História kozmetológie, kozmetiky a hygieny (v rokoch) 2 :)

V 20. storočí
- začiatok storočia:
- bol obdobím Art Nouveau, ktorého základným princípom bol boj proti všetkému štandartnému, zaužívanému,
- v parfumérii sa objavili mimoriadne snahy o krásu flakónu,
- roku 1900 prišiel s moderným kondicionérom nazývaným *Brilantina*Ed Pinaud. Tento výrobok sa používal nielen na vlasy, ale aj na zjemnenie fúzov a brady. Neskôr sa do kondicionéru začal pridávať napríklad silikon alebo iné chemické látky, ktoré odstránili pocit mastnoty,
- roku 1901 Gillette spolu s Williamom Nickersonom získali patent pre holítko v tvare T, ktoré sa hore otváralo a majiteľ tak mohol starú žiletku jednoducho vymeniť za novú[1],
- roku 1904 vynašiel berlínsky drogista Hans Schwarzkopf zmes na umývanie vlasov, ktorá sa rozpúšťala vo vode. V priebehu niekoľkých rokov potom rozšíril svoju ponuku práškových šampónov o šampóny pre rôzne druhy vlasov[2],
- roku 1907 sa François Coty (pre ktorého predstavoval flakón ozajstné umenie, odrážajúce kvalitu svojho obsahu) spojil s nemenej známym sklárskym majstrom René Lalique a spoločne začali s komercializáciou parfumu *Ambre Antique*,
- v čase Prvej svetovej vojny (1914-1918):
- britva *Gillette* bola súčasťou výbavy každého amerického vojaka,
- roku 1915 vyšiel magazín Harper´s Bazaar s fotografiou modelky, ktorá po prvýkrát ukázala nahé ramená a holé podpažie. Následne potom prišla firma Wilkinson Sword s kampaňou, že chĺpky v podpažuší sú nehygienické a neženské. A tak si ženy, vďaka reklame, začali holiť aj tieto telové partie,
- po vojne:
- nastúpila modernita a s ňou spojený trend priniesť niečo nové, exotické. Art Déco vystriedal Art Nouveau. Paul Poiret, ktorý sa už zaslúžil o revolúciu v módnom návrhárstve, spôsobil prevrat takisto vo svete parfumov. Stal sa prvým módnym dizajnérom-parfumérom s parfumom *Rosine*, pomenovanom po svojej najstaršej dcére. Sám si navrhoval flakóny. Inšpiroval veľké množstvo módnych návrhárov, ktorí najprv začali ponúkať malé flakóniky klientkám ako darček, neskôr začali s predajom parfumov nesúcich ich meno,
- pomaly sa predaj flakónov stal oveľa lukratívnejší biznis ako predaj rób[3],
- v 20. rokoch:
- flakóny sa stávali čím ďalej tým viac originálnejšími a nápaditejšími,
- roku 1921 bol na trh uvedený mýtický *N°5* od Chanel vytvorený Ernestom Beauxom. Parfém doteraz zastáva miesto prototypu aldehydového parfumu,
- roku 1925 na Svetovej výstave dekoračného umenia sa návštevníci stretli s najznámejšími francúzskymi parfumérmi: s Cotym a jeho skvelými flakónmi vôní *Lalique*, *Rosine* a s Guerlainom, ktorý prišiel s legendárnou vôňou *Shalimar* vo flakóne *Baccarat*. Parfum *XXIII* od Delettrez bol prezentovaný *13 perlami*. Boucheron, parfumér-klenotník prišiel s flakónom posiatym bižutériou. Objavil sa aj flakón vo forme náramku *Jaïpur* a celkom najnovšia vôňa *Initial*,
- roku 1927 bol André Fraysseom na trh uvedený *Arpège* od Lanvina v slávnom flakóne v tvare čiernej gule,
- roku 1927 bol verejnosti predstavený tekutý šampón. Ten sa už aplikoval priamo na mokré vlasy, ale ešte stále obsahoval mydlové zložky, ktoré brali vlasom ich lesk,
- roku **1929 sa** objavil první elektrický holiaci strojček, ktorý ale verejnosť príliš nezaujal. Veľkým prínosom pre obchod s elektrickými strojčekmi bol inžinier Alexander Horowitz, ktorý priniesol firme Philips viac ako 130 patentov,
- v 30. rokoch:
- prišlo do módy opäť holenie obočia a jeho spätného maľovania tužkou,
- začalo byť populárne tiež odstraňovanie chĺpkov pomocou vosku,
- roku 1930 bol na trh uvedený *Shocking* od Shiaparelliho s flakónom vo forme ženskej busty,
- roku 1933 sa začal pod názvom *Schwarzkopf extra jemný* predávať nealkalický šampón,
- roku 1936 spôsobil revolúciu v natáčaní vlasov anglický vedec J. B. Speakman. Objavil látku, ktorá menila štruktúru vlasov. Teplo už nebolo treba,
- roku 1938 bola vynájdená zubná kefka s nylonovými štetinami,

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania

Britva a puzdro, kovová kulma na onduláciu a ručný strojček na strihanie vlasov z prvej polovice 20. storočia

