



№ 40 — 9 декабря 2020

beauty

Золото и короны в ароматах и макияже 12, 14

R-beauty — новое слово в косметическом бизнесе 18

Красота адаптируется к пандемии 22

Коммерсантъ стиль

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ»



DOLCE & GABBANA



НОВАЯ ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА

#OWNYOURCROWN*



Ирина Кириенко

Сериал «Корона»

Вы уже слышали, что Оксфордский словарь английского языка не смог определить главное слово 2020 года? Вместо одного были названы несколько, по каждому на месяц (например, в марте «coronavirus», а в мае — уже «georepning»). На момент сдачи номера декабрьское так и осталось под вопросом, но было бы вполне логично, если бы словом года или хотя бы последнего его месяца стало многозначное «корона». Мы не только переживаем пандемию: так совпало, что в этом году мир увлечен сразу несколькими сериалами и фильмами, на удивление синхронно посвященными короне. Не менее созвучны общему направлению и действующие лица из мира красоты: «коронованные» особым дизайном ароматы, названные по-королевски и обладающие монархическими амбициями в плане цен новинки. Наше желание отвлечься и переключить внимание с рутины кажущегося вечным локдауна на что-то яркое, торжественное, даже недостижимое совершенно естественно. А пока филологи ломают головы над знаковыми словами, предлагаю каждому определиться со своими ощущениями от уходящего года — и зафиксировать на будущее: опыт, который мы приобрели, уникален.



01 Духи La Panthere, Cartier

02 Новогодний шар Christian Louboutin Beauty

03 Парфюмерная вода Rouge, Comme Des Garçons

04 Парфюмированная свеча Floral Majesty из рождественской коллекции Dirtyque

05 Ароматы линии Jusbox, посвященные разным музыкальным стилям

06 Пудра для лица в шариках Meteorites Golden Bee, Guerlain

07 Кисть для нанесения рассыпчатой пудры Powder, Laura Mercier

08 Палетка теней Couture Colour Clutch, Paris, YSL Beaute



ВОДНАЯ
ФОРМУЛА

ЛИПИДНАЯ
ФОРМУЛА

Единственная
и неповторимая¹

Double Serum

Комплексный
антивозрастной
уход

Средство 2 в 1 оказывает комплексное воздействие на все признаки старения кожи.

Инновационная двойная формула содержит 21 растительный экстракт и стимулирует все 5 жизненно важных функций кожи, отвечающих за сохранение ее молодости и красоты.

ПОСЛЕ 7 ДНЕЙ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ³:

- Кожа более сияющая
- Поры и морщинки сокращены
- Кожа выглядит заметно моложе

WWW.CLARINS.RU



35 лет
заботы
о вашей
красоте

Мировой
бестселлер²

CLARINS

Реклама

Double Serum — Дабл Серум.

1. Среди средств Clarins.

2. По внутренним данным продаж за 2019 год.

3. Исследование удовлетворенности потребителей при участии 362 женщин разной этнической принадлежности.
ООО «КЛАРАНС», 105064, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 9, эт. 10, пом. II, ком. №3, ОГРН 1057746424306.



ЕЛЕНА САРАПУЛЬЦЕВА

ПЛАТЬЕ PRADA,
ЗАКОЛКИ MIU MIU,
КОЛЬЕ SIGNATURE
(БЕЛЫЕ ЗОЛОТО,
БРИЛЛИАНТЫ)
CHANEL FINE JEWELRY.
МАКИЯЖ:
ЭРНЕСТ МУНТАНИОЛЬ,
CHANEL

На обложке

Модель
Татьяна Травина I-model
Фотограф
Елена Сарапульцева
Макияж и прическа
Эрнест Мунтаниоль,
Chanel
Стилист
Лада Арзуманова
На модели
платье Miu Miu



8 Новости

Тренд

10 Календарный клан
Зачем нужен адвент
12 Золотое решение
Новогодние
коллекции
макияжа

Интервью

13 «Мы достигли всех
вершин творческой
карьеры»
Тициана и Паоло
Теренци о работе
во время локдауна

Объект желания

14 Королевское
облачение
Монархии
этой зимы

Событие

18 Четверо смелых
Премьеры
российской
косметики

Обзор

20 Полный уход
Как и где
подготовиться
к празднику

Итоги года

22 С помадой,
но без духов
Чем живет
косметическая
отрасль

Путешествия

24 Новая норма
Как меняются
привычные
маршруты

Личный опыт

26 Перестройка
Что поможет
в пандемию

Спа

28 Дело вкуса
Пряности
и сладости
на службе красоты

Ретро

30 Не надо себя
накручивать
Эволюция блонда
и фена

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» стиль.beauty | генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор владимир желонкин |
руководитель службы «Издательский синдикат» владимир лавицкий | автор макета анатолий гусев | редактор ирина кириенко | главный художник татьяна сидорова |
билд-редактор мария лобанова | текст-редактор анна шафран | выпускающий редактор екатерина елисеева | корректура елена вилкова | верстка константин шеховцев,
елена богопольская, татьяна еремеева, марина заботкина, игорь киришин, ирина романовская | рекламная служба надежда ермоленко тел. (495)797-6996, (495)926-5262 |
Адрес редакции и издателя: 123112, Москва, Пресненская наб., д. 10, блок С. 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 51 000 экз. Цена свободная



LEGENDARY ENMEI ЭНЕРГИЯ ЛЕГЕНДАРНЫХ МИСТИЧЕСКИХ ТРАВ *

Future Solution LX Legendary Enmei

НОВЫЙ крем, восстанавливающий кожу
Сыворотка для здорового сияния кожи

#ALIVEwithBeauty

Феноменальная комбинация двух восстанавливающих ингредиентов — легендарных трав Enmei, собранных в драгоценный период расцвета, и редчайшего, поистине бесценного зеленого шелка — окутывает кожу вуалью роскошного сияния.

НОВИНКА



SHISEIDO
GINZA TOKYO



ПЕТРОВКА BEAUTY
GETTY IMAGES

Тканевые маски-молочко «Питание-Бомба» от GARNIER можно использовать как средство скорой помощи накануне праздника: они восполнят дефицит влаги и питания всего за 15 минут. Тканевая основа пропитана сывороткой с гиалуроновой кислотой, и это объединяет две предлагающиеся версии. В остальном они расходятся: в одну маску добавлено миндальное молочко для придания гладкости и эластичности коже, а вторая обогащена молочком кокосовым, которое восстановит структуру кожи и вернет ей сияние.



Европейское подразделение P&G BEAUTY запускает первую систему многоразовой упаковки для средств ухода за волосами брендов HEAD & SHOULDERS, PANTENE, HERBAL ESSENCES и AUSSIE. В рамках экопрограммы RESPONSIBLE BEAUTY 2030 марки постепенно перейдут на новые многоразовые алюминиевые бутылки и запасные блоки к ним. Такой шаг позволит к концу 2021 года на 50% сократить пластик, используемый в упаковке шампуней и бальзамов-ополаскивателей. В России первые шампуни в многоразовых бутылках появятся уже весной.



ПЕТРОВКА BEAUTY

В клинике «ПЕТРОВКА BEAUTY» появилась новая модель аппарата LIFTERA-EVOLUTION для ультразвукового SMAS-лифтинга. Его основные преимущества — безболезненность процедуры, отсутствие реабилитационного периода, возможность за один визит подтянуть овал лица, убрать второй подбородок, уменьшить мешки под глазами, складки и морщины. Более того, за счет особой конструкции аппарата удастся подтянуть кожу в таких проблемных областях, как колени, живот и руки. До конца года действует 15-процентная скидка при бронировании процедур.



ПЕТРОВКА BEAUTY



Известные своей «фотогеничностью» устройства DYSON — ФЕН SUPERSONIC и СТАЙЛЕР AIRWRAP — предстали в новом, медном, цвете. Внутри обеих моделей — мощный и компактный двигатель Dyson V9 с цифровым управлением. Бесшумный фен образует направленный поток теплого воздуха, а, чтобы не пересушить волосы, температуру воздуха 40 раз в секунду измеряет специальная система. Обновленные гаджеты предлагаются в комплекте с кожаным чехлом медного цвета и дорожной бархатной сумкой с медной окантовкой.



Первые культовые кроссовки для бега Gel-Kayano 14 бренда Asics появились в 2008 году. Дизайнер Хиденори Ямасита был покорен моментом — вспрышкой, возникающей, когда бегун приземляется на пятку, а затем снова отталкивается от земли. Обновленная модель 2020-го цитирует 2000-е — это можно заметить по сетчатым вставкам и многослойной конструкции из искусственной кожи. Из нововведений — устойчивая посадка по ноге, технологичные материалы и промежуточные вставки на подошве, выполненные с применением амортизирующей технологии Gel (последнее нашло отражение в названии серии). В серию 2020 года вошло несколько моделей, в том числе UB1-S Gel-Kayano 14, созданная брендом совместно с болгарским дизайнером Kiko Kostadinov.



Три новых мужских аромата воплощают энергию, силу, спокойствие и гармонию. Bvlgari Man Glacial Essence рассказывает историю живущего в согласии с собой и окружающей природой. Парфюмер Альберто Морильяс создал композицию, напоенную горной свежестью. Наряду с бодрящими нотами имбиря, герани и ягод можжевельника звучат травянистые оттенки корня фиалки и теплого сандала. Морозное дыхание шлейфу

придает древесный аккорд — кедр и мускус. Еще одно творение Альберто Морильяса — амбициозная композиция NO LIMITS для Philipp Plein. Парфюмерная вода получилась дерзкой и сексуальной как в оформлении (черная кредитная карта — безлимитная, конечно), так и в звучании. В ней слышна свежесть бергамота и имбиря, приправленная черным перцем, гвоздикой, кардамоном, мускатным орехом и анисом.

Сыграть на контрастах решили и Оливье Кресп с Хамидом Мерати-Кашани, задумывая композицию Sedley для парфюмерного дома Parfums de Marly. Чтобы соединить прохладу и энергию, обратились к свежим нотам цитруса и мяты, растворенным в акватическом аккорде. Им на смену приходят лаванда и герань бурбон, благоухающие под солнцем. В самом конце наступает время чувственной ноты, которую образуют сандал, ладан и белый мускус.



Центральный институт дерматокосметологии (ЦИДК) празднует шестилетие. С 2014 года из одной клиники на Патриарших прудах выросла целая сеть, расширились основные направления деятельности. Сегодня ЦИДК работает в области хирургии, дерматологии, флебологии, стоматологии, гинекологии, диетологии и в других сферах. В штате клиники — кандидаты и доктора медицинских наук, профессора.



В центре здоровья Verba Mayr помогают не только следить за фигурой и питанием, но и решают вопросы безоперационного омоложения. Уменьшить второй подбородок, морщины и подтянуть овал лица здесь советуют на аппарате Thermage. Принцип действия таков: с помощью радиоволновой энергии подкожно-жировая клетчатка и поверхностный мышечно-апоневротический слой прогреваются до +60°C, старые коллагеновые волокна разрушаются, и происходит стимуляция синтеза новых. В результате кожа становится упругой, гладкой, подтянутой. И в ближайшие три-шесть месяцев эффект будет только возрастать за счет постепенного образования нового коллагена.



Календарный клан

Зачем нужен адвент

Наталья Широ |

В начале декабря на прилавках косметических магазинов появляются адвент-календари — красивые упаковки с 24 окошками, в которых прячутся кремы, помады, духи и много чего еще. Разбираемся, что это — симпатичная безделушка, игрушка или практичный подарок?

История с географией

Как известно, адвент-календарь, начинающий отсчет 1 декабря, напоминает христианам-католикам о том, что пора готовиться к главному празднику года. Традиция отмечать дни, оставшиеся до Рождества, в католических странах, прежде всего европейских, зародилась давно, и изначально 24 маленькие карточки или дощечки содержали отрывки из Священного Писания. Привычный нам дизайн в виде домика с окошками придумал немецкий предприниматель Герхард Ланг, а точнее, его матушка: находчивая фрау вырезала в картонке 24 окошка и клала внутрь лакомства для сына, чтобы тому было легче дождаться рождественских подарков. В память о ней Ланг в 1908 году выпустил первый календарь. Но привычные сегодня шоколадки и конфеты для детей в адвент-календари стали класть полвека спустя — в 1958-м.

Ампула вместо пряника

Первый косметический адвент-календарь, где место сладостей заняли средства по уходу за кожей, тоже родом из Германии: 16 лет назад его придумала компания Babor. В окошках в определенном порядке лежали ампулы с эликсирами для лица, которым было поручено улучшить состояние кожи аккурат к Рождеству. Babor стали в этом вопросе первопроходцами, а идею миниатюрных стеклянных ампул с концентратами они позаимствовали у врачей: основатель компании доктор-биохимик Михаэль Бабор первым из производителей косметики стал заключать концентраты полезных веществ в стерильные стеклянные ампулы.

Как горячие пирожки

Если календарь с шоколадками внутри должен развлекать детей, то косметический адвент — радовать взрослых? «Все мы дети, когда дело доходит до Нового года и Рождества. Адвент-календари — очень красивая история, и в данном случае речь идет не о прибыли, а прежде всего об имидже компании-производителя», — объясняет генеральный директор Lumene и Cutrin в России Алена Суринович.

Но разве станут бьюти-марки выпускать товар только для развлечения? Конечно, у адвента есть и практическое

назначение — познакомить покупателей с продукцией бренда. «Адвент позволяет разнообразить ассортимент практических подарков, с одной стороны, а с другой — дает возможность покупателю познакомиться с большим количеством средств марки, чем при покупке стандартного подарочного набора, в который обычно входит три-четыре средства», — рассказывает Ольга Бабанаква, директор по маркетингу Clarins в России.

Лучше всего о нужности товара говорит покупательский спрос, так вот спрос на косметические адвент-календари неуклонно растет, несмотря на достаточно высокую цену. «Основной сезон продаж — ноябрь (в этом месяце их покупают преданные поклонники марки) и декабрь. Остатки продаются в январе, причем без скидки. В новом сезоне прошлых годов календарей уже днем с огнем не найти: они выпускаются ограниченными тиражами, состав и дизайн никогда не повторяются. И да, там могут быть представлены как миниатюры, так и полноразмерные продукты», — продолжает тему Алена Суринович.

Бесспорное преимущество адвента: вы не стоите перед необходимостью выбора — тушь или крем, можно получить все и сразу. «Я слышала, что некоторые даже умеют гадать на адвент-календарях! Это действительно своеобразная игра. Что еще важно: в состав таких наборов включают лучшие средства марки, которые на самом деле помогут подготовиться к празднику: сыворотки для сияния кожи, омолаживающие маски, бестселлеры макияжа», — уточняет Ольга Бабанаква.

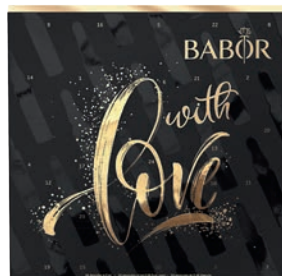
Получается, что для бьюти-марок календари очень важны: в их состав часто входят бестселлеры бренда, а это хороший способ познакомить новых покупателей с продукцией. Люди пробуют миниатюру и решают, нужно ли потом идти за полноразмерной версией. Кстати, в последнее время адвент-календари стали выпускаться в усеченном формате: можно встретить адвент даже с шестью окошками — просто средства в нем по объему будут не миниатюрными, а больше похожими на полноразмерные версии. Но, сколько бы ни было «листочков» в таком календаре, идея остается неизменной: сюрприз, прячущийся за открывающимся окошком, и предвкушение праздника.



01



02



03



04



05



06

01 Nars

Набор из 12 полноразмерных средств для губ самых популярных цветов с разнообразными эффектами покрытия. Семь розовых и пять красных оттенков с холодным и теплым подтоном, матовые, атласные, блестящие — на все случаи жизни

02 «24 секрета северной красоты», Lumene

За отдельными дверцами в календаре скрываются 24 бьюти-фаворита: 17 средств по уходу за кожей и 7 — для легкого и естественного макияжа из коллекций Nordic-C [VALO], Nordic Hydra [LAHDE] и Arctic Hydra Care [ARKTIS]. В этом году в домике поселилось 11 новых продуктов. Одни представлены в полном объеме, другие — в формате миниатюр

03 With Love, Babor

24 концентрата в ампулах в лаконичной черной коробке с золотым тиснением помогут коже справиться с обезвоженностью, морщинами, тусклым цветом и потерей упругости. В этом году впервые в коллекцию вошла так называемая ампула контроля стресса, снимающая покраснение и раздражение кожи

04 L'Occitane

Здесь, как в той маленькой корзинке, «есть помада и духи», а точнее, все средства, которые могут понадобиться дома или в путешествии. Масло для душа, увлажняющий гель для лица, бальзам для губ, парфюмерная вода, шампунь, очищающие средства, кремы для рук и тела и даже расслабляющий спрей для подушки «Моменты безмятежности»

05 Beauty & Wellbeing Gift Set, Clarins

Календарь содержит 12 средств: 10 миниатюр и 2 полноразмерных продукта — масло-блеск для губ Lip Comfort Oil и восстанавливающий бальзам моментального действия Baume Beaute Eclair. Представлены сплошь хиты бренда и отличные спутники в любом путешествии: средства по уходу за лицом — отшелушивающий и увлажняющий кремы, увлажняющая маска, а также крем и масло для тела, крем для рук, база под макияж, тушь, крем для кожи вокруг глаз

06 Jo Malone London

За 24 окошками вы найдете знаменитые ароматы-одеколоны вроде Wood Sage & Sea Salt и Pomegranate Noir, миниатюрные средства для ванны, крошечные свечи, а на последний день, 24 декабря, марка приготовила особенный сюрприз. Какой? Стоит дожидаться кануна Рождества.

Стратегический запас Обновленная платиновая коллекция La Prairie

Ирина Сергеева |



КОЛЛЕКЦИЯ PLATINUM
RARE HAUTE-REJUVENATION

«**ВРЕМЯ** — это иллюзия», — говорил Альберт Эйнштейн, и средства коллекции Platinum Rare Haute-Rejuvenation — лучшее тому доказательство. Компания Поля Ниханса все годы своего существования (клинику La Prairie Ниханс открыл в 1931-м) ведет разработки с одной целью: приостановить действие гравитации, сгладить проявление возрастных признаков, улучшить тонус кожи и добавить ей оттенков юности.

Применение платины в косметологии началось в 2018 году, когда вышло первое средство коллекции. Сегодня Platinum Rare Haute-Rejuvenation выглядит абсолютно готовой к востребованной многозадачности: лосьон, дневной и ночной эликсиры, эликсир для кожи вокруг глаз, крем для области вокруг глаз, насыщенный дневной крем.

Известно, что компания не раскрывает формулы своих косметических средств, но информация об основных компонентах платиновой коллекции является открытой. Все продукты линии Platinum Rare Haute-Rejuvenation обогащены уникальным клеточным комплексом, который насыщает кожу необходимыми питательными веществами и драгоценным мультипептидом платины, стимулирующим выработку коллагена, восстанавливает водный баланс и повышает защитный барьер кожи.

Коллекция направлена на решение сразу нескольких проблем. Действие платиновых средств распространяется на пять ключевых процессов омоложения, происходящих во всех слоях кожи: укрепление целостности кожного барьера, стимуляция обновления эпидермиса, улучшение защиты от стресса, помощь в борьбе с внешними факторами и раздражителями. Последнее, как объяснила директор по стратегическим инновациям и науке бренда La Prairie доктор Жаклин Хилл, связано с «регенерацией компонентов внеклеточного матрикса и межклеточной коммуникации».

Может показаться, что, если в названии присутствует слово «платина», значит, средство предназначено для людей зрелого возраста. Жаклин уверена: это не более чем предрассудок. «Платиновая коллекция обеспечивает абсолютный уход за кожей, средства идеально подходят для всех типов и сразу после нанесения начинают работать максимально эффективно для решения проблем конкретной кожи независимо от возраста, будь то обезвоживание, потеря эластичности, старение или тусклость. Единственное исключение — это сверхчувствительная кожа, здесь нужно выбирать средство вместе с дерматологом или лечащим врачом», — объясняет доктор Хилл.

Уточним, что такое входящая в состав косметических средств платина. Это не просто некий жидкий металл, добавленный в крем или лосьон, как можно было бы подумать, — ингредиент обрабатывается особым образом, чтобы попасть в эпидермис и начать работать на клеточном уровне. Почему La Prairie выбрали именно платину? «Платина, как известно, металл достаточно редкий и драгоценный, — рассказывает Жаклин. — Первые же исследования 2008 года, доказавшие мощные свойства коллоидной платины улавливать свободные радикалы, привлекли наше внимание в контексте ухода за кожей».

Сначала в компании использовали чистую коллоидную платиновую воду, затем представили комбинацию частиц платины с пептидом, а теперь предлагают новый уникальный активный ингредиент — мультипептид платины, специально разработанный для коллекции Platinum Rare. «Мультипептид, как и указывает название, представляет собой насыщенный комплекс, состоящий из трех пептидов, прикрепленных к сферическим частицам платины, — поясняет доктор Хилл. — Эти три пептида служат сигналом для запуска регенерации и, таким образом, поддерживают ключевые процессы омоложения в разных слоях кожи».

