

BEAUTYLAND

»WHERE BEAUTY HAPPENS

[TURKEY]

free of charge

N° 32

SUMMER»2017

VISIONARY PRODUCTION » p06
SOFT TOUCH » p10
ROUTINES WITH BENEFITS » p14

FOCUS » p20
THE MISSION IS INNOVATION » p28
TRENDING COLOR LAUNCHES » p34

SUMMER LOVIN' » p36
FIXING THE GAME » p52
SUMMER STATE OF MIND » p56



TURKEY

Made in beauty

Nature is our palette,
diversities are our source of inspiration,
passion is our boost of perfection.

We create;

FRAGRANCES BEYOND THE SENSES



Please scan with your smartphone
to see Seluz corporate movie.

www.seluz.com

seluz.

CONTENT

06



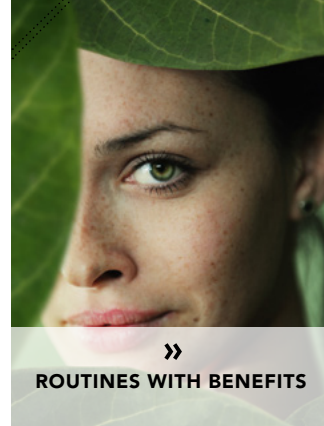
VISIONARY PRODUCTION

10



SOFT TOUCH

14



ROUTINES WITH BENEFITS

20



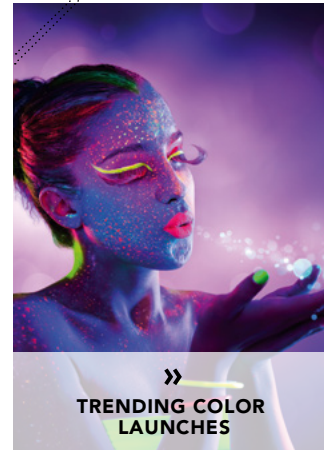
FOCUS

28



THE MISSION IS INNOVATION

34



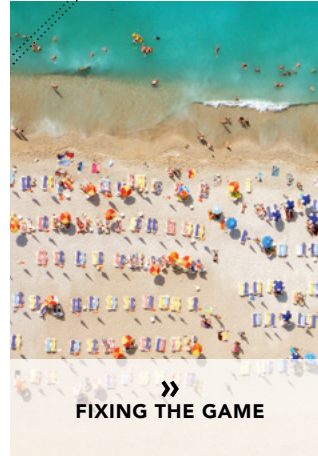
TRENDING COLOR LAUNCHES

36



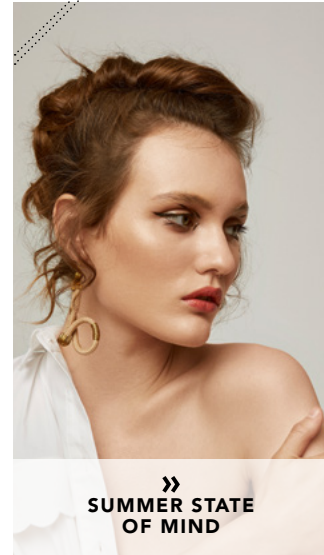
SUMMER LOVIN'

52



FIXING THE GAME

56



SUMMER STATE OF MIND

Publisher

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

Gökhan Polat, Gökhan Yorgancı

Editor(Responsible)

Cihan Şerbetcioğlu

Contributors

Derya Akçören, Volkan Aydın, Tuğçe Bahçivangil, Müjde Bilgutay, Cemal Budak, Ufuk Celeb, Batuhan Çetin, Mey Güreli, Mehmet Karaçoban, Yağmur Kural, Charlotte Libby, Sude Orhan, Dilge Yenitaş, Masal Yılmaz, Başak Ulubilgen,

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



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.

Turkey
Discover
the potential

TC Turkish
Cosmetics
www.turkishcosmetics.org

f /TRCosmetics t /TRCosmetics i /TRCosmetics

EDITO



Ersin TARI
Turkish Cosmetics Promotion
Group Chairman

HELLO

Hello,

As the sun shines upon us with all its generosity, we salute our readers with our summer issue that we worked on with the same joy of life. While those who are taking a vacation let off a year's worth of stress, others who remain at the city are imbued in the summer's one of a kind positive energy. Everybody gathers strength and prepares for the coming working season to commence new projects. We are no different; in the coming months we will be going on with our activities ceaselessly and passionately.

İKMİB will be partaking in Cosmoprof Asia trade show at China-Hong Kong for the seventh time on November 15-17 as a national association. While cementing the world wide recognition of Turkish cosmetics industry abroad, we will also be hosting a large scale event in our own country. We will be welcoming representatives of target foreign markets and suitable potential buyers at the Cosmetics and Household Cleaning and Care Products Buying Board which will be held on October 11-14 in Istanbul where companies will have the opportunity to have bilateral negotiations with their potential partners. We hope this two days event will be fruitful and beneficial for the whole industry.

As for what you will read in this issue of our magazine... First, let us remind you that, our relationship with the sun is not that harmless. Therefore we invite you to read our detailed SPF file and take the necessary precautions before leveling with the sun. In the following pages you will be also reading about self care rituals that you can try at home, makeup trends of the AW 2017/18 and exclusive interviews. We hope you will enjoy them.

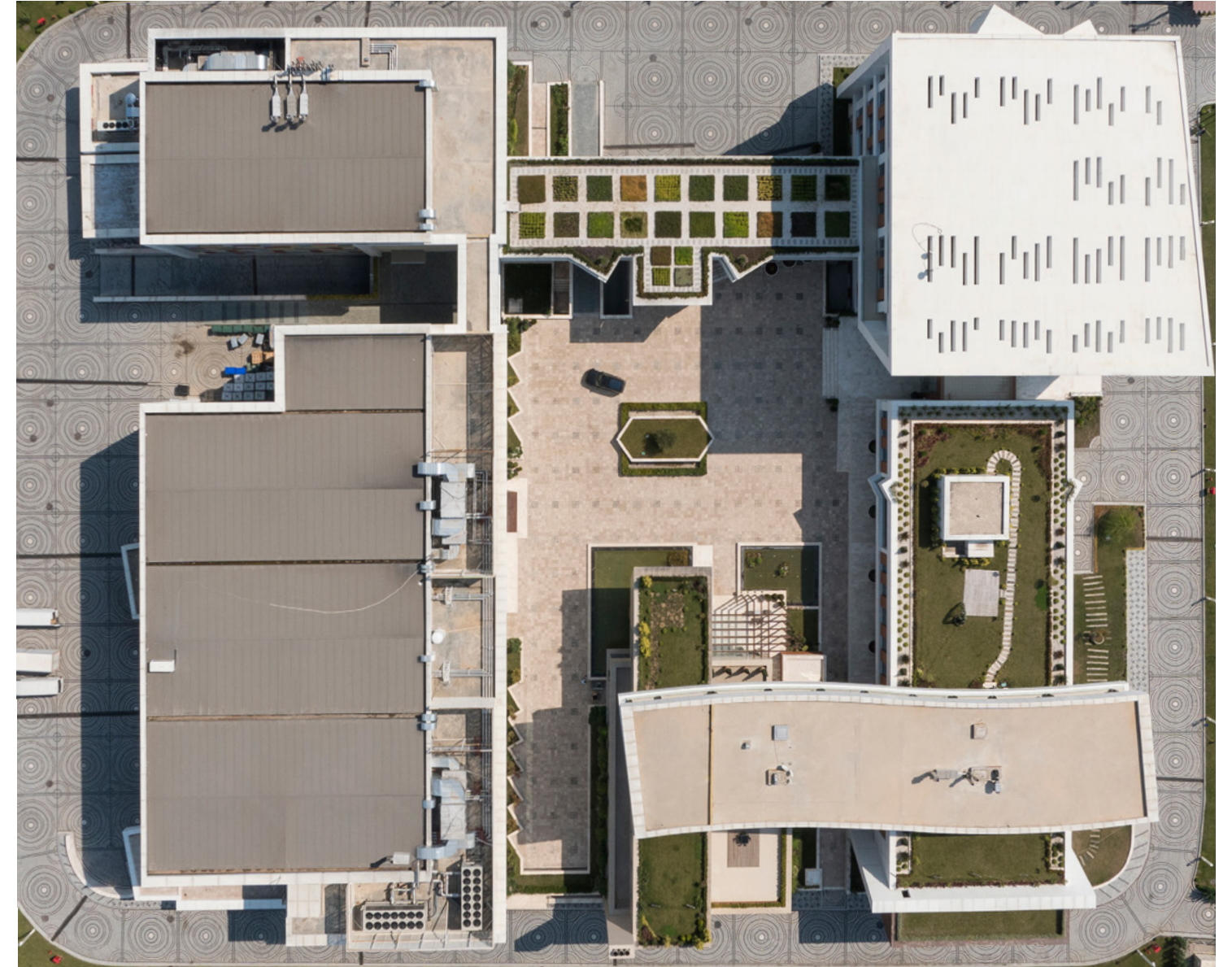
MERHABA

Merhaba,

Güneş günlerimizi en cömert haliyle aydınlatırken sizleri, aynı canlılıkla ele aldığımız yaz sayımızla selamlıyoruz. Tatildekiler yılın stresini atarken, şehirde kalanların da yaz mevsiminin kendine has pozitif enerjisiyle yüzü gülüyor. Yeni çalışma sezonu için herkes deşarj oluyor, güç topluyor, yeni projelere merhaba demeye hazırlanıyor. Biz de öyle; sonbahar için epey hazırlıklıyız. Önümüzdeki aylarda etkinliklerimize ara vermeden, büyük bir heyecanla devam ediyor olacağız.

15-17 Kasım tarihleri arasında Çin Halk Cumhuriyeti-Hong Kong'ta düzenlenen Cosmoprof Asia Fuarı'na İKMİB olarak bu sene yedinci kez milli katılım göstereceğiz. Türk kozmetik sektörünün dünya çapındaki tanınırlığını pekiştirirken; kendi ülkemizde de büyük çaplı bir etkinliğe imza atacağız. 11-14 Ekim tarihlerinde İstanbul'da gerçekleşecek olan Kozmetik ve Ev Temizlik ve Bakım Ürünleri Alım Heyeti'nde, yurt dışındaki hedef ülkeleri ve uygun potansiyel alıcıları ağırlayacağız. İki günlük bu önemli organizasyon boyunca gerçekleşecek ikili görüşmelerin verimli olmasını ve sektöre fayda sağlamasını temenni ediyoruz.

Dergide sizleri hangi konuların beklediğine gelirsek... Öncelikle hatırlatalım: Bize enerji verdiğinden, bizleri gülümsettiğinden bahsetsek de, güneşle olan ilişkimiz masum değil. Bunun için sizleri, onunla fazla samimi olmadan, gerekli önlemi almanız için detaylıca hazırladığımız SPF dosyamıza davet ediyoruz. Diğer taraftan evde uygulayabileceğiniz bakım ritüelleri, önümüzdeki Sonbahar/Kış sezonunun makyaj trendleri ve özel röportajlar da içeride sizi bekliyor. Keyifli okumalar.



OFFICIAL WEB SITE



OFFICIAL VIDEO



PETALS MAGAZINE

for the love of
FRAGRANCE

PLANNING THE FUTURE OF COSMETICS
THROUGH CHEMISTRY AND IMAGINATION

GÜLÇİÇEK KİMYA VE UÇANYAĞLAR SANAYİ TİCARET A.Ş. | +90 262 677 00 00
G.O.S.B. Tembel Ova Alanı 3300 Sokak No :3306 PK.41400 Gebze / KOCAELİ | +90 262 677 00 25



MESUT KÖMÜRCÜ VISIONARY PRODUCTION

HAVING RECEIVED THE İKMİB AWARD IN THE WET-WIPES CATEGORY ARSAN CHEMICAL LENDS IMPETUS TO THE SECTOR WITH A DISCIPLINED AND HUMAN-ORIENTED APPROACH. ARSAN CHEMICAL'S BOARD MEMBER AND FOREIGN TRADE DIRECTOR MESUT KÖMÜRCÜ TELLS US THEIR SUCCESS STORY.

questions sude orhan photography arsan kimya archives

"WE ARE MAKING BUSINESS AGAINST THE UNFAIR COMPETITIVE PRACTICES OF MANY SO CALLED 'UNDER THE COUNTER' COMPANIES."

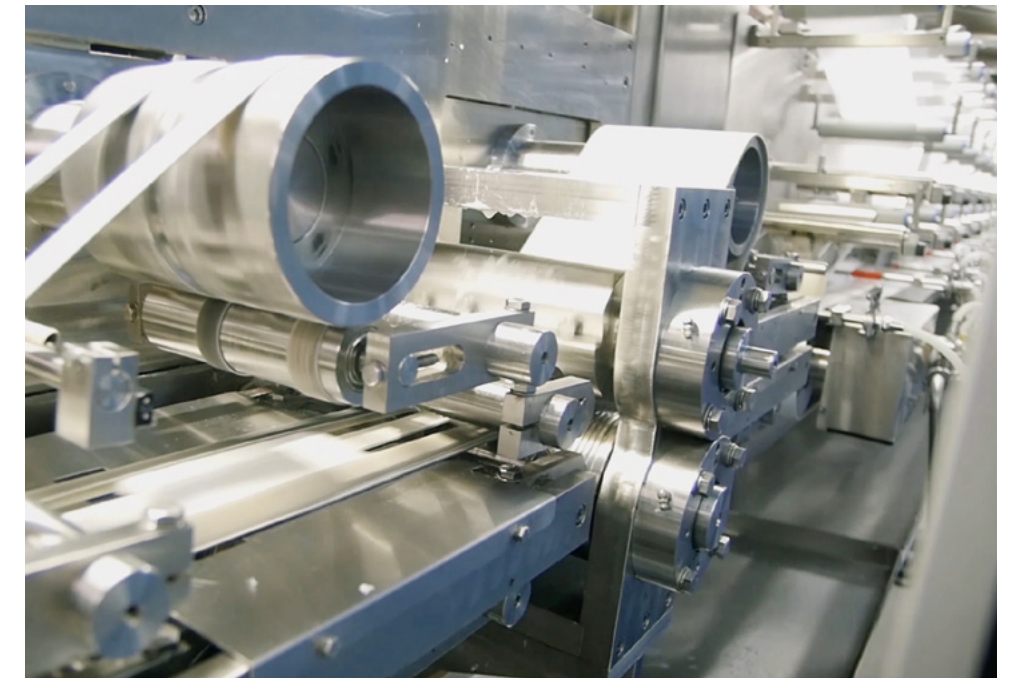
You set off in 1999 with the mission of buffing up Turkish chemical industry in the global market. Can you tell us about how the company was established?

Established by Ahmet Kömürcü in 1999, Arsan Chemical is a successful company with a trade history of nearly 20 years. Kömürcü's experience in the sector dates back to 1980 and it is only natural that his experience has played an important role in our company's increasing success. For the time being Arsan Chemical's area of expertise includes fast moving consumer products like hygienic wet wipes, personal care and home care products. With a production volume of more than 90 million packs a year, Arsan Chemical is one of the leaders of the sector in Turkey in wet wipes category. We implement the highest production standards of the leading global companies with a staff of experts at our new production facilities in Gaziantep which we moved in 2015. Located on an area of 12.800 square meters the new production facilities are equipped with state of the art technology. Our product range feature more than 200 products under Ultra Compact,

Happy Fresh and Private Label brands.

What were the shortcomings in the sector that you thought you could make up for and how successful have you been so far?

Wet wipes are personal care products that should be produced in hygienic conditions, otherwise they may cause serious harm to human health. Especially those that play an important role in the personal care of babies up to three years of age should be of utmost quality in terms of raw materials and production conditions. We are making business against the unfair competitive practices of many so called 'under the counter' companies. Although some consumers prefer cheaper products without knowing anything about the circumstances they are produced in, such products pose a great danger to public health. By contrast, Arsan Chemical has established the notion of quality in wet wipes production. The quality of Arsan Chemical's wet wipes production is recognized by the whole industry. Today we own one of the most technologies advanced machine park in Turkey. All the raw materials we opt for meet international microbio-



logical, chemical and physical standards, they don't contain components that are known to be harmful to human health and they are of the highest hygienic standards. In other words we combine state of the art technology with best quality raw materials to develop products that shape the sector.

Do you think there are areas you dominate in the market?

In the past, when production was more labor-intensive, Turkish chemical industry had an advantage since labor was cheap. However the world has shifted to a more technology-intensive production understanding and chemical industry has become a more technology/capital intensive sector where large scale multinational companies that invest in technology dominate the market. A new competitive environment triggered by technological developments, changing business processes and prices force companies to be alert all the time and look for new profit opportunities. On the other hand profit margins shrink and competition becomes harder with fixed prices. With little options in terms of pricing, companies are obliged to bring 'cost com-

VİZYONER ÜRETİM

► Türkiye kimya endüstrisini global arenada parlatmak amacıyla 1999 yılında yola çıktınız. Kuruluş hikayenizi merak ediyoruz.

Ahmet Kömürcü tarafından 1999 yılında kurulan Arsan Kimya, 20 yıla yakın bir ticari geçmişe sahip ve başarı imesini sürekli yükseltiyor. Ahmet Bey'in sektördeki ticari tecrübesi 1980 yılına değin uzanıyor. Elbette bu tecrübenin firmamızın ticari hayatta yakalamış olduğu başarı imesinde büyük payı var. Bugün Arsan Kimya'nın uzmanlık alanı hijyenik ıslak mendil, kişisel bakım ve ev bakım ürünlerini içeren hızlı tüketim ürünlerinden oluşuyor. Islak mendil grubunda yıllık 90 milyon paketi

aşan üretim hacmiyle Türkiye'nin lider üreticilerinden biriyiz. Ultra Compact, Happy Fresh ve Private Label marka üretimlerimizle, 200'ü aşkın geniş bir ürün yelpazesıyla sektörde hizmet ediyoruz.

Kozmetik endüstrisinde kapatabileceğinizi düşündüğünüz eksiklikler nelerdi ve ne kadarını gerçekleştirdiğinizi düşünüyorsunuz?

Özellikle sıfır-üç yaş arası bebek ve çocukların kişisel bakımında büyük yer tutan ıslak mendillerde kullanılan ham madde ve üretim koşullarının kalitesinin en üst düzeyde tutulması gerekiyor. Tüketicinin biraz daha ucuz olsun diye hangi koşullarda ürettiğini bilmeden

satın aldığı ürünler halkın sağlığına tehdit unsuru oluşturuyor. Buna karşın Arsan Kimya, ıslak mendil sektörüne kalite kavramını getirmiş bir firma. Bugün Türkiye'nin teknoloji bakımından en üstün üretim parkuruna sahip firmalardan biriyiz. Seçtiğimiz tüm ham maddeler mikrobiyolojik, kimyasal ve fiziksel olarak uluslararası standartlara uygun, insan sağlığı açısından zararlılığı bilinen bileşenler içermiyor ve yüksek hijyen standartlarında. Yani en üst düzey teknoloji ve en kaliteli ham maddeleri harmanlayarak geliştirdiğimiz ürünlerle rekabet yön veriyoruz.

Domine ettiğinizi düşündüğünüz alanlar var mı?

