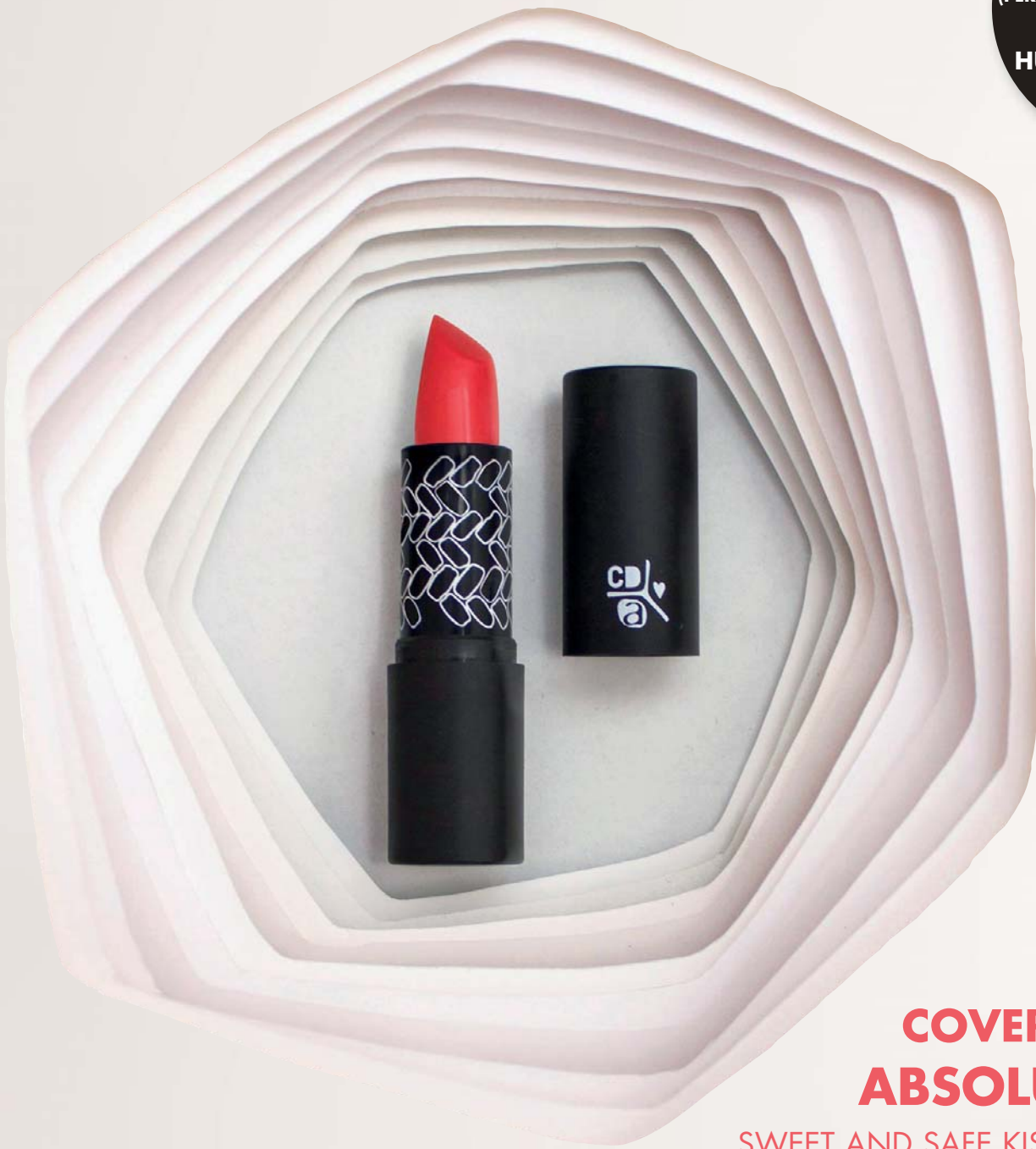


de beautysalon

SPECIAL
(PERMANENTE) **MAKE-UP**
& **VISAGIE,**
HUIDVERBETERING



COVERSTORY **ABSOLUTION**

SWEET AND SAFE KISS-LIPSTICKS

EYECATCHER **CENZAA'S** INTENSIEVE HUIDVERBETERING

INTERVIEW COR VAN DER LEE **HAPARKO COSMETICS**



MALU WILZ
FEEL YOUR BEAUTY

STERKE PARTNER



Nieuwe display in de basiscollectie.

WAAROM PARTNER WORDEN?

- ▶ Al 25 jaar een betrouwbare leverancier van Malu Wilz.
- ▶ Innovatieve – en trendy producten.
- ▶ Verzorgende decoratieve producten.
- ▶ Goede prijs/kwaliteit verhouding.
- ▶ Flexibele instap mogelijkheden, geen omzetverplichting.
- ▶ Optimale productpresentatie met aantrekkelijke display's.
- ▶ Omvangrijke marketingondersteuning.

Instap met kleine investering mogelijk.

HAPARKO



COSMETICS

Voor meer informatie over de diverse instapmogelijkheden:

HAPARKO COSMETICS

De Veldoven 57 | 3342 GR Hendrik-Ido-Ambacht
T +31 (0)78 - 68 166 28 | www.haparko.nl

Bekijk onze webwinkel voor meer informatie over producten van Malu Wilz:

WWW.WEBSHOPMALUWILZ.NL



Vakinformatie voor de totale Schoonheidsbranche

Verantwoordelijke uitgever Nederland:

GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen
Tel.: +31 (0)24 3246146
E-mail: info@gpmedia.nl
Internet: www.gpmedia.nl
www.debeautysalon.biz

Verantwoordelijke uitgever België:

De Mey Micheline
Eekhoudriesstraat 67
9041 OOSTAKKER (B)

Uitgever:

Peter Peeters

Redactie:

Simone Vos (redacteur)
s.vos@gpmedia.nl

Advertentieverkoop:

GPmedia BV
Gerdo van de Peppel (verkoop leider)
g.peppel@gpmedia.nl
Mandy Sponselee (media-adviseur)
m.sponselee@gpmedia.nl
Emiel Bruning (media-adviseur)
e.bruning@gpmedia.nl

Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

Abonnementen:

www.gpmedia.nl
of via info@gpmedia.nl
Per jaar in Nederland € 42,-
Per jaar in Europa € 51,-
Losse verkoop € 10,50

Het abonnement kan elk gewenst moment ingaan.

Vormgeving:

Studio Intensive
Telefoon: +31 (0)24 3246140
info@studio-intensive.com
www.studio-intensive.com

Druk:

Geers Offset (België)

ISSN:

1572-3208

© Copyright 2015

Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.



De Beautysalon besteedt de grootst mogelijke aandacht aan de juistheid van de informatie die in het vaktijdschrift wordt opgenomen. Fouten zijn echter niet volledig uit te sluiten. De uitgever en de auteurs zijn dan ook op geen enkele wijze verantwoordelijk voor schade, van welke aard ook, die is ontstaan als gevolg van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.

De Visie

Er is in de beautysector veel gaande op het gebied van de beurzen, dat is u waarschijnlijk niet ontgaan. De eerste editie van 'Beautyspot.nl live edition' is inmiddels geweest, voorjaarsbeurs Beauty Trade Special heeft een nieuwe locatie (De Brabanthallen) en op 7, 8 en 9 november is DeBeautyBeurs.nl op diezelfde plek te vinden.

Voor de distributeurs en voor de schoonheidsspecialisten lijkt het mij lastig om te kiezen naar welk beurs je nu moet gaan. Ga je naar alle beurzen? Welke beurzen zal de storm doorstaan en welke niet? Ik hoop dat het voor u snel wat duidelijker wordt en dat er snel een oplossing komt voor de huidige versnippering.

'In dit nummer kunt u inspiratie op doen voor uw salon, maar misschien ook een beetje voor uzelf'

In dit nummer van De Beautysalon is er aandacht voor deze veranderingen bij de beurzen. De voorjaarsbeurs in Den Bosch staat centraal in een interview met BTP-voorzitter Greet Hoedeman en met Bert van Seters, één van de oprichters van de voorloper van BTP (BT&EA). In zijn column beschrijft Jan Zwoferink zijn ervaring met Beautyspot.nl live edition en er is in dit nummer een beursverslag van deze eerste Beautyspot.nl live edition te vinden.

Uiteraard is er ook veel aandacht voor andere thema's. Zo is er in deze uitgave in het bijzonder aandacht geschonken aan make-up, visagie en huidverbetering. Een groot aantal merken heeft nieuwe producten gelanceerd en vaak was ik bij die lancering aanwezig. Zo leer ik niet alleen de merken en producten beter kennen, maar ook de vakmensen in de beautysector.

Ik heb bijvoorbeeld een leerzame middag gehad bij het event van Mineral Skin Cosmetics, waarbij ik met een aantal schoonheidsspecialistes in contact ben gekomen en hun visie over de branche heb gehoord. En in het interview met Cor van der Lee van Haparko Cosmetics, kunt u lezen hoe het is om al vijftientig jaar te werken met hetzelfde merk.



Daarnaast zijn veel merken al bezig met de make-up voor de feestdagen die eraan komen. In dit nummer kunt u inspiratie op doen voor uw salon, maar misschien ook een beetje voor uzelf. Want iedereen wil er toch schitterend uitzien tijdens kerst en oud & nieuw?

Wederom bevat De Beautysalon een aantal mooie columns. Zo geeft Ralf van Houts in zijn 'Marketingtips' een kijkje in de wereld van contentmarketing en kunt u daar wellicht wat van opsteken voor uw eigen zaak. Ook de visie van Patrick Klappe komt mooi naar voren in zijn column. Kortom: er zijn genoeg nieuwe ontwikkelingen in de beautybranche te ontdekken.

Ik wens u veel leesplezier toe!

Simone Vos

P. 10 Interview Cor van der Lee, Haparko Cosmetics

Cor van der Lee vierde op 9 juni samen met zijn vrouw en mede-eigenaresse Hester van Hattem dat ze met Haparko Cosmetics het merk Malu Wilz al een kwart eeuw vertegenwoordigen. “Vanaf het allereerste begin is Malu Wilz al bij Haparko, dat is een evenement waard”, aldus Cor. In dit interview vertelt hij over de geschiedenis van het merk en geeft hij zijn visie op Haparko Cosmetics.



P. 26 Coverstory Absolution

Het Franse biologische cosmeticamerk Absolution biedt huidverzorging voor het gezicht en het lichaam. Sinds anderhalf jaar is Absolution ook in Nederland niet meer weg te denken uit de schoonheidsbranche. Het merk breidt haar assortiment nu uit met de Sweet and Safe Kiss-lipsticklijn. De collectie is het resultaat van een bijzondere samenwerking tussen Absolution en de Franse make-up artist Christophe Danchaud. De uitkomst: zes natuurlijke lipsticks die zowel verzorgend als verfraaiend zijn. Trainingsmanager Annelies Bisseling-Van Buren geeft de trainingen voor Absolution in Nederland en vertelt hierover in de coverstory.

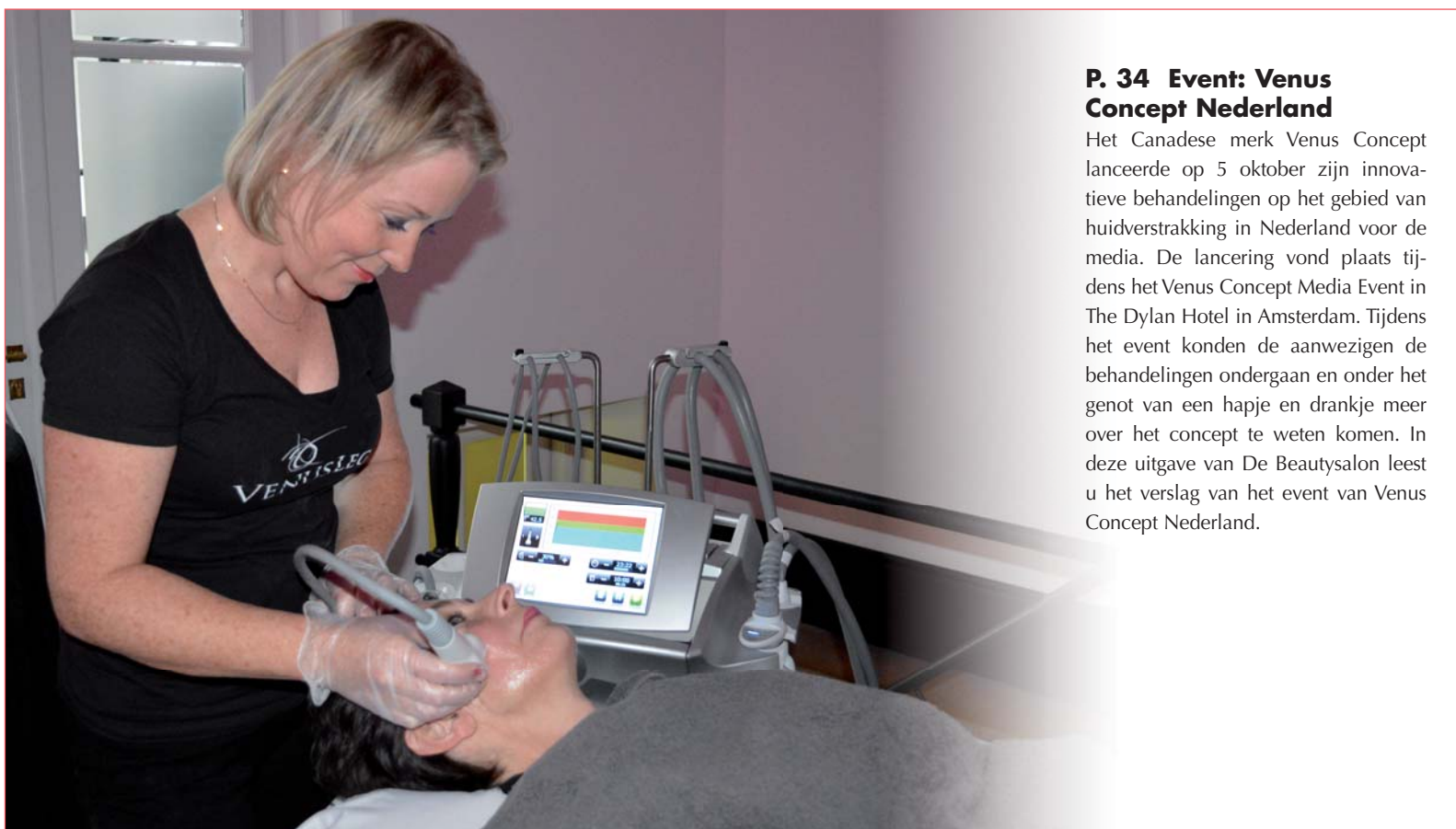
P. 17 Neoderma: nieuwe ontwikkelingen

Het internationale cosmeticamerk Neoderma komt in 2016 met een aantal nieuwe ontwikkelingen. Het merk wil graag inspelen op de veranderende markt en de behoefte van de professional. Tijdens een bijeenkomst op het hoofdkantoor in Den Haag maakte het team van Neoderma Hettinga Benelux de nieuwe plannen van het merk bekend. In deze uitgave leest u wat die plannen zijn.

P. 18 Interview Greet Hoedeman en Bert van Seters

Greet Hoedeman, de voorzitter van BTP en Bert van Seters, medeoprichter van BT&EA (later BTP), geven in een interview hun visie op de beurzenverschuiving in de beautysector en op de rol van BTP in de afgelopen 23 jaar. In het voorjaar van 2016 handhaaft BTP de Beauty Trade Special van 2 tot en met 4 april in de Brabanthallen in Den Bosch en ook daarover gaat het interview in deze editie.





P. 34 Event: Venus Concept Nederland

Het Canadese merk Venus Concept lanceerde op 5 oktober zijn innovatieve behandelingen op het gebied van huidverstrakking in Nederland voor de media. De lancering vond plaats tijdens het Venus Concept Media Event in The Dylan Hotel in Amsterdam. Tijdens het event konden de aanwezigen de behandelingen ondergaan en onder het genot van een hapje en drankje meer over het concept te weten komen. In deze uitgave van De Beautysalon leest u het verslag van het event van Venus Concept Nederland.

P. 45 Nabeschouwing beautyspot.nl live edition

De eerste editie van de nieuwe beautybeurs, Beautyspot.nl live edition, is op 12 en 13 september in de Jaarbeurs in Utrecht gehouden. Volgens de organisatie trok het event bijna zesduizend bezoekers. Tijdens deze editie werd ook voor het eerst de Beautysalon Top 100 bekend gemaakt. Deze nieuwe beurs is de eerste beurs die door de Jaarbeurs alleen is georganiseerd. In deze uitgave vindt u een (foto)reportage van de beurs.



P.48 Salon X: Het Beauty Atelier

“Ik wil mijn klanten het gevoel geven dat ze in de watten worden gelegd in mijn salon”, vertelt Kathy Gola, eigenaresse van schoonheidssalon Het Beauty Atelier in ‘t Goy (bij Houten). “Ik vind het belangrijk om persoonlijke aandacht te geven aan mijn klanten en neem altijd de tijd. Door de drukte en hectiek in het dagelijkse leven worden de zintuigen enorm geprikkeld. Een rustgevende ambiance in mijn salon vind ik daarom van groot belang.” Kathy is gespecialiseerd in gezichts- en lichaamsbehandelingen en vertelt in Salon X over haar Beauty Atelier.



Beauty By Dorien bij meerdere exclusieve salons

Beauty By Dorien, de exclusieve huidverbeteringslijn van Dorien Schonenberg, is bij meerdere exclusieve verkooppunten te koop. Daarnaast wordt de lijn gebruikt bij diverse gerenommeerde salons en wellnesscenters, waaronder Wellness & Beauty de Woudfennen in Joure en De Rooij Hair & Beauty in Vaassen.

Dorien Schonenberg is onder meer bekend van het Anti-Ageing Center Dorien.nl en het RTL 4- programma 4ME. De beautylijn Beauty By Dorien richt zich op huidverbetering en- verjonging. In de producten is het Zwitserse appel stamcel Serum verwerkt, dat de tekenen van huidveroudering bestrijdt.

Het serum is honderd procent vrij van parabenen en proefdiervrij. In de Beauty By Dorien-lijn zijn ook producten opgenomen die specifieke huidproblemen bestrijden zoals couperose en pigmentvlekjes.

Meer informatie:

Dorien Anti-Ageing Center
Tel. 0487- 517534
www.dorien.nl



Petit Cadeau heeft uitgebreide collectie relatiegeschenkjes



Petit Cadeau biedt al meer dan een decennium lang een uitgebreide collectie verpakte relatiegeschenkjes en verkoopdisplays om waardering over te brengen. Dit kan ook met de geheel vernieuwde lijn vintagegeschenkjes, die in het assortiment is opgenomen.

Ondernemers weten wat het voor een klant betekent om in het zonnetje gezet te worden. Het geven én krijgen van een cadeautje voelt daarom als een bijzonder moment van aandacht. De waardering wordt immers tastbaar.

Petit Cadeau staat met het hele assortiment op de twee najaarsbeurzen: BeautyBeurs.nl in Den Bosch en Beauty Live in Kalkar.

Meer informatie:

Petit Cadeau par Jeannette, Tel. 076- 5934661, info@petitcadeau.nl
www.petitcadeau.nl

Leerlingen geven Kamerleden make-over op prinsjesdag

Traditiegetrouw is prinsjesdag het moment waarop onze regering de plannen voor het komende jaar bekendmaakt. Veertien leden van de Tweede Kamer begonnen afgelopen prinsjesdag op 15 september met een bezoek aan de splinternieuwe Aveda Lifestyle Experience Salon in Den Haag, waar ze een make-over kregen door talentvolle leerlingkappers en –schoonheidsspecialisten.

De activiteit was een initiatief van FNV Mooi, de MBO Raad, het Ministerie van OC&W, kappersorganisatie ANKO en Skills Netherlands. Tijdens de sessie toonden de excellente mbo'ers hun vakmanschap, zowel aan de parlementariërs als aan de massaal toegestroomde pers. Ook onderstreepten zij hiermee dat Nederland niet zonder goede vakmensen kan. Twee nationale kampioenen



CDA-kamerlid Mona Keijzer krijgt een nieuwe look

maakten deel uit van het leerlingenteam: schoonheidsspecialiste Lotte van Wandelen en kapper Sanne Appelboom. Beiden namen deel aan WorldSkills 2015, het 'WK voor beroepen' dat in augustus gehouden werd in Brazilië.

Meer informatie:

www.skills-netherlands.nl

Wilt u een stap verder gaan dan huidverbetering?

De THALGO laboratoria
lanceren MCeutic –
Cosmeceuticals met het
unieke Mesolift Marine Patent.

MCeutic biedt uw klant het
resultaat van Mesotherapie,
zonder gebruik van naalden.



M
CEUTIC
MÉSOLIFT MARIN
LABORATOIRES
THALGO

GEÏNTERESSEERD?

Voor meer informatie, of een afspraak, kunt u contact
opnemen met Tenne Cosmetics

E: info@tennecosmetics.com

T: 010 202 2200



Mineral Skin Cosmetics Event toont vernieuwingen binnen Xminerals-lijn

“Een aantal producten uit de Xminerals-lijn heeft een vernieuwde, frisse en subtiele geur, een verbeterde samenstelling en de concentratie conserveermiddelen is verlaagd”, begint Bernice van der Pijl van Mineral Skin Cosmetics het event over de Xminerals-lijn voor de depositairs. Op 5 september presenteerde Mineral Skin Cosmetics de vernieuwde formule én een aantal nieuwe producten binnen de Xminerals-lijn.

