

«Мы поговорили с сотнями японок»

Джилл Скаламандр о работе над новой линией макияжа Shiseido

МАРКА Shiseido имеет довольно консервативный флер — компания основана в 1872 году в Японии, а о приверженности традициям в этой стране всем хорошо известно. И вот неожиданно бренд меняет одно из своих самых больших направлений, а именно полностью перезапускает линию макияжа. «Ъ-Beauty» поговорил с **Джилл Скаламандр**, президентом Глобального центра инноваций в области макияжа группы компаний Shiseido, и выяснил, что же стоит за этими переменами.

— Как вы поняли, что пришло время что-то менять?

— Как только бренд или, как в этом случае, определенная категория средств (макияж) начинает терять актуальность и показатели продаж стоят на месте, мы понимаем, что самое время тщательно пересмотреть нашу концепцию и вывести ее на новый уровень.

— Что послужило источником вдохновения для ваших инноваций?

— Естественно, что для Shiseido это японская культура и искусство: минимализм, простота, современный дизайн.

— Расскажите о макияже Shiseido. Сколько времени потребовалось на то, чтобы воплотить идеи в жизнь?

— Одной из наших задач было показать Японию миру, продемонстрировать богатое наследие этой страны и инновационные технологии. Создавая эти средства, мы постарались сделать так, чтобы они были тесно связаны с японской культурой и в то же время нашли отклик у людей в любой точке земного шара. Работа над линией макияжа с момента возникновения идеи и до запуска заняла два года.

— В этой линии вы использовали только четыре формы выпуска продуктов: пудры, гели, шиммеры и чернила. Этого достаточно?

— Мы уделили особое внимание тому, в каком виде выпускается средство — еще



Джилл Скаламандр,
президент Глобального
центра инноваций
в области макияжа
группы компаний SHISEIDO

ни один бренд не применял столь инновационный подход к макияжу. Опираясь на сильную сторону Shiseido — уход за кожей, мы максимально использовали свой опыт работы с разными текстурами и создали средства для макияжа с совершенно новыми свойствами. Так что мой ответ — да!

— Вы помните свою первую поездку в Японию? Какими были ваши впечатления от этой страны?

— Я получила огромный заряд энергии от того, как там сосуществуют история и современность, дзен и хаос, наука и природа. В Японии так много неожиданных примеров дуализма!

— Говорят, иностранец не может до конца понять японскую культуру. Как по-вашему, вам это удалось?

— При подготовке новой коллекции мы поговорили с сотнями японок. Это были и местные жительницы, и женщины, переехавшие за границу. Они умеют элегантно сочетать традиции и современность. Они хотят пользоваться средствами высокого

качества с эффективными ингредиентами в составе и ценят безупречное исполнение. Общение с ними, а также богатая история бренда Shiseido позволили нам создать коллекцию, по-настоящему связанную с японскими традициями.

— Где производятся эти косметические продукты?

— Новая коллекция макияжа Shiseido — это первый крупный проект Центра передового опыта в области макияжа, который находится в Нью-Йорке. Однако ингредиенты и формулы этих средств разрабатывают в лабораториях нашего бренда по всему миру, в том числе в Японии, Италии и США.

— В чем именно преимущества и новизна ваших средств для макияжа?

— Для этого запуска мы применили совершенно новые технологии. Мы стремились создать средства, которые практически не чувствуются на коже, но обладают яркими оттенками. Поэтому слоган новой коллекции звучит как «видимое преображение, незримое ощущение». Образ гейши вдохновил нас на эксперименты с разным освещением при создании новых пудр. Разрабатывая гели, мы хотели добиться того, чтобы воздушные средства легко наносились на кожу и не ощущались на лице. При создании шиммеров перед нами стояла задача подчеркнуть естественное сияние кожи, и, наконец, в формулах чернил мы использовали современные технологии, благодаря которым они сочетают в себе высокую концентрацию пигментов и стойкость.

Беседовала Ирина Кириенко

