

Чистая история

Новая марка косметики для чувствительной кожи



БРЕНД-ДИРЕКТОР марки REN Сусанна Сайо рассказала Ирине Кириенко про историю создания марки, пояснила, почему она так называется, и назвала ингредиенты, которые никогда не попадут в состав их кремов и сывороток.

— Почему вы решили запустить собственную марку косметики?

— Все началось с одной личной истории в Лондоне. Беременная жена одного из основателей марки никак не могла подобрать для себя средства по уходу за кожей: формулы были недостаточно безопасными для нее и ребенка, и у нее аллергия была буквально на все подряд. Она решила попробовать органические бренды, но и здесь результаты не оправдали ее ожиданий: средства были то слишком липкими, то пахли слишком сильно, то попросту не работали. Тогда ее муж Энтони Бак и его коллега Роб Кэлкрафт решили создать первый в мире бренд «чистой» косметики для ухода за кожей, и они потом два года работали над тем, чтобы его запустить. К 2000 году им это удалось, и появилась марка REN Clean Skincare.

— Был ли этот бизнес для вас в новинку?

— Безусловно. У нас было агентство, и мы абсолютно ничего не знали про косметику, но зато разбирались в сфере рекламы, понимали, чего именно не хватает на рынке и каким должен быть правильный месседж покупателям. Мы начали в Восточном Лондоне буквально с пары магазинов; потом оказалось, что среди премиальных брендов по уходу за кожей у нас почти единственный есть веб-сайт. Постепенно про нас стали узнавать, марка росла, а сейчас мы представлены уже в 30 странах по всему миру.

— По вашему мнению, чего не хватало в то время на косметическом рынке?

— Мы стали пионерами «чистой» косметики. Нам удалось соединить три ключевых момента при создании такого рода средств, чего не удавалось никому до нас, — они стали не просто безопасными, а еще и эффективными и приятными в использовании. «Все это делает мир чуточку лучше, а нам пусть и немного, но облегчает жизнь в нем», — говорил тогда Энтони. В общем, мы начали активно развивать философию «время для себя», когда ты не просто наносишь крем, но и получаешь удовольствие от самого процесса ухода за кожей, от шелковистой текстуры крема и его ненавязчивого аромата.

— Как было выбрано название бренда?

— REN — это шведское слово, которое означает «чистый». И это очень укладывается в нашу концепцию создавать экологически чистые продукты — без парабенов, минеральных масел, стирола, винила, спирта и множества других синтетических компонентов, которые очевидно вредят и коже, и окружающей среде. И кроме того, помимо шведского это слово имеет красивое звучание и на других языках: на японском геп значит «любовь», а на китайском — «доброта к другим людям, эмпатия».

— Какой продукт линии REN вы можете назвать бестселлером и почему?

— Бестселлером марки, безусловно, является линия Evercalm. Это первая коллекция, которая была создана и предназначена для чувствительной кожи. Самое успешное средство линии — восстанавливающая маска Evercalm Ultra Comforting Rescue Mask. Она укрепляет защитный барьер кожи, повышает ее способность справляться со стрессом и суровыми погодными условиями, что приводит к долговременному эффекту. Специально разработанная для борьбы с чрезмерной чувствительностью, эта серия средств успокаивает и увлажняет кожу, защищает от агрессивного воздействия окружающей среды.

— Основная задача средств вашей марки — это все же увлажнение или борьба против старения?

— REN Clean Skincare прежде всего бренд для чувствительной кожи. И потому наши средства в первую очередь помогают повысить порог чувствительности кожи и «обучают» ее меньше реагировать на раздражения — а такая кожа априори выглядит моложе.

— Можете ли вы поделиться планами развития марки?

— Одно из наших ключевых направлений на предстоящие годы — не только быть «чистым» брендом для ухода за кожей, но и стать «чистым» брендом для планеты. Наш новый подход к упаковке будет следующим: сокращать, повторно использовать, перерабатывать. Наша цель состоит в том,

чтобы произвести нулевые упаковочные отходы к 2021 году. Кроме того, мы поддерживаем фонд по защите Мирового океана, это важный аспект нашей деятельности. Что касается новых продуктов, то, конечно, в этом году будут и новые формулы, и новые косметические средства, я пока не могу раскрывать все секреты. Уверена, что они вам понравятся так же, как и нам.



БЕРЕМЕННАЯ ЖЕНА

одного из основателей марки никак не могла подобрать для себя средства по уходу за кожей: формулы были недостаточно безопасными для нее и ребенка