

## 메이컵 이노베이션과의 만남

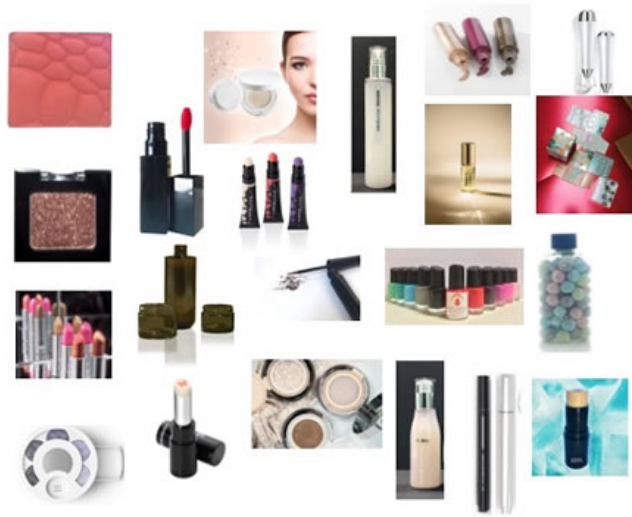


서울에서 열릴 이번 메이컵인 아시아는 올해도 찬란한 컬러를 예고한다! 화사한 한국의 봄날에 서울 콘래드 호텔에서 다시 만나는 이번 페어에는 메이컵 산업 최고의 꽃들이 만발한다. 페어의 일환으로 몇 주전에 실시된 이노베이션 모집 또한 대성공이다. 포뮬라, 패키징, 플서비스, 액세서리 분야의 참가업체에서 출품한 총 33개의 제품 중 전문가로 구성된 선정단이 테스트하고 평가했다. 더욱 내추럴한 베이스와 성분으로 개성 있는 포뮬레이션에 멀티기능과 감각을 엮은 기발한 아이디어 제품들이 경쟁하여 포뮬레이션 12개제품, 플서비스 5개 제품, 패키징 6개 제품이 선정되었다. 이 제품들은 2017 이노베이션 제품 트리에 전시된다. 이들간의 집중적인 서울 페어 동안 방문객들은 아시아 메이컵 분야의 강한 트렌드를 한 눈에 읽을 수 있을 것이다.



선정단으로 애써주신, 인포메이션 & 인스피레이션의 창업자이자 아시아 코스메틱, 뷰티, 웰빙 마켓 전문가인 플로랑스 베르나르데 ; 트렌드와 스타일, 이노베이션 컨설팅 에이전시인 페슬레 파리의 국제교류/수출 사업 개발 매니저인 엘로디 줄리베 ; 뷰티월드 컨넥션 컨설팅의 창업자인 샤를-엠마누엘 구노 ; 코스메틱 패키징 이노베이션 전문 에이전시인 썸빠의 창업자인 장-루이 마르티에 ; 포뮬레이션 전문가이자 코스메틱 분야의 국제 컨설턴트인 루이자 올리바 ; 유럽 패키징 스쿨(ESEPAC)의 학장인 세르쥬 게르만, 뷰티와 럭셔리 분야 마케팅/이노베이션 컨설팅 업체 In.signes의 창업자이자 경영자인 제랄드 마틴에 감사드리며 이들 대부분은 작년에도 힘써주신 분들이다:

그리고 이 평가에 가장 혁신적이라 선정된 제품들은 그래픽디자이너이자 무대설계가인 잔느 라플랑뜨가 구상하여 제작, 연출한 이노베이션 트리에 걸어 전시된다.



또한 제품을 출품해준 알베아, 코손, 압타, 잉글우드, FS 코리아, 고타 코스메틱, 인터코스, 나스트리텍스, 올리브 패키징, 레드 오브 뷰, 스트랜드 코스메틱, 태신인팩, 유니팩 코리아, 지냐고 베토로에도 감사드린다.

### 아시아 : 새로운 메이크업의 표현(하이브리드, 내추럴 그리고 DIY)!



4월 6일 오후 2시에 인포메이션 & 인스피레이션의 창업자인 플로랑스 베르나르덴이 바로 이 주제로 컨퍼런스를 진행한다. 그 어느 때 보다 아시아의 메이크업 제품은 케어와의 하이브리드와 퓨전이다. 여기에 내추럴이 유행의 아이콘이 되고, 건강에의 접근까지 동시다발적으로 포지셔닝 되고 있다!

쿠션 파운데이션 분야의 개척자는 멀티 케어(화이트닝, 보습, 안티에이징, UV 차단) 제품이라는 전대미문의 컨셉으로 시작했다. 파운데이션 포뮬라와 연합한 이 개념은 시간이 모자란 한국여성들에게 매우 스마트한 메이크업을 가능하게 했다. 지난 6월에 출간된 한국 TNS의 조사에 따르면, 앙케이트를 했던 여성들 중 현재 54%가 이 포뮬라의 파운데이션만을 사용한다는 것을 확인하고 있다.

아모레 퍼시픽의 뒤를 이어 4 세대에 이른 이 제품이 커버력, 채도, 색채의 관점까지 그 모든 가능한 접근을 열거 했으니, 안색의 광채와 화사함을 이만큼 보증하기도 힘들 것이다.

그런데 이 피부톤의 빛과 광채가 오늘날 한국뿐 아니라 중국에서도 새로운 <톤업> 크림으로 표현되고 있다. 영양과 수분 투명함과 세련됨뿐 아니라 여기에 완전 놀라운 빛의 효과를 주기 위해 티타늄이나 진주가루를 각각, 또는 함께 첨가한 크림들이다. 이 <톤업> 크림들은 즉각적인 메이크업 효과를 통해 화이트닝 케어의 영역을 흔들대지만 피부미용에 절대적으로 필요한 특별 케어를 보증한다.

케어와 내추럴의 표현은 오일 베이스의 포뮬레이션에의 심취에서도 감지된다 : 변함없이 얼굴에 윤기 효과를 주고, 광채와 콤포트 타입의 틴트 같은 입술 포뮬라들에 더 변화된 컬러를 위해 적용되고, 분말과 크림 아이세도우 포뮬라를 부드럽게 미끄러지듯 발라지게 하며 눈두덩이를 케어한다.

내추럴은 또한 음과 양에 기초한 전통 한의학에 뿌리를 두는 균형의 미학과 함께 음식으로부터 온 성분이 상당 부분 차지하는 포뮬라로 메이크업의 표현 영역에서도 발견된다 : 즉, 먹을 수 있는 성분들이 화두가 되고 있다. 건강에 좋다면 뷰티에도 좋다고 볼 수 있다는 의미이다.

끝으로 <고객 맞춤> ..... 이 멀티플한 결과를 내는 선택과 다양성은 메이크업의 즐거움이라는 효과를 배가한다. 이는 아시아에서 진정한 메이크업의 해방구로 자리잡았다. 한국의 쿠션 파운데이션이나 립스틱의 미적인 면을 강조한 패키징, 다양화된 어플케이터와 블렌더, 또한 튜브형으로 출시되는 신제품과 다양한 컬러와 결과물을 혼합하고 창조하고 즐기기 위해 회화의 세계에서 영감을 받은 팔레트 등을 주목하자.

메이크업은 정말이지 그 오랜 시간의 규칙과 구속 이후에 개성의 표현과 즐거움이 된 것이다.

### 메이크업 산업의 < 최고 엘리트 >