Tedarik zinciri yaklaşımıyla lojistik master planımızı belirledik ve üretim alanımızı 2015 yılında Gaziantep'e taşıdık. Gerek ham madde tedariklerimiz gerek hedef pazarlarımız olan Orta Doğu ve Türk Cumhuriyetleri'ne yakınlığı sebebiyle lojistik avantajı sağladık. Teknolojiye yaptığımız yatırım daha kaliteli ürünü daha uygun maliyetlere üretmemize imkan sağladı. Diğer taraftan konsept ve içerik olarak da rakiplerimizden farklılaştık. Sektöre sunduğumuz farklı konsept ürünlerle sektörde trend yaratıyoruz. Amacımız dünya devleriyle rekabet eden yenilikleri ve ürün çeşitliliğiyle takip edilen bir marka olmak. Bu amaçla oluşturduğumuz yenilikçi

petition' to the table. As Arsan Chemical we set off by eliminating all elements that may cause wastage in our operations as the most rational way of reducing production costs. We devised our logistics master plan from a supply chain perspective and moved our production facilities to Gaziantep in 2015. This gave us a logistic advantage since we are now closer to our raw material suppliers as well as our target markets in the Middle East and Turkic Republics. On average four to 20 percent of a product's price is made up of logistics costs. Thanks to the proximity of our new production facilities to our suppliers and target markets we have been able to gain a serious cost advantage. The investment we made in technology has enabled us to produce better quality products at better costs. On the other hand we have differentiated our products from those of our competitors in terms of concept and contents. We are acting as a trendsetter in the sector with various concept products we launch. Our ultimate aim is to become a popular brand that can compete with global giants in terms of product diversity and innovation and the innovative and creative strategies we develop to achieve this have been to our advantage in the competition.

Now let's forget all of the above for 15 seconds and go back to your office. What do you do there?

We are servicing 73 countries in five continents with a wide logistics network and market accessibility. Eight or nine hours workdays are not enough to talk to or negotiate with people from diverse cultures. We begin with Far East where the sun rises the earliest and close the day with America when the sun sets the latest. The experience I gain from working with people of diverse opinions, skills, experiences and histories is a great source of motivation and keeps my energy level high.

One of the main objectives of your company is to provide the sector with low cost and high quality chemicals. How do you do that?

Chemical industry depends on imports. 70 percent of the raw materials have to be imported while

only 30 percent is locally produced. Possible fluctuations in foreign exchange rates constitute a risk factor in terms of our production costs. The fact that exchange rates have been quite stable for some time is an advantage. On the other hand raw material supplier preferences and their management is an important element in maintaining our competitive advantage in supply chain management. We work with the world's best suppliers in order to be able to provide healthier and quality products to consumers. We develop long-term strategic alliances with our suppliers. We include them into our product development processes to benefit from their experiences and to have them contribute in our innovative efforts. Such strategic alliances help us to constantly improve our product quality.

What is the most delicate raw material in production?

I believe it is fragrance. Fragrance is the most important means of creating an emotional bond with the end consumer inasmuch that not only products but also corporate companies try to differentiate themselves by developing corporate fragrances to forge an emotional bond with their customers. The right fragrance is one of the most important criteria for a wet wipe to stick to the mind of the consumer. We develop our regional products with different fragrance attitudes that are relevant for different cultures. In addition to regional criteria, how the fragrance changes the product is also very important; after all, our products have direct contact with the skin. We prefer fragrances that meet IFRA standards in all our products. We also conduct short and long term stability tests to measure the compatibility of the fragrance with the product. Some of the raw materials in some fragrances may have an impact on the color and the smell of the product in time. Especially when choosing vanilla, strawberry, coconut, coffee and caramel notes the appeal of the fragrance should not be the only determinant since these notes may perform poorly on long term stability tests.

You have long established relationships with many prominent companies in the

sector. What is the formula of forging good relationships and maintaining them?

Today, even concepts like B2B and B2C in brand communication are giving way to new strategies like 'human to human'. In other words, being human oriented is on the rise, which is in fact a strategy we have been employing for many years. Approaching people within the framework of human values and communicating with them from a respectful, loving and empathetic standpoint is the best way of adding zest to our lives. I believe one of the main reasons behind our success in the sector is our human oriented communication strategy with our partners.

You have been a quite active exporter too and export to many countries including Russia, Georgia, Morocco, Saudi Arabia, Iraq and Turkic Republics. Which country is the easiest to operate in? Which one is your greatest importer?

Approximately 40 percent of our exports go to Middle East and Africa, 40 percent go to Asia and 20 percent go to Europe and America. Global recession and the developments in the Middle East force us to look for other options. While the markets in which we have a strong position begin to shrink we maintain our growth by entering in new ones. Our exports to Far East showed a significant increase in 2016. In addition we are also conducting market research in Eastern Europe and America as our prospect targets.

Are you ambitious in terms of exporting to the US?

Although USA is the world's largest chemical products exporter, it is also the second largest importer in chemical products foreign trade thanks to its imports that worth about one and a half times of its exports. When we take a closer look at the world's wet wipes consumption figures, 25 percent of the total sales which is expected to reach 13.5 billion in 2018 will be made in North America. Within this framework, because of the intensity of demand, USA is one of our largest target markets. Taking into account the different

"IF YOU SET YOUR TARGETS AND WORK HARD WITH PASSION AND HONESTY, AND MORE IMPORTANTLY WITH FAITH AND PATIENCE, SUCCESS COMES BY ITSELF."



market dynamics, purchase structures and business conduct in different states, it is advisable to develop different approaches for different states rather than tackling the US market as a whole. At the moment we are conducting market researches. In addition, when we take a look at global online sales, USA is the second country in the world with a sales volume of 340 billion dollars and the market expands very rapidly. Amazon alone enjoys a sales volume of 79.2 billion. In order to seize the opportunity we made our first sales in the US in June through a distributor company Ultracom-pactUSA and our products will be available to the US consumers at amazon.com platform.

You received the İKMİB export award in wet wipes category. And you came the second in export rankings... What would you like to say about that?

Our chairman of the board Mr. Kömürcü has a nice saying: "There is a thin line between dreaming and being a dreamer." We dream of tangible, discernable dreams that can be realized. If you set

your targets and work hard with passion and honesty, and more importantly with faith and patience, success comes by itself. This is why we are greatly honored by the İKMİB's second runner up award. We set ourselves new targets thanks to the motivation and happiness this award have given us. We will be working harder to be the best.

Talking about exports, can we say that you travel a lot? Where did you go on your latest trip?

I have been to more than 70 countries so far and my last trip was to Dubai. Every trip has inspired me to come up with brand new ideas. You see things you normally don't see very often in your daily life. Things that are very ordinary for a particular culture can be very extraordinary for you. Such instances contribute to your creativity. A different city, different people means a brand new field of observation. Such observations have been quite helpful especially when developing new products.

What kind of routine do you set for your personal care amidst such a busy schedule?

I exercise regularly and I am interested in Muay Thai lately. This exercise not only burns a lot of calories and relieves stress but also I feel very fit in terms of both mind and body.

Is there any aspect in business life that was once challenging for you but not anymore?

As an executive I have to plan and coordinate a lot of different things within the day. In time I realized that the most important thing is to be able to manage yourself. In order to be able to improve oneself, one has to gain experience in hard and disciplined work, being aware of the environment and taking responsibilities. You realize your strengths and weaknesses in time. I believe by trying to improve my strengths and making use of the lessons I learned from negative experiences I am now able to make decisions more rationally.⁷

ve yaratıcı stratejiler bizi rekabette ön plana çıkarıyor. **Şimdi bu alanlardan sıyrılıp 15 saniyelğine ofisinize dönelim. Çalışma alanınızda nasıl vakit geçiriyorsunuz?**

Beş kıtada 73 ülkeye, geniş bir pazar erişim ve lojistik ağı ile global piyasaya hizmet sunuyoruz. Farklı kültürlerden insanlarla görüşmelerle geçen atmosferde yaşanan bir gün sekiz-dokuz saate sığıyor. Değişik görüşleri, yetenekleri, tecrübeleri ve geçmişli olan insanlarla çalışmanın getirdiği tecrübe benim için büyük bir motivasyon kaynağı ve enerjimi yüksek tutmamı sağlıyor.

Üretiminde en çok nazlanan ham maddeniz hangisi?

Esans. Nihai tüketiciyle duygusal bağ kurmada en önemli araçlardan biri. Artık kurumsal firmalar dahi müşteriyile duygusal bağ kurmak için kendilerine özel kurumsal kokular geliştirerek fark yaratmaya çalışıyorlar. Bir ıslak mendil için, tüketici zihninde yer almanın en önemli kriterlerinden biri doğru esans kullanımı. Bölgesel olarak geliştirdiğimiz ürünleri farklı kültürlere özel farklı koku tarzlarda tasarlıyoruz. Bölgesel kriterlerin yanı sıra esansın ürüne olan etkisi de çok önemli, nihayetinde ürettiğimiz ürün ciltle direk

temas eden bir kozmetik. Bütün üretimlerimizde, IFRA standartlarına üretilmiş esansları tercih ediyoruz. Ayrıca ürünlerimizin esansla uyumunu ölçümlemek için kısa ve uzun dönem stabilitelerini yapıyoruz. Esansın içindeki bazı ham maddeler doğası gereği uzun süre sonra ürünün rengine ve kokusuna etki edebiliyor. Özellikle, vanilya, çilek, Hindistan cevizi, kahve ve karamel notaları seçilirken sadece beğeni belirleyici olamamalı. Bu koku notalarında uzun süreli stabilite testlerinde olumsuzluklar meydana gelebiliyor.

Birçok saygın sektörel kuruluşla sağlam temellere oturmuş, köklü bir geçmişiniz var.

Bu endüstride iyi ilişkileri kurma ve yürütme denklemini nasıl işliyorsunuz?

Günümüzde marka iletişiminde bile B2B ve B2C gibi eski kalıplar yenini 'human to human' gibi yeni stratejilere bıraktı. Yani insan odaklılık. Aslında biz bu kavramı uzun yıllardır uyguluyoruz. İnsana insani değerler çerçevesinde yaklaşmak onlarla saygıyla, sevgiyle ve empatik bir bakış açısıyla iletişim halinde olmak hayatımıza renk katmanın en güzel yolu. Sektörde yakaladığımız başarının altında yatan en önemli sebeplerden birinin işbirlikçilerimizle olan iletişim stratejimizi insan odaklı şekillendirmemiz olduğunu düşünüyorum.

İhracatta da etkin bir rolde olduğunuzu biliyoruz. Çalıştığımız ülkeler arasında Rusya, Gürcistan, Fas, Suudi Arabistan, Irak ve Türk Cumhuriyetleri bulunuyor. İşlerin en kolay ilerlediği ülke hangisi?

Satışlarımızın yaklaşık olarak %40'ını Ortadoğu ve Afrika, %40'ını Asya kıtası ülkeleri ve %20'sini Avrupa ve Amerika'ya gerçekleştiriyoruz. Küresel ekonomide yaşanan durgunluk ve Orta Doğu'da yaşanan gelişmeler bizi farklı pazar arayışına itiyor. Güçlü piyasalarımızı yayınlarken yeni açılan pazarlarla büyüme gerçekleştiriyoruz. Uzak Doğu'ya ihracatımız

2016 yılında önemli bir artış gösterdi. Bunun yanında Amerika ve Doğu Avrupa hedeflerimiz arasında, bu bölgelerdeki pazar araştırmalarımız devam ediyor. **Islak mendil dalında firmanız İKMİB tarafından ihracat ödüllü aldı. İhracat sıralamasında da ikinci oldunuz...**

Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bey'in güzel bir sözü var: "Hayal kurmak ile hayalperest olmak arasında ince bir çizgi var". Biz kurduğumuz hayallerin elle tutulur, gerçekleştirilebilir seviyede olmasına önem veriyoruz. Hedefler belirliyor, gayretli, hevesli ve dürüst bir şekilde, en önemlisi inanç ve sabırla

çalışıyorsanız başarı kendiliğinden geliyor. Bu sebeple İKMİB'den aldığımız ikincilik ödülü bizi çok onurlandırdı. İkinci olmanın verdiği motivasyon ve mutlulukla yeni hedefler belirledik. Artık bayrağı devralmak için daha çok çalışacağız.

Tüm bu tempo içinde kişisel bakımınızı nasıl bir rutine oturttunuz?

Düzenli olarak spor yapıyorum. Bir süredir Muay Thai ile ilgileniyorum. Hem yüksek kalori harcatan ve stres attıran bir spor hem de vücudumu ve beynimi zinde hissetmemi sağlıyor.

Çalışma hayatınız boyunca yönetmeyi öğrenip,

artık sizi zorlamayan bir durum var mı?

Bir yönetici olarak gün içinde pek çok şeyi planlamak ve koordine etmek durumundayım. Bu süre zarfında farkına vardım ki; en önemli şey insanın kendini yönetmesi. İnsanın kendini bu konuda geliştirebilmesi için; yoğun ve disiplinli çalışma, çevresinin farkında olma, olaylar karşısında sorumluluk alabilme gibi durumları deneyimlenmesi gerekiyor. Zaman içerisinde güçlü ve zayıf yanlarınızın farkına varıyorsunuz. Ben, güçlü yanlarımı geliştirmeye çalışarak, yaşanan olumsuz tecrübelerden çıkardığım genibildirimlerle karar alma aşamasında artık daha akılcı hareket edebildiğimi düşünüyorum.⁷

SOFT TOUCH

APRICOT'S VELVETY TEXTURE IS ENOUGH EVIDENCE OF ITS BENEFITS TO THE SKIN. LEARN MORE ABOUT ITS MOISTURIZING AND REJUVENATING POWER.

words sude orhan

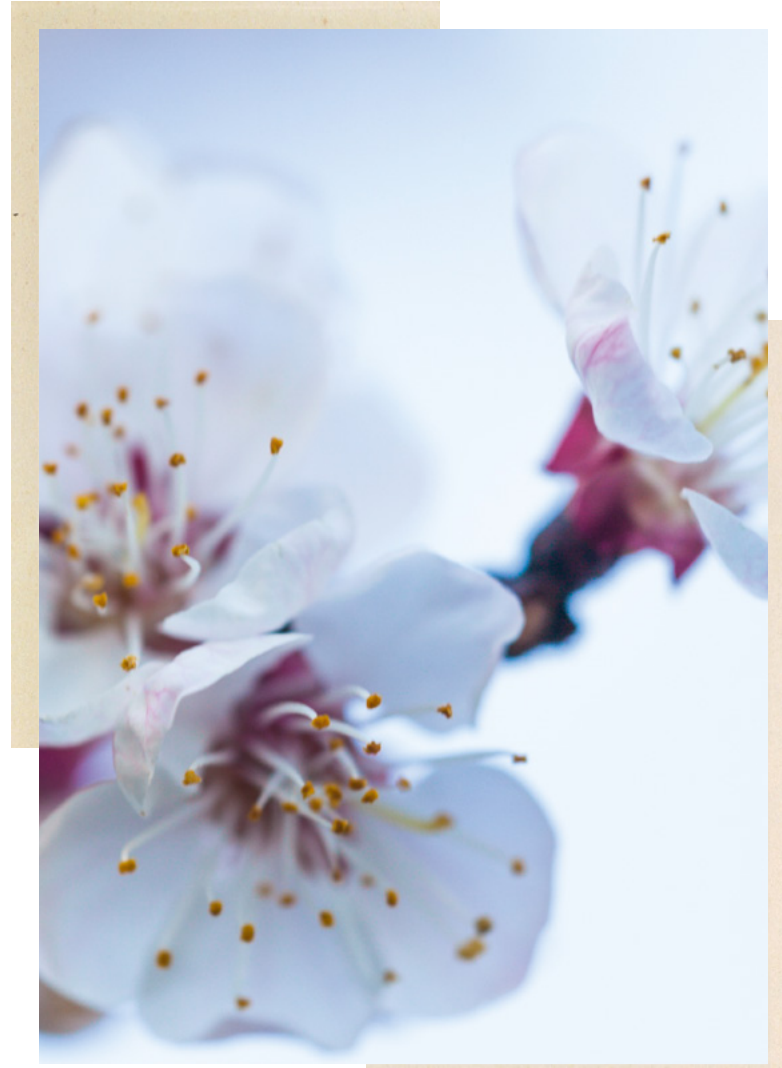


ITS IMPECCABLE MOISTURIZING PROPERTIES THEREFORE COME WITH YET ANOTHER SUPERPOWER: REGAINING ELASTICITY.

