

BEAUTY TRENDBOOK

Najlepsze
kosmetyki i
produkty
2025

Fryzjerstwo 2026
Składniki, które zmieniają
pielęgnację
Makijaż przyszłości
TikTok jako kanał sprzedaży



#INFLUENCER'S
CHOICE
POLAND

2025

BEAUTY
PORADY

JAK DOTRZEĆ DO
KLIENTA?

BEAUTY
ROZMOWY

ULUBIONE
PRODUKTY W
OCZACH JURY

BEAUTY
EKSPERCI

PRAKTYCZNE
PORADY

Spis treści

- 03** Od redakcji
- 05** Influencer's Choice Poland
- 08** Jury wybrało! Najlepsze z najlepszych
- 11** Dla mnie najważniejsze są trzy rzeczy: skład, konsystencja i efekt na skórze.- rozmowa z Anną Dereszowską
- 15** Składniki, które zmieniają pielęgnację – adaptogeny, biotechnologia i „smart skincare”
- 17** Beauty Influencer 2025
- 19** Najbardziej liczy się efekt na skórze -rozmowa z Karoliną Malinowską
- 21** Beauty Manifest 2026
- 24** Pielęgnacja ciała to przedłużenie pracy na macie – rozmowa z Katarzyną Złotkowską
- 28** Trendy kosmetyczne 2025 oczami jurorki Influencer's Choice Poland okiem chemika i technologa kosmetycznego- Magdalena Kaczanowicz
- 33** Brak ochrony termicznej przy stylizacji – to skraca życie włosów o połowę- rozmowa z Piotrem Postkiem
- 36** Coraz więcej osób interesuje się tym, jak prawidłowo dbać o skórę głowy, która jest fundamentem zdrowych włosów- rozmowa z Weroniką Włoskowicz
- 40** Trendy w produktach do pielęgnacji włosów – na co postawią marki w 2026 roku
- 44** Afirmacja piękna – kobieca siła w świecie pełnym bodźców
- 47** Zdrowa skóra to fundament wszystkiego -rozmowa z Edytą Herbuś
- 53** Makijaż przyszłości. Minimalizm spotyka ekspresję
- 57** W 2026 będzie balans między minimalizmem a odważnym detalem
- 60** Makijaż Hybrydowy: Granica między pielęgnacją a upiększaniem
- 63** Modne będą odważne eksperymentalne rozwiązania, inspirowane różnymi epokami i stylami- rozmowa z Natalią Zajac
- 67** Męska pielęgnacja – od podstaw do zaawansowanych rytuałów.
- 69** Influencerzy 2.0 – eksperci czy celebryci?
- 72** TikTok jako kanał sprzedaży – czy wciąż dyktuje trendy?





**#INFLUENCER'S
CHOICE
POLAND**

2025

Od redakcji

BulletofBeauty.com znacie już doskonale – dziękujemy, że od sześciu lat obdarzacie nas i nasze jury zaufaniem, zgłaszając swoje produkty do oceny i testów. To właśnie dzięki Wam możemy tworzyć ten konkurs i wierzymy, że zajmuje on ważne miejsce na mapie polskiej branży beauty.

Rok 2026 przynosi afirmację i nowe perspektywy. Już po raz szósty z dumą oddajemy w Państwa ręce jedyny w Polsce Beauty Trendbook. Tym razem jednak słowo Beauty ustąpiło miejsca Eko. Dlaczego? Bo widzimy, że cała branża beauty coraz mocniej stawia na świadomą troskę o zdrowie i planetę. To właśnie ten kierunek – tak wyraźny i dynamiczny – stał się impulsem do zmiany nazwy, odpowiadając na potrzeby i oczekiwania rynku.

Ten rok staje się czasem redefinicji piękna. Odchodzimy od estetyki narzuconej przez trendy na rzecz piękna budowanego na własnych zasadach. To już nie tylko makijaż czy pielęgnacja – to afirmacja siebie, dbałość o ciało i umysł oraz odpowiedzialne wybory konsumenckie. W tym wydaniu Trendbooka pokażemy, jak branża beauty zmienia język komunikacji, jak technologia wspiera pielęgnację i jaką rolę w tym procesie odgrywają influencerzy. Przede wszystkim jednak – zaprosimy Państwa do spojrzenia na piękno jako na codzienną, osobistą praktykę wzmacniania siebie.

Z serdecznością,
Kama Różycka
Redaktor prowadząca

Udostępnij notatkę

Bulletofbeauty.com

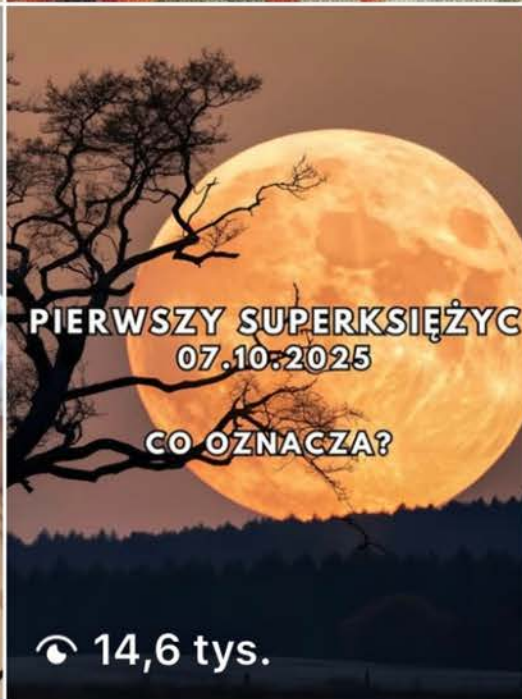
BULLETOFBEAUTY
— MAGAZINE —

1882
posty

193 tys.
obserwatorzy

267
obserwowani

+ Zaobserwuj nasz Instagram





**INFLUENCER'S
CHOICE
POLAND 2025**

Jury szóstej edycji

INFLUENCER'S CHOICE POLAND 2025

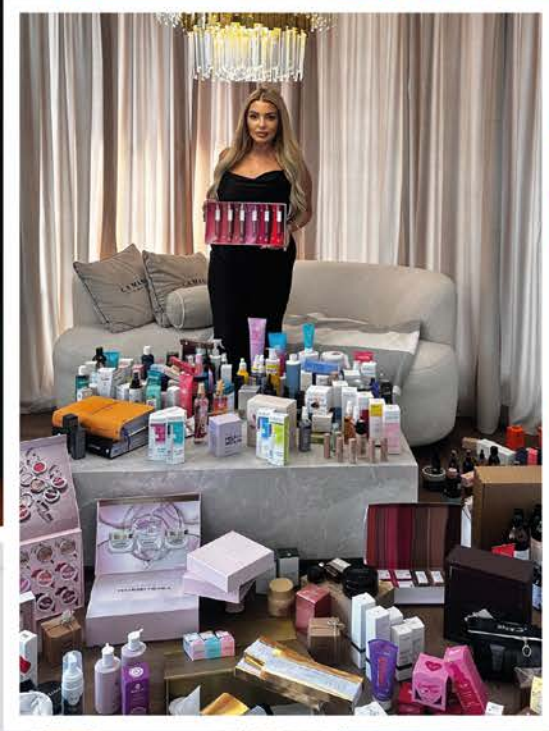


Tegoroczna edycja okazała się wyjątkowo wymagająca dla jury. Anna Dereszowska, Karolina Malinowska, Edyta Herbuś, Piotr Postek, Marta Goś, Magdalena Kaczanowicz, Katarzyna Złotkowska, Weronika Włoskowicz, Natalia Zając oraz Kama Różycka testowali i oceniali ponad 470 kosmetyków oraz produktów o dobrym składzie. Ich celem było wyłonienie tych najlepszych – wyznaczających nowe kierunki i trendy na rynku beauty.

Już po raz drugi redakcja przyznała także tytuły Beauty Influencerów 2025. Wyróżniono osoby, które w szczególny sposób inspirują i mają realny wpływ na społeczność w kategoriach: Beauty Influencer Haircare Guru, Beauty Influencer Wellness Icon oraz Beauty Influencer Makeup Expert.

Z dumą ogłaszamy, że szósta edycja konkursu przebiła ubiegłoroczną pod względem liczby zgłoszeń, produktów i firm. W tym roku do rywalizacji zgłoszono ponad 470 kosmetyków z dobrym składem, spełniających wysokie wymagania współczesnych konsumentów.

[Poznaj laureatów Influencer's Choice Poland 2025](#)







JURY WYBRAŁO! NAJLEPSZE Z NAJLEPSZYCH!



Pielęgnacja twarzy: Yoskine, Japan
Pure Rice Infusion

Demakijaż: LVY Cosmetics, Hydra
Cleanser Evolution

Serum do twarzy: Orientana, Serum
ampułki ashwagand

Aksesoria do pielęgnacji twarzy
Mohani, Zestaw wielorazowych
silikonowych płatków + maska

Peeling do ciała: Mokosh,
Wygładzająco-regenerujący peeling
solny do ciała Kardamon z wanilią 300g

Kosmetyki słoneczne- ochrona
Apis Natural Cosmetics, Pure Sun Care

Pielęgnacja dłoni i stylizacja paznokci:
NEONAIL, Regeneration Nail Care Set

Must-Have Beauty Gadgets: IBRA,
Gąbeczka do makijażu

Pielęgnacja włosów: OnlyBio, Tonery
do włosów Hair in Balance

Pielęgnacja włosów efekt wow:
Bioelixire, Hair Streaming

Makijaż oczu: HEAN. Maskara Color

Makijaż podkłady i korektory: Revers
Cosmetics, Mineral Perfect Podkład
matujący do twarzy

Wybitny skład: BANDI, Anti aging
Medical Expert ampułka silnie
przeciwzmarszczkowa z peptydem
miedziowym

Odkrycie Roku: Plumeria Naturals,
Luksusowy Peeling do Ciała ze Złotem

Suplementy diety: Pasieki Sadowskich
Kolagen Rybi Premium Do Picia

BEAUTY ROZMOWY





Dla mnie najważniejsze są trzy rzeczy: skład, konsystencja i efekt na skórze.

-rozmowa z Anną Dereszowską

Aktorka filmowa, serialowa i teatralna, wokalistka.



Kiedy zapraszamy jurorów do konkursu Influencer's Choice Poland, zawsze zastanawiamy się, jak wygląda ich praca „od kuchni”. Czy testowanie kosmetyków to czysta przyjemność, czy raczej intensywne zadanie wymagające systematyczności i sporej dyscypliny? Okazuje się, że czasem jedno i drugie.

Pani Aniu jak wyglądało testowanie kosmetyków w konkursie? Czy miała Pani jakieś swoje ulubione kryteria przy ocenianiu?

To była prawdziwa przygoda. Na umywalce w łazience miałam przez kilka tygodni małe „laboratorium piękna”. Staralam się dać każdemu kosmetykowi równe szanse – testowałam systematycznie, czasem notowałam swoje pierwsze wrażenia. Najbardziej lubię obserwować, jak produkt zachowuje się w codziennym życiu – czy szybko się wchłania, czy nie zostawia filmu, jak pachnie tuż po aplikacji i po godzinie.

Na co zwracała Pani największą uwagę – skład, działanie, opakowanie, a może to, jak kosmetyk się „czuje” na skórze?

Dla mnie najważniejsze są trzy rzeczy: skład, konsystencja i efekt na skórze. Uwielbiam kosmetyki, które mają możliwie naturalne formuły, ale bez kompromisu w skuteczności. Opakowanie też ma znaczenie – bo kosmetyk musi cieszyć nie tylko skórę, ale i oko. No i to „uczucie” – jeśli skóra od razu oddycha i czuje się zaopiekowana, to już połowa sukcesu.

Dlaczego według Pani warto organizować takie konkursy jak Influencer’s Choice Poland? Co dają użytkownikom?

To ogromna wartość, bo dzięki takim konkursom konsumenci dostają podpowiedź, które produkty faktycznie się sprawdzają, a nie tylko „dobrze wyglądają”. To trochę jak rekomendacja koleżanki – ktoś już przetestował, sprawdził i może uczciwie powiedzieć: „to działa!”. A poza tym to też świetna promocja dla mniejszych marek. Kilka naprawdę mnie bardzo pozytywnie zaskoczyło.

Jak udaje się Pani dbać o skórę przy tak napiętym grafiku?

Nie ukrywam – bywa trudno. Ale nauczyłam się, że mniej znaczy więcej. Wolę kilka sprawdzonych kroków niż długą, skomplikowaną rutynę. Najważniejsze dla mnie to dokładne oczyszczanie i solidne nawilżanie, nawet jeśli wracam do domu o północy.

Czy znajdujecie Pani czas na małe rytuały tylko dla siebie? Jak wygląda taki moment relaksu z ulubionymi kosmetykami?

Oj tak, choć to często krótkie chwile. Uwielbiam maseczki – taka 15-minutowa przerwa, kubek herbaty i dobra muzyka, a ja mam wrażenie, że byłam w spa. To mój sposób na złapanie oddechu.

Jakie dwa kosmetyki zawsze ma Pani przy sobie?

Balsam do ust i krem do rąk. Zawsze! To moja mała obsesja – dłonie i usta zdradzają zmęczenie szybciej niż reszta twarzy.

