

Polska



Love Cosmetics Awards - to, co
najlepsze w P-Beauty

2019-06-10 10:32:21



23 maja 2019 r. w warszawskiej Szarotce na Mokotowie odbyła się uroczysta gala wręczenia pierwszych nagród w konkursie Love Cosmetics Awards, którego organizatorem jest branżowy portal WirtualneKosmetyki.pl.



To konkurs, którego wyróżnikami są: globalna promocja P-Beauty, nowatorskie kategorie dobrze współgrające z aktywnością firm w social mediach, a także uczciwe oceny i profesjonalny skład jury. W tym roku jurorzy nagrodzili 40 najciekawszych produktów kosmetycznych oraz przyznali dziesięć nagród biznesowych.



Merytoryczne oceny wyłaniają zwycięskie firmy i produkty

Profesjonalne grono jurorów (dziennikarze: Lidia Lewandowska - WirtualneKosmetyki.pl, Anita Błaszczak - "Rzeczpospolita", Maria Kowalczyk - Vogue.pl oraz "Wysokie Obcasy"; analityczka social mediów: Jagoda Prętnicka-Markiewicz; wykładowca w katedrze Zarządzania Marketingowego na Akademii Leona Koźmińskiego: dr Jolanta Tkaczyk, lekarz dermatolog: Bartosz Kwiek, właścicielka firmy z obszaru oceny bezpieczeństwa kosmetyków: Justyna Koziej oraz popularna aktorka Jolanta Fraszyńska) ekspercko oceniło produkty pod względem atrakcyjności samej marki, emocji, jakie wywołuje produkt, a także jakości - czyli pod lupą znalazły się

skład i zastosowane technologie.



Jurorzy przyznali również nagrody biznesowe, np. za eksport czy rozwój portfolio. Te nagrody będą stałym elementem LCA, bo to właśnie biznes kosmetyczny jest clue branżowego portalu Wirtualne Kosmetyki, organizatora konkursu.



Love Cosmetics Awards jest absolutnie transparentnym konkursem. I bardzo żywym. Każdy, kto śledzi social media Wirtualnych Kosmetyków, Love Cosmetics Awards oraz poszczególnych jurorów mógł oglądać krótkie filmy recenzujące zgłoszone produkty.



Konkurs ujawnia trendy i kierunki rozwoju branży

Tych było niemało. Jeśli odwołamy się do SKU, to do konkursu zgłoszono ponad 700 kosmetyków. Produktów marek koncernowych, silnych polskich firm kosmetycznych, jak również ciekawe propozycje startupów. Piękne personalizowane statuetki trafiły do przedstawicieli każdej z tych grup.



Ten konkurs pokazał jak w soczewce: jakie trendy i idee dominowały w ostatnim roku na rynku. Co dziś intryguje konsumentów. Jakie nowinki i innowacje wdrażają marki kosmetyczne. Który kierunek jest najchętniej eksplorowany, a gdzie pojawiają się rozwiązania pionierskie.



Wspólne majowe świętowanie

Gala w Szarotce miała piękną oprawę, ale przede wszystkim była prawdziwym świętem całej branży oraz otoczenia biznesowego i instytucji z nią powiązanych. W wydarzeniu udział wzięły firmy z wieloletnim doświadczeniem i startupy, koncerny i manufaktury, przedstawiciele sieci handlowych, dostawców oraz Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.



Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Podczas gali ważną częścią była licytacja obrazów na rzecz Fundacji Piękniejsze Życie. Celem fundacji jest pomoc kobietom, które są w trakcie trudnego leczenia onkologicznego. Firmy Janda i Oceanic wylicytowały dwa obrazy, łącznie za ponad 3 tys. zł! Jak widać piękna branża potrafi pięknie pomagać. I to dobro, którym tak chętnie dzielimy się z innymi, jest tym, co również wyróżnia firmy kosmetyczne działające na polskim rynku.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego