



№ 57 — 4 декабря 2019

# beauty

Самые дорогие кремы и ароматы **18**

Ответственное потребление — главный тренд уходящего года **26**

Кристаллы и экокосметика **28**

Dior

J'  
da  
re





Телефон горячей линии: 8 (800) 500-2086 1033 (звонок по России бесплатный).  
WWW.DIOR.COM Качество товара подтверждено Декларацией о соответствии.  
ООО «Селдико» ОГРН 102773919578. Реклама.

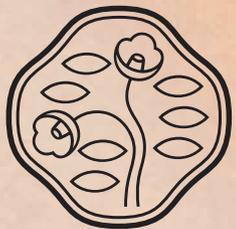


# DOLCE & GABBANA



НОВЫЙ  
МУЖСКОЙ АРОМАТ

#OWNYOURCROWN\*



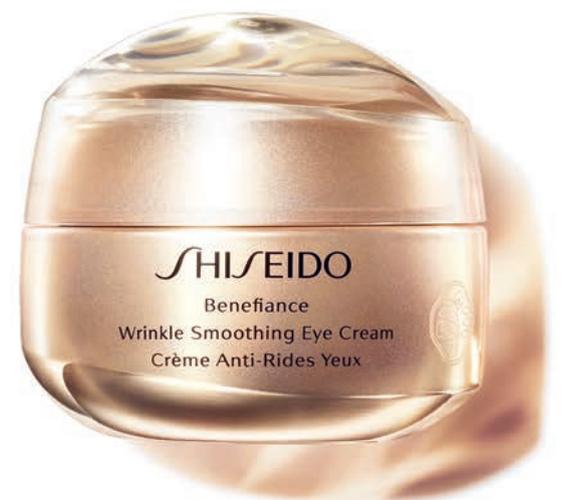
# НОВЫЙ BENE- FIANCE

**ЗАМЕТНОЕ СОКРАЩЕНИЕ МОРЩИН  
ВСЕГО ЗА 1 НЕДЕЛЮ\***

**СИЯЮЩАЯ И МОЛОДАЯ КОЖА ВОКРУГ ГЛАЗ**

БЛАГОДАРЯ ДЕЙСТВИЮ КОМПЛЕКСА КОМБУ-BOUNCE СОКРАЩАЕТСЯ ВИДИМОЕ  
ПРОЯВЛЕНИЕ ВСЕХ ТИПОВ МИМИЧЕСКИХ МОРЩИН НА КОЖЕ ВОКРУГ ГЛАЗ,  
В ТОМ ЧИСЛЕ ПОЯВИВШИХСЯ ВСЛЕДСТВИЕ СТРЕССА.  
БЛАГОДАРЯ ТЕХНОЛОГИИ RENEURA TECHNOLOGY+™ ПОВЫШАЕТСЯ  
ВОСПРИИМЧИВОСТЬ КОЖИ К СРЕДСТВАМ УХОДА, ТЕМ САМЫМ УСИЛИВАЕТСЯ  
ВОЗМОЖНОСТЬ КОЖИ К АКТИВНОМУ САМОВОССТАНОВЛЕНИЮ.

**НОВЫЙ BENEFIANCE КРЕМ ДЛЯ КОЖИ ВОКРУГ ГЛАЗ,  
РАЗГЛАЖИВАЮЩИЙ МОРЩИНЫ**



**SHISEIDO**

GINZA TOKYO

\*Инструментальный тест на 35 добровольцах

\*\*Данные in vitro

## Соломинка будущего

В этом году все стали осознанными, понимающими, нейропластичными. Многие употребляют эти слова просто так, чтобы поддержать беседу на актуальные темы, но все же это лучше (по крайней мере, точно интереснее), чем обсуждать очередные модные тренды. Мы пытаемся заботиться об экологии и вдруг задумались о судьбе Мирового океана, о пластике, которым сами все вокруг завалили. Леопардовый принт останется с нами, как никуда не уходил вот уже много сезонов подряд, а подумать о замене пластиковых соломинок в коктейлях на стеклянные или магазинных пакетов на холщовые сумки новая реальность заставила даже самых неотзывчивых из нас. Соломинка стала символом нового времени, почти как шведская активистка Грета Тунберг, пересекающая на яхте Атлантику, чтобы избежать вредных выбросов в атмосферу. Программа часто летающих пассажиров, кажется, имеет все шансы поменяться. Конечно, мы не пересядем в конные экипажи, но лишний раз подумаем, лететь или нет туда, куда можно добраться более экологичным способом. Мир красоты тоже не стоит в стороне: марки массово переходят к повторной переработке упаковки, активно развиваются сервисы по ее многократному использованию. Уверена, в новом году нас ждет много интересных инициатив, а пока желаю нам всем удачно завершить все намеченное на этот год и стать еще более включенными в глобальные процессы, которые нас окружают.



Ирина Кириенко



01

02

04

03

05

06

07

01 Ароматическая свеча Ecorce Rousse, Louis Vuitton

02 Шпилька из золота с бриллиантовой вставкой, №1 Hairpin

03 Аромат Mitsouko, втущенный к его столетию в лимитированном флаконе Vassagal с золотой отделкой, Guerlain

04 Подарочный набор из новогодней коллекции Jo Malone London

05 Компактная пудра Zodiac Collection, Козерог, Estee Lauder

06 Парфюмерная вода из коллекции Haute Parfumerie, Celine

07 Парфюмерная вода Good Girl Glorious Gold от Carolina Herrera в коллекционном флаконе

ООО «Селдико» ОГРН 1027739191578. Качество товара подтверждено Декларацией о соответствии. Реклама.  
\* Guerlain – Герлен. Intense – Антанс. guerlain.com

*Mon*  
**GUERLAIN**

**НОВАЯ** ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА INTENSE





ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА FOR HER XMAS EDITION NARCISO RODRIGUEZ В ЛИМИТИРОВАННОМ ДИЗАЙНЕ ФЛАКОНА ОБЪЕМОМ 50 МЛ



КОЛЪЕ И ПЛАЩ — АЛЕНА АКНМАДУЛЛИНА

НАДЕЖДА РОМАНОВА

АРОМАТЫ ИЗ КОЛЛЕКЦИИ ВЫСОКОЙ ПАРФЮМЕРИИ LES HEURES DE PARFUM CARTIER В ОБНОВЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ



На обложке

Модель  
Daria Korozy,  
Andy Fiori Models  
Фотограф  
Надежда Романова  
Продюсер  
Лада Арзуманова  
Визажист  
Таисия Феодосьева,  
Guerlain  
Стилист  
Дианна Петряева, Redken

Платье  
Diore



12 Новости

Макияж

14 Арт-подготовка

Рождественские коллекции

Интервью

16 «Главное — не упускать возможности»

Сандрин Гролье о новых бизнес-стратегиях

Объект желания

18 Любо-дорого

Новогодние бестселлеры

Событие

22 Над облаками  
Парфюмерная инсталляция Cartier

Личный опыт

24 Танец на доверии  
Танго как социальный феномен

Экология

26 Пост охраны

Косметика против мирового загрязнения

Фитнес

27 К водопадам по дороге короля  
Пешеходные маршруты в бразильских горах

Тенденция

28 Без напряжения

Кристаллы, экокосметика и fast-beauty

Ретро

30 Возвращение эпохи

Как меняется наше отношение к ароматам

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» beauty | генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор газеты «Коммерсантъ» владимир желонкин | руководитель службы «Издательский синдикат» владимир лавицкий | автор макета анатолий гусев | главный редактор ирина кириенко | главный художник татьяна сидорова | бильд-редактор мария лобанова | текст-редактор natalia морозова | выпускающий редактор екатерина елисева | корректура елена вилкова | верстка константин шеховцев, елена богопольская, татьяна еремеева, марина заботкина, ирина романовская | рекламная служба надежда ермоленко тел. (495)797-6996, (495)926-5262 | Адрес издателя и редакции: 121609, г. Москва, Рублевское шоссе, 28. Тел. (495)797-6970, (495)926-3301. Учредитель АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации: ПИ № ФС77-76923 от 11.10.2019 г. Отпечатано в Финляндии. Типография PunaMusta, Kosti Aaltosen tie 9, 80141 Joensuu. Тираж 75 000 экз. Цена свободная

# THE ULTIMATE GOLD Trilogy Collection

Мировая премьера в России.  
Коллекция укрепляющих и  
подтягивающих сывороток  
Anne Semonin с тремя видами  
золота 24K – лимитированный  
инновационный продукт.

Откройте секреты  
ИСТИННОГО СИЯНИЯ



Anne Semonin Париж. Реклама. Абсолютное золото: Коллекция-Трилогия

Anne Semonin – один из первых французских брендов, открывших концепцию персонального ухода за кожей в сочетании с олигоэлементами и эфирными маслами. Использование современных технологий и многолетних достижений в области антивозрастной косметологии – главный принцип создания высокоэффективных и качественных продуктов на протяжении уже более 35 лет. Богатое сочетание роскошных эфирных масел, насыщенных олигоэлементов, натуральных растительных и морских экстрактов позволяет решать конкретные проблемы и достигать видимых результатов с максимальной пользой для кожи.



Клиника превентивной медицины Revival Clinic занимается анализом и контролем базовых состояний организма, определяющих качество жизни, к которому стремимся мы все. Врачи клиники помогают пациенту оценить его сон, стресс, питание, физическую активность и эмоции. На основе полученной информации назначаются таргетные лабораторные анализы, которые позволяют уточнить или подтвердить основную причину дисбаланса и определяют дефицит ключевых для организма питательных веществ, витаминов и минералов. Для коррекции состояния используется IV-терапия, австрийские и английские нутрицевтики, гипокситерапия, метод биологической обратной связи и физиотерапия. Подход клиники предполагает постоянный трекинг улучшений, что позволяет видеть эффект от проводимых терапевтических курсов. Врачи клиники состоят в Американском обществе антивозрастной медицины и регулярно повышают квалификацию у европейских партнеров.