Naturalne składniki, ekologiczne kosmetyki – czy to Pani kierunek, czy bardziej wybór wygody i skuteczności?

Staram się wybierać kosmetyki z dobrym, czystym składem. Najważniejsze, żeby działały i były bezpieczne dla skóry. Jeśli dodatkowo marka dba o środowisko i produkuje w duchu eko – to dla mnie ogromny plus.

Gdyby mogła Pani zabrać ze sobą tylko jeden kosmetyk na bezludną wyspę, co by to było?

Bez wahania – krem z filtrem SPF. Bo można nie mieć tuszu do rzęs ani perfum, ale ochrona skóry przed słońcem to absolutna podstawa.

Bez wahania – krem z filtrem SPF. Bo można nie mieć tuszu do rzęs ani perfum, ale ochrona skóry przed słońcem to absolutna podstawa.

Dziękuję za rozmowę.

ROZMAWIAŁA: AGNIESZKA NIERODA

WIOSNA

Tak jak natura
budzi się do życia,
ja rozkwitam
w swojej
kobiecości
i pięknie.





orientana

Nowość!

Phyto Technology

Piękno przyszłości
to **biotechnologia**
Zaawansowana seria
przeciwstarzeniowa



Naturalna alternatywa dla syntetycznych składników
Biozgodne z ludzką skórą



Dostępna na www.orientana.pl oraz w drogeriach online.



Składniki, które zmieniają pielęgnację – adaptogeny, biotechnologia i „smart skincare”



Rok 2026 w pielęgnacji to czas redefinicji piękna – nie tylko wyglądu, ale także podejścia do skóry i ciała. W centrum uwagi znalazły się innowacje, które łączą naturę z technologią, świadomość konsumencką z naukowym podejściem. Adaptogeny, biotechnologia i „smart skincare” stają się kluczowymi elementami codziennej rutyny. Oto, jak wprowadzić je do swojej pielęgnacji i wykorzystać pełni ich potencjału.

1. Adaptogeny – naturalni sprzymierzeńcy skóry w walce ze stresem

Adaptogeny to roślinne składniki, które pomagają organizmowi radzić sobie ze stresem – zarówno tym wewnętrznym, jak i środowiskowym. W pielęgnacji skóry adaptogeny działają przeciwutleniająco, wzmacniają barierę ochronną i pomagają utrzymać równowagę skóry w obliczu czynników zewnętrznych, takich jak zanieczyszczenia czy zmiany temperatury.

Najpopularniejsze adaptogeny w kosmetykach 2026:

- Ashwagandha – chroni przed stresem oksydacyjnym, wzmacnia kolagen.
- Różeniec górski (Rhodiola rosea) – zwiększa odporność skóry na czynniki środowiskowe.
- Reishi i Chaga – grzyby o działaniu przeciwzapalnym i regenerującym.

Jak stosować: serum z adaptogenami rano i wieczorem, kremy na dzień i noc, maski wzmacniające. Najlepiej łączyć je z innymi składnikami odżywczymi, aby wzmocnić efekt ochronny i regeneracyjny.

2. Biotechnologia – przyszłość pielęgnacji w laboratorium

Biotechnologia w kosmetyce to nie science fiction – to coraz bardziej dostępne i precyzyjne składniki, powstałe dzięki procesom biologicznym. Dzięki biotechnologii możemy uzyskać czyste, stabilne i skuteczne substancje aktywne, które wcześniej były trudno dostępne lub niestabilne w formułach kosmetycznych.

Przykłady biotechnologicznych hitów 2026:

- Komórki macierzyste roślinne – stymulują regenerację skóry i spowalniają procesy starzenia.
- Biopeptydy – wspierają produkcję kolagenu i elastyny, poprawiają jędrność skóry.
- Fermenty i probiotyki – odbudowują mikrobiom skóry i wzmacniają naturalną barierę ochronną.

Szukaj produktów z oznaczeniem „biotechnological active” lub „fermented ingredients”. Takie składniki działają głęboko i synergicznie, a przy tym są przyjazne dla skóry i środowiska.

3. Smart Skincare – pielęgnacja dopasowana do Ciebie

„Smart skincare” to trend łączący nowoczesne technologie z codzienną rutyną. Chodzi o produkty i urządzenia, które analizują potrzeby skóry i dostosowują pielęgnację w czasie rzeczywistym. Dzięki temu kosmetyki stają się bardziej precyzyjne, a efekty – zauważalnie szybsze.

Przykłady smart rozwiązań:

- Formuły reagujące na pH i temperaturę skóry – aktywują składniki tylko tam, gdzie są potrzebne.
- Aplikatory i urządzenia z sensorami – mierzą nawilżenie, poziom sebum, stan mikrobiomu.
- Aplikacje do personalizacji – dopasowują produkty do stylu życia, diety i stanu skóry w danym momencie.

Zacznij od jednego inteligentnego produktu w swojej rutynie – np. serum lub kremu adaptującego się do potrzeb skóry. Obserwuj, jak reaguje skóra, i wprowadzaj kolejne elementy smart routine stopniowo.

4. Jak połączyć te trendy w codziennej pielęgnacji

- Rano: lekki krem lub serum z adaptogenami + smart serum dopasowujące się do potrzeb skóry.
- Wieczorem: regenerujący krem biotechnologiczny z peptydami i probiotykami.
- Raz w tygodniu: maska adaptogenowa lub fermentowana dla głębokiej regeneracji.

Pamiętaj, że kluczem jest świadome wybieranie produktów, obserwacja reakcji skóry i łączenie natury z technologią. Trendy 2026 pokazują, że pielęgnacja staje się bardziej osobista, inteligentna i holistyczna.

BEAUTY INFLUENCER



2025

To już tradycja – po raz drugi redakcja bulletofbeauty.com wyróżniła influencerów, którzy szczególnie inspirują i wyznaczają trendy w branży beauty.

Nowością ubiegłorocznej edycji Influencer's Choice Poland była nagroda specjalna Beauty Influencer. W tym roku kontynuujemy tę inicjatywę, doceniając osoby, które realnie wpływają na społeczność i kształtują podejście do urody, pielęgnacji i stylu życia.

Wyróżnienie przyznawane jest w następujących kategoriach:

- Beauty Influencer Haircare Guru – dla ekspertów w pielęgnacji włosów,
- Beauty Influencer Wellness Icon – dla promotorów zdrowego stylu życia i dobrego samopoczucia,
- Beauty Influencer Makeup Expert – dla autorytetów w dziedzinie makijażu.
- Beauty Influencer Lifestyle Influencer – dla twórców, którzy inspirują w obszarze codziennego stylu życia i estetyki.

Poznajcie laureatów!



**Beauty Influencer
Wellness Icon**



[Ola Żelazo](#)

**Beauty Influencer
Haircare Guru**



[Paulina Sobkowiak](#)

**Beauty Influencer
Makeup Expert**



[Magdalena Wołosiewicz](#)

**Beauty Influencer
Lifestyle Influencer**



[Piotrovscy](#)

KOLAGEN w wygodnych shotach



Wybierz najlepszy dla siebie!



Kolagen rybi 10 000 mg

skóra

włosy

paznokcie



Pasieki Rodziny Sadowskich 
pasieki_sadowskich 
pasiekisadowskich.pl 



Kolagen wołowy 10 000 mg

mięśnie

stawy

chrząstki

Tędy do
kolagenów





Najbardziej liczy się efekt na skórze -rozmowa z Karoliną Malinowską



Modelka, aktorka, prezenterka telewizyjna.

Jakie wrażenia wywarł na Pani konkurs Influencer's Choice Poland? Czy coś szczególnie Panią zaskoczyło?

Bardzo dobre! To naprawdę ciekawe doświadczenie – tyle marek, tyle podejść do pielęgnacji. Zaskoczyło mnie, jak kreatywnie firmy podchodzą dziś do kosmetyków – nie tylko w formułach, ale też w ekologii czy w samej filozofii produktu.

Czy podczas testowania produktów zwróciła Pani uwagę na jakiś kosmetyk, który szczególnie Panię zainteresował lub zachwycił?

Tak, kilka! Były produkty, które od razu mnie ujęły konsystencją i zapachem – takie, że sama aplikacja była przyjemnością. To dla mnie ważne, bo kosmetyk ma nie tylko działać, ale też dawać frajdę.

Na co przede wszystkim zwraca Pani uwagę, oceniając produkty – skład, działanie, opakowanie, czy może “to, jak się czują na skórze”?

Najbardziej liczy się efekt na skórze. Lubię wiedzieć, że kosmetyk ma dobry skład, ale ostatecznie to skóra „mówi”, czy coś działa. Opakowanie traktuję jako miły dodatek – fajnie, gdy jest praktyczne i ładne.

Czy w trakcie konkursu odkryła Pani jakieś nowości kosmetyczne, które chciałaby włączyć do swojej codziennej pielęgnacji?

Tak, i właśnie w tym konkurs ma ogromną wartość – testując, sięga się po rzeczy, po które normalnie by się nie sięgnęło. I nagle okazuje się, że znalazłam kilka nowych ulubieńców.

Jak wygląda Pani codzienna pielęgnacja – na co poświęca Pani najwięcej czasu: twarz, ciało czy włosy?

ZTwarz zdecydowanie. Rano i wieczorem mam swój mały rytuał oczyszczania i nawilżania. Włosy traktuję bardziej „od święta” – olejki, maski, odżywki. A ciało... cóż, balsam to mój obowiązkowy krok po prysznicu.

Czy ma Pani swoje ulubione kosmetyki, bez których nie wyobraża sobie dnia?

Zdecydowanie krem nawilżający i pomadka do ust. To absolutna podstawa, dzięki której czuję, że moja skóra jest zaopiekowana od rana do wieczora.

Jak udaje się Pani dbać o skórę i włosy przy intensywnym trybie życia?

To kwestia konsekwencji. Nawet kiedy jestem bardzo zmęczona, staram się nie rezygnować z podstawowych kroków pielęgnacji. Kluczem jest systematyczność. Wiem, że to się opłaca. Skóra i włosy naprawdę odwdzięczają się regularnością.

Czy podczas pracy i obowiązków znajduje Pani czas na małe rytuały pielęgnacyjne tylko dla siebie?

Tak, choćby krótkie chwile. Bardzo lubię maseczki w płachcie – wystarczy kilkanaście minut i od razu czuję się świeżej. To małe przyjemności, które potrafią zmienić nastrój całego dnia.

Jakie produkty zawsze ma Pani pod ręką – w torebce, przy łóżku czy w kosmetyczce

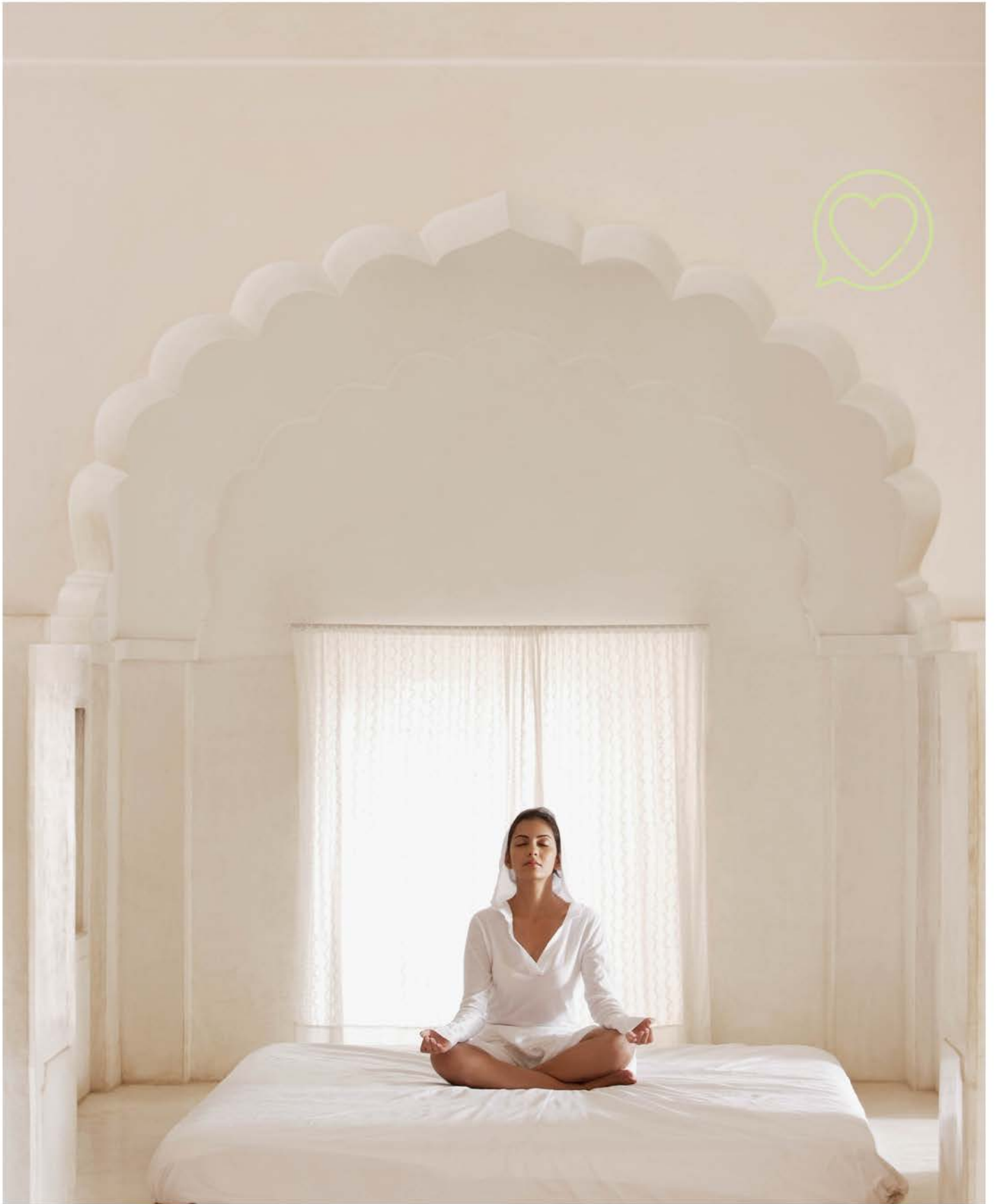
W torebce zawsze mam krem do rąk i pomadkę. Przy łóżku stoi serum do twarzy – to taki mój wieczorny rytuał tuż przed snem.

