

№ 12 — 28 апреля 2021

beauty

Косметика на вес золота 14

Ароматы как оригинальная инвестиция 18

Высокий сезон в салонах красоты 20



РЕКЛАМА

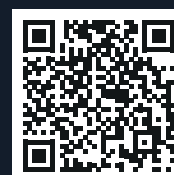
sisley
PARIS

*Izia
la Nuit*

The new Eau de Parfum*



Узнать больше



*Новая парфюмерная вода.

sisley-paris.com



SHISEIDO
GINZA TOKYO

Vital Perfection

**Результат передовых научных
достижений Японии**

Ежедневный уход за кожей, направленный на борьбу с самыми заметными признаками старения. Благодаря действию технологии ReNeura Technology++™ кожа укрепляется и выглядит заметно подтянутой.

НОВИНКА Интенсивное средство против глубоких морщин

НОВИНКА Моделирующие сыворотка и маска для лифтинга и сияния кожи

**Я & ВЫ - МЫ ВМЕСТЕ
ЖИВЕМКРАСОТОЙ**

НОВИНКА



Сны о чем-то большем

Этот номер во многом навеян предвкушением свободного перемещения по миру, которого мы так давно были лишены не только в привычном объеме, но и в комфортном исполнении. Без малого год самые заядлые путешественники разрабатывали (и пока продолжают разрабатывать) смелые, необычные маршруты, а тем из нас, кто оказался не готов к логистическому экстриму, оставалось рассматривать дразнящие посты в Instagram да медитировать на условно доступные Мальдивы. Впрочем, и внутри отдельно взятой страны или города всегда можно найти, как отвлечься и развлечься: вечеринки с танцами и обязательными нарядами (свитшоты приветствуются не везде!), новые пространства для наведения красоты, интересные объекты для коллекционирования (как, например, редкие парфюмы, у которых есть все шансы стать не только экспонатами, но и своеобразной инвестицией) — занятий мы нашли много, и все они помогут сделать шаг на пути к гармонии. Лето не за горами, и если это не маленькая жизнь, то время новых возможностей — точно. Важно не упустить свои.



Ирина Кириенко



01 Универсальная кисть для нанесения пудры, Dior Backstage, Dior

02 Лак для губ Shinissimo, Dolce & Gabbana

03 Палетка теней для век Bronze Eloise, Christian Louboutin Beauty

04 Парфюмерная вода On The Beach, Louis Vuitton

05 Парфюмерная вуаль для тела и волос Coco Mademoiselle, Chanel

06, 07 Румяна Rose Hermes Silky Blush и чехол для пудреницы Pommette, Hermes



“Чистая энергия.”

CLARINS

Live beautifully

Растительный комплекс
[GLOW PLUS COMPLEX]
Экстракт косточек
барбадосской вишни
+ органический
экстракт ягод годжи
+ экстракт паприки
+ органическое масло
абрикосовых косточек.

86%
ЖЕНЩИН
ПОДТВЕРЖДАЮТ
ЗАМЕТНОЕ
ПОВЫШЕНИЕ
ТОНУСА КОЖИ*



Моника Вон
Предприниматель.

Новинка Extra-Firming Energy

Регенерирующий дневной крем с эффектом сияния для любого типа кожи

Дневной крем на основе 12 экстрактов растений и суперфудов оказывает одновременно антивозрастное и тонизирующее действие, моментально наполняя кожу энергией. Кожа становится заметно более гладкой, упругой и сияющей.

WWW.CLARINS.RU

Live beautifully — Делайте жизнь прекраснее
Extra-Firming Energy — Экстра-Фёрминг Энерджи
[GLOW PLUS COMPLEX] — Глоу Плюс Комплекс

* Исследование удовлетворенности потребителей при участии 105 женщин в течение 28 дней. SYRES, Франция, 2020.

ООО «КЛАРАНС», 105064, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 9, эт. 10, пом. II, ком. № 3, ОГРН 1057746424306

Реклама

8 Новости

Инновация

12 Современная
экранизация

Почему Clarins защищает
жителей мегаполиса

Интервью

13 «Потребление
становится все более
осознанным»

Глобальный директор
Garnier Адриен Коскас
о сотрудничестве
с Cruelty Free International

Тенденция

14 Новый металлитет

Как золото справляется
со стрессом

16 Наряд вне очереди

Когда дресс-код
более чем уместен

На обложке

Фотограф
Надежда Романова
Стилист
Лада Арзуманова
Макияж
Денис Карташев,
национальный визажист
Shiseido
Прическа
Алексей Горбатов,
арт-директор Kerastase
в России, основатель
Algorithm Beauty Club
Продюсер
Юлия Ткаченко
Модель
Dari/Avant models
Ассистент фотографа
Димитриос Девурос
Ассистент визажиста
Наталья Имамвердиева

