

Положительный эффект

АРОМАТЫ И КОСМЕТИКА

Ирина Кириенко



ИТАЛЬЯНСКИЕ БРЕНДЫ составляют серьезную конкуренцию признанным гигантам в мире косметического производства вроде Франции и Швейцарии. Как представители более импульсивной и чувствительной нации, чем северные соседи, итальянцы делают ставку не только на эффективное действие кремов и сывороток, но и на впечатляющую подачу своего товара: изысканные упаковки, сложная отделка, необычные цвета флаконов и их содержимого. Но при этом итальянцы больше думают и о бюджете — экстремально высокие цены на косметику в этой стране не приветствуются. Самые интересные новинки, пожалуй, представляют собой то самое, идеальное с итальянской точки зрения, сочетание цены и качества.

Kiko Milano

Марка популярной в Италии косметики выпускает яркие, необычные, доступные по цене средства. После нескольких запоминающихся новогодней коллекции Kiko Milano завершает год лимитированной коллекцией макияжа Arctic Holiday, вдохновленной сказочными мотивами скандинавских пейзажей. Ее разработал известный английский промышленный дизайнер Росс Лавгроув. В коллекцию вошли средства для создания эффектного праздничного образа и аксессуары: декоративная косметика, кремы и косметички, спонжи, зеркала, дорожные наборы, кисти для макияжа. Из хитов — пудра с ароматом имбиря и пряностей, голографический хайлайтер, сыворотка-праймер, жидкая помада и лаки для ногтей с матовым или металлическим покрытием.

Bottega Veneta

В переводе с итальянского название марки означает «венецианский магазин» — бренд был основан в 1996 году и сначала производил дорогие и качественные изделия из кожи. Чуть позже появилась и своя линия ароматов, гелей для душа, скрабов для тела и парфюмированного мыла. В каждом из продуктов косметической линии есть намек на специализацию марки: в парфюмах всегда присутствуют ноты кожи, а фирменное плетение intrecciato украшает флаконы. Этой осенью Bottega Veneta выпускает коллекцию ароматизированных свечей для дома Parco Palladiano, посвященную садам в регионе Венето. Parco Palladiano II — это свежий аромат с нотами шипра и розового перца, Parco Palladiano IV — довольно редкий в парфюмерии запах цветов азалии, а Parco Palladiano VI посвящен традиционной розе.

Giorgio Armani Beauty

Дизайнер из города Пьяченца, один из немногих ныне здравствующих признанных гениев в мире моды. Прежде чем начать заниматься дизайном одежды, он два года проучился на медицинском факультете Университета Болоньи, потом неожиданно сменил сферу деятельности и с 1961 года стал работать подмастерьем в бюро Нино Черрути. В сфере красоты он начал свою деятельность с производства ароматов, а потом появились и своя линия средств по уходу за кожей, и декоративная косметика. Новинка ноября, аромат Si Nacre с золотыми частицами, наделен яркими чертами стиля Armani — он посвящен сильной женщине, в образе которой предстала актриса Кейт Бланшетт, а его главными нотами стали классические итальянские ноты бергамота, фрезии, груши, мандарина и нероли.

Blumarine

Марка была основана в 1977 году Анной Молилари и ее супругом Джанпаоло Тарабини и постепенно из простого ателье одежды превратилась в отдельную модную платформу с платьями в стиле 1950-х годов, обувью, собственной линией детской одежды, аксессуарами в виде платков, очков, сумок и своей парфюмерией. Ароматы Blumarine выпускает несколько раз в год, и, как правило, они очень женственные, как и одежда марки. Автором последней новинки, чувственного аромата Dange-Rose, является Пьер-Константин Герос — он создал композицию на основе версальской розы, которую смешал с ароматом цветов базилика. Флакон выполнен в стекле черного цвета и своей формой напоминает самые популярные средства — футляр помады или классической подводки для глаз.

Trussardi

Один из старейших модных домов Италии, который начал работу в 1911 году с производства кожаных перчаток. Это семейный бизнес, который до сих пор ведется потомками основателя марки, Данте Труссарди. В парфюмерно-косметическую отрасль компания пришла в 1980 году, начав с выпуска классических ароматов Trussardi и Trussardi Uomo. Этой осенью Trussardi представил женский аромат, посвященный кинодивам 20-х годов прошлого столетия. Goccia a Goccia (в переводе с итальянского «капля за каплей») заключен в оригинальный флакон с крышкой, в которую помещен специальный механизм, позволяющий набирать аромат и по капле наносить на кожу. В основе композиции — флердоранж, ваниль, пачули и сандаловое дерево.

Dolce & Gabbana

Марка начинала свою деятельность в 1985 году с курьеза: на первый показ у начинающих модельеров Доменико Дольче и Стефано Габбаны не нашлось денег на оплату манекенщиц, и одежду демонстрировали их знакомые женщины. Потом это стало хорошей традицией, и сейчас на подиумы выходят не только профессиональные модели, но и клиентки, и просто друзья создателей марки. Первый парфюм D&G выпустили в 1996 году и с тех пор сильно расширили свой бьюти-ассортимент: под известным каждому моднику логотипом сейчас выпускаются не только ароматы, но и декоративная косметика, линия по уходу за кожей, нишевая парфюмерия. Этой осенью в Velvet Collection вышли две новинки — ароматы Amber Skin и Amber Sun с главными нотами сандала, амбры, иланг-иланга и мирры.

Salvatore Ferragamo

Семейный обувной бизнес начал в 1920-х годах Сальваторе Феррагамо, который придумал высокий клиновидный каблук для туфель, тот самый, который мы теперь называем шпилькой. Среди его клиентов было много знаменитых голливудских актрис, например Ава Гарднер, Мэрилин Монро, Грета Гарбо и Одри Хепберн. Парфюмерно-косметическое отделение марки стартовало с производства одноименного аромата, а теперь это отдельное направление бизнеса. Осенью марка запустила очередную версию аромата Signorina — Misteriosa выходит ограниченным тиражом и посвящена теме предновогодних вечеринок. Флакон украшен золотыми блестками, фирменным бантом марки, который можно найти на бретельках и сумках Ferragamo, а сам аромат содержит яркие ноты нероли, туберозы, черной ванили и пачулей.

Aldo Coppola

Бренд от Альдо Коппола, создателя одноименной международной сети салонов красоты, славится не только своим естественным стилем, оригинальной техникой окрашивания «шатуш» и филигранными стрижками, но и косметикой для волос. Из новинок конца этого года стоит отметить появление линии Infusion Elements, каждое средство из которой обогащено экстрактами трав и ароматических масел. В частности, средства по уходу за волосами из этой линии (шампунь, кондиционер и жидкий крем) восстанавливают и сохраняют цвет волос и их структуру, делая их более мягкими и послушными. Кроме ухаживающих средств в линию Infusion Elements вошли краски для волос Pigmento, созданные на основе натуральных красителей и витамина С.