Sometimes sour, mostly sweet but always soft. It is the orange that embellishes the fresh green and red fruit platters of summer months. When we touch apricot's velvety skin, it begins to whisper how good it is for you. The oil extracted from its kernel just a little below the fluffy coat is a potent moisturizer which is easily absorbed thus never oils the skin. Rich in gamma linoleic acid, apricot oil maintains the skin's moisture balance and help to keep it firm. Its impeccable moisturizing properties therefore come with yet another superpower: Regaining elasticity. Thanks to the moisture support coming from vitamins A and E, apricot oil minimizes the symptoms of aging, maintaining a firm, clear and vibrant look. It also tackles the damage caused by free radicals as a result of its generous antioxidant qualities. The fact that it is rich in vitamins A and C makes it ideal for sensitive skins; with its anti-

inflammatory character, it is pretty adept against skin conditions such as eczema and dermatitis. And if you spend a little bit too much time under the sun in summer apricot once again comes to your rescue: When applied topically it reduces the itches caused by sun burn. Apricot is an essential ingredient in skin cleansing too: Peeling creams with apricot seed clear away black pores and dead skin cells and balance your skin tone. Getting rid of dead skin cells to reveal fresh and

thanks to its vitamin A and vitamin E content, apricot oil can be added into your shampoo or conditioner to have softer and moist hair. In conclusion, we recommend you to include the oil of this soft but fresh fruit into your beauty routine to charge your whole body with all the moist it needs. It is also a good idea to eat lots of fresh apricots before the summer ends. And of course don't forget to eat them with other colours: Green for plum; red for cherry.⁷



Simone- / iStock Turkey

YUMUŞAK TEMAS

TR Bazen ekşi; çokça tatlı, ama hep yumuşak. Yaz aylarında kırmızı ve yeşille dolu taze meyve tabaklarını süsleyen turuncumuz, o. Kayısının kadife denisi parmaklarınıza temas ettiğinde, aslında cildinize olan faydalarını da teninize fısıldıyor. Minik tüylerin biraz altındaki çekirdekten elde edilen yağı, güçlü nemlendirme gücüne sahip. Üstelik kolay emilebildiği için bu işi cildinizi yağlandırmadan yapıyor. Gamma linoleik asit (GLA) bakımından zengin olan kayısı yağı, ciltteki nem dengesinin devamını sağlayarak cildin sıkı kalmasına yardımcı oluyor. Kusursuz nemlendirme yeteneği, haliyle ona başka bir süpergüç de bahşediyor: Elastikiyet kazandır-

ma. A ve E Vitaminlerinin verdiği nem desteğiyle yaşlanma belirtilerini minimize ediyor; böylece cildinizin berber, dolgun ve sıkı görünümünün devamını teşvik ediyor. Antioksidan bakımından oldukça cömert olan kayısı yağı, serbest radikallerden kaynaklanan hasarlarla da savaşıyor. A ve C Vitaminleri bakımından zengin olması onu hassas ciltler için de ideal yapıyor; enflamasyon karşıtı tavrıyla egzama ve dermatit gibi cilt sorunlarına karşı etkili bir yol izliyor. Yazın güneşin altında fazla vakit geçirdiyse kayısı yine devrede: Topikal olarak uygulandığında güneş yanığından dolayı oluşan kaşıntıyı azaltıyor. Cilt temizliğinde ise olmazsa olmaz bir iken-

olarak karşımıza çıkıyor: Kayısı çekirdeğinden elde edilen peeling'ler ise siyah noktaları temizleyip ölü derileri götürdüğü için alttaki yeni ve parlak cilt hücrelerinin ortaya çıkmasını sağlayarak cilt tonunuzu dengeliyor. Eski deri hücrelerinden kurtulup yenileriyle tanışmak size bir kelimeyi anımsatıyor mu? Evet, yine, 'gençlik'. Minik taneliklerle yapılan peeling cildi hasarlı hücre yüzeyinden temizlediği için ince çizgilerden ve küçük kırışıklıklarda kurtulmanıza da yardımcı. İsterseniz peeling'i kayısı yağıyla da hazırlayabilirsiniz. Toz şeker ve kayısı yağını karıştırmanız ve yüzünüze nazıkçe uygulamanız yeterli. Bu peeling de cildinizi arındırdığı kadar, kayısı yağının nem-

lendirici gücüyle yumuşak bir ten de vadediyor. Saçlar mı? Kayısı yağının saç için belki de en sevindirici etkisi; E Vitamininiyle saç uzamaya teşvik etmesi. Yukarıda bahsettiğimiz üzere nemlendirme gücünü A ve E Vitaminlerinden alan yağı şampuanınıza ya da saç kreminize ilave ederek ekstra yumuşak ve nemli saçlara da kavuşabilirsiniz. Sonuç olarak; bedeninizi komple neme doyurmak için bu diri fakat yumuşak meyvenin yağını güzellik ritüellerinize dahil etmenizi öneriyoruz. Yaz bitmeden kendisini yeterli miktarda, taze taze tüketmenizi tavsiye ederiz. Onun her şeyi faydalı: Yağı, çekirdeği, eti hatta verdiği duygusal hisse nedeniyle kabuğunu bile.⁷



THE SILKY TOUCH OF BEAUTY

export@alfar.com.tr

Catherine Arley[®]
Silky Touch



Alfar
élite

THE GLAMOROUS élite CHOICES FOR YOUR BEAUTY



export@alfar.com.tr

Alfar
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK
www.alfar.com.tr



www.catherinearley.com

CatherineArleyTR Catherinearleytr Catherine_Arley

Alfar
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK
www.alfar.com.tr



www.elitecosmetic.com

ElitecosmeticsTR Elitecosmeticstr Elite_Cosmetics

ROUTINES WITH BENEFITS

OH, THE THINGS YOU DO IN THE NAME OF A BETTER YOU.

words başak ulubilgen



Vizerskaya / iStock Turkey



Marcinn111 / iStock Turkey



eslymaks / iStock Turkey

In today's world, it can be extremely hard to keep a routine going; whether it's about one's health, skin-care, makeup, or even as simple as just reading a book. The dedication one gives to routines, usually requires a significant amount of energy from a person which, let's face it, can be considered a luxury in a working class filled world. In order to keep up with routines, you most importantly need to 'remember' them first. It may sound bizarre to some that the simple act of remembering is a hard thing to do, but when people have a million things on their hands, they can forget the simplest things. And unfortunately, memory usually is the first to go. Once you get that part figured out, you arrive at maybe the most crucial step of the routine: The commitment. Now, in this 'take it or leave it' moment, you can either except it and go on with it, or give up. People tend to go for the latter. And we can't really blame them, because they're probably working 9-to-5 jobs, and by the time the weekend comes around, all they want to do is sleep or watch a movie; not wake up early on a Saturday and swish coconut oil in their mouths for twenty full minutes, then spend another twenty on making a green veggie smoothie, or slip into their gym clothes and go

to their 9 AM yoga class. And imagine doing all of this on a weekday! Let us give a friendly reminder that this is real life, you are not Gwyneth Paltrow, and it's okay. However, there are ways to incorporate a routine or two into your busy schedule, especially if that routine will give you a better skin. It's just too good to give up.

We must inevitably start with the ancient method of oil pulling. Oil pulling, is in fact, oil working like a magnet inside your mouth by pulling away the bacteria, germs and toxins that are conceived when you breath or eat something. Plus, the most common contemporary reason for using the oil pulling method is to have whiter teeth the natural way. If you've ever oil pulled before, you probably know this, but for the ones that have yet to try it, let us tell you that it can almost be considered as a miracle drug. And it's easy, too. You don't really have to do anything other than take a tablespoon full of any raw oil –most commonly used is cold pressed coconut oil, and gargle in your mouth for a little while. The important thing is to not swallow the oil after you're done with the process. Because as you swish the oil around in your mouth, it will draw in the bad

toxins you're trying to get rid of from your body. Doing this everyday also eliminates bad breath, and reduces inflammation, which is starting to become a very common problem amongst people these days. Oil pulling, when done at least once a day, also boosts the immune system, heals and strengthens gums, helps to prevent cavities, heals cracked lips and also is very good for people with acne-prone skin, as the health of our mouth really reflects the health of our whole body. Therefore, if you'd like to start taking care of yourself, it's a safe bet to start from the mouth. However, if you oil pull only occasionally, also known as 'when you feel like it', you can just forget about all the good things listed above. Oil pulling, as easy it may be, requires dedication, which brings us, again, to following a steady routine. This simple method only asks about twenty minutes of your time, every day. Some people go extreme and oil pull day and night. But for a normal, working person, you can definitely start with just once a day and go from there. It's best to not do it longer than twenty minutes, and if you're running out of time, five to ten minutes is okay, too. All in all though, oil pulling has so many advantages, and not doing it daily sounds almost like something you'll

FAYDALI RUTİNLER

Bugünün dünyasında, herhangi bir rutine bağlı kalmak sağlığınız, cilt bakımınız, makyajınız, hatta bir kitap okumak kadar basit bir şey bile olsa, ciddi anlamda enerji gerektiriyor. Ve kabul edelim ki çalışma hayatının yönettiği bir dünyada bu bir lüks. Rutinlerinizi sürdürürebilmek için öncelikle onları 'hatırlamanız' gerekiyor. Hatırlamak gibi basit bir eylemin zor bir şey olması kulağa garip gelebilir ama yapmanız gereken bir milyon iş varsa en basit şeyleri bile unutmanız mümkün. Sorunun bu kısmını bir şekilde hallettikten sonra rutinin belki de en önemli adımına geliyorsunuz: Bağlılık. "Ya hep ya hiç" diyeceğiniz bu noktada, insanlar genellikle

ikincisini seçerler. Çünkü muhtemelen dokuz-beş işlerde çalışıyorlardır ve hafta sonu geldiğinde tek istedikleri ya uyumak ya da bir film seyretmektir. Cumartesi erkenden kalkıp tam 20 dakika boyunca ağızlarını hindistancevizi yağıyla çalkalamak veya spor kıyafetlerini giyip sabah dokuzdaki yoga dersine gitmek istemezler. Bir de bütün bunları hafta içi günlerde yaptığınızı düşünün! Ama yoğun gündeminize bir-iki rutin eklemenin yolları mevcut; özellikle de bu rutinler size daha iyi bir cilt kazandıracaksa. Bin yıllık eski bir yöntem olan yağ çekme ile başlayalım. Bu yöntemde ağızınızın içindeki yağ, ye-

meklerden veya havadan aldığınız bakterileri, mikropları ve toksinleri mıknatıs gibi kendine çekiyor. Bu arada dişlerinizi doğal yollardan beyazlatıyor. Yapmanız gereken tek şey bir çorba kaşığı çiğ yağı ağızınızda çalkalamak. Herhangi bir yağ olabilir ama en çok soğuk sıkım Hindistan cevizi yağı kullanılıyor. Önemli olan bu yağı yutmamak. Bu işlemi her gün tekrarlamak ağız kokularını engelliyor, enflamasyonu azaltıyor, bağışıklık sistemini güçlendiriyor, çürükleri önüyor, diş etlerini ve çatlak dudakları iyileştiriyor. Ayrıca sivilcelemeye müsait ciltlere de çok iyi geliyor. Ancak yağ çekme yöntemini her gün değil de aklınıza geldiğinde

yaparsanız, yukarıda saydığımız bütün faydalarını unutabilirsiniz. Yağ çekme kolay da olsa belli bir kararlılık gerektiriyor ki bu da bizi yine rutinler konusuna döndürüyor. Bu basit yöntem her gün sadece 20 dakikanızı kendisine ayırmanızı istiyor. 20 dakikayı biraz geçmek en iyisi ama geç kaldıysanız beş ya da 10 dakika da yeterli. Sonuçta o kadar faydalı ki, yapmazsanız ileride pişman olabilirsiniz. Hindistan cevizi yağının yanı sıra, susam ve ayçiçeği yağları da sık kullanılıyor. Hatta bazıları farklı yağları karıştırıyor ve ağız kokularıyla daha etkili mücadele veya yağın tadını iyileştirmek için içine kekik ya da nane gibi uçucu yağlar katıyorlar.



Pitjopo / iStock Turkey

regret in the future. Aside from coconut oil, sesame and sunflower oils are also very common. Some people even mix them together. Various essential oils like peppermint or oregano can also be added into the initial oil to prevent bad breath more effectively, not to mention making the oil taste better. Aside from natural do-it-yourself options for a better immune system and skin, there are other, slightly newer ways to take care of yourself. If you have acne issues, for example, you can give derma-rolling a try. However, there are mixed reviews about this method of skincare on the Internet, as it requires you to be careful while dermarolling at home.

A dermaroller sort of reminds of a razor; but instead of the blade part there is a roller containing hundreds of tiny needles that will help your skin to produce collagen faster than its usual pace. It is basically the at-home version of the tried and true microneedling technique. This is made possible by using the dermaroller diagonally and then vertically on your face. The tiny needles get just enough

into the skin, causing deliberately made micro-injuries. As the body produces more collagen and elastin to fix these injuries, it also helps to fill in wrinkles and fine lines. It sounds a little painful, but dermarolling promises a better skin when applied properly. Unlike oil pulling, this method shouldn't be done everyday, as it may cause deeper scars than intended. Some use this method several times a week, but some people prefer to do it in moderation; once or twice a month. Another plus when you dermaroll is that the products you use right after absorb into the skin much quicker through tiny holes. Therefore you get more benefits out of your skincare products. It is very important to make sure that before dermarolling, the skin and the roller should be totally clean. You can use a mild exfoliator right after using your daily cleanser. Make sure that your derma-roller is also clean for a safer application. And after using it, apply a light serum or moisturizer. This method might be much easier to follow for people having trouble with following their rou-

tines, as you only need to do it few times a month.

Going back into natural remedies for your skin, there is the use of ice for de-puffing eyes and getting rid of dark circles. The easiest way to help prevent puffy eyes in the morning is to keep a dessert spoon in the freezer at all times. Right after your daily skincare routine, you can hold the backside of the spoon under your eye for a couple of seconds. The cold coming from the metal spoon will make you look more awake. If you'd like to make this daily ritual fancier, you can prepare cubes of ice with pieces of cucumber beforehand and apply that under your eyes and all over your face. The soothing effect coming from the cucumber will also help with dark circles. You can also freeze lemon juice or rose water with little rose buds in ice cubes. This will also work as a brightening agent for your skins. One thing is for sure though, all these methods might require some sort of commitment, but for a better skin and therefore a better you, it's definitely worth your time.™



Bağışıklık sistemine veya cildinize iyi gelen ev yapımı doğal reçetelerin dışında, kendinize bakmanın başka ve daha yeni yolları da var. Örneğin sivilce sorunu yaşıyorsanız, dermarolling yöntemini deneyebilirsiniz. Ancak evde uygularken çok dikkatli olunması gerektiğinden, İnternette bu cilt bakım yöntemiyle ilgili farklı yorumlar yapıyor. Dermaroller aleti biraz tıraş bıçağına benziyor ama jilet yerine, üzerinde minik iğneler bulunan ve böylece cildinizin kolajen üretimini hızlandıran bir silindir taşıyor. Bu, özünde, test edilmiş ve onaylanmış micro-needling tekniğinin ev versiyonu. Minik iğneler cildinize sadece yeterli kadar batıyor ve

mikro yaralar oluşturuyor. Vücut bu yaraları iyileştirmek üzere daha fazla kolajen ve elastin üretiliyor ve bu arada kırışıklıkları ve ince çizgileri de dolduruyor. Biraz acılı bir yöntem gibi görünse de doğru uygulandığında size daha iyi bir cilt vadediyor. Yağ çekmenin tersine bu yöntem her gün uygulanmalı, zira cildinizde daha derin yaralara yol açabilir. Bazıları bu yöntemi haftada birkaç kez uygularken diğerleri daha ılımlı davranıyor: Ayda bir veya iki kere. Dermaroller'in bir artısı da, işlemden hemen sonra kullandığınız ürünlerin bu küçük deliklerden cilde çok çabuk nüfuz etmesi. Böylece ürünlerden daha iyi sonuç alıyorsunuz. Bu yöntemi uygulama-

dan önce dermaroller aletinin de cildinizin de mutlaka ve tamamen temiz olması gerekiyor. Günlük temizleyicinizi uyguladıktan sonra yumuşak bir peeling kullanarak cildinizin üst katmanında biriken ölü deriden kurtulabilirsiniz. Üzerine hafif bir serum veya nemlendirici sürün. Bu yöntem ayda sadece bir ya da iki kez uygulandığından, rutinlerle sorunu olanlar için daha uygun olabilir. Cilde iyi gelen doğal reçetelere dönersek, sabah gözlerdeki şişkinliği indirmenin en kolay yöntemi, buzlukta her daim bir tatlı kaşığı bulundurmaktır. Günlük cilt bakımı rutininizden hemen sonra kaşığın arka tarafını göz atlarınıza birkaç saniye bo-

yunca hafifçe bastırın. Metal kaşığın soğukluğu ile daha uyanık görüneceksiniz. Bu rutine biraz eğlence katmak isterseniz, içine bir dilim salatalık atılmış buz küpleri hazırlayabilir ve göz atlarınızdan sonra tüm yüzünüze uygulayabilirsiniz. Salatalığın yatıştırıcı etkisi göz çevresindeki halkalara da iyi gelecektir. Limon suyundan ya da içinde minik gül koncaları atılmış gül suyundan buz küpleri de yapabilirsiniz. Bunlar cildiniz için ayrıca aydınlatıcı işlevi göreceklerdir. Bütün bu yöntemlerin bir tür kararlılık gerektirdiği kesin olsa da, daha iyi bir cilt ve dolayısıyla daha iyi bir siz için harcayacağınız zamanın hakkını veriyorlar.™



dalan®

Goodness of Nature



dalan.com.tr



A High-Spirited Collection

Flormar's dynamic and colorful "Arty Pop" collection gives a shot of youth energy into makeup. Presented in a package with elegant graphic patterns the collection features a wide range of products from BB cream to mascara.

Your Skin's Own Bodyguard

Cosmed's Sun Essential series provide special sun protection for different skin types. With 100 percent mineral content the sun cream developed for sensitive skins is safe to use even for babies, while promising a matte looking skin thanks to its oil balancing properties for acne prone skins.



Dense Volume

Note promises dramatic and impressive eyes with two different mascaras. Nourishing the roots of the eyelashes with vitamin E, Real Look Mascara creates curled and defined lashes. With no paraben content Volume Act Mascara's creamy formula is suitable for sensitive areas around the eyes and gives body to the lashes. With these two mascaras, your eyelashes will get the volume as well as the drama.



PASTEL

C O S M E T I C S



SECRETS OF BEAUTY



SUNLIGHT HIGHLIGHTER



DAYLONG PRODUCT OF THE YEAR



pastelcosmetics.com

FOCUS

photography gökhan polat imaginary & words masal yılmaz



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

Personal Hours



Finish your day with an easy cleaning routine.

1 Ultra Compact Intimate Wet Wipes/*Arsan Kimya* 2 Otacı Makyaj Temizleme Suyu/*Kurtsan İlaçları* 3 Organicadent Organic Toothpaste/*Organica Natural* 4 Fresh White Polishing Tooth Powder Fast Stain Remover/*Yaşarlar Kozmetik* 5 Cosmed Day-to-Day Cleansing Gel/*Deren Kimya*

Kids Are Having Fun



Candy-like scents will make your day.

1 Kendi Scrumptious Body Lotion/*Kendi Kozmetik* 2 Ma Boy Fun Time Perfumed Spray For Kids/*Crea Cosmetic* 3 Dentish Smart Kids Toothpaste for Kids/*Yaşarlar Kozmetik* 4 Rebul Angie Hot Flowery Deodorant Spray/*Rebul Kozmetik* 5 Kreasyon Creation Skateboard Eau de Toilette/*Fon Kozmetik*

Aging Well



No drama on the skin.

1 Iva Natura 3 Effect Eye Area Cream/Laber Kimya 2 Iva Natura Anti Aging Cream/Laber Kimya 3 Bio Balance Derma-Age Rejuvenating Skin Care Cream/Alpaya Dermaceuticals 4 Coffee Blend Scrub/Espas Kozmetik 5 Cosmed Intensive Lightening Serum/Deren Kimya 6 Gabrini Gold Mask/Kadıoğlu Kozmetik

In Yours Eyes



Make your eyes pop.

