

BEAUTYLAND

»WHERE BEAUTY HAPPENS

[TURKEY]

free of charge

N° 28

SUMMER»2016

IT WORKS » p06

GIVE ME CARROTS GIVE ME COCOA » p12

SENIOR LEAGUE » p14

SUMMER CALLING » p18

LIGHT & EASY » p22

TECHNOLOGY MEETS TRADITION » p32

FOCUS » p37

SPLASH » p44

THE ESSENTIALS» p54

GOLDEN ROSE



style & beauty

www.goldenrose.com.tr



goldenroseturkiye



goldenrosetr



goldenrosetr



goldenrosetr



goldenrosetr



Publisher

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

Representative of Publisher

Bülent Konca, on behalf of Turkish Cosmetics Promotion Group

Board of Publisng

Murat Akyüz, Mehmet Akat, Aysu Dalan Benlioğlu, Pervin Ejder, M. Gökhan Işıkol, Ersin Tari, Coşkun Kıriloğlu, Bülent Konca, Uğur Adıyaman, Faruk Yıldız, Hakan Gündüz

Project Advisor

Muriel Azaryad

General Director

Olga Şerbetcioğlu

Project Director

Ayşecan İpek

Contents Advisor

Seda Güler

Project Responsible

Merve Yeşilçimen

Graphic Design

Elif Sunar, Rüya Dilara Şen

Photography Editor

Gökhan Polat

Editor(Responsible)

Cihan Şerbetcioğlu

Contributors

Zehra Damla Alaman, Derya Akçören, Betül Aydoğmuş, Volkan Aydın, İbrahim Başbuğ, Merve Ekinil, Emmanuelle Moegli, Orkun Eray, Canan Ersoy, Fezi Altun, Ceyda Güner, Mehmet Karaçoban, Talat Kıvrak, Haldun Kırkır, Mustafa Nardoğlu, Gökhan Polat, Başak Ulubilgen, İrem Uzunöz, Aykun Yücecan

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

Advertisement: merve@coistanbul.com
Contact: 123@coistanbul.com +902122590669

Type of Publication: Trimonthly, International, Periodical
Printer: Mas Matbaacılık San. ve Tic A.Ş.

Hamidiye Mah. Soğuksu Cad. No 3 34408 Kağıthane, İstanbul Sertifika No:12055

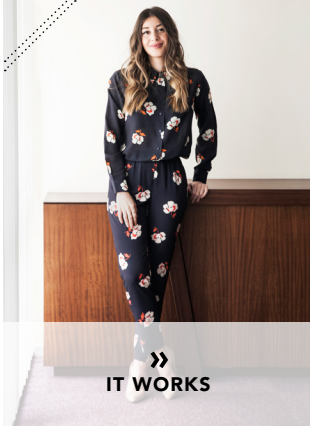
an original idea by

Copyright 2015 İKMİB.

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

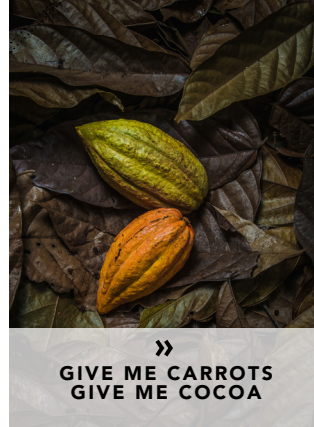
CONTENT

06



» IT WORKS

12



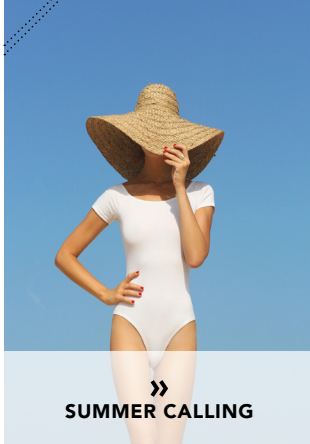
» GIVE ME CARROTS
GIVE ME COCOA

14



» SENIOR LEAGUE

18



» SUMMER CALLING

22



» LIGHT & EASY

32



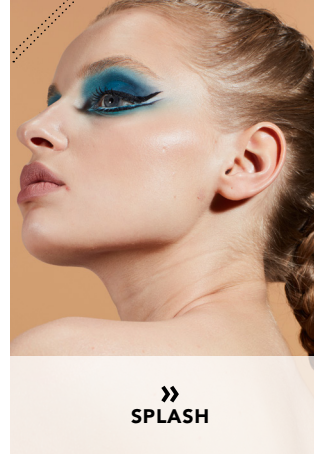
» TECHNOLOGY MEETS
TRADITION

37



» FOCUS

44



» SPLASH

54



» THE ESSENTIALS

dalan® d'Olive

Natural beauty from olive oil

0%
PARABEN, SILICON
PEG, SLES

Visit www.dalan.com.tr for more products.

DALAN Kimya Endüstri A.Ş.
Kemalpaşa Cad. No.325 35060 Pınarbaşı, İZMİR, TURKEY
Tel: +90 232 479 0951





Mehmet AKAT
Turkish Cosmetics Promotion
Group Chairman

HELLO

Holiday plans are being made. Our souls count down the days to have a peace of mind. Our expectations are changing. We add little escapes to our priorities. Our bodies and souls can't wait to rejuvenate and carry on from the vicious circle they've been stuck in. Actually, everything slowly falls into place. With our every step, the sun that warms us also puts an automatic smile on our faces. We are talking about summer and the things summer represents.

We want you to feel the summer in every one of your cells, when you turn the pages of our magazine's newest issue. We are at your disposal to save you from all the heavy stuff and make you feel light again by including cocoa beans and carrots on our pages.

On this summer season, we try to pause or at least slow down the days and also, as Turkish Cosmetics Promotion Group, we carry on on our mission to represent the cosmetic brands of Turkey. This summer we are adding Beautyworld Middle East 2016, which is one of the most important fairs in the cosmetics industry, Cosmobeaute Asia 2016, Cosmoprof North America Las Vegas, Intercharm Ukraine and The Touch of Paris to our route.

Now, let's pretend that you're lying under the sun somewhere near the sea. While you hear the distant sounds of the waves from the sea, and enjoy the sun, start turning the pages of our magazine.

MERHABA

Tatil planları yapılıyor. Ruhumuz ihtiyacı olan dinginliğe ulaşabilmek için gün sayıyor. Beklentilerimiz bir nebze de olsa değişiyor. Önceliklerimiz arasına kısa süreli kaçamaklar ekleniyor. İçinde yer aldığımız kısır döngünün dışına çıkan bedenimiz ve ruhumuz yenilenip kaldığı yerden hayatına devam etmek için gün sayıyor. Aslında her şey yavaş yavaş yoluna giriyor. Sokağa atılan her adımda içimizi ısıtan güneş, yüzümüzde istemsiz bir gülümsemeye yol açıyor.

Yazdan ve yazın bizim için temsil ettiklerinden bahsediyoruz. Hal böyle olunca, dergimizin yeni sayısının sayfalarını çevirdiğinizde de yazı tüm hücrelerinize kadar hissedebilmenizi istiyoruz. Kakao çekirdeklerini ve havucu dahil ettiğimiz yeni sayımızda ağırlığınızdan kurtulup hafiflemenizi sağlayacak bir içerikle karşınıza çıkıyoruz.

Günleri duraklatmaya ya da en azından yavaşlatmaya hazırlandığımız bu yaz döneminde, Kozmetik Tanıtım Grubu olarak bir yandan da Türk kozmetiğini temsil etme misyonumuzu sürdürüyoruz. Rotamıza Kozmetik sektörünün en önemli fuarlarından biri Beautyworld Middle East 2016'i, Cosmobeaute Asia 2016'i, Cosmoprof North America Las Vegas'ı, Intercharm Ukraine'i ve The Touch of Paris'i ekliyoruz.

Şimdi deniz kıyısında olduğunuzu varsayalım. Denizdeki dalgaların sesini dinleyip güneşin tadını çıkarırken sayfalarımızı çevirmeye başlayın.



DEREN ÖZTÜRK THIS WORKS

DERMOCOSMETICS MARKET, BECOMING STRONGER EACH DAY, LIKES TO LOOK AT BEAUTY FROM A PLACE OF INTELLIGENCE AND PROBLEM SOLVING. DEREN ÖZTÜRK, THE CREATOR OF COSMED SHARES THE SAME POINT OF VIEW.

questions merve ekinil photography gökhan polat



Cosmed started its chemical journey in 1984. What kind of design and development process did the brand go through?

The brand's seeds were planted during a trip to Paris in 2005. The source of inspiration for Cosmed is a French aromatherapy boutique I visited when I was 16. The idea of solving people's skin problems and increasing their beauty had really affected me which led to researching the local and foreign actors in the Turkish cosmetics market and sector. We studied the future of cosmetics in the world and different trend analyses. After a three year R&D process we had our products ready to use by customers in 2009. When I look back, we created many formulas that work for all skin problems and tried many new products. Those that are most effective and powerful continue successfully on their path as a part of the Cosmed product line.

What was the first series or products you introduced to the market?

As Cosmed, our goal has been to become an indispensable part of people's daily beauty routines, from head to toe. With this goal, our brand started out with 20 products in seven

product groups within the hair, skin and body care categories. We quickly overcame the presumption that starting out with 20 products at once was a big risk. Once consumers were happy with one, they started trying our other products which resulted in a very loyal group of Cosmed consumers. This gave us the courage to develop new products and expand our brand.

When you look at dermocosmetics today, do you see differences in definition and in analysis comparing it with the past?

Dermocosmetics became much stronger in the last ten years. People prefer dermocosmetics products for their skin problems rather than a generic product. There is an increase in people who consult dermatologists rather than asking friends for recommendation. This in turn increases the use of the right product for the right skin type. On another note, the ingredients are more plant based, natural and harmless than they were ten years ago.

Some people put dermocosmetics aside from natural and organic products, somehow the words "natural" and "dermocos-

metics" don't come side by side. What do you think about that?

For me, dermocosmetics products are products that focus on skin problems and have a scientific background. Organic products tend to be cleaning and moisturizing products rather than problem solvers due to their concern of natural ingredients. But this doesn't mean that dermocosmetics don't include natural ingredients. At Cosmed, we are able to use the words natural and dermocosmetics together. We solve skin problems with formulations containing natural ingredients, which makes us a dermocosmetics brand with natural ingredients.

Cosmed has a unisex identity like many other dermocosmetics brands. What is the male customer's approach like?

40% of our consumers are men, and our records show that male consumers not only prefer our hair care products, but also skin care products, products especially developed for sensitive skin and anti-aging products. The Soothing SOS Cream Gel from the Ultrasense line is the most preferred skincare product because of its after-shave soothing effect.

İŞLEYEN ÜRÜNLER

► Cosmed, kimya yolculuğuna 1984 yılında başlamış, marka nasıl bir tasarım ve gelişim sürecinden geçti?

Markanın tohumları 2005 yılındaki bir Paris seyahatine dayanıyor, 16 yaşında girdiğim Fransız aromaterapi butiği bugün Cosmed'in ilhamı aslında. Bireylerin cilt problemlerine çözüm olma, güzelliğine güzellik katma fikri beni çok etkilemişti. Sonrasında Türkiye kozmetik pazarı ve sektördeki yeri – yabancı aktörler araştırıldı. Dünyada kozmetiğin geleceği ve trend analizlerinin yer aldığı raporları incelerken üç yıllık bir Ar-Ge süreci sonrasında 2009 yılında ürünlerimizi müşterilerimizin

kullanımına hazır hale getirdik.

Piyasaya sürdüğünüz ilk seri ya da ürün neydi?

Cosmed ile hedefimiz saçtan ayağa bireylerin günlük bakımlarının vazgeçilmez bir parçası olma. Bu hedef doğrultusunda markamız öncelikli olarak saç, cilt ve vücut bakımı kategorilerinde yedi ürün grubuyla 20 ürünle piyasaya çıktı.

Bugün dermokokozmetiğe baktığınızda bu alanla ilgili yapılan tanım ve analizlerin on sene öncesiyle fark gösterdiğini düşünüyor musunuz?

On senede dermokokozmetik yerini çok daha sağlamlaştırdı.

Bireyler artık cilt problemlerine yönelik herhangi bir ürün kullanmaktansa dermokokozmetik ürünleri tercih eder hale geldiler. Arkadaş tavsiyesinden çok dermatoloğa danışma oranları arttı. İçerikler ise on sene öncesine göre daha bitkisel, daha doğal, daha zararsız.

Şu an dermokokozmetiğin eğildiği en önemli cilt problemi nedir?

İçeriğindeki özel etken maddeler ve özel formülasyonları nedeniyle hassas cilt. Cosmed, diğer tüm cilt bakımı markaları gibi uniseks ürünler üretiyor bir kimliğe sahip. Erkek müşterilerin yaklaşımları nasıl?

Kullanıcılarımızın %40'ı erkekler, ve kayıtlarımız gösteriyor ki erkek müşterilerimiz sadece saç bakım ürünlerimizi değil aynı zamanda güneş koruyucularımızı, hassas ciltler için geliştirilmiş ürünlerimizi ve yaşlanma karşıtı ürünlerimizi de tercih ediyorlar.

