

Натуральные ценности Об истории бренда Clarins

Василиса Бородина |



ПОМАДА
ИЗ ПЕРВОЙ
КОЛЛЕКЦИИ
МАКИЯЖА, 1991 ГОД



ИНСТИТУТ КРАСОТЫ
CLARINS В ПАРИЖЕ
ОТКРЫЛСЯ
В 1954 ГОДУ.
В ИНСТИТУТЕ
ПРИМЕНЯЕТСЯ
РАЗРАБОТАННАЯ
ЕГО ОСНОВАТЕЛЕМ
ОСОБАЯ ТЕХНИКА
МАССАЖА ЛИЦА
И ТЕЛА С АРОМА-
ТЕРАПЕВТИЧЕСКИМИ
МАСЛАМИ



ИЗ АРХИВА CLARINS:
РЕКЛАМА МАСЕЛ
ДЛЯ ВАНН
ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ
ИНГРЕДИЕНТОВ

В ЭТОМ году французской Clarins Group исполняется 65 лет, и это история о том, как внимательность и чуткость помогли студенту-медику создать компанию, которая выросла в многомиллионную бьюти-империю. Ее основатель Жак Куртен родился в 1921 году в рабочем районе Парижа. Он хотел стать врачом, но Вторая мировая заставила его прервать учебу. Именно в те годы, работая медбратом в полевом госпитале, Жак понял, что будет заниматься красотой. Он видел, что даже в условиях войны женщины старались выглядеть лучше, радовались баночке крема. А еще обнаружил, что массажи для улучшения циркуляции крови, которые он делал пациентам госпиталя, улучшали и состояние их кожи.

После войны Куртен изобрел массажный аппарат для груди Physician Bust, который получил широкую известность в Европе. И на волне успеха открыл в самом центре Парижа институт красоты. Там Жак разрабатывал новые массажные техники и аппараты, а также масла, кремы и лосьоны на основе целебных трав. Первые косметические средства он создавал исключительно для массажа — но по просьбам клиентов стал продавать их отдельно. Свой бренд он назвал Clarins — в честь античного героя Кларанса, которого Жак когда-то сыграл в школьной постановке.

В самом начале пути Куртен (в 1978-м он сменил фамилию на Куртен-Кларанс) провозгласил главные ценности своей компании: научный подход к косметике и забота о женщинах. Уже в 1960-х Clarins стал вкладывать в упаковки средств карточки для обратной связи с покупательницами и вскоре открыл программу лояльности. Позже были разработаны массажные техники, которые обеспечивали максимально эффективное воздействие кремов и лосьонов на кожу. Все ключевые продукты бренда предназначены для улучшения состояния и поддержания здоровья кожи и организма в целом: мировую славу компании в 1980-х принес очень удобный в использовании солнцезащитный крем, а в начале 1990-х бренд представил первую линейку средств с высоким антиоксидантным эффектом. Уже тогда компания имела собственную сеть лабораторий — ее развивал сын Жака, Оливье Куртен-Кларанс. «Мы постоянно проводим исследования по физиологии кожи, функционированию клеток: фибробластов, адипоцитов, кератиноцитов и других. Узнав что-то новое, мы под эту потребность кожи подбираем ингредиенты, тестируем около 300 растений одновременно и выбираем наиболее

эффективные» — так, по словам Оливье, создаются средства Clarins.

К началу 1990-х Clarins благодаря постоянным научным поискам и вниманию к клиентам стал самым продаваемым бьюти-брендом Европы, а сегодня его продукция продается в 150 странах мира. Чем большую популярность завоевывала продукция бренда, тем более социально ответственной становилась компания. В 1989 году Жак Куртен-Кларанс стал сооснователем фонда по борьбе с артритом, и с тех пор компания финансирует все медицинские исследования этой организации. В 1997 году Clarins учредил ежегодную премию для женщин, которые помогают обездоленным и больным детям и борются за достойную жизнь для новых поколений по всему миру. Бренд поддерживает фонды помощи женщинам с онкологическими заболеваниями — Etincelle и Belle & Bien. А также спонсирует гуманитарную организацию Jardins du Monde, культивирующую в Африке сады с растениями, которые население может бесплатно использовать в медицинских целях, а Clarins Group — для создания новых средств. С 2011 года совместно с благотворительным проектом FEED компания поставляет продукты питания в школы беднейших стран третьего мира.

Clarins Group вкладывает огромные ресурсы в «ответственные инновации»: поддерживает проекты, направленные на улучшение экологической ситуации в мире (например, создание самолетов, работающих на солнечной энергии). Компания развивает собственное этическое производство (без использования ингредиентов животного происхождения, без тестирования на животных и с минимальным вредом для окружающей среды), а также непрерывно улучшает формулы своих продуктов. Свои амбициозные цели компания реализует на государственном уровне. Еще один наследник бьюти-империи, Кристиан Куртен-Кларанс, является сооснователем и сопредседателем Координационного совета по природным ресурсам косметической и парфюмерной индустрии Франции, а сам бренд демонстрирует примеры того, как эти ресурсы нужно использовать и умножать. В рамках совместной деятельности с организацией PUR Project компания Clarins Group уже несколько лет занимается восстановлением экосистем и сохранением биоразнообразия в Перу, Бразилии, Китае и Таиланде — таким образом бренд может вернуть природе намного больше, чем он берет для создания своих популярных растительных средств.