Ruim veertig schoonheidsspecialisten die met de producten van Mineral Skin Cosmetics werken, waren bij het event aanwezig. Nadat Bernice van der Pijl heeft verteld over de vernieuwde formule van de Xminerals dagcrème, het Elite Superior Serum, het Ultra Lifting Mask en de 24-uur Retinol crème, presenteert ze de nieuwe nachtcrème die tegelijkertijd als gezichtsmasker gebruikt kan worden.

Voedende en verzachte nachtcrème en masker

“Deze crème is voedend en hydraterend en er zijn veel superfruits in verwerkt, zoals granaatappel, papaja en mango”, vertelt Van der Pijl. “Ook zijn er rijstzemelen in opgenomen. De nachtcrème heeft verzachtende eigenschappen dankzij sheabutter en Dode Zeezout.”

De Xminerals-lijn bestaat uit synergetische producten op basis van Dode Zeemineralen, die zijn gecombineerd en verrijkt met natuurlijke, aromatische plantenextracten. De formules bevatten ook anti-aging werkstoffen.

Voeding en de huid

Niet alleen de nieuwe producten van Xminerals staan centraal tijdens het event, maar ook de invloed van voeding op de huidconditie komt aan bod. Ronald Riksen, schrijver van het boek ‘Heel de huid’ vertelt wat voeding met je doet. Riksens boek is gebaseerd op de Oosterse voedingsleer en gaat ervan uit dat ‘je bent wat je verteert’. Riksen geeft adviezen aan de aanwezige schoonheidsspecialistes en vertelt over de relatie tussen de huid, de organen en de voeding die mensen binnenkrijgen.

Coaching en eigen stijl

Tijdens het event is er ruimte om ervaringen uit te wisselen over de sessies en over de producten die de specialisten gebruiken. Zo kunnen de aanwezigen bij de lunch bijpraten en ook na de lunch is er een open setting waarin de schoonheidsspecialisten met elkaar in gesprek gaan.

Onder leiding van coach Cindy Bucher gaan de specialistes in groepjes zitten, vertellen ze hun kwaliteiten aan elkaar en hebben ze het over punten waar ze



tegenaan lopen in hun salon. Een dag vol ervaringen en gesprekken, die eindigt met een borrel waarop alle schoonheids-specialisten nog kunnen napraten over het event en meer over Mineral Skin Cosmetics te weten kunnen komen.

Meer informatie:

Mineral Skin Cosmetics

Tel. 033-2464532, info@miscos.nl, www.mineralskincosmetics.nl



Ervaar het comfort van onze SOFT-line!



Wellnessbank MLW F1 Soft

Behandelstoelen SPL Soft

Pedicurestoelen SPL Podo Soft



Volg ons via Facebook

GHARIENI

Producent & leverancier van kwalitatieve saloninrichting 'Made in Germany'!

Gharieni Nederland BV · Bronsstraat 5 · NL-6031TS Nederweert
Tel.: 0495-633036 · Fax: 0495-626663 · www.gharieni.nl · info@gharieni.nl

WEBECOS

AL VIJFTIG JAAR VOORUITSTREVENDE!

In 1961 werd het begrip "cosmeceutical" voor het eerst geïntroduceerd door de Amerikaan Raymond Reed, een van de grondleggers van de Amerikaanse Vereniging van Cosmetisch Chemici. Hij gebruikte de term voor cosmetica die biologisch actieve ingrediënten bevatten.

Kort daarna werd Webecos geïntroduceerd als eerste echte Nederlandse merk met producten die hoge concentraties serieus klinisch geteste ingrediënten bevatten en die daarom toch iets meer dan alleen maar een 'pampering' effect

konden geven. Webecos is daarmee inmiddels al ruim 50 jaar een 'cosmeceutisch' merk, dat een farmaceutische uitstraling aan een uitstekende prijs/kwaliteitverhouding weet te koppelen. Dankzij die lange ervaring beschikken wij over een uitgebreide kennis ten aanzien van nieuwe werkstoffen en recepturen, waar u als schoonheidsspecialist uw voordeel mee kunt doen. En uiteraard volgen wij de nieuwste ontwikkelingen op cosmetisch gebied nog steeds op de voet en passen deze kennis toe in de vele nieuwe producten die wij elk jaar weer introduceren.

PROBEER HET ZELF!

VRAAG GRATIS PROBEER-PAKKET AAN



www.webecos.nl

PURE PRODUCTEN VOOR PURE BEHANDELINGEN



webecos





Fotografie: Maaïke van Esch

“Een vijftiengjarige jubileum van een merk kun je alleen bereiken als je trouwe klanten hebt. We wilden onze klanten laten zien dat we ze waarderen en onze nieuwe klanten laten zien wat Malu Wilz Beauté inhoudt”, vertelt Cor van der Lee, mede-eigenaar van Haparko Cosmetics, de leverancier van het exclusieve Duitse merk Malu Wilz Beauté in de Benelux. Daarom vierde Cor op 9 juni samen met zijn vrouw en mede-eigenaresse Hester van Hattem dat ze het merk Malu Wilz al een kwart eeuw vertegenwoordigen. “Vanaf het allereerste begin is Malu Wilz al bij Haparko, dat is een evenement waard”, aldus Cor.

zult Malu Wilz niet bij de drogist vinden, want het is de bedoeling dat de schoonheidsspecialiste advies kan geven over producten en ze ook meteen kan verkopen.”

Van meubels naar make-up

Cor van der Lee zit inmiddels elf jaar in het familiebedrijf. “Ik heb altijd in de commercie gewerkt, veelal in de buitendienst. Ik kom uit de meubelbranche en daarbinnen verkocht ik natuurlijk een heel ander product. Maar de manier waarop ik met klanten omga en de verkoop is wel hetzelfde. Ik heb het heel lang voor me uitgeschoven om in het bedrijf te stappen, want een baan in de cosmetica is toch niet het eerste waar een man aan denkt. Maar voor mijn schoonvader werd het werk fysiek lastiger en was het nodig dat ik bij het bedrijf kwam. Hij doet de boekhouding nog, want hij is nog gezond van geest en hij vindt het leuk om te doen.”

“Ik vind de beautybranche vriendelijker, de wereld is minder hard en met klanten is het makkelijker om te schakelen dan in de meubelbranche. Het gaat mij echt om het contact met de klant. Voor schoonheidsspecialistes is de keuze voor een merk vaak ook emotioneel. Het gaat om de geur en de uitstraling van een merk en ze willen zich kunnen identificeren met een merk. Dat gedeelte vind ik mooi, dat er emoties bij komen kijken.”

De kracht van Haparko

De kracht van Haparko Cosmetics en het merk Malu Wilz zit volgens Cor vooral in de eerlijkheid en in de complete leveringen die hun bedrijf biedt. “We hebben vrijwel alles op voorraad en zorgen ervoor dat de orders compleet verzonden worden. Daarnaast bieden we veel ondersteuning in de vorm van foto's voor promotie, goede workshops en trainingen.”

“Trendy make-up van Malu Wilz is ons unieke selling point”

Ook de kennis en de ervaring die in het bedrijf zitten, is erg belangrijk voor de klanten van Haparko Cosmetics. Zo heeft Hesters vader al ruim vijftig jaar ervaring en is Hester opgegroeid met de cosmeticabranche. “Ze ging altijd mee naar beurzen en heeft door de jaren heen ook golven van verandering meegemaakt”, vertelt Cor.

“Bijvoorbeeld de overstap in de afgelopen jaren van veel schoonheidsspecialisten van het hoge segment naar het middensegment. Daarmee komen wij in aanraking, want wij zitten in het middensegment met ons merk. Het lijkt een stap terug van hoog- naar middensegment, maar met de hoge concentratie werkzame stoffen is Malu Wilz zowel huidverzorgend als huidverbeterend.

“De reacties achteraf waren echt overweldigend”, zegt Cor. “We hebben het jubileum gevierd in Cultureel Centrum Cascade in Hendrik-Ido-Ambacht en wilden dat het een kennisevent zou zijn met een losse sfeer en een feestelijke toon. We wilden niet teveel over de producten van Malu Wilz Beauté praten, maar echt de klanten in het zonnetje zetten. Tegelijkertijd werden wij ook verrast. Mensen kwamen met cadeaus, bloemen, flessen wijn en kunstwerken om ons te bedanken. Dat hadden we helemaal niet verwacht. Het leek onze eigen bruiloft wel”, lacht Cor.

De geschiedenis van Haparko Cosmetics en Malu Wilz

“Tijdens het jubileum hebben we onder meer laten zien hoe Haparko is begonnen en waar we nu, vijftiengjarige later, staan. In 1990 benaderde de toenmalige eigenaar van Malu Wilz, Janssen Cosmetics, de vader van Hester met zijn nieuwe merk: Malu Wilz. Hesters vader, Pieter van Hattem, zat altijd al in de beautybranche en die ging het merk vertegenwoordigen. Samen met Hester startte hij Haparko Cosmetics en werden we de exclusieve leverancier van het Duitse merk. Na twee jaar kocht Art Professional de rechten van Malu Wilz over van Jansen Cosmetics en sindsdien doen wij zaken met hen.”

Trends

Het grote voordeel van werken met Art Professional, is dat zij zowel retailmerken als merken voor salons verkopen. Hierdoor lopen wij altijd gelijk met de trends in de winkels en is Malu Wilz dus echt een trendy merk. Dat is ons unieke selling point: trendy make-up. Maar het is wel een merk dat exclusief bij schoonheidssalons wordt verkocht en dat vinden we erg belangrijk. Je

Malu Wilz Beauté

"Voor iedere klant heeft Malu Wilz wat te bieden. Make-up, huidverzorging, wellness, anti-ageing, we hebben alles. Veel mensen komen bij de schoonheidssalon om verwend te worden, om te ontspannen en dan is Malu Wilz de ideale keuze. Ook voor klanten die huidverbetering willen bieden in de salon, heeft Malu Wilz een uitgebreid gamma aan salonbehandelingen. Voor het thuisgebruik hebben we hierbij passende, ondersteunende producten.

Persoonlijk werken

"Schoonheidsspecialisten hebben een goede leverancier aan ons, maar we hebben wel een bepaalde manier van werken. Het is een persoonlijke manier van werken en je kunt makkelijk in contact komen met ons. We hebben geen vertegenwoordigers die langs klanten gaan, maar in plaats daarvan investeren we geld in andere zaken. Zo organiseren we eens in de twee à drie jaar een make-up event voor onze klanten en staan er iedere week meerdere trainingen op het programma."

De beautybeurzen

Naast het organiseren van trainingen en events voor klanten, staat Haparko Cosmetics ook op de grote beurzen. "We zijn groot voorstander van twee beurzen per jaar, want we hebben een gevarieerd productaanbod dus er is genoeg voor twee beurzen. We horen in de beautybranche veel geluiden over dat er onduidelijkheid is over welke beurs nu het meest interessant is om heen te gaan. Wij zijn lid van BTP (Beauty Trade Professionals) en willen naar de kwalitatief goede beurzen in de Brabanthallen in Den Bosch: de Beauty Trade Special van 2 tot en met 4 april 2016."

"Ik denk dat het aanbod op de afgelopen editie van Beautyspot.nl live edition te klein was om aantrekkingskracht te hebben op schoonheidsspecialisten. Daarnaast heeft de Jaarbeurs mij ook niet echt het klantgevoel gegeven. De

"Voor Haparko Cosmetics en Malu Wilz is het belangrijk dat klanten trots zijn op het merk en tevreden zijn over de ondersteuning die ze krijgen"

ondersteuning en hulp kwam pas laat en dat is jammer. Volgens mij is het goed dat klanten één of twee keer per jaar naar één beurs gaan om daar informatie te krijgen en zich te oriënteren op nieuwe merken en dan maakt het niet uit of ze daarvoor een uur of een half uur moeten rijden."

"Voor Haparko Cosmetics en Malu Wilz is het belangrijk dat klanten trots zijn op het merk en tevreden zijn over de ondersteuning die ze krijgen", zegt Cor. "Het is belangrijk dat onze producten bij de klanten passen en daar halen we voldoening uit. Ons motto is dan ook: samen we zijn we sterker."

Meer informatie:

*Haparko Cosmetics
Tel. 078-6816628
www.haparko.nl*



CHRISTOPHE
DANCHAUD  absolute



SPREAD THE #SWEETANDSAFEKISS

055-5431111 / INFO@ABSOLUTION.NL



U kent vast wel de televisiereclames van verzekeringsmaatschappij Klaverblad, die steevast eindigen met de slogan: 'Als je maar lang genoeg gewoon blijft, word je vanzelf bijzonder.' Eén van de leukste van deze reclamespots vind ik die waarin twee mensen van een reclamebureau hun nieuwe ideeën voor het merk Klaverblad komen presenteren. "Met dat merk Klaverblad kun je zoveel meer doen! Vergeet nou eens even dat, eh verzekeren. Denk bijvoorbeeld aan Klaverblad Energy, energie met de vertrouwde Klaverblad-kwaliteit." Vol trots wordt vervolgens een lichtbak met het nieuwe Energy-logo gepresenteerd. "Maar, hoef je daar dan helemaal geen verstand van te hebben?", vraagt één van de Klaverblad-directieleden verbaasd. De reclameman tovert een spottend lachje op zijn gezicht en antwoord simpel: "Nee". In het volgende shot zie je hen de lift naar de uitgang nemen, want aan Klaverblad zijn dit soort fratsen immers niet besteed.

ook niet vergelijken." Blijkbaar nog nooit gehoord van de uitdrukking die u als schoonheidsspecialist zeker kent: 'Je krijgt maar één kans om een goede indruk te maken.' Helaas is die hier gemist, als ik zo de reacties hoor van diverse van uw collega's die wel in Utrecht geweest zijn.

Als branche zitten we nu met de brokken. Veel toonaangevende aanbieders zijn al langer ontevreden over de kwaliteit van de beurs in Utrecht en over de wijze waarop ze door de Jaarbeurs behandeld zijn. Zij denken hun klanten een kwalitatief veel beter evenement te kunnen bieden en gaan daarom in april 2016 een eigen beurs organiseren. Ook de Jaarbeurs lijkt ondanks de ervaringen van dit najaar door te gaan met de ingeslagen weg en zo zou het zomaar eens kunnen zijn dat u komend voorjaar de keuze heeft uit twee beautybeurzen.

'Dat vonden we dus niet zo'n goed idee'

Dat is jammer en op het eerste gezicht lijkt zo'n versnippering ook niet goed. Toch zitten er ook positieve aspecten aan. Concurrentie houdt immers scherp en daardoor zullen beurzen minder gemakkelijk als voorheen 'op de automatische piloot' worden georganiseerd. De organisatoren zullen alles uit de kast halen, waardoor beurzen als evenement kwalitatief beter worden en dus aantrekkelijker om te bezoeken. Het belangrijkste aspect is echter dat u 'in control' bent. U heeft wat te kiezen en u bepaalt wat en wie u belangrijk vindt.

Jan Zwoferink

Jan Zwoferink is apotheker en eigenaar van Webecos en Corrective Cosmetics

Ik stel me zo voor dat deze reclamemakers vervolgens meteen zijn doorgerezen naar Utrecht en daar een soortgelijke presentatie bij de Jaarbeurs hebben gehouden. "Met dat merk Beautyspot kun je zoveel meer doen! Vergeet nou eens even dat, eh internetplatform en al die email-nieuwsbrieven. Denk bijvoorbeeld aan Beautyspot live edition, een vakbeurs voor de beautybranche met de vertrouwde Beautyspot kwaliteit." Vol trots wordt vervolgens een impressie van de nieuwe beursinrichting gepresenteerd. "Maar, hoef je daar dan helemaal geen verstand van te hebben...???"

Enfin, hoe dit verhaal afloopt hebben we onlangs in Utrecht mogen ervaren. Volgens de Jaarbeurs voldeed de oude beurs niet meer aan de wensen van de bezoekers en daarom wilde men, ondanks alle adviezen vanuit de branche vasthouden aan haar eigen ideeën, ontwikkeld door mensen die nog nooit een beautybeurs van binnen hadden gezien. Het resultaat: nog geen 6000 bezoekers, tegenover bijna 11.000 bezoekers een jaar geleden! Voor het commentaar op deze halvering van bezoekers heeft men vermoedelijk weer hetzelfde reclamebureau ingeschakeld: "Een eerste editie is altijd spannend en kun je

Andubalance van hhp nieuwkomer op bodyshaping-gebied

Al meer dan tien jaar biedt Home Health Products (hhp) medische producten aan die mensen volgens het selfcare-principe thuis in kunnen zetten. De producten zijn gebaseerd op andullatie: een combinatie van infrarood-warmte en mechanische vibraties. Nieuwkomer in de productrange is het speciale wellnessstoel Andubalance.

Hhp bracht de Andubalance onlangs op de markt, omdat uit onderzoek is gebleken dat andullatietechnologie ook goed werkt bij vochtafdrijving en bij de aanmaak van collageen. Het toestel is in Duitsland gefabriceerd en heeft ingebouwde infrarood, tien andullatiemotoren en biedt tien wellnessprogramma's. Deze programma's zorgen voor een vlotte afvoer van afvalstoffen en vochtafdrijving, een stevigere en gladde huid (collageen-boost en anti-cellulitis) en een betere verbranding (tegenaan jojo-effect).

Afvoer afvalstoffen en vochtafdrijving

Jarenlang onderzoek heeft aangetoond dat het gebruik van de Andubalance het lymfestelsel bevordert. Hierdoor worden overtollig vocht en afvalstoffen op een gezonde manier - zonder gebruik van medicatie of vochtafdrijvende middelen - afgevoerd. Dit zorgt er ook voor dat het gewicht op peil blijft. Vaak is het vasthouden van vocht namelijk de reden van overtollige kilo's en onverklaarbare schommelingen op de weegschaal.

Stevigere en gladde huid

Collageen is een eiwit dat de huid stevigheid verschaft. Na het vijftiende levensjaar neemt dit eiwit echter gestaag af. Mechanische trillingen van de Andubalance sporen energiecentrales in cellen aan om actiever te zijn en meer energie te produceren. Hierdoor maakt het lichaam meer collageen aan en dit vertaalt zich in een stevigere huid, mooiere contouren en een jonge, stralende look.

Betere verbranding

Gezond eten is niet altijd een garantie voor het realiseren van een felbegeerd figuur. Een optimale verbranding van voedingsstoffen is hiervoor noodzakelijk. Individuele en leeftijdsgebonden factoren bepalen dit proces echter. De technologie van de Andubalance is in staat om de energiecentrales van lichaamscellen te activeren, waardoor de stofwisseling een boost krijgt. Dit versnelt



de verbranding. Een optimale verbranding zorgt er onder andere voor dat het jojo-effect na een dieet geen kans krijgt en dat de verloren kilo's wegblijven (dagelijks gebruik van de Andubalance is dan wel aan te raden).

Basisvoorwaarden

Wie wil afslanken of een strak figuur wil krijgen, moet in de eerste plaats verstandige voedingskeuzes maken en op regelmatige basis bewegen. Zonder deze basisvoorwaarden zijn pogingen tot bodyshaping vergeefs. Omdat iedereen verschillend is, is het raadzaam om in samenwerking met een voedingsdeskundige een ideaal voedingsplan samen te stellen. De Andubalance ondersteunt bij de zorg voor het lichaam en 'Adds a smile to your life'.

Meer informatie:

Home Health Products
Tel. 076-5329050
www.hhp-professional.com



Nieuwe supersized vitamine serums van Alpha-H

De nieuwe vitamine serums van Alpha-H helpen de huid op een prettige manier de winter door met extra voeding en bescherming. Daarnaast hebben de producten een nieuwe, innovatie verpakking die dubbelwandig is en een uv-coating heeft.

De serums zijn voorzien van een nieuwe verpakking, zodat de inhoud op een constante temperatuur blijft en deze beschermd wordt tegen temperatuurschommelingen en uv-straling. De werkzaamheid van vitamines blijft zo behouden en er zitten minder conserveringsstoffen in de serums om deze effectief te houden.



Eco-vriendelijke verpakking

De nieuwe verpakking is eco-vriendelijk, want het binnenste deel is verwisselbaar en navulbaar met een navulvariant van de serums. Daarnaast is het formaat van de verpakking van dertig naar vijftig milliliter gegaan. De prijzen van de serums en de navulverpakkingen zijn nagenoeg hetzelfde gebleven.

Drie supersized vitamine serums

Het Alpha-H-assortiment bevat drie supersized vitamine serums die de huid ieder op hun eigen manier voorzien van voldoende voedingsstoffen en energie om de naderende kou te doorstaan. De lijn bestaat uit het vitamin C serum, dat geschikt is voor ieder huidtype en de collageenaanmaak een boost geeft. Het serum gaat roodheid tegen en helpt de teint te verbeteren.