Dermokokozmetiği doğal ve organik ürünlerle zıt köşeye oturtanlar da var, "doğal" ve "dermokokozmetik" kelimeleri nedense yanyana getirilemiyor. Siz bu konuda neler düşünüyorsunuz?

Dermokokozmetik ürünler bana göre daha bilim kokan, cilt sorunlarına odaklanan ürünler demek. Organik



What is the most important skin problem that dermocosmetics pays attention to right now?

Sensitive skin type, because of its need for special active ingredients and formulations.

What are your star products?

Restorer Shampoo and Restorer Serum from our Hair Guard series for the prevention of hair loss, Dark Spot Reducer Brightening Cream from the Alight series, Anti Redness Repair Cream from the Ultrasense series for skin types that have couperosis and capillary problems, CC Cream which comes in two different shades, DD Cream with SPF 50 from our Sun Essential sun protection line.

What kind of reactions do you get from outside of Turkey?

We especially get the attention of foreign visitors to our country. We have many foreign consumers who have bought our products here and want to find them in their own countries. We are starting our export business this year. In six years, we placed our brand in 820 authorized pharmacies and Watsons stores around Turkey. 450 dermato-

logues around Turkey recommend our products. Our goal was to establish ourselves in Turkey and then expand overseas, we now feel ready for export. We also continue having meetings with different countries about distribution.

In the last five years, pharmacies became the go to place for beauty and cosmetics products. We can even say that they have created a new category. Do you think this trend will continue?

Dermocosmetics is steadily increasing its presence in the cosmetics market, the reason for which is the customer's expectation for problem solving products. Customers who noticed that products which solve skin problems can also cater to their cosmetics concerns, became loyal consumers of the dermocosmetics world. I believe that this trend will continue and encompass the cosmetics brands as well.

Cosmed is a brand with award winning R&D projects. Can you tell us about these projects and your R&D approach?

Cosmed is a brand based on R&D and innovation and feeds itself from it. We follow world

trends closely and consider their adaptability to Turkey. Our R&D team does all the work in creating formulas from innovative technologies and trends. In the last year's quarter, we received second place in the 5th R&D Project Market competition's cosmetics category. Since our product is suitable as an innovative product both for the local and export market, it allows us to expand. In other words, you can spend a lot of money on a product, use the most effective ingredients but if you can't transform these ingredients into a working formula, you cannot do R&D. This is where we succeed. We research and develop.

What is your definition of beauty?

A fresh, healthy and glowing skin.

Are sun care products really the strongest shield for our skin? What kind of ingredients does Cosmed use for its sun care series?

Cosmed understands that protection and defense are different words in terms of treatment too. Protection is a potential situation while defense is kinetic. When you add sun damage

"A THREE-STEP SKIN CARE RITUAL IS A MUST FOR A HEALTHY SKIN: CLEAN, MOISTURIZE, PROTECT. FIRST YOU NEED TO CHOOSE THE CORRECT CLEANSER FOR YOUR SKIN TYPE."



on our skin to today's world, protection isn't sufficient anymore. Therefore we developed products that both protect and defense with our Sun Essential series; they strengthen skin's natural defense systems and protect its immune system. I must also add that they are not even enough when you look at today's world; the increase of immigration to big cities, population and vehicle traffic triggers the production of free radicals which cause our skin's aging process. This in turn damages our skin's protection system and may even trigger the formation of skin cancer. Our series include products more complicated than just simple sun protection, they are protective, defensive and have antioxidants.

Cosmed packaging has a sleek, trustworthy and modern image. Who does the design?

We developed our packaging design with our design agency. We asked the opinions of our dermatologists, pharmacists and consumers, and chose to work with global skin care colors. We had intended to create a sleek, trustworthy and modern image; I believe we achieved that.

Are you a woman who does her beauty shopping from a pharmacy?

I prefer buying all my skin and hair care products from pharmacies. My desk, bathroom cabinet and makeup bag is filled with Cosmed products, I also use many of our sample products that the R&D laboratory develops. I make sure to use new products to have an idea about our competitors' products. My Cosmed must haves are Sun Essential DD Cream, Complete Benefit Acne Control Gel, Day-to-Day Vanilla Moisture Mask.

Do you make beauty stops during your travels?

I always get a skin care treatment at Guerlain Institute in Paris, which is one of the first SPAs in the world. I also try to visit thermal sources around the world. This year, I have a visit planned to the Amazon Forests in Brazil to discover source plants of cosmetics active ingredients.

What will be Cosmed's most exciting projects in the near future? What are you currently working on?

We are very excited about a new product we have

been developing within the framework of TUBITAK. We launch at least five new products every year, which we create with different dermatologists from different cities around Turkey. In the next few months, we will launch the serum we created for skin blemishes, we have been doing R&D on this product for the last three years.

Which products would you recommend to a woman who only wanted to use three products in order to simplify her life?

A three-step skin care ritual is a must for a healthy skin: Clean, moisturize, protect. First you need to choose the correct cleanser for your skin type. You can then find a product which has moisturizing and protecting effects in one, and some of them even have concealers in them. Our DD (Daily Defense) Cream from the Sun Essential series, and Color Regulating DD Cream from our Ultrasense series come in two different colors; they are excellent for women who want to simplify their lives. One item I always carry with me is Complete Benefit Acne Control Gel; my savior for last minute pimples. It has to be a part of every woman's life.⁷

ürünler, doğal içerik kaygısıyla çözüm ürünü olmaksızın temizleme, nemlendirme aracına dönüşüyorlar. Ama bu demek değil ki dermokozmetik ürünler doğal içerikler içermiyor. Cosmed olarak biz, hem doğal hem de dermokozmetik kelimelerini yan yana getirebilen bir markayız.

Markanın yıldız ürünleri hangileri?

Saç dökülmesi sorununa yönelik geliştirilmiş Hair Guard serisinden Yenileyici Şampuan ve Serum, Alight serisinden Koyu Leke Karşıtı Aydınlatıcı Krem, kuperoz ve kılcak damar problemi yaşayan cilt tipleri için geliştirilmiş Ultrasense serisinden Kızanıklık Karşıtı Onanıcı Bakım Kremi, yine aynı

ürünün iki farklı renk alternatifleriyle sunulan CC Krem'i ve güneş koruma serimiz Sun Essential'dan SPF 50 koruma faktörüne sahip DD Krem.

Yurtdışında nasıl tepkiler alıyorsunuz?

Özellikle ülkemize gelen yabancıların çok dikkatini çekiyoruz. Ülkemizden aldıktan sonra kendi ülkelerinde de ürünlerimize nasıl ulaşacaklarını soran yabancı müşterilerimiz var. İhracata ise henüz bu sene başlıyoruz. Altı yıl gibi bir sürede markamızı Türkiye genelinde 820 yetkili eczane ve Watsons mağazalarında konumlandırdık. Türkiye genelinde 450 dermatolog ürünlerimizi tavsiye ediyor. Öncelikli olarak Türkiye'de konumlanmak ve

sonrasında yurtdışına açılmayı hedeflemiştik, şu an kendimizi ihracata hazır görüyoruz. Birçok ülkeyle distribütörlük görüşmelerimiz devam ediyor.

Cosmed, özellikle ödüllü Ar-Ge projeleriyle dikkat çeken bir marka. Bize biraz bu projelerden ve Ar-Ge yaklaşımınızdan bahsedebilir misiniz?

Cosmed; Ar-Ge ve inovasyon temelli bir marka ve buradan besleniyor. Tüm dünyadaki trendleri yakından takip ediyoruz ve Türkiye'deki uygulanabilirliğine bakıyoruz. Tüm yenilikçi teknolojileri ve trendleri çalışan bir formül haline getirmek ve sonuçlarını görmek Ar-Ge ekibimizin payı büyük. Geçtiğimiz yılın son çeyreğinde 5. Arge Proje

Pazan yarışması kozmetik kategorisinde 2'lik ödüllü aldık. Ürünümüz hem Türkiye pazan hem de ihracat için oldukça uygun, inovatif bir ürün olması açısından da bizim için yeni kapılan aralıyor olacak ve hatta şimdiden araladığını söyleyebiliriz.

Sizin güzellik tanımınız nedir?

Sağlıklı ışıltıdan, canlı bir cilt.

Cosmed, güneş koruma serisinde nasıl bir içerikten faydalaniyor?

Cosmed olarak biz koruma ile savunma kelimelerinin hem farklı kelimeler olduğunun hem de işleyişlerinin farklı olduğunu biliyoruz. Koruma daha potansiyel bir olayken,

savunma kinetiktir. Güneşin cilt üzerinde oluşturduğu zararları ve günümüz dünyasını bir araya getirdiğimizde artık sadece korumak yeterli olmuyor. Korunan cildin kendini savunuyor olması da gerekiyor. Biz de Sun Essential serisi ile cildin doğal savunma sistemlerini güçlendiren ve cilt bağımsızlık sistemini koruyarak hem koruyan hem de savunan ürünler geliştirdik.

Siz tüm güzellik alışverişini eczaneden yapabilen bir kadın mısınız?
Renkli kozmetik ürünleri dışındaki tüm cilt ve saç bakım ürünleri için tercihim eczaneler. Masam, banyom, tuvalet aynam ve makyaj çantam Cosmed ürünleri ile dolu, bunun

yanında sık sık Ar-Ge laboratuvarımızın çalıştığı çeşitli numuneleri kullanıyorum.
Seyahatlerinizde mutlaka uğradığınız güzellik durakları var mı?

Paris'e her gittiğimde mutlaka dünyadaki ilk SPA'lardan biri olan Champs-Élysées'deki Guerlain Enstitüsü'nde cilt bakımı yaptırım. Dünyadaki termal kaynakları olabildiğince ziyaret etmeye çalışıyorum.

Cosmed ambalajları, yalın, güvenilir ve modern bir imaja sahip. Ambalaj tasarımı kimin imzasını taşıyor?

Ambalajlarımızı tasarım ajansımızla birlikte geliştirdik.

Tasarımımızı oluştururken dermatologlarımızın, eczacılarımızın ve kullanıcılarımızın görüşlerini aldık. Evrensel cilt bakım renkleri üzerinden ilerledik. Yalın, güvenilir ve modern bir imaja sahip olmasını hedeflemiştik. Bunu yakaladığımızı düşünüyoruz.
Önümüzdeki dönemde Cosmed'in en heyecan verici projeleri neler olacak?

Şu anda en büyük heyecanımız TUBITAK projesi çerçevesinde geliştirdiğimiz özel bir ürün. Bunun yanında her sene en az beş yeni ürün lansmanı yapıyoruz. Önümüzdeki aylarda, üç yıldır Ar-Ge çalışmalarını devam eden cilt lekeleri için

geliştirdiğimiz serumun lansmanını yapacağız.

Hayatını küçültmeyi ve sadeleştirmeyi arzulayan bir kadına sizin tavsiyeniz ne olur?

Sağlıklı cilde ulaşmak için üç adımlı bir bakım ritüeli şart. Temizle – nemlendir – koru. Cilt tipine uygun temizleyici seçiminin ardından artık nemlendirme, koruma ve hatta kozmetik kaygıya yönelik kapatıcı – renklendirici özelliği tek bir üründen bulabiliyorsunuz. Bu anlamda Sun Essential serimizdeki DD (Daily Defense) Krem ve Ultrasense serisindeki Renk Düzenleyici DD Kremi iki ton alternatifleriyle hayatını küçültmeyi ve sadeleştirmeyi arzulayan kadınların gözdesi olmaya aday.⁷



THE SILKY TOUCH OF BEAUTY



12 FARKLI
RENK SEÇENEĞİ

Catherine Arley®
Silky Touch

MATTE
LIPSTICK

EYE-CATCHING COLORS AND VELVETY
STRUCTURE WITH INCREASING YOUR
ATTRACTION, CATCH THE MATTE
APPEARANCE YOU DESIRE.

export@alfar.com.tr

Alfar
élite

PALETTE EYESHADOW
5 COLORS



Long lasting good looks with Trendy and bright colours throughout the day.
Very comfortable application with its creamy texture.

THE GLAMOROUS élite CHOICES FOR YOUR BEAUTY

export@alfar.com.tr

Alfar
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK
www.alfar.com.tr



www.catherinearley.com

facebook.com/CatherineArleyTR
instagram.com/catherinearleykozmetik
twitter.com/Catherine_Arley
pinterest.com/catherinearley

Alfar
Kozmetik

Produced BY ALFAR KOZMETİK
www.alfar.com.tr



www.elitecosmetic.com

facebook.com/elitecosmeticsTR
instagram.com/elitekozmetik
twitter.com/Elite_Cosmetics
pinterest.com/elitecosmetics

GIVE ME CARROTS GIVE ME COCOA

SUMMER BORROWS TWO POWERFUL INGREDIENTS FROM WINTER: COCOA AND CARROT. THESE SUN-KISSED ECO BRONZERS, RICH IN ANTIOXIDANTS WILL MAKE YOU GLOW.

words betül aydoğmuş



birdex / iStock Turkey

BY FIGHTING FREE RADICALS, WHICH HARM YOUR SKIN, COCOA FIXES MANY PROBLEMS.