На модели
Рубашка, брюки,
все — Prada
Макияж
Тональное средство
Synchro Skin Radiant
Lifting Foundation,
120 Ivory; консилер
Synchro Skin Correcting
Gelstick, Fair 101; румяна
Innerglow Powder, Cocoa
Dusk 07; карандаш для
бровей 3-в-1 Inktrio, 02;
карандаш Kajal Inkartist,
Sumi Sky 07; тени
для век Essentialist
Eye Shadow Palette,
04 Kangan Street Waters;
помада VisionAiry Gel,
211 Rose Muse; тушь для
ресниц Controlledchaos
Mascaraink, Sapphire
Spark 02 и Violet Vibe 03;
пудра Synchro Skin
Invisible Silk Loose
Powder, 1 Radiant. Bce —
Shiseido



ФРАНСУА НАРС ПРЕДСТАВИЛ
НОВУЮ ЛИМИТИРОВАННУЮ
КОЛЛЕКЦИЮ МАКИЯЖА, КОТОРУЮ
ПОСВЯТИЛ СВОЕЙ МАТЕРИ
КЛОДЕТТ: CLAUDETTE NARS —
ЭТО ВОПЛОЩЕНИЕ НОСТАЛГИИ
ПО ПАРИЖУ 1970-Х, ГОРОДУ
ЕЕ МОЛОДОСТИ. В КОЛЛЕКЦИЮ
ВОШЛИ ПОМАДЫ ЧЕТЫРЕХ
ОТТЕНКОВ, РУМЯНА И ПАЛЕТКА
ТЕНЕЙ ДЛЯ ГЛАЗ С РАЗНЫМИ
ПОКРЫТИЯМИ: ОТ МАТОВОГО
ДО СЯЮЩЕГО. ФУТЛЯРЫ
СРЕДСТВ УКРАШЕНЫ БАБОЧКАМИ,
СЕРДЦАМИ И ЗВЕЗДАМИ.



FOREO



«Умный» гаджет BEAR
ШВЕДСКОГО БРЕНДА FOREO
ПРЕДЛАГАЕТ НОВЫЙ СПОСОБ
ПОДНЯТУТЬ ОВАЛ ЛИЦА
И УЛУЧШИТЬ СОСТОЯНИЕ КОЖИ.
ДЛЯ ЭТОГО ИСПОЛЬЗУЮТСЯ
МИКРОТОКОВЫЕ СФЕРЫ, КОТОРЫЕ
РАЗГОНЯЮТ ОБМЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ
И ЗАПУСКАЮТ СИНТЕЗ КОЛЛАГЕНА
И ЭЛАСТИНА. ДЕВАЙС ОСНАЩЕН
МАССАЖНОЙ ПУЛЬСАЦИЕЙ
T-SONIC ДЛЯ ВЫРАВНИВАНИЯ
ЦВЕТА ЛИЦА И ТЕХНОЛОГИЕЙ
ANTI-SHOCK SYSTEM, КОТОРАЯ
ИЗМЕРЯЕТ УСТОЙЧИВОСТЬ
КОЖИ К ЭЛЕКТРИЧЕСТВУ
СО СКОРОСТЬЮ 100 РАЗ В СЕКУНДУ
И АВТОМАТИЧЕСКИ РЕГУЛИРУЕТ
ИНТЕНСИВНОСТЬ ТОКА.

ВОССТАНАВЛИВАЮЩАЯ
СЫВОРОТКА ДЛЯ КОЖИ
ВОКРУГ ГЛАЗ EYE R REPAIR
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ GUERLAIN
ABEILLE ROYALE ОСНОВАНА
НА ТЕХНОЛОГИИ BLACKBEE REPAIR
TECHNOLOGY, ОБЪЕДИНИВШЕЙ
ЧИСТЫЙ ПЧЕЛИНЫЙ
МЕД С ОСТРОВА УЭССАН,
НАТУРАЛЬНЫЕ ПОЛИМЕРЫ,
ЗАМЕТНО ПОДТИГИВАЮЩИЕ
КОЖУ, И КОМПЛЕКС ИЗ ТРЕХ
РАСТИТЕЛЬНЫХ ЭКСТРАКТОВ
(ИМБИРЬ ЗЕРУМБЕТ, КОФЕИН
И РОЗМАРИН) ПРОТИВ ТЕМНЫХ
КРУГОВ И ОТЕЧНОСТИ.



