regional offices in Dubai and Tehran within the framework of our growth policies in the Middle East.

**How do you personally feel about fragrances?**

Although fragrance is my business, it is also my passion. Since the number of fragrances we develop in our company is quite high, I can actually smell only some of them. However, in my daily routine I definitely try to smell some of the fragrances in the design process. In addition, being able to keep track of the innovations in terms of fragrances and raw materials in the world is very important to me.

**Which notes can be found in the fragrance you mostly wear nowadays?**

Nowadays I wear a perfume based on bergamot, oakmoss, patchouli and a rich blend of woody notes. Both heart and base notes have a peaceful amber effect that I am very fond of. It is possible to say that tonka bean, balsamic and leather accords at the base, characterize the authenticity of the fragrance.

**If we are to talk about olfactory diversity,**

**which is the first note that comes to mind?**

It seems that the olfactory diversity of oud is increasing in recent years. Especially the trends in European market bring about modern and interesting interpretations of oud.

**What are the most successful fragrances you produce?**

At the moment our fragrance library has more than 15 thousand fragrances. Our creative perfume design and R&D teams develop around 1500 fragrances annually, some of which have been used in the products of the most important brands in Europe, Middle East and many other markets. We find a fragrance successful as long as it contributes in the success of our customer's product or the brand. In this sense it won't be wrong to say that we have thousands of successful products that aromatize many perfumes, cosmetics or home care products around the world.

**Did growing up in Germany as a Turk**

### BİR BAŞARI HİKAYESİ

**► Seluz Fragrance Company'nin 2007'de üretime başlamasının üzerinden 10 yıl geçti. Bu zaman içinde bir esans şirketi olarak nasıl geliştiniz?**

Kalite ve mükemmeliyetçilik hakkındaki tutumumuz kurulduğumuz ilk günden bu yana değişmese de, teknoloji ve insan kaynağı anlamında sürekli yatırım yapan bir şirket olduğumuzu söyleyebilirim. İstanbul Silivri'deki merkezimiz, Türkiye'de ve bölgede esans sektörünün dinamiklerinin değişmesine yol açtı, bu bizim için bir mutluluk. Şirketimiz bünyesinde her biri global arenada bu işin en iyilerinden olarak gösterilen,

altı kıdemli parfümörümüz bulunuyor. Bu durumu, yaratıcılık açısından çok önemli buluyorum. Diğer yandan 2016 sonunda, İsviçre'nin Zürih kantonunda hem Avrupa pazarındaki etkinliğimizi artıracak, hem de yaratıcı parfüm çalışmalarımızı destekleyecek bir "Creative Center" yatırımını yaptık. Son yıllarda Orta Doğu'daki büyüme politikalarımız kapsamında, Dubai ve Tahran'da açtığımız iki de ofisimiz bulunuyor.

**Sizin parfümlerle aranız nasıl?**

Koku her ne kadar işim olsa da, diğer yandan benim için bir tutku. Şirketimizde geliştirilen kokular sayıca çok fazla olduğundan bunların çok azını koklama şansım

olabiliyor. Ancak yine de günlük rutinimde muhakkak tasarım sürecinde olan çalışmaların bir kısmını koklamaya çalışıyorum. Diğer yandan tüm dünyadan koku ve ham madde yeniliklerini takip edebiliyor olmak benim için önemli.

**Şu sıralar kullandığınız koku, hangi notalara sahip?**

Bugünlerde, bergamot, meşe yosunu, paçuli ve zengin bir odun harmanından ana karakterini alan bir esans sürüyorum. Hem kalp hem de dip notasında çok beğendiğim, dingin bir amber etkisi var. Dip notadaki tonka çekirdeği, balsam ve deri bileşenleri, kokunun

özgünlüğünü çok iyi belirliyor diyebilirim.

**Olfaktif çeşitlilikten bahsedecek olursak aklınıza ilk olarak hangi nota geliyor?**

Son yıllarda oud için olfaktif çeşitliliğin arttığını söyleyebiliriz. Özellikle de Avrupa pazarında oluşan trendle modern ve ilginç sayılabilecek oud yorumları görebiliyoruz.

**Esanslarımız içerisinde başarılı olanlar hangileri?**

Şu anda koku kütüphanemizde 15.000'in üzerinde koku bulunuyor. Parfüm tasarım ve AR-GE ekipleimiz her yıl ortalama 1.500 adet yeni koku geliştiriyor. Bu kokular





### have an effect on you as a businessman?

I have internalized my roots and all the values that represent my motherland, and I hold on to them with my heart and soul. On the other hand, the fact that I was raised in Germany and started my business career in Europe gave me a lot in terms of business culture and discipline. I would like to add that, combining discipline which is very significant in German business culture with speed and agility which comes from Turkish culture has paid off very well.

### In what areas Seluz Fragrance Company products are used?

We can list three basic areas where Seluz products are used. The first one is fine fragrance, in other words the perfume sector, which is also the driving force of our business. The second basic category is the personal care segment which is made up of many subcategories including hair care, skin care, baby products, wet wipes and so

on. Finally there is the home care segment which includes detergents, surface cleaners or air fresheners. These are the main fields where our products are used. However thanks to technological improvements, new and innovative fields of use are emerging ranging from textiles to chemistry.

### How does working in the fragrance industry change your perspective when you are traveling?

Fragrance implies change and movement. There is no room for immobility in the world of fragrance. Discovering natural regional ingredients is very important to me especially when I am traveling to new places. Not only it gives me an idea about the people living there and their culture, but also helps me discover the plants and flowers that naturally grow in that soil and climate. I am especially passionate about spices and flowers and every new discovery is an opportunity for me to realize how infinite is the world we are working in.

### You also have a perfume academy at Seluz Fragrance Company. What kind of trainings do you give there?

The training process at Seluz Perfume Academy begins with teaching essential fragrance families and raw materials. Then, perfumer trainees learn the scents of various raw materials that come from different fragrance families and begin to develop simple formulas. After that, the training focuses on more complex fragrances with different technical specifications such as personal care and home care products. The fact that our young colleagues at our perfume academy are trained by master perfumers who are by all means among the best in the world is very important in developing their technical skills and creativity.

### At the moment you train only Seluz Fragrance Company employees at your perfume school. Do you plan to expand this educational opportunity externally to

**“ALTHOUGH VERY YOUNG, SELUZ FRAGRANCE COMPANY BECAME ONE OF THE MAIN ACTORS IN THE REGION. A GREAT DEAL OF OUR SUCCESS COMES FROM OUR DETERMINATION & PERFECTIONISM.”**



### those who want to become perfumers in the future?

In fact all our trainees at Seluz Perfume Academy want to become perfumers in the future and this is why they are here, but this academy is an in-house training establishment. Therefore, our Human Resources Unit carefully evaluates candidates from Seluz team and calls in the suitable trainees to the program. Although part of the evaluation process depends on certain technical capabilities, having a passion for fragrances and a potential for development are the main criteria.

### What is your most important value at Seluz Fragrance Company?

Although very young, Seluz Fragrance Company became one of the main actors in the region. A great deal of our success comes from our determination and perfectionism. Perfectionism, while shaping our business processes,

also defines our quality understanding which has led us to develop one of the most precise protocols of our industry in the world. I think our honest attitude towards our customers and business partners has an important role in forging powerful collaborations.

### How do you see Turkey's position in the fragrance and cosmetics market; do you think we are in good shape?

I think it is possible to answer your question by considering the branded products that the end consumer buys. Turkey's serious potential in fragrance and cosmetics markets as well as in many other areas has just begun to realize. There are many perfume and cosmetics producers in Turkey and when we compare our brands with global brands, we see the quality standards achieved in Turkey are higher in terms of fragrance, packaging and many other areas. Especially the increasing emphasis on de-

sign and innovation in recent years have contributed a great deal in the success of our brands. I believe Turkish brands will prove to be even more successful and further increase their share of high value added products in the next five or 10 years.

### When it comes to fragrances what is the best marketing strategy?

Even though we adopt a B2B (business to business) model, our marketing strategy is based on understanding the preferences of the end consumer as much as the needs of our customers. In other words, in every project we place ourselves into our customers' shoes and follow a strategy that will appeal to the market that their brand targets. Our marketing team conducts in-depth analyses of world trends and customer expectations in every segment from perfumes to personal care and home care, and develop creative ideas for our customers based on these findings.<sup>7</sup>

arasında Avrupa, Orta Doğu ve daha birçok pazarın en önemli markalarına ait ürünlerin kokuları bulunuyor. Bir esans, müşterimize ait taşımakta olduğu markayı ve ürünü başarıya götürüyorsa biz o çalışmamızı başarılı görebiliriz. Bu bağlamda dünyanın farklı yerlerinde parfüm, kozmetik veya ev bakım ürünlerini kokulandıran binlerce başarılı ürünümüzün olduğunu söyleyebiliriz.

### Hem Türk olup hem de Almanya'da büyümünüz, bir iş adamı olarak size neler kattı?

Ben köklerimi ve anavatanımı temsil eden tüm değerleri özümsemiş ve Türkiye dışında iken de bu değerlere dört elle sarılmış birisiyim. Diğer yandan Almanya'da

büyümüş olmanın ve iş hayatına Avrupa'da başlamış olmanın iş kültürü ve disiplini anlamında katkılarının olduğunu söyleyebiliriz. Alman iş kültüründe çok belirleyici olan disiplini, Türk kültürümüzden beslenen hız ve çeviklik ile birleştirebilmiş olmanın çok faydasını gördüğümü de eklemek isterim.

### Esans sektöründe çalışmak, seyahat ettiğiniz zamanlarda bakış açınızı nasıl değiştiriyor?

Esans demek değişim demek, hareket demek. Esans dünyasında durağanlığa yer yok. Özellikle yeni coğrafyalara seyahat ettiğimde o bölgeye ait doğal içerikleri keşfetmek benim için çok önemli. Bu, bir taraftan

o coğrafyada yaşayan insanlara ve onların kültürüne dair izler verirken, diğer yandan o toprağın ve iklimin yetiştirdiği doğal bitki ve çiçek türlerini keşfetmemi sağlıyor. Özellikle baharatlar ve çiçekler benim için vazgeçilmez bir ilgi alanı ve keşfettiğim her yeni şey, ne kadar sınırsız bir dünyada iş yaptığımızı anlamama fırsat oluyorum.

### Seluz Fragrance Company'de bir parfüm akademizin de bulunuyor. Burada ne gibi eğitimler veriyorsunuz?

Seluz Parfüm Akademisi'ndeki süreç, temel koku aileleri ve ham maddeler konusunda eğitimle başlıyor.

Parfümör adaylarının farklı koku ailelerinden temel ham maddelerin kokularını öğrenerek basit formüller oluşturmaya başlamasıyla devam ediyor. Bundan sonraki süreçte kişisel bakım ve ev bakım ürünleri gibi daha karmaşık yapıdaki, teknik açıdan özellikleri farklılaşan ürünler için nasıl koku tasarlanacağı konusunda eğitim veriliyor. Parfüm akademimizde eğitim gören genç arkadaşlarımızın, alanında dünyanın en iyilerinden olduğunu rahatlıkla söyleyebileceğimiz master parfümörlerden eğitim alıyor olması hem teknik becerilerinin hem de yaratıcı yaklaşımlarının gelişmesi açısından çok önemli.

### Parfüm okulunuzda yalnızca Seluz Fragrance Company bünyesinde çalışanlara eğitim veriyorsunuz. İleride parfümör olmak isteyen insanlara da bu eğitim fırsatını tanımayı düşünüyor musunuz?

Aslında şu anda Seluz Parfüm Akademisi'nde eğitim gören arkadaşlarımızın hepsi ileride parfümör olmak istedikleri için buradalar, ancak bu akademi, bir iç eğitim kurumu. Dolayısıyla İnsan Kaynakları birimimizin detaylı değerlendirmeleri sonucunda Seluz ekibine dahil olan uygun kişiler buradaki eğitim programına alınıyorlar. Yapılan değerlendirmelerde teknik bazı

konular filtreden geçirilse de esas kriterin koku konusundaki tutku ve gelişim potansiyeli olduğunu söyleyebiliriz.

### Seluz Fragrance Company'de sizin için en önemli değer nedir?

Seluz Fragrance Company çok genç bir firma olmasına rağmen kısa süre içerisinde bölgenin en önemli oyuncularından birisi olmayı başardı. Bu bağlamda çalışma azmimizin ve mükemmeliyetçi yaklaşımımızın büyük payı var. Mükemmeliyetçilik bir yandan iş süreçlerimizi şekillendirirken diğer yandan kendi sektörümüzde dünyadaki en hassas protokollerden

birine sahip olduğumuzu iddia edebileceğim kalite felsefemizi de belirliyor. Ancak bizi biz yapan en önemli değerler ne olduğunu sorarsanız şeffaf ve samimi işbirliği anlayışımızın olduğunu söyleyebiliriz. Sanıyorum ki müşterilerimize ve iş ortaklarımıza karşı dürüst oluşumuz güçlü işbirliklerinin oluşmasında önemli bir role sahip.

### Türkiye'nin parfüm ve kozmetik pazarındaki konumunu nasıl değerlendiriyorsunuz, sizce bu pazarda güçlü müyüz?

Bu sorunuza son tüketiciye ulaşan markalı parfüm ürünlerini değerlendirerek cevaplayabiliriz sanıyorum.

Türkiye olarak diğer birçok alanda olduğu gibi parfüm pazarında da sahip olduğumuz ciddi potansiyel ortaya çıkıyor diyebiliriz. Türkiye kökenli birçok parfüm ve kozmetik üreticisi var ve markalarımızı dünya markalarıyla kıyasladığımızda koku, ambalaj ve birçok açıdan Türk markalarının kalitesinin ne kadar yukarıda olduğunu görebiliyoruz. Özellikle son yıllarda tasarım ve yeniliğe verilen önemin büyümesi, markalarımızın başarısını daha çok artırdı. Önümüzdeki beş yıl içerisinde, Türk markalarının başarısının daha da artacağına ve yüksek katma değerli ürünlerin payının daha yukarı çıkacağına inanıyorum.<sup>7</sup>



# EVERYTHING ABOUT FRAGRANCE

DO YOU KNOW THE ORIGINS OF THE WORD PERFUME? HAVE YOU EVER HEARD ABOUT FRAGRANCE PYRAMIDS? IF YOU WANT TO GET TO KNOW YOUR SCENT BETTER, ITS ORIGINS AND HOW IT WAS MADE, YOU WILL FIND THIS ARTICLE QUITE INTERESTING.

words koray sevinç



caracterdesign / iStock Turkey



kekouu / iStock Turkey

The word perfume we frequently use is derived from the Latin word "per fumus" which refers to something that comes with smoke or carried by smoke. In fact, incense based fragrances, religious ceremonies and solid perfumes that can be rubbed on, have played an important role in the formation of the name. Basically there are two kinds; fine fragrances and functional fragrances that are used in fast moving consumer goods such as soap, shampoo, detergent and personal care products.

The history of perfume dates back to much earlier times than we could imagine. Although mostly attributed to the French, in fact perfumes were seen as a means to communicate with gods in ancient times. Discovering scented flowers and fragrant resins that ooze out of trees, mankind had used perfumes as part of religious rituals rather than a cosmetic item.

In essence a perfume is a mixture of many fragrant raw materials some of which are natural and others synthetic. Natural ingredients actually refer to oils

distilled from tree resins, fragrant woods, plant roots and flowers. On the other hand, synthetic ingredients that mark the beginning of modern perfume making are artificially produced chemical substances that may or may not mimic natural fragrances. Wider use of synthetics not only protects the environment but also gives way to the creation of new perfumes that we could not have designed before.

The first synthetic molecule introduced into the world of perfumes was coumarin, an extraordinary base for its time derived from tonka beans. Designed by Paul Parquet for Houbigant Perfumes, Fougère Royale was the first perfume ever to be made with coumarin. Another synthetic molecule that came about a little later was vanillin. Vanillin has opened a new industrial channel, shortening the way to achieving a longer lasting, powerful vanilla scent. Combining these two new molecules with natural essences, Guerlain's legendary perfume Jicky, the brainchild of Pierre François Pascal Guerlain, sparked off a revolution that made an indelible impression on the market for many

years to come. While other perfumes of the period were based on a single flower or a combination of different flowers, Jicky paved the way to designing abstract perfumes that do not mimic nature. Famous perfumer Edmond Roudnitska was generous in adding another powerful synthetic molecule, Hedione, into his Eau de Sauvage formula, making room for other ingredients in the composition to breathe.

One of the issues the consumers are very curious about is the fragrance pyramid we often see at perfumeries or while reading about perfumes. When introducing a perfume people first talk about the top notes, then the heart notes and finally the base notes. Top notes often include citrus, orange flowers and fruit notes while heart notes are rather floral. Jasmine, gardenia, rose or lily are among the flowers that bloom in the heart notes of many perfumes. The notes at the base of the pyramid provide a solid foundation for the perfume. Resins, amber, patchouli, vanilla and wood notes are often considered within this category.

## PARFÜM HAKKINDA HER ŞEY

Sıkça kullandığımız parfüm kelimesi, Latince "per fumus", yani dumandan gelen, dumanla taşınan anlamına geliyor. Tütsüyle teneffüs edilerek kullanılan kokular, dini ritüeller ve katı formuyla sürülen parfümler bu ismin oluşmasında önemli rol oynamış aslında. Kokular ince ve işlevsel olarak ikiye ayrılıyor: İnce kokular, "fine fragrance" adı altında sunulurken işlevsel olan parfümler, hızlı tüketim mallarını, yani sabun, şampuan, deterjan ve kişisel bakım ürünlerini içeriyor.

Parfümün tarihine dönüp baktığımız zaman, tahminimizden çok daha genlere gidiyoruz. Fransızlara atfedilen kokular, aslında eski çağlarda tanrılarla

iletişim kurma aracı olarak kullanılıyor. Ağaçtan akan kokulu reçineleri, çiçeklerin güzel kokularını keşfeden insanoğlu, kokuyu bir kozmetik aracından ziyade dini ritüellerin bir parçası olarak benimsemiş ve hayatına sokmuş.

Parfüm, özünde birçok ham maddenin harmanlanmasıyla oluşan, kokulu bir karışım. Bu maddeleri doğal ve sentetik olarak ikiye ayırabiliriz. Karışımın içinde yer alan doğal maddeler ağaç reçineleri, kokulu odunlar, bitki kökleri ve çiçeklerin distile edilmesiyle elde edilen yağlar aslında. Modern parfümerinin başlangıcından itibaren esanslarda kullanılan sentetikler ise doğada var olan ve aklınıza gelebi-

lecek her kokulu şeyin içinde yer alan ya da doğada olmayıp kimyasal metotlarla üretilen maddelere deniyor. Sentetiklerin artması hem doğaya verilen tahribatı azaltıyor hem de farklı, daha önce hiç tasarlanmamış parfümlerin tasarlanması için yeni bir kapı açıyor.

Parfümeri ziyaretlerinde ya da bir parfüm hakkında bilgi edinirken sıklıkla karşımıza çıkan koku piramidi, tüketicinin en çok merak ettiği konulardan biri. Parfüm tanıtılırken önce üst notalardan, ardından kalp notalardan ve son olarak baz notalardan bahsedilir. Üst notalardan bahsedilirken narenciyeler, portakal çiçekleri, meyve notaları sıralanır-

ken kalp notalarda floral yani çiçeksi notalar ele alınır. Yasemin, gardenya, gül ya da zambak çoğu parfümde, orta notalarda hayat bulan çiçeklerden birkaçı aslında. Baz notalar ise piramidin en altında yer alırken parfüme sağlam bir zemin hazırlar. Reçineler, amber, vanilya, paçuli ve odunsular genelde bu kategoride yer alır.

