

Expositores, premiados e depoimentos de participantes da in-cosmetics Latin America 2023:

Expositores

Entre as novidades apresentadas, a **Chemyunion** anunciou lançamentos em *skincare* e hair care. O **Peptid4 S- Control**, que, de acordo com Patricia Moreira, diretora global de marketing e diretora comercial de *personal care* e *home* no Brasil da empresa, "utiliza princípios de química verde e foi desenvolvido para controle do excesso de oleosidade da pele com eficácia rápida, em quatro horas". E, também, o **Polluout® Detox**, que promove tratamento avançado aos fios contra danos invisíveis, causados por metais presentes na água, por exemplo, e pode potencializar resultados de procedimentos posteriores, como aplicação de uma máscara ou uma tintura, segundo conta a executiva.

Outro destaque foi o **Rootness mood +**, da **Clariant**, ativo natural que reproduz os benefícios da luz do sol para a pele, sem a necessidade de exposição solar, impactando na saúde, melhora no humor e na sensação de bem-estar.

Já o **Liftyl™ biofunctional**, da **Ashland**, que propõe uma forma não invasiva de harmonização facial, com ativo proveniente da árvore Rosewood (pau rosa), por meio da tendência de *upcycling*, foi um dos lançamentos que chamou a atenção do público. Cássia Silveira, gerente de contas, ressalta que "temos visto cada vez mais a aderência de representantes de multinacionais vindo em peso para ver as novidades que trazemos para as matérias-primas. Então, a cada edição temos um público que considera a feira como um ponto focal de inovação".

Para Douglas Santana, gerente de marketing da **Scentec**, "a in-cosmetics é uma oportunidade de fomentar a região, contribuindo para o seu desenvolvimento. Recebemos clientes dos mercados indiano, europeu e americano, o que é muito positivo. Vemos a relevância da feira em nível global".

Anne Miwa Sato, gerente de marketing na América do Sul da **BASF**, explica que "voltamos no ano passado, tivemos muito sucesso e nesta edição não foi diferente. O potencial do evento contribui para que tenhamos bastante participação no mercado e interação com os clientes. Por ser uma feira de ingredientes, traz um público qualificado, equipes de P&D, e isso é muito importante porque são os profissionais envolvidos em decisões de projetos".

Perfumista da **OAK Fragrances**, Rafael Pataca, conta que a empresa apostou no tema Brasilidade nesta edição e buscou destacar novas criações desenvolvidas a partir de pesquisas na Amazônia. "Ao invés de trazermos os óleos essenciais, fui até a região, estudei as frutas e trouxe, de uma forma sintética, as fragrâncias inspiradas nelas, elaboradas com ingredientes sustentáveis, com baixa emissão de CO₂ e biodegradáveis, preservando a floresta". Sobre a recepção do público, o especialista destaca que "foi algo muito curioso. Os profissionais visitantes esperavam algo baseado em óleos essenciais e surpreendemos com novidades e experiências".



Bianca Cava, gerente de vendas e novos negócios de personal Care na **Stepan** revela: "tivemos muitas pessoas no estande. Tem três feiras que participamos consecutivamente e vem sendo um sucesso para a empresa. Não tínhamos esse costume. Estamos muito felizes com o resultado".

Visitantes

Luciana Amiralian, Diretora P&D e Inovação da Phisalia Cosméticos, costuma visitar o evento para conferir lançamentos. Ela também formou a comissão de jurados do **Green Ingredient Awards**. "Foi um prazer ser jurada desse prêmio de inovação de matérias-primas verdes. Tem várias empresas trazendo inovação usando o *upcycling*, algo muito atual hoje em dia, e foi uma honra ter acesso aos trabalhos desenvolvidos".

Especialista de marketing na categoria cabelos no **Grupo Boticário**, Larissa Borges, esteve no evento pela segunda vez. A primeira foi na edição de 2022. "A feira estava muito bem organizada e os estandes completos. Vimos muitas novidades para couro cabeludo. A cada ano, percebemos também uma evolução em sustentabilidade com origens mais naturais".