Как применять средства, что можно (и можно ли) с чем-то сочетать? Приятно, что все они предназначены для совместного использования в одном полноценном ритуале красоты: от подготавливающего лосьона Platinum Rare Cellular Life-Lotion до ночного эликсира Platinum Rare Cellular Night Elixir. Жаклин Хилл уверена: коллекция справляется со всеми предложенными задачами. Впрочем, и внутри эксклюзивной линии есть свои чемпионы. «Если бы мне пришлось выбрать только один любимый продукт, я бы отдала предпочтение эликсиру для лица Platinum Rare Haute-Rejuvenation Elixir за его удивительно легкую текстуру и ощущение мгновенной мягкости и гладкости кожи, которое он придает. Конечно, здесь я высказываю лишь собственное мнение, поскольку все средства показали отличные результаты в наших тестах на эффективность», — улыбается она.

Действительно, фавориты у всех поклонников марки свои. А объединяет кремы и сыворотки La Prairie одно: они дают яркий, видимый эффект, как будто вы живете на Мальдивах, а не сидите в Москве в Zoom. Именно так и выглядит современная ухоженная женщина: в наилучшей для своих лет форме.

Золотое решение Новогодние коллекции макияжа

Дарья Богомолова |



ВЫПУЩЕННЫЕ специально к празднику, новые коллекции макияжа поблескивают всеми оттенками драгоценных металлов и камней. Так, искрящийся зеленый и переливающийся розово-голубой в палетке теней Stoned Vibes от Urban Decay даже назвали в честь нефрита и опала. Металлы — исключительно благородные: розовое и желтое золото в моно-тенях Chanel, в жидких хайлайтерах Dolce & Gabbana; платина и серебро в пятицветных палетках Dior.

Среди оттенков помад превалирует традиционно нарядная красная гамма. Однако есть и металлическая фуксия у M.A.C или полупрозрачная с шиммером Rouge G у Guerlain (у последних даже упаковка флаконов новогодняя — золотые и серебряные стразы). Как же все это великолепия носить?

«Предлагаю не делать ставку на яркость губ, потому что празднование Нового года — это всегда шампанское и вкусная еда. Просто обведите губы карандашом и припудрите их сухими румянами — получится стойко и эффектно. Глаза и брови — основные акценты. Подготовьте веко тоном или консилером, наберите пальцем блестящие тени любого цвета и прижмите к веку. Плотно покрашенные глаза в один цвет будут смотреться очень красиво. Пройдитесь тушью у самых корней ресниц», — советует независимый визажист Юрий Аनावов.

01 Пудровые моно-тени для век Les Chaînes d'Or de Chanel, Chanel

02 Жидкий хайлайтер Royal Light, Dolce & Gabbana

03 Губная помада Loubrouge, Christian Louboutin Beauty

04 Губная помада Frosted Firework, M.A.C

05 Палетка теней Golden Nights, Dior

06 Палетка теней Stoned Vibes, Urban Decay

07 Губная помада и футляр Rouge G, Guerlain

08 Пудра с эффектом перламутрового сияния Golden Bee, Guerlain

«Мы достигли всех вершин творческой карьеры»

Тициана и Паоло Теренци о работе во время локдауна



ТИЦИАНА ТЕРЕНЦИ — КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР CERERIA TEREZNI

БРАТ и сестра Паоло и Тициана Теренци — продолжатели дедовского дела: полвека назад Гульельмо Теренци начал строить компанию с производства парфюмированных свечей. Сейчас бизнес значительно расширился: теперь помимо свечей в портфеле Cereria Terenzi — несколько брендов, производящих парфюмерию, более того, наследники вывели компанию на международный уровень. В частности, в России их ароматы не просто узнаваемы, они одни из самых популярных в категории нишевой парфюмерии. «Б-Beauty» Паоло и Тициана рассказали о том, какими видят развитие индустрии, где черпают жизненные силы и чему научились, оказавшись в вынужденной изоляции.

— Как пандемия отразилась на вашем бизнесе?

ТИЦИАНА ТЕРЕНЦИ: Нам было очень приятно наблюдать, что, несмотря на пандемию, продажи у нас продолжают расти по всему миру. Мы бесконечно благодарны за ту любовь, которую клиенты и партнеры питают к тому, что мы делаем. Сегодня многие люди живут одним днем, мы же осмеливаемся думать о будущем, которое в нашем понимании выстраивается на важных смыслах прошлого.

ПАОЛО ТЕРЕНЦИ: Это наследие, так же, как и следование стилю марки, и особо тщательный выбор натурального сырья для производства ароматов и свечей.

— Как рождаются сегодня новые проекты бренда?

Т. Т.: Обычно мы не начинаем с абстрактной идеи «сделать проект», это скорее вдохновение момента, которое приводит

к проекту. Для нас ароматы — это способ выразить наше искусство! Много проектов находится в стадии разработки.

П. Т.: Наша цель — совершенствовать и продолжать исследования, начатые нашим дедом Гульельмо Теренци более 50 лет назад. Продолжать до того момента, когда наши бренды смогут подняться над преходящей модой и стать послами стиля, потому что красота — понятие вневременное, и она единственное оружие, которое у нас есть, чтобы спасти мир.

— Что было самым сложным для вас во время изоляции?

Т. Т.: Состояние обособленности и разлука с нашими близкими; чувство отстраненности и дистанции. Все, что мы считали само собой разумеющимся, вдруг оказалось под запретом, все, кто был близко, стали далеко.

П. Т.: Я очень позитивный человек и стараюсь найти светлую сторону в любой ситуации, даже в трудные времена. Я научился этому подходу, когда занимался парусным спортом и не раз попадал в штормы. Думаю, нет такого вызова, с которым нельзя справиться силой нашей любви и воли. Я должен признаться, что сохранял присутствие духа в течение всего непростого времени, но все же беспокоился о своих детях: ограничения для молодых тяжелы, особенно в том, что касается образования. Поэтому мы старались компенсировать возникающий вакуум активными домашними занятиями, много читали.

— Можно придумать новый аромат, будучи оторванными от мира?

П. Т.: Абсолютно, и мы это сделали! Вынужденная самоизоляция из-за пандемии

дала нам возможность быть в высшей степени творческими — до такой степени, что мы смогли разработать — скажем без ложной скромности — выдающиеся новинки, которыми очень гордимся. Пока, правда, не будем раскрывать все детали. Возможно, мы достигли вершин нашей творческой карьеры.

— Пришлось ли менять план запусков новых ароматов или вы остались в запланированном графике?

Т. Т.: Мы только что отложили запуск двух ароматов из коллекции Tiziana Terenzi Luna и один — из коллекции V Canto Le Anime del Castello. Презентация должна была пройти на традиционной парфюмерной выставке Esxence в Милане, но это мероприятие не состоялось, так как мы приближались к пику первой волны распространения вируса в Италии, а чуть позже — и во всем мире. Это не остановило нас: мы продолжали работать и, как мы уже говорили, именно во время самоизоляции создали новинки, которые получились лучше, чем когда-либо... Мы воспринимаем эти ароматы как настоящий подарок свыше, особенно если учесть трудные времена, в которые они появились.

— Что вы думаете о развитии индустрии красоты в ближайшем будущем?

Т. Т.: Непреложный факт: парфюмерная индустрия быстро растет и развивается, особенно категория коммерческих селективных брендов. Мы считаем, что главное изменение, однако, лежит в плоскости потребностей клиентов, которые все больше заботятся о том, чтобы чувствовать себя ни на кого не похожими и выражать свою индивидуальность через духи, которые могут представлять именно их — без ассоциации с миллионами других людей, как это было еще несколько лет назад.

П. Т.: В последующие годы мы будем наблюдать развитие этой тенденции с увеличением предложения нишевых ароматов. Мне, правда, не нравится это определение, хотя оно широко распространено, потому что в наших брендах мы предпочитаем выражать душу художественной парфюмерии. Нас вдохновляет стиль, а не эфемерная модная тенденция момента, потому что стиль создает очарование и дает нам вневременную элегантность.



ДУХИ CUBIA, TIZIANA TEREZNI ИЗ КОЛЛЕКЦИИ SEA STARS

ДУХИ THEMIS, GIARDINO BENESSERE, КОЛЛЕКЦИЯ TITANS

— Если от общих тенденций переходить к более личному: принес ли вам этот необычный год новые привычки, увлечения, помог ли раскрыть новые способности?

Т. Т.: Уходящий год укрепил мою способность жить по принципу «сама по себе». Это не вопрос одиночества, а скорее умение по-настоящему слушать свое «я». И такие периоды, как самоизоляция, которые дают ощущение паузы, очень способствуют погружению в себя. Я теперь больше медитирую, спокойно подхожу к каждому событию, с которым сталкиваюсь в жизни.

П. Т.: Мои увлечения остались прежними, разница лишь в том, что у меня появилась возможность посвятить себя им со всей страстью. Я провел много времени в море на борту своей яхты Telea — так я восполняю свою жизненную энергию через чудо самого ощущения путешествия. Отточил навыки в искусстве вязания морских узлов, читал, радовался процессу познания, ведь так здорово, что еще многому можно научиться в жизни. Это вместе с моим врожденным любопытством поддерживает во мне жажду жизни и заставляет чувствовать себя ребенком.

БЕСЕДОВАЛА ИРИНА КИРИЕНКО

ПАОЛО ТЕРЕНЦИ — ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ CERERIA TEREZNI, ПАРФЮМЕР БРЕНДОВ TIZIANA TEREZNI, V CANTO, GIARDINO BENESSERE



Королевское облачение Монархии этой зимы

Ирина Кириенко |



Духи Crab Apple Blossom, Clive Christian

Crab Apple Blossom был одним из первых и самым известным ароматом Уильяма Томпсона, основателя компании Crown Perfumery. Главной нотой стали цветы дикой яблони, а поскольку ингредиент никогда прежде в парфюмерии не использовался, духи произвели фурор. Появились они в 1886 году, и до 1894-го ежегодно продавалось свыше 500 тыс. флаконов. Переиздание этого года стало обновлением коллекции первых ароматов старинной марки, сегодня известной как Clive Christian. «Королевская власть и парфюмерия были тесно связаны на протяжении веков, — рассказывает бренд-амбассадор англичанка Виктория Кристиан. — Исторически парфюмерия была роскошью.

