

NOUVELLES BEAUTES VIER PIONIERS

DAAR HOUDEN WE VAN: BEAUTY-SPECIALISTEN DIE *OUT OF THE BOX* DENKEN. DIAMANTCRÈME, MAKE-UP MET BLADGOUD, NICHE-PARFUMS... DEZE VIER KANJERS LATEN ONS KENNISMAKEN MET HET EXCLUSIEFSTE DAT DE BEAUTY-WERELD TE BIEDEN HEEFT. **TEKST KIM QUERFURTH**



MIEKE

FOTO: ROBERT DRESIA

MIEKE ROOVERS
diamantcrème & edelsteenmake-up

De Brabantse Mieke Roovers is een echte duizendpoot. Ze is van origine therapeute in de Chinese geneeskunde, heeft drie boeken op haar naam staan en is directeur van Top Life Cosmetics, dat het revolutionaire Santi Cosmetics op de markt zette. Ze ontwikkelde als één van de eersten edelsteencosmetica

voor professionals, waarmee ze ook in het buitenland hoge ogen gooide. Tijdens de uitreiking van de Oscars in 2006 werden haar producten zelfs het 'hottest fashion item' genoemd. Sterren als Cameron Diaz, Gwyneth Paltrow en Sandra Bullock droegen haar make-up op de rode loper tijdens de Oscars. Mieke: "Ik begon ermee in



€ 250,-

de VS en daar sloegen de producten in als een bom, terwijl ik ze hier in Nederland aan de straatstenen niet kwijt kon." Haar onlangs uitgebrachte gezichtscrème Heaven on earth (€ 250) bevat diamant van kosmische sterren. En ook hiermee scoort ze weer in Hollywood: sterren als Jennifer Lopez, Paris Hilton, Oprah Winfrey, Halle Berry, Heidi Klum en Sharon Stone ontdekten de crème met pure kosmische energie. Deze meteorietencreme is een ware energybooster voor de huid, die het gezicht laat stralen. Roovers: "Edelsteen kan niet bederven en zodoende bevat het product geen conserveringsstoffen. Het is puur natuur." Wie deze revolutionaire crème wil bemachtigen, moet er snel bij zijn: het is een limited edition van slechts tweeduizend flacons. Roovers ontwikkelde ook edelsteenpoeders voor de cosmeticalijn van Rituals, en werkte mee aan het ontwikkelen van producten van het beautybedrijf Alessandro International. Mieke heeft een bijzondere kijk op schoonheid. Dit komt met name aan bod in haar zelfhulpboek voor persoonlijke ontwikkeling *De weg van schoonheid*. Mieke: "Schoonheid komt niet alleen uit een potje. Ik zie de

Mieke: 'Mijn droom: make-up die zich aanpast aan het licht'

klanten in mijn praktijk er qua uiterlijk op vooruitgaan naarmate ze lekkerder in hun vel zitten. Er komt dan namelijk endorfine vrij en dat houdt je jong." Miekies wens is om vooral niet groot te groeien als cosmeticabedrijf. "Ik houd het liever klein en persoonlijk, in het hogere segment. Het is mijn droom om nog eens make-up te ontwikkelen die zich aanpast aan het licht, net als een zonnebrilglas. Wie weet lukt me dat ooit..."

www.santicosmetics.com

DANY DIOP
beautysalon & winkel

Fransman Dany Diop is epidermoloog, oftewel wetenschapper van de huid. Zijn opleiding volgde hij in Parijs bij Joëlle Ciocco, een beroemde huidtherapeute die beroemdheden



DANY

als Madonna en Catherine Deneuve tot haar klantenkring rekent. Dany gelooft heilig in het zelfherstellende vermogen van de huid. De huid moet prikkels ontvangen om het systeem weer te activeren, bijvoorbeeld met serums, essentiële oliën en pakkingen. De behandelingen in de salon van Dany zijn 'sur mesure', oftewel vergelijkbaar met couture kleding. Op maat gemaakt dus. Zijn producten op natuurlijke basis ogen bijna medicinaal; ze zitten in ouderwetse apothekerspotjes. De bekende merken van cosmeticahuizen zul je bij Diop niet aantreffen. Diop: "Ik krijg veel mensen met een probleemhuid over de vloer: van acné tot eczeem of rosacea. Ik werk met extracten en bepaal voor iedere klant de juiste dosering. Zelfs de duurste crèmes doen niets als ze niet voldoende door de huid worden opgenomen." Onlangs opende Diop zijn eigen schoonheidssalon aan de Amsterdamse Spiegelgracht, met aangrenzende beautywinkel. Hier zijn meer dan honderd niche-geuren verkrijgbaar die normaal gesproken alleen in het buitenland te vinden zijn. Bijvoorbeeld van Montale, Olivier Durbano, Vero Profumo, Andy Tauer en Maria Candida Gentile. De producten uit zijn eigen pure, plantaardige cosmeticalijn 'Peasitive' zijn hier natuurlijk ook verkrijgbaar, net als de lijn van het exclusieve merk Biologique