What do you need to become a bronze colored, glowing summer goddess? How about cacao beans? Hidden in the kitchen, natural raw ingredients carrot and cacao are warriors that you will need for a healthy tan during the summer. When summer comes, all of us, especially the 'whiter than white' porcelain complexions, have one goal on their minds: getting tan. Since lighter skin doesn't contain many dark color pigments, this hard attained tan becomes even more valuable, almost jewel like. Does this scenario seem familiar to you too? Spending the first three days of the vacation in bright red like a lobster, finally having a brownish tone on the last day. Like in many cases, natural methods are once again quite effective: Let's look closely at these two raw ingredients used in Babak, Otacı, Sunshower and Pereja sunscreen series. Cacao, used in many different fields, is grown in Ecuador's hot and humid zone that sits between 10 degrees north and 10 degrees south. It is not grown in our country due to the lack of necessary climate conditions, it is carefully grown on the coasts of Africa, Asia and Latin America. The cacao tree flowers bloom twice a year; every six months. At the end of the six month period, the cacao flowers turn from green to yellow-orange. The fruits are carefully removed by plantation workers, with special care given not to damage the branches. Cacao fruits ripen a few days after the harvest. The outer shells are removed with



redmal / iStock Turkey

cream, in any form its high levels of antioxidant and vitamins make it an excellent skin protector. The natural cacao oil mask which you can prepare at home will energize and rejuvenate your skin and protect it from inside out. By fighting the free radicals which harm your skin, cocoa fixes many skin problems from tone changes to wrinkles, dull looking skin to loss of firmness. Mix two tablespoons of cacao oil with one tablespoon of yogurt and one teaspoon of honey. Wash your face with warm water and then apply this semi-thick mask all over. Let it rest until it dries up or approximately 10-15 minutes, and rinse with plenty of water. You can use this cacao oil mask once a week or after exposing your skin to the sun; it will regenerate, moisturize and protect your skin against aging factors. Another bronzing agent is carrot oil, you can use it if you are looking for a natural tan. The beta-carotene in carrots speed up melanocytes. Eating carrots or drinking carrot juice while sunbathing at hours when the sun rays aren't too sharp, will help the skin gain a desired tan. Beta-carotene neutralizes damaging matters to the skin, therefore it has a rejuvenating effect on the skin against the sun. You can also apply carrot oil while sunbathing to get tan quickly. Carrot oil also helps moisturizing flaky skin and soothing the skin after a sunburn. Apply it around the eyes to moisturize the small wrinkles, or around your neck and décolleté to benefit from its cell-renewing effect. Make sure you always apply it on clean and makeup free skin, put a few drops of carrot oil in your palm, warm it up with your fingertips and gently apply to your skin with small circular gestures. Mix one tablespoon of milk with two tablespoons of oat flour and carrot oil. Apply it on your face, neck and décolleté area. Let it rest for 20 minutes and rinse with warm water. 7

BRONZ AJANLAR

18 Teninizde ışıldayan bir çikolata rengine kavuşmak için sizce neye ihtiyacınız var? Kakao çekirdekleri nasıl bir fikir? Türk markaların da sıklıkla araladığı mutfağın raflarında gizlenen doğal ham maddelerden havuç ve kakao, yaz aylarında sağlıklı bronzluk için ihtiyaç duyacağınız savaşçılar. Yaz geldiği zaman hepimizin, özellikle de porselen tene sahip olanlarımızın aklında tek bir hedef oluyor: Bronzlaşmak. Açık ten, koyu renk pigmentleri fazla barındırmadığından bu bronzluk zor elde edilen bir mücevhere dönüşebiliyor. Şu sizin için de tanıdık bir manzara mı? Tatilin ilk üç gününü kıpkırmızı bir tenle geçirip ancak son gününde kahverengiye yakın bir ton yakalayabilmek. Doğal yöntemler her zaman olduğu

gibi bu konuda da etkili. Kakao ve havuç gibi bronzlaştırıcı özelliğe sahip içerikler, cildinizi beslerken aynı zamanda sağlıklı bir şekilde güneşlenmenize de yardımcı oluyor. Babak, Sunshower, Otacı, Pereja gibi markaların da güneş senlerinde sıklıkla yer verdiği bu iki doğal ham maddesi biraz daha yakından tanıyalım. Birçok farklı alanda kullanılan kakao, Ekvator'un on derece kuzeyi ve on derece güneyi arasındaki sıcak ve rutubetli kuşakta yetişiyor. Yeterli iklim şartlarının oluşmaması nedeniyle ülkemizde yetiştirilemeyen kakao'nun özenle yetiştirildiği bölgeler arasında Afrika, Asya ve Latin Amerika sahilleri sayılabilir. Kakao ağacı çiçekleri tüm yılda altı aylık iki dönemde açıyor. Altı aylık dönem sonunda kakao mey-

velerinin renkleri yeşilden sarı-turuncuya dönüyor. Meyveler özenle ve dallara zarar vermeden plantasyon işçileri tarafından toplanıyor. Kakao meyveleri hasattan bir kaç gün sonra olgunlaşıyor. Dış kabuk uzun bıçaklar kullanılarak ve özel bir kesme hareketiyle, çekirdeklere dokunmadan soyuluyor. Bu kadar zor yetiştirilen ve zorlu toplanma koşullarından geçen kakaoyu kendiniz cilt bakımında maske ya da krem olarak kullanabilirsiniz, zira içinde barındırdığı yüksek derecede antioksidan ve vitamin nedeniyle cilt için mükemmel bir koruyucu. Diğer bir bronzlaştırıcı içerik havuç yağı ise; turuncuya yakın bir renge sahip olduğu için ciltte bu tonda bir bronzluk sağlıyor. Doğal bir bronzluk istiyorsanız havuç yağını tercih ede-

bilirsiniz. Havuçta bulunan betakaroten melanositlerin çoğalmasını hızlandırıyor. Güneş ışınlarının çok gelmediği saatlerde güneşlenip havuç yemek ya da havuç suyu içmek de cilde istenilen bronz görünümün kazanılmasına yardımcı oluyor. Betakaroten içeriği cilde zararlı maddeleri nötralize ettiği için güneş karşısında cildi canlandırıcı etkisi var. Güneşlenme esnasında havuç yağı sürekli cildinizin daha çabuk bronzlaşmasını sağlayabilirsiniz. Havuç yağı güneş yanıklarına çok iyi geldiği için güneş sonrası bakımı olarak kullanabilirsiniz.Cilde çok faydalı olan bu içeriği aynı zamanda pullanmış ciltte nemlenmesi için ve güneş yanıklarında cildin rahatlatması için kullanabilirsiniz. 7

SENIOR LEAGUE

THE MAKEUP INDUSTRY IS YET TO CATCH UP WITH THE DEMAND FROM SENIORS.

words emmanuelle moeglin / global fragrance & personal care analyst / mintel



image onurdongel / iStock Turkey

Agelessness has become the new anti-aging and this opens huge opportunities for beauty brands to target seniors, offering beauty and makeup products adapted to their needs. Anti-aging is not the only way to position products for an older age group; makeup that offers adapted claims and a range of shades that appeals to seniors and takes them out of their comfort zone is the way forward. Baby boomers (those aged between 51 and 70 years) are taking care of their appearance and expect brands to run advertising campaigns they can relate to, using ambassadors of their age and products suited to their style.

According to Mintel's Mature Beauty – UK, December 2015 report, approaching two thirds of women aged over 65 look for beauty products suited to their age (compared to 54% for all ages) so launching products that are suited for them in terms of claims, formats, packaging, shades and types of communication is key.

Anti-aging is not the only message that will appeal to today's mature audience. Fewer UK women aged over 65 than average think that using skin care products or treatments is essential for maintaining a youthful, glowing appearance (43% versus 50%), and this suggests that skin care is not the only route to appeal to them. Products that will make mature people feel better about their age are also important and coloured cosmetics have a big opportunity here.

Mature women are heavy users of makeup and according to Mintel's Face Colour Cosmetics – UK, July 2015 report, four in five women aged over 55 are makeup wearers (compared to 88% for all ages). However, mature women have a smaller repertoire of products than the younger audience and just three in 10 UK women aged over 65 use between one and four products. Mascara, used by 83%, and lipstick, used by 87% are the two cosmetics staples for women aged over 65. Brands should offer ranges adapted to seniors, offering key products adapted to a shorter routine.

According to Mintel GNPD (Global New Products Database), only a handful of mascaras are formulated for mature lashes and this opens an opportunity for brands to develop products this audience. Makeup brands should focus on what older women need from their makeup; for example, according to Mintel, women aged over 55 tend to look more for moisturising, UV protection and anti-ageing claims in face products.

But it is not only about claims, shades preferences are also an important factor. Colour choices tend to change with age and it shows how brands should offer relevant colours depending on the age they target. According to Colour Cosmetics – UK, July 2014, the top three lip colour preferences for women aged over 65 are baby pink, bright pink and nude beige, while overall consumers tend to prefer baby pink, nude beige and dark red.

In eye colour cosmetics, the colour preferences are also different for women aged over 65. Grey/silver, light blue and green are among the top five preferred colours favoured by women aged 65+. To target seniors, brands need to change the way they advertise their products and understand changing attitudes towards signs of ageing. According to Anti-Aging Beauty - UK, October 2015, over two thirds of women aged over 65 think that there are not enough mature models in beauty advertising. It is also interesting to note that a higher percentage of women of pre-retirement age (i.e. those aged 45-64) would like to look younger than their age compared to those of retirement age (65+), at 60% vs. 52%, respectively, suggesting that the work environment has an impact on how people feel about their appearance.

Meanwhile, YouTube star and makeup artist Lisa Eldridge released a makeup tutorial for mature women: Glowing, Youthful Makeup Look for Mature Skin.

Since Japan has one of the highest percentages of seniors in the world, the market sees a greater targeting of older people. The over-65s account for a quarter of the country's population and are forecast to account for 40% by 2060. To respond to this demand, Japanese market leaders in colour cosmetics have lines that specifically target mature women, such as the Shiseido Prior range of skincare, makeup and haircare products.

Mintel's report Baby Boomers and Technology – UK, August 2015 shows that ownership of laptops and tablet computers amongst Baby Boomers is comparable to the general population. This means brands can sell online, produce apps and online tutorials to target seniors the same way they target the younger audience. Bloggers and vloggers should post more make-up tutorials to encourage mature women to experiment with looks and different types of make-up. Retailers should segment their online offerings by age group with ranges of products generally adapted to older shoppers.

The Analyst's View where; seniors are playing a growing role in modern society. They are working for longer and the perception of ageing has switched towards agelessness. While anti-aging is an obvious claim to target the mature audience, there are many different ways to speak to seniors. Makeup is an important step to help seniors look better for their age and beauty brands need to develop products with claims, formats and shades that are adapted to what seniors are looking for and move away from the 'Silver' marketing.

Although mascaras and lipsticks are two staples for women aged 65 and over, only a handful of mascaras are dedicated for this age group. As women age, eyelashes become fewer and thinner, and there is more room for brands

to target women with mature lashes in particular.

Brands have to choose the right ambassadors and recognise the importance of the online channel for the connected baby boomer generation. A growing, yet still small number of brands are casting mature spokespersons. Although modern society is slowly being introduced to "unusual" beauty standards (e.g. ma-



ture women, plus size models, transgender), a beauty product for a mainstream audience that uses a non-typical spokesperson (e.g. an older woman) will likely fail to connect with the general audience. This is why segmenting of-

ferings with sub-ranges designed for, and advertised by, age-appropriate women is key to appealing to specific age groups.

As seniors are just as technologically connected as any other age group, promoting beauty products and campaigns online and via tutorials will also appeal to this group.⁷

ABOUT THE WRITER

Emmanuelle is Mintel's Global Fragrance and Colour Cosmetics Analyst, working across several beauty categories, with clients around the world providing trends, markets and innovation insights and analysis. She is frequently a key speaker at leading beauty tradeshow and is regularly called to contribute to international, national and trade publications.

ABOUT MINTEL

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

SÜPER LİG

Asla yaşlanmanın yeni yaşlanma karşıtı yöntem olmasıyla, yaş olarak büyük kesime hitap eden güzellik markaları için birçok kapı açıldı, böylece daha çok güzellik ve makyaj ürünü bu kesimin ihtiyaçlarına uyarlanmaya başladı. Yaşı ilerlemiş olan kesime sadece yaşlanma karşıtı ürünlerin reklamını yapmaktan ziyade, farklı renk tonlarından oluşan ve yaş olarak daha olgun bir kesime hitap etmeyi hedefleyen makyaj ürünlerinin reklamı da yapılıyor. Böylece kadınların konfor bölgelerinden çıkıp yeni makyaj trendlerini denemeleri ve yeni makyaj ürünleri almaları hedefleniyor. "Baby boomer" jenerasyonu yani 50 ve 70 yaşları arasında olanlar, markalardan bağlantı kurabilecekleri reklam kampanyaları yapmalarını, stillerine uygun ürünler üretmelerini ve kendi yaşlarında marka elçileri kullanmalarını bekliyor, bu şekilde dış görünüşlerine özen gösteriyorlar.