GUERLAIN



PAYOT



НОВАЯ ЛИНИЯ СРЕДСТВ ДЛЯ ВОЛОС
АМО ПОЯВИЛАСЬ В САЛОНАХ
КРАСОТЫ ALDO COPPOLA. В ОСНОВЕ
ПРОДУКТОВ ЛЕЖИТ КОМПЛЕКС
АМО REBUILD, ВКЛЮЧАЮЩИЙ
АКТИВНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ
И АНТИОКСИДАНТЫ, А ТАКЖЕ
КРАСНЫЙ СРЕДИЗЕМНОМОРСКИЙ
АПЕЛЬСИН, КОМПЛЕКС
ИЗ БУРЫХ ВОДОРОСЛЕЙ, МАСЛО
КАМЕЛИИ И РАСТИТЕЛЬНЫЕ
МИКРОПРОТЕИНЫ,
НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПОДДЕРЖАНИЕ
И ВОССТАНОВЛЕНИЕ
ПОВРЕЖДЕННЫХ, ТОНКИХ
И ОСЛАБЛЕННЫХ ВОЛОС.

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 |
бильд-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. Типография «Полиграфический комплекс „Пушкинская площадь”» 109548, Москва,
ул. Шоссейная, д. 4Д. Тел. (495) 276-1606, факс (495) 276-1607; print@pkpp.ru, www.pkpp.ru. Тираж 51 000 экз. Цена свободная

GARNIER

ОФИЦИАЛЬНО ОДОБРЕН



Cruelty Free
INTERNATIONAL



ВСЕ ПРОДУКТЫ GARNIER ОФИЦИАЛЬНО ОДОБРЕНЫ ОРГАНИЗАЦИЕЙ
CRUELTY FREE INTERNATIONAL В РАМКАХ ПРОГРАММЫ LEAPING BUNNY*.
УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ.



* Прыгающий кролик. ** «Зеленая» Красота.



Больше упаковок
из вторичного
и перерабатывае-
мого пластика



Больше
экологических
составов



Больше
ответственных
и этических
закупок сырья



Больше
возобновляемой
энергии без
выбросов CO₂



Одобен
Cruelty Free
International

GREEN BEAUTY^{**}
ЭКООБЯЗАТЕЛЬСТВА GARNIER
Подробнее — на garnier.ru

от **GARNIER**,
Естественно!

Парфюмерия

18 В духах искусства

Зачем коллекционируют ароматы

Обзор

20 На пике красоты

Что приготовили столичные бьюти-пространства к высокому сезону

Место

22 Покорение Европы

Где в Санкт-Петербурге открылся Sisley

Ретро

23 Аристократы путешествий

Какие услуги предоставляли в поездах

ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ — ОСНОВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ОТЕЛЯ SONEVA JANI НА МАЛЬДИВСКОМ ОСТРОВЕ МЕДХУФАРУ, РАСПОЛОЖЕННОМ В АТОЛЛЕ НООНУ. КУРОРТ, ОТМЕЧАЮЩИЙ 25-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ, ЭТОЙ ОСЕНЬЮ ПРЕДСТАВИТ НОВЫЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ SONEVA WELLNESS CENTRE С СОБСТВЕННОЙ АЮРВЕДИЧЕСКОЙ КЛИНИКОЙ. НА ТЕРРИТОРИИ ОТЕЛЯ УЖЕ ОТКРЫТ РЕСТОРАН SO WILD, КОТОРЫЙ ВОЗГЛАВИЛА ЭКСПЕРТ СЫРОЕДЧЕСКОЙ КУХНИ, ШЕФ-ПОВАР ДИАНА ФОН КРАНАХ.



SONEVA JANI



ПРЕСС-СПЛЭКЕА NGB

UFC GYM SIGNATURE

«РУССКАЯ ФИТНЕС ГРУППА» ОТКРЫВАЕТ UFC GYM SIGNATURE — СОВРЕМЕННОЕ СПОРТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО, ОБЪЕДИНЯЮЩЕЕ ФИЛОСОФИИ СМЕШАННЫХ ЕДИНОБОРСТВ И КЛАССИЧЕСКОГО ФИТНЕСА. НОВЫЙ КЛУБ ПЛОЩАДЬЮ 2,5 ТЫС. КВ. М РАСПОЛОЖЕН НА ТЕРРИТОРИИ СПОРТИВНОГО И КОНЦЕРТНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА «ВТБ АРЕНА — ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СТАДИОН „ДИНАМО“». ТРЕНИРОВОЧНЫЕ ПРОГРАММЫ UFC GYM РАЗРАБОТАНЫ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА СПОРТИВНОГО РЕЖИМА ВЕДУЩИХ БОЙЦОВ UFC. ДЛЯ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПОСЛЕ ТРЕНИРОВОК ЗДЕСЬ ПРЕДУСМОТРЕНЫ ФИНСКИЕ САУНЫ, МАССАЖНЫЕ КАБИНЕТЫ И RECOVERY ZONE, ГДЕ МОЖНО ПРОЙТИ СЕАНСЫ ПЕРКУССИОННОЙ И ПРЕССОТЕРАПИИ, КОТОРЫЕ УСКОРЯЮТ РЕГЕНЕРАЦИЮ ОРГАНИЗМА ПОСЛЕ НАГРУЗОК.