Gdyby mogła Pani zabrać ze sobą tylko jeden kosmetyk na weekend poza domem, co by to było?

Pewnie dobry krem z filtrem SPF. To produkt uniwersalny – nawilża, chroni i sprawia, że czuję się pewniej w każdej sytuacji.



ROZMAWIAŁA: AGNIESZKA NIERODA



BEAUTY MANIFEST 2026

1. Troszczyć się o siebie świadomie – pielęgnacja to nie obowiązek, a rytuał, który wzmacnia moje ciało, umysł i ducha.
2. Piękno zaczyna się od akceptacji – afirmuję swoją wyjątkowość i celebruję swoje ciało każdego dnia.
3. Kobięcość to siła, nie stereotyp – wybieram kosmetyki i rytuały, które pozwalają mi wyrażać siebie w pełni, zgodnie z moimi wartościami.
4. Wybieram dobre składniki – świadomie sięgam po produkty, które są bezpieczne, naturalne i wspierają zdrowie skóry.
5. Self-care to priorytet, nie luksus – regularne chwile dla siebie to inwestycja w równowagę i dobre samopoczucie.
6. Beauty łączy zmysły i umysł – rytuały pielęgnacyjne angażują wszystkie zmysły, przynosząc relaks, przyjemność i poczucie harmonii.
7. Uczę się i eksperymentuję – odkrywam nowe produkty, techniki i rytuały, aby pielęgnacja była kreatywnym doświadczeniem.
8. Świadomość w wyborze kosmetyków – wspieram marki, które dbają o środowisko, transparentność i etykę produkcji.
9. Społeczność i wsparcie – dzielę się doświadczeniem i inspiruję inne kobiety do celebrowania piękna w swoich rytuałach.
10. Piękno to stan umysłu – traktuję kosmetyki jako narzędzie afirmacji siebie, a nie sposób na spełnianie cudzych oczekiwań.

ALŻBETA KONWALIK



MOHANI *DERM*

Powrót do młodości

Twoja kapsułka czasu zamknięta w airless

Poznaj zaawansowane serum z retinalem, które stworzyliśmy łącząc naturę i osiągnięcia nauki.

START
niższe stężenie 0,06%

TURBO
wyższe stężenie 0,15%



97% składników pochodzenia naturalnego





PIELEGNACJA CIAŁA TO PRZEDŁUŻENIE PRACY NA MACIE

KATARZYNA ZŁOTKOWSKA
NAUCZYCIELKA JOGI METODĄ B.K.S IYENGARA,
ZAŁOŻYCIELKA PORTALU JOGAGO ONLINE

Jak wygląda Twój codzienny rytuał pielęgnacyjny ciała – czy jest on inspirowany praktyką jogi?

Zdecydowanie tak. Dla mnie pielęgnacja ciała to przedłużenie pracy na macie. Po praktyce lubię poświęcić chwilę na świadome nakładanie balsamu czy olejku, traktując to jako masaż i formę uważności. To nie tylko kosmetyka, to taki mały rytuał wdzięczności wobec ciała i aromaterapii, które wprowadzają mnie w dobry nastrój.

Czy podczas testowania kosmetyków w ramach konkursu odkryłaś produkty, które zaskoczyły swoją formułą lub działaniem?

Tak, kilka razy byłam naprawdę mile zaskoczona. Pojawiły się produkty o niezwykle lekkiej konsystencji, które mimo to dawały mocne nawilżenie. I takie, które pięknie otulały zapachem, tworząc atmosferę domowego spa. Dla osoby aktywnej ważne są również żele, mydła czy płyny do kąpieli, ponieważ używa ich kilka razy dziennie i tu się nie zawiodłam!



Na co zwracasz największą uwagę przy wyborze kosmetyków do pielęgnacji ciała – skład, zapach, konsystencję, czy efekt „relaksu dla zmysłów”?

Najważniejszy jest dla mnie skład – lubię wiedzieć, że używam czegoś naturalnego i bezpiecznego. Ale ogromne znaczenie ma też zapach i konsystencja, bo to one decydują, czy kosmetyk staje się moim codziennym rytuałem, a nie tylko obowiązkiem. Doceniam świetną jakość, otuloną w relaksacyjny zapach.

Czy któryś z produktów zgłoszonych do konkursu szczególnie Cię zainspirował i chciałabyś włączyć go do codziennej rutyny?

Tak, były balsamy i olejki, które naprawdę mnie zachwyciły. Kilka z nich już wylądowało w mojej łazience i mam wrażenie, że zostaną tam na dłużej.

Jak joga wpływa na Twoje podejście do pielęgnacji – czy traktujesz kosmetyki jako część troski o ciało i duszę?

Joga nauczyła mnie patrzeć na ciało z czułością i szacunkiem. To dom mojego ciała mentalnego, serca, zmysłów i emocji. Dlatego pielęgnacja to dla mnie coś więcej niż tylko kwestia wyglądu – to element dbania o równowagę, o spokój wewnętrzny. Kosmetyk potrafi być narzędziem relaksu, jeśli używasz go świadomie.

Jakie kosmetyki zawsze masz pod ręką, zwłaszcza po intensywnym dniu pełnym zajęć lub pracy?

Zawsze mam pod ręką dobry olejek do ciała i mgiełkę zapachową. Olejek koi skórę i relaksuje mięśnie, a mgiełka to taki szybki sposób, żeby poczuć się świeżo i spokojnie. Doceniam też w codziennej pielęgnacji krem do rąk i stóp, które pielęgnują, ale nie pozostawiają śliskiej powłoki.

Czy podczas testowania produktów były takie, które sprawiły, że Twoje ciało i zmysły poczuły prawdziwe odprężenie?

Tak, zdecydowanie. Kilka produktów pachniało tak pięknie i naturalnie, że miałam wrażenie, jakbym przenosiła się do spa w środku dnia. To było dla mnie ogromne odkrycie, że kosmetyk potrafi działać jak mini sesja relaksacyjna.

Jak łączysz intensywną pracę z jogą i codzienną pielęgnacją – czy znajdują się w tym chwile wyłącznie dla siebie?

To dla mnie priorytet. Nawet jeśli dzień jest pełen obowiązków, staram się znaleźć choć 30 minut na matę i chwilę na pielęgnację. To czas tylko dla mnie – dzięki temu mogę być później bardziej obecna w pracy i dla innych.

Jakie trendy w pielęgnacji ciała uważasz za najbardziej inspirujące, które będą hitem w 2026 ?

Myślę, że coraz mocniej będziemy iść w stronę kosmetyków prostych, naturalnych i wielofunkcyjnych. Zamiast pięciu różnych produktów – jeden, ale naprawdę skuteczny i oparty na roślinnych składnikach. Widzimy też coraz większą troskę marek o ekologię, co bardzo mnie cieszy.

Gdybyś mogła zabrać ze sobą tylko jeden produkt do pielęgnacji ciała na weekend poza domem, co by to było?

Olejek do ciała. Daje mi wszystko – nawilżenie, relaks, piękny zapach i moment uważności dla siebie.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała: Agnieszka Nieroda

YOSKINE

JAPAN PURE RICE INFUSION



ODKRYJ JAPONSKI
RYTUAŁ PIELEGNACJI

LATO



Moja skóra emanuje
zdrowiem i naturalnym
pięknem.

BEAUTY TRENDBOOK 2026



TRENDY KOSMETYCZNE 2025 OCZAMI JURORKI INFLUENCER'S CHOICE POLAND OKIEM CHEMIKA I TECHNOLOGA KOSMETYCZNEGO

MAGDALENA KACZANOWICZ

Tegoroczna edycja konkursu była wyjątkowo różnorodna, a marki rywalizowały nie tylko jakością i skutecznością, ale też innowacyjnym podejściem oraz dopasowaniem do potrzeb współczesnych konsumentów. Analizując wszystkie zgłoszenia, można wyróżnić kilka mocnych trendów.

1. Serum jako niekwestionowany lider

Najliczniej reprezentowaną kategorią były sera do twarzy – dostaliśmy najwięcej tego typu produktów do testowania. To pokazuje, że marki nadal widzą w tym formacie kosmetycznym ogromny potencjał. Sera są postrzegane jako produkty „skoncentrowane” i efektywne, a konsumenci chętnie sięgają po nie, by szybko zobaczyć rezultaty.

2. SPF już nie tylko ochrona – ale smart pielęgnacja

Produkty z filtrami UV wyróżniały się wysoką skutecznością i coraz większą innowacyjnością. Nie były to tylko „kremy przeciwsłoneczne”, ale często wielofunkcyjne formuły: z pigmentami, składnikami anti-age/pro-age czy dodatkowymi właściwościami pielęgnacyjnymi. To potwierdza trend, że ochrona przeciwsłoneczna staje się pełnoprawnym elementem codziennej pielęgnacji, a nie sezonowym dodatkiem.

3. Włosy na pierwszym planie

Pielęgnacja i stylizacja włosów to ogrom zgłoszeń, a wśród nich wyróżniały się:

- produkty trychologiczne i przeciw wypadaniu włosów,
- stylizacja z efektem „wow”,
- oraz kategoria „Hit włosomaniaczek”, która w moich ocenach notowała bardzo wysokie oceny przyjemności stosowania i innowacyjności. To niesamowite ile świetnych produktów jesteśmy w stanie wyprodukować w Polsce!

To sygnał, że świadoma pielęgnacja skóry głowy i włosów staje się równie ważna jak pielęgnacja skóry twarzy.

4. Konsumenci szukają efektu natychmiast i to chcemy zapewniać!

Produkty, które zebrały u mnie najwyższe noty w tegorocznym konkursie, miały jedną wspólną cechę: działały szybko i zauważalnie. To wcale nie oznacza, że konsumenci nie mają cierpliwości – raczej pokazuje, że rynek beauty przeszedł ewolucję. I nie zwracam uwagę na długofalowe efekty.

Dzisiejszy użytkownik kosmetyku chce widzieć i czuć efekt od pierwszych zastosowań – czy to gładkość i świeżość skóry po demakijażu, natychmiastowy „glow” po masce, czy miękkość włosów po odżywcce. To właśnie „first impression effect” często decyduje o tym, czy produkt zostanie włączony do stałej pielęgnacji.

Wysoko oceniane kategorie pokazały, że natychmiastowy rezultat jest dziś jednym z kluczowych kryteriów oceny kosmetyku – obok składu i innowacyjności.

Co ważne, takie podejście nie wyklucza pielęgnacji długofalowej. Wręcz przeciwnie – szybki efekt daje użytkownikowi poczucie, że produkt naprawdę działa, a tym samym wzmacnia zaufanie i gotowość, by sięgnąć po kolejne formuły tej marki.

Trend „instant beauty” to więc nie chwilowa moda, a realna odpowiedź na potrzeby współczesnego konsumenta, który łączy świadomość i wiedzę z oczekiwaniem namacalnych rezultatów tu i teraz.

Najliczniej reprezentowaną kategorią były sera do twarzy – dostaliśmy najwięcej tego typu produktów do testowania. To pokazuje, że marki nadal widzą w tym formacie kosmetycznym ogromny potencjał.

5. Innowacje, które zwracają uwagę

Tutaj najslabiej, ale choć średnia innowacyjność w wielu kategoriach była umiarkowana, kilka wyróżnień pokazuje nowe kierunki:

- kosmetyki słoneczne,
- domowa koloryzacja włosów,
- projekty zero waste i „must-have beauty gadgets”.

To wskazuje, że rynek coraz mocniej reaguje na potrzeby świadomego konsumenta – oczekującego albo realnej wartości dodanej, albo zaskakującego konceptu.

6. Zmysły i wellbeing w pielęgnacji

W tym roku pojawiły się także mocne akcenty zapachowe i wellbeingowe: świece, zapachy domu, kosmetyki jako element rytuału. Średnie oceny wskazują, że choć innowacyjność bywała niższa, to przyjemność stosowania była w tych kategoriach bardzo wysoka. Trend „beauty balance” nabiera więc coraz większego znaczenia.