1 Pineapple Super Moon Dust Liquid Eyeshadow 2/Monna Kimya 2 Colleen Eyeshadow 24 Colors 240/Komet Kozmetik 3 Colleen Eyeshadow 3 Colors 302/Komet Kozmetik 4 Pastel Dramatic Look 5X Volume Mascara/Pinkar Kimya 5 Gabrini Metallic Liquid Eyeshadow 02/Kadıoğlu Kozmetik 6 Gabrini Metallic Liquid Eyeshadow 03/Kadıoğlu Kozmetik

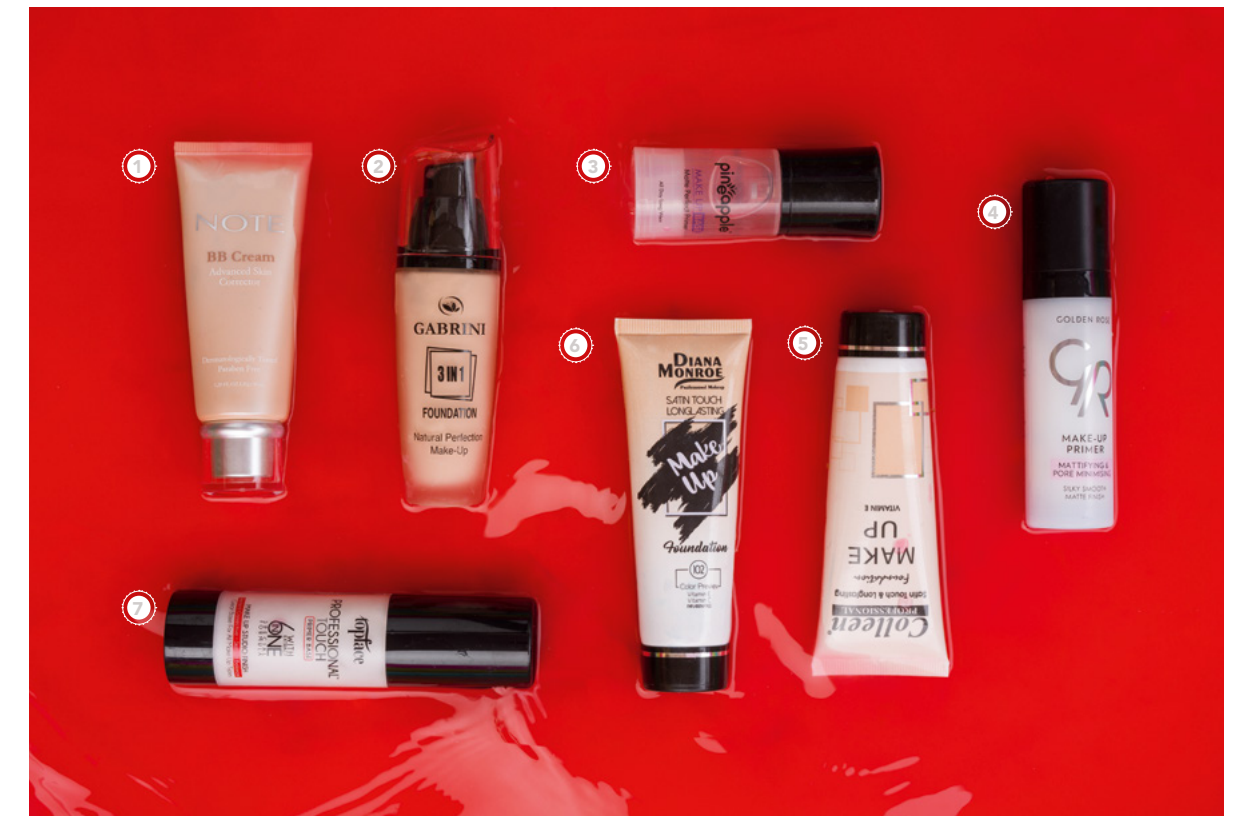
Soft and Healthy



Curb your enthusiasm by using the right tools.

1 Rain Coconut Care Conditioner/Sera Kozmetik 2 FE In Style 103 Saç Fırçası/Ataş Group 3 FE In Style 110 Saç Fırçası/Ataş Group 4 Katran Damlası Yeşil Çay Saç Kremi/Sabuncu & Sabuncu

Flawless Skin



Different textures for different skin types.

1 Note BB Cream 01 SPF 15/Altona Cosmetics 2 Gabrini 3 in 1 Foundation/Kadıoğlu Kozmetik 3 Pineapple Matte Make Up Base/Monna Kimya 4 Golden Rose Make-Up Primer Mattifying/Erkul Kozmetik 5 Colleen Satin Touch & Longlasting Foundation/Komet Kozmetik 6 Diana Monroe Satin Touch Long Lasting Foundation 102/7 Renk Kozmetik 7 Topface Professional Touch Primer Base 001/Malva Kozmetik

All Over Your Body



Cleaning procedure is a serious job.

1 Rebul Dark Spice Shower Gel/Rebul Kozmetik 2 Otacı Meyveli Vanilya & Hindistan Cevizi Kuru Saçlar İçin Şampuan/Kurtsan İlaçları 3 Olive'n Oil Peeling Soap/Sera Kozmetik 4 Beautix Shimmer Body Mist Oud/Sera Kozmetik 5 Iva Natura calming Shower Gel/Laber Kimya

Hair for Life



Your hair deserves the best.

1 Sea Color Guard Hair Care Shampoo/Lila Cosmetic 2 Bio Balance Organic Pomegranate Shampoo/Alpaya Dermaceuticals 3 Katran Damlası Katran Şampuanı/Sabuncu & Sabuncu 4 Cosmed Hair Guard Anti-Dandruff Shampoo/Deren Kimya 5 Rain Coconut Care Shampoo/Sera Kozmetik

Get Fresh



Your best friends on a hot day.

1 Fonex Traditional Turkish Lemon Cologne/Foneks Kozmetik 2 Rebul Mandarine Eau de Cologne/Rebul Kozmetik 3 Ixora Zeytin Kolonyası/Espas Kozmetik 4 Altın Yaprak Mandarin Cologne/Aron Kozmetik

Men's World



What a man needs.

1 Energy Fresh Cool Shaving Gel Matsan Group/Dalize Kozmetik 2 Gabrini Peel Off Balck Mask/Kadıoğlu Kozmetik 3 Bio Balance Facial Whitening Cream For Men/Alpaya Dermaceuticals 4 Gummy Beard Oil/Foneks Kozmetik 5 Gummy Professional Pore Cleansing Face Tonic/Foneks Kozmetik

Creamy Touch



Softer skin essentials.

1 Dalan d'Olive Moisturizing Hand & Body/Dalan Kimya 2 Otacı Calendula Krem/Kurtsan İlaçları 3 Iva Natura Moisturizing Hand Cream/Laber Kimya 4 Gabrini Parfümlü Vazelin/Kadıoğlu Kozmetik 5 Olive'n Body Moisturizing Face Cream/Sera Kozmetik

Go Color



A pop of color on your nails.

1 Catherine Arley Silky Touch Nail Lacquer 252/Alfar Kozmetik 2 Pineapple Extreme Nail Polish 190/Monna Kimya 3 Catherine Arley Silky Touch Nail Lacquer 947/Alfar Kozmetik 4 Pastel Soft Pop 785 & 780/Pinkar Kimya 5 Gabrini Matte Flat Brush Nail Polish M14 & 72/ Kadıoğlu Kozmetik 6 Topface Femme Alpha Nail Lacquer 046/Malva Kozmetik 7 Golden Rose Ice Chic Nail Colour 94 & 90/Erkul Kozmetik 8 Pastel Nail Polish Nude 750 & 759/Pinkar Kimya

Beauty Eurasia

14th INTERNATIONAL COSMETICS, BEAUTY, HAIR EXHIBITION

ufi
Approved
Event



Meet the BEAUTY
Where the
Continents MEET!

19 - 21 APRIL 2018

ifm Istanbul Expo Center

YESILKOY / Istanbul
HALL 9 - 10 - 11

www.BeautyEurasia.com



Book your stand!

Organiser



T: +90 212 603 33 33 | info@beauty Eurasia.com



ALPAGO ÜRESİN THE MISSION IS INNOVATION

FOLLOWING WORLD COSMETICS TRENDS CLOSELY AND PUTTING THEM INTO PRACTICE BEFORE ANYONE DOES FLORMAR DEEMS INNOVATION AS AN IMPORTANT COMPANY MISSION. FLORMAR'S R&D DIRECTOR ALPAGO ÜRESİN TELLS ALL ABOUT IT.

questions mey güreli photography flormar archive



Once known with only nail polishes Flormar has become one of the leaders of Turkish cosmetics sector. What is the story behind this success in terms of product oriented thinking and product development?

What triggers our product oriented thinking and our focus on product development is our mission and vision of being 'the friendliest quality cosmetic brand to women'. We have been going through sustainable changes in a number of fields from product contents to production technologies, from primary and secondary packaging to marketing and supply chain processes, from human resources to logistics, product trainings and presentations for many years in order to be able to develop such a company culture. While improving ourselves in this fast paced process we have gained a lot of experience and we paid great attention to share our experiences with our new colleagues. We utilized all negative and positive experiences as valuable lessons and took action

almost immediately. Our experiences on how to produce the right product with the best quality have been our guide in this process.

Technology and cosmetics seem like a couple who are madly in love with each other. When it comes to R&D at Flormar, what kind of a technology are we talking about?

Innovation is our most important value. It is a value Flormar R&D embraces very passionately and takes as a guide. An inseparable part of innovation, technology is constantly supported by continuous research, trade show organizations and trainings. Within this framework we encourage out-of-the-box thinking, creativity and marketable solutions. As it is the case in all industries, cosmetics sector also develops, changes and improves through technology. We don't think of technology in terms of hi-tec equipment only. In line with raw materials technology, formulation

"AN INSEPARABLE PART OF INNOVATION, TECHNOLOGY IS CONSTANTLY SUPPORTED BY CONTINUOUS RESEARCH, TRADE SHOW ORGANIZATIONS AND TRAININGS."

and packaging technologies also play a vital role in our business. We follow technology trends very closely and always try to be the first to implement them.

Flormar is known to be a company that is open to new ideas rather than distancing itself from cosmetic trends abroad. When it comes to product development what is your road map?

It is impossible to distance oneself from cosmetic trends in an environment where technology and means of social communication are developing in such a fast pace. All these digital means of communication are in fact helping us in our business development processes. All these outlets have made access to innovations so easy and fast that it led us to thinking "what else can we make to differentiate us from our competitors and to outpace them". We see this as an opportunity rather than a necessity. Our R&D team is young and inquisi-

MİSYON YENİLİKÇİLİK

► Bir zamanlar sadece ojeleriyle tanınan marka, bugün Türk kozmetik liderlerinden biri haline geldi. Bu başarının arkasında ürün odaklı düşünme ve ürün geliştirme açısından nasıl bir hikaye var?

Ürün odaklılığımızı ve ürün geliştirme konsantrasyonumuzu tetikleyen, 'kadınlara en yakın duran kaliteli kozmetik markası olma' vizyonumuz ve misyonumuzdur. Yıllardır bu kültürü geliştirmek adına ekip olarak, ürün içeriklerinden, üretim teknolojilerine, birincil ve sekonder ambalajlardan, pazarlama, tedarik zinciri süreçlerine, insan kaynağından, lojistiğe, ürün eğitimlerine ve sunumlarına kadar pek

çok alanda sürdürülebilir değişimler yaşadık. Kendimizi bu hızlı süreçte geliştirirken, deneyimlerimizi geliştirdik, bu deneyimleri aramıza yeni katılan iş arkadaşlarımıza aktarmayı önemstedik. Yaşadığımız her olumlu ya da olumsuz deneyimi bir tecrübe olarak değerlendirdik, yine aynı hızda aksiyon aldık. Tüm bu süreçlerde doğru ürünü, en iyi kalitede nasıl yaratacağımız konusunda deneyimlerimiz bize yol gösterdi.

Teknoloji ve kozmetik, birbirine tutkuyla bağlı bir çift. Flormar'da ArGe dediğimizde nasıl bir teknoloji den bahsediyoruz?

Yenilikçi olmak, en önemli değerimiz. Bu değer, Flormar

ArGe'si tarafından da fazlasıyla sahiplenilir, ona yön verir. Yenilikçiliğin bir parçası olan teknoloji ise, sürekli araştırma, fuar organizasyonları ve eğitimlerle desteklenir. Bu anlamda, sıradışı düşünmeyi, yaratıcılığı ve pazarlanabilir çözümleri teşvik ederiz. Her sektörde olduğu gibi kozmetik sektörü de gelişen teknolojiler sayesinde beslenir, değişir ve gelişir. Teknoloji bizim için sadece makine teknolojisi anlamına gelmez, ham madde teknolojisine paralel olarak formülasyon teknolojisi ve ambalaj teknolojisi de işimizin çok önemli parçalarıdır. Yakından takip ederiz ve her zaman ilk uygulayıcı olmaya çalışırız.

Flormar, yurt dışındaki kozmetik trendlerine

uzak ve mesafeli duran bir firma değil, aksine, yeniliklere açık oluşuyla tanınıyor. İş ürün geliştirmeye geldiğinde nasıl bir yol izliyorsunuz?

Teknolojinin ve sosyal iletişim araçlarının bu kadar hızlı geliştiği bir ortamda, kozmetik trendlerine mesafeli durma şansızız zaten yok. Tüm bu dijital araçlar, aslında bizlerin iş geliştirme süreçlerine destek oluyor. Yeniliklerden haberdar olmak tüm bu araçlar sayesinde o kadar kolaylaştı ve hızlandı ki, bizleri ürün geliştirirken 'rakiplerimizden daha hızlı ve daha farklı neler yaratabiliriz' düşünmeye zorladı. Bu durumu bir zorlanma değil, bir



tive. We are open to innovations and we share new information and various technologies. Our R&D, product development and marketing teams come together on a regular basis to discuss and share experiences, information and new products. Every team member shares all kinds of information and materials that could contribute to product development processes.

How do you analyze trends?

Cosmetics is a very dynamic sector. The essential rule of becoming the leader in the sector is to closely follow global developments and swiftly adapt ourselves. We partake in various national and global trade shows, seminars and trainings to add on to the knowledge base of our innovation team. We come together with international trendsetter companies and consultants to discuss the product groups the sector is focusing on, the performance of textures, popular colors and packaging solutions and develop and implement projects based on these discussions.

Talking about trends, when you analyze

the Turkish market which trends particularly come forward?

It is possible to say that Turkish market moves in line with the global trends. However it is also true that we remain loyal to a more traditional outlook. The cosmetics purchasing decisions of Turkish women are generally based on recommendations rather than their own ideas. The analysis of cosmetic trends in Turkey have shown that women pay more attention when choosing three main product groups: Foundation, mascara and lipstick. According to researchers the issue of finding the right color tone is more important than the price of the product. On the other hand, skin care is still an open field today where the number of Turkish brands are very few.

How would you comment on the beauty habits of Turkish women?

I think Turkish women are strong and willful yet at the same time they are open to innovations and learning new things. Especially the younger generations get the wind of and apply new trends and products as they happen thanks to digital

platforms and technology. This is both challenging and motivating in terms of cosmetics brands.

What is your definition of beauty?

The definition of beauty is relative. It may have diverse definitions. As for my own understanding of beauty, an old Greek saying describes it very clearly: "Beauty comes from good behavior, not from a beautiful body."

What qualities make a strong and essential product?

The most critical parameters are texture, color concentration and durability. If these three parameters are supported with a powerful brand and marketing strategy the product becomes an essential.

Life at the laboratory are among the issues many people are curious about. How is your work schedule and work pace?

It is very intense I must say... However my team is young and open to new developments and they have been a great support so far. We have a lot of

"ANOTHER
IMPORTANT FACTOR
IN EXPLORING
THE WORLD OF
COLORS AND BEING
CREATIVE IS TO
WORK SELFLESSLY
WITH THE
EXCITEMENT OF THE
VERY FIRST DAY."



fun while working and we interpret the beauty of this colorful world in our products using our know-how. The most critical and important factor among all this might be to balance our work and private lives.

Which Flormar products represent the brand the best?

I'm afraid you might not get a direct answer to this question but I believe the whole product range in itself is iconic. It is really difficult to distinguish between them. From the consumers' point of view, Flormar's nail polishes have been a staple in women's makeup bags for quite a long time however in the past few seasons they began to show interest in our powders, foundations, blushes, mascaras and lipsticks. They like our products and use them faithfully.

What do you think is the most important element of success in color cosmetics?

Success builds upon a good education and an investigative spirit. Unfortunately there are very few institutions in our country that can provide

some education on color cosmetics. Based on my more than 20 years of experience I can say that another important factor in exploring the world of colors and being creative is to work selflessly with the excitement of the very first day.

Do you remember your first day at Flormar?

Of course I do We were located in a four storey apartment building with a very limited technology insomuch that, most of the production and bottling had to be done manually. Today we have hi-tec premises at Gebze Organized Industrial Zone, which is the epicenter of Turkish cosmetic sector and we utilize state of the art cosmetic technologies in our production.

Can you tell us about your own beauty rituals and products you use?

A clean body is essential to me. I take a shower every morning no matter where I am. I use a re-vitalizing and moisturizing product after I shave. My weekly routine includes a peeling product,

an anti aging mask and other skincare products developed for men. The most crucial rule is to change all products I use every three months.

You must be traveling a lot for business. What do you remember the best from your latest trip?

Yes I travel a lot to take part in trade shows and trainings within the year. Other than business trips, my family and I are also very fond of traveling abroad to experience different cultures and improve our own personal know how. I remember our latest Japan and Korea trip. Eastern cultures have a different richness to them. They have a different vision on traditions and respect. These two countries have shaped cosmetic trends in recent years and although they are very similar to one another in some ways, I realized that they are quite different too. While Japanese culture is more akin to colors that are firm, fixed and stable, Koreans underline a colorful diversity and a more modern understanding of social life. Such qualities have an impact on living spaces, lifestyles and even on the makeup habits. ⁷

fırsat olarak kabul ediyoruz. Genç ve araştırmacı bir ekibiz. Yeniliklere, bilgi ve farklı teknolojilerin paylaşımına açık bir yapımız var. ArGe, ÜrGe ve Pazarlama ekiplerimiz konuyla ilgili, düzenli olarak bir araya gelir. Deneyimlerin, bilginin, trendlerin ve yeni ürünlerin görüşüldüğü düzenli toplantılar yapılır. Bu toplantılarda ekibin her üyesi, ürün geliştirme sürecine katkısı olabilecek her türlü bilgi ve fiziksel materyali paylaşır.

Trendleri nasıl analiz ediyorsunuz?

Kozmetik, çok dinamik bir sektör. Tüm dünyadaki gelişmeleri takip etmek ve yeniliklere hızlıca adapte olmak, bu sektörde lider konuma gelmenin en

temel kuralı. Yurt içi ve yurt dışında pek çok sayıda fuar, seminer ve eğitime katılarak inovasyon ekibimizin bilgi birikimini artırıyoruz. Uluslararası trendsetter firmalar ve danışmanlarla bir araya gelerek sektörün hangi ürün gruplarına yoğunlaştığını, dokuların hangi performansta olacağını, popüler renklerin neler olduğunu ve ambalaj çözümlerini tartışıyor, geliştiriyor ve projeler yürütüyoruz.

Trendlerden bahsetmişken Türkiye'nin kozmetik trendlerini analiz ettiğinizde hangi noktalar özellikle öne çıkıyor?

Tüm dünya trendleriyle paralel hareket ettiğini söyleyebiliriz. Ancak, bugün hala daha geleneksel bir

yapıya sadık kaldığımız da bir gerçek. Türk kadını, kendi başına karar vermekten ziyade, bir öneriye kulak vererek kozmetik ürün satın alıyor. Türkiye'nin kozmetik trendlerini analiz ettiğimizde, üç temel ürün grubunu seçerken daha fazla araştırma yaptığımızı gözlemliyoruz. Fondöten, maskara ve ruj. Araştırmalar, bu üç ürün grubunda da kalitenin ve cilde

uygun rengi arama parametrelerinin fiyattan önce geldiğini gösteriyor. Cilt bakımına, bugün hala gelişime açık bir alan, çok fazla yerli üreticinin olmadığı bir kulvar.

Türk kadınının güzellik alışkanlıklarını nasıl yorumluyorsunuz?

Bence Türk kadını güçlü ve iradeli olmasına rağmen,

yeniliklere ve öğrenmeye çok açık. Özellikle yeni jenerasyon, dijital platformlar ve teknoloji sayesinde her yeniliği zamanında görüyor, öğreniyor ve uyguluyor. Bu durum, kozmetik sektörü için bir yandan çok motive edici, bir yandan da son derece zorlayıcı.

Sizin güzellik tanımınız nedir?

Güzellik tanımı görecelidir. Benim için güzellik aslında bir Yunan atasözü net bir şekilde tarifliyor: "Güzellik, güzel bedenden değil; güzel eylemlerden doğar."

Peki bir ürünü hangi özellikler güçlü ve

vazgeçilmez yapar sizce?