СТУДИЯ КРАСОТЫ NGB NEXT GENERATION BEAUTY В ЦЕНТРАЛЬНОМ ДЕТСКОМ МАГАЗИНЕ НА ЛУБЯНКЕ — ЭТО КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ БЬЮТИ-ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ТИНЕЙДЖЕРОВ 12–18 ЛЕТ. ЗДЕСЬ НЕ ТОЛЬКО ДЕЛАЮТ СТРИЖКИ, ОКРАШИВАНИЕ, ДОСТУПНЫ ТАКЖЕ СПА-ПРОЦЕДУРЫ ДЛЯ ВОЛОС, ТРЕНДОВЫЙ МАКИЯЖ, МАНИКЮР, МОЖНО ПОСЕТИТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ПАБЛИК-ТОКИ И МАСТЕР-КЛАССЫ.



ГЛАВНЫЙ ПАРФЮМЕР HERMES КРИСТИН НАЖЕЛЬ, СОЧИНАЯ ЖИВОЙ И ЯРКИЙ МУЖСКОЙ АРОМАТ N24, РЕШИЛА СЫГРАТЬ НА СТЫКЕ ПРИРОДЫ И ТЕХНОЛОГИЙ, ОТКАЗАВШИСЬ ОТ ПРЕДСКАЗУЕМЫХ И ПРИВЫЧНЫХ СОЧЕТАНИЙ ДРЕВЕСНЫХ ЗАПАХОВ. В КОМПОЗИЦИИ СЛЫШНЫ МУСКАТНЫЙ ШАЛФЕЙ, СЕНО, АМБРА, АБСОЛЮ НАРЦИССА И СКЛАРЕН — МОЛЕКУЛА, СОЗДАННАЯ ЛАБОРАТОРНО СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЭТОГО АРОМАТА, КОТОРАЯ ЗВУЧИТ КАК РАСКАЛЕННОЕ ЖЕЛЕЗО.

Золотое свечение

Коллекция Pure Gold — роскошный уход за кожей

Ирина Сергеева |

ДОМ La Prairie запускает новую коллекцию ухода за кожей — Pure Gold. Как следует из названия, главный ингредиент средств — золото, известное не только своими тактильными и эстетическими особенностями, но и выраженной омолаживающей силой.

Как золото возрождает кожные покровы? В лабораториях La Prairie разработали особый способ подачи частиц этого драгоценного металла в самые глубокие слои — новую эксклюзивную систему Pure Gold Diffusion System. Действует она в три этапа: сразу после нанесения средств на поверх-

ности кожи оседают частицы золота, мгновенно придавая ей сияние. Затем активные ингредиенты высвобождаются из золотых частиц, обеспечивая устойчивое проникновение активных веществ, необходимых так называемой девитализированной коже — хрупкой, истонченной, сухой и тусклой, лишенной питательных веществ. Наконец, частицы проникают в кожу в виде отсроченной инфузии, обеспечивая продолжительное сохранение баланса и дальнейшую поддержку восстановления кожи.

В коллекцию Pure Gold вошли три средства: концентрированная сыворотка Pure

Gold Radiance Concentrate с функцией пролонгированного воздействия, увлажняющий крем для лица Pure Gold Radiance Cream и крем для обновления зоны вокруг глаз Pure Gold Radiance Eye Cream. Все они преображают кожу, улучшая ее структуру, ослабляя последствия негативного воздействия экологии и корректируя возрастные изменения.

Важная деталь: с этой коллекцией Дом La Prairie выпускает первые в своей истории флаконы-рефилы, так что корпуса из матового металла каждого средства Pure Gold послужат вам долгие годы.



С любовью к природе и искусству

В этом году дом La Prairie стал постоянным меценатом секции гляциологии в ETH Zurich, Высшей технической школе в Цюрихе, одном из лучших учебных заведений Европы. Долгосрочный партнер La Prairie, ETH Zurich известен своими проектами в области изучения последствий изменения климата. Цель программы — оказание поддержки в исследовании ледников.