Son zamanlarda adından sıkça söz ettiren niş parfüm sektörü, her geçen gün başarılı işlere imza atarak büyüyor. Niş parfümleri ana akımdan farklı, pazara yönelik olmayan, tamamen sıra dışı, farklı zevk ve bakış açısı gerektiren parfümler olarak tanımlayabiliriz. Farklı müşteri profiline uygun par-



It is impossible to achieve that deep and powerful scent you are looking for without a solid foundation because the perfume would evaporate from your skin as soon as the top and middle notes lose their effect. On the other hand, linear perfumes, in other words perfumes without traditional top, middle and base notes and smell the same throughout, do not allow new or different notes to appear as you wear them. In this sense they are reliable and easy to understand. Linear perfumes are often based on the small difference between volatility and molecule sizes. Creating a successful linear perfume is harder for the perfumer and perhaps this is the reason why they are considered to be a test within the industry. Designed by Sophia Grojsman around the Methyl Ionone, Galaxolide and Iso E Super trio, the unforgettable Tresor is the first perfume that comes to mind when talking about linear perfumes.

Do you wonder why base notes are longer lasting and more effective while top notes are volatile? As we mentioned earlier, volatility depends on the molecule sizes of raw materials. The molecules of citrus and fruit notes at the top are smaller in size than those of heart and base notes, therefore they easily leave the skin and evaporate. However resin, wood and animal notes at the base have larger molecules and may last on the skin sometimes for days on end without losing their effect.

One of the most talked about topics in recent times, the niche fragrance segment grows very rapidly with a new success story almost every day. What differentiates niche segment from the mainstream is the fact that, they are completely unusual perfumes that are not market oriented and require a different understanding of taste and perspective. Since they target a different consumer profile they give their designers a larger area to work in and more freedom. Another differentiating characteristic of niche perfumes is that, they put their perfumers on stage just like famous stars. Previously, it wasn't easy to learn



eAlisa / iStock Turkey

who created the perfume and the packaging never gave a clue about such information. While designing extraordinary and very creative perfumes, the cornerstones of niche segment, names like Frédéric Malle, Serge Lutens and Annick Goutal, preferred to underline the artisanship behind the perfumes by highlighting their perfumers. Today with the fast development of the sector both young and experienced perfumers begin the race at the same time by opening their own perfume houses.

Labeling women's and men's perfumes as two different categories is a marketing strategy that aims to prevent confusion on the consumer's side. Marketing stories and images to impress the opposite sex and convey a message further strengthen the distinction. Since niche perfumes and androgynous compositions that defy such distinctions begin to gain popularity, perhaps we will be using genderless perfumes in the near future.

Another popular issue is where and how to apply the perfume. In order to have a longer lasting effect you might want to change or completely alter the way you put on your perfume. All fra-

grances are made up of volatile substances and they can be described as a sum of molecules that vaporize with heat. Therefore applying the perfume to the warmer areas of the body would be the wisest choice. Another tip to increase the diffusion is to spray the perfume over the areas where you can feel the pulse. Spraying perfume at the back of ears and knees, the wrists, and the chest will increase the performance of the fragrance so that it can be felt even after many hours. Another very effective area is the hair. One important tip here is not to spray perfume directly over the hair but to a comb and comb the hair with it. This way fragrance molecules will spread evenly and the damage the alcohol might cause will be reduced.

As perfume market gets stronger, more and more people are drawn to fragrances and they look for special and unique designs. If you are still in search of the perfume of your life, do not pay attention what the rules or other people might say, go to a perfumery and try whichever brand you like on your skin. Give it some time to show itself and test if it smells good on you. If it does, then you've found it.™

fümler oldukları için tasarımlarına daha özgür ve rahat bir alan sunuyorlar. Niş parfümerinin bir diğer farkı da parfümleri adeta ünlü yıldızlarımıza sahneye çıkarması. Önceleri bir parfümü kimin yarattığını bilmek bu kadar kolay değildi ve asla ambalajın üzerinde bu konuyla ilgili bir bilgi bulunmuyordu. Niş sektörünün mihenk taşlarından Frédéric Malle, Serge Lutens, Annick Goutal gibi isimler, bu kokuların arkasındaki kahramanı, yani parfümörü de ön plana çıkarıp bu işin zanaat kısmını da vurgulamayı tercih etmişlerdi. Bugünlerde, gelişen sektörle birlikte deneyimli ve genç isimler yarışa aynı anda, kendi parfüm evlerini açarak başlıyor.

Parfümleri erkek ya da kadın olarak sınıflandırmak, pazarlama dünyasının oluşturduğu, tüketiciyi kafa karışıklığından korumayı amaçlayan bir ayırım. Karşı cinsi etkilemek, ona mesaj vermek için yazılan hikayeler ve görseller de bu ayırımı peşinliyor aslında. Bu algıyı yıkan niş parfümler ve androjen karışımlar, parfüm severlerin ilgisini çektiği için bizleri gelecekte cinsiyet ayırımının yapılmadığı kokulu günler bekliyor olabilir. Bir diğer merak edilen konu ise parfümün nasıl ve nereye uygulanması gerektiği. Kalıcılığı arttırmak için uygulama yöntemimizi iyileştirebilir ya da tamamen değiştirebilirsiniz. Esansları oluşturan

maddelerin hepsi uçucu özellikler, ısı aldıkça havaya karışan moleküller bütünü olarak da tanımlanabilirler. Bu yüzden parfümü bedenine sıcak noktalarına uygulamak doğru bir tercih olur. Yayılımı arttırmak için nabız bölgelerine sürmek de bir başka ipucu. Kulak arkası, bilekler, diz arkası ve göğüs bölgesine sıkılan parfüm, kokunun yayılımını artıracak ve saatler sonra bile hissedilir olmasını sağlayacaktır. Parfümü saç telleriyle buluşturmak da oldukça etkili bir yöntem. Burada dikkat edilecek nokta, parfümü direkt saçta uygulamak yerine bir tarağa sıkılmak ve ardından o tarakla saçta taramak. Bu sayede koku molekülleri saçta eşit şekil-

de dağılacak ve alkolün saçta vereceği hasar önlenmiş olacak. Parfüm pazar gücünü arttırdıkça parfüme olan merak artıyor ve insanlar daha özel ve farklı tasarımlara yöneliyor. Eğer hala hayatınızın parfümüyle karşılaşmadıysanız ve arayış içerisindeyseniz, kurrallara ve başkalarının fikirlerine kulak asmadan parfümeriye gidin ve istediğiniz kokuyu özellikle teninize deneyin. Anlamak için ona zaman verin ve size uygun olup olmadığını test edin. Bir başkasında beğendiğiniz koku yerine kendi teninize uygun parfümü bulmayı başarsanız, emin olun, ondan asla ayrılmak istemeyeceksiniz.™

# dalan® d'Olive

Nourish your skin  
with the touch of nature

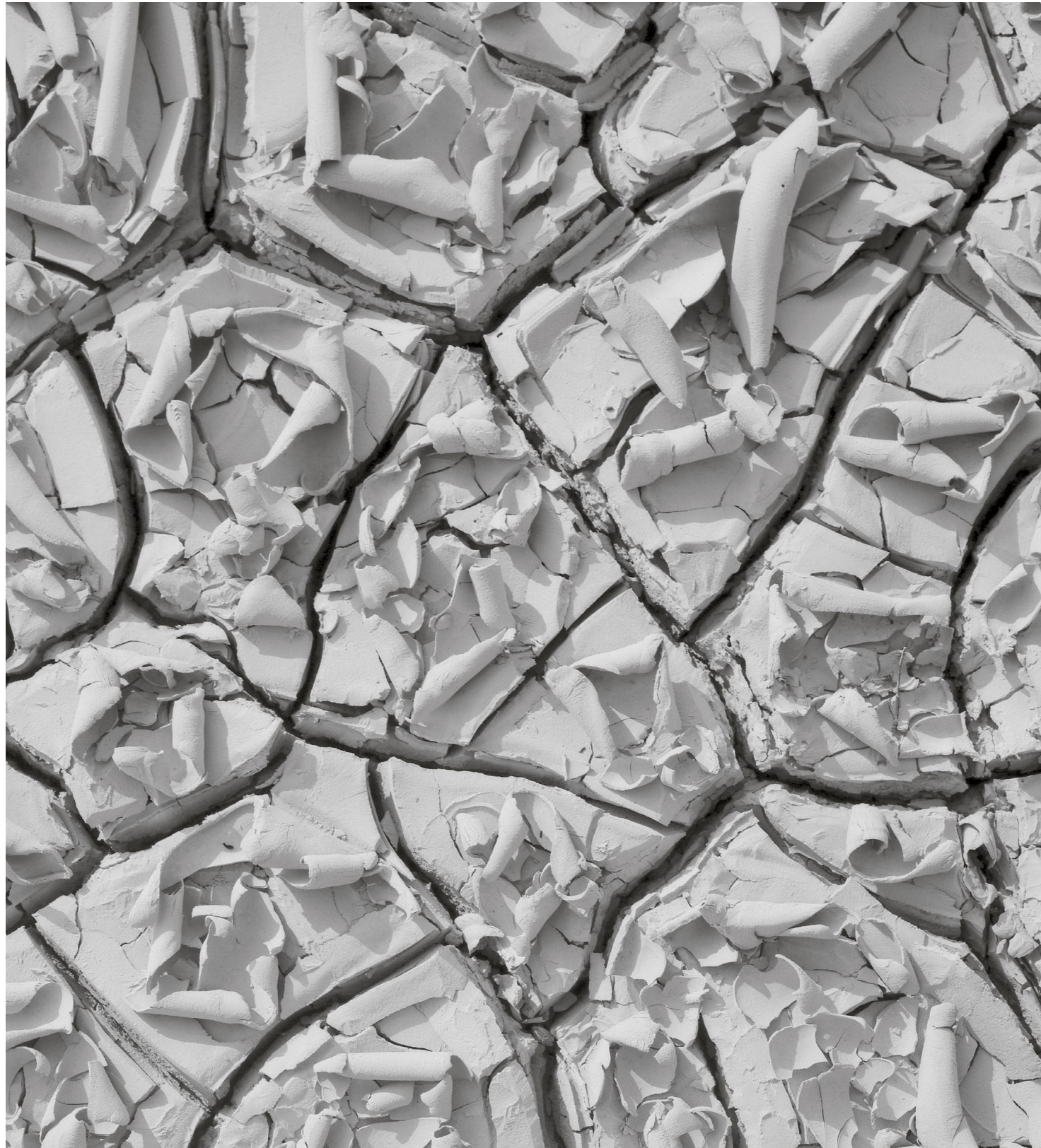




# DIRTY HANDS

WHEN SPRING COMES ALL WE WANT TO DO IS TO CLEANSE AND DETOX OUR BODIES, BUT BEFORE DOING THIS WE NEED TO GET A LITTLE DIRTY! CLAY AND MUD ARE TWO TIMELESS MATERIALS THAT NATURE PRESENTS US. GIVE THEM A CHANCE.

words elif koçarlı



## TURKEY IS A VERY RICH COUNTRY IN TERMS OF CLAY AND MUD. THERE ARE A VAST NUMBER OF LOCAL THERMAL FACILITIES.

Clay and mud have been used for therapeutic purposes since ancient times and we are sure this is not a surprising news for anyone. We wonder if mankind had realized the value of his discovery when he saw wild animals wallowing in the mud and decided that they knew something. Many wild species in nature coat their wounds and soothe their skin irritations, itches and rashes with mud. Those who like wildlife documentaries will remember the scene immediately. Let's say you had a difficult month at the office and now your body feels slowed down with a sense of heaviness that you can't quite understand... In that case you know where to go: the mud bath. But let's complicate the scenario and add that you are not in a position to go to a SPA or a thermal facility. If this is the case, the only place to go is your bathroom. Here is what you should do: Fill your tub with warm water. In the meantime dry-

brush your body making sure that the brush moves from bottom to top, towards your heart. This rough massage will accelerate blood circulation and increase the therapeutic effect of mud. Take two cups of mud or clay and slowly pour into the water. Be careful not to inhale the steam. Gently stir the water with a wooden spoon, get into the bathtub and lie in there for at least 20 minutes. Another important thing to remember is to drink lots of water before and after. So what do our bodies get from

brush your body making sure that the brush moves from bottom to top, towards your heart. This rough massage will accelerate blood circulation and increase the therapeutic effect of mud. Take two cups of mud or clay and slowly pour into the water. Be careful not to inhale the steam. Gently stir the water with a wooden spoon, get into the bathtub and lie in there for at least 20 minutes. Another important thing to remember is to drink lots of water before and after. So what do our bodies get from



kazmulla / iStock Turkey

taking regular clay or mud baths? Increasing blood circulation, detoxing the body, getting rid of dead skin cells and restoring your healthy and radiant skin. If you have oily or combination skin, clay masks can be lifesaving. Removing all the dirt on the skin, soaking in the excess oil and cleaning the clogged pores, clay masks may also create a wonderful opportunity for an Instagram selfie. But be careful! You must not let any clay mask or peeling product to dry on your skin since it will do more harm than good. You can begin rinsing after the color becomes two shades darker while the texture is still sticky and wet. Turkey is a very rich country in terms of clay and mud. There are a vast number of thermal facilities around the country, so why not indulging yourself with an authentic SPA weekend? Rich in organic substances the Afyon-Sandıklı mud is highly radioactive and therefore very good for muscle pains, rheumatism, various skin conditions and obesity. Tuzla thermal springs combine clay and mineral water to rejuvenate the skin. Balıkesir-Susurluk-Kepekler mud is one of the four mud types approved by the Ministry of Health. Denizli Tekke marsh is the home of a miraculous estrogen rich mud type called Turba. As for the bottom mud steer your direction to Dalyan, one of the many touristic attractions in our country. You can either visit these places or fill your bathtub. But make sure to treat your body with the miracle of mud.<sup>7</sup>

### KILLİ ELLER

**TB** Kil ve çamurun antik çağlardan beri tedavisel amaçlarla kullanıldığını duymak, eminiz kimseyi şaşırtmayacaktır. Hayvanların çamur içinde yuvarlanmasını seyreden ve onların bir bildiği olduğuna kanaat getiren insanoglu, ne kadar doğru bir sonuca vardığının farkında mıydı acaba? Doğada birçok tür, kil ve minerallerden içgüdüsel olarak faydalanıyor, 'savaş' yaralarını onlarla sarmalıyor, denlerinde tahriş olan, kaşınan, yanan bölgeleri onlarla sakinleştiriyor. Doğa belgesellerine düşkün olanlar, bu manzarayı hemen hatırlayacaklardır. Diyelim ki bilgisayar başında, ofiste, çok yoğun bir ay geçirdiniz, vücudunuz hem hareketsizlikten

hem de anlayamadığınız bir ağırlıktan yavaşladı... O halde adresiniz belli: Çamur banyosu. Senaryoyu biraz daha zorlayalım, diyelim ki herhangi bir SPA'ya ya da termal tesise gidebilecek durumda değilsiniz. O halde istikamet, banyonuz. Daha da doğrusu küvetiniz. İzlemeniz gereken adımlar şunlar: Küveti sıcak suyla doldurun. Suyun dolmasını beklerken vücudunuzu kalbinize doğru, yani yukarı doğru hareketlerle kuru fırçalayın. Bu sert masaj, kan dolaşımını hızlandıracak, kilin görevini daha hızlı gerçekleştirmesine yardımcı olacak. Seçtiğiniz kil ya da çamurdan iki kap doldurarak suya yavaşça boşaltın. Yükselen buharı içine çekmemeye

ye özen gösterin, hatta mümkünse su sure boyunca bir maske takın. Tahta bir kaşıkla suyu yavaşça karıştırın. Küvetin içine girin ve en az 20 dakika tüm vücudunuzu bu çamurlu suda tutun. Hatırlamanız gereken bir başka önemli nokta da bu banyonun öncesinde ve sonrasında bol miktarda su içmek. Çamur ve kili vücutla düzenli olarak buluşturmanın faydaları nedir peki? Kan dolaşımını hızlandırmak, toksinlerden arındırmak, ölü deriden kurtulmak ve cildin sağlıklı ışıltmasını sağlamak. Eğer karma ya da yağlı cilde sahipseniz kil maskeleri, kurtararınız olabilir. Yüzdeki tüm kini içine toplayan, yağlı emen ve tıkanmış gözenekleri açan bu maske, size ha-

rika bir Instagram fotoğrafı için de fırsat verebilir. Ancak, dikkat dikkat! Hiçbir kil maskesinin ya da çamurlu peeling ürününün ciltte tamamen kurumasına ve sertleşmesine izin vermemelisiniz. Bu hataya düştüğünüzde cilde yarardan çok zarar vereceğinizi hemen söyleyelim. Peki hangi noktada durulayacaksınız? Maskenin rengi iki ton koyulaşıp, hala nemli ve yapışkan bir dokudayken durulama işlemini başlatabilirsiniz. Türkiye, kil ve çamur açısından oldukça bereketli bir ülke. Bu coğrafyanın farklı noktalarında cildinizi baştan yaratacak tesisleri ziyaret edebilirsiniz, kendinize otantik bir SPA hafta sonu hediye edebilirsiniz.<sup>7</sup>



# BeautyEurasia

13<sup>th</sup> INTERNATIONAL COSMETICS, BEAUTY, HAIR EXHIBITION



Meet the BEAUTY  
Where the  
Continents MEET!

**27 - 29 APRIL 2017**

**ifm Istanbul Expo Center**

**Istanbul / TURKEY  
HALL 9 - 10**

[www.BeautyEurasia.com](http://www.BeautyEurasia.com)

Organiser



TURKEY



PLATFORM  
ULUSLARARASI FİNANÇLER A.Ş.  
INTERNATIONAL EXHIBITIONS INC.

T: +90 212 603 33 33 | [info@beautyeurasia.com](mailto:info@beautyeurasia.com)



Register to Visit

THIS FAIR IS ORGANIZED UNDER SUPERVISION OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

# FOCUS

photography volkan aydin imaginary & words ceyda güner

FROM SKIN CARE TO MAKEUP  
AND HAIR, THESE BEAUTY  
PRODUCTS WILL HELP YOU GET  
READY FOR THE SEASON.





In Your Face



The only way we can fight fine lines is to use a daily moisturiser.