Het vitamin E serum helpt de geïrriteerde, droge of gevoelige huid en versterkt het huideigen afweersysteem. Het verlicht irritatie en werkt hydraterend. Het Vitamin A 0,5% serum heeft het perfecte ingrediënt voor de aanpak van een valse winterteint: vitamine A. Deze vitamine heeft van nature een exfoliërende werking. De celvernieuwing versnelt hierdoor en zo krijgt de teint een opfrisser. Daarnaast werkt vitamine A als anti-age en anti-acne ingrediënt.

Meer informatie:

Alpha-H Nederland

Tel. 06-34921316

info@alpha-h.nl

www.alpha-h.nl

Een egale huid met Perfection Sublime van Diego dalla Palma pro

Het Italiaanse merk RVB Skinlab introduceert in de Diego dalla Palma pro-lijn de behandeling met Perfection Sublime. Dit is een behandeling die in de salon plaatsvindt. Deze is gericht op het verminderen van rimpels, verkleint de poriën en egaliseert de teint van de huid. De ingrediënten voor de behandeling zijn zorgvuldig geselecteerd om elk product te versterken.

Zo verbetert het LPA Complex de huid in de diepte, wordt de pigmentproductie geregeld en verbetert de structuur van de huid. Het LPA Perfection Complex is gebaseerd op lysphosphatidic zuur dat is ontwikkeld na lange en zorgvuldige Japanse onderzoeken. Het complex is ook gebaseerd op vitamine PP, dat ook bekend is als vitamine B3. Deze vitamine speelt een fundamentele rol bij het metabolisme.

Perfection Sublime

De Perfection Sublime versterkt de barrièrefunctie die de huid verbetert door het stimuleren van de lipiden-synthese. Daarnaast verhoogt de behandeling de activiteit van het serine palmitoyl transferase enzym (voor een optimale hydratatie). De behandeling heeft een anti-inflammatoire werking en stimuleert de productie van collageen en elastine. De behandeling remt ook de overdracht van melanosomen naar de omliggende keratinocyten.

Voor het thuisgebruik is er een kit die aansluitend gebruikt kan worden. Deze kit bevat een dag- en nachtcrème en een nachtserum.



Meer informatie:

Esthé-Care Cosmetiek

Tel. 013-5131063

info@esthe-care.nl

www.esthe-care.nl

NIEUW: CELLRESOR, DE SCHATBEWAARDER VAN SCHOONHEID.



Het doel van de CELLRESOR-lijn is het huidvernieuingsproces te stimuleren en te verhogen, wat resulteert in een prachtig én effectief huidverjongingsconcept. Kraaienpootjes, fijne lijntjes en rimpels worden zichtbaar verminderd. De huid ziet er weer frisser, jonger en egaler uit, dankzij een uniek werkstoffencomplex.

FLORINT BV
VERRASSEND INNOVATIEF

DRIEBERGSESTRAATWEG 37, 3941 ZS DOORN, TEL. (+31)343-414550, WWW.FLORINT.NL

UNIEK 2-IN-1 APPARAAT PERMANENTE MAKE-UP EN MESOTHERAPIE

bij aanschaf van een
MB Premiumliner ontvangt u een

GRATIS MESO-PAKKET
t.w.v. € 850,- inclusief training

1-OP-1 PMU TRAININGEN
wij zorgen voor de modellen

DENK
AAN UW
INVESTERINGS-
AFTREK!

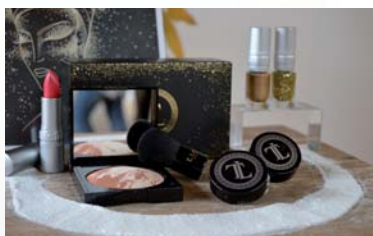


MB COSMETICS
GROOTHANDEL & OPLEIDINGEN

MB Cosmetics
Havinghastraat 24
1817 DA Alkmaar
072 - 571 5679
info@mbcosmetics.nl
www.mbcosmetics.nl

Care Cosmetics presenteert nieuwe make-up en huidverzorging met mooie texturen

Luxe, geur en beleving zijn drie thema's die centraal staan tijdens de productpresentatie van de Franse merken Darphin en T.LeClerc van leverancier Care Cosmetics. Op 28 september presenteerde Care Cosmetics in Amsterdam de nieuwe lijnen van de twee Franse beautymerken uit hun portfolio. T.LeClerc heeft voor de kerstperiode de lijn Gold & Chic en Darphin introduceert een nieuwe nachtcrème: 8 Flower Nectar Oil Cream.



Het cosmeticamerk T.LeClerc bestaat sinds 1881 en staat bekend om het losse poeder. Een brug slaan tussen huidverzorging en make-up staat centraal bij T.LeClerc. Het poeder is niet alleen gemaakt om de schoonheid te accentueren, maar ook om de huid te corrigeren. Eén van de werkzame stoffen in het poeder is Japans rijstpoeder, dat een absorberend effect heeft. Daarnaast is het bananenpoeder, dat een gele kleur heeft, een verhelderend poeder van T.LeClerc.

Chic & Gold

De nieuwe lijn Chic & Gold bestaat uit zes make-upproducten die speciaal voor de feestdagen zijn gemaakt. In deze collectie zit een compact poeder in de kleur Coffret Gold, twee crème-oogschaduw in de kleuren Or frois (rosé) en Or Chaud (koper), een eyeliner Brun Moiré en twee nagellakken. De ene nagellak is een topcoat met gouden deeltjes en de andere is goudkleurig.

Goede combinaties

"T.LeClerc komt vier keer per jaar met een nieuwe look", vertelt Roxanne Eerens van Care Cosmetics. "De kerstlook is dan een aanvulling op de najaarslook, zodat onze klanten de make-up altijd kunnen combineren. De crème-oogschaduw is simpel aan te brengen. Dat kan ook gewoon met de vingertop. Tijdens de productpresentatie laat Roxanne bij één van de aanwezigen meteen zien hoe de make-up aangebracht kan worden. "Het is altijd erg belangrijk om te kijken naar de huidtinten in iemand gezicht. Daar pas je dan de make-up op aan", adviseert Roxanne.



Darphins 8 Flower Nectar Oil Cream

Het andere Franse merk dat tijdens de productpresentatie aan bod komt, is Darphin. Dit merk heeft een drie stappenplan voor elke huidtype en iedere huidconditie. Het plan bestaat uit een serum, een aromatische olie en een crème. De nieuwste crème in het assortiment is de 8 Flower Nectar Oil Cream, waarbij het 8-Flower Nectar Essential Oil Elixir is verwerkt in de nachtcrème. In deze nieuwe crème zijn acht verschillende bloemen opgenomen en de geur is opgebouwd net zoals in een parfum. De Franse trainster van Darphin, Chantal Reeves, vertelt tijdens de presentatie dat klanten met deze crème de spa in huis kunnen halen en kunnen genieten van een ontspannen nachtrust door de diverse geuren en aroma's.

Meer informatie:

Care Cosmetics, tel. 078-6521580, www.carecosmetics.nl

Nieuwe ontwikkelingen voor cosmeticamerk Neoderma in 2016

Het internationale cosmeticamerk Neoderma komt in 2016 met een aantal nieuwe ontwikkelingen. Het merk wil graag inspelen op de veranderende markt en de behoefte van de professional. Tijdens een bijeenkomst op het hoofdkantoor in Den Haag maakte het team van Neoderma Hettinga Benelux de nieuwe plannen van het merk voor 2016 bekend.



General Manager Samantha Oudenbroek van Neoderma Hettinga Benelux geeft een presentatie over de nieuwe look & feel van Neoderma

Tijdens het event werd duidelijk dat Neoderma een nieuwe weg inslaat op meerdere gebieden. Zo krijgt het merk een nieuwe uitstraling: "Neoderma heeft een groen hart en respect voor de natuur. Daarom waren de verpakkingen altijd in groentinten. Het groene hart verandert niet, maar Neoderma

krijgt in het najaar van 2016 een meer internationale uitstraling", vertelt Samantha Oudenbroek, General Manager van Neoderma Hettinga Benelux. "Het wordt strakker en hipper. We gebruiken de kleuren zwart en wit en krijgen een nieuw logo."

Vernieuwingen bij Neoderma

Neoderma is 23 jaar geleden in Cyprus gestart en vanaf het eerste begin is Iwona Hettinga de exclusieve distributeur in de Benelux met haar Neoderma Hettinga. "Het is de bedoeling dat de Neoderma-salons overal ter wereld dezelfde uitstraling krijgen. Dat doen we om de herkenbaarheid van de producten en salons te

vergroten. Zo willen we overal dezelfde geur in de salons hebben en komt de inrichting van de salons overeen", aldus Iwona Hettinga.

Nieuwe productlijnen voor apotheken en de retailmarkt

In het najaar van 2016 lanceert Neoderma een nieuwe lijn voor apotheken en een lijn voor de retailmarkt. "Uiteraard zijn dit andere producten dan de Neoderma-artikelen bij de schoonheidssalons. Het is de bedoeling dat consumenten die niet bij de schoonheidssalon komen, toch in aanraking komen met ons merk. Dan hopen we natuurlijk dat ze daardoor naar de salon gaan voor professioneel advies en behandelingen. Beide lijnen bevatten een beperkt aantal producten en worden in andere verpakkingen aangeboden", vertelt Samantha.

Goede afspraken

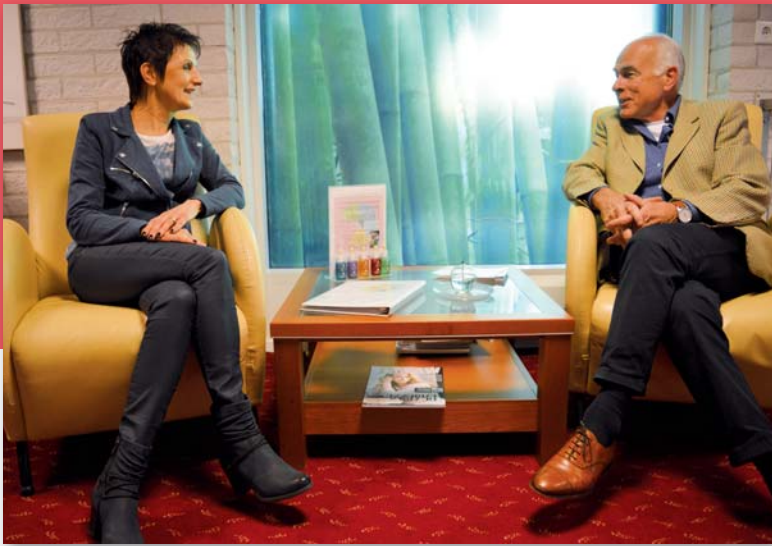
"De strategie komt vanuit Cyprus en ik heb besloten om erin mee te gaan", zegt Iwona Hettinga. "Ik ga goede afspraken maken met de winkels en apotheken en zorg ervoor dat de producten strikt gescheiden blijven van de producten die bij de schoonheidssalons verkrijgbaar zijn. De professionele markt is en blijft de belangrijkste partner van Neoderma en krijgt te allen tijden de meeste ondersteuning."

Tot slot maakt het team van Neoderma bekend dat ze in 2016 niet op de beautybeurzen staan. "We organiseren in het najaar van 2016 een symposium, omdat we persoonlijke aandacht willen geven aan onze depositairs", aldus Samantha. De exacte datum en locatie van het symposium volgen nog.

Meer informatie: Neoderma Hettinga Benelux
Tel. 070-3634025, www.neoderma.nl



Iwona Hettinga is de directeur van Neoderma Hettinga Benelux



Nu de samenwerking van Beauty Trade Professionals (BTP) en Jaarbeurs Utrecht in juli 2015 officieel werd beëindigd, zijn er veel nieuwe initiatieven voor beurzen ontplooid. Op 12 en 13 september organiseerde de Jaarbeurs de eerste editie van Beautyspot.nl live edition, ter vervanging van Beauty Salon Dimensions. In het voorjaar van 2016 handhaaft BTP de Beauty Trade Special van 2 tot en met 4 april in de Brabanthallen in Den Bosch. Greet Hoedeman, de voorzitter van BTP en Bert van Seters, mede-oprichter van BT&EA (later BTP), geven in een interview hun visie op de beurzenverschuiving in de beautysector en hun mening over de rol van BTP in de afgelopen 23 jaar.

niet deelgenomen aan deze beurs in Maastricht, maar besloten om zelf een beurs te organiseren."

"De samenwerking met de Jaarbeurs in de afgelopen 23 jaar ging net zoals het in een huwelijk kan gaan", vertelt Bert van Seters. "Je begint heel verliefd met elkaar, maar op een bepaald moment komen er irritaties in de relatie. Dan ga je samen om de tafel zitten om te kijken hoe je eruit kunt komen en dat lukt soms wel en soms niet. Het huwelijk tussen BTP en Jaarbeurs heeft uiteindelijk geen stand gehouden. De ideeën over een professionele beurs lagen te ver uit elkaar en op een gegeven moment moet je dan erkennen dat het over is."

De eerste beautybeurs in Utrecht

"Het doel van de BTP is om beurzen te organiseren, daar is de leveranciersorganisatie voor opgericht", vertelt Greet Hoedeman. Sinds april 2015 is ze voorzitter van de organisatie en maakt ze zich hard voor een beurs die staat als een huis in het voorjaar van 2016. Bert van Seters is vanaf het eerste uur bij BTP betrokken. Hij was samen met eigenaars van Cosinta, NEM Products, Oreaden en Medi-Charme, mede-initiatiefnemer en medeoprichter van BT&EA (later BTP) in 1991 en zij organiseerden in 1992 de eerste beautybeurs in de Jaarbeurs. "We hadden gezien hoe er in Maastricht in het MECC het jaar ervoor een fantastische beurs was neergezet. De bezoekers werden daar vorstelijk onthaald en alles werd voor ze betaald. Dat houdt alleen geen stand, dachten wij, vooral omdat Maastricht voor velen te ver was. Wij vijven hebben dus ook

"We hebben geleerd van de vorige beurzen en kunnen nu met veel kennis een nieuw event neerzetten"

Centrale ligging

De juiste locatie voor een beautybeurs was voor de vijf oprichters de Jaarbeurs. "We hebben daar aangeklopt en zij hadden er wel oren naar. We hebben alles laten vastleggen en als we verlies zouden draaien, moesten we er zelf voor opdraaien. Vooraf hadden we zorgen over het slagen van de beurs, maar het werd een doorslaand succes. Dus richtten we de BT & EA op, dat nu BTP heet, en kregen daarvoor meteen veertig aanmeldingen. De leden die op de beurs kwamen exposeren, ontvingen korting op hun vierkante meters en de BT & EA kreeg als initiatiefnemer provisie over alle verkochte meters", vertelt Bert.

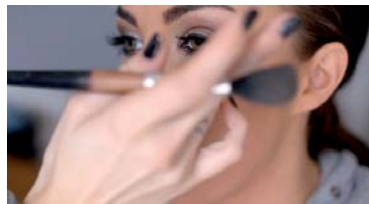
Beauty Trade Special

Na de eerste succesvolle beurs in het najaar zorgden de vijf oprichters ervoor dat ze ook in het voorjaar een beurs konden houden in de Jaarbeurs: de Beauty Trade Special. Ze overtuigden de toenmalige interim-voorzitter van de ANBOS ervan dat zijn leden daar ook welkom waren voor het houden van hun congres en ze lieten de naam Beauty Trade Special vastleggen in een contract met de Jaarbeurs. "Na een aantal jaren hadden we het gevoel dat er vernieuwing nodig was bij de najaarsbeurs Beauty Salon Dimensions en dat de glans eraf was", zegt Bert.

Greet beaamt dit: "Er moest ook iets veranderen aan de beurs. De laatste jaren stonden er vaak dozen in stands en stoeltjes buiten stands, dat kan gewoon niet. Dat is niet de uitstraling die je van een beautybeurs verwacht. Het werd hoog tijd dat we weer eens serieus bij elkaar zouden zitten om de professionaliteit en uitstraling, zoals je dat mag verwachten, terug te krijgen.

Het Beauty Atelier is de centrale ontmoetingsplek op de beurs waar vakmanschap, beauty, kunst en kennis op verschillende manieren samenkomen





Dat doe je als partner, alleen dacht Jaarbeurs daar anders over. Het is alleen jammer dat de Jaarbeurs niet voldoende heeft gepeild wat er onder alle leden leeft, voordat ze het nieuwe concept Beautyspot.nl live edition opzette.”

“Beautyspot.nl live edition is als een voldongen feit aan ons gepresenteerd en daar is het helemaal mis gegaan. Het is ook jammer voor de branche, maar uiteindelijk zijn wij als BTP weer helemaal bezig met waar we voor zijn opgericht: het organiseren van een professionele beurs waarin kwaliteit, inspiratie en beleving hoog in het vaandel staan.”

Spijtige beëindiging van samenwerking

Ook Bert van Seters vindt het jammer dat samenwerking met Utrecht zo moest eindigen. “Ik was altijd heel trots op de beurzen in Utrecht”, vertelt hij. “De leveranciers hadden mooie stands en als ik de beurs vergeleek met de buitenlandse beautybeurzen, kwam Utrecht er heel goed uit. Maar het is tijd om als BTP een eigen beurs te organiseren, nu we niet meer met de Jaarbeurs samenwerken. De naam Beauty Trade Special hoort bij BTP, dus wij organiseren nu in het voorjaar die beurs.”

De nieuwe beurs

“We organiseren de Beauty Trade Special in samenwerking met Jochem Otto van Mgen (Marketing Generation). Hij is een specialist op het gebied van event-organisatie en barst van de creatieve ideeën”, vertelt Greet. “We hebben geleerd van de vorige beurzen en kunnen nu met veel kennis een nieuw event neerzetten. Het wordt meer dan alleen een beurs; het is een plek waar je geïnspireerd raakt en geboeid wordt. Het is de bedoeling dat iedere bezoeker naar huis gaat met gevoel dat ze de volgende dag weer helemaal opgeladen en met frisse zin aan de slag gaat in zijn of haar bedrijf.”

De Brabanthallen in 's-Hertogenbosch

De keuze voor de locatie van de Beauty Trade Special was een hele bewuste.

“We hebben op meerdere locaties gekeken en wilden uiteraard graag midden in Nederland blijven. De beste keuze na Utrecht was Den Bosch, in de Brabanthallen. Je moet de plussen en minnen afwegen en de Brabanthallen hadden de meeste plussen”, aldus Greet. “De beurs moet een goede uitstraling hebben en dat is hier. De ruimtes zijn zoals we ze willen, de faciliteiten zijn goed, Den Bosch is goed bereikbaar met de trein en auto en er zullen shuttlebussen rijden vanaf het station. Dan is er nog een heel belangrijke plus: de parkeerplaatsen zijn zeker de helft goedkoper dan in Utrecht.”

De standruimtes

“De netto standruimte die de nieuwe beurs te bieden heeft, is 5500 vierkante meter en de exposanten zullen minder geld betalen per vierkante meter. Een heel aantal leveranciers heeft zich al aangemeld voor de Beauty Trade Special”, aldus Greet. “Daar komt bij dat een groot deel van België er ook bij betrokken wordt, voor hen wordt het aantrekkelijker om naar de beurs te gaan.”

“Met de Beauty Trade Special willen we als BTP een high-end beurs neerzetten, die kwalitatief goed is en waarin veel kennis te behalen valt”, aldus Greet. “We willen bezoekers langer dan twee uur op de vloer hebben maar daar moet je wel iets voor doen en dat gaan we bewijzen. Zo kunnen ze de hele dag over de beurs lopen en er geïnspireerd raken, zodat de bezoekers voldaan naar huis gaan.”

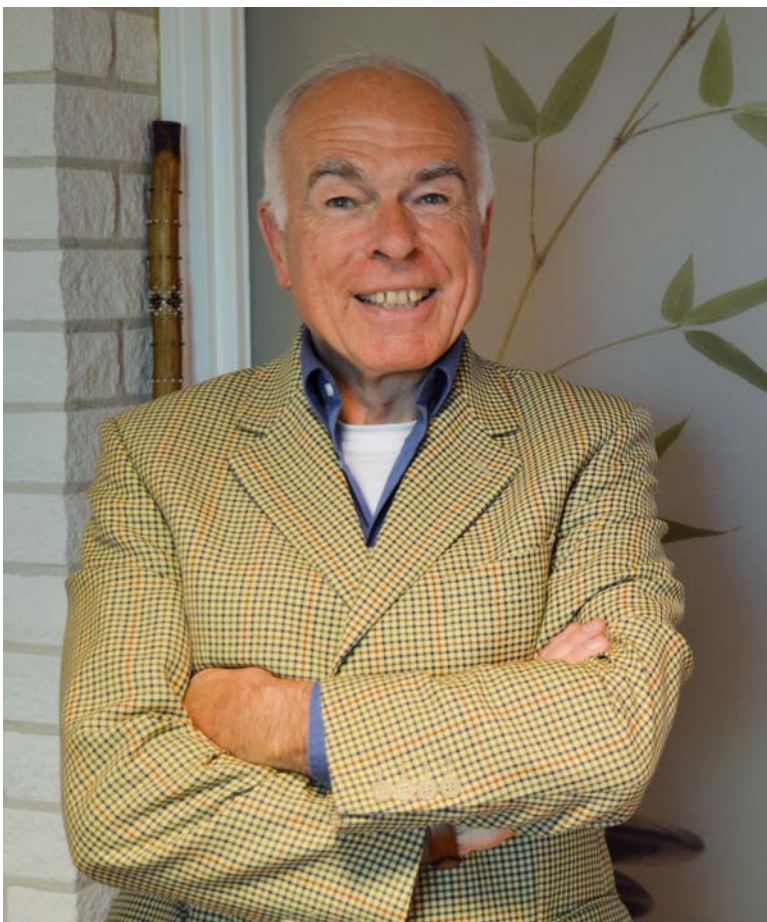
De Beauty Trade Special vindt van 2 tot en met 4 april 2016 plaats in de Brabanthallen in 's-Hertogenbosch.