Aralık 2015 yılında İngiltere'de yapılan Mintel Olgun Güzellik araştırma raporuna göre 65 yaş ve üstü kadınların üçte ikisi kendi yaşlarına uygun güzellik ürünleri seçiyor, bu da demek oluyor ki burada anahtar; onların zevkine, genel düzenlerine, istedikleri paketlemeye, renk tonuna ve ürün tipine göre ürün tasarlamak ve üretmek oluyor. Bugünün olgun kesimini cezbetmek için yaşlanma karşıtı ürünler yapmak yetmiyor. İngiltere'de yaşayan ve 65 yaşının üstünde olan kadınlar, genç bir görünüm elde etmek için cilt bakımı ürünleri kullanmanın ve tedavinin çok önemli olduğunu düşünüyor. Bu da onların gözünde sadece cilt bakımının değil, başka yolların da önemli olduğunu gösteriyor. Kadınların kendi yaşları hakkında daha iyi hissetmelerini sağlayan ürünlerin de önemli olduğu bu sahada, renkli kozmetik ürünlerinin büyük bir rolü bulunuyor.

Mintel'in yine İngiltere'de Temmuz 2015'te yaptığı ve renkli kozmetik ürünleriyle ilgili araştırmaya göre ise, olgun yaştaki kadınlar makyaj ürünlerini oldukça sık kullanıyor. 55 yaşının üstünde olan beş kadından dördü makyaj ürünleri kullandığını söylüyor, ama buna rağmen olgun kadınlar için üretilen güzellik ürünleri genç kesim için piyasaya sürülen ürünlerden çok daha az. İngiltere'de 65 yaşın üstünde olan kesimden yalnızca on kadından üçü bir ya da dört çeşit makyaj ürünü kullanıyor. Kozmetik sektörünün vazgeçilmezleri arasında olan ruj %87'lik bir kesim, maskara'yı ise %83'lük bir kesim kullanıyor. Kozmetik markalarının bu durumda yaş olarak büyük kesim için daha fazla seçenek tasarlaması, daha kısa bir güzellik rutinine adapte olabilecek ve işlevselliğiyle öne çıkan ürünler üretmesi gerekiyor. Mintel GNPD veri tabanına göre, yalnızca birkaç

maskara çeşidi orta yaşlı kadınlara hitap ediyor. Bu durum da markaların bu kesime göre ürünler çıkarması için yeni fırsatlar doğuruyor. Makyaj markalarının kadınların ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünler tasarlamaları gerekiyor, örnek verecek olursak, Mintel'e göre, 55 yaşın üstündeki kadınlar yüz için olan ürünlerde daha çok ciltlerini nemlendirmeye, güneşten korumaya ve yaşlanma karşıtı ürünler kullanmaya önem veriyorlar. Göz makyajına odaklandığımızda ise, 65 yaşın üstündeki kadınların renk seçimleri diğer yaş kesimlerinden farklı oluyor. Gri/gümüş, açık mavi ve yeşil bu kesimin en çok tercih ettiği renkler arasında yer alıyor. Sonuç olarak, markaların bu yaş grubunu hedef alması için, ürünlerinin tanıtımlarını daha farklı bir şekilde yapmaları, yaşlanmaya karşı müşterilerinin ne düşündüğünü ve ona olan yaklaşımlarını iyice anlamaları gerekiyor.⁷



The history of Sora traces back to 1981 when the company started to manufacture the first aerosol filling machine in Turkey. Onwards from 2000, Sora Cosmetics shortly turned out in Turkey as well as abroad into one of the major players in cosmetics. Sora Cosmetics exports its outstanding exports to more than 70 countries worldwide located on 5 continents. Cosmetic shops, major retailers and leading cosmetic brands worldwide can be referred to as major clients of Sora.

In 2011, Sora purchased the company BEBAK together with brand and knowhow rights. BEBAK, a well-known brand in Turkey set up in 1933, is formed-up of skin care products derived from bitter almond extract such as skin care cream and make-up remover. This brand still leads the Turkish market in its own category and will shortly start world-wide marketing and sales as well.

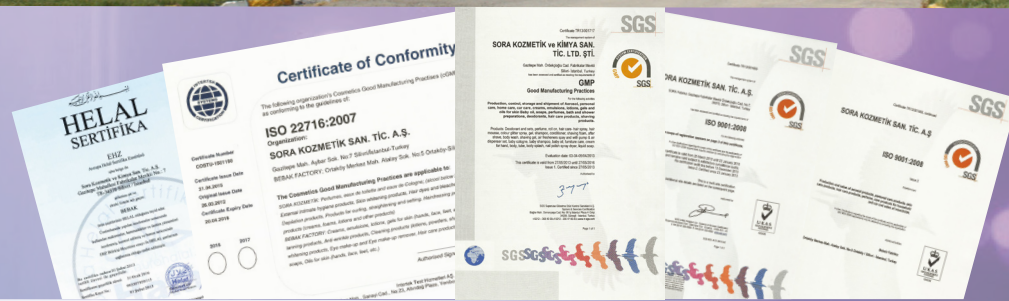
Headlined under personal care products, Sora manufactures various skin care, baby care and personal hygiene items for men, women and kids. Household care items can be referred to as room sprays, furniture and car care, spray refills and dispensers. Leading brands of Sora are ECI, BEK, SECRET OF LADY, BEBAK, SORA CARE, GARDEN and COOL AIR. Apart from its own brands, Sora also manufactures for leading retailers and cosmetic companies under private label.



TURN-KEY
AEROSOL
SOLUTION PARTNER
www.soramachine.com



*Aerosol & Bag-On Valve
High Speed Filling Machines*



Group Companies



SORA MACHINE

Gazitepe Mah. Aybar Sok. No:7 Tel: +90 212 738 84 64
Silivri / Istanbul / Turkey Fax: +90 212 738 84 63
info@soramachine.com



www.eciyachts.com

SORA COSMETICS CO.
Gazitepe Mah. Aybar Sok. No:7 Tel: +90 212 738 84 64
Silivri / Istanbul / Turkey Fax: +90 212 738 84 63
info@soracosmetics.com

SUMMER CALLING

WHEN TEMPERATURES SOAR, YOUR HAIR AND SKIN NEED EXTRA CARE. WE'VE GATHERED THE TOP TRICKS UNDER THE SUN TO HELP YOU LOOK HOT AND KEEP YOUR COOL THIS SEASON.

words betül aydoğmuş



tribecean / iStock Turkey



wuka / iStock Turkey

“ONE OF THE MOST IMPORTANT BEAUTY ROUTINES YOU NEED TO DO BEFORE THE SUN SHOWS ITS FACE, AND DURING THE SUMMER, IS PEELING.”

REJUVENATE WITH SEA SALT

Research done in the last years made it clear that sea salt has great effect on skin care and beauty. This 'tiny dancer' activates the metabolism, speeds up the circulation in the veins and strengthens immune and nervous system. These are not the only skills of sea salt, this natural ingredient also works as an anti-aging miracle. Crystal sea salt has 90-95% sodium chloride and 80 different minerals. The sea's healing effects are the reason why many people want to spend the summer by the sea. Salty sea water is like the health valve of the body. Most people dream of spending the summer by the beach, unfortunately without succeeding, or short term vacations don't provide the benefits of the sea. We have a solution; you can create the same effect on your body by using sea salt at home. Adding sea salt to your bath water gives the skin back its flexibility, the skin becomes more elastic and the cellulite slowly disappears. Sea salt is also very effective on acne treatments because of its antiseptic effects: It cleans and dries the skin. In summary, it is like an elixir solving every problem. Sea salt is highly recom-

mended for hair care as well: Rubbing your damp hair roots with this salt helps getting rid of dead skin cells. Add olive oil or Indian oil to one tablespoon of sea salt and rub this mixture in. Wrap your hair in a towel and wait for 20 minutes. If you do this once or twice a week, you will have stronger, softer and more flexible hair. To fight cellulite, you will need a sponge or massage brush to use with the sea salt. Put the salt in a bowl, dip wet brush and brush away the areas with cellulite. You can do the same things with a bath sponge, soon enough the appearance of cellulite will decrease.

MOISTURIZE YOUR SKIN

One of the biggest reasons that cause the basis of many skin problems is the lack of moisture. Losing moisture skin gets dry, gets damaged more easily by environmental factors and as a disappointing result, wrinkles quicker. In summer, environmental effects and the sun makes our skin a target for damage, therefore it is important to moisturize our skin as much as we can. The change of temperature and moisture causes our skin to dry and increases its

need for moisture. The moisture barrier, which is the skin's protective shield, protects it against free radicals. In summer, the skin cracks, gets strained and peels off because of the lack of moisture. In order to keep your skin moisturized, tight and smooth, you need to moisturize it with oil based products or extra creamy, special moisturizers when you get off the shower or of the sea.

PREPARE YOUR SKIN FOR A TAN

One of the most important beauty routines you need to do before the sun shows its face, and during the summer, is peeling. This procedure which prepares the skin for the sun also contributes to the lifespan of your tan. Besides its rejuvenating effects, the proper peeling gets rid of dry skin and creates a smooth base before tanning. Epidermis, the higher layer, regenerates itself periodically. You can think of this regeneration as a refreshment process. This marks the beginning of natural healing by getting rid of the dead skin cells. Sometimes, you will see the same effect by over tanning; dead skin on your hands, shoulders and face will peel off. Peeling is

YAZA HAZIRLANIN

DENİZ TUZU İLE YENİLENİN

Son yıllarda yapılan araştırmalar sonucunda deniz tuzunun güzelliğe ve gençliğe olan etkisi netleşti. Bu mucize tuz, metabolizmayı aktive ederek, damarlarda dolaşımı hızlandırıyor, bağırsıklık ve sinir sistemini güçlendiriyor. Tabii ki, deniz tuzu bu iyileştirici özellikleriyle sınırlı değil. Gençlik ve güzelliği korumaya da yardımcı oluyor bu doğal madde. Kristal deniz tuzunda sodyum klorür yüzde 90-95 civarında ve buna ek olarak yaklaşık 80 farklı mineral barındırıyor. Yazın herkesin denize koşması denizin iyileştirici

ci özelliğiyle de bağlantılı. Tuzlu deniz suyu bedenini adeta sağlık sibobudur. Yaz boyunca çoğu insan sahilde olmayı hayal etse bazen başaramıyor ya da kısa süren tatillerle denizden istenilen faydayı elde edemiyor. Ama kendi evinizde deniz tuzu kullanarak bedeninize bu iyiliği yapabilirsiniz. Suya deniz tuzu ilave ederek banyo yapmak cildin esnekliğini geri kazandırıyor. Cilt daha elastik hale geliyor ve selülitlerin görünümünü azaltıyor. Akne bakımında da deniz tuzu kullanmak çok faydalı çünkü antiseptik özelliklere sahip: Cildi temizliyor ve kurutuyor. Özetle her so-

runa karşı etkili bir iksir görevi görüyor! Deniz tuzu saçlar için de şiddetle tavsiye ediyor: Islattığınız saç köklerini bu tuzla ovmak ölü deri hücrelerinin yok olmasını sağlıyor.

CİLDİNİZ NEME DOYSUN

Özellikle havalar ısınmaya başladığında sıkça karşılaşılan nemsizlik, cilt sorunlarının temelinde yatan en büyük sebeplerden biri. Nemini kaybeden cilt kuruyor, çevresel etkilere daha çabuk zarar görüyor ve daha çabuk kırışıyor. Yaz döneminde güneş ve dış faktörlerin etkisiyle yıpranmış cildin taze ve genç kalması için nem ihtiyacı

nı karşılamamız önemli. Isı ve nem değişikliği cildimizin kurumasına ve nem ihtiyacının artmasına neden oluyor. Cildin kalkını olan nem bariyeri ise onu dış etkenlere karşı koruyor. Yazın nem yani aşırı su kaybı nedeniyle deri çatlıyor, gerginleşiyor ve pul pul soyuluyor. Cildinizin nemli, gergin ve pürüzsüz kalması için her duştan ya da denizden çıktıktan sonra yağ bazlı ya da krem yapıdaki nemlendirici özellikteki ürünler ile nemlendirmelisiniz. İsterseniz doğal yöntemlerle de bu nemlendirici bakımını sağlayabilirsiniz.



jirkaej / iStock Turkey

getting rid off dead cells with outside factors without waiting the dead skin to rid off waiting during its own period. This will make your skin look new and fresh. You can create your own peeling masks at home: Take five to six middle size strawberries, remove its stems, wash them well and add them to a bowl with two tablespoons of fat free yogurt. Mash with the help of a fork and mix well. Apply this mixture to your neck and face, make sure you stay away from the eye area as strawberries contain acid. Let it sit for 20-25 minutes and rinse off with warm water. You will see its effects in a month if you apply it once or twice a week.