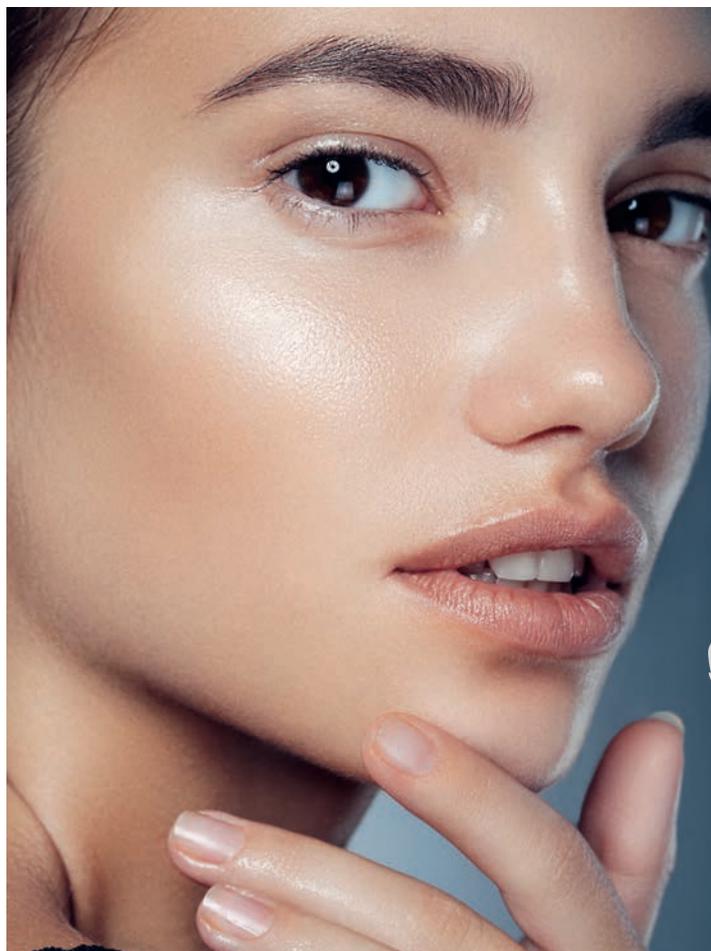
В состав успокаивающего лосьона Seeking Silence Facial Hydrator, выпущенного маркой Aesop для чувствительной кожи, входят два экстракта: один — из микроводорослей, богатых антиоксидантами, второй получен из лукавицы нарцисса и действует против зуда и раздражения. За восстановление баланса кожи отвечают экстракт корня имбиря и бисаболол, а за увлажнение и питание — изомерат сахара и сквалан.



Российский тату-мастер, активистка и большая любительница природы Sasha Unisex украсила своими рисунками праздничные упаковки корейского бренда Erborian. Сказочные акварельные узоры появились на бестселлере — СС-креме «Совершенное сияние» — и новогодних наборах, а внутри двух эксклюзивных наборов (Perfect BB Kit и It's Matte Time!) спрятан подарок — яркая татуировка.



Праздничная коллекция Anniversary отмечает 200 лет английского парфюмерного дома Crown Perfumery и 20 лет бренда Clive Christian. В лимитированной линии три аромата: женский амброво-цветочный 20 Iconic Feminine, мужской древесно-цитрусовый 20 Iconic Masculine, а также восточно-древесное парфюмерное масло Baies Rose Iconic Elixir. Последний выпущен в количестве 90 экземпляров: парфюм разлит по хрустальным флаконам и уложен в шкатулки ручной работы.



Процедура 3 DEEP-лифтинга на аппарате EndyMed Pro, которая с недавнего времени представлена в клинике Kraftway, омолаживает кожу. Ее цель — стимулировать в клетках выработку собственного коллагена и эластина. В основе процедуры технология микроиглового радиоволнового (RF) лифтинга. Эффект виден сразу: кожа подтягивается, количество морщин заметно уменьшается, а рубцы и следы акне сглаживаются.





NARS ПРЕДСТАВЛЯЕТ ПРАЗДНИЧНУЮ ЛИМИТИРОВАННУЮ КОЛЛЕКЦИЮ, ПОСВЯЩЕННУЮ ЛЕГЕНДАРНОМУ КЛУБУ STUDIO 54 В НЬЮ-ЙОРКЕ. В НЕЕ ВХОДЯТ СРЕДСТВА ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ С СИЯЮЩИМИ ЧАСТИЦАМИ: ПАЛЕТКИ С ТЕНЯМИ ДЛЯ ГЛАЗ, ПОМАДЫ РАЗНЫХ ОТТЕНКОВ — ОТ БЕЖЕВОГО ДО ФИОЛЕТОВОГО, ПАЛЕТКИ ТЕНЕЙ ДЛЯ СКУЛ, КОТОРЫЕ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ И КАК КОРРЕКТОРЫ ДЛЯ КОНТУРОВ ЛИЦА, А ТАКЖЕ БРОСКИЕ АКСЕССУАРЫ.

СПРАВИТЬСЯ С СУХОСТЬЮ И ШЕЛУШЕНИЕМ ПОМОЖЕТ ПИТАТЕЛЬНЫЙ КРЕМ ДЛЯ ТЕЛА BODY LIPID WEAR ИЗ КОЛЛЕКЦИИ CHRONO BEAUTY, КОТОРАЯ СОЗДАНА МАРКОЙ KANEBO С УЧЕТОМ БИОРИТМОВ КОЖИ. В ЕГО СОСТАВЕ: НОВАЯ ЗАЩИТНАЯ И УВЛАЖНЯЮЩАЯ ФОРМУЛА BABY-SOFT OIL, ЭКСТРАКТЫ АЗИАТСКОГО ДРЕВЕСНОГО ГРИБА ПОРИИ, ЯПОНСКОЙ МУШМУЛЫ И ВОДЯНОГО КРЕССА, ГЛИЦЕРИН И СОК ГРУШИ, СРЕДСТВО ИМЕЕТ ЛЕГКИЙ ОСВЕЖАЮЩИЙ АРОМАТ С НОТАМИ ЧАЯ.



GETTY IMAGES RU

УКРЕПЛЯЮЩАЯ, ПОДЯГИВАЮЩАЯ И ОТШЕЛУШИВАЮЩАЯ МАСКА ANNE SEMONIN ОБЕСПЕЧИВАЕТ НЕМЕДЛЕННЫЙ ЛИФТИНГОВЫЙ ЭФФЕКТ, СТИМУЛИРУЕТ КРОВООБРАЩЕНИЕ, УВЛАЖНЯЕТ И ВЫРАВНИВАЕТ ТОН КОЖИ. КОСМЕТИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО СОДЕРЖИТ ПОРОШОК НА ОСНОВЕ НАТУРАЛЬНОГО ЖЕМЧУГА, БОГАТОГО АМИНОКИСЛОТАМИ, КОТОРЫЙ ВМЕСТЕ С АРАГОНИТОМ, КОНХИОЛИНОМ И СМОЛОЙ АКАЦИИ УЛУЧШАЕТ ЭЛАСТИЧНОСТЬ КОЖИ И ПРИДАЕТ ЕЙ СИЯНИЕ И БАРХАТИСТОСТЬ.



В КЛИНИКЕ «ПЕТРОВКА-БЬЮТИ» ПРОВОДЯТ БЕЗОБРАЗНЕННУЮ ЛАЗЕРНУЮ ПРОЦЕДУРУ CLEARLIFT. БЛАГОДАРА НОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ АКУСТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ЗАПУСКА ПРОЦЕССА СТИМУЛЯЦИИ И РЕГЕНЕРАЦИИ КЛЕТОК ПОСЛЕ ПРОЦЕДУРЫ НЕ ТРЕБУЕТСЯ РЕАБИЛИТАЦИОННЫЙ ПЕРИОД. РЕЗУЛЬТАТ ВИДЕН СРАЗУ: СИЯЮЩИЙ ЦВЕТ ЛИЦА, РОВНЫЙ ТОН, НЕЗАМЕТНЫЕ ПОРЫ И ПОДЯНУТАЯ КОЖА. ОМОЛАЖИВАЮЩИЙ ЭФФЕКТ БУДЕТ НАРАСТАТЬ В ТЕЧЕНИЕ МЕСЯЦА.

ПЕТРОВКА-БЬЮТИ

Отдых на пляжах, путешествие по островам и сотни локаций для идеальных фотографий!

**Coraltravel**  
Ваш отдых в надежных руках

8 (495) 232 10 11 Москва  
8 (800) 250 10 11 Регионы  
www.coral.ru

Присоединяйтесь к нам

# Арт-подготовка Рождественские коллекции

**СВЕРКАЮЩИЙ** глиттер, все оттенки золота, бронзы и серебра — по традиции в начале зимы выходят новинки косметики для эффектного вечернего макияжа, приуроченные к сезону новогодних праздников. В этом году в рождественских коллекциях есть и средства, которыми можно пользоваться круглый год. Например, марка Cle de Peau Beaute выпустила линию Kimono Dream: футляры украшены цветами и птицами в стиле традиционной японской росписи по шелку, а тени и пудры, подобно свободному движению кисти в восточной живописи, легко наслаивать и растушевывать. В сезонных коллекциях Guerlain и Chanel можно найти базовые средства — неизменно популярную пудру Meteorites Goldenland или деликатный хайлайтер Eclat Magnetique de Chanel. Dolce & Gabbana остались верны барочному стилю — коллекция Baroque Lights оформлена золотым кружевом, а сама косметика содержит яркие блески. В канун Рождества марка Lancome украсила серебряным напылением футляры своих бестселлеров — туши Hurlnose Drama и помад L'Absolu Rouge. Очень праздничным и ярким выглядит новогодний хит от Dior — красочная мерцающая палитра теней для век в коллекции Harry 2020.

01



03



02



04



05



06



07



08



09



01 Лак для ногтей Diorific Vernis, оттенок Harry 2020, Dior

02 Мерцающая пудра-хайлайтер Eclat Magnetique de Chanel, оттенок Metal Peach, Chanel

03 Крем-мени в стике Intenseyes в оттенке Dahlia, Dolce & Gabbana

04 Палитра теней 5 Couleurs Harry 2020, оттенок Party In Colours, Dior

05 Выравнивающая компактная пудра, оттенок Blooming Cherry, Kimono Dream, Cle de Peau Beaute

06 Тушь для ресниц Hurlnose Drama, оттенок Noir, Lancome

07 Помада Rouge Allure, оттенок Rouge Spectaculaire, Chanel

08 Палитра для макияжа глаз, оттенок Draped In Velvet, Kimono Dream, Cle de Peau Beaute

09 Мерцающая пудра в шариках Meteorites Goldenland, Guerlain

# Лечить красиво

## О персональном подходе в стоматологии

Ирина Мишина |



Главный врач  
клиники QUEEN NELLA  
Борис Бернацкий

Стоматолог-пародонтолог, хирург-имплантолог — таковы главные направления деятельности доктора Бернацкого. Прежде чем возглавить клинику, Борис Сергеевич перенимал опыт у лучших врачей Европы,

Израиля, Америки, а с 1998 по 2004 год работал военным врачом в Армии обороны Израиля. Вернувшись в Москву, активно занимался изучением и совершенствованием методик регенерации костной ткани

перед имплантацией, выполнял различные виды протезирования при аномалиях прикуса, занимался эстетическим протезированием. Провел более 20 тысяч имплантаций.