- 1 Ceres Anti-Wrinkle Cream/Köniarge Kozmetik
- 2 Iva Natura Anti Aging Cream/Laber Kimya
- 3 Olive'n Body Moisturising Face Cream/Sera Kozmetik
- 4 Meditrina Daily Care Cream with Rose Oil/Akdeniz Company

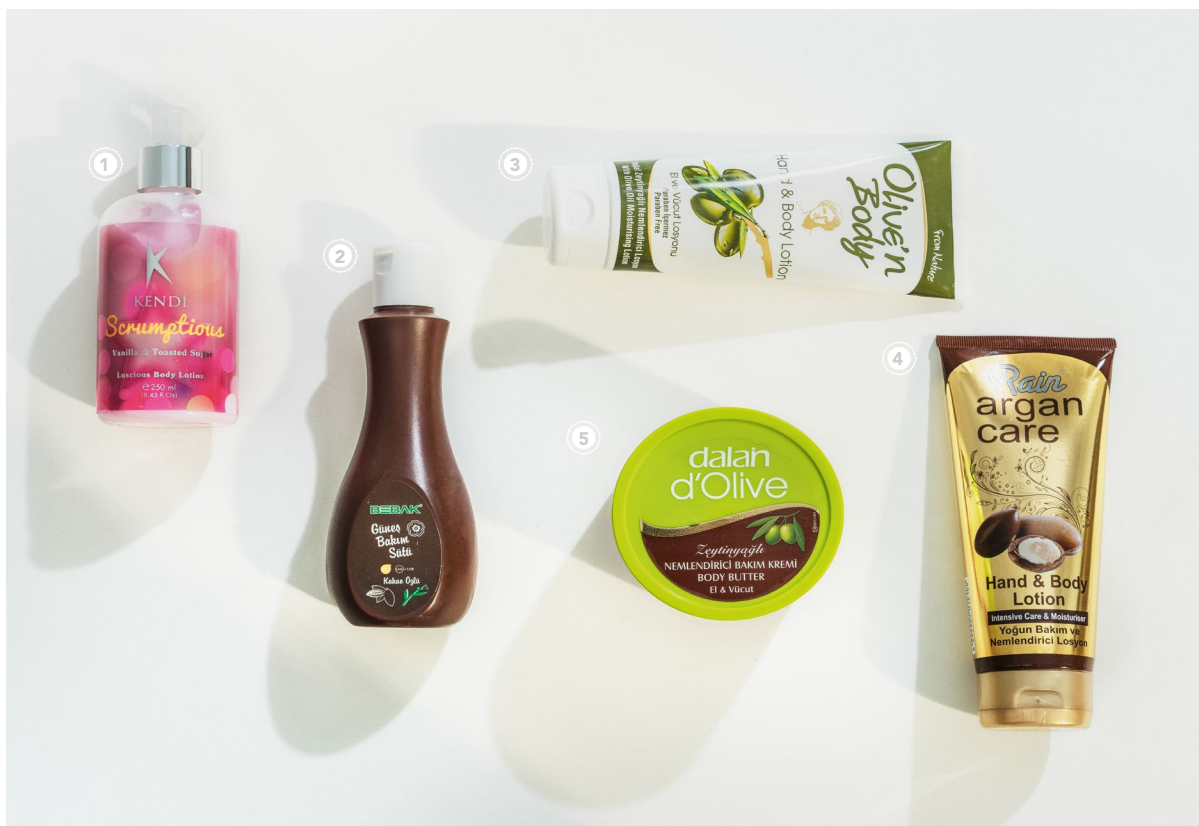
The Goods



A good scent is hard to find. Why don't you try one of these?

- 1 Kendi Redberry Red Magic Candle/Kendi Cosmetics
- 2 Dell'Amore Bonbon Eau de Toilette for Women/Fon Cosmetic
- 3 Planet Fontela Premium Sweet Bonbon Eau de Parfum/Fon Cosmetic
- 4 Kendi Lavender Love Candle/Kendi Cosmetics
- 5 Ixora Green Tea Eau de Cologne/Espas Kozmetik
- 6 Sansiro K 530 Deodorant/Abenk Kozmetik

The Lotions



Taking care of our body is just as important! A good body lotion is your best friend.

- 1 Kendi Scrumptious Body Lotion Vanilla & Toasted Sugar/Kendi Cosmetics
- 2 Bebak Sun Care Milk with Cocoa/Bebak Kozmetik
- 3 Olive'n Body Hand & Body Lotion/Sera Kozmetik
- 4 Rain Argan Care Hand & Body Lotions/Sera Kozmetik
- 5 Dalan d'Olive Body Butter with Olive Oil/Dalan Kimya

Open Your Eyes



The best way to draw attention to yourself is to have a great eye makeup.

- 1 Élite Matt Eyeshadow 82/Alfar Kozmetik
- 2 Golden Rose Lash Primer/Erkul Kozmetik
- 3 New Well Mascara/Makyaj Kozmetik
- 4 Iva Natura Eye Area Cream/Laber Kimya
- 5 Pineapple The Star Mono Eyeshadow 803/Monna Cosmetics



Baby Skin



Baby products are not just for babies. It's for you, too.

- 1 Momo Newborn Baby Wipes/*Arsan Kimya*
- 2 Ma Boy mini Dino Perfumed Spray for Kids/*Crea Cosmetic*
- 3 Uni Baby Lotion/*Eczacıbaşı*
- 4 Iva Natura Baby Shampoo/*Laber Kimya*
- 5 Uni Baby Cotton Swabs/*Eczacıbaşı*

Keep It Real



Using natural products is always a good idea!

- 1 Leafy Coconut Oil/*Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı*
- 2 Iva Natura Cream Peeling/*Laber Organic Cosmetic*
- 3 Dalan d'Olive Intensive Cream with Olive Oil/*Dalan Kimya*
- 4 Bio Balance Sun Care Protection Milk/*Alpaya Dermaceuticals*

Undone



Taking off makeup and putting on a face mask is the equivalent of skin care heaven.

- 1 Freshmaker Make-Up Remover Wipes/*Fulya Kozmetik*
- 2 Ultra Compact Waterproof Make-Up Cleanser/*Arsan Kimya*
- 3 Iva Natura Black Face Mask/*Laber Organic Cosmetic*
- 4 Freshmaker Make Up Remover Wipes/*Fulya Kozmetik*

Splash



This Spring, change up your game and switch to a new fragrance.

- 1 Sansiro Beauty Romance Fragrance Mist/*Ahenk Kozmetik*
- 2 Kendi Scrumptious Body Splash Vanilla & Toasted Sugar/*Kendi Cosmetics*
- 3 İmaj Sweet Dreams Body Splash/*Ukip Cosmetic*
- 4 Purixima Woman Perfumed Spray/*Marka Kozmetik*
- 5 Fresh & More Lavender & Chamomile Reed Diffuser/*Atak Farma Kozmetik*



## Soaps & Co



We could say that soaps are essential to everyday life. So, you can never have too many!

- 1 Saloon Sultan Has Bahçe Liquid Hand Soap/Tibet Kozmetik
- 2 Olive'n Body Hand Wash/Sera Kozmetik
- 3 Saloon Liquid Hand Soap with Wheat/Tibet Kozmetik
- 4 Rubis Soap Smell of Spring/Bilal Soaps
- 5 Dalan d'Olive Massage & Cellulite Soap/Dalan Kimya

## Champions



Using natural shampoos makes the hair grow healthier.

- 1 Olive'n Body Shampoo with Olive Oil & Vitamin E/Sera Kozmetik
- 2 Lilafix Hair Care Shampoo with Argan Oil/Lila Cosmetic
- 3 Banat Romance Hair Brush/Banat Fırça
- 4 Rain Argan Care Shampoo/Sera Kozmetik
- 5 Iva Natura Shampoo Daily Care/Laber Kimya
- 6 Iva Natura Shampoo for Dry Hair/Laber Kimya

# flormar



[f](#) [t](#) [i](#) [p](#) /flormar

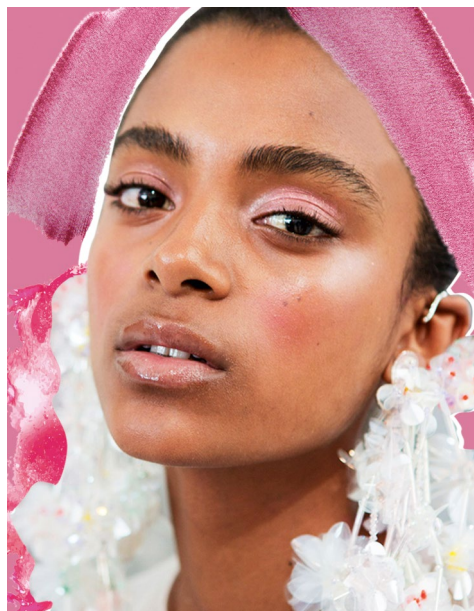
We are at COSMOPROF BOLOGNA Fair, Hall 26 B33 / C34.



# THE NEW SCENE

THESE ARE THE TRENDS THAT CAUGHT OUR EYES AT THE FASHION SHOWS OF SPRING/SUMMER 2017 WHERE THE MOST FAMOUS MAKEUP ARTISTS, HAIR STYLISTS, MODELS AND DESIGNERS CREATE THE UNDERTONES OF THE NEXT SEASON.

words dilge yenitaş collages rüya dilara şen



## SOFT FEMININITY

Prepare to say farewell to matte skin in the coming season. Dubbed as the 'soft feminine' at fashion show backstages, this new look combines nude makeup with shades of pink and a very moist, wet-looking skin. Add a few drops of shiny pigments or illuminating oil into your moisturizer in order to properly apply this style in which skin care becomes as much important as the makeup itself. The eyebrows are very dominant as we saw at the Del Pozo show where the makeup was accompanied by Spring flowers.

Isabelle Dupont Soft Velvet Compact Powder/*Giz Kozmetik*, Colleen Nude Eyeshadow/*Merker Kozmetik*, Colleen Sun Matte Bronzer/*Merker Kozmetik*, Moda Highlighter Powder/*Ataş Kozmetik*

## GRAPHIC GAMES

This look further underlines geometric details of the past few seasons. Make sure to get an even look on both sides while playing games on the eyelids and eyebrows with a fine tipped brush or an eyeliner. We recommend gel eyeliners for sharper lines. Lining the lower inner rim with white eye pencil will brighten and slightly enlarge your eyes. Skin makeup must be as minimal as possible, so try a quality primer to create a very fine base.

Cecile No Transfer Matte Performance Foundation/*Özsoy Kozmetik*, Golden Rose Make-Up Primer Mattifying & Pore Minimising/*Erkul Kozmetik*, Note Sunglow Foundation SPF 15/*Altona Cosmetics*, Golden Rose Silky Touch Matte Eyeshadow/*Erkul Kozmetik*



## RELAXED RED

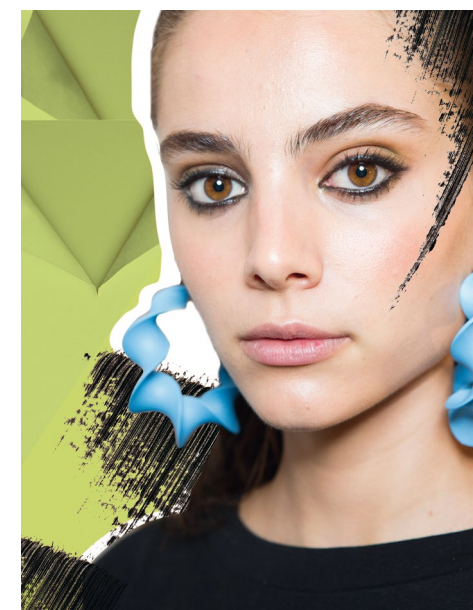
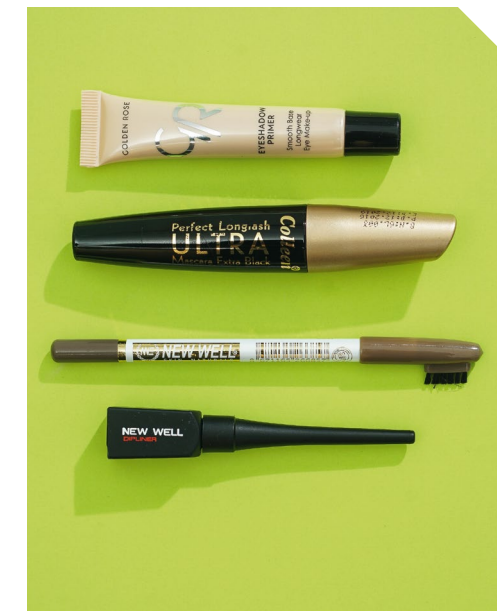
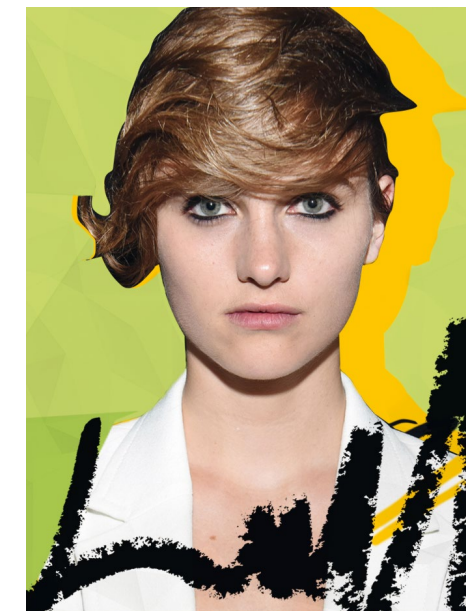
Makeup artists must have come to the Jason Wu show with very light cases since only four ingredients are needed to create this impressive look: red lipstick, lip pencil, foundation cream and bronzer. When it comes to using red lipstick, leaving the rest of the face as natural as possible is always the wisest choice and this look is no exception. The complexion has an important role in this timeless makeup so expect slight interventions of foundation cream. Using bronzer instead of blusher will create a more natural looking canvas.

Colleen Stardust Terracotta/*Merker Kozmetik*, Moda Highlighter Powder/*Ataş Kozmetik*, Golden Rose Highlighter Stick/*Erkul Kozmetik*, New Well Matte Long-Lasting Liquid Lipstick Cherry Lips/*Makyaj Kozmetik*

## INNER EYE

Although very familiar to us in our everyday lives, this look was welcomed as an exciting novelty at the catwalks of London, New York, Paris and Milan. Combined with white tuxedo jackets and hair combed to one side, 3.1 Philip Lim's kohl rimmed eyes create a very modern and striking look rather than oriental. Black eyeliner and eye pencil circle around and in the eye. The look gets younger without powder or blush while lips surrender to soft shades like dusty rose and pale pink.

Golden Rose Eyeshadow Primer/*Erkul Kozmetik*, Colleen Perfect Longlash Ultra Mascara Extra Black/*7 Renk Kozmetik*, New Well Eye Brow Pencil/*Makyaj Kozmetik*, New Well Dipliner/*Makyaj Kozmetik*

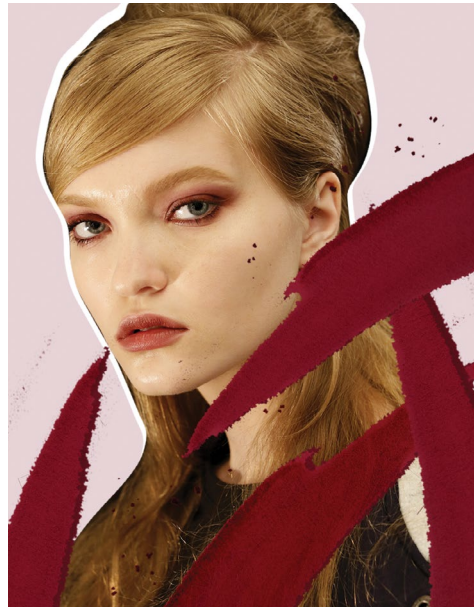


## MUDGE SMUDGE

Altuzarra's choice of a sophisticated and feminine look translates into a velvety skin and smoky eyes. The skin glows healthily thanks to makeup artist Tom Pechaux's use of glitter cream over the face and the neck. The makeup focuses on the eyes. Choose an eye pencil slightly lighter than black, such as anthracite or grey to circle your eyes and blur with soft brush strokes. This smoky look is the star of the show. Orange eye shadow brightens up your looks. We see the same color on the temples. Lips are entrusted to rose pink.

BeautiX Shimmer Body Mist Oud/*Sera Kozmetik*, Pineapple The Star Matte Lipstick 105/*Monna Cosmetics*, Colleen Matte Eyeshadow 204/*Merker Kozmetik*, New Well Waterproof Eyeliner/*Makyaj Kozmetik*





## BURGUNDY IS THE ANSWER

Set aside red for a while and try the darker and deeper burgundy. Although a Winter color, stylish burgundy lightens up for the Spring. Combined with a nostalgic hairstyle reminiscent of the 60s and Amy Winehouse look, burgundy gets a new flair by applying the color evenly over the face. Shades of burgundy and reddish browns on the eyelids and the lips are topped with translucent gloss which teams up with a highlighter to add shine to the inner corners of the eyes. Cheekbones are only slightly accentuated with powder.

Golden Rose Velvet Matte Lipstick 14/  
Erkul Kozmetik, Note Mineral Eyeshadow  
Natural Healthy Glow/Altona Cosmetics, Moda  
Terracotta Blusher/Ataş Kozmetik



## BARE

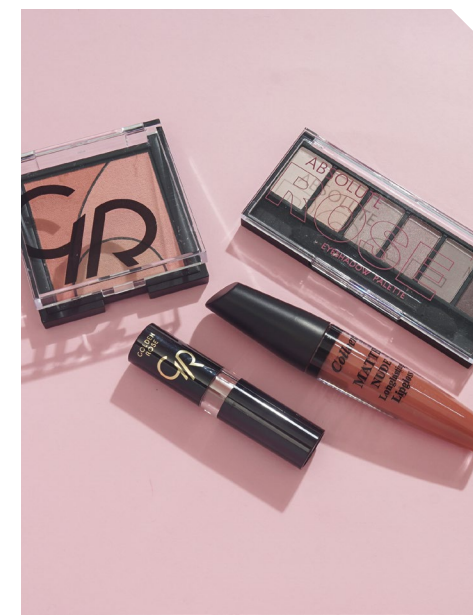
Inspired by the photographs of supermodels like Christy Turlington and Linda Evangelista in the 90s, this look is full of "no-makeup makeup" tips. Main color: brown. Smudge your brown eyeliner or pencil around the eyes and support with just a little eye shadow if necessary. The wrong shade of brown may create a tired look so find the right shade that will best complement your skin and eye color. As seen in the Thkoon show, all you need is a light foundation, pink lips and a supermodel confidence. And perhaps that lock of hair falling on the face...

Colleen Lipstick 106/7 Renk Kozmetik, Colleen  
Lip Gloss/7 Renk Kozmetik, Note BB Lip  
Corrector/Altona Cosmetics

## MINIMALLY YOURS

Making a comeback after the 90s, glitter continues to be the most enjoyable and fun material of make-up games. This time we see glitter on the lips, turning minimalist makeup upside down in a modern way. It softens the Gothic burgundy and creates an alluring naivety. You can top your favorite lipstick with glitter pigments to create the bold lips at the DKNY show that were combined with a flawless skin, eyes without makeup and colorful nail polishes. Sadly, this is one of those trends that is very hard to use and maintain.

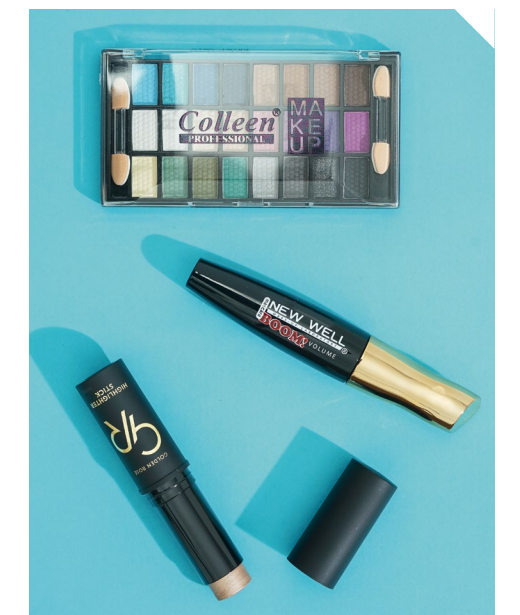
Golden Rose Longstay Blush Trio/Erkul  
Kozmetik, Moda Absolute Rose Eyeshadow  
Palette/Ataş Kozmetik, Colleen Matte Nude  
Longlasting Lipgloss/7 Renk Kozmetik, Golden  
Rose Vision Lipstick Vitamin E 127/Erkul  
Kozmetik



## PICK YOUR COLOR

Victoria Beckham prefers an exaggerated look in her last fashion show although she says she carries only a lip balm and a lip liner in her purse. Sharply applied indigo blue or petrol green over the eyelids steals all the attention. Apply the color from the inner corners of your eyes all the way to the outer tip of your eyebrow since this exaggerated look defines the makeup. The skin is light and fresh enough for Spring with illuminating tinted moisturizer, while a peachy blusher creates a healthy bloom on the cheeks.