КОРОЛИ, с чадами и домочадцами, и короны всех мастей привлекают общественное внимание постоянно, но с разной интенсивностью: интерес к теме то в очередной раз усиливается, то слегка угасает. Благодарить за это нужно прежде всего британскую королевскую семью, за жизнью которой мир наблюдает как за реалити-шоу. Дворцовые перипетии во всех подробностях и в разных вариациях довольно регулярно попадают и на экран. Так, сериал «Корона» бьет все мыслимые рекорды популярности и в этом году победил в трех номинациях премии «Золотой глобус». Сходные ракурсом «Ход королевы» («Ферзевый гамбит») о королеве шахмат и «Великая» о Екатерине Второй тоже были приняты зрителями более чем благосклонно. Косметическая индустрия не осталась в стороне: перед Новым годом вышли сразу несколько новинок, оформленных или названных «по-королевски».

К счастью, сегодня мы все можем приобщиться к этой роскоши — утонченных ароматов. Новая коллекция Crown Collection отдает дань уважения истории, переосмысливая бесспорные хиты из архивов парфюмеров Crown Perfumery, начиная с Crab Apple Blossom, оды аромату весны в викторианском Лондоне. Монархия остается для нас очень увлекательной темой, ведь это другой мир в нашем собственном: настоящая жизнь и современная сказка одновременно». Помимо звучания дикой яблони в обновленной версии аромата вы услышите оттенки бергамота, горького фрукта юзу, лимона, мандарина, нероли, османтуса, сандала, амбры и кашемирового дерева.



Туалетная вода *L'Imperatrice*, *Dolce & Gabbana*

Аромат был выпущен ограниченным тиражом специально для России. Его создатель парфюмер Натали Лорсон рассказала, что сделала акцент на дамасской розе — истинно «королевском» ингредиенте. «Парфюмеры называют розу королевой цветов. Мне кажется, получилось очень символично для туалетной воды под названием *L'Imperatrice* (ит. „Императрица“), — говорит Натали. — Роза — символ женственности. А *L'Imperatrice*, построенный из нот легендарной розы, экзотических фруктов и дикой клубники сорта Мара де Буа, — это еще и парфюмерный портрет современной женщины».



Парфюмерная вода Loubicrown, Christian Louboutin Beauty

Первая коллекция ароматов Loubiworld обувного короля Кристиана Лубутена сразу вызвала интерес: помимо изысканных парфюмерных коктейлей, составленных маститыми парфюмерами, отдельного внимания заслуживает дизайн флаконов, в оформлении которых принимала участие парижский иллюстратор Элен Тран. «Коронованный» флакон одного из ароматов коллекции — Loubicrown — как нельзя лучше вписывается в монархический тренд. Внутри — восточно-древесная композиция белого кедр, пачулей и бобов тонка от Кристофа Рейно, предназначенная исключительно

для женской аудитории. Сам дизайнер описывает каждый из семи ароматов линии как воплощение своих личных переживаний и впечатлений, а про «корону» говорит так: «Loubicrown навеивает мысли о ткани, похожей на королевский гобелен, заставляет задуматься, откуда исходит аромат. Какой-то предмет? Гардина? Обивка мебели? Вы хотите знать больше. Есть в этом что-то интригующее, похоже на старинную книгу, или на заброшенный замок, или на мебель, которая когда-то жила полноценной жизнью. Вы чувствуете что-то — это своего рода энергетический отпечаток, дух места».



Праздничная коллекция *Le Lac Enchante*, *Cle De Peau Beaute*

На создание коллекции авторов вдохновила тема балета «Лебединое озеро». Элегантный дизайн придумала итальянский иллюстратор Дария Петрилли: украсила сверкающими золотыми перьями футляры помад и теней, а на нарядных упаковках изобразила белого и черного лебедей, намекая на заколдованную принцессу Одетту и ее соперницу Одиллию. «„Лебединое озеро“ — история, в которой переплелись любовь и волшебство. Она о сосуществовании добра и зла. Я надеюсь, что смогла передать суть этого балета в дизайне каждого предмета *Le Lac Enchante* — противопоставление

Белого и Черного лебедя, бледно-голубые декорации, обрамленные золотом, призрачные женские фигуры и лебеди, взмывающие ввысь в сумеречной дымке. Те, кто откроет для себя коллекцию „Заколдованное озеро“, смогут предаться мечтам, прикоснувшись к волшебству», — рассказывает Дария Петрилли.

Четверо смелых Премьеры российской косметики

Наталия Филипченко |

Несколько косметических брендов решили не откладывать намеченные запуски и выйти на рынок в 2020-м — в разгар пандемии, когда малому бизнесу был нанесен самый большой урон.

Как у них это получилось?



ДОЛГОЕ время говорить о российской косметике как о явлении было немного неловко. Кто-то еще помнит прилавки универмагов, заваленные неказистой продукцией фабрик «Свобода» и «Невская косметика», очереди за дефицитными французскими духами и польским парфюмом Pani Walewska — унылая пора советского дефицита. А ведь у российской косметики славное прошлое: та же «Свобода» возникла на базе первой в России парфюмерной фабрики товарищества «А. Ралле и Ко», основанной в 1843 году купцом Альфонсом Ралле. Товарищество выпускало не просто дорогую косметику и парфюмерию: продукция удостоилась Гран-при на Парижской выставке 1900 года. В России тогда работали многие итальянские и французские парфю-

меры: достаточно вспомнить знаменитого Эрнеста Бо, создателя духов «Красная Москва» — и Chanel №5. Увы, после революции высокая парфюмерия была забыта, и предприятие сконцентрировалось на производстве мыла — не принято было советской труженице уделять слишком много внимания внешности.

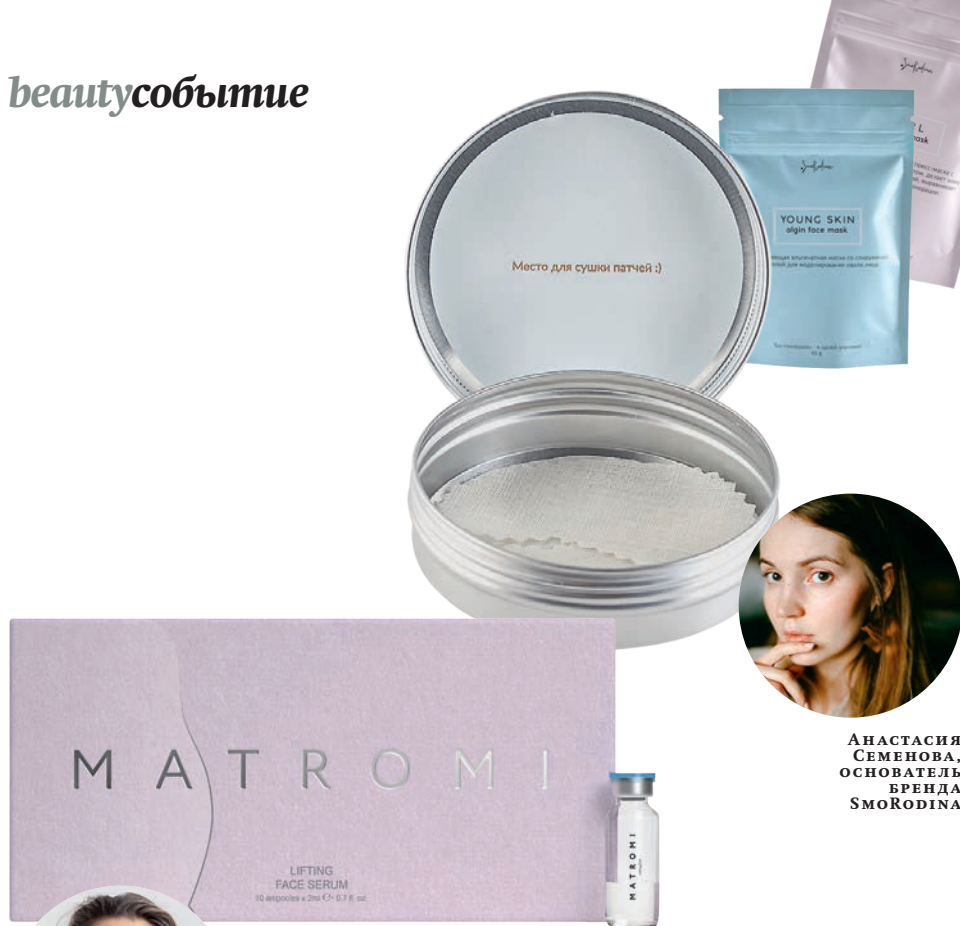
Конечно, сейчас все иначе: многие русские бренды, как, например, Natura Siberica, известны на Западе, появились достойные марки декоративной косметики от известных визажистов и косметцевтика. Ситуация меняется стремительно и кардинально. Настолько кардинально, что уже можно говорить об R-beauty как о полноценном явлении. Рассказываем о наиболее ярких косметических запусках этого года.

Смарт-маски MaskaMaska

Это тканевая маска, внутри которой проложены токопроводящие дорожки из чистого серебра. Действие основано на технологии электрофореза. Нужно надеть маску, закрепить устройство на магнитный контакт. Под воздействием тока компоненты сыворотки проникают в кожу на глубину до 2 мм. Создатели маски считают ее заменой инъекционной терапии.

«Мы проанализировали рынок, посмотрели, какие продукты наиболее востребованы и показывают стабильный рост год от года. Это оказались маски для лица и бьюти-гаджеты. А дальше пошли нестандартным путем: решили объединить их и запустили рекламу несуществующего продукта, чтобы посмотреть, будет ли спрос. И знаете, люди откликнулись! Были даже предзаказы. В итоге компания получила плюсовые финансовые показатели и инвестировала прибыль в создание продукта, лаборатории и производства», — рассказывает генеральный директор MaskaMaska Оксана Темирбекова.

По мнению Оксаны, в России сейчас нет проблем, которые бы мешали запуску своего бренда. Существуют мощности, сырье и лаборатории для создания неспецифического продукта, то есть такого, который есть в ассортименте многих брендов. Может использоваться китайское или западное оборудование, европейское или отечественное сырье, есть технологии, позволяющие разработать достойный продукт. У MaskaMaska собственное производство в Санкт-Петербурге, а сырье закупается в Европе и Китае. В России приобретаются пигменты, вода, сырье для чернил, компоненты для токопроводящих дорожек.



АНАСТАСИЯ СЕМЕНОВА, ОСНОВАТЕЛЬ БРЕНДА MATROMI



АНАСТАСИЯ ЧУПРЫНА, ОСНОВАТЕЛЬ БРЕНДА MATROMI

Сыворотки для лица MATROMI

Основатель бренда MATROMI Анастасия Чупрына ориентируется на пять главных потребностей кожи: увлажнение, ровный тон, замедление признаков старения, наполнение витаминами и энергией, регенерация. И решила на каждую потребность ответить выпуском специального средства. Так появилась первая коллекция: пять сывороток для лица для решения разных проблем кожи.

