



стюардессы Pan Am в 1960-е: ровный тон, тонкая или растушеванная стрелка, бежевые или серо-коричневые тени, натуральные розово-бежевые румяна, тушь, блеск для губ. «Единственное заметное расхождение — в прическах: волосы у стюардесс “Трансаэро” должны быть собраны в косу, хвост или пучок», — рассказывает Елена Моисеева. У стюардесс Emirates красная помада — причем не просто какая-нибудь красная помада, а совершенно точно запроотоколенный оттенок красной помады — является частью общего дресс-кода. И за недостаточно красный тон могут объявить выговор с занесением.

В большинстве же наземных компаний make up code — это, как считает Елена Моисеева, «скорее свод определенных ограничений, нежели какие-то внятные предписания».

Опрос читателей блога www.beautyinsider.ru (<http://www.beautyinsider.ru/2011/11/14/corporate-make-up/>) показал следующее.

Сотрудникам пятизвездных отелей рекомендованы помады и ногти исключительно натуральных оттенков, длина ногтя — не более 2 мм «свободного края».

Дикторам на государственных телевизионных каналах категорически запрещены «к использованию» яркие волосы (кроме черного), яркий макияж глаз (стрелка по верхнему веку — как максимум) и вообще какой бы то ни было креатив.

В банковской сфере особо строгие правила. Во многих западных компаниях любое использование макияжа исключается. Там, где он допускается, требования столь витиеваты, что лучше бы его запретили в принципе, так как четко понять, что такое «неброский» макияж, бывает довольно проблематично. Аналогичная ситуация во многих крупных многопрофильных хол-

дингах с присутствием западного капитала и западных же коллег/партнеров в шаговой доступности в офисе. В список табу входят стрелки, черная тушь, румяна и всевозможные шиммеры. Нарушения караются штрафом по прогрессивной шкале.

Распущенные волосы табуированы практически везде. Где-то (в медицине, фармакологии) — по гигиеническим соображениям, где-то (в образовании) — по высоко морально-нравственным.

Сотрудникам, занятым в ювелирном бизнесе, особенно продавцам в ювелирных магазинах, не рекомендуется яркий маникюр, дабы он не затмевал собой блеск драгоценных камней. Почти аналогичные предписания распространяются, как это ни странно, на сотрудников казино.

Определенные ограничения накладываются на работников косметической сферы. В корпорации Estee Lauder, например, рекомендации относительно внешнего вида входят в общекорпоративный кодекс — внутренний документ закрытого характера. «Установить точную дату введения этих рекомендаций не представляется возможным, но доподлинно известно, что с самого основания компании в 1940-х годах Эсте Лаудер уделяла большое внимание тому, как выглядят ее сотрудники», — говорит директор по коммуникациям корпорации Estee Lauder Катя Холопова. — Сегодня общекорпоративный кодекс распространяется на сотрудников внутренних служб. У консультантов каждой отдельной марки, работающих “в полях”, то есть в корнерах, есть подробные инструкции, как надлежит выглядеть, чтобы вызывать симпатию и давать посетителям представление о стиле бренда и тенденциях текущего сезона».

Подобная ситуация существует не только в Estee Lauder, она характерна для всех

крупных парфюмерно-косметических компаний. Часто в них устраивают специальные уроки визажа для сотрудников.

В остальных компаниях ограничиваются, как правило, предписаниями в жанре «ни-ни-ни в коем случае!». Не желая навлечь гнев на свое накрашенное «не по протоколу» лицо, женщины предпочитают не красить вовсе. Что тоже в общем-то неправильно.

Виктория Тагаева, главный визажист и тренер MAKE UP FOR EVER в России, входящей в концерн LVMH, говорит: «Полное отсутствие макияжа неприемлемо в сфере делового дресс-кода, как отсутствие чулок или колготок. Поэтому самое верное решение — макияж в стиле nude: хороший тон (праймеры, корректоры, тональные средства, жидкие или сухие, пудра), румяна в умеренных количествах (без них лицо плоское), аккуратные ухоженные брови натуральной формы. Идеальный вариант для губ — контурный карандаш в тон губ плюс бальзам. Блеск допустим, но чрезмерный

блеск также является атрибутом соблазна, что в данном случае не приветствуется. С красной помадой все непросто. Ее часто запрещают, хотя это не всегда справедливо. Например, для консультантов в европейских магазинах Sephora наличие красной помады обязательно! Если девушка знает, как правильно наносить и как носить красную помаду, это всегда выглядит шикарно и никогда — вульгарно».

Но приятная новость для всех офисных работников, кротко терпящих произвол руководства, заключается в том, что как раз тенденции грядущего сезона «весна-лето 2012» как нельзя лучше подходят под понятие «корпоративный make up code». Главные трендсеттеры — Chanel, Alexander Wang, Burberry, Prada — выразили дружную поддержку корпоративным нравам и продемонстрировали на редкость сдержанный, нейтральный, пастельный макияж.

С таким хоть в офис, хоть в открытый космос.