Colleen Eye Shadow 24 Colors/Merker  
Kozmetik, New Well Boom Volume Mascara/  
Makyaj Kozmetik, Golden Rose Highlighter  
Stick/Erkul Kozmetik



## SURFER BABE

Alexander Wang brings to the city the careless and relaxed summery attitude of surfers, a look he sees as a cultural code. Leaving the complexion as natural as possible with no intention of hiding imperfections, the sun-kissed skin is just slightly tinted, while the lips look very natural with matte nude lip liner or lipstick pen. The lips are accentuated with a shade lighter than the natural skin tone which can also be achieved by a touch of concealer. Focusing more on skin care, this style needs a well hydrated, moist skin.

Colleen Sun Bronzer/Merker Kozmetik, Moda  
Lipbalm Sticks/Ataş Kozmetik, Note Bronzing  
Powder 30/Altona Cosmetics, Golden Rose  
Make-up Primer Luminous Finish/Erkul  
Kozmetik



## METAL FLUSH

Creating an almost metal texture over the eyelids with wet, shiny and paint-like gold and silver, this is not a makeup style for everyone. A flawless semi-matte skin is the right base while combed natural eyebrows balance between a natural and an exaggerated look. The eyelashes have no intention of hosting a mascara. Applying a bronzer or a blusher in peach tones from just beneath the cheekbones all the way up to the temples adds dimension to the face. Lips in creamy nude tones merge into the skin.

Golden Rose Mineral Terracotta Powder  
08/Erkul Kozmetik, New Well Derma Make-  
Up Cover Foundation/Makyaj Kozmetik, Élite  
Terracotta Powder 104/Alfar Kozmetik, Colleen  
Matte Nude Lipstick/7 Renk Kozmetik



# Catherine Arley® Silky Touch

THE SILKY TOUCH OF BEAUTY



export@alfar.com.tr

Alfar  
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK  
www.alfar.com.tr



www.catherinearley.com

facebook.com/CatherineArleyTR  
instagram.com/catherinearleykozmetik  
twitter.com/Catherine\_Arley

# Alfar élite

THE GLAMOROUS élite CHOICES FOR YOUR BEAUTY



export@alfar.com.tr

Alfar  
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK  
www.alfar.com.tr



www.elitecosmetic.com

facebook.com/elitecosmeticsTR  
instagram.com/elitekozmetik  
twitter.com/Elite\_Cosmetics



# SEEKING OUT NICHE FRAGRANCES

THE "IN THE KNOW" APPEAL OF HIGH QUALITY NICHE FRAGRANCES IS DRIVING SPECIALIST RETAILERS TO OFFER MORE ENGAGING AND IMMERSIVE SHOPPING EXPERIENCES.

**words** michelle strutton, global research manager for beauty, personal care and household at mintel.

## Playing to niche fragrances' strengths

- Niche fragrances have the same high quality selling point as well-known prestige brands plus an advantage in terms of inherent exclusivity appeal. Limited availability and fresh backstories help niche brands appeal to potential buyers.
- Retail specialists are cultivating the mystique of little-known high quality fragrance brands. A

nontraditional store environment and sampling process makes for a more immersive and interesting shopping experience.

- Prestige brand leaders can take on some product positioning elements of the niche sector while looking to deepen engagement at retail level. Interaction should aim towards heightened customer enjoyment of trying and buying prestige fragrances.

Niche brands combine quality with exclusivity. A new generation of niche fragrance brands shares similar in-demand product qualities to established prestige brands, including high concentrations of more natural, botanical perfume extracts and deeper, longer-lasting scents.

Quality is very much the leading purchase driver for prestige beauty overall, but where emergent niche brands enjoy an inherent advantage

## TOP 5 European markets, importance of staff in choice of retailer for fragrance/aftershave, October 2015.



Teodora Djordjevic / iStock Turkey

MINTEL

is in terms of exclusivity linked to limited distribution and the mystery of a little-known brand.

Mintel's In the Know trend confirms how powerful exclusivity can be. This is particularly evident in fragrances, where more than one in four consumers across Europe's five largest economies have yet to use but are interested in scents that are not widely available.

The level of attraction of scents that are available only in selected outlets is on a par with luxury fragrances created by high-end brands.

## Niche retailers market quality and celebrate difference

Wider interest in niche fragrances is also linked to development of innovative retail concepts that play to these products' strengths.

Avery pioneered new stylish, minimalist selling spaces for niche brands, stripping away the secondary packaging and point-of-sale materials usually associated with prestige brands. Avery customers are invited to choose from an eclectic range of fragrances using special glass and pyrex sampling boules.

The brands stocked also differ significantly from the standard prestige fragrance offerings, with an emphasis on avant-garde fragrances that fuse

the worlds of perfume, art, fashion and design.

Trying unusual, high quality brands in a very different retail environment makes for a much more engaging and entertaining shopping experience.



## Developing "in the know" appeal and enjoyable experiences

Well-known prestige brands can look to develop some sense of being "in the know" that makes early adopters aspire to own niche fragrances, as well as look for more engagement at retail level. In terms of product mix, limited editions and seasonal launches can contribute to exclusive

appeal, as can innovation along the lines of sub-brand collaborations with guest perfumers and designers. In turn, these initiatives provide stories about inspirations, ingredients and sourcing that assistants and perfumers can communicate to customers.

Staff expertise is currently rated fairly low importance by buyers of fragrance or aftershave when choosing where to shop, especially in the UK.

The popularity of retail models that rely on a high level of personal interaction in sampling and discussing fragrances suggests a need for greater brand or store investment in assistants.

A Return to the Experts (Mintel Trend) could help enhance the pleasure of buying prestige fragrances that is foremost in the mind of potential buyers.

## ABOUT MINTEL

Mintel inform 3,000 beauty and personal care brands globally. Their global team of world-class beauty analysts don't only predict what's hot now but more importantly predict what's coming next - so market leaders can influence the beauty industry dynamics, create successful products and stay one step ahead of their competitors. For more information on Mintel, please visit our website: [www.mintel.com](http://www.mintel.com)

## NİŞ PARFÜM AVINDA

### Niş kokulara oynamak

- Niş kokular, satışa yönelik özelliklerinin prestijli markalarla aynı kalitede olmasının yanı sıra, doğallardan kaynaklanan ayrıcalıklı olma çekiciliğine de sahip. Sınırlı erişim ve yeni özgeçmişler niş markaların potansiyel alıcılara hitap etmesine katkıda bulunuyor.
- Perakende uzmanları az bilinen yüksek kaliteli koku markaları etrafında mistik bir hikaye örüyorlar. Gelecekte olmayan mağaza atmosferi ve deneme süreçleri daha kapsayıcı ve ilgi çekici bir alışveriş deneyimi yaratıyor.
- Prestijli markaların liderleri perakende düzeyinde katılımı derinleştirmenin yollarını ararken niş sektörünün ürün konumlama unsurlarından bazılarını benimseyebiliyor. Etkileşim, prestijli kokular denemenin ve satın almanın müşteriye daha fazla keyif vermesini hedeflemeli.

**Niş markalar kaliteyi ayrıcalıklı birleştiriyor**  
Yeni nesil niş markalar, talep gören ürün nitelikleri

açısından kurumsallaşmış markalarla benzer özellikler paylaşıyor; daha doğal, botanik parfüm esansları ve daha derin ve kalıcı kokular gibi. Prestijli güzellik ürünlerinin tamamında başlıca satın alma faktörü kalite, ama yükselmekte olan niş markaların doğallardan kaynaklanan avantaj, sınırlı dağıtım ve az bilinen bir markanın gizeminden gelen ayrıcalıklı ortaya çıkıyor. Mintel'in In the Know (haberler olma) trendi ayrıcalığın ne kadar güçlü olabileceğini doğruluyor. Bu durum özellikle, Avrupa'nın en büyük beş ekonomisinde her dört tüketiciden en az birinin henüz almamış olsa da erişimi sınırlı kokularla ilgileniyor olmasında kendini gösteriyor. Erişimi belirli yerlerle sınırlı kokuların cazibesi, en üst segmentteki markaların yarattıkları lüks kokularla aynı düzeyde.

**Niş perakendeciler kalite pazarlıyor ve farklılığı yüceltiyor**

Niş kokulara duyulan ilginin yaygınlaşması aynı zaman-

da, bu ürünlerin güçlü niteliklerini öne çıkartan yenilikçi perakende konseptlerinin gelişmesiyle de bağlantılı. Avery'nin öncülük ettiği niş markalara yönelik yeni şık, minimalist satış noktaları, genellikle prestijli markalarla özdeşleştirilen ikincil ambalaj ve satış noktası malzemelerinden anıyorlar. Avery müşterileri, özel cam ve payreks numune topları kullanarak eklettik bir kokular skalasından seçim yapıyorlar. Stoklanan markalar da, parfüm, sanat, moda ve tasarım dünyalarını birleştiren avangart kokulara ağırlık vererek, standart prestijli kokular seçkisinden ciddi suretle ayrışıyor.

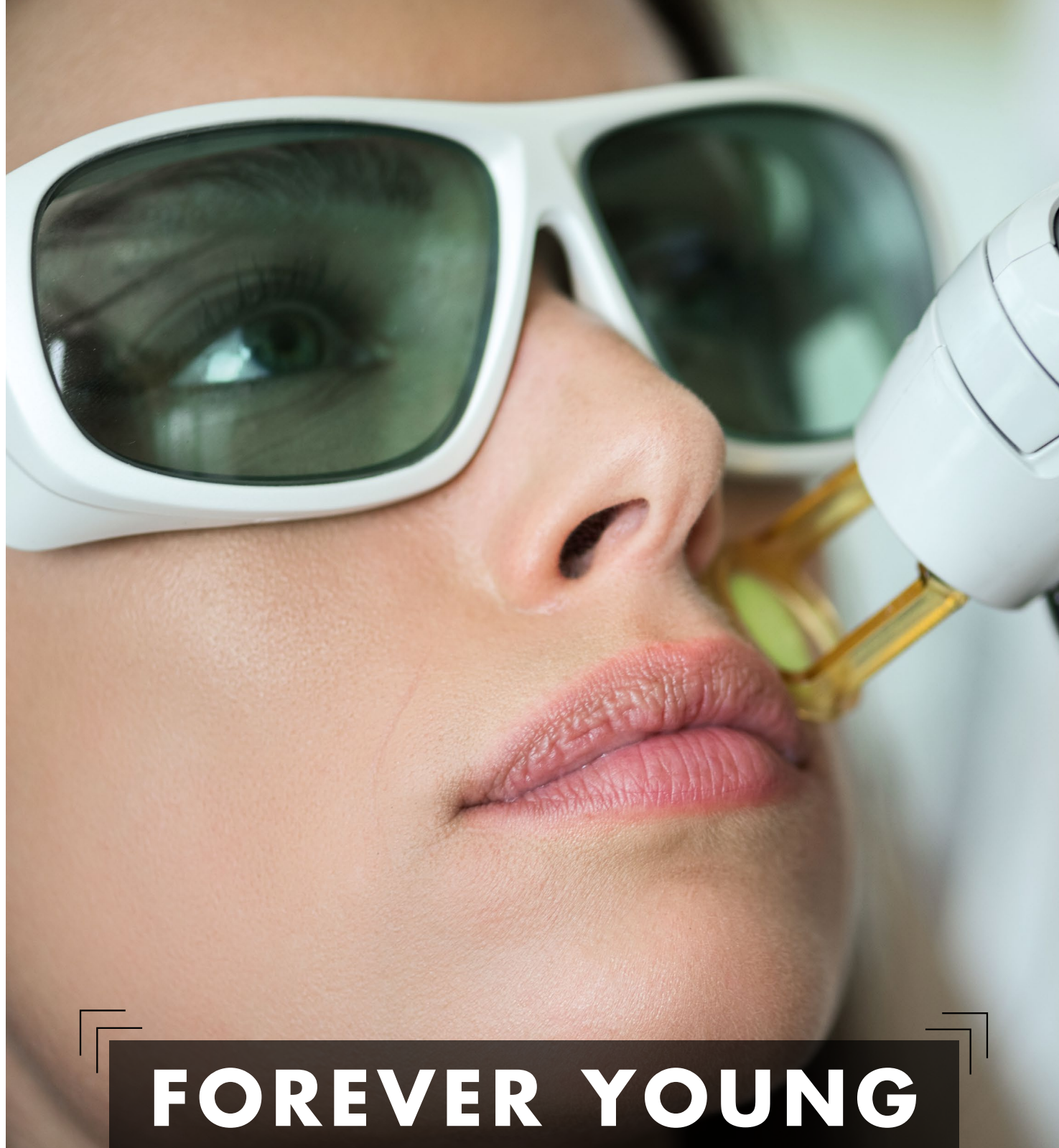
Alışışın dışında, yüksek kaliteli markaları çok farklı bir perakende ortamında denemek daha katılımcı ve eğlenceli bir alışveriş deneyimi yaratıyor.

**"Haberler olma" cazibesinin geliştirilmesi ve keyifli deneyimler**

Tanınmış prestijli markalar, ilk tüketicileri bir niş kokuya sahip olmaya özendirir bir tür "haberler olma" hissi

geliştirmeyi ve perakende düzeyinde daha fazla katılım sağlamayı deneyebilirler. Ürün karmaşı açasından, sınırlı üretimler ve mevsimlik lansmanların yanında, misafir parfümör ve tasarımcılarla yapılan alt-marka işbirliklerinde yenilikçi yaklaşımlar da ayrıcalıklı olma duygusunu artırabilir. Böylece, satış elemanları ve parfümörlerin müşterilere aktarabileceği, esin kaynakları, içerikler ve nereden geldikleri ile ilgili hikâyeler yaratılmış olur. Koku ya da traş losyonu satın alanların alışverişini nereden yapacakları kararında uzman personel, özellikle de Birleşik Krallık'ta, şimdilik önemli bir rol oynamıyor. Kokuların denemesi ve tartışılmasında kişisel iletişime dayanan perakende modellerinin popülerlik kazanması, markanın ya da mağazanın satış elemanlarında daha fazla yatırım yapması gerektiğini düşündürüyor. A Return to the Experts (Uzmanlara Dönüş) adlı Mintel Trendi, potansiyel alıcıların gözündeki en önemli şey olan prestijli koku satın alma keyfini arttırmaya yardımcı olabilir.





# FOREVER YOUNG LESSONS ON AESTHETICS

WHEN IT COMES TO SKIN CARE THERE IS NO USE IN DENYING THE POWER OF NATURAL METHODS AND NATURAL RAW MATERIALS. ON THE OTHER HAND, THANKS TO NEW TECHNOLOGIES, THERE ARE AESTHETIC INTERVENTIONS WITH LASER BEAMS AND NEEDLES THAT CAN STOP OR FREEZE THE TIME MUCH EASIER THAN EXPECTED.

words gülberk arpaçay photography extrem-photographer



## From The Most Natural To The Most Artificial: Micro-Bleeding Revolution

One of the most interesting and innovative treatments that came about at the end of 2016 was a technique using tiny needles called "micro-bleeding". Although needling is the last method people would want to try, it is as easy as to be applied at home and not very painful. Micro needling is helpful in restructuring the skin against ageing, reducing wrinkles, reducing sun damage, pimples and sunspots, rejuvenating dry skin and getting rid of dead skin cells easily. The device used for this treatment is called a "dermaroller". Dermaroller is a cylindrical device with tiny needles that rolls over the skin. Thanks to the tiny holes the dermaroller opens on the surface, the healing and therapeutic active substances easily penetrate into the deeper layers of the skin. The aim is to damage the skin to activate wound healing mechanisms and accelerate collagen production by increasing blood circulation.

Although dermaroller seems somewhat frightening, it is known to be a miracle that does not

leave permanent damage on the skin. According to the experts, the tiny wounds the needles cause completely heal in one week. Contrary to the popular belief it can be applied to all skin types easily. So who should prefer this method? This method is suitable for everybody unless they have active skin infections, sensitive and dry skin, or if they underwent peeling or laser treatments recently. Other than people with diabetes or skin cancer, it is suitable for all skin types. Of course people with acne should consult with a doctor before applying this method. Although micro needling can be applied at home, experts recommend the treatment to be done in the sterile environment of a beauty clinic.

## A Whole New World

As those who are interested in skin care and aesthetic surgery know very well, collagen is one of the building blocks of the skin. One of the most talked about substances, collagen is very resistant to stretching and pulling of the skin. Together with elastin proteins, collagen provides skin elasticity and firmness. As peo-

ple get older the skin produces lesser amounts of elastin and collagen. This way the ageing begins, the skin gets loose and sagging and wrinkles appear.

## Hollywood's New Favorite: Coolaser

Known as Kim Kardashian's favorite skin treatment, Coolaser vaporizes the outer layer without burning the skin. As you may have guessed, the idea behind the treatment is similar to that of micro-bleeding. After the treatment a younger, brighter and smoother looking skin begins to grow. In other words Coolaser renews the outer layer of the skin while it replaces the collagen tissue which was decayed over the years. Certainly consulting with a qualified plastic surgeon or dermatologist is a must. Applied on the face and the hands the most, this special laser energy not only renews the surface but, unlike other laser treatments, it also penetrates into deeper layers of the skin and does not cause heat damage. Coolaser is especially effective in treating diverse skin problems. Those with dull or uneven skin, enlarged pores, acne scars, mild stretch marks, skin pigmentation

## En Doğaldan En Yapaya: Ciltte İğneleme Devrimi

2016 yılının son dönemlerinde kulağa oldukça yenilikçi gelen uygulamalardan biri de "mikro-bleeding" adıyla anılan mikro iğneleme tekniği oldu. İğne birçok kişinin başvurmak istediği en son yöntem olsa da, mikro iğneleme evde kullanılacak kadar kolay ve az acılı. Mikro iğneleme yaşlanmaya karşı cildin yeniden yapılandırılması, kırılganlık çizgilerinin giderilmesi, güneşin verdiği hasarın azaltılması, sivlice ve güneş lekeleri, kuru cildin yenilenmesi, ölü hücrelerin kolayca

dökülmesi için uygulanıyor. Bu uygulamanın yapılmasını sağlayan aletin adı ise "dermaroller" olarak geçiyor. Dermaroller, üzerinde minik iğnelerin bulunduğu, cilt yüzeyinde dönerik uygulanan bir alet. Dermaroller kullanarak ciltte açılan küçük boşluklar sayesinde deri altına kolayca nüfuz eden etken maddeler, iyileştirici ve tedavi edici etkiye sahip. Amaç deride hasar oluşturarak, yara iyileştirme mekanizmasını aktif hale getirmek, artan kan dolaşımıyla kolajen üretiminin hızlanmasını sağlamak.

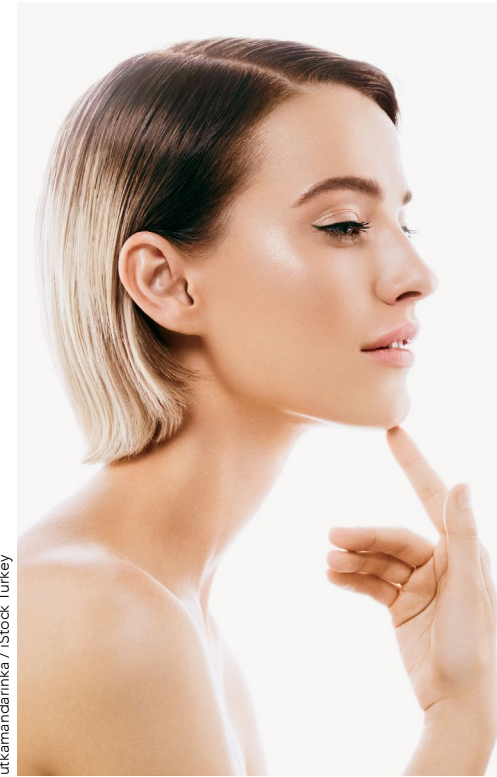
Dermaroller, uzaktan bakıldığında korkutucu bir yöntem gibi görülse de, ciltte hasar bırakmayan bir mucize olarak tanınıyor. İğnenin bıraktığı minik hasarlar uzmanlara göre bir hafta içinde tamamen iyileşiyor. Sanılanın aksine bir çok cilde sorunsuz şekilde uygulanabiliyor. Peki hangi ciltler bu yöntemi tercih etmeli? Aktif deri enfeksiyonu olanlar, hassas ve kuru ciltler, yakın zamanda yüzüne peeling ve lazer yaptıran herkese uygulanabiliyor. Diyabet ve deri kanserine sahip kişiler haricinde uygulama yapılamayacak bir cilt tipi

de yok. Elbette akneli ciltlerin bu yöntemi bir uzmana danışarak uygulaması gerekiyor. Mikro iğneleme evde yapılabilen bir uygulama olsa da uzmanların önerisi bu işlemin steril bir merkezde yapılması.