«Мы решили делать все в России и выбрали контрактное производство на базе технопарка „Сколково“, но, выпустив первую партию, поняли, что нужно самим контролировать все процессы. Я всегда хотела делать косметику премиум-класса, поэтому мы закупаем только лучшее сырье у разных поставщиков. Даже стеклянные упаковки для сывороток нашли не сразу: нам важно было, чтобы ампулы не ломались при вскрытии. В итоге сотрудничаем с российским поставщиком, который работает на немецком оборудовании. Мы стали резидентом технопарка ЭЛМА в Зеленограде и организовали там свою производственную площадку», — рассказывает Анастасия.

ЛЕЛА ЕСИАВА, ОСНОВАТЕЛЬ БРЕНДА SHIZEN. ФОТО: АРСЕНИЙ ДЖАБИЕВ



Инновационный мусс для волос Shizen

«Я довольно долго изучала желания и запросы девушек, прислушивалась к их мнению. На бьюти-рынке много стайлинговых средств и средств по уходу за волосами. А мне хотелось объединить их свойства и сделать универсальный продукт. Так появился Nutritional Mousse Shizen, который отлично держит форму и одновременно обеспечивает увлажнение и восстановление», — рассказывает основательница бренда Лела Есиава.

Главной трудностью в пандемию для марки стала дистанционная работа. Сдвигались сроки, дольше шло согласование не только состава, но и дизайна. Производство находится в Италии, а в России лишь разливают готовый продукт. Когда границы закрыли, пришлось делать тестирование в России, ждать образцов, давать комментарии и затем отправлять обратно в Италию, используя возможности некоммерческой авиации.



Натуральная косметика SmoRodina

Основательница бренда Анастасия Семенова родилась в Магнитогорске, получила технологическое образование, обучалась косметической химии в Москве. Мечтала создать свой экобренд еще в юности, но лишь через семь лет представился удобный случай. «В собственности у моего мужа (он владеет строительным бизнесом) было пустующее советское здание, где раньше производили мороженое. Мы сделали там ремонт, а на оборудование и производственную линию денег не хватило. Мне повезло, что в компании мужа работают конструкторы — они изготовили для меня первое оборудование. Сейчас у нас 30% контрактных продуктов в ассортименте и 70% производится на собственных мощностях», — рассказывает Анастасия.

Сложнее всего было найти хорошего технолога, который понимал бы рынок органической косметики: уметь искать альтернативу консервантам, эмульгаторам, понимать, как сохранить сроки годности, как добиться конкурентоспособных свойств без использования силиконов и так далее. Редкие и дорогие ингредиенты высшего качества с доказанной эффективностью и документами об успешных испытаниях пока приходится закупать за границей, в частности в Германии.

«Разработка формул средства обычно занимает пять-восемь месяцев. Да, процесс долгий, но это осознанное решение. Я технолог и в течение двух лет сама разрабатывала все средства SmoRodina. Поэтому для меня очень важно, чтобы формулы были безупречными», — подчеркивает Анастасия.

Один из убедительных результатов кропотливой работы — zero-waste патчи SmoRodina из органической конопли для кожи вокруг глаз стали настоящим открытием в индустрии. Чтобы использовать это средство, нужно пропитать патчи гелем и оставить на 15–20 минут.

Большие надежды

Можно ли в России делать косметические продукты премиум-класса? Все-таки мы не Франция с ее многовековым опытом в этой сфере. На вопрос, удастся ли R-beauty стать частью мирового косметического сообщества, наши героини не дали однозначного ответа. И понятно почему.

Да, Торгово-промышленная палата обращает внимание на развитие косметологии в России, но пока нам далеко до тех инвестиций, которые получают от правительства представители этой отрасли.

ли, например, в Южной Корее. А ведь для развития косметического рынка важны не только сырье и мощности, но и научная база, исследования, в которые тоже надо вкладывать деньги.

«Если цена является следствием накопленного опыта, то России еще есть к чему стремиться. Возможно, какой-нибудь узкий сегмент можно развить до уровня мировой экспертизы, — делится размышлениями Оксана Темирбекова. — Но мне кажется, это скорее будут медицинские препараты».

«Мы привыкли к качеству импортного продукта, — рассуждает Анастасия Чупрына. — Но санкции последних лет дали возможность российским брендам доказать свое право на существование. К сожалению, некоторые из них пока нацелены на развитие своего имиджа, а не качества».

Ситуация и вправду неоднозначная. С одной стороны, в России, как выяснилось, проще, чем в Европе, получить сертификацию продукта. С другой — с оборудованием до сих пор беда. Так, изначально MATROMI хотели работать с саратовским производителем «Аврора», а поставщик предоставил испорченный товар, да еще с задержкой в два месяца.

Есть у представителей R-beauty и бесспорные преимущества: не отягощенные многовековыми традициями, они более мобильны, лучше чувствуют ситуацию, следят за тенденциями в технологиях и лучше подстраиваются под ситуацию на рынке.

Глаза боятся, руки делают

Примерно так можно сформулировать принцип, по которому действовали бренды в 2020 году. У некоторых просто не оказалось выбора — все было готово к запуску, и промедление принесло бы еще большие убытки. Кто-то, несмотря на пандемию, умудрился остаться при этом в плюсе.

Вот одна из историй успеха. В феврале текущего года MaskaMaska попали в топ-10 самых перспективных технологий мира по версии Sephora Paris. Решили продолжать, несмотря ни на что, и за этот год расширить базу стратегических партнеров. Сейчас у компании готовятся к запуску в 2021 году пластырь для лечения мигрени и технология трансдермальной вакцинации для людей и сельскохозяйственных животных.

«Мир меняется. Сегодня пандемия, закрывают границы. Нужно принимать решение сообразно той ситуации, которая складывается на сегодняшний день. Наверное, нам было проще, чем тем уже существующим брендам, которые были вынуждены закрываться в 2020-м или сокращать штат сотрудников. Мы провели много домашней работы, и, скорее всего, пандемия нам сыграла на руку», — признается Анастасия Чупрына.



ОКСАНА ТЕМИРБЕКОВА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР MASKAMASKA



Полный уход

Как и где подготовиться к празднику

Марта Соловей |

В этом году столичные салоны красоты выстраивают предновогодние программы по-особому — сегодня, как никогда, важна душевная обстановка. Рассказываем, куда отправляться за бьюти-процедурами накануне главного торжества.



АНТОН ДЕРКОНОС,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
УПРАВЛЯЮЩИЙ
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЕТИ
САЛОНОВ «ПАЛЬЧИКИ»:

— В предновогодний и новогодний периоды всех гостей будут ждать подарки от Clarins и Picasso, а также лотерея. Еще мы обновляем список демонстрируемых в наших салонах фильмов, включая «самые новогодние», и все украшаем. Часть витрин оформит для нас художница Татьяна Варавва.

Сеть салонов маникюра и педикюра «Пальчики»

В любой из салонов сети имеет смысл приходить за одновременным маникюром и педикюром. К Новому году здесь обновили меню уходов для рук и ног: появилось много антивозрастных комплексов (например, на косметике Bandi и Kedma), а также программ для восстановления и укрепления ногтевой пластины.



МАРИНА ЗОТОВА,
ОСНОВАТЕЛЬНИЦА
ИНСТИТУТОВ КРАСОТЫ
LE COLON:

— В преддверии новогодних праздников Институты красоты Le Colon рады предложить своим клиентам подарочные сертификаты на весь спектр услуг и средств, представленных в Le Colon. Кроме того, в линейке средств Biologique Recherche появилось несколько новинок, которые могут стать отличным подарком как для себя, так и для близких, друзей.



ДЕНИС ПАВЛЕНКО,
СЕО СЕТИ ALDO COPPOLA:

Центры красоты Aldo Coppola

Хотя окрашивания — визитная карточка центров красоты (процедуру делают по фирменной технике итальянского стилиста Альдо Копполы, придумавшего модную растяжку цвета), приходить сюда стоит прежде всего за многофункциональными уходами для лица. Очищение, увлажнение, лифтинг и сияние — минимум 4-в-1. А если на подготовку остался всего один день, то мастера предложат комплекс с микротоковой терапией Biogenie и глубоким авторским массажем, эффект от которых будет заметен не один день.

— Центры красоты Aldo Coppola радуют гостей новогодним плейлистом, шампанским и «сказочным» оформлением залов. Кроме того, по нашей традиции в декабре стартует праздничная беспроигрышная лотерея: всех гостей центров красоты будут ждать сюрпризы и подарки. Ну и, конечно, стильные образы и предновогоднее настроение!



Институты красоты Le Colon

В Le Colon можно планировать визит за несколько дней до празднования Нового года: в бьюти-меню найдется с десяток эффективных неинвазивных уходов для лица с мгновенным результатом. Здесь работают на Biologique Recherche и Joelle Ciozzo. К примеру, на первом бренде можно попробовать процедуру Soin Hydreclat для увлажнения и сияния кожи или разглаживающую Restructurant & Lissant. Хит Joelle Ciozzo — скульптурно-буккальный массаж, действующий каждую мышцу лица.



Сеть салонов красоты Kynsi

Одна из изюминок салонов Kynsi — спа-маникюр и педикюр, включающие в среднем восемь шагов: от пилинга и промасливания кожи до массажа ракушками и терапии с ароматическим воротником. Кроме того, мастера салонов прекрасно владеют любыми современными техниками окрашивания, комбинируя их, фантазируя с оттенками, и ловко управляют сукладками.

АННА ВОЛКОВА, ОСНОВАТЕЛЬНИЦА Kynsi:

— Мы решили сделать что-то особенно душевное. Так появилась идея Kynsi-почты: каждый гость получит новогоднюю открытку из нашей с иллюстратором Варварой Разаковой коллекции и сможет отправить ее в любую точку мира бесплатно, не выходя из салона. А еще вместе с гостями мы украсим елку, превратив ее в дерево воспоминаний — нужно просто вспомнить пять самых значимых событий за этот год и вписать в красиво оформленный бланк. Список вы можете оставить себе или свернуть и повесить свиток на елку.



КСЕНИЯ ШИПИЛОВА, БЬЮТИ-МЕНТОР, ОСНОВАТЕЛЬНИЦА КОМПАНИИ AESTHETIKS BEAUTY GROUP И СЕТИ САЛОНОВ KEEP LOOKING:

Сеть салонов красоты Keep Looking

Традиционно в Keep Looking приходят на коррекцию бровей и наращивание ресниц — и то, и другое делают как можно более естественно. Не так давно здесь появились швейцарские уходы для лица от Margy's, которые считаются звездными: их выбирают многие селебрити перед тем, как выйти на красную дорожку. Чистая кожа, сияние, увлажнение или фтилинг — то, что нужно и перед главной вечеринкой года.

