

«Мы выглядим моложе, чем наши мамы в этом возрасте»

Элизабет Сандажер,
международный директор
марки Helena Rubinstein



КОНЦЕНТРАТ ДЛЯ ОБНОВЛЕНИЯ КОЖИ
И ВОССТАНАВЛИВАЮЩИЙ КРЕМ
PRODIGY CELLGLOW, HELENA RUBINSTEIN

— Это ваш не первый визит в Москву, как я понимаю. Часто ли вы у нас бываете?

— Я приезжаю в Москву каждые два года, поскольку русский рынок для нас крайне важен, это наша седьмая страна по объему продаж.

— А какие страны занимают первые места?

— Китай, это самый большой рынок — даже не Америка, хотя многие именно так думают. Китай растет, в этом году наш бизнес вырос в том регионе вдвое. Дело в том, что у нашего бренда философия, которая близка китайцам. Продвинутая марка антиэйдж-направления, первоклассная и элитарная, — это там любят также, как и в России.

— Вы помните, как пришли в компанию, что вам не нравилось, что захотелось поменять?

— Да, первое решение было как раз о том, чтобы максимально продвинуть Helena Rubinstein в ряды самых премиальных косметических продуктов. И тогда по моей инициативе мы начали сотрудничество с клиникой в Монре и запустили в производство линию Re-Plasty. С тех пор мы усилили и позиции в макияже, скажем, тушь и тональные средства по-прежнему являются нашими бестселлерами, вот уже много лет.

— Многие уважаемые марки теперь обратились к молодому поколению, общаются с ним через соцсети и инфлюенсеров. Вы как к этому относитесь?

— Время и мир меняются очень быстро, и сейчас каждый человек имеет свой голос, свое мнение, площадку для самовыражения, лично мне это нравится. Мы не из тех брендов, которые размещают везде рекламные имиджи, это не наш путь продвижения. Как раз поэтому когда есть экспертные мнения, лояльные покупатели, эффект сарафанного радио — это то, что нам и нужно.

— Что для вас лично значит эта косметическая марка?

— Если вы работаете с одним брендом 20 лет, то да, без личной привязанности не



МИР МЕНЯЕТСЯ ОЧЕНЬ БЫСТРО.

Сейчас каждый человек имеет площадку для самовыражения, лично мне это нравится

обошлось, согласитесь. Много лет назад я начинала свою карьеру в L'Oreal, потом ушла и вернулась уже в Helena Rubinstein, потому что хотела только в этот бренд. В нем мне нравится философия, корни, не так много марок может этим похвастаться. Когда я погрузилась в историю, то столкнулась с целым миром коллекционеров, которые по крохам собирали наследие и артефакты марки: статьи, фотографии, картины, флаконы, предметы быта. Мы набрали около 10 тыс. экспонатов, и время от времени они выставляются в Париже. Мы планируем провести выставку и в России. Сама Хелена Рубинштейн была удивительной женщиной, ее пример, ее бизнес-чутье вдохновляет — например, она успела продать свою компанию незадолго до Великой депрессии; она все построила сама с нуля. Образ сильной женщины, который она воплощает, в наши дни снова актуален.

— Расскажите про новую линию марки, которую вы представляете по всему ми-

ру с начала марта этого года. Что в ней нового и необычного?

— Главным ингредиентом линии стал эдельвейс. Я лет шесть-семь просила специалистов нашей лаборатории повнимательнее присмотреться к этому цветку и применить его свойства в косметических средствах. Мы провели исследование с крупным французским исследовательским институтом INSERM, кроме того, проделали много тестов, и эффект был поразительным. Я рада, что мой инстинкт меня не обманул. Растительные ствольные клетки эдельвейса невероятно мощные по своим свойствам и способны перепрограммировать процесс старения. Мы это доказали. В средствах линии Prodigy Cellglow содержится 10% активных ингредиентов, это большая цифра, поверьте. Мало кто из производителей выпускает средства с таким составом составом средств. В линию вошли концентрат, крем, крем для кожи вокруг глаз и лосьон — последний, кста-

ти, сначала считался продуктом для азиатской кожи, как часть их традиционного ухода. Но со временем стало ясно, что каждая европейская женщина, которая ухаживает за собой, пользуется лосьонами. Все средства линии имеют очень нежный и ненавязчивый аромат (это тоже одно из условий, которое я обычно ставлю специалистам, — никаких сильных отдушек!) и придают коже исключительное сияние. Именно поэтому линия и называется Cellglow: cell — клетка, glow — сияние (в переводе с английского).

— Сколько длится этот процесс перепрограммирования клеток, о котором вы говорили?

— Довольно быстро. Мы тестировали пары мать — взрослая дочь, для сравнения состояния кожи по возрасту, проверяли следующие показатели: восполнение утраченного с возрастом тонуса кожи и улучшение цвета. За месяц состояние кожи менялось разительно. На самом деле, если начинать пользоваться правильными антивозрастными средствами уже с 35 лет, то отсрочить появление видимых признаков старения реально. Возьмите мое поколение — мы уже выглядим лет на 20 моложе, чем выглядяли наши мамы в этом возрасте. Мне 59 лет, я не скрываю возраст. Я не делала никаких инъекций — ни ботокса, ничего другого. Не имею ничего против, возможно, я начну что-то делать, но пока я пользуюсь только омолаживающими средствами. Скажем, Age Recovery Night — мой любимый крем с проксиланом, я его наношу на ночь, и это невероятное средство, оказывает потрясающее воздействие на кожу. Мы общались с доктором Пфюльгом (из клиники, про которую я говорила), и я спрашивала его, о каком продукте он мечтает. Он ответил, что очень нужен крем, который будет мгновенно восстанавливать кожу. Так возник Age Recovery Night, и это наш бестселлер. Надеюсь, новую линию ждет такой же успех.

БЕСЕДОВАЛА ИРИНА КИРИЕНКО