## A Whole New World

Cilt bakımı ve estetik cerrahiyle ilgilenenlerin bildiği gibi kolajen, cildin yapıtaşlarından bir tanesidir. Adı sıkça duyulan kolajen, gerilmelere ve çekilmelere oldukça dayanıklı. Kolajen, elastin proteinleriyle beraber cildin esnekliğini ve dayanıklılığını sağlıyor. Yaşlanmayla





utkamandrinika / iStock Turkey



PLAINVIEW / iStock Turkey

tion as well as those who need skin renewal can apply this treatment.

### Welcome to the Cabin

Collagen cabin is only one indicator of the point technology has reached. New methods bring about brand new treatments every day. Researchers have shown collagen to be very effective in healing scars. In order to heal scars and skin damages experts began looking for ways to produce collagen. Designed for this purpose, the collagen cabin increases collagen production to support the connective tissue which will stop and reverse the loss of skin elasticity.

The cabin stimulates deep tissues with red light and induces bi-directional collagen increase, reducing wrinkles that come about with age. It also stimulates new collagen production. Since wrinkles appear after the age of 30, the collagen cabin method is recommended for women over 35 and men over 40. Collagen produc-

tion process has to continue for ten sessions, two or three times a week with each session taking 20 minutes. Therefore one-time trials or incomplete treatments don't show significant results. A solution containing hyaluronic acid, antioxidants and vitamins is applied to the skin in order to improve the results. Since the process does not involve ultraviolet light there are no unwanted side effects like burn marks. The treatment doesn't cause pain or discomfort, doesn't need a healing process afterwards and you can easily continue your daily routine after each session.

### Let There Be Light

Skin pigmentation may have diverse reasons including sun damage, pregnancy, birth control pills or hormonal disorders. Some discolorations are actually the unwanted gifts of our genetic heritage. Although we try to avoid the situation with regular skin care routines, the miraculous treatments of the aesthetic world are finally able to offer easier and faster meth-

ods. Older methods of pigmentation treatment took long sessions and could not yield significant results in some patients. Have you heard about light peeling? With this method it is possible to get rid of pigmentations and have a brighter skin in just one session. Before beginning the treatment the skin is cleansed thoroughly and a solution balancing the PH level is applied over the entire face. At this stage the skin barrier is expanded in order to have the solution and the mask penetrate deeper into the skin to get rid of pigmentations more easily. Then a peeling solution is applied for as long as the skin type of the patient calls for.

The treatment involves a specially developed mask to get rid of skin pigmentations. The mask has to be applied for a duration of eight to 12 hours and rinsed with warm water. The treatment should be followed up with anti-pigmentation creams and moisturizers and avoiding the sun. Light peeling is known to be suitable for all age groups and skin types. Although



gruzia / iStock Turkey

the method is designed to reduce or wipe off sun spots and acne scars, it has an anti-ageing effect too. Peeling accelerates the renewal process and the skin regains its healthy glow. Light peeling is useful in treating sun spots, birth marks, acne scars, pigmentations, visible pregnancy spots, melasma and ageing. According to experts the application protocol of light peeling was developed as a medium depth peeling light to homogenize the skin's melanin distribution. The skin is treated with three different solutions derived from rye for 20 to 30 minutes. After soothing the skin with gauze bandage the mask is applied. Then you must continue to use the same product at home.

### What To Expect During Light Peeling

Since light peeling works on pigmentations and scars, it requires careful skin care after the treatment. Peeling the skin is not a simple procedure as we think. Therefore the treated area must be kept away from water for eight hours. The expert who gave you the treatment will

also prescribe additional skin care products to be used at home. It is very important to regularly apply these products. However don't let such warnings scare you. Light peeling is safely applied to all skin types including sensitive skins.

### Say Goodbye to Tired Eyes

We all know that skin care does not focus on only acnes, pigmentations and wrinkles. Lack of sleep, irregular eating habits and problems we experience everyday first manifest around our eyes, causing dark circles. Dark circles and under eye puffiness begin to appear especially after the age of 30 and one of the best solutions to this problem is the "light filling" treatment. Light filling rejuvenates deeper layers of the skin, builds up collagen tissue and reduces wrinkles. One of the most effective methods to treat such problems, light filling can help with dark circles and under eye hollows in just one session. Although dermal fillers can be used in many areas of the face for cosmetic purposes,

under-eye applications were said to be not very successful since the skin in this area is thin and sensitive, prone to swelling and bruising, and the filling looks artificial. However the latest light filling methods are able to sort out such hassles, making it possible to safely apply fillers under the eyes.

Unlike other fillers, light filling is applied on the bone not to the skin. Therefore the filler is applied very slowly. Thanks to anesthetic creams there is no pain involved and the result is visible right after the treatment. The effects of light filling lasts up to one and a half years, so you can forget everything about under eye concealers. One of the most popular laser solutions developed by the world of aesthetics to fight against ageing and skin damages, light filling is especially popular among those who has to cope with dark circles at an early age. Only qualified clinics can provide this treatment and although some find it a little costly, it is effective in preventing future skin problems from early on.<sup>7</sup>

beraber derindeki elastin ve kolajen maddelerinin üretimi azalıyor. Böylece yıpranma başlıyor, cilt kendini bırakıyor, gevşemeler, sarkmalar ve kırışıklıklar birer birer ortaya çıkıyor.

### Hollywood'un Yeni Güzdesi: Coolaser

Kim Kardashian'ın favori cilt uygulaması olarak bilinen Coolaser, gelişmiş bir lazer teknolojisiyle deriyi yakmadan üst tabakanın atılması diyebiliriz. Tahmin edebileceğiniz gibi uygulamanın nedeni, mikro bleeding (mikro içneleme) yöntemiyle benzeşiyor. Bu

işlem sonrasında alttan genç, parlak ve pürüzsüz bir cilt gelişimi başlıyor. Kısaca Coolaser, üst tabakayı yenilerken altta da yıllar içinde azalan kollajen dokunun yerine konulmasını sağlıyor. Elbette uzman bir plastik cerrah veya dermatologdan yardım almanızın şart olduğunu söylemeliyiz. En sık yüz ve el üzerine uygulanan bu özel lazer enerjisi sadece derinin üst tabakasını yenilemekle kalmıyor, aynı zamanda derin tabakaya da uzanıyor. Diğer lazerlerden bu farklarıyla ayrılrken aynı zamanda ısı hasarı da oluşturuyor.

Coolaser tekniğinin özellikle etkili olduğu cilt sorunları oldukça çeşitli. Parlaklığını kaybetmiş ciltler, pürüzlü görünüme sahip olanlar, geniş gözenek sorunları yaşayanlar, sivilce izi sıkıntısı yaşayanlar, hafif çatlaklar, deri lekelenmeleri ve deriyi yenilemek isteyen herkesin uygulayabileceği bir yöntem.

### Kabine Buyurun

Kolajen kabini, teknolojinin geldiği son noktanın göstergelerinden sadece bir tanesi. Yaşlanma karşıtı geliştirilen yöntemler sayesinde her gün yepyeni bir

tedaviyle karşılaşılıyor. Yapılan araştırmalarla, kolajenin yara iyileşmesinde çok etkili bir yapıtaşı olduğu da fark edildi. Bu yaraların ve hasarların iyileşmesini sağlamak için uzmanlar kolajen üretiminin yöntemlerini aramaya başladı. Bu amaçla tasarlanan kolajen üretim kabini, ciltteki elastikiyet kaybını tersine çevirecek olan bağ dokusunun en büyük ihtiyacı olan kolajen üretimini artırmaya dayanıyor. Bu kabin, kırmızı ışıkla derin dokuları zorlayarak iki yönlü kolajen artımı sağlıyor. Böylece yaşlanmayla birlikte görülen kırışıklıklar

azalıyor. Bir diğer etkisi ise yeni kolajen üretimi artışı. 30 yaş sonrasında görülmeye başlanan kırışıklıklar nedeniyle kolajen kabini yöntemi, kadınlarda 35 erkeklerde 40 yaşından sonra öneriliyor. Kolajen üretim işleminin on seans ve haftada iki üç kere 20 dakikalık uygulamalarla deneyimlenmesi gerekiyor.

Bu nedenle sadece denemek için yapıldığında ya da yarım bırakıldığında çok fazla bir etki görülemiyor. Uygulama sırasında etkiyi artırmak için cildin üzerine hyalüronik asit, antioksidan ve vitamin ağırlıklı bir

çözelti uygulanıyor. Ultraviyole ışınları içermediği için ciltte yanık gibi sevimsiz yan etkilere sahip olmadığını hatırlatalım. Ağrı ya da acı hissine neden olmayan tedavinin ardından bir iyileşme süreci olmadığı gibi günlük hayata rahatlıkla devam etmek de mümkün.

### Let There Be Light

Cilt lekelerinin ortaya çıkmasında birçok farklı sebep aktif rol oynuyor. Güneşin zarar veren ışınları, hamilelik, doğum kontrol hapları, hormonal faktörler, bunlardan bazıları. Bazı lekeler, genetik mirasın aslında almak

istemediğimiz hediyeleri. Her ne kadar düzenli bakım rutinleriyle bu durumdan kaçmaya çalışsak da estetik dünyasının mucizevi elleri bizleri daha kolay ve hızlı yöntemlerle buluşturmaya hazır. Bugüne kadar leke tedavisinde uygulanan yöntemler uzun seanslar sürüyor ve bazı hastalarda tam sonuç elde edilemiyordu. Işık peeling'yle tanıştınız mı? Bu yöntemle tek bir seansta lekelerden kurtulmak ve daha parlak bir cilde sahip olmak mümkün. Öncelikle, ışık peelingi için cilt temizleniyor. Cildin PH seviyesini dengeleyen çözelti,

tüm yüze uygulanıyor. Bu aşamada çözelti ve maskenin cilde daha iyi nüfus etmesi ve lekelerin daha rahat gidenmesi için cilt bariyerleri genişletiliyor. Ciltte soyma etkisi yapan çözelti uygulanıyor ve hastanın cilt yapısına uygun olan süre bekleniyor. Bu işlem için özel olarak üretilmiş olan, leke giderici bir maske de uygulanıyor. Hastanın bu maskeyle sekiz ila oniki saat beklemesi gerekiyor, sonrasında maske ılık suyla yıkanıyor. Tedavi sonrası verilen leke açıcı ve nemlendirici kremlerin kullanılması ve cildi güneşten korumak da şart.<sup>7</sup>





## SELEN YORGUN HAIR MATTERS

SELEN KOZMETİK HAS ALL THE CHARACTERISTICS OF A SUCCESSFUL FAMILY BUSINESS. WHILE EMBRACING VALUES SUCH AS INTEGRITY AND OPENNESS, THE COMPANY GRABS THE CHANCE OF REPRESENTING TURKEY AT THE INTERNATIONAL SCENE THANKS TO ITS ACHIEVEMENTS. SELEN YORGUN TELLS US ALL ABOUT THIS PRESTIGIOUS COMPANY'S PRODUCTS AND BRANDS THAT SHAPE THE PERSONAL CARE MARKET.

questions aslı korkmaz photography selen kozmetik archives

**"NO-RINSE PRODUCTS PLAY AN IMPORTANT ROLE IN HAIR CARE BECAUSE THEY CONTINUE TO WORK FOR YOU THROUGHOUT THE DAY."**



**What do you think is the most common mistake people make in hair care?**

The first thing that pops into my mind is skipping hair conditioner. Unfortunately in Turkey hair conditioner is seen somewhat unnecessary however we absolutely recommend using cream after each wash. Another common mistake is to think that a single product is good for the hair, however the ends and the scalp have very different characteristics and it is only natural that they need different types of products. Therefore instead of going for the whole set of hair care products of your shampoo brand, it is important to come up with the right and contemporary combinations. For instance the scalp may be oily but the hair ends may be dry. In that case one must go for a purifying shampoo for the scalp and a nourishing and moisturizing product for the ends.

**What are your most popular products abroad?**

Our serums are very popular abroad. Especially our Argan Oil serum and Shake N Repair restorative care mousse, which cares after your hair all day long and smells great. We are also credited a great deal for our packaging.

**One of your brands, Urban Care keeps track of one of the most significant beauty trends in the world with paraben-free products. What is the driving force behind the series?**

Thanks to a formula containing herbal keratin, all Urban Care products provide the restructuring, repair and protection all hair types need. With different products for different hair problems, our brand keeps pace with the fast moving times we live in, providing fast and practical hair

care for women in their daily urban routines. No-rinse products play an important role in hair care because they continue to work for you throughout the day. You benefit from moisture supplement not only during the shower but the whole day long. No-rinse Urban Care products do not contain silicon and the whole series is based on paraben-free formulas.

**Selen Kozmetik was established in 1997. Can you tell us about the company's journey in the past 20 years? What has changed from past to present?**

Selen Kozmetik has been in cosmetics industry since 1997 under the management of my father Bülent Yorgun. In addition to being an import company, we launched our own hair care brand Urban Care three years ago and became a local brand competing with global giants in personal

### SAÇLAR HAKKINDA

**❗ Sizce saç bakımında yapılan en büyük hata nedir?**

Aklıma ilk olarak saç kremi kullanılmaması geliyor. Ne yazık ki saç için krem kullanımı Türkiye'de çok gerekli görülüyor, oysa biz saç için her yıkamada kremi mutlaka öneriyoruz. Haftada bir kere de maske kullanımını tavsiye ediyoruz. Bir diğer hata da tek bir ürünün saçta iyi geleceği düşüncesi, halbuki saç derisiyle saç ucu birbirinden çok ayrı özelliğe sahipler ve doğal olarak farklı özellikte ürünlere ihtiyaç duyuyorlar. O nedenle 'ben şu şampuanı kullanıyorum, o zaman saçım için tüm seriyi alayım' demek yerine saç için doğru ve güncel kombinler

yapabilmek önemli. Örneğin saç derisi yağlıdır ama uçları kurudur, o zaman deri için arındırıcı şampuan kullanırken uçları içinse besleyici ve nem takviyesi yapan bir ürün tercih edilmeli.

**Markalarınızdan Urban Care, paraben içermeyen bakım ürünleriyle dünyadaki en önemli güzellik hareketlerinden birini yakalıyor. Serinin gücü nereden geliyor?**

Urban Care, bitkisel keratin içeren formülüyle tüm saç tiplerinin ihtiyacı olan yeniden yapılandırma, onarım ve korumayı bütün ürünleriyle tüketiciye sunuyor. Her ürünü başka bir saç problemine çözüm sunan markamız,

şehir hayatında kadınların kısa zamanda, pratik şekilde bakımını sağlayan ürünlerle içinde bulunduğumuz hızlı tempoya uyum sağlıyor. Saç bakımında, durulanmayan ürünlerin önemi büyük, çünkü güne sizinle birlikte devam edebiliyorlar. Nem takviyesinden sadece duş boyunca değil, gün boyunca faydalanabiliyorsunuz. Urban Care'de durulanmayan bakım ürünlerimiz silikon içermiyor ve tüm seri parabeniz formüllerle geliştiriliyor.

**Yurt dışında en çok ilgi gören ürünleriniz hangileri?**

Serularımız yurt dışında en büyük başarıyı yakalayan ürünlerimiz. Özellikle Argan Oil serumumuz ve onancı

özelliğiyle, gün boyunca bakım sağlayan, saçta hoş bir koku bırakan Shake N Repair bakım köpüğümüz dikkat çekiyor. En çok ambalajlarımız hakkında övgü alıyoruz.

**Selen Kozmetik, 1997 yılında kurulmuş, 20 sene içinde nasıl bir yolculuk yaptı? Dünden bugüne neler değişti?**

1997 yılından bu yana babam Bülent Yorgun tarafından kozmetik sektöründe varlığını sürdüren Selen Kozmetik, ithalatçı kimliğinin yanı sıra üç yıl önce kendi markası Urban Care saç bakım ürünlerini çıkartarak, global devlerle kişisel bakım pazarında yarışan yerli bir marka haline geldi. Farklı pazarlama aktiviteleri, sosyal





## “OUR PLANS THIS YEAR ALSO INCLUDE A DRY SHAMPOO AND A SEA SALT SPRAY WHICH IS WIDELY DEMANDED BY THE CONSUMERS.”



care market. The brand has managed to attract attention instantly with different marketing activities, social responsibility projects, brand identity and a growing visibility in the digital realm. Urban Care was a dream and it became a reality thanks to my father's support and faith in it. Since its launching the brand consolidated its success with various awards. Our Argan Oil hair care serum received the “Best Product of the Year” award in the first year of Watson Türkiye's Personal Care Products Awards which is now in its second year and this time Urban Care's Biotin & Keratin shampoo received the “Best Shampoo of the Year” award.

### Were these awards helpful in gaining access to new sales points abroad?

Yes, these awards have carried our brand to Watsons stores in Singapore, Malaysia and the Philippines. We organized a press launching in Singapore and in just one year we began exporting to 13 countries including India, Saudi Arabia, Singapore, Philippines, Malaysia, Cambodia and Azerbaijan.

### Which hair and care products do you use in your daily routine?

At the moment I am using our Macademia series developed for lifeless and damaged hair. My dyed and processed hair needs special care. Nevertheless my favorite product is Shake N Repair because I can use it no matter if my hair is wet, damp or dry; it is a terrific product for a person with a busy schedule like me. I carry it with me all the time. Also I apply Lock N Roll spray every day before leaving home.

### You have been supporting breast cancer awareness campaigns since 2005. Can you tell us about your projects?

Urban Care as a brand exists in women's world and takes its power from women, therefore getting involved in issues related to women and contribute in their solutions is our duty. In addition to our breast cancer awareness campaigns of the past 12 years, we launched a new campaign two years ago to raise awareness about cervical cancer, which is the most common type of cancer after

breast cancer, causing a woman to die in every two minutes in the world. We implemented the global “Smear for Smear” project in Turkey. This year we will be running our campaign together with Life Without Cancer association and thanks to the support of young and interested actors like AybÜke Pusat and Enis Ankan.

### How do we contribute in the project?

Actually, making a fun video or photo shoot would be enough. We want them to put on their red lipstick which is a typical symbol of being a woman and take a picture or shot a video while smearing it. Then they must share it under #rujunubulastir (smear your lipstick) hashtag. We aim to raise awareness against cervical cancer, underline the importance of the cervical test, tell people that early diagnosis is possible with a very simple procedure and there is no reason to be shy about it. We want everyone to reach out their own followers and turn this into an awareness network. Early diagnosis is the key to successful treatment with 90 percent chance of heal-

ing. Taking into account all segments of Turkish society we think this is not a widely discussed subject, that people usually shy away from it, therefore we believe it is important to encourage them to share.