— В этом году нам особенно важно создать в салонах уютную и теплую атмосферу. Мы не хотим, чтобы гости чувствовали себя как на шумной вечеринке с хлопотками и пестрыми украшениями. Мы предложим всем клиентам фирменное какао, фоном будут играть песни, ставшие новогодней классикой. И конечно, все салоны будут украшены».



Пространство красоты Still

Still Beauty Space — современное пространство, объединяющее центр красоты, галерею фотографического искусства и бутик-ресторан.

Мастера работают «в несколько рук», а благодаря креслам-трансформерам можно совмещать различные процедуры и принимать их одновременно. Совсем недавно здесь появилась несколько новых уходов для волос с длительным эффектом. Например, Dermadrop Shine & Glow TDA придаст блеск и укрепит луковицы, а уход по японской системе Tokyo Inkagami полностью восстановит текстуру.

ЕЛЕНА КАРИСАЛОВА, ОСНОВАТЕЛЬНИЦА ПРОСТРАНСТВА КРАСОТЫ STILL:

— В канун Нового года у нас будут угощения и шампанское для гостей, особую праздничную атмосферу создаст приглашенный диджей. Так как большинство наших клиентов планируют встречать праздники дома, в декабре мы предоставляем услугу выездного сервиса.



С помадой, но без духов

Чем живет косметическая отрасль

Ирина Урнова |



GETTY IMAGES

ИНДУСТРИЯ красоты довольно стойко переживает кризисы планетарного масштаба — даже в изрядно потрепанном мировую экономику 2008-м ее рост лишь слегка замедлился и быстро, в течение полутора лет, восстановился. Нынешний год не стал исключением: по сравнению со многими сферами бизнеса, по которым пандемия проехала катком, бьюти-отрасль держится совсем неплохо.

Косметика

Несмотря на неясные экономические перспективы, 2020 год оказался удивительно щедрым на звездные запуски в индустрии красоты — сообщения о новых брендах, выходящих ограниченными тиражами, об именных коллекциях и прочих инициативах мелькали в новостях чуть ли не каждую неделю. Вспомним лишь несколько самых громких событий. Селена Гомес порадовала поклонников собственной маркой Rare Beauty (предла-

В КРИЗИС ПРОДАЖИ КОСМЕТИКИ

возрастают, в отличие от одежды, обуви и прочих товаров массового потребления

гается 48 средств для макияжа), пообещав отчислить с будущих прибылей щедрые \$100 млн в помощь людям, страдающим психическими расстройствами. Рианна расширила ассортимент Fenty Beauty: теперь это не только полюбившаяся многим декоративная косметика, но и средства для ухода за кожей Fenty Skin. Звездная теннисистка Винус Уильямс начала выпускать солнцезащитные кремы под своей маркой EleVen. В партнерстве с E.L.F. собственную марку запускает певица Алиша Киз, со дня на день ожидается выход в свет косметики Дженнифер Лопес — анонсированный еще в 2018 году бренд вполне ожидаемо получил название J.Lo Beauty. Наконец,

музыкант и продюсер Фаррелл Уильямс тоже приобщился к миру красоты: теперь он делает «косметику без привязки к полу и расе», как говорится в официальном Instagram-аккаунте его косметической марки Humanrace.

Повышенная звездная активность в индустрии красоты, с одной стороны, не может не радовать: никто не запускает новые марки или даже коллекции с кондачка, не взвесив все за и против и не просчитав возможные риски. А значит, для экономики еще не все потеряно и шансы на скорый выход из пандемического кризиса неплохие. С другой — эта активность стала дополнительным поводом для беспокой-

ства: нас и так пугают перепроизводством и чрезмерным потреблением, а уж во время пандемии и подавно странно думать о красе ногтей. Но, как говорится, раз на бьюти-небосклоне зажигаются новые звезды, значит, это кому-нибудь нужно — возможно, нам с вами.

Цифры тоже говорят в пользу нужности: продажи косметики, если верить отчету консалтинговой компании McKinsey & Company, особо не снизились, а в некоторых сегментах даже поднялись. В частности, средствам для губ прочили сложные времена из-за масочного режима практически во всем мире, но времена эти, судя по тем же отчетам, не наступили. Возможно, тут все дело в бесконечных Zoom-конференциях, в которые у многих перетекла большая часть работы, а может, сыграл роль пресловутый «индекс помады», предложенный Леонардом Лаудером несколько лет назад. Сын основательницы империи Estee Lauder выдвинул гипотезу, что в периоды экономиче-

ской нестабильности продажи косметики возрастают, в отличие от одежды, обуви и прочих товаров массового потребления. И с ним сложно не согласиться, глядя на графики продаж этого года.

Парфюмерия

Но были и сложности — к примеру, совсем нелегко пришлось парфюмерии. Если палетку теней или средства для ухода за волосами люди, как выяснилось, готовы с легкостью положить в корзину интернет-магазина, то желающих купить «вслепую» незнакомые духи оказалось гораздо меньше. И, в отличие от остальных видов косметических товаров, парфюмерии практически никак не помог рост покупательского ажиотажа в онлайн-магазинах — все по той же причине. Мало кому хочется тратить внушительные суммы на ольфакторного кота в мешке, а предварительно познакомиться с новым ароматом не было возможности даже втихую — косметическим офлайн-магазинам в течение нескольких месяцев запрещалось выставлять тестеры. Впрочем, это дало стимул развитию парфюмерной E-commerce: производители начали придумывать способы соединить онлайн-торговлю с опытом похода в реальный магазин. Например, Kilian грозятся начать бесплатно рассылать пробники ароматов — выбрать, на какое из многочисленных творений Килиана Хеннесси вы готовы потратиться, можно будет не вставая с дивана.

Приметы времени

Санитайзеры стали привычным косметическим средством. Мы собрали самые нетривиальные: те, которые помимо своего прямого назначения — защиты от бактерий и вирусов — обладают приятной парфюмерной отдушкой и содержат ухаживающие компоненты.

Специальные средства

Некоторые косметические средства стали пользоваться повышенным спросом, что называется, не от хорошей жизни. В этом году наш словарь пополнился новым словом «маскне». Из-за постоянного ношения маски люди начали испытывать проблемы с кожей: высыпания, шелушение, покраснение, повышенная чувствительность и прочие неприятности нередко настигали даже тех, кто никогда ни на что подобное не жаловался. И уж совсем непросто пришлось тем, кто до пандемии не понаслышке был знаком с акне, псориазом, экземой и другими дерматологическими заболеваниями. Неудивительно, что спрос на косметику, которая помогает облегчить неприятные симптомы, в 2020 году значительно вырос. Как и популярность средств для мягкого очищения и увлажнения кожи рук, мечтающей о пощаде с конца февраля, когда в нашу жизнь всерьез и, как выяснилось, надолго вошли бесконечное мытье и санитайзеры.

Стресс и тревога, которых более чем хватает с приходом проклятого вируса, негативно сказались и на многих головах. Речь здесь даже не о психологических проблемах, с которыми в той или иной мере столкнулись практически все — здоровье шевелюры, как известно, зависит в том числе и от нашего эмоционального состояния: сильные переживания и периоды повышенного стресса организм логично воспринимает как сигнал о том, что пришли сложные времена. А вместе с ни-



СЕЛЕНА ГОМЕС, РИАННА, ДЖЕННИФЕР ЛОПЕС И ФАРРЕЛЛ УИЛЬЯМС — ЯРКИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ЗВЕЗДНОГО ТРЕНДА В КОСМЕТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ



ми и необходимость переходить в режим максимального сбережения энергии — жить без волос у человека гораздо больше шансов, чем, к примеру, без внутренних органов, а потому урезать питание кожи головы организм начинает в первую очередь. С такими неприятностями, как сильный «волосопад», а также перхоть, жжение и мучительный зуд, пришлось иметь дело гораздо большему, чем обычно, количеству людей. Неудивительно, что и спрос на средства, помогающие с этими досадными обстоятельствами бороться, значительно вырос.

Что дальше

Разговоры о том, что мир заметно поменяется из-за пандемии, не утихают — кто-то относится к ним скептически и считает, что с уходом вируса жизнь постепенно вернется в привычное русло. Кто-то прочит человечеству чуть ли не полный уход в виртуальную реальность. Истина, скорее всего, где-то посередине, но в индустрии красоты, как, впрочем, и в других сферах потребления, нас наверняка ждут перемены, и очень хочется верить, что если не все они, то многие будут только к лучшему.



Карманный санитайзер Ocean Spritz, FOAM by Salus
В составе — 100-процентные органические отдушки с ароматом океанической пены, соли, зеленой сирени и амарилуса. Средство очень экономично: один спрей позволяет сохранить до 90 л точной воды.

Парфюмированный санитайзер Mango Skin, Vilhelm Parfumerie
Очищающее средство для рук состоит из 73-процентного спирта, увлажняет кожу и формирует на ней невидимую защитную пленку за счет входящего в состав масла листьев чайного дерева. Пахнет свежим манго.

Гель для дезинфекции рук, Compagnie de Provence
Очищает, защищает кожу и ухаживает за ней, создавая барьер от вирусов и бактерий, обогащен витаминами, антиоксидантами и увлажняющими компонентами, не требует смывания.

Спрей Hand Protection and Finishing Spray, Margaret Dabbs London
«Жидкие перчатки» для рук. Спрей содержит натуральные экстракты герани, мандарина, а также масло эму и после нанесения образует тонкую, дышащую пленку, которая защищает руки и ногти от обезвоживания.

Очищающий спрей для рук с антибактериальным эффектом, Hobepergh
Гидроспиртовое средство для дезинфекции рук (содержание спирта — 71,5%), не требует смывания, содержит натуральные экстракты и эфирные масла горной сосны и мексиканского лайма.

Гигиенический гель для рук Soft Hands Hygiene, Guerlain
Очищает и одновременно увлажняет кожу рук, не требует смывания. В его составе — концентрат меда и гликоль.

Новая норма

Как меняются привычные маршруты

Александр Кулиш |

Уходящий год провел нас через все пять стадий примирения с реальностью: от отрицания через гнев, торг, депрессию к безоговорочному принятию.