Patrząc całościowo, największe gwiazdy tegorocznej edycji to:

• Sera i produkty z SPF – jako fundament pielęgnacji,

włosy i trychologia – zyskujące coraz większą uwagę,

szybki efekt i doświadczenie sensoryczne – jako warunek wyboru kosmetyku,

innowacje zero waste i technologiczne gadżety – jako sygnał nowych kierunków.

To właśnie te obszary wyznaczają rytm zmian w branży beauty – a konkurs świetnie odzwierciedla to, co faktycznie fascynuje konsumentów i influencerów w 2025 roku.



Glikacja białek a stan skóry – co warto wiedzieć o „cukrowym starzeniu”?



ILONA KIRAGA

Kosmetolog

Glikacja to proces, w którym cukry łączą się z białkami w skórze, głównie kolagenem i elastyną, prowadząc do powstania zaawansowanych produktów końcowych glikacji (AGEs). To powoduje zmianę struktury włókien podporowych skóry, utratę jej elastyczności i szybsze powstawanie zmarszczek.

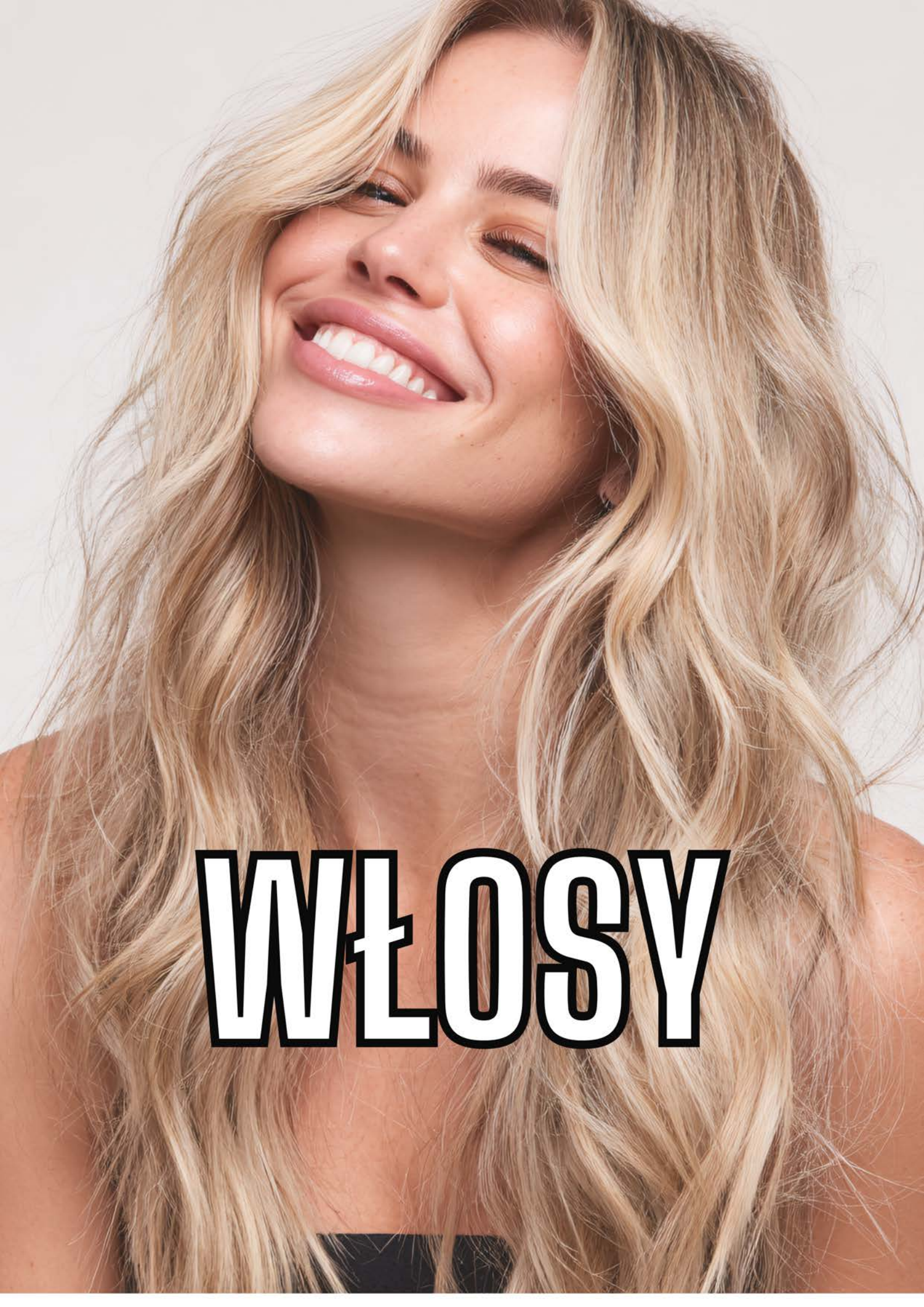
Glikacja jest naturalnym procesem, ale wraz z wiekiem, pod wpływem nieodpowiedniej diety i oddziaływania niekorzystnych czynników zewnętrznych niestety znacznie przybiera na sile, prowadząc do kumulacji AGEs widocznego pogorszenia kondycji skóry.



anti
glycation

Linia Medical Expert Anti Glycation od Bandi Cosmetics odpowiada na ten problem, wprowadzając innowacyjne składniki o działaniu antyglikacyjnym. Produkty tej serii nie tylko przeciwdziałają skutkom procesu glikacji i przyspieszonemu starzeniu się skóry, ale także przywracają jej naturalny blask i świeży, wypoczęty wygląd.





WŁOSY



Brak ochrony termicznej przy stylizacji – to skraca życie włosów o połowę

-rozmowa z Piotrem Postkiem
Stylista fryzur gwiazd



Co według Ciebie jest najważniejsze w codziennej pielęgnacji włosów?

Najważniejsza jest regularność i dopasowanie produktów do potrzeb włosów. Nie chodzi o to, żeby używać wszystkiego naraz, tylko żeby słuchać włosów i dawać im to, czego aktualnie potrzebują – czasem to nawilżenie, czasem odbudowa, a czasem ochrona przed stylizacją.

Jakie błędy najczęściej popełniają ludzie przy dbaniu o włosy?

Najczęściej używają przypadkowych kosmetyków albo takich, które kompletnie nie pasują do ich włosów. Drugi błąd to brak ochrony termicznej przy stylizacji – to skraca życie włosów o połowę. No i oczywiście przeciąganie z wizytą u fryzjera, bo „jeszcze wytrzyma”.

Czy są produkty, które uważasz za absolutne „must-have” w kosmetyczce do włosów?

Zdecydowanie tak. Po pierwsze produkt z ochroną termiczną – bez niego ani suszarka, ani prostownica, ani lokówka nie wchodzi w grę. Po drugie lekka odżywka bez spłukiwania, która ułatwia życie na co dzień. Po trzecie serum/olejek na końcówki. To jest moja złota trójka.

Jakie trendy we fryzjerstwie i stylizacji włosów są teraz Twoim zdaniem najbardziej popularne?

Naturalność i zdrowy wygląd włosów. Coraz więcej osób chce wyglądać świeżo, lekko i bez efektu „ciężkiej stylizacji”. Jeśli chodzi o kolory, wciąż króluje balayage i subtelne rozświetlenia – włosy jak po wakacjach, muśnięte słońcem.

Czy istnieje uniwersalna zasada, która pasuje do każdego typu włosów, czy pielęgnacja zawsze musi być spersonalizowana?

Uniwersalna zasada to równowaga między proteinami, nawilżeniem i emolientami – bez tego włosy nie będą w dobrej kondycji. Ale każdy rodzaj włosów ma swoje indywidualne potrzeby, dlatego pielęgnacja musi być spersonalizowana.

Jak dbasz o własne włosy między sesjami i pracą w salonie?

Regularnie stosuję maski nawilżające i zawsze chronię włosy przed ciepłem. To moja baza. No i oddaję się w ręce moich ludzi w salonie, bo fryzjer też potrzebuje fryzjera.

Jakie porady mógłbyś dać osobom, które chcą, żeby ich włosy wyglądały zdrowo i naturalnie?

Nie przesadzaj z ilością kosmetyków – mniej znaczy lepiej, byle były dobrze dobrane. Podcinaj końcówki, zanim włosy same „poproszą o nożyczki”. I pamiętaj o skórze głowy – to fundament zdrowych włosów.

Jak oceniasz tegoroczną edycję konkursu? Jakies produkty szczególnie Cię zainteresowały, a może zaskoczyły?

Bardzo pozytywnie! Branża idzie w stronę świadomej pielęgnacji, ekologii i produktów multifunkcyjnych. Zainteresowały mnie szczególnie te kosmetyki, które łączą kilka funkcji naraz – oszczędzają czas i miejsce w kosmetyczce.

Jak wygląda Twoja ulubiona rutyna pielęgnacyjna, kiedy masz chwilę dla siebie?

Maska regenerująca, ciepły ręcznik na głowę i chwila relaksu przy muzyce albo serialu. To taki mój rytuał, który działa i na włosy, i na głowę.

Gdybyś mógł zabrać ze sobą tylko jeden produkt do włosów na wyjazd, co by to było?

Odżywka bez spłukiwania z ochroną termiczną. Działa na wszystko: nawilża, chroni, ułatwia rozczesywanie i sprawia, że włosy wyglądają dobrze w każdej sytuacji.

mokosh

c o s m e t i c s

wzrost zagęszczenia włosów

aż o 23% już w 84 dni

Ale to nie wszystko!

Pozostałe badania aplikacyjne wykazały, że:

- ⊕ ogranicza i reguluje wydzielanie sebum
- ⊕ poprawia wygląd włosów
- ⊕ wspiera zdrową kondycję skóry głowy
- ⊕ widocznie zmniejsza łupież



trichologiczne serum – wcierka stymulującą porost włosów



**Coraz więcej osób interesuje się tym,
jak prawidłowo dbać o skórę głowy,
która jest fundamentem zdrowych
włosów**

-rozmowa z Weroniką Włoskowicz

**Pasjonatka pielęgnacji włosów, trychologii
i dietyki, twórca internetowy**



Jak wygląda Twoja poranna rutyna pielęgnacyjna włosów w dni, kiedy liczy się każda minuta?

W dni, kiedy naprawdę muszę się pospieszyć, moja rutyna jest maksymalnie prosta - nakładam odrobinę serum silikonowego, aby zabezpieczyć i ujarzmić włosy + związuje je jedwabną gumką, najpewniej w kucyka (z warkoczem schodzi mi zdecydowanie dłużej :D), dzięki czemu włosy wyglądają schludnie i są przy okazji chronione.

Czy podczas testowania produktów odkryłaś coś, co zupełnie zmieniło sposób, w jaki dbasz o włosy?

Szczerze mówiąc, podczas testowania produktów nie odkryłam nic, co zupełnie wywróciłoby moją pielęgnację do góry nogami – siedzę w temacie świadomej pielęgnacji włosów już od kilkunastu lat, więc trudno mnie zaskoczyć :D

Natomiast to, co naprawdę cieszy, to fakt, że świadoma pielęgnacja i trychologia rosną w siłę – coraz więcej osób interesuje się tym, jak prawidłowo dbać o skórę głowy, która jest fundamentem zdrowych włosów i jak dopasować pielęgnację do swoich indywidualnych potrzeb.

Które produkty zgłoszone do konkursu najbardziej Cię zaskoczyły lub zainspirowały – czy wszystkie były Ci znane, czy pojawiły się nowości?

Znaczną część produktów rzeczywiście już znałam, ale oczywiście nie wszystkie. Najbardziej zaskoczyło (i jednocześnie zachwyciło!) mnie to, że tak duży nacisk został położony na pielęgnację skóry głowy. Wcierka olfaktoryczna, szampon dezodorujący czy produkty chelatujące – to brzmi nie tylko mega inspirująco, ale też bardzo naukowo. Super, że producenci coraz śmielej uderzają w innowacje, bo dzięki temu pielęgnacja włosów wchodzi na zupełnie nowy poziom i odpowiada na realne potrzeby



Jakie kosmetyki ratują Twoje włosy w „trudne dni” i zawsze mają swoje miejsce w łazience?

W moim przypadku „trudne dni” często dotyczą tzw. strąckowania się włosów. Wtedy obowiązkowo sięgam po mocniej oczyszczający szampon, który dokładnie pozbędzie się wszelkich zanieczyszczeń i resztek kosmetyków. Kolejny krok to lekka odżywka lub maska, najlepiej z proteinami i humektantami, które dadzą włosom lekkości i sypkości. Na koniec sięgam po produkt termoochronny oraz serum zabezpieczające.

Oprócz kosmetyków kluczowe są także akcesoria – szczotka do czesania na sucho, jak i na mokro (metoda wczesywania); nie rozstaje się z nią, bo jest to najszybszy ratunek dla włosów. Kolejno jedwabne gumki oraz dobra suszarka do włosów, która znacznie przyspiesza całą pielęgnację oraz pozwala na ich odpowiednie wymodelowanie.