### Argan oil, keratin and tea tree oil... Which other raw materials do you frequently use in Urban Care products?

In addition to those you mentioned we use natural raw materials like biotin, collagen, Macademia oil and milk proteins.

### What are you working on these days?

We are working on a hair straightening care mousse that lasts up to 72 hours. Our plans this year also include a dry shampoo and a sea salt spray which is widely demanded by the consumers. We are also going to expand our hair styling category. Styling products are demanded as much as hair care, and in fact I believe we are now living in the age of smart products that can do the both.

### Washing, caring and styling... Which step is the most important?

Care. It is very important to address the specific needs of the hair with special care products. We play with our hair all the time; we damage them but at the same time we want them to act as an accessory that shapes the way we look. We have to take good care of our hair.

### What do you think is the greatest hair problem today?

The most complained about hair problem in recent years is hair loss. Damaged hair comes the second. I believe the problem stems from the fast pace of our lives, the food we eat, the stress and all those chemicals around us. And the solution is to start repairing in the right way both from within and from outside.

### What is the right path to success in this very competitive industry?

While mapping out a road plan as a brand I believe it is important to devise the right strategy

and write the right story. You need to really listen to what the customer says. Being able to empathize with people brings about power and success in business life as it does in all walks of life. When it comes to sales and marketing, keeping track of your rivals and the developments in the world in general take you to success. I guess the most important rule is to keep on doing what you do with the same excitement of the very first day.

### What do you think about the consumption habits of Turkish customers?

Contrary to the wide belief Turkish consumers are very open to and love trying new things. When they like a brand they adopt it to the full extent and even form an emotional bond. They find cosmetic consumption important, they like to be well groomed, they seek out and follow the latest developments, all of which, I believe, has a positive impact in the development of our industry. I think hair and skin products come first for Turkish women followed by perfumes and makeup products.<sup>7</sup>

sorumluluk projeleri, marka kimliği ve dijital dünyada büyüyen bir marka olmasıyla dikkatleri çok kısa sürede üzerinde topladı. Urban Care markası bir hayaldi, babamın bana desteği ve inancıyla gerçeğe dönüştü. Rafa çıktığı günden bugüne başarısını ödülleriyle pekiştirdi. Son iki yıldır, Watsons Türkiye tarafından düzenlenen kişisel bakım ve güzellik ödülleri ilk yıl “Yılın En İyi Ürünü” ödülünü Argan Yağı Saç bakım serumumuz aldı. İkinci yıl “Yılın En İyi Şampuanı” ödülünü yine Urban Care'den Biotin & Keratin şampuanımız aldı.

### Bu ödüller yurt dışında yeni satış noktalarına ulaşmanızı sağladı mı?

Evet, bu ödüller markamızı Singapur, Malezya ve Filipinler Watsons mağazalarına taşıdı. Singapur'da bir basın lansmanı düzenledik. Bir yılda 13 ülkeye ihracata başladık. Hindistan, Suudi Arabistan, Singapur, Filipinler, Malezya, Şili, Kamboçya, Azerbaycan bu ülkelerin başında geliyor.

### Sizin saç bakım rutininizde hangi bakımlar ve ürünler var?

Ben şu anda cansız ve yıpranmış saçlar için geliştirilen Macademia serimizi kullanıyorum. Saçlarımı boya ve işlem gördüğü için özel bir bakıma ihtiyaç duyuyorum. Yine de favori ürünüm Shake N Repair, çünkü onu saçım ıslakken, kuruyken ya da nemliken kullanabiliyorum, benim gibi

durmadan bir yerlere koşturan biri için müthiş bir ürün. Her an yanımda. Lockn Roll spreyimizi de evden çıkmadan mutlaka saçıma uyguluyorum.

### Türkiye'de meme kanseri bilinçlendirme çalışmalarına 2005 yılından bu yana destek veriyorsunuz, ne gibi projeler yürütüyorsunuz?

Urban Care kadınların dünyasında varlığını sürdüren ve tüm gücünü kadından alan bir marka, bu

nedenle kadınları ilgilendiren sorunlarla ilgilenmeyi, çözümlerine katkı sağlamayı görevimiz olarak görüyoruz.12 yıldır devam eden meme kanseri bilinçlendirme çalışmalarımız dışında, son iki yıldır

dünyada her iki dakikada bir kadının ölümüne neden olan, meme kanserinden sonra en yaygın kanser çeşidine, rahim ağzı kanserine karşı bir proje başlattık. Yurt dışında “Smear For Smear” adıyla bilinen projeyi “Rujunu Bulaştır” olarak Türkiye'ye taşıdık. Bu yıl, Kansersiz Yaşam Demeği ile birlikte, AybÜke Pusat ve Enis Ankan gibi genç ve duyarlı oyuncuların da desteğiyle, kampanyamızı yürütüyoruz.

### Bu projeye katkıda bulunmak isteyenler ne yapmalı?

Eğlenceli bir video ya da fotoğraf çekimi yapmalarla aslında. Şöyle ki, amacımız kadınların önemli

simgelerinden biri olan kırmızı rujun dudağa sürülmesi ve sonra da bulaştırıldığı bir fotoğraf ya da videonun, #rujunubulastir hashtag'iyle sosyal medyada paylaşılması. Rahim ağzı kanserine karşı farkındalık yaratmayı, smear testinin önemini, erken teşhisin aslında çok basit bir işlemlerle öğrenilebileceğini ve bu konu hakkında çekinmeye gerek olmadığını vurgulamayı hedefliyoruz. Herkesin yaptığı

### Şu sıralar ne üzerinde çalışıyorsunuz?

72 saat boyunca etkisini kaybetmeyen, düzleştirici etkili bir saç bakım köpüğü üzerinde çalışıyoruz. Tüketicilerin bizden sıklıkla talep ettiği deniz tuzu spreyi ve kuru şampuan da bu seneki planlarımız arasında. Şekillendirici kategorimizi de genişletmeyi planlıyoruz. Şekillendiriciler, en az bakım ürünleri kadar talep görüyor, hatta iki işlemi aynı anda gerçekleştiren akıllı ürünlerin çağında yaşadığımızı düşünüyorum.

çok konuşulmayan, Türkiye'nin genelini hesaba katınca çekinilen bir konu olduğu için, paylaşımı cesaretlendirmek önemli diye düşünüyoruz.

### Şu sıralar ne üzerinde çalışıyorsunuz?

72 saat boyunca etkisini kaybetmeyen, düzleştirici etkili bir saç bakım köpüğü üzerinde çalışıyoruz. Tüketicilerin bizden sıklıkla talep ettiği deniz tuzu spreyi ve kuru şampuan da bu seneki planlarımız arasında. Şekillendirici kategorimizi de genişletmeyi planlıyoruz. Şekillendiriciler, en az bakım ürünleri kadar talep görüyor, hatta iki işlemi aynı anda gerçekleştiren akıllı ürünlerin çağında yaşadığımızı düşünüyorum.

### Yıkama, bakım, şekillendirme. Sizce özellikle öne çıkan aşama hangisi?

Bakım. Yıkama esnasında ve sonrasında saçların özel problemlerine göre özel bakımlara yönelmek çok önemli. Saçlarımızla sürekli oynuyoruz, onları yıpratıyoruz ama buna rağmen onları dış görünüşümüzü şekillendiren ve yansıtan bir aksesuar olarak da kullanmak istiyoruz. Saçlarımıza iyi bakmak zorundayız.

### Günümüzde en büyük saç problemi nedir sizce?

Son yıllarda en çok şikayet edilen ve çözüm aranan problem dökülme. Yıpranma da ikinci sırada geliyor. Yaşadığımız hızlı hayat, yediklerimiz, stres ve etrafımızı

### saran kimyasallar bu problemin en büyük sebebi bence. Bu rekabetçi sektörde başarıya giden yol nedir sizce?

Bir marka olarak kendine yol çizerken doğru stratejiyi izlemek, doğru hikayeyi yazabilmek önemli bence. Müşteriyi dinlemek, ona kulak vermek gerek. Empati kurabilmek, hayatın her alanında, tabii ki iş hayatında da kişiye güç ve başarı kazandırıyor. İş satış ve pazarlamaya geldiğinde rakipleri ve dünyayı takip etmek de sizi başarılı kılıyor. Sanıyorum en önemli kural, işini hiç arada vermeden, ilk günün heyecanıyla yapmaya devam etmek.<sup>7</sup>



ARKO  
nem

BY TULIN SAHIN

"Revitalize both your skin  
and your style!"



*Tulin Sahin*

Exclusively designed for Arko Nem  
by famous top model Tulin Sahin.

ARKO<sup>®</sup> MEN

GET SHAVED, NOT IRRITATED!

NEW

ANTI IRRITATION



EXTRA GLIDING  
FORMULA







### What We Did in 2016

Established in late 2013, Turkish Cosmetics has been having a very successful career so far, despite being a relatively young company. Behind Turkish Cosmetics, there is a team of immensely experienced staff of experts, engineers and businessman. That's why the company has been having great achievements over the past few years. 2016 was particularly busy year for us; we had our first ever Influencers Meeting where we hosted six of the leading makeup artists and bloggers throughout the world. We also participated in many beauty fairs and we continue to organize beauty-related photoshoots and work on Beautyland Magazine.



### Cosmoprof 2016

Turkish Cosmetics Promotion Group participated in Cosmoprof 2016 that took place in Bologna, Italy for the 9th time in a row last year. İKMİB President Murat Akyüz pointed out that Turkish companies have made a groundbreaking progress in the last year and also most of the brands have updated their products and their ingredients as well as their packaging, which drew more attention in last years Cosmoprof Fair.



COSMOPROF  
MARZO 2017  
17-20  
COSMOPACK 16-19  
COSMOPRIME 16-19  
B O L O G N A  
QUARTIERE FIERISTICO  
UN NUOVO MONDO PER LA BELLEZZA  
BOLOGNA LAS VEGAS HONG KONG



# FULYA

K · O · Z · M · E · T · İ · K



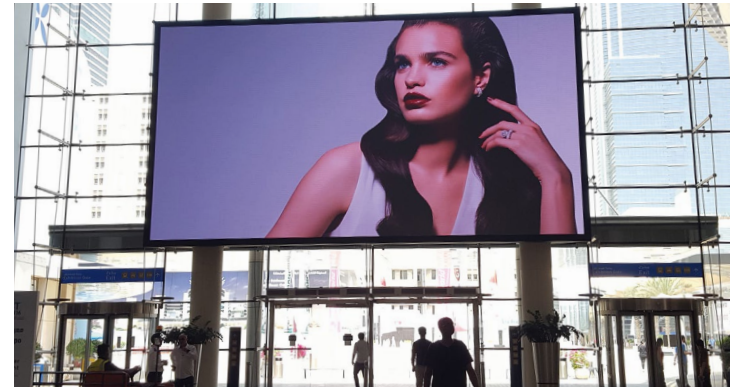
**FULYA KOZMETİK ISLAK MENDİL İML. VE PAZ. LTD. ŞTİ.**  
Kıraç Osmangazi Mah. Küçük Ayazma Cad. No:17 Esenyurt/ İSTANBUL  
Tel: +90 212 689 28 28 Fax: +90 212 689 82 28

[www.fulyakozmetik.com.tr](http://www.fulyakozmetik.com.tr)



## Cosme Tokyo 2016

Turkish Cosmetics Promotion Group started its beauty fairs tour in Tokyo, Japan at the 5th annual Cosme Tokyo Fair in January of 2016. Mete Özalaban, who's the Tokyo Commerce Adviser has said during his visit that the Japanese market is extremely big and it is a big opportunity to increase the awareness of Turkish Cosmetics products via the sympathy Japan has for Turkish culture. The Promotion Group participated in the fair with a custom made beauty stand and drew massive attention from cosmetics enthusiasts with their skin care and makeup products that are all made in Turkey.



## InterCHARM Ukraine 2016

InterCHARM Ukraine is the only international business platform that displays the state of Ukrainian beauty industry market as well as meeting all international standards of service. It is known for its saturated program of professional training events, thematic forums, conferences and also demonstrations. Turkish Cosmetics Promotion Group was in Ukraine to participate in this massive event that took place in Kiev in September 2016.



## KOZMETİK

Kimyası, Üretimi ve Standardizasyonu  
**KONGRESİ**  
[www.kozmetikkongresi.org](http://www.kozmetikkongresi.org)

Kozmetik Kongresi bir Kimyagerler Derneği Organizasyonudur.

**24-26**  
**ŞUBAT 2017**



## The Cosmetic Chemicals Production and Standardization Congress

Turkish Cosmetics Promotion Group works really hard to represent Turkey in international promotion events and also works hard to improve the quality when it comes to exporting Turkish Cosmetics products. To support the local cosmetics industry, The Chemists Association will be organizing the 7th annual Cosmetic Chemicals Production and Standardization Congress on February 24-26 in Antalya, Turkey. In this three-day event, various lectures and workshops will take place. These activities will include: perfume workshops, a lecture on the safety evaluation of cosmetics products, promotions on skin care and makeup products as well as Anatolia's soap exhibition.

# saloon®



[www.saloon.com.tr](http://www.saloon.com.tr)



salooncomtr



salooncomtr



salooncomtr

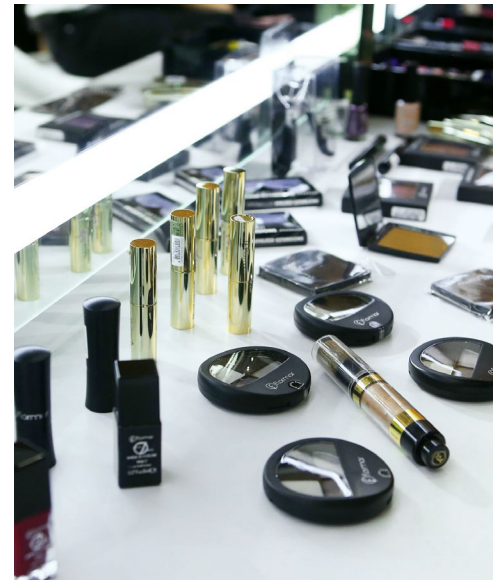
**tibet**

[www.tibet.com.tr](http://www.tibet.com.tr)



## Beauty Eurasia 2017

In April of last year, Turkish Cosmetics Promotion Group hosted one of the biggest beauty fairs in the world. Beauty Euroasia 2016 took place in Istanbul and some of the biggest brands in the cosmetics sector joined this event that celebrated the advanced possibilities in the industry. Turkish Cosmetics Promotion Group also hosted six of the most popular beauty bloggers from around the world in Istanbul. The first ever Influencers Meeting lasted three days and the first stop in the bloggers' agenda was Beauty Euroasia. This year, the beauty fair will take place on April 27-29 2017 in Istanbul Expo Center.



## Turkish Export Products Fair

The 7th Annual Turkish Export Products Fair took place in Ashkhabad, the capital city of Turkmenistan, in February 2016. The fair received great interest from the high state officials in Turkmenistan. 160 companies participated in the fair. High number of top officials particularly including Samuhammet Durdulyyew, the Assistant President National Assembly of Turkmenistan, and Rasid Meredov, the Minister of Foreign Affairs and Deputy President Council of Ministers, attended the opening ceremony. Mustafa Elitaş, the Deputy Minister of Economy, and Rifat Hisarcıklıoğlu, the President of Turkish Union of Chambers and Commodity Exchanges attended the event which received great interest from the foreign mission chiefs in Turkmenistan.

# TURKEY: made in beauty

#turkishcosmetics

Experience the Turkish Quality and Originality

Turkey  
Discover  
the potential

TURKISH  
COSMETICS  
www.turkishcosmetics.org



# ALL

# THAT

# GLITTERS

THIS SEASON,  
WE DELVE INTO  
THE GLAMOROUS  
WORLD OF ALL  
THINGS SPARKLY.  
WHETHER IT'S  
GLITTER, VIBRANT  
PIGMENTS OR  
JEWELS, THIS  
MAKEUP TREND IS  
HERE TO STAY.

**production**  
an original idea by CO

**photographer**  
mustafa nurdoğdu

**photography assistant**  
orkun eray

**hazırlayanlar**  
ayşecan ipek, yağmur kural

**makeup**  
gölüm erzincan

**hair**  
cemal budak / makas

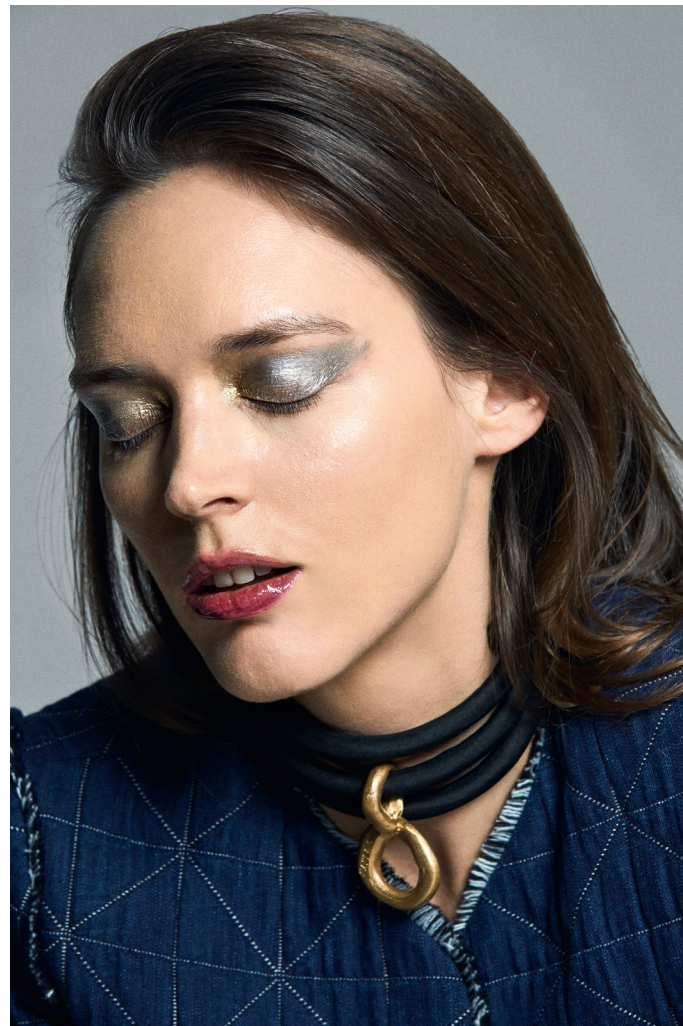
**styling assistant**  
batuhan çetin, başak  
ulubilgen

**makeup assistant**  
özge taş

**models**  
dovile / option management  
nika / glam model







Mixing **SILVER AND GOLD** eyeshadow is the new black.







When applying  
**GLITTER ON THE EYES,**  
a lip balm used as glue  
is your best friend.