Dokusu, renk yoğunluğu ve kalıcılığı en kritik parametrelerdir. Bu üçlü, güçlü marka ve pazarlama stratejisiyle beslendiğinde kesinlikle vazgeçilmez olur. Laboratuvar hayatı çoğu kişinin merak ettiği konular arasında, sizin çalışma tempunuz ve düzeniniz nasıl? Çok yoğun olduğunu söyleyebiliriz. Ancak, genç ve dinamik ekibim bu konuda gelişime çok açık ve bana sonsuz destek veriyor. Eğlenerek çalışıyoruz, bu renkli dünyanın keyfini teknik donanımlarımızla işimize aktarıyoruz. İş hayatıyla aile hayatınızı dengelemek, tüm bu yoğunluğun içindeki en kritik ve önemli nokta oluyor sanırım.

Flormar'ın hangi ürünlerini markanın temsilcisi olarak görüyorsunuz?

Bunu samimi bir cevap olarak almayacağınız belki ama Flormar'ın tüm ürün paletinin başlı başına ikonik olduğunu düşünüyorum. Onları birbirinden ayırmak çok zor. Tüketicilerimizin açısından bakacak olursak, yıllardır makyaj çantalarının vazgeçilmez Flormar ojeydi ancak son birkaç sezondur pudra, fondöten, allık, maskara, ruj, kişisel bakım ve cilt bakımı ürünlerimizi de beğenerek, sadakatle kullanıyorlar. **Sizce renkli kozmetikte başarı kriteri nedir?** Başarının temelinde iyi bir eğitim ve araştırmacı ruhu

yatar. Ülkemizde ne yazık ki renkli kozmetik alanında eğitim veren kuruluş sayısı bir elin beş parmağını geçmeyecek kadar az. 20 yılı aşan deneyimime istinaden, renklerin dünyasını keşfetmenin ve yaratıcılığı ortaya koyabilmenin bir diğer önemli faktörü, özvenli olmak ve ilk günkü heyecanla çalışmaktır.

Flormar'daki ilk gününüzü hatırlıyor musunuz?

İlk günümü hatırlamaz mıyım? Dört katlı bir apartman, teknoloji kısıtlarımız nedeniyle çoğu üretimi ve dolumu elle, teknik terimle manuel gerçekleştiriyorduk. Şu anda Türkiye'nin kozmetik sektörü açısından en önemli yerinde, Gebze Organize Sanayi Bölgesi'nde

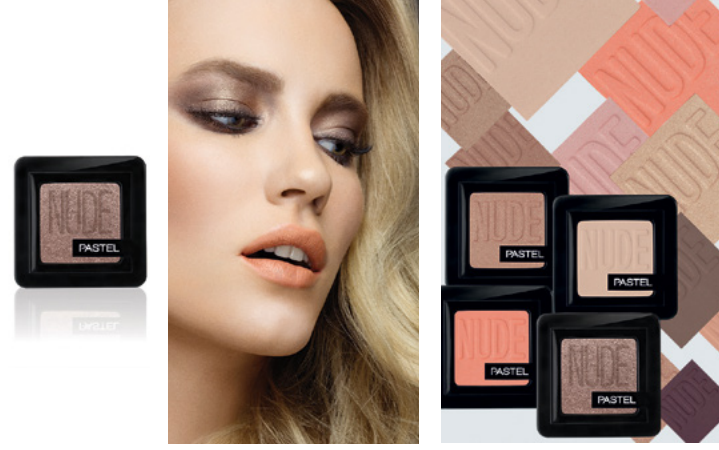
kurulu tesislerimizde, üretimlerimizi modern kozmetik teknolojileriyle gerçekleştiriyoruz.

Sizin kişisel bakım rutininizde hangi ürünler ya da ritüeller var?

Beden temizliği benim için vazgeçilmezdir. Nerede olursa olsun güne mutlaka duş alarak başlarım. Tıraş sonrası, cilt canlandırıcı ve nemlendirici krem kullanırım. Haftalık rutinim içinde cilt bakımını destekleyen peeling ürünü, maske ve yaşlanma etkilerini azaltan diğer erkek bakım ürünleri de yer alır. En kritik kuralım ise şu: Üç ayda bir tüm kullandığım ürünleri değiştiririm. ⁷

About Skincare

Established in 1987, Ataş Company presents a rigorous product range in personal care, cotton and mouth care segments. With brands like Fe, FeX and STOP, Ataş Company exports to many countries around the world including the USA.



Natural Shades

Pastel Nude Single Eyeshadow is the newest member of Pastel's ever expanding NUDE series. 16 different shade alternatives from the darkest to the lightest are designed to create a soft and natural look.

For your Happiness

Froma Fragrances & Flavors produces scents and designs for happiness. The company which lives with aromatics has different scent sections such as like fragrance collections and essential oils. Froma F&F also has a flavor line which fullfills the legistallion requirements of Human Health, Environmental issues and Hygiene procedures.



Sweet Smelling Rooms

Coming in a recently renewed modern package, Crea Kozmetik's White Drop air freshener gets rid of unpleasant odors in a room with five different aroma options: Lavender, jasmine, ocean, mandarin or magnolia.



Herbal Formulas

Based and operating in Turkey, Keypharma Health And Beauty Products creates herbal formulas under the brand name Laviren. Cooperating with Herbal Science Technology the company offers a wide range of fast moving consumer products including herbal shampoos, herbal hair conditioners, skin creams and soaps with natural extracts.

saloon®

Duş Jeli / Shower Gel



Saloon Duş Jelleri temizlik ve duruluk hissini hijyenik ve pratik bir formla banyonuza taşır. Akışkan formülü sayesinde kolayca dökülür, hemen köpürür ve kolayca durulanır. Sabun artığı bırakmaz, cildinizi kurutmaz. İçeriğindeki Doğal aktif bileşenler sayesinde cildinizi nemlendirir ve besler.

Şimdi duşta da doğallık sizinle ...



www.saloon.com.tr

tibet



salooncomtr



salooncomtr



salooncomtr

www.tibet.com.tr

TRENDING COLOUR LAUNCHES

FANTASY AND MYTHICAL INSPIRATIONS ARE TRENDING IN THE COLOUR COSMETICS MARKET, BRINGING NEW HOLOGRAPHIC AND LUMINOUS EFFECTS.

words charlotte libby, global colour cosmetics and fragrance analyst at mintel

In 2017, the latest trends of beauty vloggers and fashion-forward consumers are taking a slightly more playful and unique approach to makeup, with holographic highlighters, out-of-this-world lip colours and magically-inspired beauty tools taking centre stage.

For brands looking to tap into this trend, Mintel recommends:

- **Focus on the glow.**

Highlighting is becoming more popular for defining the face than heavier techniques such as contouring. Colour cosmetics brands should focus new product innovation on glow-boosting products.

- **Explore mythical effects.**

New colours and effects are gaining popularity

in the colour cosmetics market inspired by magical influences. Packaging and marketing materials can align with the trend by drawing inspiration from creatures such as mermaids and unicorns.

- **Magical collaborations.**

Colour cosmetics brands can see success collaborating with other 'magic' and alternative sources



Romolo Tavani / iStock Turkey

MINTEL

such as the zodiac and crystal healing. Ingredient and effect claims around creating positive energy can appeal to millennials.

- **Interest in special effects**

Colour and special effects are key drivers behind the purchase of new colour cosmetics. According to Mintel data as many as 25% of nail polish users in the US use a special effect nail polish, while 58% of UK face makeup buyers are influenced by the colour or shade when purchasing. What's more, younger women are in particular are keen to try out bolder looks. As many as 30% of 16-24 year old Italian makeup users are confident experimenting with bright or bold looks.

- **Millennials respond to magic and fantasy**

The younger generations are more adventurous with their makeup styles than their older counterparts, and are more comfortable trying unusual colours and effects. Millennials are therefore the main drivers of the mythical inspirations trend. However, their interest expands into areas such as crystal healing and astrology, which have also emerged in beauty marketing. Young adults also pride themselves on being very open-minded, and 53% of millennials describe themselves as such.

- **The next step in colour influences**

A number of recent product launches in global beauty markets have used elements of spiritual healing. In 2017, Nails Inc launched the Mindful-

ness Manicure range of products, which are infused with gemstones. Brands can appeal to a millennial audience with colour cosmetic launches which are inspired by elements of spiritual healing such as crystal therapy and colour therapy. While products can take a packaging and branding approach, millennials are increasingly open to new ways to



highlighter segment. Products such as the Wet n' Wild Colour Icon Rainbow Highlighter are offering a fantasy-inspired colour palette to the face. Primers are also moving into luminous and holographic tones, with lilac sheen and holographic tones designed to brighten and enhance skin's tone. Further exploration of colour trends in primer launches will appeal to Chinese women in particular, where 56% wear primer for quick everyday makeup.

- **ABOUT THE AUTHOR**

Charlotte joined Mintel in 2013 as a UK Beauty Analyst and now focuses on the Global Colour Cosmetics and Fragrance markets. Prior to joining Mintel, Charlotte worked at a Beauty PR agency before moving to publisher Bauer Media to work on their women's magazine portfolio. Charlotte is experienced in analysing consumer behaviours and identifying trends, and has a BA (Hons) in Public Relations & Communications.

- **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

destress and boost mood. Face makeup products can explore balancing chakra claims as the third eye, throat and crown chakras are located on the head.

- **The new shades of glow for the face**

The contouring trend has given way to a focus on highlighting the face; this offers a subtler and more modern approach to facial definition. New colours and holographic finishes are also popular in the

YENİ RENK TRENDLERİ

ID Güzellik konusunda uzmanlaşan vlogger'lar ve moda bilinci yüksek tüketiciler 2017 yılında, hologram etkili aydınlatıcılar, dünya dışı dudak renkleri ve ilhamını sihirden alan güzellik araçlarıyla, makyaja biraz daha oyuncu ve kendine özgü bir yaklaşım getiriyorlar. Bu trendden faydalanmak isteyen markalar için Mintel'in önerileri şöyle:

- **İşıltıya odaklanın:**

Aydınlatma, yüz çevresini belirlemede konturlama gibi daha ağır teknikleri geride bırakıyor. Renkli kozmetik markaları ışıltıyı artıran yeni ürünler geliştirmeye odaklanmalı.

- **Masalsı etkileri keşfedin:**

Sihir ve büyü etkili yeni renk ve efektler renkli kozmetikler pazarında yükselişe geçiyor. Ambalaj ve pazarlama malzemeleri de deniz kızı ya da tek boynuzlu at gibi masal yaratıklarından esinlenerek bu trende uyum sağlayabilirler.

- **Özel efektlere gösterilen ilgi**

Yeni renkli kozmetiklerin satın alınmasında anahtar rol oynayan unsurlardan biri renk ve özel efektler. Mintel'in verilerine göre ABD'de tırnak cilası/oje satın alanların %25'i özel efektli bir ürün tercih ederken İngiltere'de yüz için makyaj malzemesi satın alanların %58'i ürünün renginden ve renk tonundan etkileniyor. Üstelik, özellikle yaşı daha genç olan kadınlar, daha iddialı görünümler denemeye hevesliler. 16-24 yaş arası İtalyan makyaj ürünü tüketicisinin %30'luk bir oranı parlak renkli veya iddialı görünümler denemekten kaçınmıyor.

- **Millennial kuşağı büyü ve fantaziden hoşlanıyor**

Genç nesiller makyaj stillerinde daha maceracı davranabiliyor ve alışılmışın dışında renk ve efektleri rahatlıkla deneyebiliyorlar. Dolayısıyla sihirden ilham alan bu trendin başını çeken grup Millennial kuşağı.

Bu kuşak astroloji ve kristal tedavisi gibi alanlara da ilgi duyuyor ve bu durum kendini güzellik pazarında gösteriyor. Genç yetişkinler ayrıca açık fikrili olmanın değerine inanıyor ve Millennial kuşağının %58'i kendisini bu şekilde tanımlıyor.

- **Renklerde bir sonraki adım**

Küresel güzellik pazarlarında yakın zamanda gerçekleştirilen bir dizi lansmanda spiritüel tedavi unsurlarından faydalandı. Nails Inc. 2017 yılında, içine değerli taşlar katılmış Mindfulness Manicure ürün gamını piyasaya çıkardı. Markalar Millennial tüketiciyeye hitap etmek için renkli kozmetik lansmanlarında kristal terapisi ya da renk terapisi gibi spiritüel tedavi unsurlarından esinlenebilirler. Ürünler markalaştırma ve ambalaj yaklaşımı alabilirken, Millennial tüketicisi stres atma ve ruh halini iyileştirmenin yeni yöntemlerine giderek daha fazla ilgi gösteriyor. Üçüncü göz, tepe ve boğaz çakraları

kafa bölgesinde olduğundan yüz makyajı ürünlerinde çarka dengeleyici özellikler konusu ele alınabilir.

- **Yüzde yeni ışıltılar**

Konturlama trendi yerini yüzün aydınlatılmasına bırakıyor; bu da yüz hatlarını belirlemede daha modern ve göze batmayan bir yaklaşım anlamına geliyor. Aydınlatıcı segmentinde yeni renkler ve hologram efektleri de popülerlik kazanıyor. Wet n' Wild Colour Icon Rainbow Highlighter gibi ürünler yüz için fantezi esinli bir renk paleti sunuyorlar. Makyaj altı ürünler (primer) de cilde parlak ve sağlıklı bir görünüm vermek üzere tasarlanmış lila ışıltılı ve holografik tonlarla, aydınlık ve hologram etkili renklere yöneliyor. Makyaj altı ürünlerde renk trendleri üzerine daha fazla eğilen markalar özellikle Çinli kadınlara çekici gelecektir, zira Çinli kadınların %56'sı günlük sıradan makyajlarında da makyaj altı ürün kullanıyorlar.



Gummy Beard Softener Pre-Shave Oil/*Foneks Kozmetik*, Parlement Hair Styling Men Super Wax/*Parlement Kozmetik*, Atelier Rebul Impact Zone Fragrance Mist/*Rebul Kozmetik*, Bio Balance Facial Whitening Cream For Men/*Alpaya Dermaceuticals*, RBL Classic Eau de Toilette for Men/*Rebul Kozmetik*



Gabrini Nude Matte Nailpolish 10/Kadıoğlu Kozmetik, Gabrini Nude Matte Nailpolish 01/Kadıoğlu Kozmetik, Pastel Pro Fashion Stardust Highlighter 320/Pinkar Kimya, Note BB Concealer 01/Altona Cosmetics, Note BB Natural Colour Lip Corrector 02/Altona Cosmetics, Catherine Arley Eyeshine 10/Alfar Kozmetik, Catherine Arley Eyeshine 102/Alfar Kozmetik, Colleen Nude Single Eyeshadow 103/Komet Kozmetik



Catherine Arley Sunshine Bronzer/Alfar Kozmetik, Note Bronzing Powder 20/Altona Cosmetics, Gabrini Designer Waterproof Mascara/Kadıoğlu Kozmetik, Topface HD High Definition Volume Mascara/Malva Kozmetik, Pineapple Shimmering Loose Eyeshadow 2/Monna Kimya, Planet Fontela Premium Amber Bliss/Fon Kozmetik, Pastel Pro Fashion Blush-On/Pinkar Kimya, Elite Lipstick 209/Alfar Kozmetik, Catherine Arley Silky Touch Lipstick 604/Alfar Kozmetik, Catherine Arley Dynamic Lipstick/Alfar Kozmetik



Fonex Argan Therapy Organic Organ Oil/*Foneks Kozmetik*, FE In Style 104 Hair Brush/*Ataş Kozmetik*,
Cosmed Bronzing Tan Oil SPF 50/*Deren Kimya*, Olive Meditrina Sun Lotion with Olive Oil SPF 50/*Akdeniz
Dış Tic Gıda San. Ltd. Şti.*



Bio Balance Derma-Age Rejuvenating Skin Care Cream/*Alpaya Dermaceuticals*, Katran Damlası Gül Sabunu/
Sabuncu & Sabuncu, Olive'n Body Peeling Soap/*Sera Kozmetik*, Rain Argan Peeling Care Soap/*Sera Kozmetik*,
Iva Natura Organic Make Up Cleansing Foam/*Laber Kimya*, Fresh White Sensitive Toothpaste/*Yaşarlar
Kozmetik*, Olive'n Body Moisturizing Face Cream/*Sera Kozmetik*



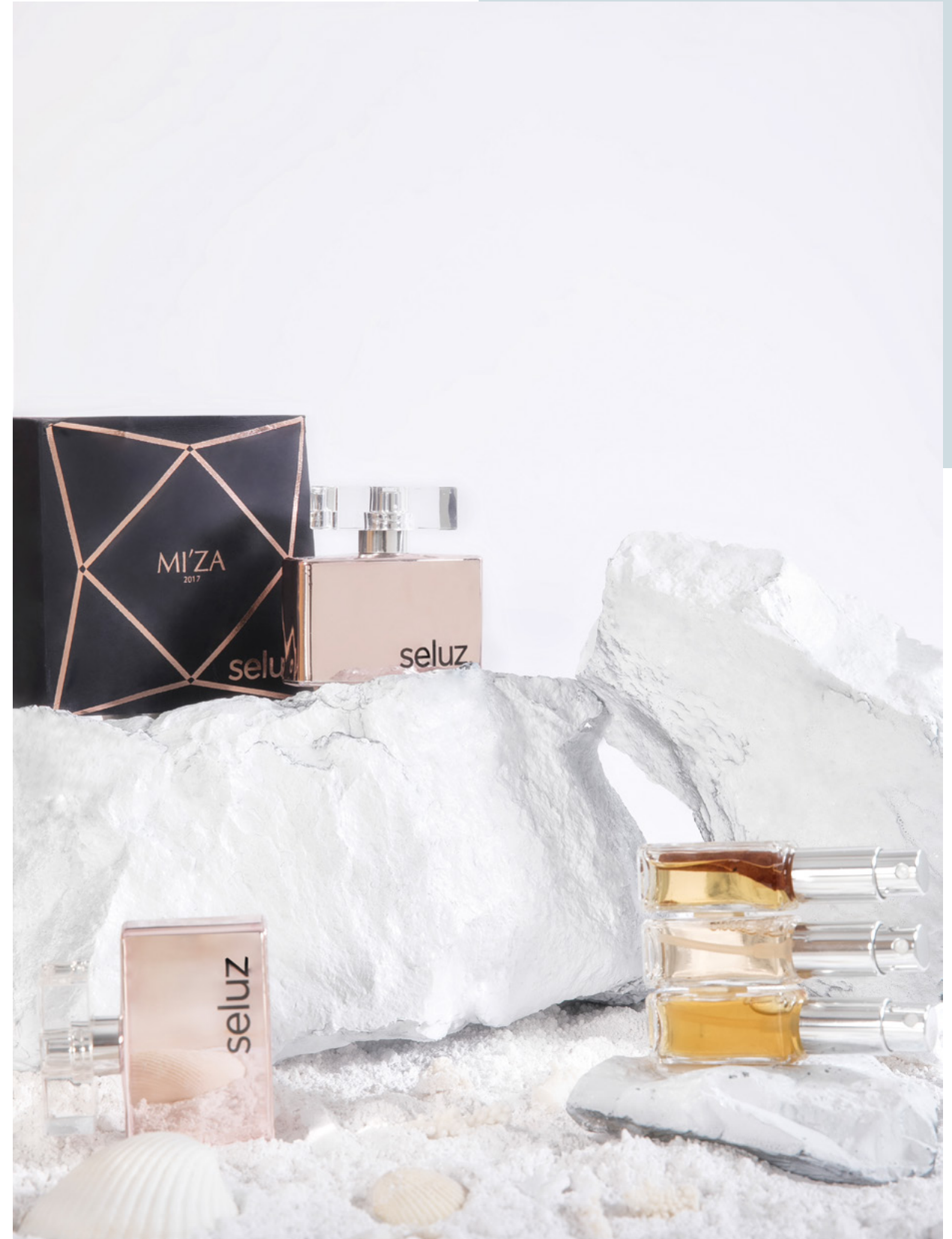
Otacı Arnica Krem/Kurtsan İlaçları, Otacı Aloe Vera Krem/Kurtsan İlaçları, Otacı Meyveli Elma & Nane Yağlı Saçlar İçin Şampuan/Kurtsan İlaçları, Olive'n Body Hand Wash/Sera Kozmetik, Dalan d'Olive Zeytinyağlı Saç Bakım Kremi/Dalan Kimya, Fonex Emotions İpek Proteini Saç Kremi/Foneks Kozmetik