Na co zwracasz uwagę, wybierając produkty – efekt końcowy, skład, a może po prostu „jak się czują na włosach”?

Zwracam uwagę na efekt końcowy, skład i to, jak produkt czuje się na włosach, bo każdy z tych elementów jest ważny. Szukam kosmetyków, które dają włosom piękny wygląd, wpływają pozytywnie na stan skóry głowy i zapewniają komfort stosowania na co dzień.

Czy są produkty, które stały się Twoim absolutnym ulubieńcem po konkursie?

Tak, jest to m.in. szampon dezodorujący „Kraken” od Hairy Tale Cosmetics, który moja skóra pokochała od pierwszego użycia, maska ceramidowa marki Helfi, która działa kompleksowo na włosy, zapewniając im głębokie odżywienie, wzmocnienie i poprawę elastyczności włosów oraz odżywka „Royal” od Herbatint, która domyka łuski włosa, dzięki czemu włosy pięknie lśnią, są sypkie i wygładzone bez utraty objętości.

Jakie trendy w pielęgnacji włosów najbardziej inspirują Cię w tym sezonie?

W tym sezonie szczególnie inspiruje mnie trend skinification, czyli podejście do włosów i skóry głowy na wzór pielęgnacji twarzy. To oznacza nie tylko oczyszczanie, ale także nawilżanie, odbudowę bariery ochronnej i ochronę przed szkodliwymi czynnikami. W tym kontekście ogromnie ciekawy jest wpływ peptydów na włosy i skórę głowy - wykazują m.in. działanie przeciwstarzeniowe, ujędrniające, wzmacniające, wspierają wzrost włosów.

Czy masz ulubiony rytuał relaksu z włosową pielęgnacją, który pozwala się wyciszyć po intensywnym dniu?

Tak, mam! Skupiam się wtedy przede wszystkim na masażu skóry głowy połączonym z daną wcierką, co nie tylko daje mi uczucie odprężenia, ale też wspomaga mikrokrążenie

i poprawia wchłanianie składników aktywnych - przyjemne z pożytecznym :D. Dodatkowo korzystam z wałka Lyapko, który intensyfikuje relaks, a przy tym wspiera przyczynia się do lepszego odżywienia skóry głowy. To dla mnie idealne połączenie przyjemności i skutecznej pielęgnacji - chwila tylko dla siebie, a jednocześnie inwestycja w zdrowie i kondycję włosów.

Gdybyś mogła zabrać ze sobą tylko jeden produkt do pielęgnacji włosów na weekend poza domem, co by to było?

To trudne pytanie, ale gdybym miała możliwość umycia włosów dzień przed wyjazdem to na weekend zabrałabym serum silikonowe. Dla mnie to produkt „must-have”, bo zapewnia włosom odpowiednią ochronę, wygładza je i dyscyplinuje, sprawiając, że nawet po tym weekendzie poza domem wyglądałyby zdrowo i zadbanie :)

ROZMAWIAŁA: AGNIESZKA NIERODA



ŁYK WODY DLA WŁOSÓW

ZANURZ SIĘ W ULTRANAWILŻENIU
Z LINIĄ HYDRA

Dostępne w ofercie

ROSSMANN
Moja Drogeria





TRENDY W PRODUKTACH DO PIELEGNACJI WŁOSÓW — NA CO POSTAWIĄ MARKI W 2026 ROKU

KAMA ROZYCKA

W 2026 roku rynek kosmetyków do włosów wejdzie w kolejną fazę „dojrzałej innowacji” — nie chodzi już tylko o ładny zapach czy chwilowy blask, lecz o łączenie nauki, zrównoważonego rozwoju i personalizacji w produktach, które traktują włos i skórę głowy jako przedłużenie pielęgnacji skóry. Raporty branżowe i analizy trendów wskazują na kilka dominujących osiach rozwoju, które przełożą się na strategie marek i portfolio produktów.

„Skinification” skóry głowy i mikrobiom: produkty traktujące skalp jak cerę

Coraz więcej marek projektuje formuły i rytuały dedykowane skórze głowy – serum, esencje, peelingi skóry głowy oraz kuracje pre/probiotyczne. Konsumentów oczekują diagnozy stanu skóry głowy i terapii, które regulują mikrobiom, wzmacniają barierę hydrolipidową i zapobiegają stanom zapalnym (częstym czynnikiem wypadania i łamliwości włosów). To przejście od kosmetyku „do mycia” do produktu leczniczo-profilaktycznego – często z potwierdzeniem dermatologicznym.

Co to oznacza dla marek: linie scalp-first (seria szamponów + serum + kuracja), testy diagnostyczne online lub w punktach sprzedaży, komunikacja „scalp-friendly” i większy udział pre/probiotyków oraz łagodzących składników (aloes, olej jojoba, ekstrakty rozmarynu).

Personalizacja napędzana AI, diagnostyką i „hair tech”

Hyper-personalizacja nie jest już buzzwordem – to praktyka. Narzędzia AI (quizy, analiza zdjęć, algorytmy rekomendacji) oraz domowe testy diagnostyczne (pH, mikrobiom) pozwalają markom dostarczać skrojone pod użytkownika produkty i rytuały. Modele subskrypcyjne z dynamicznym dopasowaniem (np. zmianą produktu w zależności od sezonu lub stanu włosów) będą zyskiwać.

Co to oznacza dla marek: inwestycja w narzędzia cyfrowe, partnerstwa z labami/biotech (by potwierdzić skuteczność), oraz komunikacja dowodowa (kliniczne wyniki, badania)

Hairceuticals i biotech: od peptydów po egzomery

Segment „hairceuticals” – kosmetyków o silnym podłożu naukowym – będzie się umacniać. W ofercie pojawią się produkty z funkcjonalnymi peptydami, biomolekułami, egzosomami i ekstraktami z mikroorganizmów (fermenty). Biotechnologia umożliwi otrzymywanie substancji o wysokiej aktywności przy mniejszym śladzie środowiskowym, a konsumenci płacą coraz chętniej za potwierdzoną skuteczność.

Co to oznacza dla marek: ewaluacja składników o dowodach klinicznych, transparentne etykiety, ewentualne partnerstwa z firmami biotech i większe nakłady na R&D.

Zrównoważone formy i „wodna oszczędność”: formaty bez wody, refill i opakowania zrównoważone

Presja regulacyjna i oczekiwania klientów napędzają rozwiązania: formuły skoncentrowane (koncentraty, proszki), stałe kostki myjące, formaty „waterless”, systemy refill oraz butelki z recyklowanego plastiku albo bioplastiku. Równocześnie rośnie popyt na przejrzystość łańcucha dostaw i niską emisję CO₂ w produkcji.

Co to oznacza dla marek: redesign produktów (mniej wody w formule), komunikacja LCA (life-cycle assessment), inwestycje w sieć refill lub e-commerce opakowań wielokrotnego użytku

Minimalizm rytuału i wielofunkcyjność / „do less, better”

Konsumentów zmęczonych nadmiarem produktów wybierają rutyny prostsze, ale skuteczne: 2-3 kroki, produkty 2-w-1 (np. szampon + serum w jednym), i formuły o uniwersalnym zastosowaniu. Jednocześnie rośnie segment premium, w którym luksus łączy się z minimalizmem (niszowe zapachy, estetyczne opakowania, sensoryczne dozowania).

Formatowe i sensoryczne innowacje – od masek nocnych po „spa w domu”

Produkty dostosowane do rytuałów (maski leave-in, nocne kuracje, booster-y nakładane punktowo), tekstury premium (oleo-ceramidy, jedwabiste serum), akcesoria (skrubery do skóry głowy, szczotki z czujnikami) oraz komplementarne urządzenia (LED, masażery) będą ważne, ponieważ konsumenci chcą efektów salonowych w domu.



Mężczyźni, starzenie się włosów i „hair longevity”

Segment męski nadal przyspiesza – rozwiązania przeciw wypadaniu, przeciwstarzeniowe formuły do włosów i skóry głowy, suplementy i terapie kombinowane (topikalne + nutraceutyki) będą centralne. Koncepcja „hair longevity” (dłuższe utrzymanie zdrowych włosów) łączy profilaktykę i estetykę.

Social commerce, content i tempo trendów (TikTok/Runway >> sprzedaż)

Szybkie cykle trendowe napędzane przez social media (viralowe produkty, tutoriale, influencerzy) będą determinować popyt krótkoterminowy; marki muszą łączyć szybkie wprowadzanie produktów z kontrolą jakości i zgodnością z regulacjami.

Runway i celebrity looks będą nadal inspirować, ale to platformy społecznościowe zamieniają inspirację w sprzedaż.

Regulacje i bezpieczeństwo: szersza odpowiedzialność za skład i dowody

Rosnące regulacje (np. zaostżenia dotyczące niektórych konserwantów czy substancji) oraz oczekiwania co do dowodów bezpieczeństwa i skuteczności zmuszą marki do szybszych reformulacji i większej transparentności. To także szansa dla tych, którzy potrafią komunikować badania i certyfikaty.

W 2026 r. estetyka produktu pozostanie istotna (zapach, tekstura, opakowanie), ale kluczowym atutem będą: skuteczność potwierdzona nauką, personalizacja i odpowiedzialność środowiskowa. Marki, które połączą te trzy elementy – dostarczając jednocześnie prostą i przyjemną rutynę użytkownika – będą wygrywać. Dla konsumentów liczyć się będzie nie to, jak ich włosy wyglądają dziś, lecz jak pozostają zdrowe przez lata.





KOBIETA



AFIRMACJA PIĘKNA – KOBIECA SIŁA W ŚWIECIE PEŁNYM BODŹCÓW



KAMA RÓŻYCKA

W dzisiejszym świecie jesteśmy otoczeni obrazami, dźwiękami i treściami, które kształtują nasze postrzeganie siebie i innych. Media społecznościowe, reklamy, influencerzy – każdy z nas doświadcza nieustannego natłoku bodźców. W takim kontekście afirmacja piękna staje się nie tylko praktyką estetyczną, ale także psychologiczną – sposobem na odzyskanie kontroli nad własnym ciałem, umysłem i poczuciem wartości.

Piękno jako siła, nie obowiązek

Dla wielu kobiet piękno wciąż kojarzy się z wymogiem społecznym – ideały, które trudno osiągnąć, potrafią wywoływać presję i poczucie niedoskonałości. Afirmacja piękna to zmiana narracji: zamiast pytać „czy jestem wystarczająco piękna?“, zaczynamy mówić „piękno jest moją siłą”. To akt uznania własnej wartości, celebrowanie unikalności i świadome przyjmowanie swojego wyglądu jako źródła pewności siebie.

Mindfulness i rytuały pielęgnacyjne

W praktyce afirmacja piękna może przybierać różne formy. Coraz częściej kobiety łączą ją z mindfulness i świadomymi rytuałami pielęgnacyjnymi. Każdy gest – od nakładania kremu, przez masaż twarzy, po malowanie paznokci – staje się okazją do połączenia z ciałem, docenienia jego funkcji i celebrowania chwili obecnej. To moment, w którym ciało i umysł spotykają się w harmonii, a piękno staje się narzędziem samopoznania i wewnętrznej siły.

Kobieca wspólnota w świecie bodźców

Afirmacja piękna to również dzielenie się doświadczeniem i wsparcie innych kobiet. Społeczności online, grupy edukacyjne czy lokalne warsztaty pozwalają na tworzenie przestrzeni, w której kobiety uczą się celebrować swoje ciało i wygląd bez porównań i ocen. To budowanie kultury pozytywnej wizji siebie, w której piękno staje się doświadczeniem osobistym, a nie presją zewnętrzną.

Psychologia afirmacji

Badania pokazują, że regularne praktykowanie afirmacji – mówienie do siebie w duchu akceptacji i uznania – ma realny wpływ na poczucie własnej wartości, odporność psychiczną i samoakceptację. W świecie pełnym bodźców i oczekiwań, afirmacja piękna staje się formą mentalnego treningu, który wzmacnia kobiecą siłę i pozwala zachować spokój oraz autentyczność wobec siebie i innych.

Piękno jako świadomy wybór

W 2026 roku coraz więcej kobiet postrzega piękno jako świadomy wybór, a nie obowiązek. To decyzja o celebrowaniu własnego stylu, rytuałów i wyglądu w zgodzie ze sobą. W tym kontekście kosmetyki i rytuały pielęgnacyjne przestają być jedynie narzędziem wizualnym – stają się praktyką mentalną, która wzmacnia pewność siebie, kreatywność i poczucie własnej wartości.

Afirmacja piękna to dziś akt odwagi i mądrości – świadome przyjmowanie siebie w świecie pełnym bodźców. To kobieca siła, która wyrasta z samoakceptacji, mindfulness i wspólnoty. Piękno staje się językiem, w którym kobiety komunikują sobie i światu: „jestem wystarczająca, jestem silna, jestem sobą”.

W świecie, w którym każdy obraz może wpływać na nasze samopoczucie, afirmacja piękna staje się przewodnikiem, który pozwala odzyskać kontrolę, zachować równowagę i celebrować kobiecą moc w pełni.

APIS[®]

NATURAL COSMETICS





Zdrowa skóra to fundament wszystkiego -rozmowa z Edytą Herbuś



Aktorka, tancerka, osobowość telewizyjna.