Meer informatie:

Marketing Generation B.V. / Beauty Trade Special

Tel. 0343- 411412

www.beautytradespecial.nl



Trendcollectie herfst/winter 2015 van **LOOKX** Make-up is geïnspireerd op natuur

De nieuwe trendcollectie van het cosmeticamerk LOOKX is geïnspireerd op de kracht van de natuur. Het kleurenpalet van vallende bladeren in de bossen, een onweerswolk omringd door gouden zonnestralen en regendruppels op paarse bloemen zijn de inspiratiebron geweest voor deze nieuwe lijn. LOOKX heeft skincare based make-up en is rijk aan natuurlijke ingrediënten.



De make-upcollectie voor de herfst/winter 2015 biedt niet alleen mooie trendkleuren, maar ook huidverzorgende ingrediënten zoals vitamine E en C. In de lipgloss zit jojoba-olie verwerkt. De waterproof LOOKX Creamy eyeshadow in de kleur Sky heeft een grijsblauwe tint en bevat een parelpoeder met anti-ageing werking. Daarnaast is in de nieuwe lijn de Creamy eyeshadow in de kleur Earth opgenomen. Deze twee kleuren oogschaduw zijn goed te combineren. Deze creamy eyeshadow kost €18,95 per stuk.

Limited edition oogschaduw

De collectie bevat ook limited edition oogschaduw, in verschillende kleuren. De oogschaduw voelt zacht aan en is goed gepigmenteerd. Elke tint bestaat uit een mix van drie soorten pigment: matt, pearl en pearl+. De oogschaduw is verkrijgbaar in de kleuren Cayenne, (combinatie bruin), Toermalijn (combinatie paars), Woodforest (combinatie groen) en Cloudcover (combinatie blauw). De oogschaduw is €7,75.

Eyeliner en mascara

De LOOKX Exclusive eyeliner verschijnt in deze collectie in een chocoladebruine variant. De zachte, vloeibare formule zorgt voor een strakke lijn en de punt van dit automatische potlood is makkelijk scherp te houden met minislijper op de achterkant. De eyeliner is waterproof en kost €17,65,-. Met de Ultra wear mascara krijgen wimpers een natuurlijke krul, veel volume en een diepzwarte kleur. Panthenol (provitamine B5) geeft de wimpers optimale verzorging. De mascara is waterresistent, maar ook makkelijk te verwijderen. Deze kost €19,25.

Lipgloss en mineral powder

De herfst/wintercollectie is compleet met de lipgloss en natural velvet mineral powder van LOOKX. In de lipglosses zitten moisturizing ingrediënten en natuurlijke anti-oxidanten en deze kunnen goed in plaats van een lippenbalsem dienen. De gloss blijft tot drie uur lang zitten en is te verkrijgen in de kleuren Sparkle brown pearl en Purple toermalijn pearl. De gloss kost €18,25 per stuk.

Het natural velvet mineral powder is geschikt om make-up te fixeren en de huid direct te beschermen tegen vrije radicalen. Het poeder matteert de huid. Het mineral powder kost €20,85.

Meer informatie:
LOOKX Group
Tel. 072-5332107
www.lookx.com



De LOOKX Creamy eyeshadow in de kleur Sky



De Creamy eyeshadow in de kleur Earth is ook opgenomen in het nieuwe assortiment

BEAUTY TRADE SPECIAL

Brabanthallen - 's Hertogenbosch

**02 - 03 - 04
APRIL
2016**



VERTROUWDE NAAM, NIEUWE LOCATIE

Al 23 jaar de vakbeurs van en voor
beautyprofessionals



Jij hebt passie voor je werk. Dus natuurlijk wil je blijven op je vakgebied! Met de compleet gerestylede Beauty Trade special ben je in één dag weer helemaal op de hoogte en tot in je tenen toe geïnspireerd. Het evenement biedt alles wat je gewend bent van deze succesvolle vakbeurs, maar dan opgetild naar 'the next level'! Georganiseerd door beauty professionals, vóór beautyprofessionals en op een nieuwe, gastvrije locatie: de Brabanthallen in Den Bosch.

Nieuwe Star Gloss Tatroo lipgloss van Keenwell

Keenwell presenteert de nieuwe Star Gloss Tatroo lipgloss in tien verschillende kleuren. De lipgloss zit in een stijlvolle verpakking en wordt geleverd met twee gratis mini facelift-ampullen. Deze zijn €9,95 waard.

De lipgloss heeft een perfecte dekking en hydraterende eigenschappen. Daarnaast zitten er diamantachtige micropareltjes in de lipgloss. Deze zorgen voor een stralend en blijvend effect op de lippen. Depositairs krijgen bij aankoop van drie keer de verkoopproducten een gratis display inclusief testers.

Meer informatie:

B&Z Cosmetics Breda B.V., tel. 076-5418160, info@bz-cosmetics.com



Nieuwe glitterpufjes van Petit Cadeau



De 'glitterpufjes in een opbergdoosje' zijn de nieuwste aanwinst in de collectie van Petit Cadeau. Deze pufjes zijn verpakt als een geschenk. Het nieuwe product zit vol micro-glitters en deze glitters zijn gemakkelijk en snel aan te brengen met het pufje.

Met dit handige meeneemdoosje is het eenvoudig om zowel thuis als tijdens een avondje uit de avond make-up even bij te werken. Petit Cadeau verzorgt ieder geschenk in een transparante verpakking.

Om het cadeau zit een strik en er zit een wenskaartje bij het geschenk. Het opbergdoosje met glitterpufjes kost €1,99.

Meer informatie:

Petit Cadeau par Jeannette

Tel. 076-5934661

info@petitcadeau.nl

www.petitcadeau.nl

Karaja biedt uitgebreide collectie professionele make-up



Het Italiaanse make-upmerk Karaja biedt een ruime en complete cosmeticalijn met producten die veel kleurpigment bevatten. De producten van Karaja zijn hypoallergeen en dierproefvrij. De collectie van het Italiaanse cosmeticamerk wordt twee keer per jaar uitgebreid met nieuwe seizoensproducten. Deze worden in de collectie opgenomen en kunnen altijd los worden bijbesteld.

Karaja heeft diverse displays in het assortiment, maar ook make-upproducten voor de ogen, het gelaat, de lippen en de nagels. Daarnaast biedt het merk een collectie met tassen en koffers voor de freelance visagist aan. De professionele make-up van Karaja is gebaseerd op de nieuwe trends uit de modewereld en de lijn beschikt over klasse en creativiteit.

Art of Make up

De importeur van Karaja in de Benelux is Art of Make up en de levering vindt rechtstreeks plaats vanuit de producent. Daarnaast biedt Art of Make up een minimale instap voor starters, kleine compacte displays, hebben depositairs de mogelijkheid om online te bestellen en heeft Art of Make up een eigen opleidingsruimte voor trainingen.



Meer informatie:

Art of Make up, tel: 0174-295886, info@artofmakeup.nl, www.artofmakeup.nl

Cenzaa zorgt voor intensieve huidverbetering

Cenzaa geeft u elke dag een nieuwe uitdaging, want ze weet hoe belangrijk het is om vernieuwend te blijven voor uw klant. Met vooraanstaande laboratoria ontwikkelt Cenzaa hoogwaardige en doeltreffende cosmedische producten. Cenzaa werkt met revolutionaire, wetenschappelijk bewezen formules en combineert het bewustzijn van een gezonde levenswijze voor een stralende huid.

Bij Cenzaa is het PCN2®-system toegevoegd aan de producten. Dit is een geavanceerde innovatie waarbij vier technologieën verenigd zijn. Met het PCN2® system is de volgende stap in cosmetica gezet. Het is een nieuwe manier van samenstellen, zonder bijwerkingen, die oplossingsgericht is. De Cenzaa-producten zijn cosmeceuticals en werken daardoor veel dieper door in de huid en zorgen daarmee voor intensieve huidverbetering.

Huidverbetering van binnen en buiten

Met de ontwikkeling van de PCN2® formulering zorgen alle producten van Cenzaa voor huidverbetering van binnenuit en aan de buitenkant. Het is een aantrekkelijke gedachte om er zolang mogelijk jong en mooi uit te zien. De aanpak van een 'perfecte huid' begint bij de Cenzaa-salon met een compleet concept. De Cenzaa Cosmedische-producten, Nutraceuticals, Healthy Tea's en East meets West huiddiagnose worden ingezet voor huidverbetering en spelen een belangrijke rol in het herstel van gezondheid en schoonheid op een dieper niveau.

De Cenzaa Huidexpert analyseert daarom bij elk bezoek de huidconditie en adviseert middels het unieke zes stappenplan welke producten de huid op dat moment nodig heeft.

Meer informatie:
Cenzaa Nederland BV
Tel. 074- 2783500
info@cenzaa.nl
www.cenzaa.nl



Om de zeer hoge concentratie cosmeceuticals te behouden worden Cenzaa producten verpakt in het technologische zuurstofdichte 'bag-in bottle'.

Cenzaa biedt effectieve huidverbetering met waardering voor schoonheid van mens, dier en natuur. Hierbij haalt Cenzaa het beste uit twee werelden: science en nature. Het merk combineert honderd procent natuurlijke ingrediënten met geavanceerde ontwikkelingen met als doel het begeleiden van schoonheidsspecialisten in hun ambities en dromen om met hoogwaardige en weldadige behandelingen, de unieke winkelformule en zeer uitgebreide marketingtools het hoogst haalbare resultaat te bereiken.

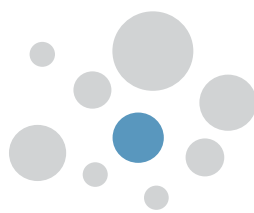
dermaOXY OXYGEN TREATMENT

CHEATING AGE IS POSSIBLE

Start
met zuurstof-
behandelingen
vanaf
€1.845.-



- Natuurlijke zuurstofbehandeling
- 100% veilig
- Vermindert rimpels en lijntjes
- Superfood voor de huid
- Direct zichtbaar resultaat
- 3 tot 6 jaar jonger



dermaOXY



ZOEK EEN SALON OP WWW.DERMAOXY.NL

showroom
Einsteinstraat 16K
Dordrecht

postadres
postbus 8068
3301 CB Dordrecht

www.bw-cosmetics.nl
algemeen 078-7501741
info@bw-cosmetics.nl

 **B&W COSMETICS**




Loverock
Natural for kids

www.loverock.eu | Loverock by Puur Company | 010-8465471 | info@puurcompany.nl



Hoeveel mannen heeft u de afgelopen maand in de stoel gehad voor een gezichtsbehandeling? Ik hoor u al denken: mannen!?!?! Heeft u zich wel eens afgevraagd hoeveel mannen er in Nederland rondlopen? Misschien wel veel meer dan u denkt. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) komt jaarlijks met allerlei nuttige en soms onnuttige informatie over de meest uitlopende onderwerpen. Volgens het CBS lopen er iets meer vrouwen dan mannen rond in ons kikkerland. Om precies te zijn 50,5% vrouwen en 'maar' 49,5% mannen (2013).

Doordat mannen een andere huidstructuur hebben, hebben ze vooral behoefte aan producten die speciaal voor de mannenhuid zijn ontwikkeld. Ze hebben niet genoeg aan een stoer uitzijnde verpakking en een aangenaam geurtje. Nee, ze hebben producten nodig die echt op de mannenhuid zijn afgestemd.

Gelukkig heeft u als schoonheidsspecialiste ruime keuze uit mannencosmetica die niet direct via de drogisterij, Douglas, ICI Paris of Kruidvat verkocht worden. Verschillende merken van mannenproducten bieden behandelingen aan die specifiek afgestemd zijn op de man. Van een kleine 'lunchbehandeling' voor het reinigen van de huid tot een gehele gezichtsbehandeling inclusief massage en masker.

Mannen

Als de man eenmaal in uw salon komt, dan zult u merken dat hij geniet van een behandeling en zich overgeeft aan de rust die uw salon uitstraalt. Ook zult u merken dat mannen over het algemeen zeer trouwe klanten zijn, die zich graag laten adviseren over welke producten ze voor een thuisbehandeling nodig hebben. Meestal beknibbelt de man niet op de aanschaf van cosmetica, die nodig zijn om rimpels en droogte te lijf te gaan.

Maar misschien bent u bang een man in uw salon te behandelen. Gelukkig zijn er vele manieren om deze 'angst' te lijf te gaan. Wees vooraf duidelijk naar uw mannelijke clientèle over wat u wel en vooral wat u niet bij hem gaat doen. Plan de behandelingen overdag en bied een aantal afgestemde gezichtsbehandelingen aan.

Als u zich aan deze basisregels houdt, vermijdt u teleurstellingen achteraf. Eén ding is zeker: er ligt nog een enorme markt open, het wordt tijd om daar eens nader naar te gaan kijken. En zoals een bekend spreekwoord zegt: Als er één man in de stoel ligt....

Conne van Groningen

Reageren op deze column?
Stuur een mail naar: s.vos@gpmedia.nl

Op een bevolkingsaantal van bijna 17 miljoen inwoners zijn dat meer dan acht miljoen mannen. Ruim 38% van de bevolking is tussen de 40 en 66 jaar. Een interessante doelgroep, die tijd en geld besteedt aan uiterlijke verzorging.

Waarom al deze statistieken en cijfertjes? Om u bewust te maken van een grote potentiële markt, die voor u open ligt. Een markt die nauwelijks ontgonnen is. Als u de bevolkingsopbouw in uw salon ziet, heeft u waarschijnlijk het grootste deel cliënten tussen de 40 en 66 jaar. Maar nagenoeg alleen maar vrouwen en geen mannen. Een gemiste kans?? 'Nee', hoor ik u denken. 'Ik wil geen mannen in de salon. Die willen allemaal lichaamsmassages hebben of wellicht iets anders. Dus aan mijn lijf geen polonaise'. Is dit vooroordeel juist?

Het is wel een feit dat veel salons geen mannen behandelen. Distributeurs van mannencosmetica kunnen dat onderschrijven. Ook ik merk hoe moeilijk het is om een schoonheidsspecialiste te overtuigen om mannencosmetica te verkopen. Omdat zij geen mannen in de salon hebben??

Heeft een man dan geen verzorging nodig? Ik denk eerlijk gezegd van wel. Niet alleen het gelaat wordt iedere dag 'geschaafd' bij het scheren, maar ook haartjes kunnen ingroeien en dat kan tot ontstekingen leiden. U kent die mannen met een rood ontstoken gezicht en nek wel. Na het scheren (zowel bij nat als bij droog scheren) moet een huid tot rust komen. Bij voorkeur met een kalmerende, hydraterende crème. Geen parfumerende aftershave, maar een aangename crème of fijn serum, zodat de geïrriteerde huid kalmeert. Een periodieke peeling is ook heel verstandig om de gezichtshuid van onzuiverheden te ontdoen.



Oprichtster van Absolution, Isabelle Carron, vertelt over deze samenwerking en de Sweet and Safe Kiss-lijn: "Ik ontmoette Christophe op het moment dat hij overwoog om een eigen make-up merk te ontwikkelen. Zijn kernwoorden zijn: professioneel, poëtisch en natuurlijk. Absolution was hierop het perfecte antwoord. En zo ontstond Sweet and Safe Kiss: een overzichtelijke range lipsticks in zes verleidelijke kleuren. Eenvoudig, mooi en efficiënt, zoals we gewend zijn van Absolution."

Natuurlijke lippenstift

De lipsticks blijven lang zitten en drogen de lippen niet uit. De producten zijn met natuurlijke en biologische ingrediënten gemaakt en bevatten geen

De producten van Absolution bevatten een cocktail van organische planten, wilde bloemen en mineralen om de huid dagelijks te herstellen en het ecosysteem van de huid te behouden. Het Franse biologische cosmeticamerk biedt huidverzorging voor het gezicht en het lichaam. Sinds anderhalf jaar is Absolution ook in Nederland niet meer weg te denken uit de schoonheidsbranche. Het merk breidt haar assortiment nu uit met de Sweet and Safe Kiss-lipsticklijn. De collectie is het resultaat van een bijzondere samenwerking tussen Absolution en de Franse make-up artist Christophe Danchaud. De uitkomst: zes natuurlijke lipsticks die zowel verzorgend als verfraaiend zijn.

schadelijke stoffen. Deze combinatie van een natuurlijke samenstelling en professionele uitstraling is samengebracht in de Sweet and Safe Kiss-collectie.

Zes betoverende kleuren

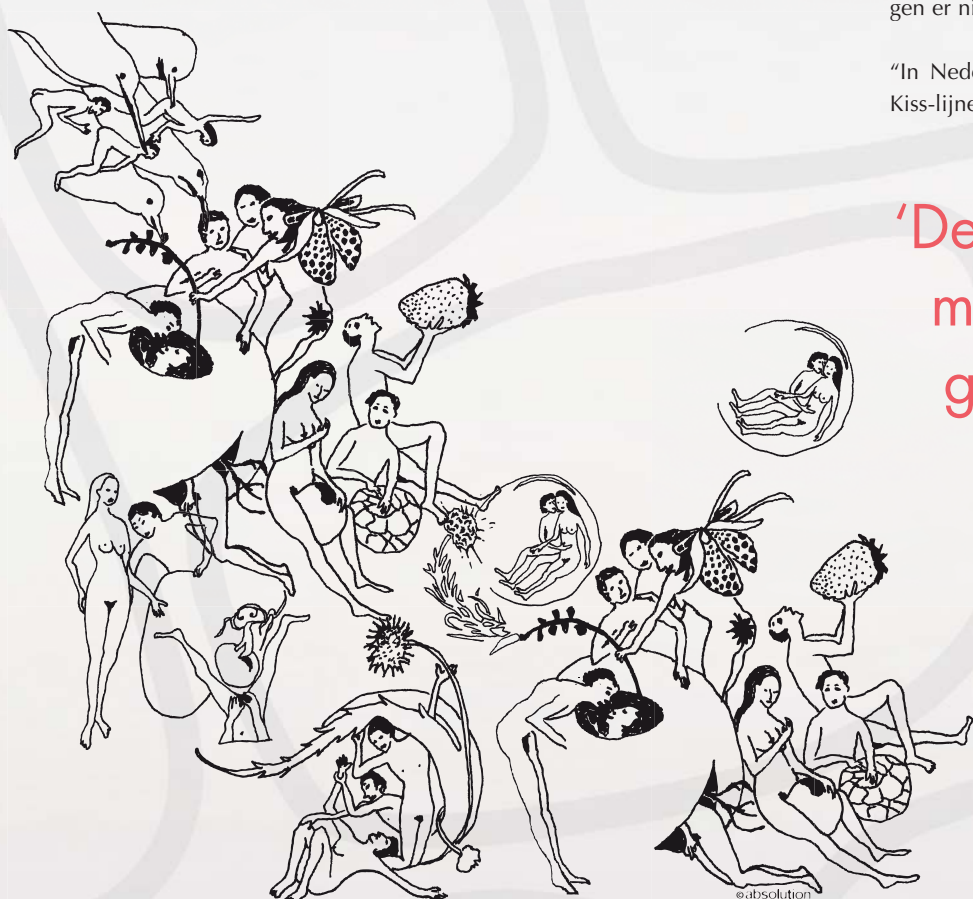
De lippenstiften zijn in zes verschillende kleuren te verkrijgen en kosten €29,95 per stuk. 'Rouge profond' is de eerste kleur, die een intense en fascinerende combinatie is van wijnrood en aubergine. De tweede kleur is 'rouge theater'. Deze lipstick heeft een expressieve kleur die tijdloos rood is met een verleidelijke kracht. De derde in de reeks is 'rouge coquelicot', een energiek rood dat voor iedere dag geschikt is en iedere outfit stijl geeft. De vierde lippenstift heeft de kleur 'rose pur' en deze is fris en tegelijk zacht. De vijfde kleur is 'bois de rose', die een mooie natuurlijke kleur heeft voor elke gelegenheid. De laatste kleur in de reeks is 'rose puissant', een kleur vol kracht, met een puntje blauw erin en bijna fuchsia-rose.

Succesvolle lipsticks

Annelies Bisseling-Van Buren is de enige trainer van Absolution in Nederland en zij is erg enthousiast over Absolution. Volgens haar worden de nieuwe lipsticks een succes. "Het is een ideale combinatie van een natuurlijke basis en mooie kleuren. Zodra je de lipstick hebt aangebracht, versmelt die met de warmte van je lippen en voelt deze heel comfortabel aan. Je lippen drogen er niet van uit."