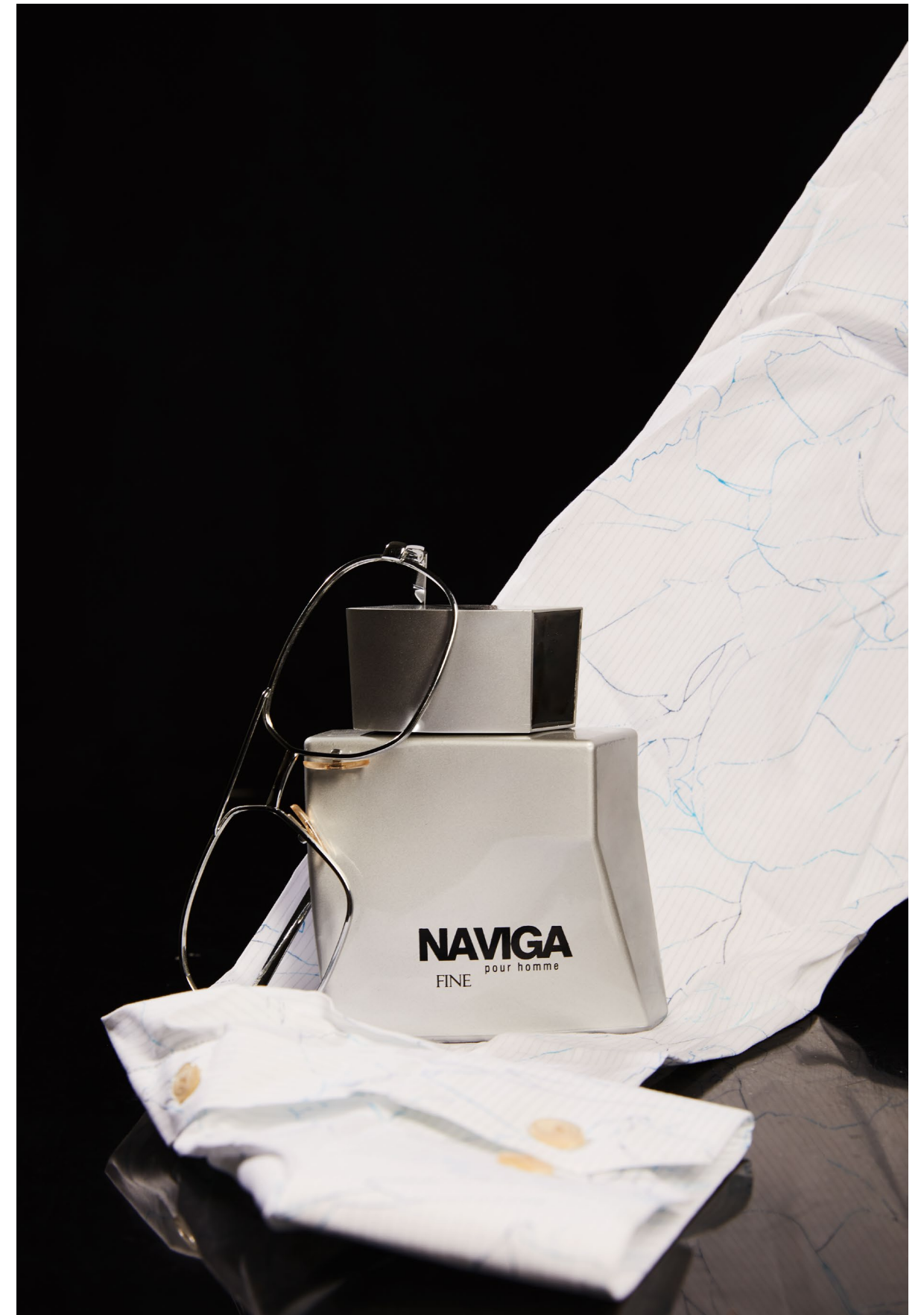


# EVERY MAN IS AN ISLAND

**production** an original idea by **CO**  
**photographer** gökhan yorgancı  
**styling** aslı göker



Snob Classic Perfumed Deodorant for Men/*Pinkar Kimya*



Naviga Pour Homme Fine Eau de Toilette/*Crea Kozmetik*  
Button-down shirt/*Network*





Banat Special Shaving Brush/*Banat Fırça*



Arko Men Shaving Gel Anti-Irritation/*Evyap*





Atelier Rebul İstanbul Eau de Cologne/Atelier Rebul,  
T-Shirt/Network



Ixora Night Bomb Eau de Parfum for Men/Espaş Kozmetik,  
Hankchiefs/Kıgılı, Divarese





Atelier Rebul Vetiver Car Perfume/AtelierRebul  
Dark brown stretcher/Divarese



Gummy Shampoo for Men/Fonex Kozmetik, Button-down shirt/Divarese





Ekol Limited Edition Eau de Parfum/*Fon Kozmetik*



Dalan Men Shaving Cream/*Dalan Kimya*  
Ties/*Que, Kigılı*





## A

ABN DIŞ TİC. PAZ KOZM.  
VE TEKS.SAN.A.Ş.  
[0212 970 0660](http://www.0212.970.0660)

ADA ÇİFTLİK GIDA ÜRÜNLERİ A.Ş.  
[www.adatape.com](http://www.adatape.com)

ADNAN AKAT KOZMETİK LTD ŞTİ.  
[www.aakozmetik.com](http://www.aakozmetik.com)

AGROSOL DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.agrasol.eu](http://www.agrasol.eu)

AHENK KOZMETİK LTD ŞTİ.  
[www.sansiro.com.tr](http://www.sansiro.com.tr)

AKATLAR KOZMETİK SAN.  
DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.akatlarkozmetik.com.tr](http://www.akatlarkozmetik.com.tr)

AKDENİZ DIŞ TİC. GIDA  
SAN. LTD. ŞTİ.  
[www.akdenizcompany.com](http://www.akdenizcompany.com)  
[www.akdenizcosmetics.com](http://www.akdenizcosmetics.com)

AKOS KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.akos.com.tr](http://www.akos.com.tr)

AKSAKAL GÜL YAĞI UÇUCULAR  
TARIM ÜRÜNLERİ SAN VE  
TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.aksakal32.com](http://www.aksakal32.com)

AKSAN KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.aksankozmetik.com](http://www.aksankozmetik.com)

AKSU VİTAL A.Ş.  
[www.aksuvital.com.tr](http://www.aksuvital.com.tr)

AKTEN KOZMETİK SAN.PAZ.  
LTD.ŞTİ.  
[www.aktenkozmetik.com.tr](http://www.aktenkozmetik.com.tr)

ALAEDDİN SUNUCU  
SABUN LTD.ŞTİ.  
[www.sunucusoap.com](http://www.sunucusoap.com)

ALMİRA KİL KOZMETİK İM.  
PAZ.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.  
[www.novakil.com](http://www.novakil.com)

ALAMO YAĞMUR KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.alamokozmetik.com](http://www.alamokozmetik.com)

ALCOR LTD.ŞTİ.  
[www.alcor.com.tr](http://www.alcor.com.tr)

ALFAR KOZMETİK A.Ş.  
[www.alfar.com.tr](http://www.alfar.com.tr)

ALPAYA DOĞAL VE KOZMETİK  
ÜR.SAN VE TİC A.Ş.  
[www.alpaya.com.tr](http://www.alpaya.com.tr)

ALPEDA LTD. ŞTİ.  
[www.alpeda.com.tr](http://www.alpeda.com.tr)

ALTONA COSMETICS INC.  
[www.notecosmetics.com](http://www.notecosmetics.com)

AMAÇ-NET BİL. VE İLETİŞİM  
HİZ. SAN. VE TİC.LTD ŞTİ.  
[www.pharmaozon.com](http://www.pharmaozon.com)

ANA GIDA A.Ş.  
[www.kirlangic.com](http://www.kirlangic.com)

APS AMBALAJ KOZMETİK VE  
TEMİZLİK ÜR.SAN. A.Ş.  
[www.apsambalaj.com](http://www.apsambalaj.com)

ARBA KİMYASAL TEMİZLİK VE  
KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.arbatrade.com](http://www.arbatrade.com)

ARI KİMYA LTD.ŞTİ.  
[www.ari-kimya.com](http://www.ari-kimya.com)

ARICILAR LTD. ŞTİ.  
[www.aricilar.com.tr](http://www.aricilar.com.tr)

ARIKAN PLASTİK LTD.ŞTİ.  
[www.sweetbaby.com.tr](http://www.sweetbaby.com.tr)

ARİAN KİMYA TİC.SAN.A.Ş.  
[www.ariankimya.com.tr](http://www.ariankimya.com.tr)

ARON KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.aronkozmetik.com.tr](http://www.aronkozmetik.com.tr)

ARSAN KİMYA A.Ş.  
[www.arsankimya.com](http://www.arsankimya.com)

AS İLAÇ SAN.LTD. ŞTİ.  
[www.asilac.com](http://www.asilac.com)

ASLANBABA LTD. ŞTİ.  
[www.asbaba.com](http://www.asbaba.com)

ASTEL KAĞITÇILIK. A.Ş.  
[www.canbebe.com.tr](http://www.canbebe.com.tr)

ASYA PAMUK LTD.ŞTİ.  
[www.luxpamuk.com.tr](http://www.luxpamuk.com.tr)

ATAÇ KOZMETİK A.Ş.  
[www.ataccosmetics.com](http://www.ataccosmetics.com)

ATAK FARMA KOZMETİK A.Ş.  
[www.atakfarma.com](http://www.atakfarma.com)

ATAK KOZMETİKLTD. ŞTİ.  
[0212 441 5631](http://www.0212.441.5631)

ATAŞ TÜKETİM MALLARI LTD. ŞTİ.  
[www.atasgroup.com](http://www.atasgroup.com)

ATOMİZER KOZMETİK A.Ş.  
[www.atomizer.com.tr](http://www.atomizer.com.tr)

AYCAN KOZMETİK  
[www.aycankozmetik.com.tr](http://www.aycankozmetik.com.tr)

AYKİM TEMİZLİK LTD. ŞTİ.  
[www.tex.com.tr](http://www.tex.com.tr)

AYTAŞ TARIM ÜRÜNLERİ  
[www.aytash.com](http://www.aytash.com)

AZMUSEBAT ÇELİK SANAYİ VE  
TİCARET A.Ş.  
[www.azmusebat.com.tr](http://www.azmusebat.com.tr)

## B

BAĞDATLI İTHALAT  
PAZARLAMA A.Ş.  
[www.bahdatlias.com](http://www.bahdatlias.com)

BAŞAK INTERNATIONAL  
MARKETING LTD. ŞTİ.  
[www.basakmarketing.com](http://www.basakmarketing.com)

BATI KOZMETİK SAN. A.Ş.  
[www.batikozmetik.com](http://www.batikozmetik.com)

BANAT FIRÇA A.Ş.  
[www.banat.com](http://www.banat.com)

BESMA KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.besma.com.tr](http://www.besma.com.tr)

BERAY KOZMETİK SAN.  
VE TİC.LTD.ŞTİ.  
[www.beraykozmetik.com](http://www.beraykozmetik.com)

BEŞYILDIZ TELEKOMÜNİKASYON  
LTD. ŞTİ.  
[www.depistar.com](http://www.depistar.com)

BEYAZ KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.beyazcosmetic.com](http://www.beyazcosmetic.com)

BFF KOZMETİK A.Ş.  
[www.beautyff.com](http://www.beautyff.com)

BIOLANDES GÜL SANAYİ A.Ş.  
[www.biolandes.com](http://www.biolandes.com)

BISAR COSMETIC  
[www.bisarcosmetic.com](http://www.bisarcosmetic.com)

BİLAL SABUNCU YAĞ  
VE SABUN SAN. LTD.ŞTİ.  
[www.bilalsoaps.com.tr](http://www.bilalsoaps.com.tr)

BİLEŞİM KİMYA TEM.ÜR.LTD.ŞTİ.  
[www.bilesimkimya.com](http://www.bilesimkimya.com)

BIOCURA KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.biocura.eu](http://www.biocura.eu)

BİTKİ DERMAN KOZ.LTD.ŞTİ.  
[www.bitkiderman.com](http://www.bitkiderman.com)

BRN KOZMETİK SAĞLIK GIDA  
TRZ.TİC.LTD.ŞTİ.  
[www.argansatis.com](http://www.argansatis.com)

BURDA BEBEK ANNE A.Ş.  
[www.babywee.com](http://www.babywee.com)

BUR-İŞ PAZ. TEM. LTD.ŞTİ.  
[www.bur-is.com](http://www.bur-is.com)

BUHARA ESANS İÇ VE DIŞ TİCARET  
[www.buharaesans.com.tr](http://www.buharaesans.com.tr)

## C/Ç

ÇAĞ KOZMETİK  
[www.kuafprofessional.com](http://www.kuafprofessional.com)

ÇİMEN KOZMETİK SAN VE TİC.A.Ş.  
[www.cimenkozmetik.com](http://www.cimenkozmetik.com)

ÇAĞDAŞ ECZACILAR  
LABORATUVARI SAN. VE TİC. A.Ş.  
[www.cagdasecza.com.tr](http://www.cagdasecza.com.tr)

C.R.E.A KOZMETİK ÇÖZÜMLERİ  
SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.  
[www.creakozmetik.com](http://www.creakozmetik.com)

CMC CONSUMER MED.CARE LTD. ŞTİ.  
[www.cmc-group.de](http://www.cmc-group.de)

## D

DALAN KİMYA END. A.Ş.  
[www.dalan.com.tr](http://www.dalan.com.tr)

DELTA DIŞ.TİC.A.Ş.  
[www.deltatradetr.com](http://www.deltatradetr.com)

DEPAR KOZMETİK GIDA LTD.ŞTİ.  
[www.deparkozmetik.com](http://www.deparkozmetik.com)

DEREN KİMYA A.Ş.  
[www.cosmed.com.tr](http://www.cosmed.com.tr)

DİFAŞ FIRÇA VE PLASTİK SAN.VE TİC.A.Ş.  
[www.difas.com.tr](http://www.difas.com.tr)

DOĞACI DOĞAL KOZMETİK  
GIDA SAN VE TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.dogaci.com.tr](http://www.dogaci.com.tr)

DOĞATEK KOZMETİK  
[www.dogatek.com.tr](http://www.dogatek.com.tr)

DUAL KİMYA SAN VE TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.dualkimya.com](http://www.dualkimya.com)

DÜNYA GIDA TİCARET VE SAN A.Ş.  
[www.belindagroup.com](http://www.belindagroup.com)

## E

ECZACIBAŞI HİJYEN ÜRÜNLERİ  
SAN. VE TİC.A.Ş.  
[www.eczacibasihijyen.com.tr](http://www.eczacibasihijyen.com.tr)

EEOSE LABORATUVARLARI  
KOZM. LTD.ŞTİ.  
[www.eeose.com](http://www.eeose.com)

EFE KOZMETİK  
[www.efekozmetik.com](http://www.efekozmetik.com)

EJDER KİMYA DANIŞMANLIK  
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.ejderkimya.com](http://www.ejderkimya.com)

EKOKİMYA KİMYEVİ ÜR.  
SAN.TİC.LTD.ŞTİ.  
[www.ekokimya.net](http://www.ekokimya.net)

EKSİMET LTD. ŞTİ.  
[www.eximet.biz](http://www.eximet.biz)

ELA KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.elacosmetics.com](http://www.elacosmetics.com)

ELİF KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.elifcosmetics.com](http://www.elifcosmetics.com)

ELMADAĞ KİMYA LTD.ŞTİ.  
[www.elmadagkimya.com.tr](http://www.elmadagkimya.com.tr)

ELOPAR A.Ş.  
[www.elopar.com.tr](http://www.elopar.com.tr)

ELSO FRAGRANCES  
[www.elsokimya.com](http://www.elsokimya.com)

ERÇETİN GÜLYAĞI A.Ş.  
[www.ercetin.com](http://www.ercetin.com)

ERDOĞMUŞ PARFÜM SANAYİ  
[www.erdogmusparfum.com](http://www.erdogmusparfum.com)

ERKUL KOZMETİK A.Ş.  
[www.goldenrose.com.tr](http://www.goldenrose.com.tr)

ER-MAN KOZMETİK  
PLASTİK LTD.ŞTİ.  
[www.ermankozmetik.com.tr](http://www.ermankozmetik.com.tr)

ERTE KOZMETİK A.Ş.  
[www.roxanne.com.tr](http://www.roxanne.com.tr)

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.  
[www.ixoraparfum.com](http://www.ixoraparfum.com)





EUROMİS KİMYA  
[www.euromis.com](http://www.euromis.com)

EYÜP SABRİ TUNCER  
KOZMETİK.A.Ş.  
[www.eyupsabrituncer.com](http://www.eyupsabrituncer.com)

EZEL KOZMETİK İTH.İHR.  
TİC.SAN. LTD.ŞTİ  
[www.dermokil.com.tr](http://www.dermokil.com.tr)

ERTE KOZMETİK A.Ş.  
[www.roxanne.com.tr](http://www.roxanne.com.tr)

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.  
[www.ixoraparfum.com](http://www.ixoraparfum.com)

EVYAP SABUN, YAĞ,  
GLİSERİN SAN. VE TİC. A.Ş.  
[www.evyap.com.tr](http://www.evyap.com.tr)

EUROMİS KİMYA  
[www.euromis.com](http://www.euromis.com)

EYÜP SABRİ TUNCER  
KOZMETİK.A.Ş.  
[www.eyupsabrituncer.com](http://www.eyupsabrituncer.com)

EZEL KOZMETİK İTH.İHR.  
TİC.SAN. LTD.ŞTİ  
[www.dermokil.com.tr](http://www.dermokil.com.tr)

**F**  
FİLİZ ÇELİK LTD. ŞTİ.  
[www.filizcelik.com](http://www.filizcelik.com)

FLORA UÇAN YAĞLAR  
[www.floraucanyaglar.com](http://www.floraucanyaglar.com)

FLORMAR  
[www.flormar.com](http://www.flormar.com)

FON KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.fonkozmetik.com](http://www.fonkozmetik.com)

FONEKS KOZMETİK  
[www.fonex.com.tr](http://www.fonex.com.tr)

FROMA KİMYA GIDA  
VE AMB. LTD.  
[www.fromakimya.com](http://www.fromakimya.com)

FULSER KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.fulser.com.tr](http://www.fulser.com.tr)

FULYA KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.fulyakozmetik.com.tr](http://www.fulyakozmetik.com.tr)

**G**  
GATA KİMYA KOZMETİK  
SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.  
[www.gatakimya.com](http://www.gatakimya.com)

GELİŞİM KOZMETİK A.Ş.  
[www.gelisimkozmetik.com](http://www.gelisimkozmetik.com)

GERÇEK KOZMETİK&  
ALTERNATİF KOZMETİK  
[www.rapunzelstore.com](http://www.rapunzelstore.com)

GİZ COSMETICS LTD.ŞTİ.  
[www.gizcosmetics.com.tr](http://www.gizcosmetics.com.tr)

GOLD KİMYA ÜRNLERİ ÜR.  
VE PAZ. A.Ş.  
[www.goldkimya.com](http://www.goldkimya.com)

GULF TEMİZLİK A.Ş.  
[www.newcity.com.tr](http://www.newcity.com.tr)

GÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.gul.com.tr](http://www.gul.com.tr)

GÜLEÇ KİMYA TEMİZLİK LTD.ŞTİ.  
[www.guleckimya.com.tr](http://www.guleckimya.com.tr)

GÜLER ELEKTRONİK  
KOZMETİK A.Ş.  
[www.gulerelektronik.com](http://www.gulerelektronik.com)

GÜLER KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.gulerchemical.com](http://www.gulerchemical.com)

GÜLŞAH ÜRETİM PAZARLAMA TİC.  
[www.gulsah.com.tr](http://www.gulsah.com.tr)

GÜLTEKS DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.  
[www.verdaa.com](http://www.verdaa.com)  
[www.gulteks.com.tr](http://www.gulteks.com.tr)

GÜNO PAZ. REK. TUR. SAN VE  
TİC. A.Ş.  
[www.guno.com.tr](http://www.guno.com.tr)

GÜRKAN ROSEOIL INC.  
[www.gulsha.com.tr](http://www.gulsha.com.tr)

**H**  
HAİRTON A.Ş.  
[www.joykoz.com](http://www.joykoz.com)  
[www.hairton.com](http://www.hairton.com)

HAYAT KİMYA SAN A.Ş.  
[www.hayat.com.tr](http://www.hayat.com.tr)

HAYAT LABORATUARI  
KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.hayatlab.com.tr](http://www.hayatlab.com.tr)

HOBİ KOZMETİK A.Ş.  
[www.hobikozmetik.com](http://www.hobikozmetik.com)