Сотрудничеством с научными институтами La Prairie не ограничивается: совместные проекты с художниками из разных стран тоже стали хорошей традицией. На фото — Карла Чан, художница из Гонконга, около арт-резиденции ETH — The Monte Rosa Hut, расположенной в сердце Швейцарских Альп. Специально для La Prairie Чан запечатлела и воссоздала «золотой час»: тот момент, когда солнце начинает медленно садиться, и разливается волшебный свет — все это Карла демонстрирует в своей инсталляции Space between the Light Glows.



РЕВИТАЛИЗИРУЮЩИЙ КРЕМ
ДЛЯ ОБЛАСТИ ВОКРУГ ГЛАЗ
PURE GOLD RADIANCE EYE CREAM



Современная экранизация

Почему Clarins защищает жителей мегаполиса

Светлана Пегова |



ЭТОЙ весной известная своими научными разработками французская марка выпускает крем-экран для защиты и увлажнения кожи и адресует его всем жителям больших городов. Clarins одними из первых в косметической индустрии задумались о необходимости защиты не только от ультрафиолета, но и от загрязнений окружающей среды и еще в 1991 году выпустили такое средство — UV PLUS Multi-Protection.

Основной посыл новинки-2021 — создать более совершенный барьер и предотвратить воздействие неблагоприятных внешних факторов на кожные покровы. Пыльца растений, синий свет экранов телевизоров, компьютеров и телефонов, загрязненный воздух, как на улице, так и в помещениях, ускоряют старение кожи, провоцируют ее воспаление, нарушают естественные регуляторные процессы. Для нового «экрана» выбрали традиционные для марки растительные компоненты, работа с которыми стала визитной карточкой Clarins: основу крема составляют экстракты листьев манго, бородавочника, шандры обыкновенной и фурцеллярии.

Новый UV PLUS [5P] Anti-Pollution, в отличие от обычных дневных кремов, предлагается в двух оттенках — нейтральном и розовом, чтобы можно было выбрать подходящий для своего подтона кожи.

«Потребление становится все более осознанным»

Глобальный директор Garnier Адриен Коскас
о сотрудничестве с Cruelty Free International



АДРИЕН КОСКАС

САМАЯ громкая новость последнего времени — Garnier, первый из брендов портфеля L'Oréal, получил одобрение организации Cruelty Free International в рамках программы Leaping Bunny (в дословном переводе — «Скачущий кролик»). Что это означает для потребителей, как изменятся и изменятся ли формулы средств, станет ли продукция компании дороже — обо всем об этом шел разговор в эксклюзивном интервью руководителя компании Адриена Коскаса «Коммерсантъ. Beauty».

— Как все началось, что это за одобрение и легко ли его получить?

— Все запустилось года три назад, когда мы начали искать возможность сертифицировать косметику, получить сертификаты Cruelty Free («без жестокости», если переводить дословно). Они являются свидетельством того, что мы не проводим тесты на животных. Сегодня, когда потребление становится все более осознанным и в целом мы как компания идем по намеченному плану Green Beauty, это стало одной из наших первоочередных задач. Мы встретились с Мишель Тю, генеральным директором организации Cruelty Free International, самой главной и авторитетной во всем, что касается намерений производителей положить конец испытаниям своей продукции на животных. Мы начали процесс и работали с ними в обстановке полного доверия, все время оставались на связи — проверяли поставщиков сырья, чтобы быть абсолютно уверенными в том, что они ничего на животных не тестируют. Нам нужно было проверить более 3 тыс. сырьевых материалов и 500 поставщиков. Справедливости ради отмечу, что мы не проводим испытаний на животных с 1989 года, но нам было важно получить официальное признание.

— Какова ваша личная роль в этом процессе?

— Могу сказать, что я был главным драйвером — мне нужно было быть в постоянном



GETTY IMAGES

контакте с Мишель и с организацией в целом, направлять всех у нас в L'Oréal — отдел закупок, лаборатории, службы IT. В самом начале, признаюсь, было определенное сопротивление людей, поскольку это была для них дополнительная нагрузка, но, после того как все завершилось, все были по-настоящему счастливы, потому что увидели, какую реально большую работу проделали и частью какого важного процесса были. Почувствовали гордость, одним словом.

— Если вы не проводите тестирования на животных, как вы проверяете косметику?

— L'Oréal Group, и Garnier в частности, всегда были в авангарде, у нас есть реконструированная кожа, модель кожи человека, так называемая Episkin. Она позволяет нам те-

стировать ингредиенты и формулы в лабораториях, как если бы это была настоящая кожа человека. Безопасность наших покупателей для нас приоритет номер один, это не обсуждается вообще, и перед запуском любого продукта мы тщательно все проверяем. Episkin и выглядит как настоящая кожа, и выдает все типичные реакции — покраснение, шелушение и прочие обычные наши реакции на то или иное средство. Это потрясающая технология, и мы делимся ею с другими компаниями, даже с конкурентами, потому что хотим сделать ее общедоступной.