ENJOY THE SUN

The sun that we miss during the winter takes its place back in the spotlight during the summer, causing many people to wonder about the benefits and damages of the sun. The ultraviolet (UV) rays coming from the sun causes early aging, wrinkles, sun allergy and even skin cancer in the long term. But sunrays also have many benefits like activating the metabolism, triggering circulation, increasing the oxygen in our blood levels. D vitamin synthesis which provides calcium absorption strengthening the bones is also provided by sun-rays. D vitamin also triggers serotonin, the happiness hormone of the body. All these reasons mean that we do not need to run away from the sun, but

find the best way to protect ourselves from it. You must apply the most suitable protective sun cream for your skin type and color before going out into the sun. You also need to reapply in between swimming and drying off. Make sure you read the prospectus when choosing your suncare product. Last year, FDA set new standards, creating a new point of view about SPF. The United States has 17 approved ingredients in its sunscreens, meanwhile 28 in Europe and 40 ingredients in Japan are allowed to be used. Two different kinds of sun rays cause UVA skin cancer and early aging, while UVB causes skin burns. SPF only protects against UVB protection, the higher SPF level, the longer you can protect your skin from UVB without getting a burn. However UVA rays affect the skin's deeper level, causes the skin to age early and the formation of skin cancer. The "B" in UVB can be thought of as burning, and "A" in UVA as aging. Chemical sunscreens contain synthetic ingredients which absorb these rays before they touch the skin. These products contain ingredients like Parsol, PABA and Mexoryl XL and protect both against UVA and UVB. Chemical sunscreens need to be replaced frequently since they can lose their protective effects quickly.

AFTER - SUN CARE

Skin exposed to sun needs water and moisture;

therefore you need to moisturize your skin after spending the whole day at the beach applying sunscreen. You re-applied your creams and lotions every time you came out of the sea or every two hours, you kept your large straw hat on to protect your face from the damaging sun rays and you stayed under the umbrella. All good until here! However, you have to be as cautious moisturizing your body and skin after a day in the sun. The after sun cream is as important as the sunscreen. The sun exposed skin needs to regenerate itself. Key words are protecting the water reserve and extra moisture. Aloe vera plant is seen in most of the aftersun creams. Aloe vera has a relaxing and cooling effect, moisturizing the tanned skin by soothing it. Known as the fastest regenerative plant for the skin, aloe vera has more than 120 micronutrients creating a synergic composition. Provitamin B5 is another ingredient that is quickly absorbed by the skin; it increases skin's moisture levels and adds a silky softness. E Vitamin protects the skin against premature aging. We like to keep our tan for as long as possible, for this you can choose products that provide long term bronzing. Some after sun products prevent aging but regenerating the skin and prepares it for the next sunny day. So, when you go out, to have a fun day at the beach, remember to protect and moisturize your skin.⁷

CİLDİNİZİ BRONZLUĞA HAZIRLAYIN

Güneş yüzünü göstermeye başlamadan önce ve yaz boyunca yapmanız gereken en önemli güzellik ritüellerinden biri de peeling. Cildi güneşe hazırlayan bu işlem, bronz tenin kalıcılığına da katkıda bulunuyor. Canlandırma etkisinin yanında ölü deriyi de atarak bronzluk öncesi pürüzsüz bir zemin hazırlıyor. Cildimizin en üst katmanında bulunan epidermis belirli aralıklarla yenileniyor. Epiderminin bu yenilenmesini cildin komple yenilenip canlanması gibi düşünebilirsiniz. Bu süre

zarfında ölü hücrelerin ciltten atılması doğal iyileşme sürecinin başlangıcıdır. Bazen aşırı güneşlenme gibi etkiler sonucunda el, omuzlar ve yüzde ölü derilerin atılmasına şahit olursunuz. Peeling işlemi, ölü derileri cildin kendi periyodunda atmasını beklemeden, dışardan etkililerle ölü hücreleri söküp alma işlemidir. Bu sayede cilt yenilenmiş ve canlanmış görünür.

GÜNEŞTEN KEYİF ALIN

Kış boyunca özenlen ve yolları gözlenen güneş, yazla birlikte yeniden gündemdeki yerni alıyor. Çünkü pek çok in-

san aklında, güneşin hem faydası hem de zararına dair soru işaretleri taşıyor. Güneşten yayılan ultraviyole (UV) ışınları; erken yaşlanma, kırışık, güneş alerjisi ve hatta uzun vadede cilt kanseri gibi tehlikeli hasarlara neden olabiliyor. Bununla birlikte güneş ışığının; metabolizmayı aktive etmesi, dolaşımı tetiklemesi, kandaki oksijeni artırması gibi azımsanmayacak faydaları da bulunuyor. Kemikleri güçlendiren kalsiyumun emilimini sağlayan D vitamini sentezini, yine güneş ışığı düzenliyor. D vitamini ise vücudun, mutluluk hormonu olarak bilinen seraton-

ni salgılamasını tetikliyor. Bu yüzden güneşten tamamen kaçmak yerine, en iyi şekilde korunmanın peşine düşmek gerekiyor. Güneşe çıkmadan önce, mutlaka cilt tipi ve rengine uygun faktörde güneş kremi uygulanmalı, gün içerisinde düzenli olarak tekrarlamalısınız.

GÜNEŞ SONRASI BAKIM

Güneş sonrası kremlerin çoğunun içeriğinde aloe vera bitkisine rastlıyoruz. Rahatlatıcı ve serinletici özelliği ile bilinen aloe vera, yanmış cildin yatışmasını sağlayarak nemlendiriyor.⁷

PASTEL

C O S M E T I C S

Secrets of Beauty



CALL IT THE SUMMERTIME EFFECT; AS THE TEMPERATURE RISES, HEAVY MOISTURIZERS ARE SWAPPED FOR SERUMS, BLOW-DRYERS ARE STOWED AWAY, AND A DAB OF CREAM BLUSH TAKES THE PLACE OF AN OVERCOMPLICATED MAKEUP BAG. BUT WHAT ABOUT THE PERFECT FRAGRANCE TO PAIR WITH YOUR CRISP, WHITE SHIRT?

LIGHT

&

EASY

an original idea by **CO**
photographer mustafa nurdoğdu
styling başak ulubilgen
photography assistant orkun eray

Left: Ixora EDP Strawberry/*Espaş Kozmetik*
Right: Ixora EDP Coconut/*Espaş Kozmetik*



HOT TIP:

There are certain fragrance notes that are best left to the colder seasons. In the heat of summer, fresh and natural ingredients are the most welcome.



Right: Ixora for Men EDP/*Espaş Kozmetik*, Sandy Body Mist Men/*Pereja Cosmetics*



Left: Sandy Body Mist; Men, Pink Rose, Soft, Lavender, Red Rose/*Pereja Cosmetics*

Right: İmaj Ultra Sweet Dreams with Mango Orange Extracts Body Splash/*Ukip Kosmetik*, Hugva Body Splash Refreshing Body Mist/*Memba Dış Ticaret*, Lady's Secret Body Splash Shimmer/*Sora Cosmetics*



HOT TIP:

To help make your fragrance last longer, you can also try layering products such as soap and body lotion.



HOT TIP:

You should prefer refreshing notes; citrus, exotic flowers, island fruits, green tea and lavender better be on your shelves.



Left: Pereja Eau de Cologne Lemon/Pereja Cosmetics
Right: Pereja Eau de Cologne; Green Tea, Lavender, Mandarin, Rose/Pereja Cosmetics



Ixora Whisper Eau de Parfum/Espay Kozmetik

BeautyEurasia

13th INTERNATIONAL COSMETICS, BEAUTY, HAIR EXHIBITION

27 - 29 April 2017

IFM Istanbul Expo Center - Turkey

Meet the BEAUTY
Where the
Continents MEET!

Book Your Space Today!
For more information

info@beautyeurasia.com

www.BeautyEurasia.com

Organiser



PLATFORM
ULUSLARARASI FİNCİLİK A.Ş.
INTERNATIONAL EXHIBITIONS INC.

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



SALİH ÇITA

TECHNOLOGY MEETS TRADITION

SORA GROUP COMPANIES RANK AMONG THE TOP FIVE FIRMS IN MACHINE TECHNOLOGY AROUND THE WORLD. THEIR COSMETICS LINE HAS OTHER STRONG SUITS; TAKING PLACE IN DIFFERENT GENERATIONS' LIVES AND FOLLOWING WORLD TRENDS VERY CLOSELY, SALİH ÇITA TELLS US ABOUT THIS PRESTIGIOUS BRAND.

questions seda güler photography gökhan polat



What is the most exciting project you are working on right now?

Our strong R&D infrastructure and technological power makes us a firm that gained many new products to the Turkish market. We're currently working on the Bag-On Valf technology, which has been gaining popularity around the world. Bag-On Valf technology is a packaging technology that started with shaving gels and moved on to other products. We are working with this technology to offer our customers sun care, hair care and many more cosmetic products with an innovative and functional packaging.

Sora Makine within the Sora Group has patents on cosmetic filling, packaging technologies and creates innovative projects with TUBITAK. Could we talk about that?

We can only talk about four firms in the world that produce technology in the Aerosol sector.

Our machine firm is within the top five firms in the world with the technology it produces, and the first in our country. This of course makes us really proud. On the other hand, TUBITAK and like-minded government institutions continue to support the technologies we produce. Our Cosmetics R&D works on new products and concepts while our Machine R&D put their heart out to beat the top four companies around the world. The work we did in the last year enables us to produce better quality products than our rivals and develop practical ways that don't require service assistance. Our next goal is to make sure Sora Makine's name is heard around the world and create value for our country.

You also produce Bebak products, which have been considered beauty secrets for generations in Turkey. What kind of differences do you notice when you compare the past, the present and the future?

Just like in any sector, dynamism continues in

the cosmetics sector, consumer expectations increase and quality becomes the keyword. This of course creates the increase in variety of products. The only way we can be successful is to produce products that have high performance, even higher than the customer's expectations. Cosmetics product use has taken the fast-food model, therefore if you cannot answer the expectations, you cannot become better than your competitor. Consumers want to try and use every product they see online, and expect each new product to be better than the last. That's why, you have to do much more than what you need to.

What is your favorite Bebak product?

Of course, Bitter Almond Milk and Cream that has been highly popular for more than a century, is one we cannot do without but the brand has new and innovative products as well. Leg Foundation and Double Phase Eye and Lip Makeup Remover are products that

TEKNOLOJİ GELENEKLE BULUŞUYOR

❖ Şu sıralar üzerinde çalıştığınız en heyecan verici proje nedir?

Güçlü Ar-Ge alt yapımız ve teknolojik gücümüzle Türkiye'de birçok yeni ürünü sektöre kazandırmış bir firmayız. Şu sıralar küresel dünyada yaygınlaşmaya başlayan Bag-On Valf teknolojisi üzerinde çalışıyoruz. Bag-On valf teknolojisi öncelikle tıraş jelleriyle başlayan, daha sonraki süreçlerde farklı ürünleri de kapsayan bir ambalaj teknolojisi.

Sora Grup bünyesindeki Sora Makine, kozmetik dolum, ambalaj ve paketlenme teknolojileri konusunda patent sahibi ve TUBİTAK'ta bu

alanda inovatif projeler geliştiriyor. Bu alanda ne gibi çalışmalar yürütüyorsunuz?

Bugün tüm dünyada Aerosol sektöründe teknoloji üreten dört firmadan söz edebiliriz. Makine firmamız ürettiği teknolojiyle dünyada ilk beş firma arasında, ülkemizde ise ilk sırada yer alıyor. Bu durum, elbette ki bizlere müthiş gurur veriyor. Diğer taraftan TUBİTAK ve benzeri devlet kuruluşları tüm bu geliştirdiğimiz teknolojilerde bize destek vermekten kaçınmıyor. Kozmetik Ar-Ge'miz aralıksız yeni ürünler, yeni konseptler üzerinde çalışırken Makine Ar-Ge'miz de dünyadaki ilk dört

firmanın önüne geçebilmek için canla başla çalışıyor. Türkiye'de jenerasyonlar boyu bir güzellik sırrı olarak kabul edilen Bebak ürünleri de bünyenizde bulunuyor. Geçmiş, bugün ve geleceğe ait güzellik anlayışlarında nasıl bir fark görüyorsunuz?

Tüm sektörlerde olduğu gibi kozmetik sektöründe de dinamizm devam ediyor, tüketici beklentileri günden güne artıyor ve kalite ön plana çıkıyor. Buna paralel olarak ürün çeşitliliği hızla artıyor. Bu aşamadan sonra başanlı olabilmemizin tek ve yegane yolu kaliteli, yüksek

performansa sahip, tüketici beklentilerinin de üzerinde ürünler üretebilmek. Fast-Food modeli haline gelen kozmetik ürün kullanımında bu beklentilere cevap veremezseniz rakiplerinizin önüne geçemezsiniz. **Bebak'ta sizin favori ürününüz nedir?**

Elbette ki bir asırdan fazla bir süredir tüketici tarafından beğeniyile kullanılan Acı Badem Sütü ve Kremi vazgeçilmezimiz. Ancak markanın iddialı ve yenilikçi ürünleri de var. Bacak Fondöteni ve Çift Fazlı Göz ve Dudak Makyaj Temizleyici, Bebak'ın gelenek ve teknoloji arasında kurduğu bir köprü niteliğinde.

"JUST LIKE IN ANY SECTOR, DYNAMISM CONTINUES IN THE COSMETICS SECTOR, CONSUMER EXPECTATIONS INCREASE AND QUALITY BECOMES THE KEYWORD."



bridge the gap between tradition and technology.

From afar the cosmetics sector looks like a colorful and light world, however the finance and marketing side of the business is quite complicated. As a businessman, what is your view about the sector?