**КЛИНИКА** Queen Nella была открыта 20 декабря 2013 года доктором Борисом Бернацким.

Все началось с названия, и это ключевой момент в развитии и становлении клиники. «Я назвал ее в честь моей мамы, — говорит Борис Сергеевич. — Эта клиника рождалась с душой. И все, что я сейчас имею, это благодаря моему самому близкому человеку, моей маме. Именно по этой причине я знал задолго до открытия клиники, как она будет называться». Поэтому семейный, или, как сейчас принято говорить, персональный подход — это главная особенность в работе клиники, ее важное преимущество. Для каждого пациента здесь разрабатывается комплексный план лечения и применяются свои методики, эффективные в каждом отдельном случае. Клиника постоянно совершенствуется, здесь применяются современные цифровые технологии, новые аппараты и материалы. На что стоит обратить особое внимание?



\*Возможны противопоказания, необходима консультация специалиста

### ИННОВАЦИИ

В каждом кабинете клиники установлены самые высокотехнологичные и эргономичные микроскопы OPMI PROergo ведущего производителя в этой отрасли — Carl Zeiss. Использование операционного микроскопа это высокий стандарт качества работы современного врача-стоматолога. В клинике работает система Segec, представляющая собой цифровые технологии в стоматологии. Это полный цикл цифрового производства реставрации, от сканирования зубного ряда (сегодня в некоторых ситуациях можно отказаться от традиционных оттисков) до компьютерного моделирования реставраций и компьютерного изготовления — фрезерования или 3D-печати.

### АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА

Авторская методика немедленной имплантации доктора Бернацкого B2S — это модифицированная методика IDR, впервые примененная им в 2004 году. В отличие от классической методики, Борис Бернацкий усовершенствовал технику имплантации с целью минимизации осложнений и объективной оценки операционного поля. Модификация заключается в том, что, в отличие от первоначального протокола (последовательности операций), который предполагает закрытый лоскут и субъективную оценку костного дефекта, Борис Бернацкий вводит новый этап, предполагающий отслаивание слизистого лоскута (десны) для полноценного обзора дефекта. Методика немедленной имплантации позволяет пациенту выйти из клиники с готовой реставрацией. Доктор Бернацкий провел уже более тысячи успешных операций.

### ОМОЛОЖЕНИЕ

Мы привыкли видеть взрослых, пожилых людей не улыбающимися, с ярко выраженными носогубными складками, заломками в уголках рта. Все эти признаки являются следствием неправильного положения зубов, снижения высоты прикуса, а также могут быть вызваны потерей зубов. Сейчас появились методики, позволяющие изменить прикус не только у детей, но и у пациентов зрелого возраста. К их лечению в клинике подходят комплексно: пациента ведет не только врач-ортодонт, который исправляет положение зубов, но и врач-имплантолог, ортопед, терапевт. В результате меняется не только улыбка, но и все лицо: морщины разглаживаются, возраст отступает.

### ВИНИРЫ ИЛИ ОТБЕЛИВАНИЕ

Несмотря на то что сейчас активно набирает популярность цифровая стоматология (когда коронки и виниры изготавливает не техник, а компьютер), в клинике не отказываются от ручного изготовления виниров и коронок. Техник под руководством врача работает как скульптор: он наносит послойно керамику, создавая естественную морфологию зуба, которую не сможет повторить компьютер. Для отбеливания и для виниров существуют разные показания.

Отбеливание позволяет только осветлить зубы, никак не влияя на их форму и топографию поверхности, но это отличный и доступный способ в короткие сроки преобразить свою улыбку. При использовании виниров больше опций: здесь есть возможность изменить размер зубов, их форму и цвет, скорректировать промежутки между зубами.

# «Главное — не упускать возможности»

Сандрин Гролье

о новых бизнес-стратегиях



**ПРЕЗИДЕНТ** Clarins Fragrance Group и Mugler Fashion Сандрин Гролье приезжает в Москву с завидной регулярностью. Это неудивительно — бизнес компании в нашей стране растет и требует внимания: за последние четыре года продажи марки Azzaro в России выросли в десять раз. «Ъ-Beauty» встретился с госпожой Гролье, чтобы поговорить о трендах мирового косметического бизнеса, а также о направлениях развития парфюмерного и модного дивизионов компании Mugler.

— Расскажите, почему вы выбрали Mugler? Как получилось, что связали свою карьеру именно с этим брендом?

— Я работаю в компании уже 23 года. Все началось с того, что я открыла для себя аромат Angel и была восхищена тем, насколько он необычный и креативный. Мне было понятно, что за ним стоит что-то очень интересное, очень творческое. Я сразу же написала президенту компании о том, что хочу у них работать. Я была студенткой, мне было 20 лет. Я пришла в компанию на стажировку и осталась здесь. В день окончания стажировки президент сказал мне: «Может быть, когда-нибудь вы займете мое место».

Чем мне нравится Mugler: бренд постоянно меняется, как будто создает себя заново, в нем изначально заложено очень большое пространство для творчества. У нас есть возможность предлагать и возможность принимать решения самостоятельно. Это то, что меня очень привлекает. — 23 года на одном месте — это впечатляет! Вообще, как вы считаете, расти внутри компании — это лучше, чем время от времени менять работу?

— Тут нет каких-то правил, рекомендаций, я думаю, что главное — нужно пользоваться теми шансами, которые выпадают. Если можно занять новую должность или найти в другой компании что-то более привлекательное и подходящее для себя — сделайте это. Главное, не упускать возможности, всегда сохранять оптимизм и стремиться к будущему, к лучшему будущему прежде всего для себя.

— Сейчас наметился глобальный тренд диджитализации, многие компании уходят в онлайн-ритейл. Расскажите о вашей позиции в этом вопросе.

— Потребители сегодня хотят меньше времени тратить на покупки, поэтому они предпочитают онлайн-магазины. В США,

например, мы продаем через Amazon именно по этой причине. Но это только в США, где после оформления заказа вы можете получить покупку всего за несколько часов. А в целом, надо сказать, наши позиции в продажах онлайн очень низкие — примерно 8% по миру. Это официальные цифры, хотя есть еще неофициальные дистрибуторы, благодаря которым объем составляет где-то 15%.

Основу парфюмерного бизнеса бренда Mugler составляет повторное заполнение флаконов, поэтому, конечно, он развивается преимущественно в точках продаж, а не онлайн.

— Вы совсем недавно запустили линию одеколонов. Это стремление стать более нишевой маркой или желание привлечь молодую аудиторию?

— Я бы не стала в этом случае говорить о нишевой линии — все-таки одеколоны принадлежат к числу базовых продуктов парфюмерии. Запуском этой коллекции мы хотели показать, что марка Mugler может создавать не только ароматы в стиле Angel или Alien — насыщенные, местами тяжелые, со шлейфом, но и что-то такое «ближе к коже», как мы это называем. Потому что парфюмерный рынок тоже меняется: люди уходят от тяжелых, насыщенных ароматов и хотят нечто более тонкое.

Действительно, мы ориентировались на молодых, и наша идея в том, чтобы с помощью Cologne Mugler приобщить их к миру парфюмерии. Потому что одеколоны эти легкие, очень понятные, их можно смешивать друг с другом, можно создавать собственные ароматы — здесь есть и игровой момент.

— Есть ли какая-то особенность именно у российского рынка? Что любят русские женщины, чем-то мы отличаемся?

— Прежде всего надо сказать, что это сильный и важный для нас рынок: здесь потребитель очень образован и искушен в плане парфюмерии. Если говорить о предпочтениях, ваши вкусы очень близки к азиатскому рынку, как ни странно. У вас сейчас большей популярностью пользуются легкие, цветочные, сладкие ароматы. Во Франции больше любят восточные, гурманские, сладкие запахи: если посмотреть на топ-10 самых продаваемых там ароматов, шесть будут как раз из этой категории.

— Исходя из вашего опыта, что сложнее — ароматы или мода?

— Это два очень разных мира, но объединяет их то, что в одном и другом очень высокая конкуренция. Однако в моде все очень быстро меняется, и с этой точки зрения она как бизнес сложнее.

— Плюс еще наступает fast fashion, и это не может не отразиться на жизни известных модных домов. Наверное, и вы это почувствовали?

— Бренды категории масс-маркет успевают скопировать то, что они видят на наших подиумах, раньше, чем мы успеваем это отшить. С момента показа до поступления коллекции в магазины проходит шесть месяцев, а они тратят два месяца, что-

бы позаимствовать модели и выпустить их в продажу. И это очень влияет на бизнес, поэтому одна из наших главных задач — разработать новый способ представления коллекций. Мы прекрасно понимаем, что клиенты хотят сразу получить то, что они увидели, мы не можем не учитывать их пожелания, и потому нам нужно придумать новые способы взаимодействия с покупателем. Второй важнейший вопрос — о том, как продолжать развитие нашей компании в плане социальной ответственности, сейчас эта тема очень популярна.

— Расскажите про работу с инфлюенсерами, с большими звездами. Выход Ким Кардашьян в «мокром» платье Mugler всем очень запомнился.

— Ким Кардашьян — фанатка бренда, и это платье было создано самим Тьерри Мюглером впервые за долгие годы. По лицензионному соглашению он больше не имеет права делать что-то под маркой Mugler, но специально по этому случаю ему авторизовали его работу, и он нарисовал эскиз платья. У нас только что прошел показ новой коллекции, и сегодня я получила сообщение от креативного директора, что Ким хочет всю эту коллекцию себе. В целом мы, конечно, активно работаем со звездами, но чаще отказываемся, чем соглашаемся на сотрудничество — политика марки очень строга к выбору персоналий. И еще важный момент: наши кутюрные платья мы никогда не дарим, у нас все покупают, и звезды тоже.

— Вернемся к косметике: скажите, какие средства макияжа вам жизненно необходимы, без чего вы не выйдете из дома, как бы ни торопились?

— Прежде всего это средство ухода, потому что никогда не получишь красивый цвет лица, если кожа не будет хорошо увлажнена. А мой повседневный макияж — это классические стрелки, тушь и красная помада. Даже если я буду в пустыне или на необитаемом острове, где угодно, я не откажусь от красной помады.

БЕСЕДОВАЛА  
Ирина Кириенко



КИМ КАРДАШЬЯН  
В ПЛАТЬЕ MUGLER  
НА БАЛУ MET GALA, 2019

# Звезда родилась

## Российская марка с умными формулами и дружелюбными ценами

Вероника Мурашева |



Амбассадоры SHINE IS инфлюенсеры Анастасия Решетова и Алена Шишкова в рекламной кампании бренда

### Производство

Команда верит, что сегодня на отечественных предприятиях можно изготовить все, что угодно, и делает это на достойном уровне. Большая часть продукции SHINE IS производится в России. Здесь у марки есть собственная лаборатория, где команда профессиональных химиков-технологов работает над формулами. Часть их разрабатывают в Европе, в известных в косметическом мире профессиональных лабораториях, а ингредиенты собирают со всего мира — что-то получают из Европы, что-то из Южной Америки. Российских поставщиков сырья компания тоже активно поддерживает, и это делает марку одной из немногих, о которых можно с гордостью сказать «сделано в России». Важно, что косметика SHINE IS не тестируется на животных. Эффективность формул проверяется на фокус-группах, а их безопасность — на многоэтапных барьерных тестированиях, одобренных Роспотребнадзором.