Rain Argan Care Hand & Body Cream/Sera Kozmetik, Otacı Meyveli Vanilya & Hindistan Cevizi Kuru Saçlar İçin Şampuan/Kurtsan İlaçları, Fonex Argan Therapy Ultimate Care Shampoo with Keratin/Foneks Kozmetik, Atelier Rebul Hair Repair Miracle Oil/Rebul Kozmetik



Ixora Reed Diffuser Orange Blossom/*Espaş Kozmetik*, Angie Hot Flowery Eau de Perfume/*Rebul Kozmetik*,
Gabrini Pretty Eau de Toilette For Men/*Kadıoğlu Kozmetik*, Gabrini Pretty Eau de Toilette For Woman/
Kadıoğlu Kozmetik



Seluz MI'ZA Perfume/*Seluz Kimya*, MG International Fragrance Company Perfume Bottle/*MG International
Fragrance Company*



Atelier Rebul Vetiver After Shave Balm/*Rebul Kozmetik*, Energy Shaving Foam Matsan Group/*Dalize Kozmetik*, Gummy Peel-Off Black Mask/*Foneks Kozmetik*, Parlement Classic Men/*Parlement Kozmetik*



COSMEET
ISTANBUL

TURKISH
COSMETICS &
HOME
CLEANING
B2B EVENT

11 - 14 EKİM - 2017
THE GRAND TARABYA - İSTANBUL

TRY IT NOW

AUTUMN WINTER 2017/18 FASHION SHOWS HOSTED SOME IMPRESSIVE MAKEUP SCENES WITH NEW AND MODERN VERSIONS OF FAMILIAR CLASSIC LOOKS. GET READY TO TRAVEL IN DIFFERENT MOODS WITH A FLAWLESS SKIN DOMINATED BY THE EYES AND THE LIPS.

words dilge yenitaş collages rüya dilara şen



NEW EDITION

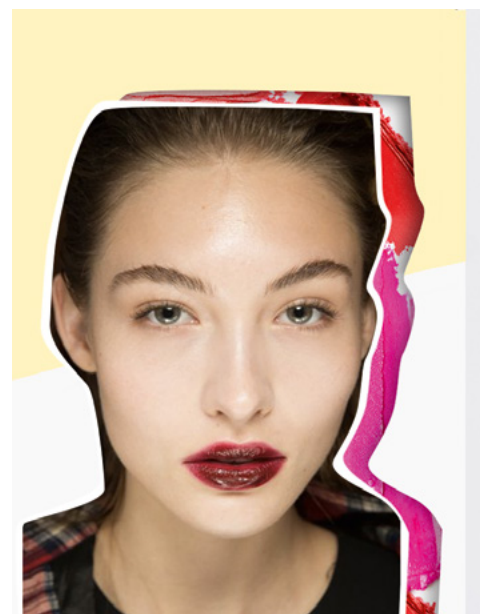
Smokey eyes have been brought to a whole new level in the rectangle of New York, Paris, Milan and London. While Saint Laurent black eye shadow touches only the outskirts of the eyes, Versace opts for a graphic cat eye reminiscent of the 90s. And at Giorgio Armani, the brow bone was smudged with a black smoke. So what can you do? You can cast aside the shiny options of black and anthracite and go for powdery, soft and matte textures.

Gabrini Liquid Eyeliner Waterproof Eyeliner Black/ *Kadıoğlu Kozmetik*, Elite Smokey Eye Pencil 301/*Alfar Kozmetik*, Colleen Eye Shadow 9 Colors Night 04/*Komet Kozmetik*

THE TARGET ZONE

Statement lips get sophisticated and proud results all the time. Shades of red and nude have been here with us for a long time. In the cold season we will be playing with bolder choices, neon pigments, thick and creamy textures and two-color theatrical experiments. You see, it will be even harder to eat something with your lipstick on... You can find the most ambitious interpretations of this trend in Gucci, Balmain and Jason Wu.

Catherine Arley Matte Lipstick M08/*Alfar Kozmetik*, Golden Rose Lipstick 135/*Erkul Kozmetik*, Flormar Tropical Plumping Lipgloss 01/*Kosan Kozmetik*



GRAPHIC DESIGN

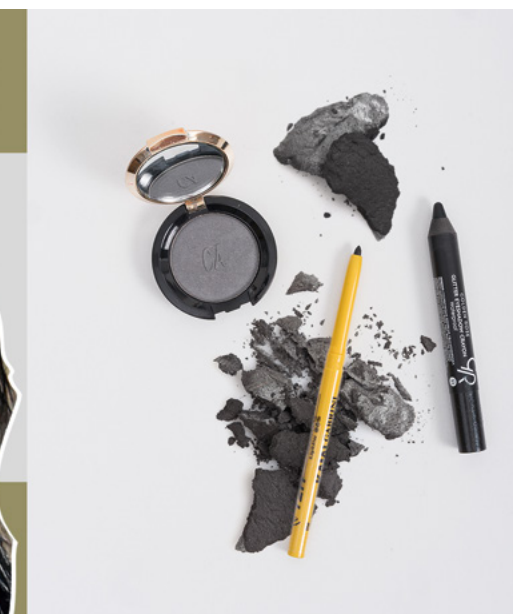
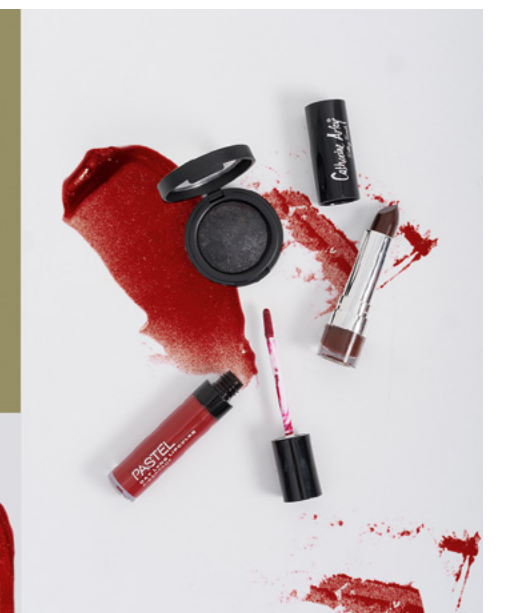
Get ready to shift your eyeliner. Normally drawn along the lash line for a feminine look, the eyeliner goes up one level this season to be worn high on the upper lid. A rectangle, a semi circle or a straight line... Which one fits the shape of your eyes? This striking detail doesn't have to be black. You can opt for a subtler and more refined color such as cream or beige. The arrows of fashion point at Moschino, Mugler and Chanel.

Flormar Style Matic Eyeliner S09/*Kosan Kozmetik*, Pineapple Super Moon Dust Liquid Eyeshadow 2/*Monna Kimya*, Golden Rose Eyeshadow Crayon 02/*Erkul Kozmetik*

DON'T BE AFRAID OF THE GOTHIC LOOK

AW 2017/18 catwalks interpreted the gothic look as an aesthetic, not as a reflection. The scenes from Philipp Plein and Valentino shows foreshadowed darker days to come. While black eye shadows erase all other colors and settle in a wide area from the eye lids to the temples, lips are not willing to remain silent either. In a wide color spectrum from dark shades of red to sheer black we opt for burgundy.

Pastel Day Long Lipcolor 09/*Pinkar Kimya*, Golden Rose Terracotta Eyeshadow 102/*Erkul Kozmetik*, Cathrine Arley Lipstick 681/*Alfar Kozmetik*



THE REMAINS OF THE DAY

We are heading for Rock'n Roll diaries. A flawless yet almost nude skin, light eyebrows and lots and lots of eyeliner and eye pencil strokes... The color is always and only black. What else does a rock star need? Chloé, Marni and Alexander Wang's ode to an imperfect beauty becomes a makeup homework that is very easy to apply. Put on your eyeliner and eye pencil and go to sleep. You will be ready the next morning.

Golden Rose Glitter Eyeshadow Crayon 51/*Erkul Kozmetik*, Gabrini The Color Max Kajal/*Kadıoğlu Kozmetik*, Catherine Arley Mono Shadow 503/*Alfar Kozmetik*



A DIFFERENT CAT

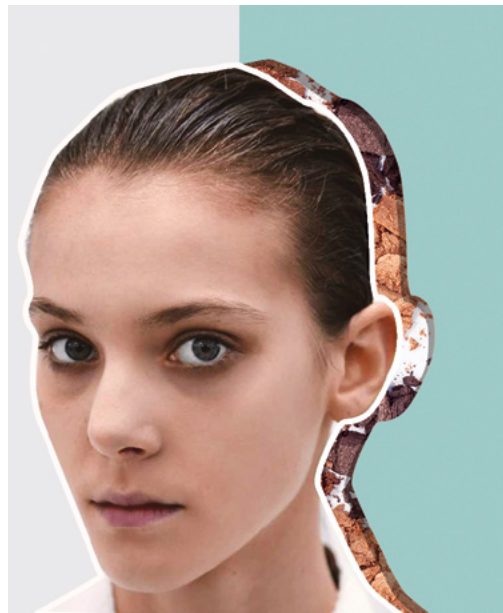
Let's begin with reminding that cat eye is a makeup classic. However this season Mary Katrantzou, Oscar de la Renta and Parabal Gurning chose to play with colors to give this classic look a twist. But don't you ever mistake it with a cute and girly style; with its exaggerated oversized tail, this cat will grab everybody's attention. Electric blue, pink or white... Which color will you go for?

Gabrini Dipliner Black/*Kadıoğlu Kozmetik*, Flormar Miracle Pen Slimtouch 006 Sapphire Blue/*Kosan Kozmetik*, Catherine Arley Super rich Color Eye Pencil Brown Sugar/*Alfar Kozmetik*

MAXIMUM MINIMALISM

You've needed to be tenacious and hit the 'zoom' button a bunch of times to see any trace of makeup for the last few seasons. This season is no different. Maisons like Dries Van Noten, Isabel Marant, Alexander McQueen and Céline seem to vote for a clear and flawless skin, lips and eyes flirting with earthy tones and no blush at all. The message is clear and simple: Celebrate your natural beauty.

Note BB Cream Advanced Skin Corrector/*Altona Cosmetics*, Colleen Nude Eye Shadow 12 Colors/*Komet Kozmetik*, Pastel Day Long Lipcolor 20/*Pinkar Kimya*



PUT YOUR EYELASHES ON

Are you looking for an impressive beauty accessory? Then get bolder, put your red lipstick back into your makeup bag immediately and focus on the eyes. You will be spending the winter making eyes at everything but with the help of some false eyelashes. Invoking the fashion icons of the 60s and 70s, oversized, theatrical eyelashes show up not only on the upper lids but on the lower lids as well. The looks we saw at Marc Jacobs, Saint Laurent and Lanvin shows were all about XXL eyelashes and nude lips.

Catherine Arley Significant Volume Lashes Mascara/*Alfar Kozmetik*, Pastel Dramatic Look Mascara 5X Volume/*Pinkar Kimya* Gabrini Volume Mascara/*Kadıoğlu Kozmetik*

GO FOR THE GLOW

We have all learned how important light and shadow are in the game of makeup. Imbuing the skin with light has been the primary aim of makeup artists in AW 2017/18 fashion shows. While Thakoon and Burberry highlighted the cheekbones, the bridge and the cupid's bow, we saw light capturing the whole face in others. To create this look go for liquid or cream foundations and put away your matte powders for a while.

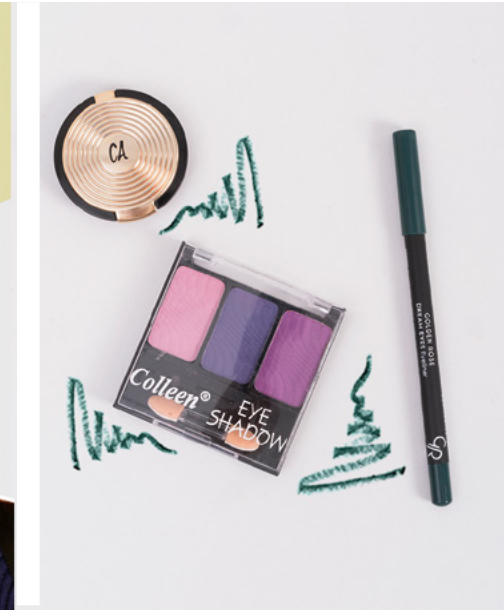
Note Sunglow Foundation SPF 15/*Altona Cosmetics*, Catherine Arley Day Light Liquid Highlighter/*Alfar Kozmetik*, Elite Blusher 19/*Alfar Kozmetik*



LIKE THEY WERE GONE

We are facing yet another 90s trend making a comeback. After a few seasons dominated by eyebrows we are now making them invisible. Proenza Schouler's monochrome look lightens the color of the eyebrows a few tones to get the desired effect. They had a softer and pastel attitude at Mary Katrantzou and Altuzarra. If you don't want to make a permanent color change you can use a concealer, an eyebrow brush and a light colored eye shadow to forget their existence for a while.

Diana Monroe Nude Compact Powder 56/7 *Renk Kozmetik*, Topface Magic Touch Matte Foundation 002/*Malva Kozmetik*, Colleen Excellent Coverage Matte Foundation/*Komet Kozmetik*



TRIBAL TRIBUTE

Ethnic and authentic looks have always been a catwalk classic but this winter tribal makeup gets bolder, increases its coverage and transforms into a mask. While the models at Maison Margiela and Fenty x Puma by Rihanna sported extreme face paint with splashes of neon hues, you can simply focus on your eyelids or create an artwork with the brightest tones of orange, blue, green and petrol.

Catherine Arley Eyeshine Mono Shadow 101/*Alfar Kozmetik* Golden Rose Dream Eyes Eyeliner/*Erkul Kozmetik* Colleen Eye Shadow 3 colors 302/*Komet Kozmetik*

FIXING THE GAME

YOU KNOW YOU HAVE TO PROTECT YOUR SKIN BEFORE EXPOSING IT TO SUNLIGHT. HOWEVER THE CHANCES ARE YOU EITHER FORGET OR YOU ARE TOO LAZY. WE HAVE A FEW TIPS TO REMIND YOU TO KEEP YOUR GUARD AGAINST THE SUN.

words sude orhan



jpgfactory / iStock Turkey

You are finally ready to meet the sun, get warm and get a tan. You will supply your vitamin D need from the best source. Do your plans include wrinkling, brown spots, skin damage, loss of elasticity or sun burn? We don't think so. Please read carefully to get a healthy tan, get enough vitamin D and store energy.

SPF 101

SPF stands for 'Sun Protection Factor'. A product with higher SPF does not mean that it protects you better, but it protects you for a longer time. In other words, a 50 SPF product is not a better sunscreen than a 30 SPF product. Also the differences in sun screening properties are very low: while a 50 SPF product blocks 98 percent of sunlight, a 15 SPF product blocks 93 percent. The FDA recommends to apply sunscreen every two hours regardless of the fact that the product is water or sweat proof. Sun rays are most damaging between 10 am and 2 pm. And the amount of sunscreen to be applied varies from person to person, skin type to skin type and how hot is the sun. Those with lighter or more sensitive skins are more prone to the damaging effects of the sun and therefore they are recommended to directly apply a 50 SPF product without taking any risks and take other necessary precautions. Darker or wheat toned complexions must opt for a lower SPF product thanks to the high melanin content of their skins. On a yearly average, applying a 30 SPF product daily will probably suffice. But as the days begin to get warmer, you can increase the dosage. SPF will not screen the UVA rays that age your skin; it blocks the UVB rays which cause sunburn. In order to protect yourself from UVA rays you need to choose a wide-spectrum product that blocks both UVA and UVB rays.

UVA and UVB

Know your enemy and be prepared to combat the two horsemen of the sun: UVA and UVB. The UVA rays the ozone layer unfortunately cannot filter anymore are quite cheeky. They tend to turn up like the bad penny, they find a way to harm



glaxia / iStock Turkey

your skin by reflecting from water or coming through the window pane. And boy, are they sneaky... You don't feel them touching your skin just like you don't feel the rays of an x-ray machine. And it may not be that surprising to learn that 98 percent of all the light coming from the sun are UVA rays. UVAs penetrate the deepest layers of your skin and accelerate aging. They are the ultimate troublemaker: They damage your skin's cell structure paving the way for cancer. They are responsible for "sun wrinkles", fine lines and loss of skin elasticity. Moreover, once the damage is done, there is no returning back. With its organic and inorganic filters and wide spectrum Cosmed's SPF 50 Sun Essential may help you protect your skin safely. A high-energy UV ray, UVB intensifies in summer months and in areas close to the equator. UVB subdues the immune system. Do your brown spots get larger and darker in warm days? This is what UVB does. In order to get a healthy, durable and spotless tan you

need to be on guard. If you get more brown spots, try a color balancing serum such as Atelier Rebul Skin Lightening Serum (and the good news is, it contains SPF 30). Then how do you feel about anti-ageing antioxidants? Do you eat your two portions of purple berries every day and apply your antioxidant night cream every night? After all that effort, exposing your skin to antioxidant-killing UVB rays would be very unfortunate since antioxidants prevent skin damage and they are the building blocks of the skin's defense mechanisms. Targeting the outer layers of the skin, UVB rays pave the way for harmful molecules to emerge. Luckily you can feel these rays touching your skin. They create a temporary problem and the skin may return to normal afterwards. You can read this as 'they cause serious sunburn and heat prostrations.' On the other hand UVB provides a slow but durable tan. Pereja Sunmilk SPF 50 promises a healthier sunbathing experience with UVA and UVB filters.

DANIŞIKLI DÖVÜŞ

Nihayet güneşle buluşup ısınmaya ve bronzlaşmaya hazırsınız. İhtiyacınız olan D Vitaminini en sağlam kaynaktan alacaksınız. Kırsırmak, kahverengi lekelerle tanışmak, deri hasarı, elastikiyet kaybı ya da güneş yanığı da planlarınız dahilinde mi? Bizce de değil. Güneşle yakınlardan önce ondan korunmanız gerektiğini biliyorsunuz. Fakat çoğu zaman unutuyor ya da üşeniyor olma ihtimaliniz fazla. Sağlıklı bir şekilde bronzlaşmak; D Vitaminine doyum enerji depolamak için dikkatle okuyunuz.