Jak wygląda Pani codzienna pielęgnacja skóry i włosów przy tak intensywnym trybie życia?

Moja skóra i włosy naprawdę czują, kiedy mam intensywny czas – a ten zdarza się raczej często (śmiech). Dlatego w pielęgnacji dbam o regularność. Zaczynam zawsze od oczyszczania, potem tonik, serum i dobry krem nawilżający. Włosy traktuję czasem olejami i maską, żeby były sprężyste mimo częstych stylizacji przy projektach. No i oczywiście termoochronna – obowiązkowo.

Czy są kosmetyki, bez których nie wyobraża sobie Pani dnia?

Tak, zdecydowanie nawilżenie, czyli dobry krem do twarzy i balsam do ciała. Skóra po nagraniach programu, tańcu, czy próbach w teatrze potrzebuje ukojenia. Obowiązkowym rytuałem jest też kąpiel w wannie, gdzie do wody dodaje eterycznych olejków – moje ciało to uwielbia. Lubię też podczas takich kąpieli masować ciało naturalnymi pilingami, a na buzie nakładam wtedy algową maseczkę.

Jak dobiera Pani produkty do swojej pielęgnacji – kieruje się składem, rekomendacjami, czy intuicją?

Słucham swojej skóry. Intuicja jest dla mnie bardzo ważna, ale też ostatnio coraz częściej sprawdzam składy. Jeśli coś poleci mi przyjaciółka albo profesjonalista, chętnie testuję, ale finalnie to moja skóra decyduje – daje mi zawsze najlepszą odpowiedź.

Czy ma Pani swoje ulubione rytuały relaksu, które pomagają oderwać się od pracy i obowiązków?

Poza kąpielami z olejkami eterycznymi i zapaloną świecą, stosuję też napary z ziół, nie tylko do picia, ale też jako „nasiadówki” czyli zestawy np: „zdrowe łono”. Podczas których też medytuję. To taki mój rytuał głęboko oczyszczenia – dla ciała i głowy. Kiedy mam mniej czasu, wystarczy 10 minut z maseczką i spokojnym oddechem.

Jak udaje się Pani łączyć życie zawodowe z chwilami dla siebie i odpoczynkiem?

Trudna sztuka, szczególnie teraz, kiedy pojawiło się tyle ciekawych projektów jednocześnie. Ale od kiedy zwracam bardziej uwagę na równowagę, coraz lepiej mi to wychodzi. Staram się świadomie rezerwować czas tylko dla siebie – nawet jeśli to jest spacer z psem albo poranna kawa z bosymi stopami na trawie. Te pozornie małe rzeczy, dają siłę na duże wyzwania.

Czy podczas pracy nad projektami tanecznymi, czy scenicznymi zwraca Pani szczególną uwagę na pielęgnację skóry i makijaż?

Pielęgnacja obowiązkowo, bez względu na ilość pracy. A makijaż jest zazwyczaj jednym z elementów scenicznych kreacji. To też czasem moment przeobrażania się w konkretną postać. Lubię go celebrować z największą uwagą. Dbam o dobre nawilżenie i regenerację, a po występie nigdy – przenigdy – nie kładę się spać w makijażu. To mój żelazny punkt.

Jak podchodzi Pani do trendu naturalnej pielęgnacji i kosmetyków ekologicznych?

Bardzo mi to bliskie. Kocham naturę, a skoro możemy wybierać kosmetyki, które są skuteczne i przyjazne środowisku, to tak właśnie wybieram.

Czy ma Pani w swojej torebce kosmetyczne “must-have”, które zawsze musi mieć pod ręką?

Zawsze mam przy sobie pomadkę nawilżającą, rozświetlający bronzers i miniaturkę perfum. To mój osobisty zestaw „dobrego nastroju”.

Jak wygląda Pani codzienna rutyna przygotowań przed wyjściem na scenę lub plan zdjęciowy?

To rytuał nie tylko pielęgnacyjny, ale i mentalny. Skóra – oczyszczona i dobrze nawilżona. Orzeźwiający masaż twarzy lodem, szczególnie w okolicach oczu. Potem makijaż : albo delikatny rozświetlający na co dzień, albo sceniczny, dopasowany do roli. Ale zawsze znajduje się też chwila na wyciszenie i koncentrację, żeby wejść na scenę w pełnej mocy i energii.

Gdyby mogła Pani zabrać tylko jeden kosmetyk na wyjazd, co by to było?

Duża butla ciepłej wody ze świeżymi ziołami do picia i – krem głęboko nawilżający. Zdrowa skóra to fundament wszystkiego.

Jakie drobne przyjemności i rytuały pomagają Pani zachować równowagę i dobre samopoczucie na co dzień?

Na pewno ruch na świeżym powietrzu, taniec, joga, dobra książka, medytacja. Do tego aromatyczna herbata, świeca o pięknym zapachu i kilka minut dla siebie. Takie proste rzeczy naprawdę budują równowagę.

Jakie wrażenia wyniosła Pani z testowania produktów jako jurorka konkursu Influencer’s Choice Poland? Czy taki konkurs jest potrzebny i co daje konsumentowi?

To była dla mnie niezwykle ciekawa przygoda. Testując kosmetyki w roli jurorki, mogłam spojrzeć na nie z zupełnie innej perspektywy – nie tylko jako kobieta, ale też ktoś, kto ma świadomość, że jego opinia może pomóc innym w wyborze. Myślę, że takie konkursy są bardzo potrzebne, bo dają konsumentom rzetelną rekomendację. To trochę jak rozmowa z przyjaciółką: „sprawdzałam, działa, możesz zaufać”. To ogromna wartość, szczególnie w czasach, gdy półki uginają się od produktów i trudno się zdecydować

ROZMAWIĄŁA: AGNIESZKA NIERODA



ODWODNIONA SKÓRA?

LVY
LOVELY COSMETICS
BY ITALIAN BEAUTY
www.lvy.com.pl

Odpowiedź to **Hydra Cleanser Evolution**
- głębokie nawilżenie i zdrowy blask!

EMULSJA NAWILŻAJĄCO-OCZYSZCZAJĄCA DO TWARZY

LVY Cosmetics
- Twoje źródło zdrowej
i nawilżonej skóry.

ceramidy

zabezpieczenie
warstwy rogowej
naskórka przed
utratą wody

kwasy hialuronowy

niezwykłe właściwości
higroskopijne

aloe vera

działanie
nawilżające
i regenerujące

glukonolakton

wzrost nawilżenia naskórka
i działanie chroniące przed
promieniowaniem UV

HYDRA CLEANSER EVOLUTION

Delikatność, która chroni.
Oczyszczanie, które koi
i wzmacnia barierę skóry.

SPOSÓB UŻYCIA: Nałóż HYDRA CLEANSER EVOLUTION (nie stosuj w okolicy oka), pozostaw na 5 min, następnie zmyj wodą, osusz skórę i zastosuj ulubioną pielęgnację LVY.

JESIEŃ

Każdy dzień przynosi mi nową okazję, by pielęgnować siebie i swój blask.





MAKIJAŽ



Makijaż przyszłości. Minimalizm spotyka ekspresję

Rok 2026 w makijażu to czas kontrastów i wolności. Z jednej strony obserwujemy triumf minimalizmu, subtelnego podkreślania naturalnej urody i filozofii „no-makeup makeup”. Z drugiej – pojawia się odważna ekspresja, futurystyczne akcenty w postaci metalicznych pigmentów, graficznych linerów i niestandardowych kolorów. To połączenie pokazuje, że makijaż przestaje być jedynie narzędziem upiększania, a staje się sposobem manifestowania nastroju i indywidualności.

Minimalizm – powrót do natury i naturalnej skóry

Trend „no-makeup makeup” w 2026 roku to coś więcej niż subtelne podkreślenie urody. To świadome wybory konsumenckie – lekkie formuły, pielęgnacyjne bazy i kosmetyki wielofunkcyjne, które łączą makijaż z ochroną skóry. W tym roku królują:

- Tinted moisturizers i serum foundations – dla wyrównania kolorytu i naturalnego glow.
- Kremowe róże i bronzery – łatwe do rozblendowania, dają efekt drugiej skóry.
- Transparentne tusze i balsamy do brwi – subtelnie definiują, nie obciążając twarzy.

Minimalizm to także prostota w rytuale – kilka produktów zamiast dziesiątek, formuły pielęgnujące skórę w ciągu dnia i naturalny efekt „tuż po przebudzeniu”.

Ekspresja – odważny makijaż jako język nastroju

Na drugim biegunie widzimy futurystyczną ekspresję. Graficzne eyelinery, metaliczne cienie, holograficzne pigmenty i neonowe akcenty pozwalają tworzyć makijaż, który staje się sztuką na twarzy. Trend ten pokazuje, że kosmetyki mogą być medium do wyrażania emocji i nastroju – w zależności od dnia, stylu czy okazji.

**Rok 2026
w makijażu to
czas kontrastów
i wolności.**

Must-have w tej kategorii:

- Metaliczne i holograficzne cienie – pojedyncze pigmenty lub palety, które można mieszać.
- Żelowe eyelinery i kredki w neonowych kolorach – do tworzenia geometrycznych kształtów.
- Pigmenty w płynie i brokaty – do makijażu oczu, ust, a nawet skóry.

Technologia zmienia zasady gry – AR, VR i makijaż cyfrowy

2026 rok to także czas makijażu cyfrowego. Technologie AR (Augmented Reality) i VR (Virtual Reality) pozwalają wypróbować kolory, faktury i formy w wirtualnym świecie – jeszcze zanim sięgniemy po produkt w realnym życiu. Wkrótce aplikacje pozwolą:

- Eksperymentować z odważnymi kolorami i efektami w czasie rzeczywistym.
- Tworzyć własne palety i cyfrowe kolekcje makijażowe.
- Łączyć makijaż fizyczny z cyfrowymi filtrami na social media i streaming.

To oznacza, że makijaż w 2026 roku nie zna już granic – można eksperymentować bez ryzyka, testować wirtualnie i decydować o swoim wyglądzie z precyzją cyfrowego narzędzia.

Kosmetyki, które będą must-have w każdej torebce

W nadchodzącym roku każda kosmetyczka powinna mieć w pogotowiu produkty, które łączą funkcjonalność z ekspresją:

1. Multi-tasking tinted moisturizer – lekka baza i naturalny glow.
2. Kremowe cienie w mini-palecie – łatwe do szybkich metamorfoz w ciągu dnia.
3. Metaliczny eyeliner lub pigment w tubce – do szybkiej zmiany looku.
4. Przezroczysty balsam do brwi i rzęs – subtelna definicja i kontrola.
5. Wielofunkcyjny stick do policzków i ust – dla naturalnego koloru i blasku.

Minimalizm spotyka ekspresję – i w 2026 roku to my decydujemy, kiedy używamy delikatnych, pielęgnacyjnych formuł, a kiedy stawiamy na dramat i kreatywność. Makijaż staje się narzędziem eksperymentowania, sposobem wyrażania siebie i manifestowania własnego nastroju.





NÉO

MAKE UP

Siła pielęgnacji
i makijażu
w jednym

100%

badanych potwierdza,
że usta są bardziej nawilżone

100%

badanych potwierdza,
że usta są bardziej
zregenerowane*



*na podstawie testów IN VIVO
olejku Intense Serum Lip Oil

Znajdziesz
nas w  **hebe**
zdrowie i piękno

punktach stacjonarnych
NÉONAIL
i na neonail.pl



W 2026 będzie balans między minimalizmem a odważnym detalem

Rozmowa z Martą Goś

Makijażystka gwiazd, makijażowy ekspert w programie Pytaniae na Śniadanie

Jak to jest znaleźć się w jury konkursu i testować najnowsze kosmetyki?

To ogromna frajda i wyróżnienie. Codziennie pracuję z kosmetykami, więc możliwość testowania nowości w roli jurorki to trochę jak otwieranie prezentów – nigdy nie wiadomo, co zaskoczy i zachwyci.

Jak wyglądał proces testowania i oceniania produktów zgłoszonych do konkursu?

Każdy produkt miał swoje pięć minut. Testowałam je w różnych warunkach – na co dzień, w pracy, a nawet w podróży. To pozwoliło sprawdzić nie tylko działanie, ale też wygodę i trwałość.

Na co zwracała Pani największą uwagę przy ocenie kosmetyków – skład, działanie, wygodę użycia, opakowanie czy coś jeszcze?

Najważniejsze było dla mnie działanie i komfort aplikacji. Oczywiście skład ma znaczenie, ale w pracy liczy się też to, czy kosmetyk jest intuicyjny i szybki w użyciu. Opakowanie traktuję jako wisienkę na torcie.

Czy podczas oceniania produktów coś Panią szczególnie zaskoczyło lub zaintrygowało?

Tak, kilka marek pokazało naprawdę innowacyjne formuły – lekkie, a jednocześnie kryjące, albo produkty o zaskakująco przyjemnej konsystencji, które świetnie się stapiały ze skórą. To zawsze daje radość odkrywania czegoś nowego.

Czy któryś z kosmetyków wyróżnił się tak bardzo, że chciałaby Pani go włączyć do swojej codziennej rutyny?

