ЗОЛОТАЯ МАСКА
О ДРАГОЦЕННОМ МАКИЯЖЕ

ЯНА ЗУБЦОВА
(SNC, WWW.BEAUTYINSIDER.RU)

__**Givenchy, Starry Loose Powder L'Or Celeste**: парфюмированная золотая пудра. На ее «душистость» намекает и флакон с пульверизатором

__**Guerlain, Vol de Nuit**: первый продукт с таким романтическим названием появился в 1933-м — как результат дружбы Жака Герлена и Антуана де Сент-Экзюпери

__**Красный цвет** — второй по значению и у Chanel, и у Dior

__**Dior Christmas 2011**: The Rouges Or Collection — два главных цвета в заголовке

__**Givenchy, Starry Loose L'Or Celeste**: имидж в звездно-космической композиции

Для женщин наступила в буквальном смысле золотая пора: их врожденную тягу к золотому и блестящему возвели в статус make-up тренда. То ли производители декоративной косметики решили подыграть женщинам, то ли наконец нажиться на этой женской страсти поблистать и поблестеть, то ли и то и другое вместе, но в 2011 году практически ни одна рождественская коллекция макияжа не обошлась без золотых теней, золотых помад, золотых блесков для губ, золотых пудр и даже золотых тушей для ресниц.

И хотя нельзя сказать, что это в первый раз: каждое Рождество кто-то из «бьюти-тяжеловесов» обязательно заигрывал с этим драгметаллом — такого волнующего и даже несколько трогательного единодушия марки не демонстрировали уже давно. Если поставить перед собой заведомо невыполнимую задачу и попытаться выковырять из всех этих рождественских пудр-теней-румян золотые наночастицы, на пару-тройку увесистых слитков, думаю, можно будет наскрести — а это, хотите или нет, уже можно рассматривать как некоторое капиталовложение.

Но в спрессованном и расфасованном по палеткам виде, увы, это не вложение, а, конечно, наоборот, сплошное транжирство и баловство. Зато радует. Вспомнить, кто же первой из марок начал осваивать эту золотую жилу, не представляется возможным: в бьюти-индустрии, как в еврейском автобусе, все хотят ехать в первом ряду. Но наиболее вероятных кандидатов все же два — дом Chanel и дом Dior. И первый в этом году значительный выброс драгметаллов в неширокие народные массы случился задолго до Рождества, когда марка Chanel выпустила строго лимитированную палетку Lumieres Byzantines к кутюрному показу Metiers d'Art: Paris-Byzance. Выпущено их изначально было немного, всего 1,5 тыс. штук, но вожделели эту штучку миллионы, поэтому в середине 2011 года Chanel пришлось выпустить дополнительный тираж. Практическое значение этой палетки, правда, ускользало даже от профессионалов: она замышлялась как хайлайтер из пяти оттенков драгметаллов (белый, желтый, розовый, бронзовый и серебристый), который надо наносить для того, чтобы придать лицу сияние. Но портить пальцами такую красоту решились только самые слепоглухонемые с эстетической точки зрения дамы. Большинство же счастливых обладательниц Lumieres Byzantines de Chanel до сих пор хранят раритетную палетку в своих комодиках и мечтают, что смогут когда-нибудь извлечь ее оттуда и тем самым произвести на внуков и, главное, внучек неизгладимое впечатление.

Однако золотое дело было сделано: производители убедились, что женщины по-прежнему мечтают о сокровищах, а уж о косметических или ювелирных — не столь важно. Главный прииск был найден. Золотая жила обнаружена.

И на Рождество-2011 Chanel решила продолжать вести раскопки в том же направлении и выпустила Les Scintillances, где все, что может блестеть, блестит. Ну и, конечно, по мере сил воспевает наследие дома — например, рельеф пудры со светоотражающими частицами Lumiere Sculptee de Chanel напоминает рисунок пряжки, которую мадемуазель носила на поясе. Имеется также золото в жидком виде — точнее, в виде подводки Ligne Extreme оттенка Or, золото в прессованном виде — тени Ombre Essentielle Blazing Gold, золото в гелеобразном виде — блеск для губ Levres Scintillances Sparkle D'Or. Кроме золотого цвета в коллекции присутствует традиционный щедрый красный. Мадемуазель бы это понравилось.

Дом Dior выдвинул свою версию золотого Рождества, кстати вспомнив, что не только Коко Шанель, но и Кристиан Диор этот металл тоже любил,