SPF 101

SPF: Sun Protection Factor, "Güneş Koruma Faktörü" anlamına geliyor. Ama lütfen GKF diye kısaltıp kafaları daha da karıştırmayınız. Zira bu konuda su yeterince bulanık

Öncelikle, SPF'in aslında ne olup ne olmadığıyla başlayalım. SPF'in yüksek bir rakam olması onun daha iyi değil, sizi güneşten daha uzun süre koruduğu anlamına geliyor. Yani 50 faktör süper, 30 faktör daha az süper diye bir durum yok. Hatta aradaki fark da çok açık değil: SPF 50 güneş ışınlarının %98'ini bloke ederken, SPF 15 %93'ünü bloke ediyor. FDA da isterse su ya da ter geçirmeyen bir ürün olsun, güneş koruyucunuzu her iki saatte bir yenilemenizi öneriyor. Özellikle de sabah 10.00 ve 14.00 güneş ışınlarının en güçlü olduğu zamanlarda. Halihazırda uygulanan ürün miktarı kişiden kişiye, cilt tipine ve güneşin ısısına göre değişiyor. Beyaz ve hassas tenliler eğer güneş çok sıcaksa direkt olarak etkilenebilirler

ve böyle durumlarda hiç risk girmeden direkt 50 faktörlük kremler sürülmesi ve diğer önlemlerin alınması öneriliyor. Buğday ya da daha koyu tenliler içinse ciltlerindeki yüksek melanin miktarından dolayı biraz daha düşük SPF kullanmaları tavsiye ediliyor. Sizin muhtemelen, yıl ortalamasına vurduğunda her gün en az 30 faktörlük bir güneş ürünü kullanmanız kafi. Havalarda ısınmaya başladığında dozu arttırabilirsiniz. SPF, cildi yaşlandıran UVA ışınlarına karşı bir kalkan oluşturuyor; muhatabı güneş yanıklarına neden olan UVB ışınları ve onları bloke ediyor. UVA ışınlarına maruz kalmamak için geniş spektrumlu, yani cildinizi hem UVA hem UVB ışınlarına karşı koruyan bir güneş ürünü kullanmanız gerekiyor.

UVA ve UVB

Güneşin atları, UVA ve UVB'ye karşı kılıcınızı kuşanın. Tabii önce düşmanınızı tanıyarak işe başlayın. Ozon tabakasının ne yazık ki süzemediği ışınlar olan UVA, oldukça arsızdır. Kapıdan kovsanız bacadan girer, camdan ve sudan geçerek bir şekilde size temas eder, hem de hiç çaktırmadan. Nasıl röntgen çektiğinizin ışının değiştiğini hissetmiyorsunuz; UVA ışınının da size değiştiğini hissetmezsiniz. Yeryüzündeki canlılara ulaşan ultraviyole ışınlarının %98'inin UVA olması sizi şaşırtmasa gerek. Bu ışın cildinizin en derinine inen ışındır ve deriyi erken yaşlandırır. Kendisi belanın ta kendisidir. Derinizin hücre yapısını bozar, kansere zemin hazırlar. 'Gü-



Iakov Kalini / iStock Turkey

PHYSICAL AND CHEMICAL

Meet the physical (a.k.a 'inorganic or mineral') and chemical (a.k.a 'organic or non-mineral') sunscreens. This is how you can differentiate them: Remember the sun creams that leave a white layer on your skin? These are the ones that contain physical protective agents. Physical sunscreens are not absorbed by the skin, they form a protective layer to reflect or block sun rays instead. Therefore they transform into a protective shield as soon as you apply them. Their formulas contain substances like zinc oxide or titanium dioxide. The best advantage of physical sunscreens is that they have a wider spectrum. They protect the skin both from UVA and UVB rays. Physical sunscreens do not give way to free radicals. On the other hand chemically formulated sun prod-

ucts have to be absorbed by the skin to do their tricks: to absorb sunrays. Therefore they must be applied at least 30 minutes before exposing yourself to sun. Their formulas generally include substances like avobenzone, octinoxate, oxybenzone, homosalate, helioplex, tinosorb and mexoryl.

ADDITIONAL SPFS

Makeup products with SPF, especially foundation creams, face powder, BB or CC creams and blushers may intrigue you to wonder if they might provide enough protection. The answer is no. But when applied over your sunscreen they create an additional protective layer. The same logic goes for applying sun cream over your SPF day cream if you are going to be out in the sun for a long time. Sun damage penetrates the deep-

"SUN DAMAGE PENETRATES THE DEEPER LAYERS OF THE SKIN AND CAUSE PHOTO-AGEING AND THERE IS NO GUARANTEE THAT YOU WILL NOT DEVELOP SKIN CANCER AT THE END. THUS, MORE SPF LAYERS ON YOUR FACE MEANS BETTER PROTECTION."

er layers of the skin and cause photo-ageing (wrinkles, age spots etc.) and there is no guarantee that you will not develop skin cancer at the end. Moreover previous sun damage makes the skin more prone to sunburn since the skin becomes more sensitive to sun rays. Thus, more SPF layers on your face means better protection. If you want a healthy tan without hiding away from the sun, try a product rich in cocoa oil and vitamin E such as Bebak Cocoa Sun Cream SPF 2 over your sunscreen to get that sun kissed look. Otacı Sun Cream with Carrot and Cocoa Oil may also give you a healthy tan thanks to its cocoa and carrot rich content.

STRATEGIC MOVES

If the letters SPF are the first thing that comes



Marko_Marcello / iStock Turkey

to your mind when you hear the word 'sun' then you are lucky. If not, we are sorry but we have to remind you that sun is the root cause of 80 percent of wrinkles and dark spots and unfortunately the main reason behind skin cancer. According to World Health Organization approximately 3.5 million people are diagnosed with non-melanoma skin cancer and 132 thousand people with melanoma every year. In other words, skin cancer is one of the most common cancer types in the world. In short, in order to get along with the brightest of our friends, we need to be on intimate terms with SPF products. You may forget to apply your sunscreen, that is understandable. Try putting it beside your toothpaste at your bathroom. Develop a habit of applying sunscreen before leaving home every day around the year.

Having a healthy skin is as important as having healthy teeth. However let us remind you that if you don't apply your sunscreen right, all your efforts to develop a habit will be futile. Recent studies have shown that people generally use less sun cream than they need. And the product they use often fade away in two hours. In other words, if you begin with a 80 SPF cream and apply half of the amount you need, the protection factor will drop somewhere between 25 and 15 in two hours. So don't take risks and try to apply the right amount: One teaspoon (5 ml) for your face and one shot glass for your body (you will be consuming quite a few bottles a year). If you stint on this you may not get the protection you need. Apply the product as a thin layer, then apply one more layer and rub until your skin absorbs it.

SPF INCH BY INCH

And please don't overlook the risk of having a neck that looks like a plucked chicken... Your chin may provide a natural shade for the center of your neck but it doesn't help with the two sides. Therefore when you forget to apply your SPF cream the skin of the sides of your neck might turn red, just like the neck of a plucked chicken. Other important areas that might escape your attention are the sides of your toes, your hairline and your ears. According to dermatologists the areas that are most prone to getting dark spots are the forehead and the ears. Please show more attention to those areas. And after you take good care of all these, an SPF lip balm will be waiting for you in your purse.

neş kırışığı' denen buruşukluk, kırışıklık, ince çizgiler ve elastikiyet tahribinin sorumlusu da odur. Üstelik bir kere hasar gördünüz mü geri dönüşü yoktur. Cosmed SPF 50 Sun Essential, organik ve inorganik filtreleri ve geniş spektrumuyla sizi güvenli bir yoldan koruyabilir. UVB'nin şiddeti yazın artar ve ekvatora yaklaştıkça kuvvetlenir. Derinin bağırsıklık sistemini UVB zorlar. Normalde kahverengi lekeleriniz var ve havalar ısındığında daha da mı artıp koyulaşıyor? Lekelerinizin koyulaşmasına sebep olan UVB'dir. Sağlıklı, kalıcı ve lekesiz bir bronzluk için ona karşı tetikte olmanızda fayda var. Eğer lekeleriniz artıyorsa, Atelier Rebul Skin Lightening Serum gibi, ciltteki renk eşitsizliklerini dengele-

yecek bir serum kullanabilirsiniz. (Güzel haber: Bu ürün SPF 30 da içeriyor). Peki yaşlanma karşıtı antioksidanlarla aranış iyi mi? Yoksa günde iki porsiyon mor dut suyu, antioksidanlu gece kreminizi sürüp mü uyuyorsunuz? Böyle bir çaba harcadıktan sonra, hücre hasarını önleyen ve ciltteki savunma mekanizmasının temel taşları olan antioksidanlar yok eden UVB'ye maruz kalmak epey talihsiz. Derinin üst tabakasını hedef alan bu ışın, zararlı moleküllerin ortaya salınmasına zemin hazırlıyor. Neyse ki teninize değdiğinde onu hissedersiniz. Geçici bir değişim yaratır ve deri sonradan düzelebilir. Bunu, "ağır güneş yanıklarından ve güneş çarpmasından sorumludur" olarak okuyunuz. Fakat geç ama uzun

sürelili bronzluk sağlar. Pereja Sunmilk SPF 50, hem UVA hem UVB filtreleriyle daha sağlıklı bir güneşlenme deneyimi vad ediyor.

FİZİKSEL VE KİMYASAL

"inorganik veya mineral güneş koruyucu" olarak adlandırılan fiziksel koruyucularla ve "organik veya mineral olmayan güneş koruyucu" olarak adlandırılan kimyasal içerikli koruyucularla sizi tanıştıralım. Onları şu şekilde ayırt edebilirsiniz: Cildinize uyguladığınızda geride beyaz bir tabaka bırakan güneş kremlerini hatırlayın... İşte onlar fiziksel koruyucu içeren versiyonlar. Fiziksel güneş kremleri sürüldüklerinde genellikle deri tarafından absorbe edilmiyor ve oluşturdukları ince bir ta-

bakayla güneşin ışınlarını yansıtarak veya bloke ederek cildi koruyor. Dolayısıyla sürüldükleri andan itibaren kalkan görevi görmeye başlıyorlar. Formüllerinde çinko oksit ve titanyum dioksit gibi maddeler kullanılıyor. Fiziksel koruyucuların en iyi avantajı ise, daha geniş spektrumlu olmaları. Güneşin zararlı ultraviyole ışınlarını her ikisini birden, yani hem UVA hem de UVB ışınlarını bloke ederek koruyuculuk sağlıyorlar. Fiziksel koruyucu güneş kremleri serbest radikal oluşumuna da sebep olmuyor. Kimyasal içerikli güneş kremleri ise sürüldükten sonra deri içine emiliyor ve etkisini bu şekilde gösterebiliyor. Çoğu güneş ışınlarını absorbe ediyor. Dolayısıyla onları güneşe çıkmadan en az yarım saat

önce sürmeniz gerekiyor. Formüllerinde en çok, avobenzone, octinoxate, oxybenzone, homosalate, helioplex, tinosorb, mexoryl gibi maddeler kullanılıyor.

EK SPF'LER

SPF içeren makyaj ürünleri; özellikle fondöten, pudra, BB ya da CC krem, allık gibi ten ürünleri başta olmak üzere, kafanızda "Tek başına yeterli mi?" sorusunu yaratabilir. Cevabımız, hayır. Fakat güneş kreminizin üzerine uyguladığınız takdirde işe yarayan, ekstra koruyucu bir katman yaratıyorlar. Bu da herhangi bir te-laşa neden olmuyor. Uzun süre dışarda kalacağınız zaman SPF'li bir gündüz kreminin üzerine güneş kremi uygulamanız da aynı mantık. Güneş hasarı derinle-

ne inerek ciltte foto yaşlanmaya (kırışıklık, yaşlılık lekeleri vs.) neden oluyor. Ayrıca cildinizi yakmanın uzun vadede cilt kanserine yol açmayacağına da garantisiz yok. Hatta, cildinizin kısa vadede tekrar yanma ihtimali de artıyor çünkü cilt önceden yandığını hatırlayıp gelecekteki güneş hasarlarına karşı hassas hale geliyor. Dolayısıyla yüzünüze ne kadar SPF katı çıkarsanız, bu etkilere o kadar az maruz kalıyorsunuz. Eğer güneşe kaçmadan sağlıklı bir şekilde bronzlaşmak istiyorsanız, güneş koruyucunuzun üzerine Bebak Cocoa Sun Cream SPF 2 gibi bronzlaşmanıza yardımcı, kakao ve E Vitamini özlü bir krem tercih edebilirsiniz. Yağ formundaki Otacı Sun Cream with Carrot and Cocoa Oil

ise havuç ve kakao içeriğiyle size ideal bronzlaşma deneyimini yaşatabilir.

STRATEJİK HAMLELER

Güneş, kırışıklık ve siyah lekelerin %80'inin ardında ve ne yazık ki cilt kanserinin de bir numaralı nedeni. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre her yıl yaklaşık 3.5 milyon kişiye melanom olmayan cilt kanseri; 132 bin kişiye ise melanom tanısı konuyor. Kısacası parlak bir dostu-nuzla iyi geçirmek için SPF faktörüyle sıkı fikri olmanız şart. Güneş kreminizi sürmeyi unutabilirsiniz, normal. Unutmamak için, güneş kreminizi banyoda, dış macununuzun yanına koymayı deneyin. Evden çıkmadan önce ve her mevsimde sürmeyi rutin hale getirin.

İnanın cilt sağlığınızın en az diş sağlığınız kadar mühim. Fakat güneş kremini doğru uygulamadığınızda, bu düzene girmiş çabanın da bir anlamı kalmıyor. Çalışmalar, insanların güneş kremini olması gerekenden daha az sürdüklerini gösteriyor. Üstelik sürülen kremler de iki saat sonra akıp gitmeye başlıyor. Riske girmemek için, gereken miktara uymayı deneyin: Yüzünüze için bir tatlı kaşığı (5 ml); vücudunuz içinse bir shot bardağı kadar ürün uygulayın (yılda birkaç şişe bitirmeniz gerekiyor). Bu konuda cimlilik ederseniz SPF'in tümünden yararlanamazsınız. Önce ince bir tabaka halinde sürün, ardından bir kat daha geçerek cildiniz emilene kadar ovalayın.

SUMMER STATE OF MIND

THIS SUMMER, PEACHY TONES, BRONZE COLORS AND CURLY STRANDS WILL BRIGHTEN YOUR BEAUTY. NOW, YOUR EYES, LIPS ARE CHEEK BONES ARE READY FOR THE SHIMMERY TOUCHES. AND YOUR HAIR IS WAITING TO TWIST AROUND YOUR FINGERS.

production
an original idea by CO

photographer
gökhan yorgancı

hazırlayan
yağmur koral

makeup
ufuk celep

hair
cemal budak / makas

styling assistants
batuhan çetin

models
anastasia / glam models
alina / option istanbul

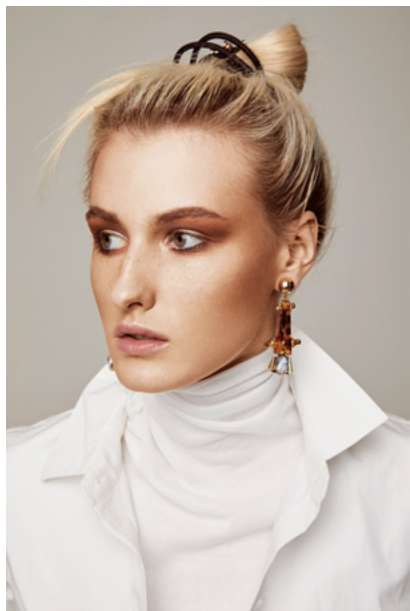


Graphic eyeliner and a sensational updo will take your look to the next level.



Mermaid hair and bronzed cheekbones are the staple makeup look of summer 2017.







You can use red or brown toned eyeshadows to look like you have been vacationing for the past three months.



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

ADNAN AKAT KOZMETİK LTD ŞTİ.
www.aakozmetik.com

AGROSOL DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
www.agrasol.eu

AHENK KOZMETİK LTD ŞTİ.
www.sansiro.com.tr

AKATLAR KOZMETİK SAN.
DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
www.akatlarkozmetik.com.tr

AKDENİZ DIŞ TİC. GIDA
SAN. LTD. ŞTİ.
www.akdenizcompany.com
www.akdenizcosmetics.com

AKOS KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.akos.com.tr

AKSAKAL GÜL YAĞI UÇUCULAR
TARIM ÜRÜNLERİ SAN VE
TİC. LTD. ŞTİ.
www.aksakal32.com

AKSAN KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.aksankozmetik.com

AKSU VİTAL A.Ş.
www.aksuvital.com.tr

AKTEN KOZMETİK SAN.PAZ.
LTD.ŞTİ.
www.aktenkozmetik.com.tr

ALAEDDİN SUNUCU
SABUN LTD.ŞTİ.
www.sunucusoap.com

ALMİRA KİL KOZMETİK İM.
PAZ.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
www.novakil.com

ALAMO YAĞMUR KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.alamokozmetik.com

ALCOR LTD.ŞTİ.
www.alcor.com.tr

ALFAR KOZMETİK A.Ş.
www.alfar.com.tr

ALPAYA DOĞAL VE KOZMETİK
ÜR.SAN VE TİC A.Ş.
www.alpaya.com.tr

ALPEDA LTD. ŞTİ.
www.alpeda.com.tr

ALTONA COSMETICS INC.
www.notecosmetics.com

AMAÇ-NET BİL. VE İLETİŞİM
HİZ. SAN. VE TİC.LTD ŞTİ.
www.pharmaozon.com

ANA GIDA A.Ş.
www.kirlangic.com

APS AMBALAJ KOZMETİK VE
TEMİZLİK ÜR.SAN. A.Ş.
www.apsambalaj.com

ARBA KİMYASAL TEMİZLİK VE
KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.arbatrade.com