Tak, znalazłam kilka takich perełek – jeden z podkładów zrobił na mnie ogromne wrażenie i już używam go w swojej pracy. To pokazuje, że konkurs naprawdę odkrywa produkty, które mają szansę zostać hitami.

Jak ocenia Pani rolę takich konkursów – czy są potrzebne dla branży i konsumentów?

Są bardzo potrzebne. Branży dają przestrzeń do pokazania jakości i innowacji, a konsumentom – wiarygodne rekomendacje. To trochę jak przewodnik po gąszczu nowości.

Czy znalazła Pani wśród zgłoszonych produktów prawdziwe perełki, które mogłaby Pani polecić innym?

Zdecydowanie tak. Kilka kosmetyków zaskoczyło mnie na tyle, że już polecam je klientkom i koleżankom. To największa satysfakcja – kiedy coś faktycznie działa i daje efekt „wow”

Jakie trendy w makijażu będą modne w 2026 roku?

Myszę, że będziemy jeszcze bardziej stawiać na naturalność i lekkość. „Skin-like finish”, rozświetlona cera, delikatne kolory. Ale obok tego – mocny akcent, np. na usta albo graficzną kreskę. To będzie balans między minimalizmem a odważnym detalem.

Jakie produkty i triki poleciałaby Pani kobietom, które potrzebują szybkiego makijażu na co dzień?

Podstawą jest dobry krem z pigmentem albo lekki podkład, korektor, tusz do rzęs i odrobina kremowego różu, który można nałożyć też na usta. Trik? Aplikacja palcami – szybciej, naturalniej i bez miliona pędzli.

Czy są kosmetyki, które zawsze ratują Pani makijaż w ostatniej chwili lub podczas intensywnego dnia?

Tak – korektor, rozświetlacz w sztyfcie i pomadka ochronna z kolorem. Dzięki nim w kilka sekund można odświeżyć twarz i wyglądać jak po pełnym makijażu.

ROZMAWIAŁA AGNIESZKA NIERODA



IBRA:



IBRA MAKE UP **BLENDER SPONGE**

| *Makijażowy **Must Have**
w Twojej kosmetyczce*

MAKIAŻ HYBRYDOWY: GRANICA MIĘDZY PIELĘGNACJĄ A UPIĘKSZANIEM



KAMA RÓŻYCKA

Makijaż w 2026 roku przechodzi rewolucję. Już nie wystarczy, że podkreśla urodę – ma również pielęgnować, chronić i wzmacniać skórę. Trend „hybrydowego makijażu” łączy w sobie funkcje kosmetyków kolorowych i pielęgnacyjnych, odpowiadając na rosnące oczekiwania konsumentek, które poszukują świadomych, wielofunkcyjnych produktów.

Skinimalism i naturalna elegancja

W erze „skinimalizmu” mniej znaczy więcej. Konsumentki stawiają na produkty, które podkreślają naturalne piękno, zamiast je maskować. Podkłady, kremy BB i korektory hybrydowe zawierają składniki aktywne – witaminy, antyoksydanty czy filtry UV – dzięki czemu makijaż dbający o skórę staje się codziennym rytuałem pielęgnacyjnym. Trend ten zmienia podejście do makijażu: jest on świadomym wyborem, który łączy estetykę z troską o zdrowie skóry.

Innowacje w produktach hybrydowych

Hybrydowe kosmetyki kolorowe to nie tylko klasyczne podkłady czy pomadki wzbogacone o składniki pielęgnacyjne. W 2026 roku na rynku pojawiają się:

- Pigmenty adaptacyjne – zmieniające odcień w zależności od pH skóry lub jej poziomu nawilżenia.
- Bazy i kremy z aktywnymi serum – zapewniające jednocześnie wygładzenie, nawilżenie i ochronę przed szkodliwym działaniem środowiska.
- Pomadki i błyszczki wzbogacone w witaminy i antyoksydanty – dbające o usta podczas całego dnia.

Takie produkty umożliwiają tworzenie makijażu, który jest lekkim rytuałem pielęgnacyjnym, a nie jedynie wizualnym dodatkiem.

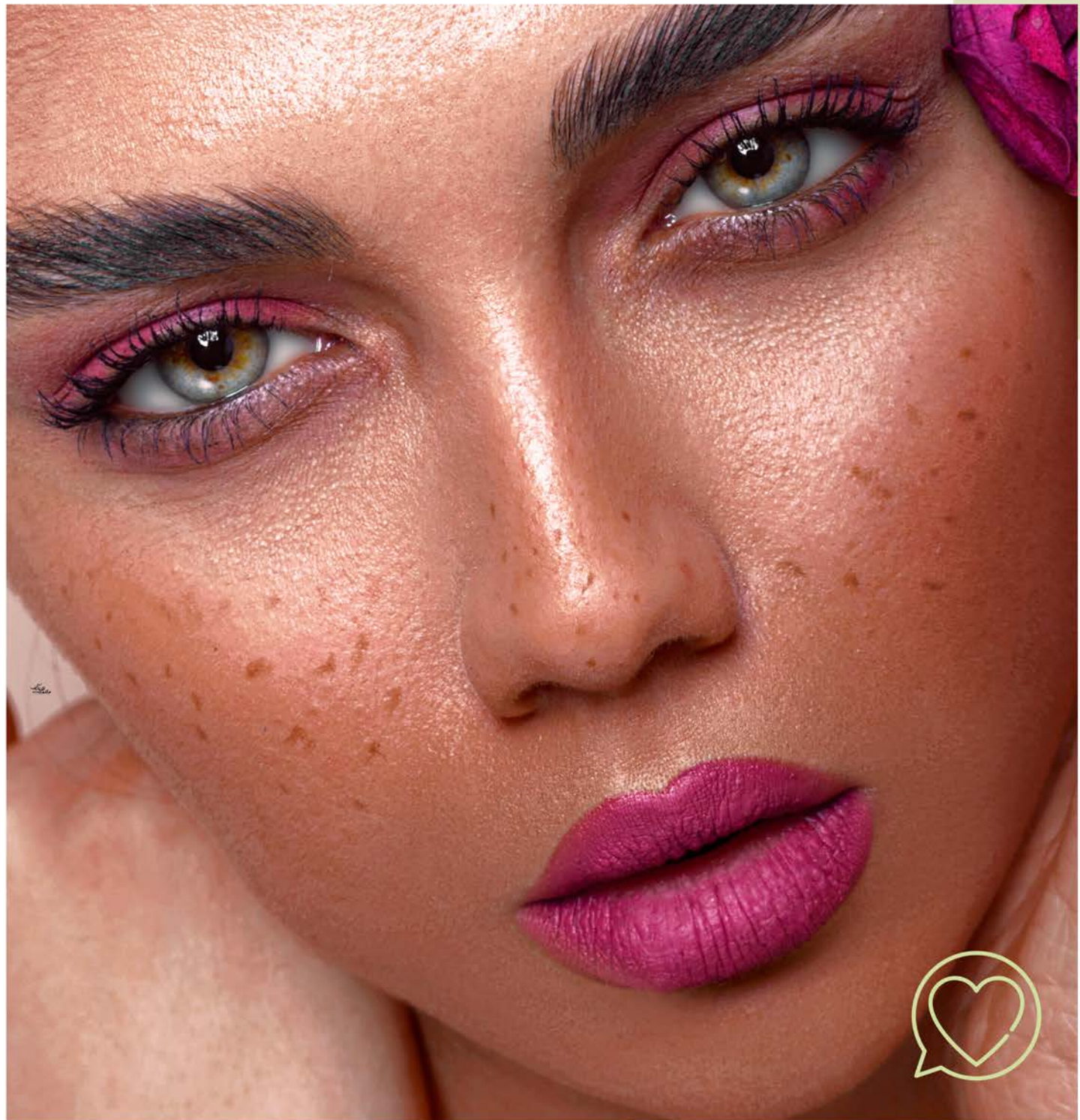
Edukacja i świadome wybory

Wzrastająca świadomość konsumentek wymaga od marek edukacji w zakresie łączenia pielęgnacji z makijażem. Konsumentki chcą wiedzieć, jak właściwie stosować produkty hybrydowe, jakie korzyści przynoszą skórze i jakie składniki aktywne warto wybierać. Równie istotne jest zrozumienie, że makijaż hybrydowy nie zastępuje pielęgnacji, lecz ją wspiera.

Trendy w technikach aplikacji

Makijaż hybrydowy zmienia także sposób aplikacji kosmetyków. Narzędzia takie jak gąbeczki do blendowania z dodatkiem serum, pędzle z mikrokapsułkami aktywnymi czy spraye utrwalające z witaminami pozwalają na tworzenie lekkiego, naturalnego efektu, który jednocześnie pielęgnuje skórę. Trend ten pokazuje, że makijaż w 2026 roku to przeżycie sensoryczne i świadomy rytuał, a nie jedynie kwestia estetyki.





Spoleczność i wymiana doświadczeń

Influencerzy i eksperci beauty odgrywają coraz większą rolę w popularyzowaniu makijażu hybrydowego. Platformy społecznościowe umożliwiają dzielenie się opiniami, tutorialami i wskazówkami, a marki promują transparentność składników i działania produktów. Konsumentki uczą się łączyć makijaż z pielęgnacją, a społeczność staje się źródłem wiedzy i inspiracji.

Makijaż hybrydowy w 2026 roku wyznacza nową granicę między pielęgnacją a upiększaniem. To trend, który łączy:

- estetykę i naturalne piękno,
- pielęgnację i ochronę skóry,
- edukację konsumentek i świadome wybory,
- innowacyjne składniki i technologie.

W praktyce oznacza to, że makijaż staje się codziennym rytuałem self-care, który wzmacnia pewność siebie, dba o zdrowie skóry i pozwala celebrować własną kobiecość w sposób świadomy i nowoczesny.

HEAN

MAKIJAŻ, KTÓRY DBA O CIEBIE.



 www.hean.pl

 Hean

 heancosmetics

 heancosmetics



KOCHAM MULTIFUNKCYJNE KOSMETYKI, BO W KRÓTKIM CZASIE DOSTARCZAJĄ WIELE BENEFITÓW

Rozmowa z Natalią Zając

Miłośniczka makijażu i pielęgnacji.

Kiedy testujesz nowy kosmetyk, czy bardziej kierujesz się ciekawością, czy rutyną swojej pielęgnacji?

Zdecydowanie ciekawością! Bardzo lubię testować i odkrywać nowości, bo dzięki temu pielęgnacja nigdy nie jest nudna. Dostarczam mojej skórze wiele składników aktywnych. Ale jeśli produkt wpisuje się w moją rutynę i naprawdę działa – wtedy zostaje ze mną na dłużej.

Czy wśród produktów zgłoszonych do konkursu znalazłaś coś, czego sama wcześniej nie znałaś, a okazało się prawdziwym odkryciem?

Tak, kilka marek kompletnie mnie zaskoczyło i niektóre były w mojej pielęgnacji po raz pierwszy. Szczególnie spodobały mi się produkty azjatyckie do pielęgnacji skóry. Jeden krem pod oczy i pewne serum – wcześniej o nich nie słyszałam, a okazały się tak skuteczne, że już mam je w codziennej pielęgnacji.

Jakie produkty do pielęgnacji twarzy dają Ci największą przyjemność stosowania – te luksusowe, naturalne, czy raczej wielofunkcyjne?

Mówiąc szczerze, testując kosmetyki mam z tyłu głowy ich cenę, markę i dostępność, ale staram się nie sugerować tym, że jeśli produkt jest tani to może być słabej jakości jak i jeśli jest droższy to nie oczekuję, że będzie fenomenalny. Staram się być obiektywna w testach i często zdarza mi się, że produkty ze średniej półki cenowej, sprawdzają się o wiele lepiej niż ultra drogie produkty znanych marek. Ale nie ukrywam, kocham też multifunkcyjne kosmetyki, bo w krótkim czasie dostarczają wiele benefitów.

Jak wygląda Twój wieczorny rytuał pielęgnacyjny po długim dniu w pracy i mediach społecznościowych?

Moim najważniejszym etapem wieczornej pielęgnacji jest dwuetapowe oczyszczanie. To podstawa, nawet gdy nie nosiłam makijażu tego dnia. Najczęściej wybieram oleje lub maselka do demakijażu, aby nie podrażniać skóry pocieraniem przez waciki i dodatkowo nie generuję śmieci.

Kolejno sięgam po żel oczyszczający i dosłownie myję twarz przez minimum minutę. Tonik to krok, który nie jest konieczny ale lubię nałożyć taki o mlecznej konsystencji, aby przywrócić prawidłowe pH skóry i jednocześnie tutaj zaczynam nawilżanie. Następnie serum pod oczy i serum na twarz. Często je zmieniam i szukam ciekawych składników aktywnych, takich jak kofeina, ceramidy i peptydy. Na wykończenie zawsze krem pod oczy i krem na całą twarz. Lubię te bardziej tłuste konsystencje i uczucie okluzji na skórze. Nie zapominam również o masce na oczy i odżywcze na porost rzęs. Mimo, że brzmi to jakby trwało godzinę, uwierzcie mi że wyrabiam się w 10 minut.