### Состав

Технологи SHINE IS постоянно ищут новые оригинальные решения для формул своих продуктов. Почти в каждой формуле есть три одинаковых ингредиента: натуральная пудра жемчуга, экстракты бессмертника и лотоса. Жемчужная пудра успокаивает воспаление и восполняет минеральный дефицит клеток кожи. Лотос укрепляет тургор кожи и стимулирует регенерацию клеток. Бессмертник нейтрализует свободные радикалы. Интересно, что их применяют в высокой концентрации, что является еще одним важным отличием этой марки от конкурентов: мало кто сегодня на рынке использует ингредиенты таким образом и готов инвестировать в составы кремов и сывороток. Технологи бренда делают ставку на растительные компоненты с доказанной эффективностью, такие как кофеин, масло ши, экстракты календулы и ромашки. У марки есть и синтетические ингредиенты, но только на 100% безопасные. И речь идет не о силиконе, а о настоящих открытиях косметической индустрии. Например, увлажняющий тоник в спрее Fresh Time Vitality Mist наполнен гиалуроновой кислотой, а очищающая маска-пленка Nude Secret содержит пептид меди, который сейчас добавляют в свои омолаживающие кремы и сыворотки все трендсеттеры

рынка средств по уходу за кожей. Не обходится и без ниациамида — его добавили в йогуртовую маску, где он наряду с жирными кислотами и витамином С работает над качеством рельефа и выравниванием тона кожи. Ароматические композиции подбираются совместно с парижским парфюмерным домом Le Studio des Parfums. У кремов и сывороток для лица аромат очень деликатный, а вот продукты для тела пахнут ярко. Парфюмерная студия постаралась разработать для SHINE IS композиции более интересные и совсем не банальные. Например, аромат скраба для тела в фольгированной пачке напоминает запах шоколада «Баунти».

### Что выбрать

**01**  
**Патчи для век RELAX SIGHT,**  
895 руб.

Плотно прилегают и хорошо фиксируются на коже за счет особых волокон материала, поэтому отдают максимум активных ингредиентов. Разглаживают, подтягивают и увлажняют кожу.

**02**  
**Филлер-хайлайтер для заполнения морщин WRINKLE CONTROL FLASH FILLER,**  
1245 руб.

Абсолютная красота и гармония — основа этого уникального средства. Именно с идеи его создания началась история SHINE IS. Ровная, естественная, сияющая изнутри кожа без морщин — это совершенство. Идеален в качестве базы под макияж, заполняет неровности

кожи и подсвечивает ее изнутри, за счет мелкодисперсных светоотражающих частиц. В составе средства экстракт биоферментированного чайного гриба и полисахаридный комплекс, ускоряющие синтез коллагена и эластана в коже в десять раз.

**03**  
**Мицеллярная вода для снятия макияжа PURE MICELLAR WATER,**  
545 руб.

Не сушит кожу (но смыть ее все равно нужно) и удаляет макияж любой стойкости — и матовую основу под глазами. Содержит множество увлажняющих компонентов, поэтому подойдет для умывания даже чувствительной кожи.

**04**  
**Питательный дневной крем с конопляным маслом CANNABIS STORY DAY CREAM,**  
945 руб.

Насыщенный маслами, но легкий по текстуре крем с растительными экстрактами. Защищает кожу от воздействия холода и спасает ее от сухости в отопительный сезон.

[www.shineis.ru](http://www.shineis.ru)

**ЧТО НУЖНО** знать про новую марку косметики SHINE IS, которая обещает обойти конкурентов не только из масс-маркета, но и более дорогого сегмента.

### Дизайн

Внешний вид косметики соответствует названию — все заманчиво переливается и сияет, так и просится в инстаграм. Кроме того, в дизайне продуманы разные мелочи, чтобы сделать упаковку максимально удобной для покупателя. Гидрофильное масло за счет помпы легко выдавить в ладонь одной рукой, а кремы для лица расфасованы либо в тубики, либо в вакуумную упаковку, чтобы в них не попадали бактерии. В банках SHINE IS выпускает только те продукты, текстура которых не позволяет им выдавливаться. Например, густое крем-масло.

### Цены

Ценовая политика марки — самая что ни на есть лояльная. Упаковку делают простой и унифицированной, чтобы покупатель получил больше средства за меньшие деньги. Например, простые маски продаются в гибкой упаковке с закручивающейся крышечкой, что позволяет вложить больше денег в стоимость ингредиентов и разработку формулы. Сыворотки в среднем стоят чуть больше тысячи рублей, увлажняющий крем для лица — от 700 до 1,5 тыс. руб., а отличную мицеллярную воду по промокоду можно купить за 500 руб., а это чуть дороже американского масс-маркета. Кроме того, есть возможность взять косметику набором — это тоже хороший вариант знакомства с маркой.



# Любо-дорого Новогодние бестселлеры

**ДАРИТЬ** средства красоты — уже давно не моветон, а прекрасная идея. Берем на заметку: крем в фарфоровом флаконе, лимитированный аромат и сыворотки, по форме и содержанию больше похожие на произведения искусства.



## Крем для глаз и губ *Orchidee Imperiale Black, Guerlain*

Исследовав вдоль и поперек свойства редкой перуанской черной орхидеи, ученые Guerlain дополнили антивозрастную линию Orchidee Imperiale Black кремом для глаз и губ. Особенность строения мышц и постоянные микросокращения делают эти зоны наиболее уязвимыми. Замедлить время способен экстракт черной орхидеи: он стимулирует обновление кожи и сокращает морщины, а включенные в состав крема мельчайшие частицы перламутра, полученные из серебра, розового жемчуга и слоновой кости, рассеивают свет и придают коже красивое свечение. Крему с такими роскошными ингредиентами определенно нужен достойный флакон — решила марка Guerlain и остановила свой выбор на черном лаковом фарфоре французского дома Bernardaud, который можно повторно заполнить кремом, когда он закончится.



### **Активирующая сияние сыворотка Le Serum, Cle de Peau Beaute**

Задумав полностью обновить линию для ухода за кожей Key Radiance Care, марка Cle de Peau Beaute поставила во главу угла теорию «интуиции кожи», согласно которой косметические препараты должны научить кожу функционировать правильно, а не делать это за нее. Основой всех средств, составивших по-японски многоступенчатую систему, стал комплекс Skin-Empowering Illuminator на основе экстракта морских водорослей, запускающий процессы восстановления в коже. Ритуал по уходу Key Radiance Care марка предлагает начинать с сыворотки Le Serum, пару капель которой нужно наносить на лицо сразу после умывания: она мгновенно усиливает естественное сияние кожи, а со временем делает ее более гладкой и упругой.



### Парфюмерная вода *Eau du Soir, Sisley*

Лимитированные флаконы парфюмерного бестселлера Sisley — цветочно-шипового аромата Eau du Soir, которые марка выпускает раз в году, уже давно стали объектом коллекционирования. На этот раз массивный прямоугольный флакон раскрашен в духе модной в 1950-е годы «живописи действия», одного из направлений абстрактного экспрессионизма, с его характерными яркими цветами и хаотичным способом нанесения краски на холст. Лимитированное издание Eau du Soir Dripping Fantasy полностью повторяет классическую версию аромата 1990 года. В его благородном, даже аристократичном звучании можно разгадать жасмин, розу, пачули, иланг-иланг, дубовый мох, гвоздику и можжевельник.



**Восстанавливающая сыворотка  
для лица L'Or de Vie Le Serum, Dior**

Ставшая логичным продолжением линии омолаживающих средств для лица Dior L'Or de Vie, сыворотка Le Serum содержит ее знаковый компонент — ценный экстракт побегов винограда сорта икем. 30 лет потребовалось ученым лаборатории Dior Science, чтобы досконально изучить особенности Botrytis Cinerea — микроскопического гриба, живущего на виноградной лозе, и доказать его регенерирующие свойства. Максимальная концентрация такого экстракта в формуле сыворотки L'Or de Vie Le Serum делает ее бойцом, который наносит удары сразу в нескольких направлениях: против тусклого тона кожи, снижения упругости и мелких морщинок. А кроме того, это настоящая бьюти-инвестиция.

# Над облаками Парфюмерная инсталляция Cartier

**В КОНЦЕ** октября в музее Лувр в Абу-Даби открылась выставка 10 000 Years of Luxury, в рамках которой дом Cartier представил вниманию публики необычную инсталляцию USO (или «Неопознанный парфюмерный объект») — прозрачный стеклянный короб с облаком внутри. «Ъ-Beauty» получил право эксклюзивного интервью с Матильдой Лоран, мастером-парфюмером Cartier, и побеседовал с ней на месте событий.

— Как родился этот проект, расскажите? — Вдохновением послужил аромат L'Envol. Его название означает «взлет» — начало полета, момент, когда вы отрываетесь от земли. Это мужской аромат, я его придумала года три назад. Моя задача была в том, чтобы предложить нечто новое в этой категории. В последнее время в основу ароматов для мужчин обычно заложена довольно устаревшая идея — прежде всего обладать красивым тренированным телом, быть привлекательным самцом. Поэтому, создавая этот аромат, я думала о новом позиционировании и другой подаче, хотела отойти от привычных стереотипов. Предложить мужчине показать себя как человека, тем, кем он является. Кстати, в женской парфюмерии примерно та же история: мы просто обязаны быть сексуальными, всегда и везде быть физически привлекательными. Между тем аромат может звучать как высказывание, наше послание окружающему миру. А еще это ваш друг, приятель, который говорит и с вами, и от вашего имени.

Звучание аромата L'Envol, те образы, которые я в него вкладываю, — это амброзия и медовый нектар, он подобен напитку богов на Олимпе, и через облако я предлагаю приблизиться к ним, стать ими хоть на мгновение. Быть над облаками — это значит вознестись над своей жизнью, дистанцироваться от повседневности, состояния тревоги. Мы хотели показать аромат, создать особый чувственный эксперимент, новый опыт его понимания.

— Кто реализовал вашу идею?

— Мы долго искали тех, кто сможет воплотить мой замысел в жизнь — это оказалось не так легко. У меня было множество фото разных облаков от разных фотографов, художников, но все было не совсем то, что нужно. Потом мы нашли немецкую компанию Transsolar: они невероятно талантливые ученые, занимаются климатическими установками — и все получилось.

— Скажите, вы же знакомы с парфюмером Фредериком Маллем и его парфюмерными колоннами? Не та же идея лежит в основе?

