

Dopis od naší pařížské zpravodajky



*Bonjour, Vladko,
poslední novorozeňata ve sluneční kos-
metice přináší nejenom ochranu proti
UV, ale jsou i vynikajícími hydratačními
a regeneračními přípravky.*

Whitening, který byl v Evropě špatně interpretován a přijat, pochází z Asie, kde ideálem krásy je světlá pleť. Evokuje čistotu, mládí, pleť dětství. Proto má "bělení" pleti velký úspěch. To není cílem evropských konzumentů.

Proto používají tento produkt na zesvětlení pigmentových "stařeckých" skvrn. Anti-aging, přípravek na pleť, ale i na ruce.

Určitě se mě zeptáš, jestli odhaduji, co se chystá za vynález v blízké budoucnosti. Je jasné, že se kosmetika bude muset pořádně přizpůsobovat vyvíjejícímu se životnímu stylu. Těžko odhadnout, co nás čeká za překvapení.

S kosmetikou to má společnou řeč v tom, že je to o pleti a pro pleť. A posilování úst a s nimi mnoha dalších svalů, to si umíš představit?

A proč by ne, proč, když se řekne gymnastika, posilování, fitness, tak každý myslí jen na tělo?!

Přístroj se jmenuje **Facial-Flex**, tedy přístroj na zpevnování obličej, brady a krku. A zatímco zpevňuje svaly, působí také na elasticitu a tonus kůže, působí pozitivně na vrásky, které se vytrácejí,

zlepšuje se krevní oběh. Vynález je z USA, kde "letí", aplikace je jednoduchá, cena nízká, ve Francii kolem 60 €.



Vložte si tyčku mezi koutky, bude vyvíjet lehký odpor. Stáhněte – uvolněte – stáhněte ... 2 minuty dvakrát za den, diskretně, zády ke kolegům v kanceláři, o školní přestávce, mezi dvěma schůzemi...

A pokud tento nápad vyvolá široký úsměv, také dobře, to už je trénink na posilovačku s Facial-Flex!

**Au revoir
Hana Cathala
www.spaconsulting.eu**

dokončení

Samozřejmě, že vynálezy nejsou jen stoprocentně úspěšné. Jsou i takové, jako třeba lak na nehty v tubě, na principu maskary, který se vůbec neujal. Nebo maskara na vlasy, něco na způsob řasenky. Ve stejném poměru, jako jsou vlasy k řasám, byla i tuba. Obrovská. Zřejmě to bylo to hlavní, proč se tento produkt neujal. Ale kdo neriskuje...

Více "intelektuální" kosmetika existuje v Japonsku. Zatímco v Evropě, ale i v USA, dělají reklamu kosmetice média, v Japonsku je komunikace přímo od odborné poradkyně ke klientce. Poradkyně vystavuje něco jako recept krásy a vysvětluje do detailu klientce nejenom použití, ale i složení, zpracování, kombinace s jiným produktem.

Každý kontinent, kultura nebo i země má své specifické produkty či koncepty. Někdy se dají exportovat, někdy se musejí adaptovat. Například