Já Giovana Gomes Scoton, analista de marketing no Grupo Boticário acrescenta: "os fornecedores estão muito ligados ao tema ESG, não apenas a processos sustentáveis, mas também em ingredientes voltados para a longevidade da população".

Em primeira participação no evento, Jeferson Reuter, sócio fundador da **Reuter Química**, empresa localizada em Brasília (DF), também veio conferir produtos e as tendências de mercado para impulsionar negócios e relacionamentos. "Participamos dos dois dias de feira. Queremos crescer e, para isso, buscamos conhecer as novidades para atender melhor os consumidores. Conseguimos ampliar nosso *networking* e conhecer pessoas de diferentes países", revela.

Para Juliana Rakoza (@julianarakoza), influenciadora de beleza e maquiadora, visitar a in-cosmetics trouxe a oportunidade de ter contato com universo da formulação de produtos. "Trabalho há muitos anos na área e recebo produtos finalizados para falar sobre a performance de fórmulas para consumidores, que são minhas seguidoras e clientes. Então, é muito importante estar próxima das empresas formuladoras e desenvolvedoras de ativos. Nós, influenciadores, e também o público que consome os produtos, estamos mais interessados em saber como matérias-primas são desenvolvidas em questões de sustentabilidade. No evento, pude ver que existem muitas soluções para isso".

Prêmios e experiências

O primeiro dia do evento contou com as premiações que destacam inovação e sustentabilidade nas categorias: **Green Ingredient Awards**, que teve o Sea Balance 2000, da Carbonwave, como vencedor; **Prêmio in-cosmetics Innovation Zone Best Ingredient**, com os primeiros lugares para RetiLife™, da Givaudan (ingrediente ativo)



e Sea Balance 2000 (ingrediente funcional); e o **Prêmio de Inovação ABIHPEC** que foi para a Innovasell Fine Ingredients & Actives. "Muito nos chama a atenção a qualidade e a velocidade dos avanços técnicos apresentados, reflexo do comprometimento em trazer para o mercado, iniciativas inovadoras e diferenciadas", discursou João Carlos Basilio, presidente-executivo da ABIHPEC, durante a cerimônia. As listas completas de finalistas estão disponíveis no site oficial <https://www.in-cosmetics.com/latin-america/pt-br/programacao/premiacao.html>.

O evento também foi marcado por experiências promovidas pelos expositores. A **Stepan** ambientou o estande como um conceito de gelateria para apresentar as diferentes texturas dos produtos do portfólio.

Já a **Vollmens Fragrance**, promoveu uma imersão por novas fragrâncias criadas por quatro perfumistas para perfumaria, loção hidratante e sabonete, a partir de ingredientes como pau rosa, sândalo, baunilha e madeira de guaiaco, reforçando o conceito de Converscent (pensamento interespecies). "Elegemos algumas espécies e plantas que são usuais na perfumaria e que em algum momento correram o risco de entrar em extinção. A in-cosmetics Latin America é uma vitrine, onde temos a oportunidade de mostrar nosso potencial criativo", diz Vanessa Azevedo, gestora de marketing da empresa.

A programação contou, ainda, com o apoio do Conselho Consultivo formado por marcas como: Almanati; Bergamía; Care Nature Beauty; Souvie; Face It; Farmamake; Grupo Laces; Holistix; Kind Beauty and Care; Makeda Cosméticos; Meu Q; Pink Cheeks; Quintal - Casa Feito Brasil e Simple Organic.

Para Cléber Barros, consultor técnico do evento, além de vitrine para lançamentos, relacionamento e negócios, a feira "traz soluções que promovem qualidade de vida, já que as formulações impactam na autoestima, na confiança e no bem-estar dos consumidores dos cosméticos".