- počas Druhej svetovej vojny (1939-1945):
- roku 1939 bola vo Švajčiarsku verejnosti predstavená elektrická zubná kefka,
- si ženy chĺpky na nohách a v podpazuší často odstraňovali brúsnym papierom,
- v roku 1**942** byl verejnosti v Británii predstavený prvý dvojvrstvý toaletný papier,
- po Druhej svetovej vojne:
- oslobodenie prinieslo nové možnosti: éru hojnosti a rôznorodosti v kreáciách,
- nastal rozvoj vlasovej kozmetiky,
- rok 1945 priniesol veľa známych parfumov oslavujúcich víťazstvo: *L'Heure attendue* od Patou, *Coeur joie* od Nina Ricci, *Le Roy soleil* od Schiaparelli, flakón navrhol Salvador Dali. Bol to takisto rok kedy uzrel svetlo sveta parfum *Femme* od Rochas vytvorený v roku 1944 Edmondom Roudnitskom,
- nová vlna módnych dizajnérov-parfumérov zachvátila Francúzsko. *Vent Vert* od Balmain, *Ma griffe* od Carven, *Bandit* od Piguet, *l'intemporel Air du Temps* od Nina Ricci a samozrejme *Miss Dior* od Christiana Diora,
- roku 1949 sa objavil na trhu prvý šampón značky *Schauma*, ktorý bol prevratný v tom, že bol v tube a preto sa lepšie aplikoval na vlasy,
- 50. roky:
- priniesli skupinu nezávislých parfumérov alebo parfumérov patriacich k parfumovaným domom, vznikli prvé spoločnosti ako napríklad Roure (Francúzsko), International Flavors and Fragrances (IFF, USA), Firmenich et Givaudan (Švajčiarsko),
- roku 1955 sa v Nemecku objavil prvý lak na vlasy - *Taft*,
- 60. roky:
- roku 1961 bola vyrobená prvá „studená" trvalá pre domáce použitie,
- 70. a 80. roky:
- priniesli veľkú rôznorodosť,
- počas sedemdesiatych rokov sa dostali do módy vône Indie a ďalekého Orientu: santalové drevo, pižmo, pačuli. Známi parfuméri samozrejme nasledovali tento trend. Lancôme s *Magie Noire*, Guy Laroche s *J´ai osé* ale

najmä *Opium* od Yves Saint Laurenta, uvedené na trh v roku 1976 predstavujúce parfum područia a vynucujúci si priestupky, útek či opitosť. Orientálny trend pokračoval a bol viditeľný takisto pri *Fidji* od Guya Larochea, *Madame Rochas* od Rochasa, *Calèche* od Hermèsa, *Eau Sauvage* od Diora, *Anaïs Anaïs* od Cacharela, *Chamade* od Guerlaina a mnohých ďalších,
- ropný šok a ekonomická kríza po roku 1974 priniesli skepsu a pesimizmus počas osemdesiatych rokov. Na druhej strane prišla éra hippies a pracujúcich dievčat. V kurze boli napríklad *Poison* od Diora a *Obsession* od Calvina Kleina,
- **na začiatku 90. rokov:**
- vstúpila parfuméria do veľkého globálneho sveta. 10 skupín reprezentujúcich 80 značiek si rozdelilo 60 % svetového trhu. Lancaster a Coty, ktorí sa spojili s Unileverom, sa stali svetovými lídrami v tejto oblasti so značkami ako Elizabeth Arden, Cerruti, Calvin Klein, Chopard, Joop. Najvplyvnejšia bola skupina LVMH (Dior, Givenchy, Kenzo, Loewe a najmä Guerlain), l´Oréal (Armani, Cacharel, Lancôme, Lanvin, Ralph Laurent, Paloma Picasso),
- marketing sa stal dôležitou súčasťou obchodu s kozmetikou (pravidlá: flakón musí byť originálny a pútajúci pozornosť, reklamné plagáty musia mať vysokú umeleckú hodnotu a majú byť viditeľné na všetkých strategických miestach[4]. Dôležitá je taktiež modelka. Ako napríklad Uma Thurman pre *Miracle* od Lancômea, Elizabeth Hurley pre *Estée Laudera*...), rozdávajú sa vzorky, miniatúry a parfumované karty na prilákanie potenciálnych zákazníkov. Prestali existovať nejaké výrazné trendy, prišla skutočná rôznorodosť. Každý si môže vybrať vôňu podľa svojej vlastnej osobnosti či momentálnej nálady: napr. *J'adore* od Diora pre modernú ženu, *Lacoste Woman* pre ženu športovkyňu, *Rush dd Gucci* pre ženu zmyselnú. *Miracle* od Lancômea je určená pre romantické duše, *Mahora* od Guerlaina upúta ženy plné slnka, *Baby-doll* od Saint-Laurenta sa hodí pre lolitky. **Tento trend pokračuje dodnes!**

[1] První rok predaja bol katastrofálny, predalo sa iba 51 strojčekov a iba 168 čepelí. Avšak hneď v následujúcom roke, aj bez reklamy, sa predalo strojčekov viac 90 tisíc a viac ako 12 milionov čepieľok.
[2] Na umývanie vlasov sa v minulosti používali voda a mydlo. Mydlo sa však do vlasov ťažko dostávalo a rovnako ťažko zmývalo. Naviac účinok mydla po vysušení nevyzeral príliš esteticky. Postupne sa do vody, v ktorej sa mydlo varilo, pridávali bylinky, ktoré mali vlasom dodať lesk a vôňu.
[3] Doteraz platí, že módne návrhárstvo je sponzorované pafumom svojej značky.
[4] Viď kampane na parfum *Opium* od Yves Saint Laurenta, či kampaň na *Mahoru* od Guerlaina.

História kozmetiky na území dnešného Slovenska