The financial system is changing around the world, and new models that will strengthen the financial process are being invented. Years ago there was a system based on trust; we made sales with open accounts, credits and payments extended to long periods of time. Now we do 90% upfront and 10% secured deposit. The crisis and devaluations around the world make many markets risky. Profits are decreasing, so the new system aims for guaranteed sales with minimum risks by creating a strong chain from the raw material supplier to the producer, from the producer to the dis-

tributor, from the distributor to wholesaler and then to the consumer. Those who can keep up with this financial system will survive, those who can't, will disappear.

How do you interpret Turkey's place in world cosmetics?

The new generation is more equipped and has a visionary point of view, therefore the customary styles and points of view are changing. Companies now realize that they also need marketing departments on top of their sales department and are trying to build their marketing teams. Many factors like easy communication, foreign fair participations, the increase of business or technical visits are important but the most important thing is this: The amount of workforce and labor put in this sector all these years have increased our country's accumulation of experience and strengthened our infrastructure. We now need to keep up with the new trends in the world,

which means changes in the advertising and marketing processes. This opens up the way of our country to become a world brand. There are brands, which introduce great products to the world market with 'Made in Turkey' on their packaging, as well as those who are not so successful because of lack of care or attention. Sora and Bebak brands are our sources of pride in our country's export sector, we believe that we raise the bar everyday.

In which cosmetics fields is Turkey especially powerful and competitive at?

We have a very strong infrastructure compared to many regions and countries around the world. Our production and marketing processes are being supported by the government which of course contributes greatly to our development. We have a strong presence in the global cosmetics sector, however I think we are most powerful in Aerosol and colored cosmetic fields.

Kozmetik, uzaktan bakıldığında renkli ve hafif bir dünya gibi görünse de işin finans ve pazarlama kısmı oldukça çetrefilli. Siz bir iş adamı olarak sektöre nasıl bakıyorsunuz?

Finans sistemi tüm dünyada değişiyor ve her geçen gün finansal süreci güçlendirecek modeller ortaya çıkıyor. Uzun yıllar önce bütün pazarlara açık hesap, kredi ve uzun döneme yayılan ödemeler le satış yapıldı, güvene dayalı bir sistem vardı. Ama artık satışlarımızın % 90'ını nakit ve %10'nu teminatlı satışlar olarak yapıyoruz. Dünyadaki krizler ve devaluasyonlar birçok pazarı riskli hale getirdi.

Yeni düzende suyun kaynağından atıldığı noktaya kadar tüm aşamalarda azalan karlar karşısında minimum riskle garantili satışlar hedefleniyor. Ham madde tedarikçisinden üreticiye, üreticiden distribütöre, distribütörden toptancıya, toptancıdan tüketiciye kadar sağlam bir finans zinciri kuruluyor. Artık yeni dünyanın getirdiği bu finans sistemine ayak uydurabilirsek var olacağız, ayak uyduramayanlar ise kaybolacaklar.

Peki Türkiye'nin dünya kozmetiğindeki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kozmetik sektöründe Türkiye'deki alışlagelmış

tarzlar ve bakış açıları değişiyor. Yeni jenerasyon daha donanımlı, vizyoner bakış açısına sahip. Firmalar satış departmanlarının yanı sıra artık pazarlama departmanlarının da gerekliliğini anladılar ve kadrolar oluşturma çabası içindeler. Yeni jenerasyonla birlikte dünyadaki trendlerin takibine hızla ayak uydurulması gerekiyor. Reklam, tanıtım ve tüm pazarlama süreçleri de bu bağlamda değişiyor. Tüketici memnuniyeti ön plana alınıyor.

Ülkemizin kozmetikte özellikle güçlü ve rekabetçi olduğu alanlar hangileri?

Dünya genelinde birçok bölge ve ülkeye göre gelişmiş

bir altyapıya sahip olduğumuzu rahatlıkla söyleyebilirim. Geçmişten farklı olarak gerek üretim gerekse pazarlama süreçlerimiz devlet tarafından destekleniyor ve bu durum gelişim sürecimize önemli katkılar sağlıyor. Ülkemiz dünya genelinde kozmetik endüstrisi konusunda önemli bir yere sahip, ancak Aerosol ve renkli kozmetik alanlarında özellikle güçlü olduğumuzu düşünüyoruz.

Sora Grup, bugüne kadar birçok ödül de kazanmış. Sizin için bu ödüllerin içinde hangisi özellikle değer taşıyor?

Tabii ki ihracat sıralamalarında aldığımız ödüller. Bu

Sora Group has won many awards. Which one means the most to you?

Of course the awards we won in export rankings. These awards show us the huge amount of Turkish products we sold overseas and the contribution we made to our country. I can't think of anything that is more valuable than that.

What is your daily routine like? How many hours of the day do you spend in the office?

Our daily work hours are between 08.30am and 18.00pm. Since our system works well, eight hour work time is sufficient for us. We finish our work in an organized and stress-free environment, and make time to rest and spend with our families. This allows us to start the next day energized and highly motivated.

Do you use products from your own brand for your personal care routine?

Yes, we use most of them. We feel like we have

to try new products more often because we want to make sure of their quality and effectiveness before introducing them to our consumers.

We imagine that you travel a lot for business, what was your most pleasant trip recently?

Many of our staff members, be it for R&D or business matters, travel overseas. We also travel a lot for Sora Kozmetik, Sora Makine or Bebak products doing customer visits, going to conventions, seminars, fairs and market research. The most pleasant trip was to the African continent.

What is the most important thing about cosmetic products for children? What kind of design process do you go through?

We put a lot of time and effort into our cosmetics for children. As you know, there are many children cosmetic products in the market today

but when you look closely at their formulation from a quality perspective, many of them don't meet the required standards at all. Our belief is this: We don't put a product out to the market unless we believe that it is something we ourselves would use or trust. Without getting too technical I can summarize it by saying that you have to be very careful throughout all the processes from production to quality control and packaging to get the best result.

Sora Group has been in the sector since 1981. What are your goals for the next five years?

As a producer that continues its work with the capital stock of our country and sector, we want to be part of many more effective markets around the world. Our goals include increasing our activities in the countries we take place, bring more awareness to our quality and brand, to reach more consumers everyday and contribute to our country's cosmetic export numbers.⁷

ödüllere yıl sonunda ne kadar çok Türk ürünü yurt dışında sattığımızı ve ülkemize ne kadar büyük bir katkı sağladığımızı görüyoruz. Bundan daha değerli ne olabilir...

İş dolayısıyla sıklıkla seyahat ettiğinizi tahmin ediyoruz. Son dönemde yaptığınız en keyifli seyahat hangisiydi?

Gerek Ar-Ge gerek ticari konular sebebiyle birçok çalışanımızı yurt dışı seyahatlere çıkıyor. Bizler de ekibimiz gibi sık sık seyahat ediyoruz. Bu seyahatler Sora Kozmetik, Sora Makine veya Bebak ürünleri için müşteri ziyaretleri, kongreler, seminerler, fuar gezileri veya pazar araştırması

gibi konu başlıklarına sahip. En keyifli rotamızı sorarsanız Afrika Kıtası diyebilirim.

Sizin kişisel bakım rutininizde markalarınız arasından kullandığınız ürünler var mı?

Hemen hemen hepsini kullanıyoruz. Özellikle piyasaya yeni çıkan ürünlerimizi daha yoğun kullanma zorunluluğunu hissediyoruz. Tüketicimizle bu ürünleri buluşturmadan önce kalitelerinden, etkilerinden emin olmak istiyoruz.

Çocuklara yönelik kozmetik malzemelerinde dikkat edilmesi gereken en önemli konu nedir?

Çocuk ürünleri kozmetik ürün grupları arasında en yoğun

emek ve zaman harcadığımız ürünler. Bildiğiniz gibi bugün sektörde binlerce çocuk ürününden bahsedebiliriz, ancak nitelik olarak incelendiğinde birçoğunun gerekli standartları karşılamadığını görebilmek mümkün. Biz anlayış olarak kendimizin kullanmayacağı ya da güvenmeyeceği hiçbir ürünü pazara sunmayız. Girdisinden üretimine, kalite kontrolünden ambalajına kadar tüm süreçleri özenle ve dikkatle uygulamak gerekir.

Şu an dünyada cilt bakımı mı, makyaj mı, saç bakımı mı önde gidiyor?

Genç kalmak, genç ve güzel görünmek insanlığın var

oluşundan günümüze kadar taşınmış bir arzu. Kadınlar, güzellikte hiçbir alanda geride kalmak istemiyor.

Sora Grup, 1981'den beri bu sektörde hizmet veriyor. Önümüzdeki beş sene için kendinize koyduğunuz hedefler nedir?

Daha fazla pazarda yer alabilmek, bulunduğumuz ülkelerdeki aktivitelerimizi daha yüksek seviyelere çıkarmak, kalite ve marka bilinirliğimizi üst düzeylere taşıyarak daha fazla tüketiciye ulaşmak ve ülkemiz kozmetik ihracatına önemli katkılar sağlamak.⁷



RedRings®

The New
Best Products



Burn Gel RED166



Code: RED186



Code: RED187



Code: RED188



Code: RED175



Code: RED177



Code: RED178



Code: RED174



Code: RED176



Code: RED179

Shampoo



Code: RED175



Code: RED177



Code: RED178



Code: RED174



Code: RED176



Code: RED179

Liquid Soap



www.basakmarketing.com
info@basakmarketing.com

facebook.com/basakmarketing
twitter.com/BasakMarketing

FOCUS

photographer haldun kırkır imaginary & words ceyda güner

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



THE TONICS

SOME MAY FORGET TO USE TONIC IN THEIR BEAUTY ROUTINE, BUT THEY ARE ACTUALLY ESSENTIAL TO SKINCARE.



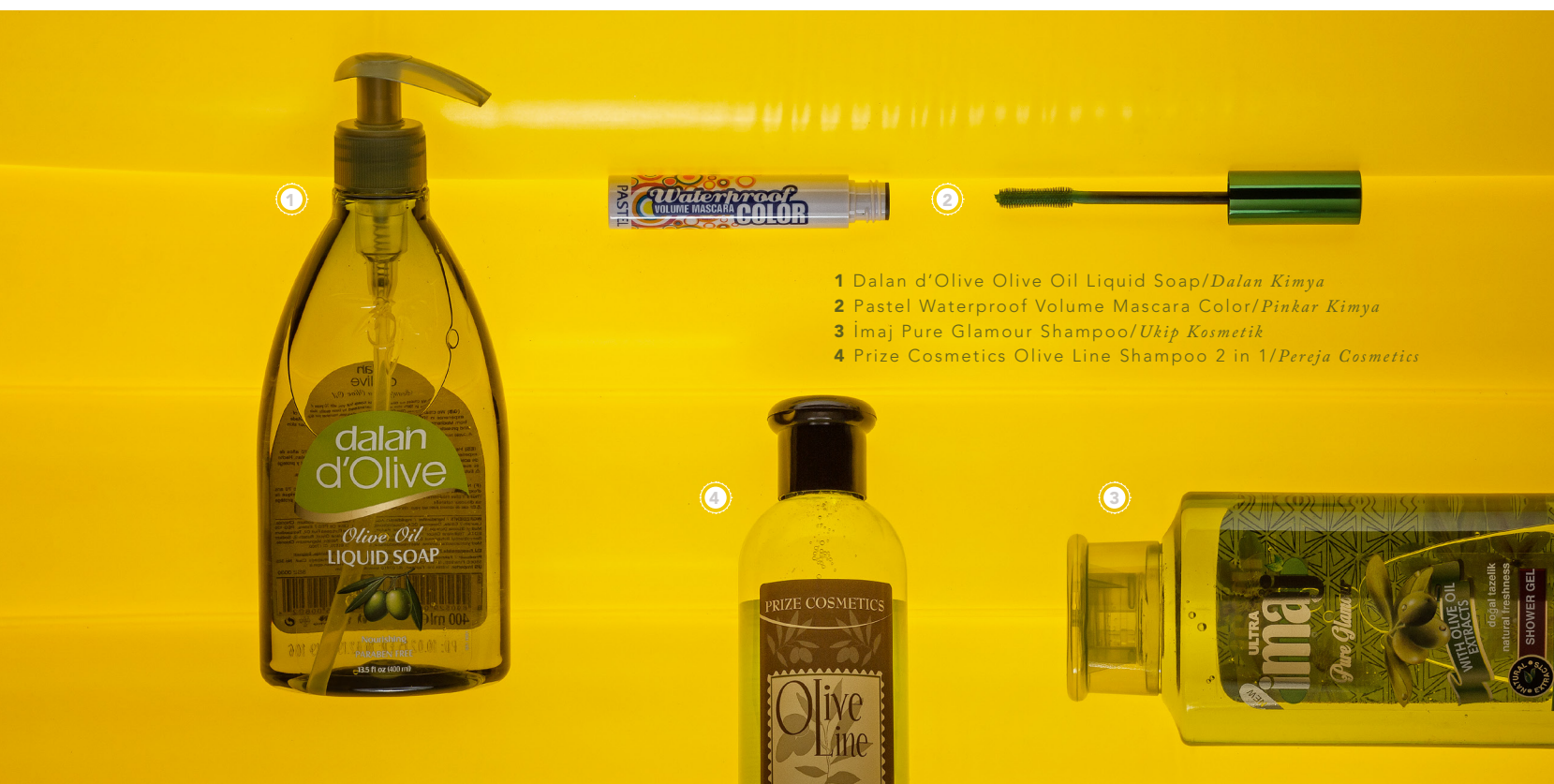
TROPICANA

IF YOU CAN'T GO TO A TROPICAL ISLAND, THEN BRING THE TROPICS TO YOUR HOME WITH THESE BEAUTY PRODUCTS.