HS SABUN KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.hskozmetik.com](http://www.hskozmetik.com)

HUNCA COSMETICS A.Ş.  
[www.hunca.com](http://www.hunca.com)

HÜMA KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.humakozmetik.com](http://www.humakozmetik.com)

IDA KİMYEVİ VE SİHHİ  
MAD. LTD. ŞTİ.  
[www.idaldtd.com](http://www.idaldtd.com)

**I/i**  
IFFCO KİŞİSEL BAKIM  
ÜRÜNLERİ  
[www.iffco.com](http://www.iffco.com)

INNOVA COSMETICS  
[www.innovacosmetics.com](http://www.innovacosmetics.com)

IŞIK TERAPİ  
[www.isikterapi.com](http://www.isikterapi.com)  
[www.organicum.com](http://www.organicum.com)

İPEK İDROFİL PAMUK A.Ş.  
[www.ipekpamuk.com.tr](http://www.ipekpamuk.com.tr)

**J**  
JCR KOZMETİK PERAKENDE  
MAĞZACILIK TİC. AŞ.  
[www.atelierrebul.com](http://www.atelierrebul.com)  
[www.rebul.com](http://www.rebul.com)

JUVENTA KOZ.UR.LTD.ŞTİ.  
[www.juventa.com.t](http://www.juventa.com.t)

**K**  
KADIOĞLU KOZMETİK A.Ş.  
[www.gabrini.com](http://www.gabrini.com)

KAİZER AMBALAJ LTD. ŞTİ.  
[www.kaizer.com.tr](http://www.kaizer.com.tr)

KALE KİMYA A.Ş.  
[www.kalekimya.com.tr](http://www.kalekimya.com.tr)

KALİ KİMYA A.Ş.  
[www.kali.com.tr](http://www.kali.com.tr)

KAMELYA KOZMETİK  
LTD. ŞTİ.  
[www.kamelyacosmetics.com](http://www.kamelyacosmetics.com)

KARADENİZ KOZ.SAN.İNŞ.  
VE TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.karadenizkozmetik.com](http://www.karadenizkozmetik.com)

KARDEŞLER GIDA  
VE TEMİZLİK A.Ş.  
[www.javel.com.tr](http://www.javel.com.tr)

KARDEŞLER UÇAN  
YAĞLAR SANAYİ A.Ş.  
[www.freshnsoft.com](http://www.freshnsoft.com)

KAYLA KOZMETİK  
[www.kayla.com.tr](http://www.kayla.com.tr)

KAZANCI ÇEVRE TEK.  
BİYOTEK.MUH.LTD.ŞTİ.  
[www.kazancionline.com](http://www.kazancionline.com)

KESENLER KOZMETİK A.Ş.  
[www.kesenlerkozmetik.net](http://www.kesenlerkozmetik.net)

KIRMIZIGÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.kirmizigulgroun.com](http://www.kirmizigulgroun.com)

KOMET KOZMETİK  
LTD .ŞTİ.  
[www.kometkozmetik.com.tr](http://www.kometkozmetik.com.tr)

KONT KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.kontcosmetic.com](http://www.kontcosmetic.com)

KOPAŞ KOZMETİK A.Ş.  
[www.kopas.com.tr](http://www.kopas.com.tr)

KORUMA TEMİZLİK A.Ş.  
[www.koruma.com](http://www.koruma.com)

KOZ-AK KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.kozakkozmetik.com](http://www.kozakkozmetik.com)

KOSAN KOZMETİK PAZARLAMA  
VE TİCARET A.Ş.  
[www.flormar.com](http://www.flormar.com)

KOZAŞ KOZMETİK A.Ş.  
[www.kontes.com.tr](http://www.kontes.com.tr)

KOZMO ARTI KİMYA  
KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.kozmoarti.com](http://www.kozmoarti.com)

KOZMO KİMYA LTD.ŞTİ.  
[www.kozmokimya.com](http://www.kozmokimya.com)

KOZMOPLUS KOZMETİK  
[www.cosmoplus.com.tr](http://www.cosmoplus.com.tr)

KURTSAN İLAÇLARI A.Ş.  
[www.kurtsan.com](http://www.kurtsan.com)

**L**  
LABER KİMYA  
AR-GE SAN.TİC.  
[www.laberkimya.com](http://www.laberkimya.com)

LACİVERT LOJİSTİK  
[www.lacivertlojistik.com](http://www.lacivertlojistik.com)

LEVANTEN EV TEKSTİLİ LTD. ŞTİ.  
[www.machrique.com](http://www.machrique.com)

LİDER KOZMETİKLTD.ŞTİ.  
[www.liderkozmetik.com](http://www.liderkozmetik.com)

LİLA KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.lilafix.com](http://www.lilafix.com)

LM KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.lmcosmetics.com](http://www.lmcosmetics.com)

LTS LOTUS KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.ltscosmetics.com](http://www.ltscosmetics.com)

LUX GROUP KOZ LTD.ŞTİ.  
[www.luxgroup.com.tr](http://www.luxgroup.com.tr)

**M**  
MAKYAJ KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.makyajkozmetik.com.tr](http://www.makyajkozmetik.com.tr)

MARKA KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.purixima.com](http://www.purixima.com)

MAR-KOZ-SAN KOZ.LTD.ŞTİ.  
[www.fumekozmetik.com](http://www.fumekozmetik.com)

MATSAN İÇ VE DIŞ  
TİCARET İLAÇ SAN. A.Ş.  
[www.matsanas.com](http://www.matsanas.com)

MATSAN GROUP (PHARMACEL  
AEROSOL LTD.ŞTİ.)  
[www.matsangroup.com](http://www.matsangroup.com)

MAYAN LTD.ŞTİ.  
[www.mayan.com.tr](http://www.mayan.com.tr)

MERKER KOZMETİK LTD.  
[www.merkerkozmetik.com.tr](http://www.merkerkozmetik.com.tr)

MERT-KOZ LTD.ŞTİ.  
[www.mert-koz.com](http://www.mert-koz.com)

MEY KOZMETİK İTHALAT  
İHRACAT LTD.ŞTİ.  
[www.meykozmetik.com](http://www.meykozmetik.com)

MG GÜLÇİÇEK (MG  
INTERNATIONAL FRAGRANCE  
COMPANY)  
[www.gulcicek.com](http://www.gulcicek.com)

MHC MARMARA HİJYEN VE  
KOZMETİK ÜR. LTD. ŞTİ.  
[www.marmaratemizlik.com](http://www.marmaratemizlik.com)

MİS NİTA KOZMETİK A.Ş.  
[www.missnita.com](http://www.missnita.com)

MOHEN KİMYEVİ MADDELER A.Ş.  
[www.mohen.com.tr](http://www.mohen.com.tr)

MONNA COSMETICS  
[www.monna.com.tr](http://www.monna.com.tr)



MORS KOZMETİK  
[www.morscosmetics.com](http://www.morscosmetics.com)

MOTIVA DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
**0216 348 1033**

**N**  
NATUREL KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.pronwer.com](http://www.pronwer.com)

NETPAK ELEKT.PLASTİK  
KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.net-pak.net](http://www.net-pak.net)

NEVA KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.nevakozmetik.com.tr](http://www.nevakozmetik.com.tr)

NUCOS KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.nucoscosmetics.com](http://www.nucoscosmetics.com)

NURAL DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.  
[www.nural.biz](http://www.nural.biz)

NURLIFE KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.nurlife.com](http://www.nurlife.com)

**O/Ö**  
ODAK KOZMETİK A.Ş.  
[www.odakcosmetics.com](http://www.odakcosmetics.com)

OKYANUS KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.okyanuskimya.com.tr](http://www.okyanuskimya.com.tr)

OLİVOS PAZARLAMA  
LTD. ŞTİ.  
[www.olivos.com.tr](http://www.olivos.com.tr)

ORJİN HİJYEN  
VE SAĞLIK LTD. ŞTİ.  
[www.orjinhijyen.com.tr](http://www.orjinhijyen.com.tr)

ORKİDE KOZMETİK A.Ş.  
[www.orkidecosmetics.com](http://www.orkidecosmetics.com)

ÖZDEN KİMYA VE PLASTİK  
LTD.ŞTİ.  
[www.ozdengroup.com](http://www.ozdengroup.com)

ÖZTÜRK İLAÇ A.Ş.  
[www.ozturk.com.tr](http://www.ozturk.com.tr)

ÖZÜN KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.ozunkozmetik.co](http://www.ozunkozmetik.co)

**P**  
PAMİR KOZMETİK LTD.ŞTİ.  
[www.mysticalparfum.com](http://www.mysticalparfum.com)

PEREJA COSMETICS  
[www.pereja.com.tr](http://www.pereja.com.tr)

PİNKAR KİMYA A.Ş.  
[www.pinkar.com](http://www.pinkar.com)

PİNKİM KOZMETİK A.Ş.  
[www.pinkim.com](http://www.pinkim.com)

PRIMO KİMYA A.Ş.  
[www.primo.com.tr](http://www.primo.com.tr)

PROMAKS KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.promaks.net](http://www.promaks.net)

PROMART PROMOSYON  
LTD. ŞTİ.  
[www.prom-art.com](http://www.prom-art.com)

**R**  
RAEN KİŞİSEL BAKIM  
ÜRÜNLERİ LTD. ŞTİ.  
[www.raen.com.tr](http://www.raen.com.tr)

REBUL KOZMETİK A.Ş.  
[www.rebul.com](http://www.rebul.com)

RENKSAN Plastik Sünger  
SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.renksan.com.tr](http://www.renksan.com.tr)

ROSENSE COSMETICS  
[www.rosense.com](http://www.rosense.com)

**S/Ş**  
S.P.A.KOZMETİK A.Ş.  
[www.spakozmetik.com](http://www.spakozmetik.com)

SAPRO TEMİZLİK ÜRÜNLERİ A.Ş.  
[www.sapro.com.tr](http://www.sapro.com.tr)

SARUHAN KİMYA A.Ş.  
[www.saruhan.com.tr](http://www.saruhan.com.tr)

SCK ZETA COSMETICS  
[www.zetacompany.com](http://www.zetacompany.com)

SEBA KİMYA A.Ş.  
[www.sebakimya.com](http://www.sebakimya.com)

SEBAT KİMYA A.Ş.  
[www.fomy.com.tr](http://www.fomy.com.tr)

SELARDİS DOĞAL KOZMETİK  
[www.selardis.com](http://www.selardis.com)

SELESTA KOZMETİK  
LTD. ŞTİ.  
[www.selesta.com.tr](http://www.selesta.com.tr)

SELUZ FRAGRANCE COMPANY  
[www.seluz.com](http://www.seluz.com)

SENTEZ KOZMETİK &  
KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.ellino.com.tr](http://www.ellino.com.tr)

SES KİMYA A.Ş.  
[www.seskimya.com.tr](http://www.seskimya.com.tr)

SEVİMLER GIDA KOZLTD.ŞTİ.  
[www.sevimlerkozmetik.com](http://www.sevimlerkozmetik.com)

SEVİNÇLER SAĞLIK ÜRÜNLERİ A.Ş.  
[www.sevincler.com.tr](http://www.sevincler.com.tr)

SOLARES LTD. ŞTİ.  
[www.solares.com.tr](http://www.solares.com.tr)

SORA KOZMETİK SAN  
TİC. A.Ş.  
[www.soracosmetics.com](http://www.soracosmetics.com)

BEBAK KOZMETİK  
LABORATUVARLARI A.Ş.  
[www.soracosmetics.com](http://www.soracosmetics.com)

SPC KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.spckozmetik.com](http://www.spckozmetik.com)

SUDESAN DETERGENTS  
& COSMETICS  
[www.sudesan.com](http://www.sudesan.com)

ŞENYUVA FIRÇA LTD. ŞTİ.  
[www.nivabrush.com](http://www.nivabrush.com)

**T**  
TAHA KİMYA VE KOZMETİK LTD. ŞTİ  
[www.biiwipes.com](http://www.biiwipes.com)

TALİANI LTD. ŞTİ.  
[www.taliani.com.tr](http://www.taliani.com.tr)

TANAÇAN A.Ş.  
[www.tanacan.com](http://www.tanacan.com)

TAN-ALİZE KOZMETİK A.Ş.  
[www.farmasi.com.tr](http://www.farmasi.com.tr)

TANAY TURİZM OTELCİLİK LTD. ŞTİ.  
[www.tanay.net](http://www.tanay.net)

TARIŞ ZEYTİN A.Ş.  
[www.ta-ze.com.tr](http://www.ta-ze.com.tr)

TARKO LTD. ŞTİ.  
[www.tarkokozmetik.com](http://www.tarkokozmetik.com)

TARSAN KOZMETİK A.Ş.  
[www.tarsan.com.tr](http://www.tarsan.com.tr)

TAT KİMYA SABUN A.Ş.  
[www.tatkimya.com](http://www.tatkimya.com)

TEMKO COSMETICS  
[www.temko.net](http://www.temko.net)

TİM KOZMETİK SABUN  
OTEL MALZ. LTD. ŞTİ.  
[www.timkozmetik.com](http://www.timkozmetik.com)

TİBET İTH. İHR. & KOZMETİK  
SAN. A.Ş  
[www.tibet.com.tr](http://www.tibet.com.tr)

TİMPA HİJ. MAD. LTD. ŞTİ.  
[www.timpaltd.com.tr](http://www.timpaltd.com.tr)

TİTİZ TEMİZLİK LTD. ŞTİ.  
[www.titiz.com.tr](http://www.titiz.com.tr)

TOPAZ DIŞ TİCARET A.Ş.  
[www.topaztr.com](http://www.topaztr.com)

TREDA HIZLI TÜKETİM  
UR. LTD. ŞTİ.  
[www.blenior.com](http://www.blenior.com)

TÜRK HENKEL KİMYA A.Ş.  
[www.henkel.com.tr](http://www.henkel.com.tr)

TÜRKLAB TIBBİ MALZEMELER A.Ş.  
[www.turklab.com.tr](http://www.turklab.com.tr)

TURKUAZ LTD. ŞTİ.  
**0212 465 778**

TURKUAZ MEDİKAL KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.turkuazsaglik.com.tr](http://www.turkuazsaglik.com.tr)

TUTKU LTD. ŞTİ.  
[www.lapitak.com](http://www.lapitak.com)

**U/Ü**  
UFT TEKSTİL GIDA LTD. ŞTİ.  
[www.ufttekstil.com.tr](http://www.ufttekstil.com.tr)

UKİP KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.ukipcosmetic.com](http://www.ukipcosmetic.com)

ULUSOY İLAÇ VE KOZMETİK A.Ş.  
[www.banhair.com.tr](http://www.banhair.com.tr)

UMDE MÜH.MÜT.KOLL. ŞTİ.  
[www.lanahygiene.com](http://www.lanahygiene.com)

UNICARE (ROZA) LTD. ŞTİ.  
[www.unicare.com.tr](http://www.unicare.com.tr)

UNIVERSAL KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.universalpl.com](http://www.universalpl.com)  
[www.bluemore.com](http://www.bluemore.com)

UPİ-UĞUR PLASTİK LTD. ŞTİ.  
[www.vivol.com.tr](http://www.vivol.com.tr)

URHAN GROUP  
[www.urhangroup.com](http://www.urhangroup.com)

UZMAN KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.uzmancosmetic.com](http://www.uzmancosmetic.com)

ÜNVER HIRDAVAT LTD. ŞTİ.  
[www.unver.com.tr](http://www.unver.com.tr)

**V**  
VENTEKS DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.  
[www.venteks.com.tr](http://www.venteks.com.tr)

VENÜS FIRÇA ÜRÜNLERİ LTD. ŞTİ  
[www.venusline.com.tr](http://www.venusline.com.tr)

VEPA FIRÇA A.Ş.  
[www.vepafirca.com.tr](http://www.vepafirca.com.tr)

VERA KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.verakozmetik.com](http://www.verakozmetik.com)

VİKİNG TEMİZLİK  
[www.vikingtemizlik.com.tr](http://www.vikingtemizlik.com.tr)

Vİ-VET KOZMETİK SAN.TİC. A.Ş.  
[www.vivetkozmetik.com](http://www.vivetkozmetik.com)

VK KİMYA KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.vk-cosmetics.com](http://www.vk-cosmetics.com)

**Y**  
YALINKAYA KUAFÖR  
MALZEMELERİ LTD. ŞTİ.  
[www.yalinkayatarak.com](http://www.yalinkayatarak.com)

YAĞMUR KOZMETİK LTD. ŞTİ.  
[www.alamokozmetik.com](http://www.alamokozmetik.com)

YAŞARLAR KOZMETİK A.Ş.  
[www.yasarlar.com.tr](http://www.yasarlar.com.tr)

YENSA DOĞAL KOZMETİK ÜRÜNLERİ  
SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ  
[www.morethansoap.com](http://www.morethansoap.com)

YEŞİL ILGAZ KOZMETİK  
KİMYA LTD. ŞTİ.  
[www.yesililgazkozmetik.com](http://www.yesililgazkozmetik.com)

YEŞİLGÜN KOZMETİK  
LTD.ŞTİ.  
[www.yesilgun.com.tr](http://www.yesilgun.com.tr)

YILDIZ KOZMETİK  
LTD.ŞTİ.  
[www.siorecosmetics.com](http://www.siorecosmetics.com)

**Z**  
ZEYTİNDALI GIDA  
LTD. ŞTİ.  
[www.midaszeytinyagi.com](http://www.midaszeytinyagi.com)

ZİGAVUS İLAÇ KOZMETİK  
LTD.ŞTİ.  
[www.zigavus.com](http://www.zigavus.com)

ZMHD KİMYA  
[www.flavia.com.tr](http://www.flavia.com.tr)

ZÜMRÜT KOZMETİK  
[www.zumrutkozmetik.com.tr](http://www.zumrutkozmetik.com.tr)

ZVS GIDA LTD. ŞTİ.  
[www.zeytinvs.com](http://www.zeytinvs.com)

7K DAĞITIM MURAT TAŞTAN  
[www.spumy.com.tr](http://www.spumy.com.tr)





**Turkish Cosmetics** *proper noun* ◊ 1° A national unit that aims to bring contribution to the economy and exports by bringing Turkish cosmetic products in accordance with worldwide brands. ◊ 2° A marketing expansion and developmental entity that accelerates exports of the *Turkish Cosmetics* sector through promotional strategy and *private activities*. ◊ 3° A body of people with the principle of *improving the public perception of Turkish Cosmetics*. ◊ 4° A public body with aims to increase contribution and awareness *at home and abroad*. ◊ 5° An industrial promotional group supporting branding activities in the cosmetics sector through global marketing channels.  
° <http://www.immib.org.tr>

**Board Members**

**Ersin Tari** ◊ Gold Kimya Ürünleri Ür. ve Paz. A.Ş., ◊ **Aysu Dalan Benlioğlu** ◊ Dalan Kimya Endüstrisi A.Ş., ◊ **Pervin Ejder** ◊ Ejder Kimya Danışmanlık Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti., ◊ **Bülent Konca** ◊ Gülçiçek Kimya ve Uçanyaglar Sanayi ve Ticaret A.Ş., ◊ **Uğur Adıyaman** ◊ Erkul Kozmetik San. ve Tic. A.Ş., ◊ **Faruk Yıldız** ◊ Tibet İthalat İhracat ve Kozmetik Sanayi A.Ş., ◊ **Hakan Gündüz** ◊ Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San. ve Tic. A.Ş., ◊ **Oğuzhan Aslan** Evyap Sabun, Yağ, Gliserin San. ve Tic. A.Ş.



[www.bebak.com](http://www.bebak.com)







# TURKEY: made in beauty

#turkishcosmetics

Experience the Turkish Quality and Originality.

**Turkey**  
Discover  
the potential

**TC** Turkish  
Cosmetics