Dany: 'Mijn beauty-behandelingen zijn als couture: op maat gemaakt'



€ 95,-

Recherche. Voor het haar heeft Dany de Franse *high end* merken Christophe Robin en Leonor Greyl in huis. Diop: "De winkel is eigenlijk een Atelier Cosmetique. Het is anti-aging op een ander niveau. En je komt hier geen geur kopen omdat je bij een ander iets lekkers hebt geroken. Nee, je bent hoe je ruikt en dus kom je hier om je eigen geur te kiezen. Door drie of vier vragen te stellen weet ik doorgaans al in welke richting ik het moet zoeken voor een parfum. De meeste klanten komen later terug voor diezelfde geur omdat ze zoveel complimenten hebben gekregen."

www.danydiop.com



MAUREEN

MAUREEN VAN AKEN
natuurcosmetica

Met haar internetwinkel Pure Beauty Boutique scoort Maureen van Aken hoge ogen. Al tijdens haar werk voor Dr. Hauschka merkte Maureen dat er een toenemende vraag is naar natuurlijke producten die niet saai zijn en ook echt iets voor de huid doen. De merken die zij verkoopt hebben stuk voor stuk een bijzondere filosofie. En ze zijn dierproefvrij. Maureen: "De stap was snel gezet. Toen ik eenmaal de juiste merken bij elkaar had, ben

ik voor mezelf begonnen. Daar heb ik tot nu toe nog geen spijt van gehad, want de internetwinkel loopt meer dan goed. Blijkbaar is dit toch een gat in de markt.”

Geen wonder ook, want Pure Beauty Boutique biedt fijne natuurcosmetica-merken aan, zoals Lloyd Sisters, Voya, Living Nature, Pacifica, Uspa en Snowberry. Vooral van dit laatste merk is Maureen een enorme fan. “Er zijn maar liefst zeven nieuwe producten die allemaal een hoog verwengehalte hebben, wat een vereiste is voor mijn winkel. De nieuwe lijn bestaat uit drie dagcrèmes, een nachtcrème en een serum. Daarnaast is er de populaire facial massage oil (ideaal voor een gezichtsmassage) en de every day zonnecrème met factor 15. Snowberry is green én glamorous!”

www.purebeautyboutique.nl

Maureen:
‘Mijn producten hebben een hoog verwengehalte’



€ 31,50

Isabella:
‘Het gebruik van exotische materialen spreekt me aan’

ISABELLA VAN SOEST

groene niche-producten
& bladgoud-make-up

Sinds 2010 runt Isabella van Soest de webshop Bacio di Fiori. Een uit de hand gelopen hobby noemt ze het zelf, die ontstond uit haar niet aflatende interesse voor niche-producten die geen gebruik maken van chemische toevoegingen en ‘groen’ zijn voor mens en milieu. “Het grappige is dat ik geen achtergrond heb in de beautybranche,” aldus voormalig secretaresse Van Soest. “Eigenlijk was het niet eens mijn intentie om hier iets mee te doen. Totdat ik met mijn potje Sepai-crème voor de spiegel stond en me afvroeg waarom ik dit toch altijd uit Duitsland moest halen en niet gewoon in Nederland kon kopen. Vanaf dat moment is alles in een stroomversnelling geraakt. Inmiddels heb ik zeven merken in huis: Acqua di Stresa, Belmacz, Butter London, Sepai, Ganache for Lips, Yes for Lov en Lily-Flame.” Een absolute voorwaarde is dat de producten niche (dus exclusief, lastig verkrijgbaar en in een kleine oplage) en uniek moeten zijn. “Vooral het gebruik van zeldzame en exotische materialen spreekt me aan, zoals bijvoorbeeld het 24-karaats bladgoud in de make-up producten van Belmacz (vanaf € 31). Die zijn ontworpen door Julia Müggenburg, een avant-garde kunstenaar en ontwerpster van sieraden. Dat is toch uniek? Je ogen en lippen zien er daarmee echt betoverend uit. Een bevriende visagist viel er als een blok voor en heeft al mijn samples ingenomen. Dat zegt toch genoeg? En het is toch enig om een parfum of lipgloss uit je tas te halen die je vrienden



ISABELLA



€ 205,-

€ 205,-

dinnen nog niet kennen? Exclusieve producten zijn een trend, er is een grote vraag naar. Het valt soms niet mee om ze via internet te verkopen, want de klant wil graag voelen, ruiken en aanraken. Maar met deze niche merken is het vaak zo dat mensen het al kennen, maar op zoek zijn naar verkooppunten. Ze zijn opgelucht als ze het bij mij kunnen kopen.”

www.baciodyfiori.com