WE DON'T JUST EAT OLIVES; THEY LEND THEIR POWERS (OR COLORS) TO OUR SKINCARE.

STAY GREEN



IMITATE THE SUMMER SKY ON YOUR EYES AND IN YOUR BATHROOM WITH BLUE PRODUCTS.

BLUE SKY



「HERE COMES THE SUN」

DON'T FORGET TO PROTECT YOUR SKIN FROM THE HOT AND HEAVY SUNLIGHT!



- 1 Bebak Cocoa Sun Cream SPF 2/*Bebak Kozmetik*
- 2 İmaj Taste of Life with Cocoa Butter Extract Shower Gel/*Ukip Kosmetik*
- 3 Sunshower Sun Care Collection SPF 8/*Pereja Cosmetics*
- 4 Dalan Cocoa Butter Cream Soap/*Dalan Kimya*
- 5 Bebak Sun Care Milk with Cocoa/*Bebak Kozmetik*

「ARGAN FOREVER」

ARGAN OIL HAS BEEN HELPING OUR HAIR LOOK GREAT SINCE THE OLDEN DAYS, AND IT LOOKS LIKE IT'S NOT GOING ANYWHERE YET.



- 1 Fonex Hair Elixir with Argan Therapy/*Foneks Kozmetik*
- 2 Passionate Argan Tree Oil Hair Serum/*Ukip Kozmetik*
- 3 Prize Cosmetics Argania Body Care Shower Gel/*Pereja Cosmetic*
- 4 Bebak Hair Conditioner Argan Oil and Keratin/*Bebak Kozmetik*

IN THE SUMMER, YOUR HAIR AND BODY LOSE WATER, TOO. DON'T FORGET TO CONDITION AND MOISTURIZE.

「TAKE CARE」



- 1 Bio Balance Argan Oil Cracked Heel and Foot Balm/*Alpaya Dermaceuticals*
- 2 İva Natura Conditioner/*Laber Kimya*
- 3 Fonex Olive Touch Hand and Body Butter/*Foneks Kozmetik*
- 4 İxora Olive Cologne/*Espaş Kozmetik*

COCOA DOESN'T JUST APPEAR IN OUR CHOCOLATE; IT'S IN OUR BEAUTY PRODUCTS, TOO.

「CRAZY FOR COCOA」



- 1 Bebak Sun Care Milk/*Bebak Kozmetik*
- 2 Cosmed SPF 50 Sun Essential/*Deren Kimya*
- 3 Pereja Suntan Oil with Carrot SPF 8/*Pereja Cosmetics*
- 4 Otacı Sun Cream with Carrot and Cocoa Oil/*Kurtsan İlaçları*

FOR THE BOYS

GENTLEMEN, IF YOU'RE LOOKING TO FRESHEN UP YOUR MAINTENANCE, THEN TAKE A LOOK AT THESE PRODUCTS BELOW.

- 1 İmaj Espejo After Shave Cologne/Ukip Kozmetik
- 2 Fonex Youth Cologne Blue/Foneks Kozmetik
- 3 Gummy Styling Wax Hard Finish/Foneks Kozmetik
- 4 Banat Special Shaving Brush/Banat Fırça ve Plastik
- 5 Dr. Ea Foot Odor Preventing Serum/TİM Kozmetik



KIDS DEFINITELY NEED MORE PROTECTION DURING THE SUMMER,
AS THEIR SKIN IS MORE SENSITIVE TO THE SUN.

HEY BABY

The logo for Freshmaker, featuring the word "Freshmaker" in a large, stylized, blue cursive font with a white outline and a light blue drop shadow. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word. The background of the logo area shows a close-up of a person's face, focusing on the nose and mouth area, which is slightly blurred.

Islak Mendil İmalat ve Pazarlama Ltd. Şti.
Kıraç İstiklal Mah. Küçük Ayazma Cad. No:17
Esenyurt / İSTANBUL / TÜRKİYE
Tel :+90 212 689 28 28 (pbx) Fax :+90 212 689 82 28
fulya@fulyakozmetik.com.tr www.fulyakozmetik.com.tr

SPLASH

WITH GLOWING SKIN, BRIGHT LIPS, AND KALEIDOSCOPIC EYES, THE MODERN MERMAID IS REDEFINED. THIS SUMMER, DON'T LEAVE YOUR BLUE CREAM SHADOW BY THE POOL, TAKE IT WITH YOU EVERYWHERE.

production an original idea by **CO**
photographer mustafa nurdoğdu
photography assistant orkun eray
styling ayşecan ipek
makeup fezi altun
hair talat kıvrak
styling assistant başak ulubilgen
models nastya & michelle/option management





Go under the sea with soft waves and iridescent green.



Overdose on blue and let your eyes speak for themselves.





The Cleopatra look always works. Even in blue.



Use hair pins and needle-esque brushes to achieve a complex yet alluring summer look.

THE ESSENTIALS

production an original idea by **CO**
 photographer haldun kırkбір
 photography assistant aykun yücecan
 styling ayşecan ipek
 styling assistant başak ulubilgen



Golden Rose WOW! Nail Colour No 41/Erkul Kozmetik, Lady's Secret Body
 Splash Shimmer/Sora Cosmetics, Dalan Garden of Dreams Care Soap/Dalan
 Kimya, Prize Cosmetics Argania Body Care Shower Gel with Argan Extract/
 Pereja Cosmetics, Pina Olive Oil Soap/Madam Gıda

[WINDOWSHOPPING]

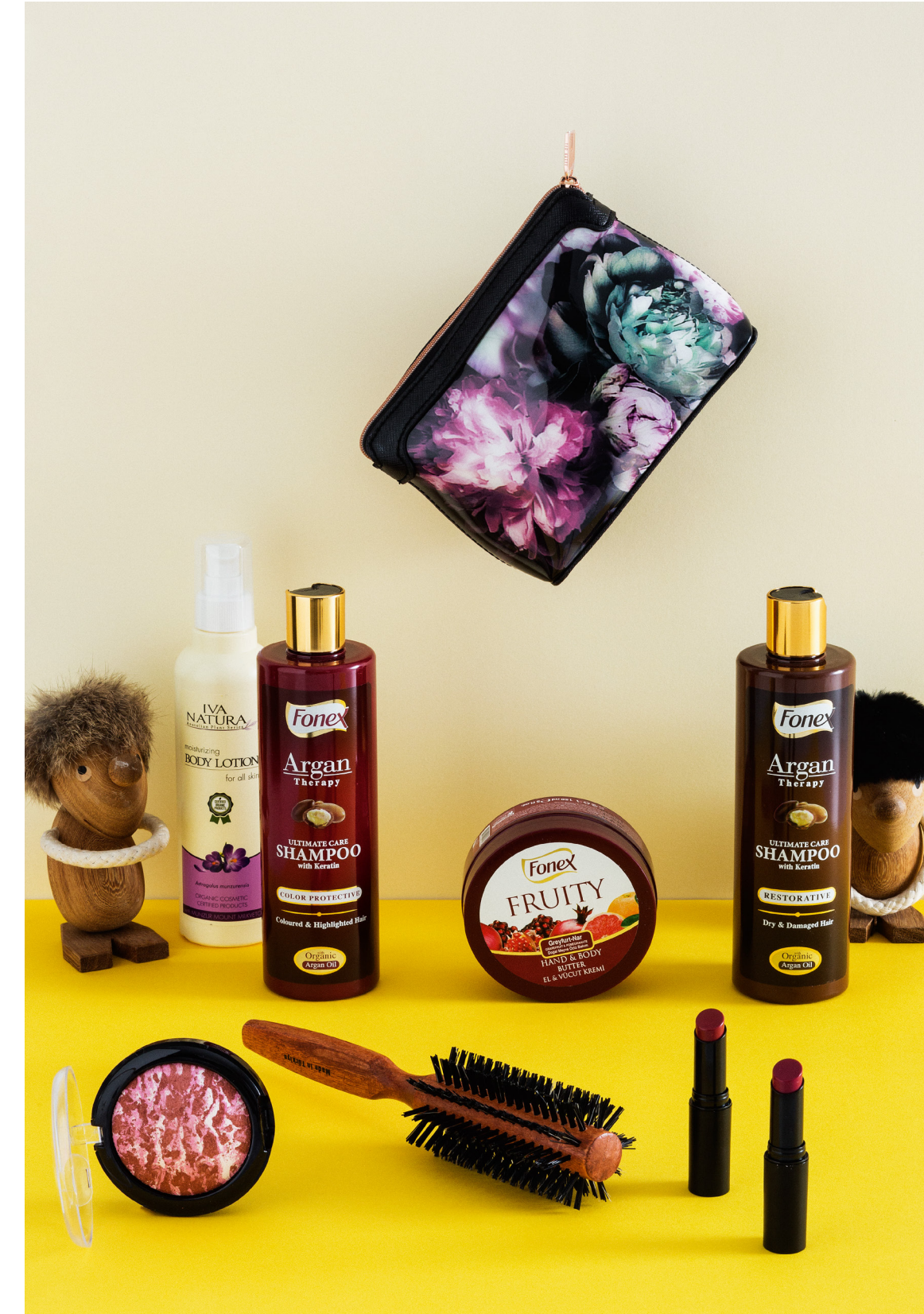


Iva Natura Black Face Mask/Laber Kimya, Passionate Wax Professional Hard/Ukip
 Kozmetik, Fonex Hair Spray Hold Fix Extra Strong/Foneks Kozmetik, Ixora Liquid Soap/
 Eşpaş Kozmetik, Golden Rose Extreme Sparkle Eyeliner No 102/Erkul Kozmetik

Otacı Laurel Shampoo with Olive Oil/*Kurtsan İlaçları*, Prize Cosmetics Olive Line Hand and Body Lotion/*Pereja Cosmetics*, Bebak After Sun Balm/*Bebak Cosmetics*, Dalan Antique Lavender Soap with Olive Oil/*Dalan Kimya*, Iva Natura Whitening Cream/*Laber Kimya*, Cosmed Anti Cellulite Serum/*Deren Kimya*



Fonex Argan Therapy Ultimate Care Shampoo with Keratin Coloured & Highlighted Hair/*Foneks Kozmetik*, Fonex Argan Therapy Ultimate Care Shampoo with Keratin Dry & Damaged Hair/*Foneks Kozmetik*, Fonex Fruity Hand & Body Butter/*Foneks Kozmetik*, Iva Natura Moisturizing Body Lotion/*Laber Kimya*, Colleen Make Up Terracotta T2/*Komet Kozmetik*, Golden Rose Sheer Shine Stylo Lipstick SPF 25, No 31, No 29/*Erkul Kozmetik*, Banat Hair Brush Romance 495/*Banat Fırça ve Plastik*



ECI Professional Shine and Care Hair Serum/*Sora Kozmetik*, Bebak Eye & Lip Make-Up Remover/*Bebak Kozmetik*, Otacı Herbal Hair Styling Average - Strong/*Kurtsan İlaçları*, Pastel Waterproof Volume Mascara Color No 102, No 103/*Pinkar Kimya*, Pastel Lipstick Classic No 67/*Pinkar Kimya*, Golden Rose Terracotta Eyeshadow No 123/*Erkul Kozmetik*, Golden Rose Silky Touch Pearl Eyeshadow No 120/*Erkul Kozmetik*, Banat Hair Brush/*Banat Fırça ve Plastik*





Cosmed Complete Benefit Purifying and Mattifying Cleansing Gel/*Deren Kimya*,
 Bebak Hair Conditioner Liquid Hair Cream Protein Elastin/*Bebak Kozmetik*, Fonex
 BI Phase Nutritive Conditioner Wheat Protein/*Foneks Kozmetik*, Passionate Hair
 Spray Professional System Full Tank/*Ukip Kozmetik*, Pastel Pro Fashion Quad
 Eyeshadow No 203/*Pinkar Kimya*, Pastel Nail Polish No 09, No 100/*Pinkar Kimya*

Prize Cosmetics Olive Line Shampoo with Olive Oil Dry & Brittle Hair/*Pereja Cosmetics*, Cosmed Matrixyl 3000 Anti-Glycation SPF 15 Revolution Age Defying Cream/*Deren Kimya*, Amore Spray-On Shower-Off Rose & Vitamin E Hair Remover Foam/*Sora Kozmetik*, Moda Gel Effect Nail Polish No 314/*Atac Cosmetics*, Golden Rose WOW! Nail Colour No 17, 19, 23, 33/*Erkul Kozmetik*, Golden Rose Sheer Shine Stylo Lipstick SPF 25 No 19, No 28/*Erkul Kozmetik*



Prize Cosmetics Olive Line Hand and Face Soap/*Pereja Cosmetic*, Sunshower Sun Care Collection SPF 4 Carrot Oil/*Pereja Cosmetics*, Sunshower Sun Care Collection SPF 30 Sun Milk/*Pereja Cosmetics*, Bebak Carrot Sun Cream SPF 2/*Bebak Kozmetik*, Moda Color Plus Lipstick No 23/*Atac Kozmetik*, Moda Velvet Lipstick No 188/*Atac Kozmetik*, Pineapple Ultra Long Lasting Lipstick No 16/*Monna Kimya*