— Это совсем разные вещи. Я хорошо знаю и очень уважаю Фредерика Малля, но в этих колоннах нет ничего нового: они используются в парфюмерии уже много лет. Идея пошла из больших парфюмерных компаний, таких как IFF, Figmeich. Это техническое приспособление, устройство для работы парфюмера в процессе создания аромата. Скажем, IFF — мой поставщик: мы закупаем у них все ингредиенты, я еду туда, распыляю аромат в колонну и начинаю его слушать. Колонна показывает, как аромат звучит в повседневной жизни, позволяет услышать его в воздухе. Это очень интересно — когда ты занимаешься созданием аромата, важно протестировать его в разных возможных условиях, также важно и проверить, как он раскрывается у кого-то на коже или на бумажном блоттере. Парфюмеры используют эти техники, чтобы получить наиболее полное представление об аромате, над которым они работают. Но, по моему мнению, это совсем не то, что нужно клиенту. Почувствовать, как будет пахнуть он сам в этом аромате, гораздо ценнее, чем просто уловить запах со стороны. В колонне вы только слышите верхние ноты, и это совсем не то, каким будет ваш запах в сочетании с ароматом. А мое облако дает совсем другие ощущения. Я почти уверена, что этот момент мало кто испытывал: попасть в облако, оказаться над ним, не находясь при этом в самолете (а где мы еще видим облака так близко?), — это уникальный опыт.

Внутри стеклянного короба есть лестница, поднимаясь по которой вы можете и понять идею аромата, и заняться самосозерцанием. Это несколько сюрреалистический момент. А в колонне

ПАРФЮМЕР  
ДОМА CARTIER  
МАТИЛЬДА ЛОРАН



BAPTISTE LIGNEL / CARTIER

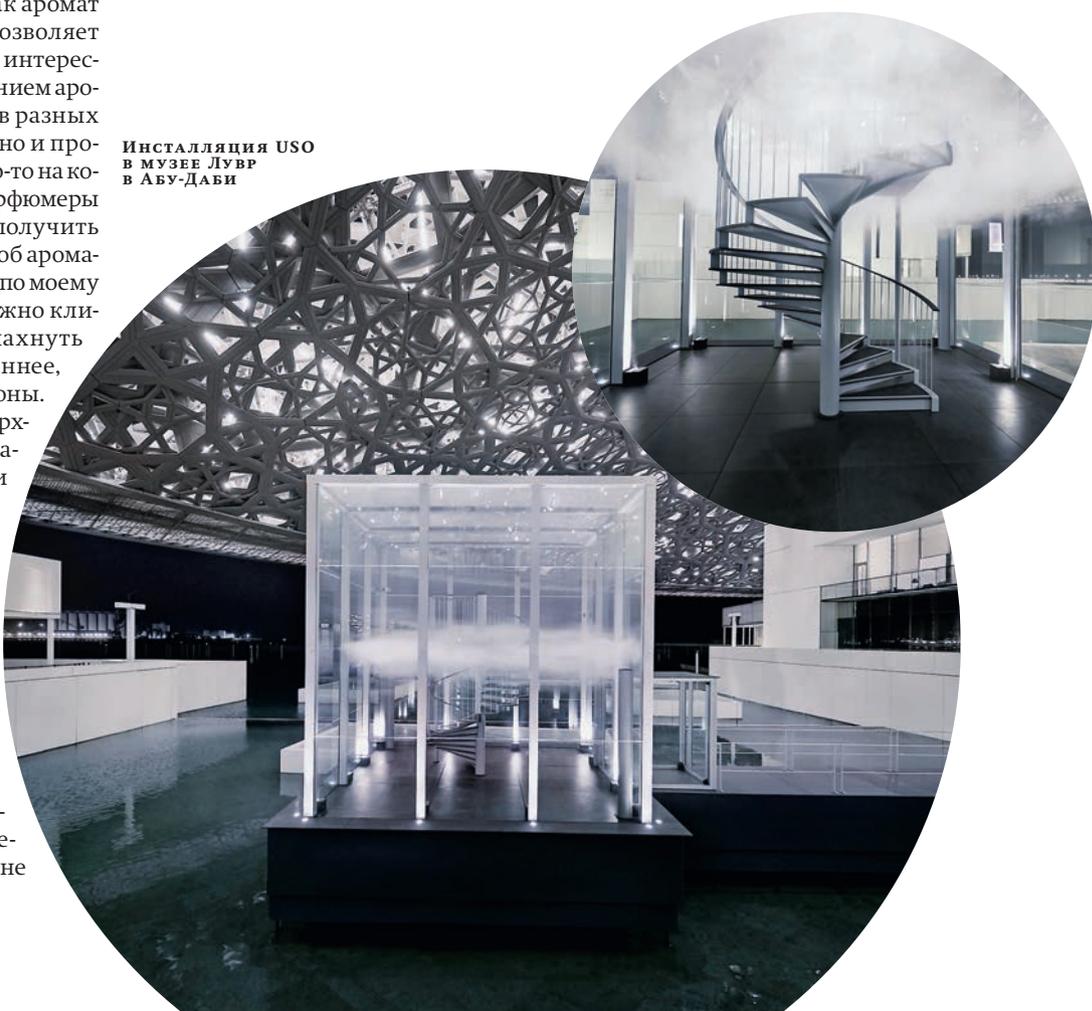


ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА  
ДЛЯ МУЖЧИН  
L'ENVOI CARTIER

ставила это во главу угла. Для каждого своего парфюма я создаю то, что поможет его лучше понять и почувствовать. Это и необычные огромные блоттеры, или, скажем, у нас еще есть парфюмерный орган — чтобы лучше понять запах и правильно подобрать свой. И при этом совсем не нужно разбирать аромат на ингредиенты. Я этого вообще не люблю: вы притворяетесь или думаете, что поняли, о чем этот аромат, хотя на самом деле вам просто сказали, что в нем, условно, есть нота розы. Ну и что? Почти каждый аромат содержит розу — и разве они похожи?

Беседовала Ирина Кириенко

ИНСТАЛЛЯЦИЯ USO  
В МУЗЕЕ ЛУВР  
В АБУ-ДАБИ



# ЛЕГКИЙ СПОСОБ ДАРИТЬ ПОДАРОКИ!

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ  
И E-CARDS РИВ ГОШ

БОЛЕЕ 250 ВЕДУЩИХ БРЕНДОВ  
ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ



ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ ЛЮБОГО НОМИНАЛА ПО ВАШЕМУ ВЫБОРУ  
МОЖНО ПРИОБРЕСТИ В КАЖДОМ МАГАЗИНЕ И НА САЙТЕ РИВ ГОШ.  
8 800 333 20 20 RIVEGAUCHE.RU



РЕКЛАМА.

E-CARDS – ЭЛЕКТРОННЫЕ (ПОДАРОЧНЫЕ) КАРТЫ  
ООО "АРОМАЛЮКС", 198095, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, МИТРОФАНЬЕВСКОЕ ШОССЕ, 2, КОРП. 9, ЛИТ. В, ПОМ. 18 ОГРН 1057810129266

# Танец на доверии

## Танго как социальный феномен

Вадим Курилов |

О своем опыте приобщения к одному из самых популярных в мире танцев рассказывает специалист по маркетинговым коммуникациям в парфюмерно-косметическом бизнесе, тренер по голосу и публичным выступлениям.

**Я НАЧАЛ** заниматься в ноябре 2014-го, но любил танго всегда: мне нравилась музыка, сама эстетика танца. Я всю жизнь танцевал, но так, для себя — в клубах, на дискотеке, в школе. Венскому вальсу мама меня давным-давно научила, я понимал всю латинскую программу, примерно знал, как все устроено в бальных танцах — не понимал только, как танцевать танго.

Потом все неожиданно сошло: оказалось, что многие знакомые танцуют, и я решил попробовать. Узнал, что танго бывает нескольких видов: аргентинское, которое делится на два основных вида — есть танго как социальный танец, в том смысле, что это танго для общения, есть танго сценарио, сценическое танго, то, что мы видим на сцене. Есть, правда, еще бальные танцы, но это вообще отдельный номер.

Интересно, что танго — танец эмигрантов, ему около 100 лет — по общемировым меркам не очень-то и старый. Зародился он, когда была сумасшедшая волна эмиграции в Аргентину и ехали в основном мужчины — испанцы, немцы. Женщин не хватало, и есть такая легенда, что аргентинское танго началось с танцев мужчин друг с другом: они просто тренировались, чтобы научиться, а потом уже, представ прекрасно обученными, победить в борьбе за партнершу. Считается, что танго — это танец более взрослых людей, но, на мой взгляд, тут все зависит от школы — у нас, например, школа молодая, я там один из самых взрослых. Танцевать можно и в 15, и в 80 лет — примеров достаточно.

Как все происходит? Сначала ты учишься в группе, танцуешь со знакомыми партнершами, потом на танго-практике — с любыми партнершами из вашей школы, из других групп. И все это не только для отработки техники, но и для обретения уверенности в себе. Затем наступает время милонги — это как тематическая вечеринка, увлекательное мероприятие. Вечеринка обычно бывает ночная, но в Москве много и вечерних милонг. Что такое милонга по правилам? В танго есть такое понятие, как «кодингос» — очень важное правило приглашения на танец. Ты не можешь по-



**ТАНГО — ЭТО ПРО ОБЪЯТИЯ,**  
которых нам всем не хватает.

Мы все любим обниматься на самом деле, но очень боимся этого

дойти к девушке и сказать: «Пойдем, потанцуем». Поэтому существует приглашение взглядом — это называется капесео: ты ловишь взгляд девушки и взглядом даешь понять, что ты не просто с ней здороваешься, а хочешь потанцевать, она тебе взглядом отвечает — и только после этого ты к ней подходишь и выводишь ее на танцпол.

Танго — это вообще импровизация. Тут нет заученных фигур, как в бальных танцах. Смысл танго очень философский и вообще такой человеческий, взаимоотношенческий, если можно так выразиться. Это танец про ведение и следование: мужчина ведет, женщина следует. Ей нужно разрешить себе быть ведомой и довериться человеку. Девушки могут танцевать танго с закрытыми глазами, просто на ощущениях. Для партнера это не менее важно: он ведь, на минуточку, должен взять на себя ответственность за то, что на нем другой человек и этого другого человека нужно провести, полностью. Ты это очень четко понимаешь: ответственность на тебе. Мужчины сейчас, как правило, не берут на себя ответственность. И для меня в свое время это тоже был психотерапевтический эффект, абсолютно. Вопрос доверия, вопрос ответственности — вот это очень важно.

Партнер дает импульс партнерше на некое движение — партнерша ловит этот импульс. Партнер должен понять, поймала она его или нет, и сопроводить ее движение. Танго — это про объятия, которых нам всем не хватает. Мы все любим обниматься на самом деле, но очень боимся этого.