ARI KİMYA LTD.ŞTİ.
www.ari-kimya.com

ARICILAR LTD. ŞTİ.
www.aricilar.com.tr

ARIKAN PLASTİK LTD.ŞTİ.
www.sweetbaby.com.tr

ARİAN KİMYA TİC.SAN.A.Ş.
www.ariankimya.com.tr

ARON KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.aronkozmetik.com.tr

ARSAN KİMYA A.Ş.
www.arsankimya.com

AS İLAÇ SAN.LTD. ŞTİ.
www.asilac.com

ASLANBABA LTD. ŞTİ.
www.asbaba.com

ASTEL KAĞITÇILIK. A.Ş.
www.canbebe.com.tr

ASYA PAMUK LTD.ŞTİ.
www.luxpamuk.com.tr

ATAÇ KOZMETİK A.Ş.
www.ataccosmetics.com

ATAK FARMA KOZMETİK A.Ş.
www.atakfarma.com

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

ATAŞ TÜKETİM MALLARI LTD. ŞTİ.
www.atasgroup.com

ATOMİZER KOZMETİK A.Ş.
www.atomizer.com.tr

AYCAN KOZMETİK
www.aycankozmetik.com.tr

AYKİM TEMİZLİK LTD. ŞTİ.
www.tex.com.tr

AYTAŞ TARIM ÜRÜNLERİ
www.aytash.com

AZMUSEBAT ÇELİK SANAYİ VE
TİCARET A.Ş.
www.azmusebat.com.tr

B
BAĞDATLI İTHALAT
PAZARLAMA A.Ş.
www.bahdatlias.com

BAŞAK INTERNATIONAL
MARKETING LTD. ŞTİ.
www.basakmarketing.com

BATI KOZMETİK SAN. A.Ş.
www.batikozmetik.com

BANAT FIRÇA A.Ş.
www.banat.com

BESMA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.besma.com.tr

BERAY KOZMETİK SAN.
VE TİC.LTD.ŞTİ.
www.beraykozmetik.com

BEŞYILDIZ TELEKOMÜNİKASYON
LTD. ŞTİ.
www.depistar.com

BEYAZ KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.beyazcosmetic.com

BFF KOZMETİK A.Ş.
www.beautyff.com

BIOLANDES GÜL SANAYİ A.Ş.
www.biolandes.com

BISAR COSMETIC
www.bisarcosmetic.com

BİLAL SABUNCU YAĞ
VE SABUN SAN. LTD.ŞTİ.
www.bilalsoaps.com.tr

BİLEŞİM KİMYA TEM.ÜR.LTD.ŞTİ.
www.bilesimkimya.com

BIOCURA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.biocura.eu

BİTKİ DERMAN KOZ.LTD.ŞTİ.
www.bitkiderman.com

BRN KOZMETİK SAĞLIK GIDA
TRZ.TİC.LTD.ŞTİ.
www.argansatis.com

BURDA BEBEK ANNE A.Ş.
www.babywee.com

BUR-İŞ PAZ. TEM. LTD.ŞTİ.
www.bur-is.com

BUHARA ESANS İÇ VE DIŞ TİCARET
www.buharaesans.com.tr

C/Ç
ÇAĞ KOZMETİK
www.kuafprofessional.com

ÇİMEN KOZMETİK SAN VE TİC.A.Ş.
www.cimenkozmetik.com

ÇAĞDAŞ ECZACILAR
LABORATUVARI SAN. VE TİC. A.Ş.
www.cagdasecza.com.tr

C.R.E.A KOZMETİK ÇÖZÜMLERİ
SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.
www.creakozmetik.com

CMC CONSUMER MED.CARE LTD. ŞTİ.
www.cmc-group.de

D
DALAN KİMYA END. A.Ş.
www.dalan.com.tr

DELTA DIŞ.TİC.A.Ş.
www.deltatradetr.com

DEPAR KOZMETİK GIDA LTD.ŞTİ.
www.deparkozmetik.com

DEREN KİMYA A.Ş.
www.cosmed.com.tr

DİFAŞ FIRÇA VE PLASTİK SAN.VE TİC.A.Ş.
www.difas.com.tr

DOĞACI DOĞAL KOZMETİK
GIDA SAN VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.dogaci.com.tr

DOĞATEK KOZMETİK
www.dogatek.com.tr

DUAL KİMYA SAN VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.dualkimya.com

DÜNYA GIDA TİCARET VE SAN A.Ş.
www.belindagroup.com

E
ECZACIBAŞI HİJYEN ÜRÜNLERİ
SAN. VE TİC.A.Ş.
www.eczacibasihijyen.com.tr

EEOSE LABORATUVARLARI
KOZM. LTD.ŞTİ.
www.eeose.com

EFE KOZMETİK
www.efekozmetik.com

EJDER KİMYA DANIŞMANLIK
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.ejderkimya.com

EKOKİMYA KİMYEVİ ÜR.
SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
www.ekokimya.net

EKSİMET LTD. ŞTİ.
www.eximet.biz

ELA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.elacosmetics.com

ELİF KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.elifcosmetics.com

ELMADAĞ KİMYA LTD.ŞTİ.
www.elmadagkimya.com.tr

ELOPAR A.Ş.
www.elopar.com.tr

ELSO FRAGRANCES
www.elsokimya.com

ERÇETİN GÜLYAĞI A.Ş.
www.ercetin.com

ERDOĞMUŞ PARFÜM SANAYİ
www.erdogmusparfum.com

ERKUL KOZMETİK A.Ş.
www.goldenrose.com.tr

ER-MAN KOZMETİK
PLASTİK LTD.ŞTİ.
www.ermankozmetik.com.tr

ERTE KOZMETİK A.Ş.
www.roxanne.com.tr

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.ixoraparfum.com



EUROMİS KİMYA
www.euromis.com

EYÜP SABRİ TUNCER
KOZMETİK.A.Ş.
www.eyupsabrituncer.com

EZEL KOZMETİK İTH.İHR.
TİC.SAN. LTD.ŞTİ
www.dermokil.com.tr

ERTE KOZMETİK A.Ş.
www.roxanne.com.tr

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.ixoraparfum.com

EVYAP SABUN, YAĞ,
GLİSERİN SAN. VE TİC. A.Ş.
www.evyap.com.tr

EUROMİS KİMYA
www.euromis.com

EYÜP SABRİ TUNCER
KOZMETİK.A.Ş.
www.eyupsabrituncer.com

EZEL KOZMETİK İTH.İHR.
TİC.SAN. LTD.ŞTİ
www.dermokil.com.tr

F
FİLİZ ÇELİK LTD. ŞTİ.
www.filizcelik.com

FLORA UÇAN YAĞLAR
www.floraucanyaglar.com

FLORMAR
www.flormar.com

FON KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.fonkozmetik.com

FONEKS KOZMETİK
www.fonex.com.tr

FROMA KİMYA GIDA
VE AMB. LTD.
www.fromakimya.com

FULSER KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.fulser.com.tr

FULYA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.fulyakozmetik.com.tr

G
GATA KİMYA KOZMETİK
SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.
www.gatakimya.com

GELİŞİM KOZMETİK A.Ş.
www.gelisimkozmetik.com

GERÇEK KOZMETİK&
ALTERNATİF KOZMETİK
www.rapunzelstore.com

GİZ COSMETICS LTD.ŞTİ.
www.gizcosmetics.com.tr

GOLD KİMYA ÜRNLERİ ÜR.
VE PAZ. A.Ş.
www.goldkimya.com

GULF TEMİZLİK A.Ş.
www.newcity.com.tr

GÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.gul.com.tr

GÜLEÇ KİMYA TEMİZLİK LTD.ŞTİ.
www.guleckimya.com.tr

GÜLER ELEKTRONİK
KOZMETİK A.Ş.
www.gulerelektronik.com

GÜLER KİMYA LTD. ŞTİ.
www.gulerchemical.com

GÜLŞAH ÜRETİM PAZARLAMA TİC.
www.gulshah.com.tr

GÜLTEKS DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
www.verdaa.com
www.gulteks.com.tr

GÜNO PAZ. REK. TUR. SAN VE
TİC. A.Ş.
www.guno.com.tr

GÜRKAN ROSEOIL INC.
www.gulsha.com.tr

H
HAİRTON A.Ş.
www.joykoz.com
www.hairton.com

HAYAT KİMYA SAN A.Ş.
www.hayat.com.tr

HAYAT LABORATUARI
KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.hayatlab.com.tr

HOBİ KOZMETİK A.Ş.
www.hobikozmetik.com

HS SABUN KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.hskozmetik.com

HUNCA COSMETICS A.Ş.
www.hunca.com

HÜMA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.humakozmetik.com

IDA KİMYEVİ VE SİHHİ
MAD. LTD. ŞTİ.
www.idaldtd.com

I/i
IFFCO KİŞİSEL BAKIM
ÜRÜNLERİ
www.iffco.com

INNOVA COSMETICS
www.innovacosmetics.com

IŞIK TERAPİ
www.isikterapi.com
www.organicum.com

İPEK İDROFİL PAMUK A.Ş.
www.ipekpamuk.com.tr

J
JCR KOZMETİK PERAKENDE
MAĞZACILIK TİC. AŞ.
www.atelierrebul.com
www.rebul.com

JUVENTA KOZ.UR.LTD.ŞTİ.
www.juventa.com.t

K
KADIOĞLU KOZMETİK A.Ş.
www.gabrini.com

KAİZER AMBALAJ LTD. ŞTİ.
www.kaizer.com.tr

KALE KİMYA A.Ş.
www.kalekimya.com.tr

KALİ KİMYA A.Ş.
www.kali.com.tr

KAMELYA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.kamelyacosmetics.com

KARADENİZ KOZ.SAN.İNŞ.
VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.karadenizkozmetik.com

KARDEŞLER GIDA VE TEMİZLİK A.Ş.
www.javel.com.tr

KARDEŞLER UÇAN
YAĞLAR SANAYİ A.Ş.
www.freshnsoft.com

KAYLA KOZMETİK
www.kayla.com.tr

KAZANCI ÇEVRE TEK.
BİYOTEK. MUH. LTD.ŞTİ.
www.kazancionline.com

KESENLER KOZMETİK A.Ş.
www.kesenlerkozmetik.net

KIRMIZIGÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.kirmizigulgrou.com

KOMET KOZMETİK LTD .ŞTİ.
www.kometkozmetik.com.tr

KONT KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.kontcosmetic.com

KOPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.kopas.com.tr

KORUMA TEMİZLİK A.Ş.
www.koruma.com

KOZ-AK KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.kozakkozmetik.com

KOSAN KOZMETİK PAZARLAMA
VE TİCARET A.Ş.
www.flormar.com

KOZAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.kontes.com.tr

KOZMO ARTI KİMYA
KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.kozmoarti.com

KOZMO KİMYA LTD.ŞTİ.
www.kozmokimya.com

KOZMOPLUS KOZMETİK
www.cosmoplus.com.tr

KURTSAN İLAÇLARI A.Ş.
www.kurtsan.com

L
LABER KİMYAAR-GE SAN.TİC.
www.laberkimya.com

LACİVERT LOJİSTİK
www.lacivertlojistik.com

LEVANTEN EV TEKSTİLİ LTD. ŞTİ.
www.machrique.com

LİDER KOZMETİKLTD.ŞTİ.
www.liderkozmetik.com

LİLA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.lilafix.com

LM KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.lmcosmetics.com

LTS LOTUS KOZMETİK
LTD.ŞTİ.
www.ltscosmetics.com

LUX GROUP KOZ LTD.ŞTİ.
www.luxgroup.com.tr

M
MAKYAJ KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.makyajkozmetik.com.tr

MARKA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.purixima.com

MAR-KOZ-SAN KOZ.LTD.ŞTİ.
www.fumekozmetik.com

MATSAN İÇ VE DIŞ
TİCARET İLAÇ SAN. A.Ş.
www.matsanas.com

MATSAN GROUP (PHARMACEL
AEROSOL LTD.ŞTİ.)
www.matsangroup.com

MAYAN LTD.ŞTİ.
www.mayan.com.tr

MERKER KOZMETİK LTD.
www.merkerkozmetik.com.tr

MERT-KOZ LTD.ŞTİ.
www.mert-koz.com

MEY KOZMETİK İTHALAT
İHRACAT LTD.ŞTİ.
www.meykozmetik.com

MG GÜLÇİÇEK (MG
INTERNATIONAL FRAGRANCE
COMPANY)
www.gulcicek.com

MHC MARMARA HİJYEN VE
KOZMETİK ÜR. LTD. ŞTİ.
www.marmaratemizlik.com

MİS NİTA KOZMETİK A.Ş.
www.missnita.com

MOHEN KİMYEVİ MADDELER A.Ş.
www.mohen.com.tr

MONNA COSMETICS
www.monna.com.tr

MORS KOZMETİK
www.morscosmetics.com

MOTIVA DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
0216 348 1033

N
NATUREL KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.pronwer.com

NETPAK ELEKT.PLASTİK
KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.net-pak.net

NEVA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.nevakozmetik.com.tr

NUCOS KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.nucoscocosmetics.com

NURAL DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
www.nural.biz

NURLIFE KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.nurlife.com

O/Ö
ODAK KOZMETİK A.Ş.
www.odakcosmetics.com

OKYANUS KİMYA LTD. ŞTİ.
www.okyanuskimya.com.tr

OLİVOS PAZARLAMA LTD. ŞTİ.
www.olivos.com.tr

ORJİN HİJYEN
VE SAĞLIK LTD. ŞTİ.
www.orjinhijyen.com.tr

ORKİDE KOZMETİK A.Ş.
www.orkidecosmetics.com

ÖZDEN KİMYA VE PLASTİK
LTD.ŞTİ.
www.ozdengroup.com

ÖZTÜRK İLAÇ A.Ş.
www.ozturk.com.tr

ÖZÜN KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.ozunkozmetik.co

P
PAMİR KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.mysticalparfum.co

PARKİM GROUP (FRAGRANCE, PACKA-
GING & RAW MATERIAL SOLUTIONS)
www.parkimpackaging.com

PEREJA COSMETICS
www.pereja.com.tr

PİNKAR KİMYA A.Ş.
www.pinkar.com

PİNKİM KOZMETİK A.Ş.
www.pinkim.com

PRIMO KİMYA A.Ş.
www.primo.com.tr

PROMAKS KİMYA
LTD. ŞTİ.
www.promaks.net

PROMART PROMOSYON LTD. ŞTİ.
www.prom-art.com

R
RAEN KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ
LTD. ŞTİ.
www.raen.com.tr

REBUL KOZMETİK A.Ş.
www.rebul.com

RENKSAN PLASTİK SÜNGAR
SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.renksan.com.tr

ROSENSE COSMETICS
www.rosense.com

S/Ş
S.P.A.KOZMETİK A.Ş.
www.spakozmetik.com

SAPRO TEMİZLİKÜRÜNLERİ A.Ş.
www.sapro.com.tr

SARUHAN KİMYA A.Ş.
www.saruhan.com.tr

SCK ZETA COSMETICS
www.zetacompany.com

SEBA KİMYA A.Ş.
www.sebakimya.com

SEBAT KİMYA A.Ş.
www.fomy.com.tr

SELARDİS DOĞAL KOZMETİK
www.selardis.com

SELESTA KOZMETİKLTD. ŞTİ.
www.selesta.com.tr

SELUZ FRAGRANCE
COMPANY
www.seluz.com

SENTEZ KOZMETİK &
KİMYA LTD. ŞTİ.
www.ellino.com.tr

SES KİMYA A.Ş.
www.seskimya.com.tr

SEVİMLER GIDA KOZLTD.ŞTİ.
www.sevimlerkozmetik.com

SEVİNÇLER SAĞLIK ÜRÜNLERİ A.Ş.
www.sevincler.com.tr

SOLARES LTD. ŞTİ.
www.solares.com.tr

SORA KOZMETİK SAN TİC. A.Ş.
www.soracosmetics.com

BEBAK KOZMETİK
LABORATUVARLARI A.Ş.
www.soracosmetics.com

SPC KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.spckozmetik.com

SUDESAN DETERGENTS
& COSMETICS
www.sudesan.com

ŞENYUVA FIRÇA LTD. ŞTİ.
www.nivabrush.com

T
TAHA KİMYA VE KOZMETİK
LTD. ŞTİ
www.biiwipes.com

TALİANI LTD. ŞTİ.
www.taliani.com.tr

TANAÇAN A.Ş.
www.tanacan.com

TAN-ALİZE KOZMETİK A.Ş.
www.farmasi.com.tr

TANAY TURİZM OTELCİLİK LTD. ŞTİ.
www.tanay.net

TARIŞ ZEYTİN A.Ş.
www.ta-ze.com.tr

TARKO LTD. ŞTİ.
www.tarkokozmetik.com

TARSAN KOZMETİK A.Ş.
www.tarsan.com.tr

TAT KİMYA SABUN A.Ş.
www.tatkimya.com

TEMKO COSMETICS
www.temko.net

TİM KOZMETİK SABUN OTEL
MALZ. LTD. ŞTİ.
www.timkozmetik.com

TİBET İTH. İHR. & KOZMETİK
SAN. A.Ş
www.tibet.com.tr

TİMPA HİJ. MAD. LTD. ŞTİ.
www.timpaltd.com.tr

TİTİZ TEMİZLİK LTD. ŞTİ.
www.titiz.com.tr

TOPAZ DIŞ TİCARET A.Ş.
www.topaztr.com

TREDA HIZLI TÜKETİM
UR. LTD. ŞTİ.
www.blenior.com

TÜRK HENKEL KİMYA A.Ş.
www.henkel.com.tr

TÜRKLAB TIBBİ MALZEMELER A.Ş.
www.turklab.com.tr

TURKUAZ LTD. ŞTİ.
0212 465 778

TURKUAZ MEDİKAL KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.turkuazsaglik.com.tr

TUTKU LTD. ŞTİ.
www.lapitak.com

U/Ü
UFT TEKSTİL GIDA LTD. ŞTİ.
www.ufttekstil.com.tr

UKİP KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.ukipcosmetic.com

ULUSOY İLAÇ VE KOZMETİK A.Ş.
www.banhair.com.tr

UMDE MÜH.MÜT.KOLL. ŞTİ.
www.lanahygiene.com

UNICARE (ROZA) LTD. ŞTİ.
www.unicare.com.tr

UNIVERSAL KİMYA LTD. ŞTİ.
www.universalpl.com
www.bluemore.com

UPİ-UĞUR PLASTİK LTD. ŞTİ.
www.vivol.com.tr

URHAN GROUP
www.urhangroup.com

UZMAN KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.uzmancosmetic.com

ÜNVER HIRDAVAT LTD. ŞTİ.
www.unver.com.tr

V
VENTEKS DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
www.venteks.com.tr

VENÜS FIRÇA ÜRÜNLERİ LTD. ŞTİ
www.venusline.com.tr

VEPA FIRÇA A.Ş.
www.vepafirca.com.tr

VERA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.verakozmetik.com

VİKİNG TEMİZLİK
www.vikingtemizlik.com.tr

Vİ-VET KOZMETİK
SAN.TİC. A.Ş.
www.vivetkozmetik.com

VK KİMYA KOZMETİK
LTD. ŞTİ.
www.vk-cosmetics.com

Y
YALINKAYA KUAFÖR
MALZEMELERİ LTD. ŞTİ.
www.yalinkayatarak.com

YAĞMUR KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.alamokozmetik.com

YAŞARLAR KOZMETİK A.Ş.
www.yasarlar.com.tr

YENSA DOĞAL KOZMETİK ÜRÜNLERİ
SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ
www.morethansoap.com

YEŞİL ILGAZ KOZMETİK
KİMYA LTD. ŞTİ.
www.yesililgazkozmetik.com

YEŞİLGÜN KOZMETİK
LTD.ŞTİ.
www.yesilgun.com.tr

YILDIZ KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.siorecosmetics.com

Z
ZEYTİNDALI GIDA LTD. ŞTİ.
www.midaszeytinyagi.com

ZİGAVUS İLAÇ KOZMETİK
LTD.ŞTİ.
www.zigavus.com

ZMHD KİMYA
www.flavia.com.tr

ZÜMRÜT KOZMETİK
www.zumrutkozmetik.com.tr

ZVS GIDA LTD. ŞTİ.
www.zeytinvs.com

7K DAĞITIM MURAT TAŞTAN
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.



MOISTURIZING
ROSE
SKIN CARE
SERIES





Experience the Quality and Originality of Turkish Cosmetics Brands.

Turkey
Discover
the potential

TC Turkish
Cosmetics
www.turkishcosmetics.org