— Почему вы думаете, что инициатива с Cruelty Free найдет поддержку в России?

— Мы видим, что очень многие сейчас ищут этичные бренды по всему миру, а что

касается России — то, по нашим данным, осведомленность в вопросе тестирования на животных в стране составляет 61%. Более того, каждый пятый покупатель хочет приобрести не просто что-то, а продукт, который не тестируется на животных. Это довольно высокий показатель.

— Станут ли теперь, после сертификации, продукты марки более дорогими?

— Нет, мы производим доступные косметические средства и стараемся остаться такими, доступными для всех, это для нас главное. Добавлю, что и качество останется на том же высоком уровне, каким было всегда.

— Будете ли вы расширять эту инициативу на всю группу компаний L'Oréal?

— Не могу ответить за все бренды, это не моя зона ответственности. Я знаю, что мы в Garnier будем продолжать инновации по всем направлениям — разработка формул, экологичность упаковки. Например, мы только что выпустили шампунь Garnier Ultra Doux, который составит конкуренцию привычным жидким шампуням, — он твердый и вообще не требует упаковки. Запустили рефиллы, это, кстати, отличный путь к сокращению объемов используемого пла-

стика и к тому, чтобы поменять привычки покупателей, научить их более разумному потреблению.

— Работаете ли вы с инфлюенсерами?

— Обязательно! Мы считаем, что это хороший способ взаимодействия с покупателем, позволяющий вести с ним постоянный диалог. С инициативой Cruelty Free были привлечены инфлюенсеры из разных стран, как раз чтобы показать весь процесс получения сертификатов. И мне кажется, что это стало одной из составляющих успеха, сопутствовавшего запуску такой важной инициативы. Мне рассказали члены моей команды, что и в России такая работа велась — например, с блогером Марго, @margeta_rus.

БЕСЕДОВАЛА ИРИНА КИРИЕНКО

Новый металл

Как золото справляется со стрессом

Светлана Пегова



- 01 Парфюмерная вода
L'Or Pure Gold, MBR
- 02 Патчи для глаз,
MZ Skin
- 03 Палетка теней для век
Byredo Makeup (в России —
с июня 2021 года)
- 04 Сыворотка для лица
с сусальным золотом
и янтарем, Ansaligy
- 05 Интенсивное средство
против глубоких морщин
Vital Perfection WrinkleSpot
Treatment, Shiseido
- 06 Палетка кремовых
основ для макияжа
Cream Colour Base Duo,
MAC x Harris Reed
- 07 Мерцающие румяна-
хайлайтер Perles
de Lumiere, Chanel

САМЫЙ неоднозначный компонент в косметическом бизнесе в очередной раз стал предметом обсуждения — на сей раз благодаря новой омолаживающей маске для лица, которую выпустили Cle de Peau Beaute. Средство уже назвали антистрессом четверга и буквально смели с полок магазинов как в странах Северной Америки, так и в России, несмотря на высокую цену.

Интересно, что во время разработки маски Cle de Peau провели специальное «стрессовое» исследование. «Результаты показали, что стресс накапливается в организме в течение недели, и четверг — это день, когда он становится наиболее заметным на коже. То есть признаки старения — морщины, тусклость, снижение упругости — достигают пика именно в четверг, — рассказывает представитель компании Джейсон Леонг. — К пятнице уровень стресса и усталости снижается, потому что ваш мозг начинает расслабляться, зная, что впереди выходные».

Маска предназначена для предотвращения воздействия стресса на кожу и работает с помощью особого набора ингредиентов, таких как ресвератрол, экстракт гардении, адаптогенный экстракт женьшеня, увлажняющий экстракт шиповника и 24-каратное золото (последнее действует как антиоксидант и помогает значительно улучшить состояние кожи). Специалисты рекомендуют использовать маску дважды в неделю: по утрам понедельника и четверга — в самые стрессовые дни.



Помимо средств по уходу за кожей драгоценный металл активно используется и в парфюмерии — так, в наш обиход уже прочно вошли ароматы с золотыми частицами. Эксперт брендов MBR и LA Colline Елена Антипова считает, что флакон парфюма, наполненный еще и сверкающими частицами, автоматически превращается в объект искусства и становится предметом коллекционирования. «Золото является видимым подтверждением качества самой композиции аромата, на конечную стоимость оно радикального влияния не оказывает, скорее олицетворяет то внимание к деталям, которое стараются подчеркнуть производители», — отмечает Елена.