Czy testowanie kosmetyków do konkursu inspiruje Cię do eksperymentowania z nowymi zabiegami lub rutynami w domu?

Oj tak! Od wielu lat interesuję się tematyką beauty, stąd też mój wybór studiów. Zawsze lubiłam bawić się maseczkami. Teraz traktuję je jak małe domowe spa i mam wrażenie, że moja skóra tylko na tym zyskuje.

Jeśli miałabyś wybrać jeden kosmetyk, który najlepiej opisuje Twój styl pielęgnacji twarzy – co by to było i dlaczego?

Mimo, że jest to pytanie dosyć trudne, bo tych produktów jest teraz tak wiele to wybieram krem ochronny z SPF 50+. Uważam, że mimo najlepszej, nawilżającej pielęgnacji, skóra aby pozostać jak najdłużej młoda i pozbawiona oznak starzenia, potrzebuje ochrony. Słońce działa na naszą skórę cały rok i mój must have pielęgnacji to odpowiednie zabezpieczenie skóry.

Jakie nietypowe triki pielęgnacyjne lub domowe rytuały stosujesz, żeby dbać o skórę?

Uwielbiam chłodzić maseczki i hydrożelowe płatki pod oczy w lodówce, efekt na skórze jest mega odświeżający i to pomaga mi obudzić się rano.

Czy podczas testowania produktów były takie, które wywołały u Ciebie efekt „wow” i sprawiły, że chciałabyś je od razu polecić swoim obserwatorom?

Tak, i to kilka razy! Szczególnie jedno serum do twarzy, miało tak przyjemną konsystencję i zapach, że od razu nagrałam stories, bo wiedziałam, że dziewczyny będą chciały go poznać.

Gdybyś mogła stworzyć swój własny, idealny zestaw kosmetyków do twarzy, jakie trzy produkty by się w nim znalazły?

W porannej pielęgnacji wybiorę delikatny żel do mycia twarzy, serum nawilżające z kwasem hialuronowym oraz krem ochronny SPF 50+. Na wieczór wybiorę olejek do demakijażu, żel oczyszczający i gęsty, odżywczy krem na noc ”

YOUR SKIN OUR PASSION

REVERS[®]
COSMETICS





MIĘCZYŻNA



Męska pielęgnacja – od podstaw do zaawansowanych rytuałów. Czy rynek beauty nadąża za nowymi oczekiwaniami mężczyzn?

Przez lata męska pielęgnacja była traktowana jako nisza – ograniczała się głównie do żelu pod prysznic, szamponu i balsamu po goleniu. Obecnie coraz więcej mężczyzn świadomie inwestuje w swoją skórę i włosy, a marki zaczynają dostrzegać, że ich potrzeby wykraczają daleko poza podstawowe produkty higieniczne.

KROLINA PIETRZAK



Dzisiejszy konsument-mężczyzna poszukuje produktów skutecznych, ale też dopasowanych do jego stylu życia. Często sięga po minimalistyczne rozwiązania typu 2w1 czy 3w1, ale coraz częściej wybiera także specjalistyczne produkty – sera przeciwzmarszczkowe, kosmetyki do skóry wrażliwej czy rytuały pielęgnacyjne inspirowane segmentem premium. To oznacza, że rynek beauty nie może już traktować męskiej pielęgnacji jako dodatku – musi rozwijać dedykowane linie odpowiadające na różnorodne potrzeby: od aktywnych sportowców po panów świadomych anti-agingu.

Co wybierają mężczyźni w 2026?

Najpopularniejsze kierunki męskiej pielęgnacji:

- Kosmetyki multifunkcyjne – kremy nawilżające z SPF, balsamy łączące działanie anti-aging i ochronę przed zanieczyszczeniami.
- Pielęgnacja włosów i brody – olejki, balsamy i szampony, które dbają o zdrowy wygląd i komfort skóry.
- Self-care dla mężczyzn – coraz więcej panów sięga po maseczki, peelingi i produkty relaksacyjne, wcześniej utożsamiane głównie z kobiecą pielęgnacją.
- Kosmetyki premium – segment luksusowy dla mężczyzn rozwija się dynamicznie: od eleganckich kremów w minimalistycznych opakowaniach po zaawansowane kuracje przeciwstarzeniowe.

Przyszłość męskiego beauty

Rynek beauty powinien iść w stronę edukacji i normalizacji męskiej pielęgnacji. Dla wielu mężczyzn barierą nie jest brak produktów, ale brak wiedzy, jak ich używać i dlaczego warto. Kluczowe stają się:

- transparentne komunikaty – bez skomplikowanego beauty-jargonu, w prosty sposób tłumaczące działanie składników,
- estetyka opakowań – proste, eleganckie, bez przesadnej kolorystyki,
- dopasowanie do stylu życia – produkty szybkie w użyciu, ale skuteczne,
- inspiracja influencerów i ekspertów – mężczyźni chętnie uczą się pielęgnacji od autorytetów, którzy pokazują ją jako element nowoczesnego stylu życia, a nie „dodatkowy obowiązek”.

Kierunek rozwoju

Męska pielęgnacja 2026 to ogromna szansa dla branży beauty. Panowie są coraz bardziej otwarci, ale wciąż oczekują prostoty i skuteczności. Dlatego przyszłość to kosmetyki hybrydowe (pielęgnacja + ochrona + stylizacja), personalizacja (np. produkty dopasowane do rodzaju skóry i trybu życia) oraz self-care jako element codzienności, a nie wyjątek.



Mężczyźni chcą czegoś więcej niż „uniwersalnego żelu 3w1”. Oczekują kosmetyków, które łączą skuteczność, funkcjonalność i prostą komunikację. Rynek beauty, odpowiadając na te potrzeby, powinien przestać traktować męską pielęgnację jako margines – to segment, który dynamicznie rośnie i ma potencjał, by stać się jednym z kluczowych obszarów rozwoju branży.



Influencerzy 2.0 – eksperci czy celebryci?



KAMA RÓŻYCKA

W świecie beauty influencerzy już dawno przestali być jedynie twarzami promujących produkty. W 2026 roku ich rola ewoluje w kierunku Influencerów 2.0 – nie tylko ikon stylu, ale też ekspertów, którzy realnie kształtują rynek kosmetyczny i edukują społeczność.

Od popularności do autorytetu

Kiedyś liczyła się przede wszystkim liczba obserwujących. Dziś marki i konsumenci patrzą głębiej – na wiedzę, doświadczenie i autentyczność twórcy. Influencer 2.0 to osoba, która łączy pasję z profesjonalizmem: dermatolodzy-amatorzy, makijażystki z własnym warsztatem, entuzjaści wellnessu z certyfikatami w dziedzinie zdrowia i pielęgnacji. Popularność bez merytorycznego zaplecza nie wystarczy – liczy się wartość, jaką influencer wnosi do życia swoich odbiorców.

Celebryta czy ekspert?

Granica między celebrytą a ekspertem coraz bardziej się zaciera. Niektórzy influencerzy łączą obie funkcje: mają ugruntowaną pozycję w mediach społecznościowych i autorytet w swojej dziedzinie. To sprawia, że stają się wiarygodnymi ambasadorami marek, a ich rekomendacje mają realny wpływ na decyzje zakupowe. W 2026 roku widzimy trend: konsumenci szukają nie tylko inspiracji, ale też wiedzy i rzetelnych opinii.

Nowe formy współpracy

Marki kosmetyczne coraz częściej zapraszają influencerów do udziału w kreowaniu produktów czy testowaniu innowacji w laboratoriach. Influencer 2.0 nie jest już tylko „twarzą kampanii” – staje się partnerem w rozwoju produktów, konsultantem i edukatorem. To podejście zmienia też formę contentu – od krótkich postów po długie poradniki, webinary i sesje Q&A.

Co przyniesie przyszłość?

Trend na edukacyjnych i profesjonalnych influencerów będzie się umacniał. W 2026 roku marki beauty, które chcą pozostać w czołówce, muszą inwestować w autentycznych twórców, którzy łączą wiedzę, doświadczenie i charyzmę. Influencerzy 2.0 to nie tylko celebryci – to eksperci, których opinia realnie kształtuje rynek i trendy w pielęgnacji i makijażu.

PLUMERIA

NATURALS



PLUMERIA
NATURALS
PREMIUM GOLD BODY SCRUB

INGREDIENT
Aqua, Synthetic Fluorophosphate, Alcohol, Glycerine, Polyacrylate, CS-11 Pareth-6, Niacinamide, Stearic Acid, Crosspolymer, Prunus Amygdalus, EDTA, Butyrospermum Parkii

CAUTIONS
For external use only. Discontinue use if irritation occurs.

HOW TO USE
Apply a generous amount of Premium Gold Body Scrub to damp skin.

Unveil a more radiant you with our Premium Gold Body Scrub.

**Naturalna
pielęgnacja
premium
z etycznym sercem**



ZIMA

Zima to czas regeneracji – każdego dnia czuję się świeższa i silniejsza.

@bulletofbeauty_magazyn

BEAUTY TRENDBOOK 2026



TIKTOK JAKO KANAŁ SPRZEDAŻY – CZY WCIAŻ DYKTUJE TRENDY?



Od momentu swojego globalnego debiutu TikTok stał się jednym z najważniejszych kanałów w branży beauty, fashion i lifestyle. W krótkim czasie zyskał reputację nie tylko platformy rozrywkowej, ale też potężnego narzędzia sprzedażowego, które realnie wpływa na decyzje konsumenckie. W 2026 roku warto przyjrzeć się, jak TikTok ewoluje jako kanał sprzedaży i czy nadal wyznacza trendy w świecie beauty.

Krótki format, wielki wpływ

Siła TikToka leży w dynamicznym formacie wideo, który pozwala w kilka sekund zaprezentować produkt, pokazać jego działanie i wywołać emocjonalną reakcję widza. W branży beauty krótkie tutoriale, recenzje czy „before & after” stały się natychmiastowymi hitami, a produkty rekomendowane w viralowych filmikach sprzedają się w rekordowym tempie. Badania wskazują, że konsumenci znacznie szybciej podejmują decyzje zakupowe pod wpływem TikToka niż innych kanałów social media, co czyni go atrakcyjnym miejscem dla marek.

Algorytm, który sprzedaje

TikTok wciąż zaskakuje algorytmem rekomendacji, który potrafi w kilka godzin wynieść nieznaną produkt do rangi hitu. Dla marek oznacza to szansę na natychmiastowy wzrost sprzedaży, ale też wyzwanie – konkurencja jest ogromna, a uwagę użytkowników trzeba zdobyć błyskawicznie. W 2026 roku trend ten utrzymuje się, ale wymaga bardziej strategicznego podejścia: kreatywność, autentyczność i precyzyjne targetowanie są kluczem do sukcesu.

E-commerce wbudowany w platformę TikTok nie jest już tylko miejscem inspiracji – to w pełni funkcjonalny kanał sprzedaży. Funkcje takie jak TikTok Shop, integracje z platformami e-commerce i płatności w aplikacji umożliwiają użytkownikom zakup produktu bez opuszczania aplikacji. To sprawia, że TikTok staje się alternatywą dla tradycyjnych sklepów online i umożliwia markom bezpośredni kontakt z konsumentem.

Trendy, które przetrwały

W ostatnich latach TikTok wyznaczał trendy nie tylko w produktach, ale także w formatach marketingowych. W 2026 roku nadal widzimy, że krótkie filmy, storytelling „od kuchni”, recenzje influencerów i challenge z produktami pozostają najskuteczniejszymi sposobami angażowania użytkowników. Jednak pojawia się nowy trend – długoterminowa edukacja: tutoriale, poradniki pielęgnacyjne i eksperckie testy zyskują popularność, co zwiększa wiarygodność i buduje zaufanie do marek.

Czy TikTok nadal dyktuje trendy?

Odpowiedź brzmi: tak, ale w zmienionej formie. TikTok nadal jest miejscem, gdzie produkty mogą stać się viralowe i błyskawicznie zyskać popularność, ale marki muszą podejść do platformy bardziej strategicznie. Sukces zależy od połączenia autentycznego contentu, współpracy z influencerami oraz efektywnego wykorzystania funkcji e-commerce.



Konsumenci w 2026 roku oczekują nie tylko rozrywki, ale też wartości i rzetelnych informacji, dlatego marketerzy powinni inwestować w treści, które edukują i inspirują jednocześnie.

TikTok pozostaje jednym z najważniejszych kanałów sprzedażowych w branży beauty, ale jego rola ewoluje. Platforma przestała być tylko miejscem viralowych hitów i krótkich wideo – stała się kompleksowym ekosystemem sprzedaży i edukacji konsumenckiej. Marki, które chcą utrzymać pozycję lidera w 2026 roku, muszą korzystać z TikToka w sposób przemyślany, kreatywny i angażujący, łącząc viralowy potencjał z autorytetem i ekspercką wiedzą.

TikTok nadal dyktuje trendy, ale sukces wymaga już czegoś więcej niż chwytliwego wideo – to strategia, autentyczność i zrozumienie społeczności decydują o realnym wpływie na sprzedaż i lojalność konsumentów.





Warszawa, 2025 r.

© Bulletofbeauty.com



0000000000000

Follow us



@bulletofbeauty_magazyn