

Nyt fra

# BEAUTYNEWS BLOG

## 10 trends ved indgangen til det nye årti!

Her er en smagsprøve på vores blog, BEAUTYNEWS BLOG, som du finder på [beautynews.dk](http://beautynews.dk)  
Du kan læse mere uddybende om de 10 trends, hvis du går ind på bloggen.

Af Nina H. Kluge



### #1: Spis dig smuk

Vi skal overordnet spise en sund kost, og så kan vi supplere med specifikke tilskud der, hvor vi har brug for en ekstra indsats. Og nu betragter vi også de fødevarer, vi spiser og drikker, som tilskud til en sundere krop og et smukkere udseende. Det er *functional food*.

BROX, en bone broth suppe, som kan drikkes, spises som suppe, sauce m.m. Med et højt indhold af kollagen kan denne fødevarer betragtes som kollagentilskud og dermed en naturlig vej til inner beauty.



### #2: Kollagen hitter

Både inden for inner beauty og i hudpleje er kollagen det helt store i øjeblikket. Og da kollageniveauet falder med alderen, indgår det især også i produkter målrettet mod den modne hud.

Exuviance Collagen Triple Boost Serum stimulerer dannelsen af nyt kollagen, opbygger det støttevæv, der omgiver kollagenet, og forhindrer nedbrydning af eksisterende kollagen.



### #3: Probiotika til mikrobiomet

Bevidstheden om vores krops mikrobiom er voksende, og der kommer mere og mere fokus på probiotiske produkter, der kan nære vores huds mikrobiom. Vi ser produkter med fx mælkesyrebakterier samt fermenterede ingredienser til både hud og mave.

Det danske biotek-firma, Lactobio, har udviklet en helt ny levende mælkesyrebakterie, som indgår i den nye hudplejeserie Bak Probiotic Skincare.

### #4: Bæredygtighed og klimahensyn

Bæredygtig produktion er efterhånden et must, og det forventes, at producenterne er både miljømæssigt og socialt ansvarlige. Og når vi taler klima, er forbrugerne helt oppe på barrikaderne, og den nye bevidsthed afspejler sig i forbruget.

Stop The Water While Using Me har lanceret *solid bars* til ansigt, krop og hår, lavet helt uden vand, det tilsætter man nemlig selv ved brug.



### #5: Veganerhensyn

Antallet af vegetarer og veganere er støt stigende, dels som følge af den større bevidsthed om klimahensyn og bæredygtighed og dels af dyreetiske hensyn, subsidiært af sundhedshensyn. Det smitter også af på skønhedsprodukter, hvor flere og flere producenter anpriser produkterne som veganske.

Hudplejemærket REN Clean Skincare har en lang række veganske produkter i sortimentet, som fx Ready Steady Glow Daily AHA Tonic, hvilket går godt i spænd med deres kernekundes filosofi og livsstil.



### #6: CBD

Hamp og CBD er stadig i sin vorden, men vi ser mere og mere af det som ingrediens i hudpleje-produkter og i kosttilskud. I USA er det kæmpestort, og det er på vej ind over det europæiske marked nu, mens der arbejdes på højtryk på at lovgive omkring produktion, ingredienser og markedsføring.



The Body Shop Hemp-serien har fået et nyt medlem: Overnight Nourishing Rescue Mask, baseret på Community Trade-Hamp fra Frankrig.



### #7: Skræddersyet skønhed

*Customized beauty* – eller skræddersyet skønhed – handler om alt fra personaliseret hudpleje, der er tilpasset den enkeltes mikrobiom, til digital hjælp til valg af makeupfarver ved hjælp af AR og AI. Vi bevæger os væk fra "one size fits all" og mere ind på HomeLab-tendensen, hvor vi mixer og blander derhjemme.

Kérastase Fusio-Dose er en behandling, der udføres hos frisøren, men med en efterfølgende fortsat behandling derhjemme som skræddersys til den enkelte kundes hårtype og hårtilstand.



### #8: Kønsneutrale produkter

Det gælder især på duftmarkedet, at produkterne bliver mere kønsneutrale – androgyne. Dufter lanceres som "dual gender", "unisex" eller "omnisex". Men det gælder også både plejeprodukter og klinikbesøg.

Maison Margiela Replica, Coffee Break henvender sig lige meget til mænd og kvinder. Inspirationen er kønsneutral, nemlig en kaffe-pause i en kaffebar.



### #9: Gennemsigtighed

Den engagerede forbruger kræver *transparency* – gennemsigtighed – lige fra råvarer, til høst, forarbejdning, produktion, distribution og til detaileddet. *The skintellectuals* er supervidende forbrugere, som ved nøjagtig hvilke ingredienser, de vil have i deres hudplejeprodukter og i hvilken mængde.

The Ordinary er et skoleeksempel på, hvordan man kan fortælle forbrugeren mest muligt om, hvad produktet indeholder, alene ved at lade det indgå i produktets navn som på Niacinamide 10% + Zinc 1%.



### #10: Langsom wellness

Vi tilbydes holistiske wellness-pakker, som plejer vores sind og krop med alt fra oplevelser af at flyde vægtløst rundt i et saltbassin til yoga, meditation, mindfulness og åndedrætsøvelser inkorporeret i spa-oplevelsen. Tid er den nye luksus.

På Hotel Vejlefjord smelter spa-oplevelsen sammen med naturens beroligende omgivelser, og helhedsoplevelsen opnås, når en spa-session blander spa'ets sanseoplevelser med naturens afslappende virkning fra en badetur i fjorden.