Если говорить сугубо практически, то, безусловно, танго дает и определенные физические нагрузки: там может быть очень жесткая разминка, разная — все зависит от школы и уровня твоей подготовленности. Но для меня танго — это еще и единственное место, где я могу полностью отключить мозги. Я бегаю, очень люблю бег, но, как в танго, у меня не получается. А вот когда прихожу на урок танцев, полтора часа не думаю про работу, не думаю ни про что: я на 100% включен в танец, включен в партнершу и в то, что сейчас происходит, какая между нами история. Это очень круто.



Татьяна Гороховская,  
Президент Siberian Wellness,  
рассказывает о том, как можно  
сделать бьюти-продукт  
не только функциональным,  
но и экологически чистым.

# ЧИСТЫЙ ПРОДУКТ – ЧИСТАЯ КРАСОТА

## КАК ВЫ ПРИШЛИ К РЕШЕНИЮ ВЫЙТИ НА РЫНОК ЭКОЛОГИЧНОЙ КОСМЕТИКИ?

Мы всегда стремились к чистым решениям. Все началось 23 года назад, когда мы запустили первые линии продуктов в непростом сегменте эндоэкологии и адаптационной медицины. Уже тогда стало понятно, что будущее – за чистотой, качеством исходников и экоподходом. И сейчас, выпустив новую линейку экологичной декоративной косметики E.N.I.G.M.A., мы не сделали какой-то особенной революции – просто остались в своем экотренде, который хорошо знаком нашей текущей аудитории (по бренду

Experalta Platinum, например) и пользуется все большим спросом у аудитории новой.

## ЧТО ДЛЯ ВАС ЭКОПОДХОД В БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ?

Во-первых, это компоненты и исходники. Мы исключили раз и навсегда все фталаты, сульфаты, микропластики и многое другое, что считаем недостаточно безопасным. Да, это удорожает продукт, но продлевает красоту, а может быть, – и жизнь. Во-вторых, это производство: строжайший контроль, сертификация по фармацевтическому классу (GMP), мощнейшие

фильтры на воду и воздух. И в-третьих, это отношение к окружающей среде – мы наращиваем процент экоупаковки, отказываемся от тяжелых пластиков, не тестируем продукцию на животных.

## ПРИ ТАКОМ КОЛИЧЕСТВЕ ОГРАНИЧЕНИЙ УДАЕТСЯ ЛИ УДИВЛЯТЬ ПРОДУКТОМ АУДИТОРИЮ, ПРЕДЛАГАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ В НАШЕЙ ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ?

Конечно. То, что экоподход упрощает продукт, – это миф, удобный некоторым производителям. Наоборот, мы предлагаем новые интересные решения с использованием экокомпонентов – в частности, натуральных сибирских трав и растений. Кроме того, мы успешно совмещаем мировую практику в области бьюти-разработок с нашим исконно сибирским характером. Например, так появилась серия капсульных коллекций парфюмов L'INSPIRATION DE SIBÉRIE, созданная французскими парфюмерами, вдохновившимися Сибирью. С одной стороны, это французская утонченность и шарм, а с другой – естественные (древесные и травяные) ноты, неповторимо раскрывающиеся в индивидуальный аромат. Последняя коллекция вышла совсем недавно – и, похоже, придется размещать дополнительный заказ на производстве.

## СУЩЕСТВУЕТ ЛИ ОСОБЕННАЯ, СИБИРСКАЯ КРАСОТА?

Скорее, существует тот самый сибирский характер. Красота – она же не только во внешности, она внутри человека. Если ты чист в своих мыслях, понимаешь и принимаешь природу, следишь за тем, что и как ты ешь, нагружаешь тело регулярными тренировками (или просто активностью), больше улыбаешься, – красота всегда будет с тобой. Кроме того, есть возможность поддержать красоту изнутри правильными минералами и витаминами – мы даже создали специальный комплекс BeautySense именно для поддержки красоты на внутреннем, клеточном уровне. Чем здоровее организм, тем лучше выглядишь, это же не секрет.

## ВЫ НЕ ЕДИНСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ, ПРОДАЮЩАЯ ЭКОКОСМЕТИКУ. КАК ВЫ ОЩУЩАЕТЕ СЕБЯ В РАСТУЩЕМ ЭКОСЕКТОРЕ?

Прекрасно ощущаем, и мы рады, что многие компании перешли на экоформат. Мир надо переводить на новые стандарты сохранения природы – и не только производством экопродуктов, но еще и делами. ООН несколько лет назад объявила о концепции устойчивого развития – в частности, призвала не занимать экоресурсы у будущих поколений и более ответственно относиться к потреблению. И эти инициативы лягут на плечи бизнесов – именно они ответственны за то, что покупает, использует и затем утилизирует пользователь. Наш фонд «Мир Вокруг Тебя» постоянно внедряет новые инициативы по защите природных видов и очистке окружающей среды. Ведь без этого невозможно производить правильный экопродукт и быть честным перед собственным потребителем.

# Пост охраны

## Косметика против мирового загрязнения

Дарья Богомолова |

**НАБИРАЮЩИЙ** силу тренд экологической ответственности удивительным образом продолжает уживаться с переизбытком продукции на рынке. Бренды косметики сотрудничают с фондами по охране природы, защищают океан и используют переработанный пластик. Осознанное потребление — уже не просто хороший тон, а часть повседневной жизни. Покупатель осмысленно подходит к выбору косметики, пытается разобраться в составах и маркировке пластика, отказывается на кассе от чека и пакета, заменяя его тканевой шопинг-сумкой — такова сегодняшняя реальность. В европейских странах и на севере России проходят митинги в защиту климата. Беспокоясь об окружающей среде и о собственной репутации, бренды идут в ногу со временем и придумывают все новые способы защиты экологии. Устойчивое развитие — что подразумевает не скорейшее экстенсивное расходование ресурсов, а сохранение их для будущих поколений — становится не выбором компаний, а необходимостью, правилом игры на рынке.

Реальной проблемой между тем остается вред, который неизбежно наносит окружающей среде промышленность. Любой производитель сотрудничает с поставщиками, фабриками и транспортными компаниями. Их работу важно сделать менее разрушительной для природы на каждом этапе: сократить выбросы углекислого газа, потребление воды, использование пластика, отказаться от пестицидов при выращивании сырья. Процесс этот небыстрый, недешевый и пока больше распространен среди нишевых, люксовых и инди-марок, часто малоизвестных в России. Например, по такому пути идут калифорнийские Juice Beauty, Supergoop! или Hourglass.

В некоторых случаях мода на натуральные продукты выглядит неоднозначно как раз с точки зрения экологии. Например, популярность авокадо проникла и в мир косметики, хотя не все знают, что ради его выращивания вырубают сосновые леса в Мексике. Точно так же не экологичен пластик из сахарного тростника, потому что сахарная промышленность сама создает тонны отходов. Проблема накопления мусора, к сожалению, не сводится к переработке — например, практически невозможно утилизация палеток с зеркалами, потому что зеркало сложно переработать из-за вредных металлов в амальгаме.

Компания The Body Shop одной из первых подала пример экопотребления еще в 1970-х, продвигая на рынке экологически чистые продукты в банках из переработанного пластика, агитируя за сохранение тропических лесов и против тестирования косметики на животных. Хочется ве-

рить, что через обещанные пять-десять лет к устойчивому развитию придут и бренды, выпускающие товары повседневного потребления: мыло, зубные пасты и щетки, гели для душа и шампуни, дезодоранты. Unilever и L'Oréal обязуются к 2025 году перейти на 100-процентно перерабатываемую или биоразлагаемую упаковку, Procter & Gamble намерена этого добиться к 2030 году. Шампуни Head & Shoulders уже сейчас, пока лимитированным тиражом, вышли в новой упаковке, состоящей на 20% из пластика, собранного на пляжах Атлантического побережья.

гери в текущем году упал на 7%, в Америке за один день на 30% упали биржевые котировки косметического ритейлера Ulta Beauty, после того как компания снизила свой прогноз по продажам за год.

Другая информация для размышления: 90% всего существующего пластика — это первичный, то есть не подвергавшийся переработке, пластик. Перепроизводство и несогласованность промышленности с экологией привели к изменениям климата, отрицать которые становится невозможно. Из-за повышения среднегодовых температур тают льды в арктических зо-

В компании Biotherm уже исключили из состава продуктов опасные для кораллов вещества, а также в целом сделали формулу солнцезащитных средств на 96% биоразлагаемой. В рамках своей экоинициативы Water Lovers марка разработала планы до 2025 года: в упаковке полностью отказаться от пластика, выработанного из ископаемых ресурсов, спонсировать программы по сбору пластикового мусора на пляжах совместно с WWF в Китае и по защите океана вместе с фондом Mission Blue. О пожертвованиях позаботился и бренд Caudalie: с 2012 года он перечислил почти \$12 млн от своих продаж природоохранным организациям.

С несколькими фондами работает по экологической тематике австралийская марка Kevin Murphy. А в этом году она стала первой в индустрии, вошедшей в программу 100% Ocean Waste Plastic: теперь вся упаковка этого производителя полностью сделана из переработанного пластика, выловленного в океане.

В социальных сетях теперь актуально делиться шокирующими данными об экологической ситуации, рассказывать о том, куда относить пластик и как использовать пустые стеклянные флаконы. Интерактивную экоинициативу успешно внедрили в компании Mugler, установив в магазинах по всему миру аппараты для повторного заполнения флаконов духами бренда Alien и Angel. Экономия — почти в полтора раза. Еще одна станция парфюмерной дозирования установлена в корнере Cartier в ЦУМе. Ароматы наливают в декорированные золотистыми деталями атомизеры рубинового цвета и упаковывают в бархатный мешочек — чем не повод поделиться такой красотой в Instagram. Примеры ответственного подхода к потреблению должны быть массовыми. «Мы уделяем внимание экологичному подходу с самого основания проекта, — рассказывает PR-директор сети салонов Kynsi Ната Орешникова. — Это выразилось и в выборе брендов: Kevin Murphy, Christina Fitzgerald, La Ric, St. Barth, Rolland. Мы делаем пилочный маникюр, используя не одноразовые пластиковые основания, а металлические, которые дезинфицируются в автоклаве. Также отказались от пластиковых трубочек в пользу бумажных и вместо полиэтиленовых пакетов используем крафтовые».

Пройдет еще несколько лет, пока разные страны примут законы и введут запреты на использование полиэтиленовых пакетов и одноразовых пластиковых предметов. Как мы можем помочь природе? Уменьшать употребление пластика, распространять информацию о том, какие последствия ждут планету в результате переизбытка отходов и в целом перепроизводства, научиться правильно сортировать мусор, а главное — сократить количество бессмысленных покупок.