Hugva Herbal Shampoo Olive Oil/*Memba Dış Ticaret*, Bio Balance Dermasoothe Facial Cleansing Gel/*Alpaya Dermaceuticals*, Jasmine Body Mist/*Pereja Cosmetics*, Dalan Antique Made From Olive Oil Soap/*Dalan Kimya*, Golden Rose Style Liner Metallic No 04/*Erkul Kozmetik*, Golden Rose No 60 Seconds Express Dry Nail Lacquer No 64/*Erkul Kozmetik*, İmaj Skin Cream with Olive Oil Extracts/*Ukip Kozmetik*



Favori Fresh White Polishing Tooth Powder Fast Stain Remover/*Yaşarlar Kozmetik*, Sandy Body Mist Soft/*Pereja Cosmetics*, Bebak Leg Make Up Tan Tone/*Bebak Kozmetik*, Moda Extra Volume Mascara with Argan Oil/*Atac Kozmetik*, Pineapple The Star Compact Powder No 110/*Monna Kimya*, Golden Rose 60 Seconds Express Dry Nail Lacquer No 11, 14, 15, 31/*Erkul Kozmetik*





A

ABN DIŞ TİC. PAZ KOZM.
VE TEKS.SAN.A.Ş.
0212 970 0660

ADA ÇİFTLİK GIDA ÜRÜNLERİ A.Ş.
www.adatape.com

ADNAN AKAT KOZMETİK LTD ŞTİ.
www.aakozmetik.com

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

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

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

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

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

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

AKSAN KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.aksankozmetik.com

AKSU VİTAL A.Ş.
www.aksuvital.com.tr

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

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

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

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

ALCOR LTD.ŞTİ
www.alcor.com.tr

ALFAR KOZMETİK A.Ş.
www.alfar.com.tr

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

ALPEDA LTD. ŞTİ.
www.alpeda.com.tr

ALTONA COSMETICS INC.
www.notecosmetics.com

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

ANA GIDA A.Ş.
www.kirlangic.com

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

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

ARI KİMYA LTD.ŞTİ.
www.ari-kimya.com

ARICILAR LTD. ŞTİ
www.aricilar.com.tr

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

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

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

ARSAN KİMYA A.Ş.
www.arsankimya.com

AS İLAÇ SAN.LTD. ŞTİ.
www.asilac.com

ASLANBABA LTD. ŞTİ.
www.aslanbaba.com

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

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

ATAÇ KOZMETİK A.Ş.
www.ataccosmetics.com

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

ATAK KOZMETİK
LTD. ŞTİ.
0212 441 5631

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

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

AYCAN KOZMETİK
www.aycankozmetik.com.tr

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

AYTAŞ TARIM ÜRÜNLERİ
www.aytash.com

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

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

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

BANAT FIRÇA A.Ş.
www.banat.com

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

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

BEŞYILDIZ TELEKOMÜNİKASYON
LTD. ŞTİ.
www.depistar.com

BEYAZ KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.beyazcosmetic.com

BFF KOZMETİK A.Ş.
www.beautyff.com

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

BISAR COSMETIC
www.bisarcosmetic.com

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

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

BIOCURA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.biocura.eu

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

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

BURDA BEBEK ANNE A.Ş.
www.babywee.com

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

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

C/Ç
ÇAĞ KOZMETİK
www.kuafprofessional.com

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

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

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

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

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

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

DEREN KİMYA A.Ş.
www.cosmed.com.tr

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

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

DOĞATEK KOZMETİK
www.dogatek.com.tr

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

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

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

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

EFE KOZMETİK
www.efekozmetik.com

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

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

EKSİMET LTD. ŞTİ.
www.eximet.biz

ELA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.elacosmetics.com

ELİF KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.elifcosmetics.com

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

ELOPAR A.Ş.
www.elopar.com.tr

ELSO FRAGRANCES
www.elsokimya.com

ERÇETİN GÜLYAĞI AŞ
www.ercetin.com

ERDOĞMUŞ PARFÜM
SANAYİ
www.erdogmusparfum.com

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

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

ERTE KOZMETİK A.Ş.
www.roxanne.com.tr

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.ixoraparfum.com

EUROMİS KİMYA
www.euromis.com

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

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

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

ERTE KOZMETİK A.Ş.
www.roxanne.com.tr

ESPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.ixoraparfum.com

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

EUROMİS KİMYA
www.euromis.com

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

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

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

FLORA UÇAN YAĞLAR
www.floraucanyaglar.com

FLORMAR
www.flormar.com

FON KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.fonkozmetik.com

FONEKS KOZMETİK
www.fonex.com.tr

FROMA KİMYA GIDA LTD.ŞTİ
www.fromakimya.com

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

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

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

GELİŞİM KOZMETİK A.Ş.
www.gelisimkozmetik.com

GERÇEK KOZMETİK&
ALTERNATİF KOZMETİK
www.rapunzelstore.com

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

GULF TEMİZLİK A.Ş.
www.newcity.com.tr

GÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.gul.com.tr

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

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

GÜLER KİMYA LTD. ŞTİ.
www.gulerchemical.com

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

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

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

GÜRKAN ROSEOIL INC.
www.gulsha.com.tr

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

HAYAT KİMYA SAN A.Ş.
www.hayat.com.tr

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

HOBİ KOZMETİK A.Ş.
www.hobikozmetik.com

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

HUNCA COSMETICS A.Ş.
www.hunca.com

HÜMA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.humakozmetik.com

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

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

INNOVA COSMETICS
www.innovacosmetics.com

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

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

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

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

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

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

KALE KİMYA A.Ş.
www.kalekimya.com.tr

KALİ KİMYA A.Ş.
www.kali.com.tr

KAMELYA KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.kamelyacosmetics.com

KARADENİZ KOZ.SAN.İNŞ.
VETİC. LTD. ŞTİ
www.karadenizkozmetik.com

KARDEŞLER GIDA VETEMİZLİK A.Ş.
www.javel.com.tr

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

KAYLA KOZMETİK
www.kayla.com.tr

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

KESENLER KOZMETİK A.Ş.
www.kesenlerkozmetik.net

KIRMIZIGÜL KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.kirmizigulgulgroup.com

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

KONT KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.kontcosmetic.com

KOPAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.kopas.com.tr

KORUMA TEMİZLİK A.Ş.
www.koruma.com

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

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

KOZAŞ KOZMETİK A.Ş.
www.kontes.com.tr

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

KOZMO KİMYA LTD.ŞTİ.
www.kozmokimya.com

KOZMOPLUS KOZMETİK
www.cosmoplus.com.tr

KURTSAN İLAÇLARI A.Ş.
www.kurtsan.com

L
LABER KİMYA AR-GE SAN.TİC.
www.laberkimya.com

LACİVERT LOJİSTİK
www.lacivertlojistik.com

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

LİDER KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.liderkozmetik.com

LİLA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.lilafix.com

LM KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.lmcosmetics.com

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

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

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

MARKA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.purixima.com

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

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

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

MAYAN LTD.ŞTİ.
www.mayan.com.tr

MERT-KOZ LTD.ŞTİ.
www.mert-koz.com

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

MG GÜLÇİÇEK A.Ş.
www.gulcicek.com

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

MİS NİTA KOZMETİK AŞ.
www.missnita.com

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

MG GÜLÇİÇEK A.Ş.
www.gulcicek.com

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

MİS NİTA KOZMETİK AŞ.
www.missnita.com

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



MONNA COSMETICS
www.monna.com.tr

MORS KOZMETİK
www.morscosmetics.com

MOTIVA DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
[0216 348 1033](http://0216.348.1033)

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

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

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

NUCOS KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.nucoscosmetics.com

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

NURLIFE KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.nurlife.com

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

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

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

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

ORKİDE KOZMETİK A.Ş.
www.orkidecosmetics.com

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

ÖZTÜRK İLAÇ A.Ş.
www.ozturk.com.tr

ÖZÜN KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.ozunkozmetik.co

P
PAMİR KOZMETİKLTD.ŞTİ.
www.mysticalparfum.com

PEREJA COSMETICS
www.pereja.com.tr

PİNKAR KİMYA A.Ş.
www.pinkar.com

PİNKİM KOZMETİK A.Ş.
www.pinkim.com

PRIMO KİMYA A.Ş.
www.primo.com.tr

PROMAKS KİMYA LTD.ŞTİ.
www.promaks.net

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

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

REBUL KOZMETİK A.Ş.
www.rebul.com

RENKSAN Plastik Sünger
SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.renksan.com.tr

ROSENSE COSMETICS
www.rosense.com

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

SAPRO TEMİZLİK
ÜRÜNLERİ A.Ş.
www.sapro.com.tr

SARUHAN KİMYA A.Ş.
www.saruhan.com.tr
SCK ZETA COSMETICS
www.zetacompany.com

SEBA KİMYA A.Ş.
www.sebakimya.com

SEBAT KİMYA A.Ş.
www.fomy.com.tr

SELARDİS DOĞAL KOZMETİK
www.selardis.com

SELESTA KOZMETİK
LTD. ŞTİ
www.selesta.com.tr

SELUZ FRAGRANCE COMPANY
www.seluz.com

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

SES KİMYA A.Ş.
www.seskimya.com.tr

SEVİMLER GIDA KOZLTD.ŞTİ.
www.sevimlerkozmetik.com

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

SOLARES LTD.ŞTİ.
www.solares.com.tr

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

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

SPC KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.spckozmetik.com

SUDESAN DETERGENTS
& COSMETICS
www.sudesan.com

ŞENYUVA FIRÇA LTD.ŞTİ.
www.nivabrush.com

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

TALİANİ LTD.ŞTİ.
www.taliani.com.tr

TANAÇAN A.Ş.
www.tanacan.com

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

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

TARİŞ ZEYTİN A.Ş.
www.ta-ze.com.tr

TARKO LTD.ŞTİ.
www.tarkokozmetik.com

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

TAT KİMYA SABUN A.Ş.
www.tatkimya.com

TEMKO COSMETICS
www.temko.net

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

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

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

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

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

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

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

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

TURKUAZ LTD.ŞTİ.
[0212 465 778](http://0212.465.778)

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

TUTKU LTD.ŞTİ.
www.lapitak.com

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

UKİP KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.ukipcosmetic.com

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

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

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

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

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

URHAN GROUP
www.urhangroup.com

UZMAN KOZMETİK
LTD.ŞTİ.
www.uzmancosmetic.com

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

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

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

VEPA FIRÇA A.Ş.
www.vepafirca.com.tr

VERA KOZMETİK LTD.ŞTİ.
www.verakozmetik.com

VİKİNG TEMİZLİK
www.vikingtemizlik.com.tr

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

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

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

YAĞMUR KOZMETİK LTD. ŞTİ.
www.alamokozmetik.com

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

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

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

YILDIZ KOZMETİK
LTD.ŞTİ
www.siorecosmetics.com

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

ZİGAVUS İLAÇ KOZMETİK
LTD.ŞTİ
www.zigavus.com

ZMHD KİMYA
www.flavia.com.tr

ZÜMRÜT KOZMETİK
www.zumrutkozmetik.com.tr

ZVS GIDA LTD.ŞTİ.
www.zeytinvs.com

7K DAĞITIM
MURAT TAŞTAN
www.spumy.com.tr



Turkish Cosmetics *proper noun* ◇ 1° A national unit that aims to bring contribution to the economy and exports by bringing Turkish cosmetic products in accordance with worldwide brands. ◇ 2° A marketing expansion and developmental entity that accelerates exports of the *Turkish Cosmetics* sector through promotional strategy and *private activities*. ◇ 3° A body of people with the principle of *improving the public perception of Turkish Cosmetics*. ◇ 4° A *public body* with aims to increase contribution and awareness *at home and abroad*. ◇ 5° An industrial promotional group supporting branding activities in the cosmetics sector through global marketing channels.
⁰ <http://www.immib.org.tr>

Board Members

◇ Mehmet Akat ◇ Akat Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ersin Tari ◇ Gold Kimya Ürünleri Ür. ve Paz. A.Ş., Aysu Dalan Benlioğlu ◇ Dalan Kimya Endüstrisi A.Ş., Pervin Ejder ◇ Ejder Kimya Danışmanlık Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti., Bülent Konca ◇ Gülçiçek Kimya ve Uçany yağlar Sanayi ve Ticaret A.Ş., Uğur Adıyaman ◇ Erkul Kozmetik San. ve Tic. A.Ş., Faruk Yıldız ◇ Tibet İthalat İhracat ve Kozmetik Sanayi A.Ş., Hakan Gündüz ◇ Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San ve Tic. A.Ş., M. Gökhan Işıkol Eryap Sabun, Yağ, Gliserin San. ve Tic. A.Ş.

“CHARACTER. INTELLIGENCE.
STRENGTH. STYLE.
THAT MAKES BEAUTY.”

DIANE VON FÜRSTENBERG



TURKEY: made in beauty

#turkishcosmetics

Experience the Turkish Quality and Originality.

Turkey
Discover
the potential

TC Turkish
Cosmetics
www.turkishcosmetics.org