Если говорить о макияже с частицами золота, то здесь все не так однозначно. Независимый визажист Юрий Ананов называет выпуск продуктов с золотом в первую очередь статусным — как для производителей, так и для тех, кто эти средства покупает. «Золото — отличный антиоксидант, придает коже красивое сияние. Но зачастую оно сильно удорожает продукт, и если вы не готовы тратить деньги, то сияния можно добиться и другими пигментами, гораздо более дешевыми».

Золото есть золото: роскошный блеск — удовольствие не из дешевых. Впрочем, если без него можно обойтись в средствах макияжа, то в кремах и сыворотках равных золоту нет, и тут экономить на себе точно не стоит.

Наряд вне очереди

Когда дресс-код более чем уместен

Мария Чекалина |

Куда отправиться, если хочется разодеться в пух и прах и оказаться в окружении таких же нарядных людей? Разбираемся вместе с инсайдерами развлекательной индустрии.

КАДР ИЗ ФИЛЬМА
«ЛИХОРАДКА СУББОТНЕГО
ВЕЧЕРА», 1977 ГОД

Модный гедонизм

После карантина и самоизоляции все соскучились по ощущению праздника. «Говорят, что благодаря пандемии активно развилась индустрия домашней одежды, — делится размышлениями диджей Виталий Козак. — Но я замечаю, что людям больше хочется наряжаться, чем носить расслабленный нормкор. Когда в феврале я играл на фанк-вечеринке „Дека Данс“ в Blanc, было заметно, как все подготовились».

Тренд на уютную домашнюю одежду сегодня мил разве что закоренелым интровертам, а большинство людей жаждут вечеринок, ярких цветов, пайеток и блеска. Самый модный оттенок этих весны и лета — зеленый: от неоновосалатового до изумрудного, цвет надежды и оптимизма. Его уже выгуляли в своих Instagram все модные инфлюенсеры. Зеленые вещи прописались в весенних коллекциях Bottega Veneta и The Attico. Изумрудное платье Dior на актрисе Ане Тейлор-Джой (Бет Хармон в сериале «Ход королевы») — хит модных обзоров с церемонии вручения премии «Золотой глобус-2021». На красной дорожке «Грэмми» фаворитом была другая гамма, не менее радостная — все оттенки розового в сочетании со стразами, тюлем и люрексом. Всему миру захотелось ярко и необычно одеваться. Посмотреть хотя бы на фотоотчеты со дня рождения телеведущей Насти Ивлеевой — такого соблюдения дресс-кода (был заявлен «кибербарокко») давно не видел светская Москва. В модных кругах вечеринку окрестили русским Met Gala. Наглядное подтверждение тому, как люди истосковались по праздникам.

По следам «Твин-Пикс»

Эти веяния почувствовали и московские рестораторы. Владимир Перельман открыл в марте музыкальное бистро Well Well, вдохновившись эстетикой «Твин-Пикс» Дэвида Линча. Под одной крышей здесь объединили джазовые концерты, камерное караоке и экспериментальную кухню. В Instagram заведения из поста в пост напоминают: «Каждый участник действия — сотворец всеобщего праздника, поэтому позаботьтесь о самых ярких нарядах. Согласитесь, что приятно видеть вокруг себя пух, перья, блестки и пайетки? Ведь здорово чувствовать единение с нарядным залом? Мы просим вас поддерживать наши богемные вечера при выборе ваших образов: крайне приветствуем соблюдение дресс-кода».

Владимир Перельман так поясняет концепцию своего заведения: «Поход в ресторан сегодня стал уже чем-то обыденным, хотелось уйти от такой рутинности. В Well Well вы приходите не просто поесть. Когда мы построили ресторан, мы увидели, что получилось место невероятной красоты и эстетики, сразу появилось ощущение, что в таких интерьерах нужно находиться в вечерних нарядах. Догадку подтвердил мой друг, декоратор Роман Ковалишин, который зашел к нам перед открытием с ком-

панией экстравагантно одетых друзей. С их появлением пространство заиграло новыми красками. Стало ясно, что дресс-код совершенно необходим для создания праздничной атмосферы. Конечно, у нас нет цели построить таким образом барьер между гостем и заведением — в моей компании так не принято. Мы скорее хотим донести до гостей наше послание: „Давайте вместе поиграем в эту игру. Это будет красиво и создаст

всем хорошее настроение“. Посетители Well Well охотно ловят подачу: даже любители ходить по ресторанам в майках надевают поверх них пиджаки и сразу превращаются в джентльменов. «Скоро мы планируем отправлять гостям визуальную подборку нарядов, чтобы им было легче ориентироваться в дресс-коде, — рассказывает Перельман. — Удобное решение для соблюдения единого стиля».