VASILINA POPOVA / GETTY IMAGES

Скорость, с которой бренды переходят на устойчивое производство, пока недостаточна для борьбы с потенциальной экологической катастрофой. Процесс замедляется и из-за того, что рынок продолжает обрастать новыми продуктами и марками, которые все реже удивляют. Очередной тон, вариация аромата или перезапуск палетки? Они уже не находят отклика среди покупателей: в России оборот у сетевых парфюмерных магазинов и дро-

нах, вымирают кораллы и разрушаются целые экосистемы.

Недавно выяснилось, что для кораллов вредны популярные солнцезащитные компоненты косметики оксibenзон и октинноксат. С 1 января 2021 года на Гавайях будет запрещено продавать без рецепта средства с этими веществами в составе. Не исключено, что в скором времени небезопасным признают и оксид цинка, исследования по которому ведутся сейчас.

# К водопадам по дороге короля Пешие маршруты в бразильских горах

Александр Кулиш |

**ОДИН** из вариантов фитнеса под открытым небом — хайкинг, однодневный поход налегке. Это не просто прогулка на природе, но и активная аэробная нагрузка: за шесть-восемь часов вы пройдете 10–20 км, преодолевая препятствия в виде холмов, гор, лесов и рек. Со спортивной точки зрения хайкинг можно назвать длинной тренировкой на низком пульсе, которая улучшает кровообращение, тренирует ноги, сжигает калории, нормализует сон. Это еще и отличный цифровой детокс: маршруты часто проходят там, где интернет недоступен, а значит, бессмысленно каждые пять минут доставать из кармана смартфон. Поэтому антистрессовый эффект тоже очевиден.

Я увлекся хайкингом, когда понял, что мне надоели беговые дорожки и эллипсы в фитнес-клубах. Хотелось выйти из зала и придать кардиотренировкам какой-то сюжет. В этом смысле идея хайкинга, где физическая нагрузка сочетается с красивой прогулкой по горам, показалась мне очень привлекательной.

Самые яркие воспоминания о таких тренировках связаны у меня с Бразилией. Мой первый бразильский хайкинг длился целую неделю и проходил в национальном парке «Шапада Диамантина» в Баия, самом «черном» штате страны, куда во времена колонизации африканских рабов завозили на сахарные плантации. Рабский труд использовали и на алмазных рудниках. В 1822 году здесь нашли алмазы, которые позволили превратить крохотный городок Ленсойс в одно из самых привлекательных мест Бразилии с образцами архитектуры ар-деко и приветливыми разноцветными домами в колониальном стиле. Сегодня здесь начинается большинство маршрутов огромного парка, занимающего 1520 кв. км национального парка, который иногда называют бразильским Гранд-Каньоном из-за гор с плоскими шапками, образовавшимися в процессе эрозии.

Найти проводника не стало проблемой: в Ленсойсе десятки агентств, которые предлагают маршруты разной сложности — от легкой прогулки на пару часов до многодневных походов. Главное, что необходимо для хайкинга, — это специальная обувь с ребристой подошвой, которая предотвращает соскальзывание на опасных горных участках. Если хайкинг проходит по прерии или в лесу, лучше надеть брюки, чтобы защитить ноги от веток и насекомых. В поход стоит взять пластырь. И литр воды, если хайкинг на весь день. Впрочем, о воде, как и о легкой обеде, чаще всего заботится гид.

«Шапада Диамантина» известен гротами, пещерами, водопадами, каньонами, куда можно попасть только пешком. Многие из маршрутов проходят по руслам обмелевших рек: нужно перемещаться по огромным гладким валунам, сохраняя баланс,

и это настоящий подарок для зожника, желающего проработать как можно больше мышц. В качестве бонуса — купание рядом с водопадами и отдых у природных бассейнов. Один из таких маршрутов — вдоль реки Мусужезинью к «Дьявольскому колодецу» — начинается прямо на задворках Ленсойса, и пройти его можно без гида.

Самый красивый водоем, напоминающий огромный колодец, находится у водопада Бурасау. Пробраться к нему пришлось не только через высохшее русло, но и через вполне себе полноводное — вдоль узкого ущелья вплавь. Стены этого естественного бассейна достигают 85 м в высоту и словно выточены из камня по проекту звезды архитектуры — настолько продуманными и сложносочиненными кажутся каменные изгибы.

А самый изнурительный хайкинг был на маршруте к Дымному водопаду (Cachoeira da Fumaca) в долине Капау. Его воды обрушиваются с высоты 380 м, и чтобы попасть на самый верх, пришлось преодолеть довольно крутой подъем: пара бразильцев из нашей группы его так и не осилила. Я оказался у истоков водопада в начале июня, в засушливый сезон, когда воды почти не было, но все равно не пожалел: смотреть с такой высоты вниз — все равно что вглядываться в бездну.

Если в Баия нужно исследовать всего лишь один национальный парк — «Шапада Диамантину», выбрав одну базу — Ленсойс, то в соседнем штате Минас-Жерайс лучше перемещаться по многим национальным паркам на машине, останавливаясь на ночь в колониальных городах, окружающих кольцо столицу штата Белу-Оризонти. Даже названия этих городов говорят о том, с каким промыслом они были связаны в прошлом: в Диамантине добывали алмазы, а в Ору-Прету — золото. Оба города, кстати, входят в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Через весь штат проходила построенная чернокожими рабами «Коро-

левская дорога» — Estrada Real, по которой добытые на рудниках сокровища утекали на побережье, а оттуда на кораблях — в португальскую метрополию. Впрочем, денег хватало, чтобы построить роскошные барочные церкви и в самом штате, буквально залив их золотом. Так, на украшение храма Matriz do Pilar в Ору-Прету ушло целых 434 кг сусального золота и серебра. На пике золотой лихорадки этот город, где в середине XVIII века жило вдвое больше людей, чем в Нью-Йорке, и впятеро больше, чем в Рио-де-Жанейро, мог многое себе позволить. Сейчас «Королевская дорога» сохранилась лишь пунктирно, зато она пролегает через большинство национальных парков штата и напоминает о том, какой ценой достигалось благосостояние португальской короны.

Вблизи Диамантины, почти не изменившейся за 200 лет, был самый простой хайкинг, практически полностью следовавший маршруту «Королевской дороги» через тропическую саванну — серрадо. А вот в национальном парке «Серра ду Сипо», чей скупой пейзаж немного напомнил Шотландию, пришлось сойти с Estrada Real,

чтобы увидеть пять водопадов, рисунки первобытных людей на камнях и спуститься в долину почти по отвесным скалам, отмахиваясь от разъяренных пчел.

Третий хайкинг — в парке «Серра ду Караса» (Serra do Caraca) — был, пожалуй, наиболее эффективным. Сагаса в переводе с португальского — «большая голова», и действительно, одна из гор здесь напоминает очертания лежащего великана. В центре парка расположен Santuario do Caraca — переделанный в отель монастырь в неоготическом стиле. От монастырских времен остались действующая церковь и традиция приручать волков: действительно, каждую ночь к дверям церкви приходит прикормленный волк, больше похожий на лисицу на длинных ногах. Спартанские условия проживания в монастырских стенах полностью компенсируются разнообразием лесных и степных троп. Они четко помечены, так что даже достаточно удаленные и физически сложные маршруты можно пройти без гида.

Последний и совершенно незапланированный хайкинг случился у меня в городе Ору-Прету. Его мостовые настолько круты, что даже небольшая прогулка превращается в активную кардиотренировку — что уж говорить о целом дне, проведенном на ногах! Многие церкви расположены на высоких холмах, как, например, Санта-Ифигения (Santa Efigenia), построенная черными рабами, работавшими на рудниках. На украшение этой необычной церкви пошло золото, которое они смыли с волос и из-под ногтей. Чтобы дойти до нее, нужно не просто подняться наверх, но и пройти через весь город, весь состоящий из резких спусков и подъемов.

Одну тропу, о которой я мечтал, пришлось отложить на следующий раз: помешал дождь. Она начинается в самом центре Рио-де-Жанейро в парке Ланж и ведет прямо на гору Корковаду к знаменитой статуе Христа, парящего над городом. Хороший повод вернуться в Бразилию!



## Взять с собой



01 Реликтовый дезодорант-антиперспирант Body Fuel, Kiehl's

02 Жидкое мыло для рук Ambre Nuit, Maison Christian Dior, Dior

03 Антицеллюлитный крем-гель с эффектом лифтинга Body Fit, Clarins

04 Замшевые кроссовки Jimmy Choo, ЦУМ

05 Поясная сумка Balenciaga, ЦУМ

# Без напряжения Кристаллы, экокосметика и fast-beauty

Мария Чекалина |

**БОРОТЬСЯ** за красоту и молодость в 2019 году стало интереснее: на помощь пришли высокоскоростные технологии и природные ресурсы.

## Максимально естественно

Одно из главных направлений индустрии красоты сегодня — стремление к естественности внешнего вида. Если вы делаете какие-то изменения на лице с помощью хирургии или косметологии, это не должно быть никому заметно. Если записываетесь на укладку в салоне, то никаких прочных локонов и неподвижных навороченных причесок. Окрашивание волос должно выглядеть натурально, мягкими переходами, а гладкая и подтянутая кожа лица — без эффекта как у пластиковой куклы. Смотрите на певицу Джей Ло и вдохновляйтесь: всем ясно, что она делает что-то с собой, чтобы в 50 лет выглядеть эффектнее, чем в 30, но что конкретно — поймут только профессионалы.

Смягчился и подход к спортивным нагрузкам. Люди перестали изнурять себя выматывающими тренировками, все большей популярностью пользуются «спокойные» виды фитнеса: йога, пилатес, растяжка, скандинавская ходьба. А интенсивные занятия привычные к высокой нагрузке спортсмены стараются проводить под открытым небом — поближе к природе.

## Индивидуальный и научный подход

Направления anti-age и «активное долголетие» — устоявшийся тренд последних лет. В 2019 году он стал развиваться в еще более профессиональную сторону. У людей появился более серьезный и комплексный подход к своему здоровью. Все устали держаться на жестких диетах, вызывающих стресс, перешли на подбор правильного и индивидуального питания и перестали бездумно пить биодобавки. Наступила осознанность: сначала надо сдать анализы, затем понять, каких микроэлементов не хватает и в каком количестве, и только тогда подобрать необходимые. А не покупать витамин D, цинк и «Омега-3» только потому, что все вокруг их пьют. Миллениалы в целях профилактики возрастных заболеваний заинтересовались темой гормонов и циркадными ритмами. Выросло предложе-



ТАТЬЯНА ТАРАСОВА,  
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ  
ГРУППЫ САЛОНОВ  
BEAUTY SPA  
BY WORLD CLASS



ние генетических тестов: теперь их можно заказать в каждой второй клинике, фитнес-клубе и на велнес-курорте. Их даже рекомендуют косметологи перед тем, как составить индивидуальную программу против старения кожи, чтобы лучше подобрать уход и процедуры, аппаратные и инъекционные.