"In Nederland liggen de Sweet and Safe Kiss-lijnen al in een aantal schoonheids-

Haast fuchsia-rose met een puntje blauw is de 'rose puissant'-kleur ▶



'De mooie resultaten die we met **Absolution** boeken, geven mij energie'

salons. Ik heb ze zelf ook in de trainingsruimte staan. Als er dan schoonheidsspecialistes voor een training komen, dan kunnen ze de lipsticks meteen even testen", aldus Annelies. De lipsticks van Absolution hebben een matte, fluweelzachte finish en er zitten verzorgende ingrediënten in die de lippen voeden. De zonnebloem- en ricinusolie verzachten, de carnauba- en bijenwas beschermen en extracten van centella asiatica en calendula repareren en herstellen.

Direct resultaat met Absolution

Annelies is niet alleen erg te spreken over de lipsticks van Absolution, maar ook over de hele filosofie achter het merk

en de resultaten die de producten opleveren. "Ik zit veertig jaar in het vak, maar ik heb nog niet eerder zo'n bijzonder en mooi merk gehad om mee te werken. Je ziet direct resultaat na het gebruik van de producten en de massagetechnieken zijn fijn. De kracht van Absolution zit zeker in de uitstraling en de verpakking. Die triggert mensen echt om een crème of serum te kopen. Daarnaast zijn alle producten honderd procent natuurlijk en komen de werkstoffen niet voor op allergenlijsten."

De wensen van de klant

"Ik werk alleen met producten waar ik zelf achter sta", vervolgt Annelies. "Toen ik bijna twee jaar geleden werd gevraagd om als trainingsmanager voor Absolution aan de slag te gaan, heb ik eerst zelf het merk getest. Ik zag na één keer al zichtbaar resultaat en heb toen besloten dat ik als trainer wilde werken voor Absolution Nederland. Het merk speelt in op de wensen van de klanten die bij de schoonheidssalons komen. Wat is hun bezorgdheid? Wat kan je als schoonheidsspecialiste doen om de huid nog beter te maken en om net iets extra's te bieden? Daar ga je dan op in en dat maakt dat mensen



Verzorgende en verfraaiende lipsticks **Sweet and Safe Kiss** van **Absolution** zijn puur natuur

zich gewaardeerd voelen. Dat leer ik de schoonheidsspecialistes tijdens de trainingen en dat werkt ook."

De trainingen

"Het geeft mij heel veel energie om de schoonheidsspecialistes die met ons merk gaan werken, te coachen. Ik wil onze depositairs laten zien dat ze meer uit hun schoonheidssalon en uit hun merk kunnen halen. Dat doe ik door ze eerst een basistraining te bieden zodra ze hebben besloten om met Absolution te werken. Er zijn op dit moment ongeveer 33 salons die Absolution hebben, maar ik denk we aan het einde van het jaar al veertig depositairs hebben," zegt Annelies.

Theorie en praktijk

Het grootste gedeelte van de trainingen vindt plaats in het trainingscentrum van Absolution in Apeldoorn. Daar geeft Annelies haar klanten meestal twee dagen training. Op de eerste dag krijgen de specialistes theoretische informatie over het assortiment van Absolution. Alle producten zijn namelijk te mixen en te matchen bij elkaar, dus het is goed om te weten welk product voor welk huidprobleem geschikt is. Op de tweede dag krijgen de depositairs het praktijkgedeelte. Daarin werken ze met de producten op elkaars gezicht en legt Annelies uit hoe en waarom je bepaalde technieken gebruikt.

De olie verversen

"Ik kijk naar de mensen die ik voor me heb. Sommigen zijn heel goed met hun handen, maar zijn minder handig met de verkoop. Dan richt ik me vooral daarop tijdens een training. Het kan ook zijn dat er na een half jaar even een opfrissingstraining nodig is en die geef ik dan ook met veel plezier. Iedereen heeft olie in z'n motor nodig en af en toe is het nodig dat iemand die olie er even bij komt gooien. Het is zonde om routinematig te werken, dus daarom kom ik de specialistes soms even nieuwe energie geven."

"Mijn motor blijft dan weer draaien door het geven van trainingen en de energie die ik daarvoor terug krijg van de schoonheidsspecialistes", vertelt Annelies. "Daarnaast geven de mooie resultaten die we met Absolution boeken mij energie. Absolution heeft gewoon een goed verhaal en maakt het ook waar. Daar word ik oprecht blij van."

Meer informatie: Absolution Nederland
Tel. 055-5431111, www.absolution.nl



De expressieve en tijdloos rode 'rouge theater'

'Bois de rose' is een natuurlijke kleur voor iedere gelegenheid



KLAPP

KIWICHA natural glamour



HET GOUD VAN DE INKA'S

**ANTI AGE HUIDVERZORGING
UIT DE NATUUR,
BDIH GECERTIFICEERD.**

- Vrij van synthetische geur- en kleurstoffen.
- Gluten vrij.
- Vrij van PEG's, minerale- en siliconen oliën.
- Is natuurlijk plantaardig ontwikkeld.
- Dermatologisch getest.
- Gecontroleerd door BDIH.



DermaOXY breidt uit met intensive serum



Het assortiment van dermaOXY wordt uitgebreid met het Intensive serum en een Facewash. De complete verzorgingslijn van dermaOXY bevat onder meer een Hyaluron en een Syn serum en daaraan wordt nu het Intensive serum toegevoegd.

De productlijn omvat naast de serums ook verzorgingsproducten als dag-, nacht-, en oogcrème. Ook de hydracreme en de exfoliating scrub behoren tot het assortiment. Het serum heeft een ondersteunende en onderhoudende werking en is thuis te gebruiken.

Combinatie met dermalRoller

Het Intensive serum wordt niet met de dermaOXY-zuurstofmachine aangebracht, in tegenstelling tot de Hyaluron en Syn serums. Bij de ontwikkeling van het nieuwe serum is gekeken naar de toepassing en gebruik van een dermalRoller. In combinatie met deze roller geeft het Intensive serum een goed resultaat.



Ingrediënten

De belangrijkste ingrediënten van alle serums zijn het lichaamseigen hyaluronzuur, peptides en vitaminen. De producten zijn vrij van parabenen. Het Intensive serum is verkrijgbaar als zelfstandig serum of in combinatie met een dermalRoller en een Hydracreme.

Meer informatie:

B&W Cosmetics b.v.

Tel. 078-7501741

www.bw-cosmetics.nl

OPI ColorPaints zorgt voor mooie naildesigns

De nieuwe formule van OPI ColorPaints maakt het mogelijk om naildesigns te maken met levendige, transparante kleuren. De Silver Canvas Base Coat is de basiskleur en daaroverheen kunnen meerdere lagen van ColorPaints aangebracht worden.

De collectie van OPI ColorPaints bestaat uit één basiskleur en acht transparante kleuren. De kleuren die bij deze lijn horen, zijn: Primarily Yellow, Chromatic Orange, Pen & Pink, Magenta Muse, Purple Perspective, Indigo Motif, Turquoise Aesthetic en Landscape Artist.

Mini-pack

De nagellakken kosten €14,95 per potje en een potje bevat 15 ml. Daarnaast is

er een mini-pack verkrijgbaar met vijf verschillende kleuren en de basiskleur Silver Canvas Base Coat. Dit pakketje kost €37,95.

Meer informatie:

Milou Cosmetics/ OPI Nederland

Tel. 0492-552507

info@miloucosmetics.com, www.miloucosmetics.com



OPI ColorPaints, de transparante kleur Indigo Motif ►

Smokey eyes met delilah Cosmetics



Het Britse make-upmerk delilah Cosmetics heeft een nieuwe lijn uitgebracht om de Trend Look Smokey Eyes te kunnen creëren. De perfecte smokey eyes zijn eenvoudig te maken met de verschillende producten uit deze collectie.

De basis van de smokey eyes wordt gecreëerd door de delilah Colour Intense Eyeshadow in Pewter op het bewegende gedeelte van het ooglid aan te brengen. Met de delilah Eyeshadow Brush is deze oogschaduw gemakkelijk te vervagen.

Sprekende wimpers

De delilah Colour Intense Eyeshadow in Liqorice is geschikt voor de buitenhoeken van de ogen. Deze oogschaduw zorgt voor een professionele look die goed blijft zitten. Voor een intensere look is de delilah Eye Line Long Wear Retractable Pencil in Coal geschikt. Met dit penseel wordt de wimperlijn extra geaccentueerd.

De finishing touch van de smokey eyes is te maken met de delilah Definitive Mascara, om de ogen extra te benadrukken.

Meer informatie: Delilah Cosmetics, tel. 085-0440323, www.delilahcosmetics.com

Dr. Spiller introduceert speciale verwenpakketten voor de feestdagen



Voor de drogere, gevoelige en ouderwordende huid is de vitamine C plus power-set erg geschikt



De aloë vera allround-set bestaat uit een dag- en nachtcrème en een serum voor de normale, jeugdige en vochtarme huid

Het Zuid-Duitse cosmeticamerk Dr. Spiller komt met een aantal verwenproducten- en pakketten voor de komende feestdagen. Zo heeft Dr. Spiller een 'relaxing body care' Wellnesspakket, komt het merk met de 'aloë vera allround-set' en is de 'vitamine C plus power-set' ook toegevoegd aan het assortiment.

Het Wellnesspakket 'relaxing body care' is onderdeel van de biocosmetische Alpenrausch-lijn. Het pakket bevat een verfrissende douchegel, een ontspannende lichaamsolie, een hydraterende bodycrème en een massage-scrubhandschoen. De consumentenprijs is €49,95.

Aloë vera allround

De set 'aloë vera allround' bestaat uit een serum, een dag- en een nachtcrème. Deze producten zijn geschikt voor de normale, jeugdige, vochtarme huid en zijn op basis van aloë vera gemaakt. De huid komt in balans door de natuurlijke, hydraterende eigenschappen van dit ingrediënt. De drie producten zijn verpakt in een handig blauw toilettasje. De consumentenprijs is €61,75.

Vitamine C plus power

De power-set is een set voor de drogere, gevoelige, ouder wordende huid. In dit pakket zit een serum ter verbetering van de vochtinhouding en een nachtcrème op basis van vitamine C. Deze vitamine werkt effectief tegen huidveroudering en verfijnt de huidstructuur. Daarnaast stimuleert deze de doorbloeding

en wordt de huid beschermd tegen vrije radicalen. De consumentenprijs is €49,95 voor de 'vitamine C plus power-set'.

Meer informatie:
Florint, tel. 0343-414550, www.florint.nl



Onderdeel van de biocosmetische Alpenrausch-lijn is het wellnesspakket 'relaxing body care'

ADVERTENTIE

KARAJA

Sensual Collection
wonder fixes, aqua colors, diamond water and more!

www.karaja.nl



Automatiseringspecialist Patrick Klappe (directeur B&F Groep) heeft een heel eigen kijk op de schoonheidsbranche en is daarom columnist van vaktijdschrift De Beautysalon. In deze uitgave gaat Patrick in op couponing en kortingsacties.

Ook in de beautybranche zie je dat veel bedrijven de verleiding niet kunnen weerstaan. OK, je staat dan te buffelen voor een tarief van minimaal vijftig tot vijftenzeventig procent korting op je reguliere prijzen, maar daar stopt het niet. Van het geld dat overblijft, mag je dan ook nog dertig tot vijftig procent afstaan aan de kortingsite en moet er ook nog iets ingewikkelds met BTW verrekend worden. Maar... dan schijn je wel een heleboel nieuwe klanten te krijgen!

'Extreme couponing – gun het uw concurrent!'

In menig geval klopt dat ook. Ik ken zelfs bedrijven waar de centrale het niet meer aan kon. Of bedrijven die meer dan een jaar ontregeld waren, omdat ze iets met een limiet op de actie niet goed begrepen hadden en vertrouwden op de goede intenties van het accountmanagement van die betreffende kortingsfirma's.

Dit, terwijl de praktijk is dat het accountmanagement juist keihard onderhandelt over de te hanteren korting en het aantal te verkopen coupons omdat zij het zelf in alle gevallen de moeite waard moeten vinden. Wat mij betreft zou dit allemaal nog OK zijn, mits als de storm weer is gaan liggen, je daadwerkelijk ziet dat er klanten blijven hangen. En precies daar gaat het mijns inziens mis. Dit profiel klant is niet op zoek naar loyaliteit of lange termijn-commitment, maar naar keiharde korting, naar buitenkansjes. Het is een profiel, waarmee je de oorlog niet gaat winnen. Of erger nog; dat veelal meer kapot maakt dan dat het brengt.

Met de huidige mogelijkheden in salonautomatisering zijn er fantastische opties om zelf je eigen coupon-acties te maken en/of slimme tell a friend-acties te doen. Bijvoorbeeld door dit te koppelen aan een volledig geautomatiseerd klanttevredenheidsonderzoek. Je bent dan zelf baas over hoe ver je wilt gaan, kunt voorkomen dat je je bestaande klanten te kort doet en het zo sturen, dat je ver weg blijft van extreme couponing. Wees galant en gun dat laatste nu uw concurrent!

Patrick Klappe

Reageren op deze column is mogelijk door een e-mail te sturen naar pklappe@bnfgroep.nl of te bellen naar B&F Groep in Oss, tel. 0412-629111. Voor meer informatie: www.bnfgroep.nl

Onlangs zat ik te eten in een Sushi-restaurant, waarbinnen het langzaam maar zeker steeds iets drukker werd. Ofschoon ik me uiteraard op mijn tafeldame concentreerde, werd ik toch enigszins afgeleid door de andere gasten. Er viel me iets op, maar ik kon niet plaatsen wat. Toen ik de Sake, Suzuki, Tamago, Teppanyaki en Tempura weer overleefd had en mocht afrekenen, wist ik het. Al die gasten hadden A4-tjes bij zich en waren de hele avond druk met de bediening om strikt binnen de voorwaarden op het A4-tje te blijven. Ik geloof dat ik daadwerkelijk de enige was, die een normale rekening kreeg.

Ondertussen was mijn gezelschap aan het googelen en zij kwam met de mededeling dat onze maaltijd nagenoeg gratis op één van de bekende kortingsites werd aangeboden. Het zal ongetwijfeld aan mijn karakter liggen, maar het was voor mij niet alleen de eerste keer dat ik in dat restaurant was, maar ook gelijk de laatste keer.

Het couponing in alle varianten heeft in Nederland met de komst van internet een grote vlucht genomen. Ruim de helft van Nederlanders tussen 18 en 65 jaar bekijkt zo nu en dan deals van kortingsites en iets meer dan veertig procent van de Nederlanders koopt weleens iets via een kortingsite. Tot zo ver is er nog niet zo veel aan de hand. Maar dan komt het: één op de tien Nederlanders koopt elke maand via deze kortingsites en ik sluit niet uit dat u, net zoals ik, gelijk aan iemand moet denken in uw kennissenkring.

Zo iemand die u elke keer trots vertelt waar ze nu weer is gaan eten, waar ze naartoe is gevlogen, welke cursus ze heeft gevolgd, et cetera. En dat zonder nagenoeg één euro te hebben uitgegeven; het is voor hen een sport geworden. Ik ben niet vies van marketing en ook niet van acties. Sterker nog; ik heb commerciële economie gestudeerd, een prachtig vak. Echter de kern van een marketingactie is, dat het je als bedrijf in the end wel wat moet brengen. Waarom zou je het anders doen?



Professionele producten
met een plus.



Onze pluspunten:

- + Hypoallergeen
- + Allergeenvrij geparfumeerd
- + Vrij van minerale oliën
- + Vrij van tarwekiemolie (i.v.m. glutenallergie)
- + Vrij van parabenen
- + Voorzien van een zonnefilter (alle dagcrèmes)
- + Dierproefvrij

Nouvital Cosmetics is een innoverend en uitgebreid cosmeticamerk voor de schoonheidsspecialist en ook opleidingsinstituut. Alle producten zijn samengesteld volgens de nieuwste wetenschappelijke inzichten en ontwikkelingen op cosmetisch gebied, e.e.a. geheel conform de Europese richtlijnen. Onze producten bevatten voornamelijk werkstoffen van natuurlijke oorsprong.



Alle Nuvital producten worden volledig in Nederland geproduceerd. Voor meer informatie: www.nouvital.nl



Beauty Live

Wellness • Nails • Cosmetics • Hair

21 en 22 november 2015

**Vakbeurs voor cosmetica, wellness,
manicure, pedicure en kappersbenodigdheden**

messekalkar

Openingstijden:

zaterdag van 10.00 - 18.00 uur
zondag van 10.00 - 18.00 uur

- Grensoverschrijdende beurs
- Meer dan 6000m² beursoppervlakte
- Platform om uw netwerk te onderhouden en uit te breiden

www.messekalkar.de • gianna.koster@messekalkar.de • Tel. 0049-2824-910124

MB Cosmetics introduceert het 2-in-1 permanente make-up- en meso-apparaat



Permanente make-up (pmu) is niet meer weg te denken uit de moderne schoonheidssalon. Het aanbrengen van wenkbrauwen, een eyeliner of lipliner is al dertig jaar een belangrijk gegeven in de schoonheidssalon. Daarnaast heeft mesotherapie een enorme boost gekregen doordat iedereen er zo natuurlijk mogelijk uit wil blijven zien en de mimiek wil gebruiken. MB Cosmetics heeft daarom de ideale combinatie: de MB Premiumliner die geschikt is voor zowel mesotherapie als voor het aanbrengen van permanente make-up. Met hetzelfde apparaat en hetzelfde handstuk, kunnen twee verschillende behandelingen worden uitgevoerd. De naaldmodules zijn alleen verschillend.

De MB Premiumliner voert mesotherapie uit met een naaldmodule die achttien hardplastic naaldjes, die op een plaatje zijn vastgezet, bevat. Deze perforeren de huid op microniveau en door deze openingetjes kunnen tegelijkertijd actieve werkstoffen in de huid worden gebracht. De huid gaat daarmee aan de slag en vult de rimpels van binnenuit op. De behandeling is ideaal voor fijne lijntjes rond de mond, ogen en voorhoofd, maar daarnaast ook perfect voor de hals, het decolleté en de handen.

Mesotherapie

De techniek staat niet stil en volgens MB Cosmetics willen klanten liever geen fillers of peelings waardoor ze vervellen. Iedereen wil er zo goed mogelijk uit zien. Voor MB Cosmetics heeft dit voor een enorme boost in mesotherapie gezorgd. Bijvoorbeeld in het gebruik van ultrasound, want hiermee wordt de

huid als het ware geopend. Daardoor is deze meer doorlaatbaar voor actieve werkstoffen zoals hyaluron of vitamines.

Permanente make-up

Wenkbrauwen en ogen optisch liften en de liplijn strakker maken zonder te spuiten of snijden, is een dankbare behandeling voor veel klanten. Consumenten die eenmaal permanente make-up hebben, komen na verloop van tijd weer terug voor een touch-up. De make-up vervaagt na een tijdje en de huid verslapt, daardoor hebben de permanent make-upspecialisten het drukker dan ooit.

Cursussen

MB Cosmetics geeft driedaagse cursussen, waarin iedere cursist alle aandacht krijgt die hij of zij nodig heeft. De cursisten krijgen privélessen, waarbij voldoende modellen zijn, zodat er in de praktijk goed geoefend kan worden. Na een succesvolle cursus krijgt de cursist een certificaat en kan daarmee direct aan de slag in de eigen praktijk. Uiteraard past MB Cosmetics de cursussen steeds aan volgens de laatste bekende technieken, zoals hairstrokes.

Meer informatie:

MB Cosmetics

Tel. 072-5715679

www.mbcosmetics.nl



Venus Concept Nederland zorgt voor huidverstrakking en contourverbetering



Het Canadese merk Venus Concept lanceerde op 5 oktober zijn innovatieve behandelingen op het gebied van huidverstrakking in Nederland voor de media. De lancering vond plaats tijdens het Venus Concept Media Event in The Dylan Hotel in Amsterdam. Tijdens het event konden de aanwezigen de behandelingen ondergaan en onder het genot van een hapje en drankje meer over het concept te weten komen.

De behandelingen met de Venus Concept-apparatuur zorgen voor huidverstrakking, rimpelvermindering, cellulitis-vermindering en niet-chirurgische contour-

verbetering. De behandelingen zijn pijnloos en zijn voor zowel het gezicht als voor het hele lichaam geschikt. Tijdens het media-event van Venus Concept waren diverse Venus Concept-experts en bekende Nederlanders aanwezig.

Aanmaak van nieuwe fibroblasten en bloedvaatjes

De non-invasieve MP²-behandeling maakt gebruik van multipolaire radiofrequentie en magnetische pulsen. Deze technologie zorgt voor collageensynthese en voor de aanmaak van nieuwe fibroblasten en bloedvaatjes. "Door de multipolaire radiofrequentie, ook wel de vierde generatie in radiofrequentie, werken we op alle huidlagen. Zo kunnen we een grote zone behandelen in een relatief korte behandeltijd", vertelt Isabel van der Sman, General Manager van Venus Concept The Netherlands.

"De magnetische pulsen zijn dé grote doorbraak, zoals tijdens de presentatie van drs. Claudia van der Lugt naar voren kwam", aldus Isabel van der Sman. "Door de aanmaak van nieuwe fibroblasten wordt er nóg meer collageen in de huid geproduceerd dan met een andere cosmetische behandeling. Door de aanmaak van nieuwe bloedvaatjes ontstaat er meer transport van zuurstof en de voedingsstoffen worden zo beter opgenomen. De algehele huidconditie verbetert en door de nieuwe fibroblasten ontstaat er huidverstrakking op langere termijn. Dat maakt Venus Concept uniek."