Способы проникновения

Мириться с тем, что свободно путешествовать по миру нельзя, не хотелось. Закрытые границы, отмененные рейсы, неработающие рестораны, захлопнувшиеся двери музеев, комендантский час и патрулирование пляжей, штрафы за отказ надеть защитную маску, риск заразиться плохо изученным вирусом и оказаться без помощи далеко от дома — все это должно было заставить поменять привычки даже заядлых путешественников. И в какой-то мере заставило, ведь главным трендом этого года стали путешествия на дачу. В ближнем Подмосковье было сдано и продано то, что не продавалось годами — всем оказался вдруг нужен кусочек личного пространства на природе, подальше от людей. Да и зачем теперь появляться в городе, если удаленная работа стала нормой?

Новую норму, правда, готовы принять не все. 2020-й запомнился отчаянными попытками путешествовать, изобретая все новые способы проникновения за границу и возвращения оттуда. Еще в первую весеннюю волну, когда страны одна за другой закрывали границы и отменяли рейсы, многие пытались запрыгнуть в уходящий вагон, чтобы покинуть родину легальным способом. Одни уже запланировали путешествие заранее и не хотели менять планы. У других вдруг образовалось много свободного времени. Третьим срочно понадобилось встретиться с зарубежными друзьями/возлюбленными. Четвертые не менее срочно решили стать дауншифтерами. Эти люди вылетали буквально

последними возможными рейсами и не думали, как они будут возвращаться. Действительно, почему бы не пересидеть эпидемию в каком-нибудь теплом и почти бесковидном месте, таком как Таиланд?

Уходящий год запомнился разнообразием схем, которыми россияне без ВНЖ и уважительных причин проникали в закрытые для них страны уже после отмены регулярного авиасообщения: на грузопассажирских рейсах, частными джетами или даже пешком — в Белоруссию. Одна из самых популярных концепций — «на лечение», с фиктивными справками или справками, подготовленными модными детокс-центрами. Способ остроумный, но не всегда надежный: фейк часто вскрывался. Зато неплохо сработал транзит через разрешенный Лондон, ведь из Великобритании в страны Европы можно попасть свободно и без карантина. Другое дело, что в последнее время из-за локальных европейских локдаунов эти поездки потеряли смысл: зачем ехать туда, где ничего не работает? После открытия авиасообщения с Турцией стала набирать популярность схема проникновения в Италию и Австрию через Хорватию — достаточно было купить билет Turkish Airlines в Загреб с пересадкой в Стамбу-



ИНТЕРЕС ОТДЫХАЮЩИХ

постепенно дрейфует в сторону эмирата Дубай, Занзибара и Мальдив



GETTY IMAGES

ле, а потом взять билет на автобус FlixBus и транзитом через Словению уехать в Венецию или, скажем, в Грац. Впрочем, этот долгий и не слишком комфортный способ годился разве что для самых упорных и непрехотливых.

Безграничные возможности

Неудивительно, что из открывшихся стран направлением номер один в августе и сентябре стала Турция, решившая

пускать иностранцев без карантина и теста ПЦР. Из 771 тыс. зарубежных поездок россиян за два месяца 757 тыс. (более 98%) были совершены именно в эту страну. Турцию оценили даже законченные снобы, с удивлением обнаружившие там стиль жизни, не уступающий Западной Европе. Хорошая погода, длившаяся до середины ноября — и до введения частичного локдауна в Турции, продлила купальный сезон и заставила некоторых несколько раз туда

вернуться, а кого-то — даже снять недвижимость у моря. Сейчас интерес отдыхающих постепенно дрейфует в сторону более теплых эмирата Дубай, Занзибара и Мальдив. Те же, кто привык зимовать на Бали, срочно делают индонезийскую бизнес-визу — пока это единственный реальный способ попасть в Индонезию. Ну а законченные авантюристы собираются в Мексику, которая не закрывала границ для туристов даже в первую волну.

Места знать надо

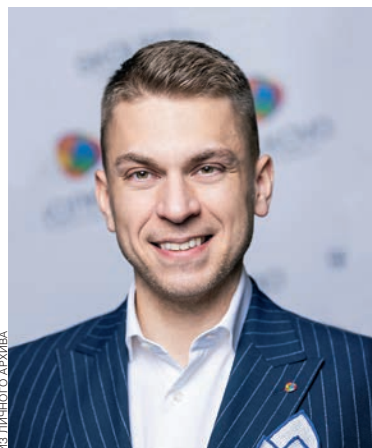
Те, кто решил остаться в России, смогли открыть ее для себя заново. Если вынести за скобки поездки на переоцененные курорты Сочи, приобретающие очарование только в низкий сезон, это был год любви к родным просторам. В ход пошли любые маршруты, но прежде всего те, что связаны с историей и природой. Круизы по Волге, прогулки по песчаным дюнам Калининграда, экспедиции по Алтаю, хайкинги в Архызе и Приэльбрусье, гастрономические туры в Ростов-на-Дону, предзакатные прогулки на лодке среди цветущих лотосов вблизи Астрахани — чего в этом году только не было. Урбанизм и креативные кластеры Тулы, пикники на Бежином лугу, фотосессии в полях подсолнухов недалеко от Мценска, поиски живых народных ремесел: от скопинской керамики до филимоновской игрушки, знакомство с возрождающимися историческими производствами, такими как Дятьковский хрустальный завод с его впечатляющим музеем. Всем вдруг стала интересна такая русская экзотика, как Териберка на Кольском полуострове, где снимался «Левиафан», с ее тишиной и ощущением края света. Или даже хорошо знакомые Кисловодск с Пятигорском, на которые можно было взглянуть под другим углом — не потому, что обязательно нужно лечиться на водах, а из-за архитектуры, настроения, ландшафта. И пусть в Ставропольский край в этом году было сложно попасть без командировочного удостоверения — кого это смущало!

Увидев, как мало в России достойных бутиковых отелей, мы стали еще больше уважать тех, кто сумел предложить что-то необычное. Среди самых обсуждаемых проектов оказались глэмпинги, такие как «Лес» в Красной Поляне — его авторы явно вдохновлялись балийским Убудом и сумели создать в Краснодарском крае ощущение экзотических джунглей. Или бутик-отель «Снегирь» в Козельске близ Оптиной пустыни, чьи интерьеры напоминают об английской глубинке (и совсем не уступают ей). Но на открытие и эмблему года больше всех тянет ни на что не похожий «Лесной терем Астахово» в Костромской области — результат многолетней кропотливой реставрации деревянной усадьбы конца XIX века, превращенной в музей и отель с редкой деликатностью и уважением к традициям. Ради такой России не жаль ехать за тридевять земель, ведь подлинность — это и есть настоящая роскошь. Кто знает, может, подобные проекты вдохновят других энтузиастов, и в ближайшие годы мы будем путешествовать по России не потому, что у нас нет выбора, а потому, что сможем открыть для себя что-то действительно новое, важное и интересное.

Перестройка

Что поможет в пандемию

В начале карантина ситуация казалась безвыходной, но, бросив вызов изоляции, многие известные в индустрии красоты персоны нашли в себе силы изменить свою жизнь и приобрести новые навыки. Вот короткие истории от первого лица.



из личного архива

Сергей Остриков,
кандидат наук,
бьюти-предприниматель и блогер:

— Пандемия показала, насколько важно уметь перестраиваться, изменяться, учиться и смотреть на возможности, которые дает будущее, а не только текущий момент. Я стал гораздо больше читать, полностью перестроил систему питания, похудел на 14 килограммов. Расстался с некоторыми старыми проектами, чтобы открыться новому, пересобрать себя, перестать идти к чужим целям и сфокусироваться исключительно на своих. Из конкретных практик мне очень помогло ведение дневников и тайм-трекеров — я не ожидал, что подобная рефлексия может настолько сильно влиять на осознанность.



из личного архива

Наталья Давыдова,
блогер @tetyamotyа
и основатель приложения Welps:

— В карантин я решила не терять время даром, а заняться тем, о чем давно тайне мечтала, — ездой на мотоцикле и плаванием. Летом я даже снялась в клипе группы мужа ISB на песню «Who I Am» — там я рассекала на байке. Еще я занялась техникой речи и уже получаю положительную обратную связь, судя по комментариям во время прямых эфиров в Instagram. Из-за сильного стресса мне очень хотелось снова ощущать себя счастливой и гармоничной, поэтому я стала практиковать медитации через приложение Welps, которое мы с командой запустили в конце прошлого года. Эффект почувствовала не сразу, но потом заметила, что начала реагировать на трудности иначе, спокойнее.



из личного архива

Андрей Искорнев,
главный врач клиники The PLATINENTAL,
пластический хирург, член общества
ASPS и ассоциации ISAPS:

— Поскольку мы находимся в условиях глобального информационного стресса, то сохранить нашу мозговую активность в тоне помогает смена деятельности, то есть новые навыки и впечатления. Лично для меня хобби — обязательное условие поддержания рабочей формы. Особенно это важно для людей творческих и медицинских специальностей. В пандемию я начал петь. Придумал для себя творческий псевдоним — Ven Roksi, это моя фамилия наоборот, уже записал четыре трека. Мини-альбом будет доступен на всех стриминговых площадках в начале декабря. Мои главные медицинские рекомендации для всех в это время — физическая активность и поддержание высокой концентрации витамина D3 для иммунитета.





Елена Темиргалиева,
владелица салонов красоты «Мильфей»:

— Год был сложный, но продуктивный: он дал возможность работать над слабыми сторонами и укреплять сильные. За время пандемии я полностью освоила испанский язык и сдала экзамен, который позволяет поступить в университеты с преподаванием на испанском, что я и сделала. В моем расписании, как и всегда, были трекинг и йога, а в целом круг интересов расширился: появились живопись, чтение, история. Карантин стал идеальным временем для общения с близкими и друзьями. Пусть даже многие из них за границей, это не остановило наше общение, и мы устраивали вечеринки в Zoom. Пандемия подарила мне умение замедлиться, пообщаться с собой и быть услышанной. Я отношусь с благодарностью к этому периоду и извлекаю из него максимум пользы.



Тина Канделаки,
журналист, основательница
компании ANSALIGY:

— Главной отдушиной и одновременно вызовом для меня стало продолжение развития бизнеса в экстремальных условиях. Я нашла новые каналы коммуникации с аудиторией, которая мне доверяет: открыла «Школу красоты», чтобы продолжать делиться своими знаниями, брала десятки интервью в прямом эфире Instagram и поняла, что можно двигаться вперед и в этой системе кардинально смещенных координат. На самоизоляции я попробовала перейти на интервальное голодание. Это важно делать только после консультации с врачом. Главное преимущество в том, что я могу добавлять в меню продукты, в которых раньше себя ограничивала. Наконец я вернулась к истокам и ем сутрагоми — кукурузную кашу с сулугуни. После — тренировка. Следующий прием пищи около 17 часов. Главное правило: никаких перекусов!