## Не теряя времени

В косметологии продолжается мода на процедуры для мегаполиса: все должно быть быстро, качественно, с замет-

ным эффектом и минимумом посещений. Одна из таких процедур — лифтинг лица высокочастотным фокусированным ультразвуком HIFU на аппарате Liftera, новинка 2019 года в «Beauty SPA by World Class Жуковка». После первого сеанса (40–50 минут) подтягивается овал лица, после второго кожа приобретает свежий и здоровый тон, а после пятой процедуры (это максимальное рекомендуемое количество посещений за курс) эффект такой, будто вы сделали круговую подтяжку. Навещать лифтинг-аппарат надо раз в месяц, не чаще. Хотя

Liftera и не входит в список процедур «на выход», перед Новым годом она отлично осветит лицо. После процедуры нет никаких покраснений или следов на коже, только небольшие болевые ощущения, как в мышцах после активной тренировки, поэтому на пару недель лучше отказаться от массажа лица. «Liftera — это спасение для занятых женщин, которым загруженный график жизни не позволяет тратить на салон много времени», — говорит вице-президент группы салонов Beauty Spa by World Class Татьяна Тарасова. — Или для тех, кто не любит

часто ходить на процедуры, но хочет иметь ухоженный вид. За один час вы получаете эффект нескольких сеансов у косметолога. А такого свечения кожи добиваются после нескольких месяцев использования специальной косметики по уходу».

## Элементы питания

В разделе спа-меню по уходу за телом снова становятся популярны все терапевтические процедуры: обертывания с водорослями, грязями, маслами обогащают организм через кожу микроэлементами. Среди новшеств: изменилась продолжительность сеанса. «Если раньше рекомендовали лежать во время обертывания не менее 40 минут, — делится Татьяна Тарасова, — то недавние исследования ведущих талассоцентров Франции показали, что достаточно всего 12 минут, чтобы все полезные микроэлементы и питательные вещества впитались в кожу. А после процедуры важно дать время (20–30 минут) организму их усвоить». Различные витаминные капельницы применяют уже не только в клиниках по случаю болезни, появились частные выездные сертифицированные службы. Например, можно заказать приезд врача с таким «энергетическим коктейлем» в офис, чтобы выдержать нелегкую неделю на работе.



Юлия Зотова, врач-дерматокосметолог, ALDO COPPOLA



ALDO COPPOLA

SODASHI



СРЕДСТВА АВСТРАЛИЙСКОЙ ОРГАНИЧЕСКОЙ МАРКИ SODASHI



ALDO COPPOLA

## НАПРАВЛЕНИЯ ANTI-AGE

и «активное долголетие» — устоявшийся тренд последних лет. В 2019 году он стал развиваться в еще более профессиональную сторону

### Проверенный способ

В процедурах по уходу за лицом тоже стало больше внимания к терапии. «Наблюдается некий возврат к истокам косметологии, — рассказывает врач-дерматокосметолог центров красоты премиум-класса Aldo Coppola Юлия Зотова. — Давно всем известные микротоки вышли из моды на несколько лет на фоне наплыва лазерных технологий, а сейчас снова становятся популярны. Миостимуляция, которая использовалась в физиотерапевтических целях еще в советские времена, тоже возвращается. С ее помощью прокачивают не только мышцы тела во время тренировок, но и мышцы лица. В целом отдается предпочтение оздоров-

лению кожи и омоложению внешнего вида с помощью неагрессивных нетравматичных процедур». К ним можно отнести и кинезиотейпирование, которое из спортивной медицины переключилось в косметологию. Тейпами подтягивают овал лица, избавляют от отеков, а массажисты продолжают с их помощью эффект своих манипуляций с больной спиной и шеей.

### Экокосметика и медитация

Также все больше людей читают составы средств ухода и отдают предпочтение органическому. «Если раньше натуральную косметику делали по “бабушкиным” рецептам, то сегодня это профессиональные, сертифицированные продукты, —

комментирует Юлия Зотова. — В наших центрах красоты теперь эксклюзивно представлен австралийский бренд органической косметики Sodashi. Все средства производятся вручную с использованием растительных экстрактов и натуральных масел и не содержат химических веществ. Даже консерванты, которые необходимы для защиты от заражения микроорганизмами, здесь используются природные». Философия марки отвечает всем требованиям современной этичной косметики: средства не тестируются на животных, каждый ингредиент указан на этикетке. Стеклоупаковка может быть переработана, а \$1 с каждой онлайн-покупки отдается на благотворительные проекты. Название бренда — Sodashi — полностью соответствует его политике, оно позаимствовано из санскрита и переводится как «цельность, чистота и сияние». И хотите верить, хотите нет, но при изготовлении средств вся команда бренда вместе меди-

тирует, чтобы обеспечить приток наилучшей энергии в каждую сыворотку, крем или масло.

В интенсивных уходах для лица Sodashi в Aldo Coppola тренд на экокосметику соседствует с двумя другими: кристаллами из розового кварца и работой с биополем человека. Во время массажа пробуждаются естественные ресурсы кожи и энергия всего организма. Забота о ментальном балансе проявляется даже во время процедур для тела Sodashi: массажные движения чередуются с нажатиями на биологически активные точки, которые стимулируют циркуляцию лимфы и приводят в равновесие энергетические центры тела.

Восстановление энергии — еще одна актуальная и популярная сегодня тема в мире красоты и антиэйджинга: жители мегаполиса слишком часто испытывают упадок сил и находятся в подавленном состоянии. Знакомо, не правда ли?

# Возвращение эпохи

## Как меняется наше отношение к ароматам



ГУМ после реконструкции. Первые покупатели, 1954 год

Духи «Встреча», выпущенные фабрикой «Северное сияние» специально к Фестивалю молодежи и студентов в 1957 году



АРХИВ ПРЕСС-СЛУЖБЫ BOSCO

### ПРЕДНОВОГОДНЕЕ

самое уместное для любого рода размышлений на парфюмерную тему. В магазинах ароматы становятся одной из самых популярных категорий косметики — это идеальный подарок как для мужчин, так и для женщин. На фото — первые покупатели в отделе парфюмерии ГУМа после реконструкции 1953 года. Очевидно, что духи воспринимались скорее как предмет роскоши, их покупали по особым случаям. Об ассортименте, который предлагал тогда главный универсальный магазин, рассказывает эксперт «Рив Гош» Роман Романенко: «В те годы процветает отечественная парфюмерная индустрия: государственный парфюмерно-мыловаренный завод «Новая заря» и государственная мыльно-

косметическая фабрика №4 (фабрика «Свобода») в Москве, в Ленинграде работает фабрика «Северное сияние», многие советские покупатели выбирают также прибалтийский Dzintars. Ароматов, доступных широким массам, не очень много, но каждый из них — настоящая легенда, произведение искусства. Посмотрите на фото: тут и «Красная Москва», и «Ленинград», и «Дружба народов», «Кремль», «Каменный цветок», «Красный мак» и «Сказка». Увы, эти названия сегодня незаслуженно забыты, но, возможно, мы еще увидим их триумфальное возвращение.

Как это ни удивительно, но в какой-то степени мы снова возвращаемся к тому времени. Теперь «настоящие французские духи» может купить каждый, но количество пар-

фюмерного доступного люкса стало слишком навязчивым, и мы хотим выбирать более редкие ароматы, чтобы быть не как все. В этом смысле возможно и возрождение интереса к некогда легендарным советским ароматам — именно как к редкости. Это и запрос на нишевую парфюмерию: советские духи — своего рода ниша, к которой стремятся, чтобы обладать и пахнуть не растражированным люксом. И если раньше парфюмы были недоступны, потому что их банально мало производилось и они дорого стоили, то сейчас совсем другая ситуация. «Мы пришли к тому, что известное название бренда многих отталкивает, в аромате ценится индивидуальность, креативность и непохожесть», — говорит Роман.

Ирина Кириенко

МАРК РЕДКИН / СОЮЗ ФОТОХИМ / АРХИВ РОССИИ

**Хале и Голнар Абиварди,  
основательницы сети  
швейцарских клиник Swiss Smile,  
а также главный врач и партнер  
московской клиники Станислав  
Вафин рассказывают, зачем занялись «нестрашной»  
стоматологией, почему зубы не терпят «массмаркета» и для  
чего в их клиниках стены не белого цвета.**



**Как все началось**

С детства мы хотели связать свою жизнь с медициной, поэтому стали дантистами. Все, кто узнавал об этом, делали испуганные глаза: «Какой ужас! Лечить зубы – это так страшно!» Так мы поняли, что в представлении людей о стоматологии пора что-то менять. Должна произойти революция, и свершить ее должны мы. Так в 2003 году в Цюрихе открылась первая Swiss Smile: «нестрашная» клиника стоматологии. Это был успех – через несколько месяцев о нас заговорили: к нам поехали лечить зубы все – от голливудских звезд до политиков и первых леди.



на правах рекламы

**Важен даже цвет стен**

Во-первых, мы сразу отказались от белого цвета стен. Swiss Smile напоминает что угодно – бутик-отель или спа-салон – но никак не зубную клинику. Во-вторых, мы избавляем от детского страха. Боятся неизвестности. У нас этого нет. Пациент сразу доверяет врачу, он знает, что находится в руках лучших специалистов в этой области. В-третьих, мы перфекционисты. Мы идем на шаг впереди остальных: используем только самые новейшие материалы и передовые технологии и инвестируем в обучение нашей команды. В-четвертых, мы очень крепкая команда самых разных специалистов, собранных под одной крышей. Междисциплинарный подход, подразумевающий совместную работу всех врачей клиники, – одно из главных наших преимуществ. И наконец, мы не экономим. Когда мы говорим о здоровье, тут не может быть компромиссов. Это платье можно купить в

массмаркете, пару месяцев поносить, а потом спокойно выкинуть. С организмом такое не пройдет.

**Московская клиника Swiss Smile**

Сложно было найти партнеров в России со схожей философией, ориентированных только на самый качественный сервис. В результате мы очень довольны московской командой. Да и российский рынок был готов к нашему появлению – к моменту открытия клиники три года назад большое количество пациентов приезжали к нам из России и были хорошо знакомы с брендом. Мы не спешим завоевать мир: нам важно, чтобы качество цюрихской клиники Swiss Smile сохранялось во всех ее филиалах, а пациенты знали, что улыбка может не только сделать их счастливее, но и изменить мир.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

The Breitling Cinema Squad  
Кинематографический отряд Breitling  
Brad Pitt  
Adam Driver  
Charlize Theron



ВОЗДУХ

ЗЕМЛЯ

ВОДА

NAVITIMER 1

  
**BREITLING**  
**1884**

#SQUADONAMMISSION

**БУТИК BREITLING**  
ПЕТРОВКА 17 СТР. 1  
**МОСКВА**

РЕКЛАМА