Het aantal behandelingen

Afhankelijk van de huidverslapping en huidconditie adviseert de Venus Concept-expert zes tot acht behandelingen voor het gezicht en tien tot twaalf behandelingen voor het lichaam. Vervolgens is er een rustperiode van drie maanden, waarin de huid kan werken aan de aanmaak van fibroblasten en bloedvaatjes. Daarna is het resultaat optimaal zichtbaar. Om de huid goed te onderhouden, is het advies om iedere twee à drie maanden een behandeling te ondergaan.

Vier producten

Venus Concept heeft vier verschillende producten: de Venus Swan, Venus Freeze, Venus Legacy, Venus Viva. Ieder product heeft een specifieke werking op het lichaam of het gezicht en ze zijn allemaal geschikt voor huidverstrakking en verbetering van de huid. De exclusieve distributeur van Venus Concept is USKIN b.v.

Meer informatie:
USKIN b.v.
Tel. 0499-327237
www.uskin.nl



Nieuwe vakbeurs **DeBeautyBeurs.nl** in november 2015

De nieuwe vakbeurs **DeBeautyBeurs.nl** beleeft op 7, 8 en 9 november haar primeur in de Brabanthallen in Den Bosch. Op deze beurs zijn de nieuwste trends op het gebied van huidverzorging, producten, nagelverzorging, technieken en voetverzorging te vinden. Op de beurs vinden diverse demonstraties, workshops en afwisselende activiteiten plaats. Het is een inspiratie voor iedereen uit de schoonheidsbranche.

Tijdens dit compleet nieuwe beursconcept maken bezoekers op een laagdrempelige manier kennis met alle facetten van de uiterlijke verzorgingsbranche. Veel standhouders zullen zich presenteren en hun laatste innovaties, producten en technieken tonen. De sleutelwoorden voor dit nieuwe initiatief zijn: persoonlijk, informatief, kwalitatief en gezelligheid. DeBeautyBeurs.nl is niet alleen een servicegerichte vakbeurs, maar door de vele activiteiten ook een echt beauty-event.

Platform

Met het organiseren van DeBeautyBeurs.nl creëert de beursorganisatie een podium voor schoonheidsspecialisten en leveranciers van beautyproducten en aanverwante artikelen. Jeroen de Blaauw, uitgever van Beauty Wellness Magazine: "Deze vakbeurs wordt georganiseerd door ondernemers uit de beautybranche, in samenwerking met ondernemers uit de beautybranche. Hierdoor weten we precies wat de branche inhoudt en waaraan deelnemers aan de vakbeurs behoefte hebben. Als schoonheidsspecialist is het belangrijk om op de hoogte te blijven van alle ontwikkelingen binnen je vakgebied. DeBeautyBeurs.nl speelt hier op in door vraag en aanbod bijeen te brengen."

Verwachtingen

De organisatie verwacht duizenden bezoekers die werkzaam zijn binnen de beautybranche. Schoonheidsspecialisten, nagelstylisten, pedicures en andere professionals uit de branche kunnen drie dagen lang kennis maken met de nieuwste technieken en producten. Daarnaast zijn er voldoende mogelijkheden om producten en apparatuur aan te schaffen en te testen.

DeBeautyBeurs.nl is een integraal platform met alle ruimte voor kennisoverdracht, nieuwe technieken en ondernemerschap gecombineerd met gezelligheid.

Greep uit het programma

Het beursprogramma van DeBeautyBeurs.nl bestaat uit verschillende creatieve workshops, lezingen en demopleinen waarop verschillende producten en technieken gepresenteerd worden. Het complete programma is te vinden

op de website www.debeautybeurs.nl. Op Facebook en in de verschillende nieuwsbrieven staat de informatie over de laatste stand van zaken.

Meer informatie:

DeBeautyBeurs.nl

Tel. 0320-415601

info@debeautybeurs.nl

www.debeautybeurs.nl

Praktische informatie DeBeautyBeurs.nl

DeBeautyBeurs.nl wordt in de Brabanthallen in Den Bosch gehouden. De locatie is gelegen aan de Diezekade 2, 5222 AK in Den Bosch. De beurs bevindt zich op loopafstand van het centraal station van 's-Hertogenbosch. Het grote parkeerterrein biedt ruimte voor ruim vierduizend auto's. Het parkeerterrein van Brabanthallen is voorzien van een parkeersysteem waarbij de inrijslagbomen automatisch openen. Je kunt binnen in de entreehal een uitrijkaart kopen.

Openingstijden

Zaterdag 7 november: 10.00 - 18.00 uur

Zondag 8 november: 10.00 - 18.00 uur

Maandag 9 november: 10.00 - 17.00 uur

Toegangsprijzen

De entreprijs voor de beurs bedraagt € 25,00 als je je kaartje online bestelt via de website van DeBeautyBeurs.nl. Lezers van De Beautysalon kunnen met vijftig procent korting naar binnen. Gebruik hiervoor de actiecode in de advertentie in dit tijdschrift.

Organisatie

De organisatie van de beurs is in handen van V.O.F. DeBeautyBeurs.nl ondersteund door de Libémagroep en uitgevoerd door verschillende ondersteunende partijen.





Beauty



Nails



Wellness



Pedicure



De Beauty Beurs.nl[®]

7 november

8 november

9 november

Openingstijden:

Zaterdag 7 november 10.00 - 18.00 uur

Zondag 8 november 10.00 - 18.00 uur

Maandag 9 november 10.00 - 17.00 uur

UITDAGEND

INSPIREREND

ENERVEREND

VERNIEUWEND

AANBIEDINGEN

DEMONSTRATIES

WORKSHOPS

KIJKEN

LEREN

V.O.F. DeBeautyBeurs.nl

Artemisweg 145-A

8239 DD Lelystad

+31 (0)320 415601

info@debeautybeurs.nl

www.debeautybeurs.nl

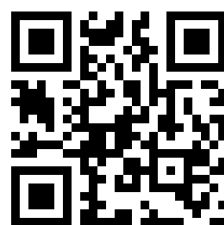
 [debeautybeurs.nl](https://www.facebook.com/debeautybeurs.nl)

50%

korting voor lezers van
De Beautysalon!

Bestel nu je kaartje met
code **BS1115** via

www.debeautybeurs.nl



Waar: Brabanthallen Den Bosch

Wanneer: 7, 8 en 9 november 2015

Kosten: € 25,00 bij online bestellen via
DeBeautyBeurs.nl. Een kaartje
aan de kassa kost € 27,50.

Tenne Cosmetics presenteert nieuw merk MCEutic Mésolift Marin van Laboratoire Thalgo



Het Franse kuur-, spa- en beautymerk Thalgo heeft een geheel nieuw merk geïntroduceerd: MCEutic. Deze cosmeceutische professionele huidverzorging is geïnspireerd op de medische wereld met het gepatenteerde Mésolift Marin. Op 10 september presenteerde Tenne Cosmetics dit nieuwe merk van Thalgo in het recent geopende Spa en Wellnesscenter Omega in Soesterberg.

“Het merk is niet alleen het product dat je biedt, maar ook de merkbeleving”, vertelt Rita van den Bor, eigenaresse van Tenne Cosmetics. “We hebben met Thalgo een breed en diep assortiment en willen nog een stapje verder gaan in de huidverbetering. Daarom presenteren we vanavond MCEutic”, aldus de eigenaresse. “Dit nieuwe merk dat onder Thalgo valt, is het hoogst haalbare dat schoonheidssalons kunnen gebruiken, voordat de behandeling medisch wordt.”

Het team van Tenne

Voordat het product gelanceerd wordt tijdens de presentatie, stelt het team van Tenne Cosmetics zich kort even voor. Zo hebben de aanwezige schoonheidsspecialisten en andere genodigden een beeld bij de mensen achter Tenne. Daarna volgt de theoretische kant van het verhaal: de ontwikkeling van het merk en de diverse producten die binnen de lijn vallen, worden besproken.

Het laboratorium van Thalgo

In het laboratorium van Thalgo in Frankrijk is het nieuwe merk MCEutic ontwikkeld. Het is geen traditioneel merk, maar het is een cosmeceutische verzorging. Dit houdt in dat het merk tussen cosmetica en pharmaceuticals in zit. Mésolift Marin is geïntegreerd in de kern van de biosfeer, een uniek transport-systeem. Dit wordt als een ware ‘injectie’ in de huidcellen gebracht om de bio-regeneratie van de huidcellen te verlengen.

De producten uit de lijn zijn voor iedere huid geschikt, behalve voor de hele gevoelige huid. De Rénovation Radicale is de corrigerende oplossing die is ontworpen voor het behandelen van onvolkomenheden en onregelmatigheden.

De cosmetische behandeling

De behandeling met MCEutic bestaat uit drie stappen en het is een programma dat in de vorm van een kuur wordt aangeboden met vier tot zes behandelingen. Een complete behandeling duurt 55 minuten en een korte behandeling duurt een half uur. De drie stappen die in deze behandeling centraal staan, zijn:

De Rénovation Radicale behandeling tijdens de productpresentatie bij Omega Spa en Wellnesscenter in Soesterberg ►



1. Peeling: een dubbele reiniging, gevolgd door een professionele peeling
2. Een bioregenererende infusie; Pro-Detox en Pure Marine Mesolift: dit verhoogt het celmetabolisme voor het behoud van een jeugdig uitziende huid
3. Masker en serum: een op maat gemaakte samenstelling voor het corrigeren van onregelmatigheden

Tijdens de presentatie kunnen de aanwezigen meteen een demonstratie van het gebruik van de producten zien. De live-beelden van de behandeling zijn ook op een groot scherm geprojecteerd, zodat iedereen deze kan volgen.

De schoonheidsbehandeling is te combineren met een assortiment professionele producten voor thuisgebruik. De training die bij het nieuwe merk hoort, neemt één dag in beslag.

Meer informatie: Tenne Cosmetics

Tel. 010-2022200, info@tennecosmetics.com

www.tennecosmetics.com



mineralskin COSMETICS



U
ULTIMA

Takes Your Excess Years Away



Xminerals
From the dead sea



mineralcare
PURE DEAD SEA EXPERIENCE



GIGI
CREATING BEAUTY SINCE 1957

Loverock presenteert speciale kinderbehandelingen voor de schoonheidssalon

Speciale behandelingen voor kinderen in de schoonheidssalon. Dit is sinds kort mogelijk met de producten van Loverock natural for kids, hét merk voor de kwetsbare, pure kinderhuid. Tijdens korte mini-behandelingen in de schoonheidssalon kunnen kinderen de verzorgingsproducten ervaren. De Loverock-kinderbehandelingen spelen in op de toenemende vraag van ouders om kinderfeestjes in de salon te vieren of om één-op-één momenten te hebben met hun kind. "Kinderen zijn puur, net als hun huid. De kinderhuid is veel kwetsbaarder en toch weten nog maar weinig ouders dat. Onze producten zijn speciaal voor hen ontwikkeld", zegt Dieke van Groningen, oprichtster van Loverock.

Het is wetenschappelijk bewezen dat de huid van kinderen tot achttien jaar tot vijf keer dunner en droger is dan de huid van een volwassene. De huidbarrière en het pigmentsysteem van kinderen zijn bovendien nog in ontwikkeling, waardoor de huid extra gevoelig is voor schadelijke invloeden van buitenaf, zoals zon, wind en kou. Dat vraagt volgens Dieke van Groningen om specifieke en natuurlijk producten die de kinderhuid verzorgen en beschermen.

Speciale behoeften van de kinderhuid

"Tot voor kort was er weinig aandacht voor de speciale behoeften van de kinderhuid. Gelukkig komen we steeds meer over te weten over de kinderhuid en steeds meer salons kiezen bewust voor de natuurlijke verzorgingsproducten voor kinderen", aldus Dieke van Groningen.



Loverock heeft speciale kinderbehandelingen ontwikkeld om de rituelen van een schoonheidssalon over te brengen op ouders én kinderen. Van korte gezichtsbehandelingen tot aan voetenbadjes; de mini-behandelingen zijn allemaal aangepast aan kinderen. De behandelingen dragen ook bij aan de verkoop van de producten, omdat er de tijd is om te vertellen over het belang van goede verzorging van de kinderhuid.

Kwetsbare huid

De puur natuurlijke verzorgingslijn Loverock is ontwikkeld om de kwetsbare huid van kinderen te beschermen in alle weersomstandigheden. De producten zijn hypoallergeen, vrij van agressieve synthetische ingrediënten en dermatologisch getest. De lijn is ook zeer geschikt voor kinderen met eczeemklachten en/of een zonneallergie.

Meer informatie:

Puur Company

Tel. 010-8465471

dieke@puurcompany.nl

www.puurcompany.nl

Loverock-massageolie

Begin 2016 komt Loverock met een nieuw product: een pure massageolie speciaal voor baby's, kinderen en zwangere vrouwen. Met deze rijke massageolie slaat Loverock een brug tussen deze doelgroepen. "De kinderhuid én de huid van zwangere vrouwen is veel kwetsbaarder omdat deze dun en droog is. Schadelijke stoffen dringen gemakkelijk door de rinse barrière heen. De puur natuurlijke producten van Loverock spelen daarop in. Met onze massageolie bieden we optimale bescherming, zonder slechte toevoegingen. Gewoon het beste uit de natuur, voor thuis én in de salon!", zegt Dieke van Groningen, oprichtster van Loverock.

De massageolie bevat alleen puur natuurlijke oliën, die de huid optimaal verzorgen en beschermen. Het masseren van de huid is niet alleen lekker, maar de aanraking van de huid maakt baby's en kinderen rustiger. Het geeft ze een vertrouwd en beschermd gevoel. De Loverock-massageolie is de uitbreiding voor de speciale Loverock-kinderbehandelingen die in de salons te verkrijgen zijn. Daarnaast is de olie ook thuis te gebruiken.





RVB SKINLAB

sterk in huidverbetering!

De formule 51+3 HYALU COMPLEX™ is de kern van al onze producten en behandelingen. Informeer naar de mogelijkheden!

info@esthe-care.nl • www.esthe-care.nl
telefoon: 013-5131063

BEAUTY MET ZWITSERSE PRECISIE

Beauty By Dorien: de keuze van beauty experts

Dorien Schonenberg ontwikkelde de huidverbeteringslijn Beauty By Dorien op basis van haar jarenlange ervaring en apothekersachtergrond. De basis van deze lijn wordt gevormd door Zwitserse appelstamcellen. Deze zijn zeer uniek in de beautywereld en bevatten bestanddelen die tekenen van huidveroudering tegengaan.

MEER INFORMATIE?
NEEM CONTACT OP MET
INFO@SCHONENBERGBEAUTY.COM
OF KIJK OP DORIENSHOP.NL

high-end cosmetica

Wordt u ook exclusief verkooppunt in uw regio?

Alpha-H - Award-winning cosmeceuticals uit Australië
"It's all about the tingle!"



WIJ ZIJN:

Eerlijk, transparant, innovatief, professioneel, flexibel en betaalbaar.

WIJ GELOVEN IN:

Het uitdagen van de huid het beste uit zichzelf te halen en de kracht van de juiste pH waarde.

WIJ STAAN VOOR:

Zichtbaar resultaat, effectieve percentages werkstoffen, een verantwoorde aanpak, multitasking en waar voor je geld.



MEER WETEN?

Kijk op www.alpha-h.nl of vraag informatie aan via info@alpha-h.nl of 030-2120460

Great Careers

WERKEN OP LUXE CRUISE SCHEPEN!

GEVRAAGD: SCHOONHEIDSSPECIALISTEN & MASSAGETHERAPEUTEN

SOLLICITATIE DAG 22 NOVEMBER 2015
STUUR JE C.V. NAAR INGRID BORST,
STEINER.EUROPE@THEONBOARDSPA.COM

WWW.THEONBOARDSPA.COM

theonboardspa
BY STEINER

Grensoverschrijdende vakbeurs **Beauty Live Kalkar** heeft alles voor de professional

De derde editie van beauty- en kappersvakbeurs **Beauty Live Kalkar** vindt op 21 en 22 november 2015 plaats. Op de beurs zijn stands op het gebied van cosmetica, wellness, manicure, pedicure en kappersbenodigdheden te vinden. Ook is er ruimte voor nieuwe trends en ontwikkelingen op deze gebieden. **Beauty Live** gaat voor de totaalbeleving van de bezoeker, waarbij een ongedwongen sfeer van belang is.

De beurs is grensoverschrijdend en daarom zijn er zowel Duitse als Nederlandse ondernemers aanwezig die hun bedrijf en diensten presenteren. De beurs heeft een oppervlakte van ongeveer zesduizend vierkante meter.

Trends en ontwikkelingen in diverse branches

Tijdens **Beauty Live Kalkar** worden de nieuwste trends gepresenteerd en zijn er

presentaties op verschillende vakgebieden. De professionele vakbeurs is gericht op de kappersbranche, de schoonheidsspecialisten, de wellness-branchen, visagisten, opleidingsinstituten, de afslankbranche en voor bedrijven die werkzaam zijn met pedicure en manicure. Ook is er ruimte voor accessoires op de beursvloer.

Netwerken en shows

Beauty Live Kalkar is een vakbeurs waarop bij uitstek alle ruimte is om te netwerken, zaken te doen en nieuwe producten en diensten te tonen binnen de branche. Tijdens de beurs wordt onder meer de 'German Nail Award 2015' uitgereikt en is er een modeshow van Embron Bedrijfskleding. De beurs is te bezoeken op uitnodiging van de deelnemende exposanten. Ook kunnen geïnteresseerden op de website www.messekalkar.de van **Beauty Live Kalkar** kaarten bestellen. De toegang is gratis wanneer je je registreert op deze website met je Kamer van Koophandel-nummer. De beurs is op beide dagen van 10.00 uur tot 18.00 uur geopend.

Meer informatie:

Beauty Live Kalkar

Tel. +49 (0)2824910124

www.messekalkar.de

Firmennaam / Bedrijfsnaam	Ort / Plaats	Land	Produkt
Abaca Trading UG	Bielefeld	D	Bleeding
Absolute Nails	Schwalmtal	D	Nagelkosmetik
Airbrush Geckler	Eislingen	D	Airbrushprodukte
Alte Frieda	Zerbst	D	Nagelkosmetik
AQUA & WELLNESS By Stubbe bvba	Oostkamp-Ruddervoorde	B	
Aretini-Nails	Ulm	D	Nagelkosmetik
Attractive Skin c/o Kosmetik vom Wasserfall GmbH	Hennigsdorf	D	Kosmetikprodukte
Aurea cosmetics e.k.	Garmisch	D	Kosmetik
Avon Cosmetics	Hallbergmoos	D	Kosmetikprodukte
Balance & More	Essen	D	Zubehör
Balsan Cosmetic GmbH	Ottobrunn	D	Fußpflegeprodukte
Beaulo-Academy	Essen	D	Kosmetikprodukte
Beauty & Bride	Den Haag	NL	Kosmetikprodukte
Beauty -Nail V. O. F.	HC Kerkrade	D	Nagelkosmetik
Beauty World Sandra Kwiatkowski	Recklinghausen	D	Kosmetik /Nagelkosmetik
Beautylines GmbH	St. Johann im Pongau	D	Kosmetikprodukte
BM colours	Osterburg	D	Kosmetikprodukte
Brain-child	Burscheid	D	Schmuck / Accessoires
CANAILS.DE	Moers	D	Nagelkosmetik
Candelo inh. Naima Bouraada	Ratingen	D	Accessoires
Catherine Nail Collection GmbH	Zierenberg	D	Nagelkosmetik
ConMedes GmbH	Pforzheim	D	Lifting Mask
Cosart Cosmetic GmbH	Weilheim	D	Kosmetik
Cosmetics Christine S.	Friesoythe	D	Kosmetik
Cosmic Beauty Instruments	Stalkot-Punjab	PAK	Sonstiges
DAS NAGELZENTRUM	Handewitt-Ellund	D	Nagelkosmetik
Deconails/Quida nail products	BK Emmeloord	D	Nagelkosmetik
Demakeupkraam	Sprang capelle	NL	Magic Wimpers
Diana Hattwig Collection	Voerde	D	Nagelwerkzeuge
Double Energy GmbH	Düsseldorf	D	Massagegeräte
Dr. Massing Cosmetics	Hannover	D	Nagelkosmetik
Eldiva	Berlin	D	Nagel-/Fußprodukte
Epideluxe International	Elmshorn	D	Haarentfernung
Erlinda cutlery e.k.	Solingen	D	Sonstiges
Exklusive by Nicki Miller	Oy-Mittelberg	D	Kosmetikprodukte
Faltenunterspritzung Wedemeyer	Türkheim	D	Kosmetikprodukte
Fellenshop	Kirchheim	D	Nagelneilen
First Class GmbH / Beautiful-Smile	Eppelsheim	D	Kosmetische Zahnaufhellung
Frame Lashes - Piotr Kadzielski	Bensheim	D	Wimpernlängerungs Produkte
FriNail	Rödermark	D	Nagelkosmetik
Friseur Innovationen Handelsvertretungen / Silvio Tessore	Kamen	D	Einrichtung für Friseur,Nails,Beauty
Gebro GmbH	Gronau	D	Modeschmuck,Accessoire
Glam Lashes Germany Elizabet Kosmetik	Paderborn	D	Wimpernkosmetik
Golden Rose Cosmetics Fame Cosmetics	Düsseldorf	D	Dekorative Kosmetik
GRAHbani	Hagen	D	Nagelkosmetik
Gravina Bvba	Hoeselet	B	Friseurprodukte
Gustav Baehr GmbH	Waiblingen	D	Podologie/Fußpflege/Kosmetik/Wellness/Nageldesign
H.O. Huiskes	ZH Putte	D	Kristalpaas
Haarscheren Manufaktur Concept Steffen	Solingen	D	Haarscheren
Haarscheren-Schleifservice Steffen	Solingen	D	Haarscheren-Schleifservice
HFL Laboratories BV	Loon op Zand	D	Kosmetikprodukte
Impala, Angelika Matuszcak	Gescher	D	Schmuck
Ingo Schäfer e.K	Hamburg	D	Formostar
Interpartner Sartory Design GmbH	Dorsten	D	Friseursaloneinrichtung
Kemmer Präzision	Schwaebisch Gmuend	D	Bits für Elektrofeilen
KF Cosmetic e.K.	Bielefeld	D	Kosmetik
Konad Ltd. Trends & Beauty	Singen	D	Nagelkosmetik/Kosmetik
Ladot Cosmetics	HK Krommenie	NL	Kosmetikprodukte
Lazy Lashes	Dinslaken	D	Wimpernlängerung/Haarverlängerung
Lilli Lindemann Beauty Consulting	Kevelaer	D	Schule
M.K. Nail- Design	Herten	D	Nagelstudiozubehör
Maleeq's Hair Lounge	Witten	D	Tanning,Friseurprodukte
Mape Handels- GmbH	LinZ	D	Kosmetikprodukte
Maxcamo	Beverwijk	NL	Großhändler
Melt Company	Veghel	NL	Accessoires
MHM Media GmbH & Co.KG Prof Nail	Kumhausen	D	Fachzeitschrift
MikroBlading Academy Luxus Beautyline	Erpel	D	Kosmetikprodukte
Momentmal - das Frauenzimmer	Rees	D	Accessoires,Schmuck
Moritz Cosmetics	Velbert	D	Nagelprodukte
MSE The Beauty Company GmbH	Pinneberg	D	Nagelkosmetik
Nail Connection	Ringsheim	D	Nagelkosmetik
Nexgenails Germany	Aalen	D	Nagelprodukte
Nijveld Design	Haarlem	NL	Dekoration
Nova Flair GbR	Lübbecke	D	Nageltische/Staubabsaugung
OGGI Hair Care GmbH	Duisburg	D	Haarpflege
Pemakür	Aalen	D	Nagelkosmetik
Petit Cadeau par Jeannette	Wagenberg	NL	Werbegeschenke
Pina Parie - nail cosmetic line - GmbH	Tönisvorst	D	Nagelkosmetik
Postquam Cosmetic, S.L.	Cigales - Valladolid	ES	Kosmetikprodukte
Pyramide-Schmuck-Kreation	Koblentz	D	Schmuck
Sexy and warm in bed	Kalkar	D	Accessoires
Shah Moden	Frankfurt am Main	D	Accessoires
Shop - perfekt Neffin u. Busch GbR	Iserlohn	D	Zubehör
Simply Nails - Nail- Cosmetic	Hilden	D	Nagelkosmetik
Softub Whirlpools- Ein Unternehmensbereich der Lifepark GmbH	Achim	D	Softub Whirlpools
SSP Steidle GmbH	Aalen	D	Polier und Schleifwerkzeuge
Studio Tec	Stemwede	D	Nagelstudioausstattung
Sunstar	Ede GLD	NL	Kosmetikprodukte
Tana Cosmetics Manoa Kurt Fortmann GmbH & Co. KG	Bielefeld	D	Kosmetikprodukte
Tanke Trading GmbH	Hamburg	D	Kosmetik
Tanstreet	Uden	NL	Tanning
Toenga	SASSENHEIM	NL	Schmuck
Touché International Nailcosmetic	Wallmenroth	D	Nagelkosmetik
Trinity International- ENERGETIX	Helmond	NL	Magnetschmuck
Unguis Arts International GmbH & Co. KG	Heusenstamm	D	Nagelprodukte
UNIQ 10UE Facials	Rheinberg	D	Kosmetikprodukte
Walking Trading International	Heemskerk	NL	Accessoires
Wandmalerei Reiner Bollmer- Kunstmaler	Wietmarschen	D	Wandmalerei
Werbeprofi-Nagelstudio.de	Lohmar	D	Marketingagentur für Nagelstudios
Willi Wiltschka	Unterelchingen	D	Haarentfernungsprodukte, Kosmetik, Pflaster
XXL-Cosmetics	Köln	D	Nagelprodukte

Praktische informatie voor bezoekers

Adres:

Messe- und Kongresszentrum

Kalkar (HanseHalle)

-auf dem Gelände des Wunderland

Kalkar-

Griether Str. 110-120

47546 Kalkar

Data: 21 en 22 november 2015

Openingstijden: 10.00 uur – 18.00 uur

Inclusief: Drinkjes, warm en koud buffet en parkeren

Completely new assortment of mirrors, round, square, led ...



Sibel

Vraag ernaar bij uw groothandel.



Internet speelt een steeds belangrijkere rol in ons leven. Traditionele vormen van reclame via radio, televisie en tijdschriften werken minder goed en steeds meer consumenten kopen online of oriënteren zich op het internet voordat ze tot aanschaf overgaan. Ook jouw klanten zullen waarschijnlijk eerst een aantal schoonheidssalons en cosmeticamerken met elkaar vergelijken, voordat zij een afspraak bij jou inplannen. Met contentmarketing kun jij hier goed op in spelen. In deze marketingtip brengt Ralf van Houts van MBCosmetics je op de hoogte van het concept contentmarketing.

hebt geschreven over anti-ageing waarvan de klant echt iets van opsteekt en waarmee je een gevoel van vertrouwen kunt realiseren, zal deze klant eerder geneigd zijn een behandeling in jouw salon te plannen.

Content delen met jouw doelgroep

Bij contentmarketing wordt de (potentiële) klant niet gestoord met reclameboodschappen en dergelijke, maar zal de klant zelf naar jouw website of video kijken omdat die dit interessant vindt. Daarom is het belangrijk dat content gezocht en gevonden kan worden. Zoekmachine optimalisatie en social media spelen hierin een belangrijke rol. Ook al heb je nog zo'n goed stuk geschreven over anti-ageing, als jouw doelgroep dit niet online terugvindt, heeft het weinig nut gehad.

Social media

Je gebruikt social media bijvoorbeeld om content vanaf je website te delen. Je dient echter wel na te denken over de kanalen waarop je publiek actief is. Ook moet je nadenken over de informatie die je wilt delen. Vuistregel is in elk geval dat het één niet zonder het ander kan. Verwerk social media dus altijd in je contentmarketing-strategie en vergeet andersom bij social media-marketing niet aan content op je website te denken.

Als jij wilt gaan beginnen met contentmarketing, dien je na te denken over de volgende punten:

- 1. Contentstrategie:** Welke doelgroep wil jij bereiken en met welke boodschap wil je die bereiken?
- 2. Contentmarketing-tactieken:** Welke soorten contentmarketing zet jij in? Je zou dit bijvoorbeeld kunnen doen via: blogartikelen, nieuwsberichten, webinars, whitepapers, video's, case studies of infographics
- 3. Social media-platforms:** Waar ga jij jouw content delen?
- 4. Meetpunten:** Hiermee kun jij het succes van content marketing in kaart brengen. Denk aan websiteverkeer en de tijd die bezoekers aan jouw website spenderen.
- 5. Tijd:** Content marketing hoeft niet duur of ingewikkeld te zijn, je moet er echter wel genoeg tijd voor vrijmaken.
- 6. Video's:** Video's kunnen het conversiepercentage met 86% vergroten! De Beauty Alliance heeft een mooie video gemaakt! Kijk maar naar de video van www.stralendmooi.nl of van www.stralendmooicadeau.nl

Ralf van Houts

Voor meer informatie:
 Ralf van Houts
ralf@mbcosmetics.nl
www.beautyalliance.nl
www.mbcosmetics.nl

Contentmarketing is een internetmarketingtechniek die zich richt op het maken en delen van waardevolle, relevante informatie voor een specifieke doelgroep. Het doel hiervan is het publiek aanspreken en aan je binden. Kijk voor voorbeelden op www.dehuidspecialist.nl.

Waarom contentmarketing?

De consument wordt steeds slimmer en veeleisender, hij neemt niet meer zomaar iets aan en wil ook niet lastig gevallen worden met allerlei reclameuitingen. De consument is op zoek naar waardevolle informatie en wil vertrouwd raken met het bedrijf, de producten of de dienst. Dit is waar het bij contentmarketing om draait: de (potentiële) klant helpen aan informatie die hij/zij nodig heeft. Met jouw informatie kunnen zij hun probleem oplossen. De gedachte achter content marketing is: als je als bedrijf constant waardevolle informatie blijft bieden aan je doelgroep, beloont je publiek je uiteindelijk met loyaliteit.

Contentmarketing inzetten

Content kan van alles zijn, zowel offline als online: print, artikelen, blogs, white papers, video's of magazines. Als je op jouw website een interessant artikel

Gratis trainingen **CVR Cosmétique** in november

CVR-Cosmétique heeft in de maand november vier trainingen die gratis zijn te volgen voor schoonheidsspecialisten.

De data van deze trainingen zijn:

- 2 november: microdermabrasie en acnebehandeling
- 3 november: aromatherapie en drie massages
- 9 november: uitgebreide uitleg Visagelijne en gelaatsmassage
- 10 november: aromatherapie en drie massages

De trainingen vinden plaats bij:
C.V.R. Cosmétique
Gierledreef 26
2300 Turnhout
België

Meer informatie:
CVR Cosmétique
Tel. +32 (0)144 27651
info@cvr-cosmetique.com
www.academiebeaute.nl



Beautyspot.nl trade edition in voorjaar 2016 in Utrecht

De beautybeurs die in het voorjaar van 2016 plaatsvindt in Utrecht, krijgt de naam Beautyspot.nl trade edition. De beurs wordt op 9, 10 en 11 april 2016 in de Jaarbeurs in Utrecht gehouden. Beautyspot.nl biedt de nieuwste ontwikkelingen, technologieën, behandelmethoden, inspirerende professionals, ideeën en trends op het gebied van beauty aan tijdens de beurs.



Het succes van een schoonheidsspecialist, huidtherapeut, pedicure of nagelstylist zit niet in tijd, geld of apparatuur. Het zit in de wil om iets te bereiken en jezelf te verbeteren. In elk stapje dat je zet richting je doel. "Het is onze drijfveer om jou zo succesvol mogelijk te maken. En nog meer dan dat. Daarom creëren wij voor jou een plek waarmee jij een voorsprong kan pakken. Waar je onder gelijkgestemden blijft in je vakgebied en leert van vakgenoten", aldus Beautyspot.nl.

Beautyspot.nl trade edition

Beautyspot.nl biedt in april combitickets voor entree en parkeren en zet pendelbussen in om Utrecht nog makkelijker te kunnen bereiken. Het thema van de beurs is 'Beleef beauty met de vijf zintuigen: ruiken, voelen, proeven, zien en horen'. Ook biedt Beautyspot.nl trade edition inspirerende lezingen en zijn hier innovaties van merken en leveranciers te vinden.

Meer informatie:

Beautyspot.nl
www.beautyspot.nl

Agenda de Beauté 2016 is uitgebracht

Agenda de Beauté 2016, de vakagenda voor de beautybranche, is uitgebracht. De agenda beleeft haar vierentwintigste jaargang. Door de jaren heen heeft de Agenda de Beauté vele vormen van opmaak gekend. Dit jaar is de bekende luxe, witte agenda met gouden logo wederom op de markt gebracht, samen met een 'black edition' van de agenda.

De black edition van de Agenda de Beauté 2016 heeft een zwarte kaft met een zilveren logo en heeft een luxe uitstraling. De agenda heeft prettig schrijfpapier, een duidelijk weekoverzicht, een planning op de zaterdag, een ruime tijdsindeling van 7.00 uur tot 21.00 uur en een gouden lintje.

Overzichtelijke kalender en informatie

Daarnaast bevat de agenda een overzichtelijke kalender en veel informatie over de schoonheids- en beautybranche in Nederland. Zo staan er merkenlijsten, branche-adressen, informatie over brancheorganisaties, opleidingsinstituten, toeleveranciers, nationale en internationale vakbeurzen en vakliteratuur in deze agenda.

Ruime planning

De kalender loopt van oktober 2015 tot het midden van januari 2017. Daarnaast staat er een jaarplanner voor 2016 in en staan er jaaroverzichten van 2016 tot en met 2018 in. De Agenda de Beauté wordt gebruikt door schoonheidsspecialistes, pedicures, nagelstylistes, beautyfarms, zonnestudio's, opleidingsinstituten en wordt verspreid onder leveranciers en organisaties en instellingen die betrokken zijn bij de schoonheids- en verzorgingsbranche. De Agenda de Beauté is te bestellen via de site: www.leeuwenbergh.net.

Meer informatie:

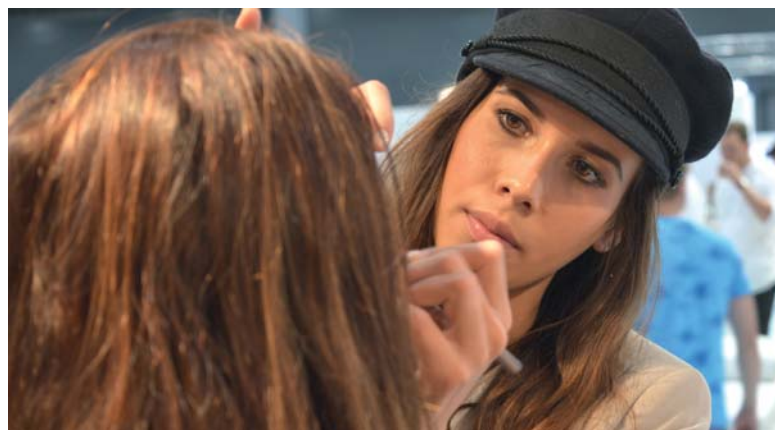
Publiciteitsbureau Leeuwenbergh
Tel. 0252- 227505, leeuwenbergh@planet.nl, www.leeuwenbergh.net



Eerste editie **Beautyspot.nl live edition** in Jaarbeurs Utrecht



De salonrichting van Gharieni BV wordt uitgebreid getest op de Beautyspot.nl live edition



Make-up artist Michelle Falck doet de professionele touch-up bij Delilah Cosmetics' stand

De eerste editie van de nieuwe beautybeurs, **Beautyspot.nl live edition**, is op 12 en 13 september in de Jaarbeurs in Utrecht gehouden. Volgens de organisatie trok het event bijna zesduizend bezoekers. Tijdens deze editie werd ook voor het eerst de **Beautysalon Top 100** bekend gemaakt.

Deze nieuwe beurs is de eerste beurs die door de Jaarbeurs alleen is georganiseerd. Voorheen werkten de Beauty Trade Professionals (BTP) en Jaarbeurs samen en was Beauty Salon Dimensions de naam voor deze najaarsbeurs. Na een samenwerking van 23 jaar hebben de BTP en Jaarbeurs Utrecht hun samenwerking beëindigd en hebben beide organisaties een eigen beurs. Van 2 tot en met 4 april 2016 is de Beauty Trade Special en die beurs is georganiseerd door de BTP. Van 7 tot en met 9 november 2015 vindt de BeautyBeurs.nl plaats in de Brabanthallen.

Beautyspot.nl live edition

De Beautyspot.nl live edition is volgens meerdere leveranciers mooi opgezet, maar wel minder goed bezocht dan afgelopen beurzen. "De tijden veranderen, dus ook de beautybeurzen", vertelt Henk van Hout van Bowie Medical, "Ik hoop wel dat de versnippering niet doorzet, want door met elkaar samen te werken, bereik je veel meer."

De Beautyspot.nl live edition was onderverdeeld in de Beauty2Inspire-hal en de Beauty2Shop-hal, die aan elkaar grensden. Volgens de organisatie heeft 86% van de bezoekers beide hallen gezocht.

Beautysalon Top 100

Tijdens de beurs werd voor het eerst de Beautysalon Top 100 bekendgemaakt. Op zaterdag 12 september is de landelijke populariteitsprijs voor schoonheidssalons uitgereikt. In totaal gaven 350 beautysalons zich op. Hierbij ging het om salons met verschillende specialismen zoals schoonheidsverzorging, huidverbetering, nagelstyling, ontharen en wellness.

De winnaar van de Beautysalon Top 100 in Nederland zonder personeel is Elysh Schrader van Praktijk voor huidverbetering Beautely in Zwolle. De nummer 1 van de lijst met personeel is Salon Esthétique Passie voor Beauty in Bergeijk. Consumenten konden hun stem uitbrengen op hun favoriete salon en vervolgens koos een deskundige jury uit de Top 10 van beide categorieën de uiteindelijke winnaars.

Op 9, 10 en 11 april 2016 vindt de Beautyspot.nl trade edition plaats in de Jaarbeurs in Utrecht.

Meer informatie: Jaarbeurs
Tel. 030-295 2202
www.beautyspot.nl/trade-edition



Delilah Cosmetics heeft ook een stand op de beurs en biedt hier een professionele touch-up aan ►



BEAUTYSPOT.NL

trade edition

ANUBIS
care

"De Beautyspot.nl trade edition is de place2be voor de beautyprofessional. Wil jij onderscheidend & uniek zijn? Gaan voor resultaat? Zet deze beurs dan in je agenda en maak kennis met de succesformules van Anubis Care."

Bowie & Medical
BODY CARE SYSTEMS

"Al vele jaren presenteren wij elk voor- en najaar op de beautybeurs in Utrecht onze noviteiten voor de branche. Jaarbeurs Utrecht biedt ons daartoe centraal in Nederland een perfect podium. Met het nieuwe Beautyspot.nl trade edition initiatief wordt nog beter ingespeeld op de hedendaagse informatiebehoefte van professionals."

TOT ZIENS OP DE VOORJAARBEURS

NATUURLIJK IN UTRECHT

ZET ALVAST IN JE AGENDA: 9-10-11 APRIL 2016



BEAUTYSPOT.NL

Waar de beste beautyprofessionals bij blijven



Jaarbeurs

La Colline Nederland lanceert nieuwe foundationlijn NativAge Le Teint

Het Zwitserse beautymerk La Colline heeft de nieuwe foundationlijn NativAge Le Teint gelanceerd. In het hoofdkantoor van Ultra Cosmetics, de distributeur van La Colline in Nederland en België, vond de lancering van de nieuwe lijn plaats. Voor de gelegenheid was de internationaal gerenommeerde make-up artist Angélik Iffennecker uitgenodigd en kregen de genodigden een persoonlijke touch-up met de nieuwe foundation en poeder.



De fluide heeft meerdere werkingen: anti-aging, hydratatie, dekking en bescherming. De NativAge Le Teint is in vijf kleuren verkrijgbaar: Ivoire, Natural, Sable, Doré en Bronze. Bij de luxe verpakking van de fluide zit een make-up kwast inbegrepen. De verkoopprijs van de fluide is €159,-.

Compact poeder

Het compacte poeder heeft een fijne zachte textuur en beschermingsfactor SPF 15 en kan zowel droog als nat aangebracht worden. Ook het poeder heeft meerdere werkingen zoals bescherming, hydratatie, anti-aging en dekking. Voor een dekkend effect is een vochtig penseel geschikt en voor een zijdezachte finish een droog penseel. Het poeder is in de kleuren Ivoire, Naturel, Sable, Doré en Bronze te verkrijgen en de verkoopprijs is €129,-.

Meer informatie:

Ultra Cosmetics

Tel. 020-6407642

www.ultracosmetics.nl

Make-up artist Angélik Iffennecker geeft een persoonlijke touch-up aan één van de medewerkers van Ultra Cosmetics ▼



De producten in de nieuwe lijn zijn een combinatie van huidverzorging en make-up. De lijn zorgt ervoor dat het proces van huidveroudering van binnen-uit wordt tegengegaan.

Eco-Regeneratielij

La Colline heeft verschillende verzorgingslijnen ontwikkeld en biedt met de NativAge La Colline anti-aging-collectie de eerste Eco-Regeneratielij. De NativAge-lijn is gebaseerd op het Cell Life Extender, een vooraanstaande technologie die ervoor zorgt dat vrije radicalen in waardevolle voedingsstoffen voor de huidcellen worden omgezet.

Uitbreiding van NativAge

De lijn bestaat uit een huidverzorgingsproducten zoals een anti-aging crème, een serum en een oogcrème. Deze is nu uitgebreid met de NativAge Le Teint Fluide en een compact poeder.

La Teint Fluide

Tijdens de productpresentatie van de NativAge-lijn laat Angélik Iffennecker in een demonstratie zien hoe de foundation en poeder op de huid aangebracht moeten worden. De NativAge Le Teint Fluide combineert een goede dekking, intensieve helderheid en heeft een beschermingsfactor SPF 20. De teint is gelijkmatig en vertoont geen vlekken.