Виктория Рощанинова,
совладелица и руководитель
клиники KRAFTWAY:

— Во время пандемии я стала больше двигаться, чему очень рада. Я сейчас живу за городом, поэтому просто много гуляю и параллельно слушаю уроки французского языка — мне наконец удалось снова вернуться к нему. Это очень «отключает» мозги. Сразу после карантина я стала делать больше процедур, потому что и время освободилось, и наконец появилась возможность пройти полный курс — уезжать пока никуда не нужно. Походы к косметологу стали настоящим наслаждением и антистрессом. Я стала заниматься собой гораздо больше, чем раньше. Вот такой новый способ получения удовольствия, пока в рестораны, музеи и театры мы по-прежнему практически не ходим.

Беседовала Дарья Ермонская

Дело вкуса

Пряности и сладости на службе красоты

Дарья Богомолова |

Какао с цитрусовыми, пряная гвоздика, острый имбирь и сладкая ваниль — и речь вовсе не о десертах, а о спа-процедурах с «гастрономическими» ароматами.

Рассказываем, как они появились и что может быть полезного для тела и души в съедобных компонентах.

У КОСМЕТИКИ и лекарственных средств со съедобными — сладкими и пряными — ингредиентами более чем внушительная история. Скажем, самые ранние упоминания об использовании меда во врачевании можно найти на шумерских глиняных табличках: из него делали мази для лечения ран и ожогов. Эта же практика, к слову, применялась и тысячелетия спустя — в Первую мировую войну. Какао-бобы использовали ольмеки — об этом свидетельствует найденный в 1999 году на берегу Мексиканского залива керамический сосуд со следами шоколада. В Древнем Египте стали применять измельченные кофейные зерна в качестве скраба, а соль с медом — как средство от морщин. По общеизвестной легенде царица Клеопатра принимала ванны из ослиного молока, чтобы сохранить молодость и красоту. В древнеримских термах женщины увлажняли и ароматизировали кожу вином с апельсиновой цедрой и оливковым маслом. В Древней Персии пользовались популярностью настойки для волос из камфары, мускуса, мирры, амбры, шафрана и чайной розы — чем не гурманика?

Но только с XIX века — с бурным развитием химии и промышленности — польза тех или иных «вкусных» компонентов стала рассматриваться с научной точки зрения. Выяснилось, в частности, что масло какао богато жирными кислотами и антиоксидантами, а также содержит кофеин, поэтому используется в жиросжигающих средствах, мед уменьшает отеки и повышает тонус сосудов, тропические фрукты вроде ананаса и папайи, а также цитрусовые содержат кислоты, способствующие обновлению кожи.

Помимо косметического все съедобные компоненты оказывают еще и ароматерапевтическое воздействие. И хотя лечение ароматами пока не получило достаточной доказательной базы, есть исследования, подтверждающие, что запахи напрямую влияют на эмоциональное состояние. К примеру, в пользу этого говорит работа Канвонского национального университета 2016 года. Специалисты, используя такой метод изучения мозговой активности,

как электроэнцефалограмма, выявили, что запах миндаля, шоколада и клубники снижает напряжение и тревожность.

Ароматы ванили, корицы, карамели, экзотических фруктов, кокоса и ягод стали появляться в косметике и парфюмерии в 1990-х. И сегодня спектр «вкусных» нот постоянно расширяется. Кондитерские запахи вызывают чувство безопасности и беззаботности. Самый яркий пример — аромат ванили, который, как выяснилось, действует лучше признанных успокаивающих средств, мяты или лаванды.

Нулевые стали временем изобилия, и спа-отрасль не исключение. Появились шоколадное обертывание (слово «шоколадотерапия» в 2006 году официально добавили в словарь английского языка Macmillan Dictionary), молочные и винные ванны, сладкие скрабы с ягодами и фруктами.

Гурманский тренд усилился после первой волны пандемии. Испытывая новый стресс, люди начали искать простые способы расслабиться, получить ощущение комфорта, желательно — без ущерба для здоровья. Что может быть проще запахов? Они создают особое настроение, вызывают приятные воспоминания, эмоции и ассоциации. Экзотические фрукты — это отпускное настроение, пряности, цитрусовые и розмарин — Новый год, шоколад или ваниль — любимый десерт, мамин или бабушкин пирог.

Аналитическая компания Revuze, использующая для сбора данных искусственный интеллект, обнаружила, что в США и Великобритании в первом полугодии 2020 года вырос интерес к гастрономическим нотам в косметологии: вишня — на 148%, мандарин — на 140%, ваниль — на 133%. Американский национальный Фонд сна рекомендует использовать ваниль для облегчения засыпания. Стресс-тест медицинского центра Колумбийского университета показал, что запах ванили стабилизирует показатели сердечного ритма и артериального давления. Столичные спа-центры не обошли вниманием новый тренд и предлагают широкий выбор процедур на любой — в прямом и переносном смысле слова — вкус.

Где попробовать гурманские спа-ритуалы в Москве



ENCORE SPA

В спа на третьем этаже башни «Око» в «Москва-Сити» предлагают «Фирменный уход для тела Encore by Kerstin Florian» с холодными и горячими специями. В программе — минеральная ванна, эвкалиптовый скраб, гель с ромашкой, а также разогревающее обертывание на основе имбирного масла — полезно для улучшения кровообращения и глубокого увлажнения кожи. В завершение процедуры — расслабляющий уход для лица с маслом нероли, ароматом меда и трав.



RITZ-CARLTON



RITZ-CARLTON

THE RITZ-CARLTON SPA

Аромат-ритуал «Королевское наслаждение» в спа-отелях длится три с половиной часа. Пилинг всего тела и массаж горячими камнями выполняются в четыре руки. Параллельно делается массаж лица кристаллами розового кварца. Синхронные движения терапевтов чередуются с нажатиями камнями и кристаллами на биологически активные точки, которые стимулируют циркуляцию лимфы и приводят в равновесие нервную систему. Сопровождают процедуру «предновогодние ароматы» — гвоздики, розмарина, лаврового листа и лаванды.



MAYFAIR

САЛОН КРАСОТЫ MAYFAIR

В салоне неподалеку от Театра наций можно попробовать практически съедобный спа-ритуал «Стоун-терапия и белый шоколад». Массаж выполняется, как и обещает название, горячими базальтовыми камнями по теплоте белого шоколада. Для контраста массажист может чередовать их с прохладными мраморными камнями. Для усиления эффекта к белому шоколаду можно добавить масла розмарина, лаванды или классическую — цитрусовые.



CHAVANA SPA

CHAVANA SPA DOUBLETREE BY HILTON

Согревающий уход Aromasoul на масле «Арабия» — это коктейль из восточных приправ и специй: имбирь, корица, зира, мускатный орех и мандарин. Эти ноты будут сопровождать гостя спа, расположенного на берегах единственного в черте города водохранилища, на протяжении всего часового ритуала: сперва — приветствие и знакомство с запахом, затем растирание тела вулканическим скрабом, а после — массаж с расслабляющим или тонизирующим (выбор за вами) действием.



VNUKOV SPA & BEAUTY

VNUKOV SPA & BEAUTY

Сладкий и съедобный пилинг «Медовый кофе и специи» — самая зимняя процедура, которую только можно представить. Можно проводить в процедурном кабинете, а можно — в хаммаме или русской бане, чтобы запахи раскрылись ярче, а компоненты глубже проникли в распаренную кожу. В составе пилинга, который используют в подмосковном центре красоты, используются молотые кофе, корица, гвоздика и ароматный гречишный мед. Кофе со специями активно разгоняет лимфу, а мед отлично смягчает кожу.

Мэрилин Монро,
Нью-Йорк, 1954 год

Не надо себя накручивать Эволюция блонда и фена

НА ФОТО — Мэрилин Монро в лучшую свою пору, а именно на съемках фильма «Зуд седьмого года». (Того самого, в котором появилась знаменитая сцена: платье, взлетевшее вверх от потока теплого воздуха из вентиляционной решетки.) А вот фен в руках актрисы кажется имитацией процесса укладки, особенно если учесть, что волосами Мэрилин всегда занимались лучшие парикмахеры. Так, в 1950-е это была Глэдис Расмуссен, а в 1960-е — звездный стилист Кеннет Баттел, который, в частности, готовил Мэрилин к выступлению в Madison Square Garden, где она спела «С днем рождения» для президента Джона Ф. Кеннеди.

— У Мэрилин Монро была роскошная каштановая шевелюра с природными упругими завитками, — рассказывает арт-директор Kerastase в России, основатель Algorithm Beauty Club Алексей Горбатюк. — Укладку для съемок актриса своими руками не делала, да и вряд ли бы она справилась с непростой задачей самостоятельно. Доподлинно известно, что ее от природы непослушные локоны подвергались постоянным «издевательствам»: для создания того

самого цвета, блонда, еженедельно делалось окрашивание корней в два этапа — осветление, а затем тонирование, плюс к этому парикмахер Глэдис Расмуссен делала Мэрилин химическое выпрямление, а потом химзавивку на концы волос. Конечно, природные данные и бесконечные процедуры, которые производили с волосами Монро, какое-то время позволяли звезде выглядеть эффектно, но уже к 34 годам локоны совсем истончились, и любимица публики вынуждена была носить парики. А что касается фена, пусть он и смотрится весьма современно и компактно для тех лет, но, в отличие от современных гаджетов, прибор создавал довольно горячий поток воздуха, который пережигал волосы — в большинстве современных фенов установлены тепловые датчики, не допускающие перегрева локонов.

Да и современные техники окрашивания за шесть с лишним десятков лет тоже ушли далеко вперед. «Уверен, что Мэрилин не пришлось бы носить парики, живи она в наше время», — улыбается Алексей.

Ирина Кириенко

LABORATOIRES
FILOGA
— PARIS

ГЛОБАЛЬНЫЙ
АНТИВОЗРАСТНОЙ
УХОД⁽¹⁾

GLOBAL-REPAIR
ИНТЕНСИВНОЕ ПИТАНИЕ
И РЕВИТАЛИЗАЦИЯ



(1) от Filorga.

Реклама. ООО «ФИЛОРГА РУ». Тел.+7 495.780-83-96. www.filorga.ru

LOEWE



ООО «Селдико» ОГРН 1027739191578. Адрес: 123308 Москва, проспект Маршала Жукова, д. 2 корпус 2, строение 1. Телефон: (495) 232-64-65
Факс: (495) 232-64-66. Качество товара подтверждено Декларацией о соответствии. Реклама.

LOEWE SOLO ELLA Туалетная вода

perfumesloewe.com