Als zestienjarig meisje droomde ze al van haar eigen schoonheidssalon en in 2007 besloot Kathy Gola om die droom werkelijkheid te laten worden. Ze volgde een tweejarige opleiding tot schoonheidsspecialiste en begon vervolgens haar eigen salon in Houten. Acht jaar later verhuisde ze naar de landelijke omgeving 't Goy en zo ontstond er de mogelijkheid om Het Beauty Atelier daar uit te breiden. Haar schoonheidssalon ging van twaalf vierkante meter naar bijna 75 vierkante meter. Ze vertelt enthousiast over haar Beauty Atelier en haar manier van werken in Salon X: "Ik ben echt trots op mijn salon."

"Ik wil mijn klanten het gevoel geven dat ze in de watten worden gelegd in mijn salon", vertelt Kathy. "Ik vind het belangrijk om persoonlijke aandacht te geven aan mijn klanten en neem altijd de tijd voor ze. Door de drukte en hectiek in het dagelijkse leven worden de zintuigen enorm geprikkeld. Een rustgevende ambiance in mijn salon vind ik daarom heel belangrijk."

op haar drieëndertigste pas besloten daar wat mee toe doen. "Vijftien à twintig jaar geleden was het hebben van een schoonheidssalon heel anders dan nu. Het gaat tegenwoordig veel meer om het totale plaatje: massages, behandelingen en wellness. Huidverbetering gaat hand in hand met well-being. Mijn moeder zei toentertijd: 'Een schoonheidssalon kun je later altijd nog beginnen, volg eerst maar een andere opleiding.'

"Ik heb toen uiteindelijk een administratieve opleiding in Berlijn gevolgd en heb daar vier jaar bij een bank gewerkt. Van origine ben ik Pools, maar ik ben

"Ik wil klanten in de watten leggen in mijn salon"

"Muziek, geur en aandacht doen de tijd even vergeten in mijn salon", vertelt ze. "Door de rustige sfeer krijgt de klant een gevoel van welbehagen. Wanneer de klant ontspannen de deur uitloopt, geeft mij dat een goed gevoel."

Extra comfort en aandacht

Op de achtergrond klinkt rustgevende, kalme muziek, die Kathy bewust heeft gekozen. Het interieur oogt chique en de kleuren wit en groen zijn kenmerkend voor Het Beauty Atelier. Zo is er een sfeervolle ontvangthal en zijn er twee aparte ruimtes waarin de verschillende behandelingen worden gegeven.

"Ik heb bewust gekozen voor een extra ruimte met een douche voor lichaamsbehandelingen en massages", vertelt Kathy. "In mijn vorige salon had ik daar geen aparte kamer voor. Het komt vaak voor dat klanten voor massages komen en dan is zo'n ruimte heel fijn. De kleine details zijn erg belangrijk; bij een massage krijgt mijn klant bijvoorbeeld een zachte badjas aan zodat hij of zij comfortabel ligt. Kathy organiseert ook regelmatig Ladies Nights en workshops in haar salon nu ze meer ruimte heeft. De grote tafel in de salon komt daarbij goed van pas.

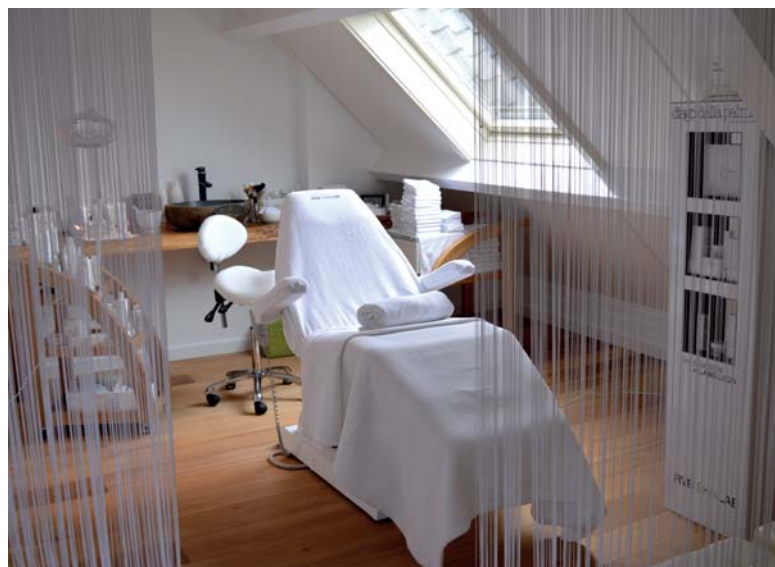
Carrière-switch

Ondanks dat Kathy de droom voor een beautysalon al heel lang had, heeft ze

in Duitsland opgegroeid. Op m'n zeventwintigste kwam ik naar Nederland, voor de liefde", lacht ze. "Hier heb ik een aantal jaren als administratief medewerkster gewerkt, tot ik op een gegeven moment de 9-tot-5-mentaliteit wel had gezien. De wens om een schoonheidssalon te starten, is altijd in m'n hoofd blijven zitten en toen besloot ik de opleiding te gaan doen."

In 2007 heeft ze de tweejarige opleiding bij het Thomas Opleidingsinstituut in Utrecht succesvol afgerond. Al tijdens haar opleiding begon Kathy met haar eigen salon. "Natuurlijk was het spannend om een eigen schoonheidssalon te beginnen", vertelt ze. "Voordat je een klantenbestand hebt opgebouwd, ben je toch wel even bezig. In het begin heb ik veel geflyerd, advertenties geplaatst en vooral door mond-tot-mond reclame is mijn salon uitgegroeid. Ook kwamen veel mensen via mijn website met mij in contact."

"In de omgeving van Houten zijn meer dan veertig salons, dan moet je je wel echt onderscheiden", zegt Kathy. Nu, acht jaar later, is ze trots op zichzelf dat ze de stap heeft genomen. Ook is ze erg blij met haar administratieve achter-



Profiel

<i>Bestaat sinds:</i>	<i>2007</i>
<i>Locatie:</i>	<i>Het Beauty Atelier in 't Goy (bij Houten)</i>
<i>Oppervlakte:</i>	<i>Bijna 75m²</i>
<i>Aantal medewerkers:</i>	<i>Kathy werkt zelfstandig</i>
<i>Aantal behandelpaatsen:</i>	<i>2</i>
<i>Specialiteit:</i>	<i>Gezichtsbehandelingen, massage en lichaamsbehandelingen</i>



De beautybehandelingen

De behandeling van Kathy begint altijd met een reiniging van het gezicht, zodat ze contact heeft met de huid en weet wat voor huidtype haar klant heeft. Daarna geeft ze een welkomstmassage met etherische oliën afgestemd op de klant voor de diepe rust. Vervolgens maakt ze met haar klant een behandelplan en daarbij kiest ze in overleg met de klant voor de Holistic Beauty-lijn of voor Diego dalla Palma pro. "De communicatie met mijn klant vind ik erg belangrijk. Vertrouwen in mij en in het product krijg je pas als je de behandeling hebt ondergaan, dan weet je waarover je praat."

'Iedere vrouw bezit haar eigen unieke schoonheid en daar werk ik mee'

Kathy is erg enthousiast over de cosmeticalijn waarmee ze in de salon werkt. Huidproblemen zoals couperose, acne, hyperpigmentatie en een gevoelige huid kunnen hiermee behandeld worden. Elke lijn heeft een doelgerichte massage, zoals de Lifting Mature Treatment voor het liften, verstevigen en verjongen van gezicht en hals door middel van bindweefselmassage. Klanten kunnen in de salon ook terecht voor kuurbehandelingen voor huidverbetering, een ontspannende massage, een hotstone massage en lichaamsbehandelingen.

Daarnaast heeft Kathy in haar salon ruimte voor de professionele make-up lijn van RVB Skinlab. Deze make-up is glutenvrij. De make-up is subtiel aan te brengen voor een natuurlijke look. Ook heeft Kathy zonnecrèmes van dit merk. De nieuwste artikelen in het assortiment zijn de producten die speciaal voor mannen zijn gemaakt. De mannenlijn The Man van RVB Skinlab bestaat uit een scheergel, aftershavecrème en -gel, baardolie en een speciale mannenbehandeling.

"De huid van iedere klant optimaal verbeteren en verzorgen, dat wil ik graag", besluit Kathy Gola. "Samen met mijn klanten werk ik aan een mooie, gezonde en jonger uitziende huid. Je hebt tenslotte maar één huid."

*Meer informatie:
Het Beauty Atelier
Tel. 06-46033457, www.beautyatelier.nl*

grond. "Daar heb ik nu nog steeds veel aan, want ik kan zelf de boekhouding doen en dat is echt handig als je een eigen bedrijf hebt", aldus Kathy.

RVB Skinlab

"Mijn kwaliteit is dat ik kennis heb van de producten die ik gebruik en dus ook goed advies kan geven aan mijn klanten. De behandelingen in de salon zijn net zo belangrijk als de behandeling thuis. De eerste jaren werkte ik met een andere lijn, maar na vier jaar kwam ik Angélique Paulusse-Thomas van Esthé-Care Cosmetiek tegen op de beurs en sindsdien werk ik met diverse lijnen van hun merk RVB Skinlab."

"Dit merk past echt bij mij en levert ook het gewenste resultaat. Het is een innovatief merk. Meerdere keren per jaar lanceren ze nieuwe producten en ik krijg regelmatig trainingen waarover ik heel tevreden ben. Zo heb ik bijvoorbeeld een training gehad in Bologna, bij het moederbedrijf en het laboratorium van het merk."

Holistic Beauty en Diego dalla Palma pro

"Iedere vrouw bezit haar eigen, unieke schoonheid en iedere huid vraagt om een specifieke behandeling", vertelt Kathy. Ik heb mijn cosmeticalijnen van het Italiaanse RVB Skinlab zorgvuldig gekozen. Het is pure cosmetica vol voedende en verzorgende stoffen. Het helpt huidproblemen op te lossen en de eerste tekenen van veroudering te vertragen, totaal afgestemd op het huidtype, de persoonlijkheid en specifieke huidproblemen."

Holistic Beauty lijn heeft een holistische benadering die de mens beschouwt als een groot geheel. In de Diego dalla Palma pro-lijn zijn de producten gericht op huidverbetering. Alle ingrediënten zijn afkomstig van gecertificeerd biologisch geteelde gewassen en honderd procent natuurlijk.





Betty de Groot is een innemende, ambitieuze vrouw die andere vrouwen graag een hart onder de riem steekt. In haar netwerk bevinden zich veel bekende Nederlanders. In Betty's Social Network spreekt ze met bekende Nederlanders. Voor deze uitgave heeft ze Liz Snoijink geïnterviewd.

Ik heb een afspraak met Liz Snoijink, de grande dame van theater en film. Liz woont zo'n 250 meter bij mij vandaan, maar lui als ik ben, pak ik toch de auto. Een lange oprit maakt dat je het huis vanaf de weg niet ziet liggen. Een rietgedekte Gooise villa, omgeven door bomen. Liz en haar sympathieke man Nicolaas zitten in de tuin bij de vijver in het zonnetje, lekker aan een ontbijtje. Wat een relaxte sfeer! Ik schuif lekker aan en geniet van hun gezelschap en de omgeving.

Gouden kalf voor beste actrice

Liz speelde in veel Nederlandse films, zo was ze onder andere te bewonderen in de films: De Lift, Phileine zegt sorry en Flodder. Ook ontving zij het Gouden Kalf voor beste actrice. Op dit moment speelt ze in de populaire televisieserie Dokter Deen.

Esra

Liz is 59 jaar en heeft één zoon, Esra, die inmiddels 28 jaar is en tot verdriet van Liz in Japan woont. "Ik had daar heel veel moeite mee, want hij was pas zestien toen hij naar Japan vertrok. Maar dat was wat hij echt wilde, dus moest ik hem loslaten. Hij is redacteur bij een Japans tijdschrift en spreekt inmiddels beter Japans dan Nederlands." Ze straalt als ze zegt: "Hij is nu in Nederland en logeert samen met zijn Japanse vrouw bij ons. Ik had hem anderhalf jaar niet gezien!"

Haar grote liefde Nicolaas

Vijf jaar geleden ontmoette Liz haar grote liefde Nicolaas. Nicolaas was totaal anders dan ze gewend was. Liz kwam hem tegen bij haar Tango-dansavonden en zo nu en dan was hij haar danspartner. Ze herinnert zich nog dat ze met hem danste en dacht: 'van deze man zou ik kunnen houden', maar sprak dat niet uit. Ook Nicolaas stelde zich bescheiden op en pas na tweeënhalp jaar werd duidelijk wat ze voor elkaar voelden. Terwijl Liz de uitstraling heeft van een diva, viel ze compleet voor een no-nonsense man. "Nicolaas is een puur mens zonder moeilijke gebruiksaanwijzing en hij woonde op een prachtige woonboot die hij als scheepstimmerman zelf had gebouwd. Ik viel voor zijn oprechtheid en ik ben heel gelukkig met deze bijzondere man."

Wat doe je om er zo goed uit te blijven zien?

"Ik heb vanaf mijn veertiende geworsteld met mijn lijn. Dat is altijd een gevecht geweest. Daarom sport ik veel. Ik ben nu na negen jaar weer begonnen met balletlessen, dat heb ik vroeger veel gedaan. Ik merk dat ik nu alle zeilen moet bijzetten omdat het zwaar is, maar de muziek vind ik heerlijk en ik heb het gevoel weer thuis te komen, omdat ik nu weer les heb van Juf Elly, van wie ik vroeger ook les van kreeg. Daarnaast probeer ik drie keer per week te gaan zwemmen en ga ik naar de sportschool. En natuurlijk ga ik met mijn man één keer per week naar de Tango-dansavond."

Fillers/botox

"Ik heb nog nooit fillers of botox laten spuiten, niet omdat ik daar tegen ben, hoor. Iedereen moet doen wat hij of zij wil, maar ik denk dat het lastig is voor een actrice om uitdrukking aan je gevoel te geven als er geen mimiek meer in je gezicht te zien is. Natuurlijk is plastische chirurgie een uitkomst als je flaporen of een haakneus hebt, dat je daar iets aan kan laten doen. Het grappige is dat als je er goed uitziet, mensen er nu automatisch vanuit gaan dat je iets hebt laten doen. Mijn moeder is 93 jaar geworden en had ook een mooie huid, dat zit toch gewoon in je genen."

Interview Liz Snoijink

Als je ouder wordt, krijg je dan minder rollen aangeboden?

"Ik krijg juist veel rollen aangeboden, ook om oudere vrouwen te spelen en dat vind ik juist zo leuk! Zoals mijn rol in Dokter Deen, daarvoor moet ik er echt slecht uitzien en dan liggen de visagiste en ik soms echt in een deuk. Wat zie ik eruit!"

We kletsen nog even, terwijl de fotograaf foto's maakt en dan komt haar zoon Esra binnen. Het is een rustige, innemende jongeman en het is leuk om te zien dat alles daarvoor moet wijken. "Je ontbijtje staat klaar schat", zegt ze. Wij moeders zijn toch allemaal hetzelfde!!

Betty de Groot



Fotograaf Isa Wieggers

SOTHYS | HYDRATATIE

Hydra³Ha.TM

HYALURONIC ACID

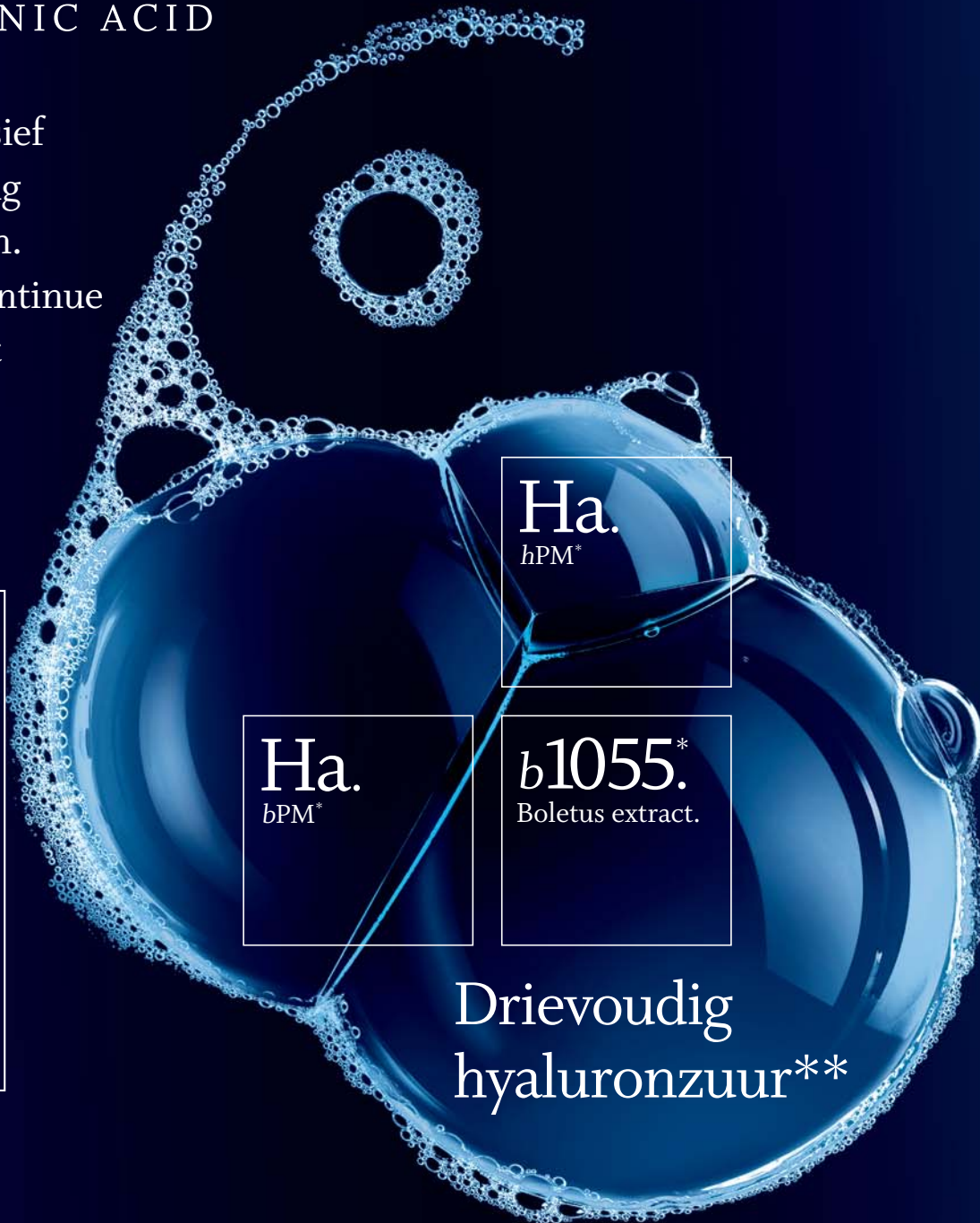
Ontdek de nieuwe intensief hydraterende behandeling
Duur 1 uur en 15 minuten.
Zichtbaar resultaat en continue hydratatie! Tezamen met persoonlijke producten voor thuisgebruik.

Tot

+71%

hydratatie na slechts
1 behandeling!***

**NOG NOOIT WAS
EEN BEHANDELING
ZO DOELTREFFEND!**



SOTHYS
PARIS

Exclusief in
Instituten en Spa's

Sothys, topklasse in professionele, optimale huidverbetering en verzorging op maat in meer dan 15.000 Instituten en wellnesscentra in 120 landen.

Voor informatie: tel. 0182-381005
e-mail: info@sothys.nl
www.sothys.nl



** DE HYDRATERENDE SERIE OMVAT DRIE ACTIEVE HOOFDBESTANDDELEN, DOOR SOTHYS GEPATENTEERD BOLEETEXTRACT 1055* (b1055*), HYALURONZUUR MET LAAG MOLECULAIR GEWICHT (HA.bPM*= HYALURONIC ACID DE BAS POIDS MOLÉCULAIRE) EN HYALURONZUUR MET HOOG MOLECULAIR GEWICHT (HA.hPM*= HYALURONIC ACID DE HAUT POIDS MOLÉCULAIRE). *** METINGEN MET CORNEOMETER, GEMIDDELD OP 14 PERSONEN.

FOTOGRAFIE : JEAN-FRANÇOIS VERGANTI • JEAN-BAPTISTE GUTTON

O·P·I

INFINITE SHINE

Nagellak met gel effect

NIEUW

Naast de bekende nagellakken en GelColors lanceert OPI een nieuwe color treatment: hét INFINITE SHINE systeem

INNOVATIEF 3-STAPPEN SYSTEEM VOOR INTENSE KLEUR MET EEN GELACHTIGE HOOGGLANS!

- snel droog
- glans blijft tot 10 dagen onveranderd mooi *
- geen UV-lamp nodig voor uitharding
- eenvoudig te verwijderen met OPI nagellakremover - zonder afweken
- ruim assortiment nieuwe unieke OPI kleuren
- uitbreiding van salonmenu, makkelijke omzetverhoging in een korte tijd
- geen training benodigd

** afhankelijk van de conditie van de natuurlijke nagel*



PRIMER

Dé base coat voor een perfecte hechting van Infinite Shine

LACQUER

Ruim assortiment kleuren, boordevol pigmenten

GLOSS

Deze top coat geeft een hoogglans finish en zorgt voor een snelle droging

Infinite Shine € 9,75 per stuk. Informeer naar de diverse display mogelijkheden.