PARAMOUNT PICTURES

Радуга самовыражения

Такие подборки, только в своем направлении, уже делает у себя в Instagram перед каждой вечеринкой команда диско-клуба «Радуга» — самого яркого клубного открытия этого года. Здесь у бара встречаются работники глянцевого индустрии, кружатся в танце основатели модных брендов Fakoshima и Vegeja, позируют для фотоотчетов актриса Ульяна Добровская и журналист Карен Шаинян. А участники музыкальной группы Scream Soda стали практически талисманом клуба — настолько часто они здесь бывают. Блестки в «Радуге» льются рекой. Такого калейдоскопа нарядов вы не встретите нигде. Латекс, корсеты, неоновые цвета, цепи, стразы, цветной мех — вот стартер-пак любого посетителя. В анонсах к каждой вечеринке напоминают, что «крайне нежелательны черные наряды». Конечно, если это не черные смокинги и платья эпохи «Великого Гэтсби».

«Радуга» — это такой наш ответ на повседневную жизнь в вечных худи, — рассказывает сооснователь клуба Владимир Амлинский. — Само название предполагает красочность вечеринок. Мы не про рейв-эстетику, не про „топтать боль на танцполе“, мы про улыбки, радость и свободу самовыражения. К нам можно прийти в самом безумном и фрикотом наряде и чувствовать себя комфортно. Никто не будет в вас тыкать пальцем. Мы против стереотипных ограничений и за искусство быть собой. Поэтому если у вас в голове есть рамки — просто не нужно к нам приходить. Главная

концепция: клуб — это вы и мы. Те, кто его делает, — музыканты, художники, которые оформляют афиши и пространство, — и сами гости. Люди — это часть праздника, и, чтобы праздник был классным, нужно, чтобы все принимали участие в его создании». Каждая вечеринка «Радуги» ярче и веселее предыдущей. И жарче. Собираясь туда, надо быть готовыми к полуобнаженным разгоряченным телам вокруг — влажность в воздухе на все сто процентов.

ЛЮДЯМ СЕГОДНЯ БОЛЬШЕ ХОЧЕТСЯ наряжаться, чем носить расслабленный нормкор

На одной волне

Среди новых баров своим подходом к внешнему виду гостей выделяется Insider Bar. При бронировании на сайте указан обязательный дресс-код: кэжуал, смарт-кэжуал, коктейль. «Insider Bar — это, по сути, бар будущего, бар версии 2.0, где очень много в концепции отведено дизайну и организации пространства, — делится своими впечатлениями Александр Сысоев, основатель Российского ресторанного фестиваля и автор самого популярного Telegram-канала о ресторанах „СысоевFM“. — В таком баре хочется видеть красиво одетых людей, чтобы общая картинка не разваливалась. Каждый

посетитель — в Insider Bar ровно 30 посадочных мест, и формат „стоять где-то в углу“ невозможен — должен подчеркивать своим присутствием концепцию, не выпадать из нее». Тему продолжают владельцы бара Галактион и Элина Табидзе: «Неуместным будет прийти к нам в спортивном костюме: Insider Bar — это место сродни ресторану высокой кухни. У нас нет танцев, громкой музыки. К нам стоит нарядиться, чтобы провести время в обществе единомыш-

ленников и выпить интересный коктейль за разговором о вещах, в которых считаете себя инсайдером. Пока не было случаев недовольства. Все наши гости абсолютно на одной волне с нами».

Повод разодеться

«Логично, что в Well Well и Insider Bar наряды гостей должны быть под стать антуражу, — комментирует Александр Сысоев. — Да и сами люди рады дресс-кодам, я вижу эту тенденцию по своим друзьям. Те, кто еще два года назад говорил, что устал от маскарадов, сегодня готовы к любым экспериментам. Кто-то переболел COVID-19,

многие вакцинировались, и теперь все они решительно хотят выгулять все то, что не выгуляли за время карантина». Повод стряхнуть пыль с вечерних нарядов могут предложить и старые проверенные места. «По-настоящему нарядный образ стоит выбрать для таких ресторанов, как „Сахалин“, Crystal Room Vassarat, „Белуга“, Semifreddo, — заведений высокой ценовой категории с торжественным декором, — советует Александр Сысоев. — Они всем своим интерьером и белоснежными скатертями намекают: в расслабленной одежде человек будет смотреться здесь странно. Лучше надеть вечернее платье и костюм». Наблюдениями делится Виталий Козак: «Вообще, в наше время все смешалось в том, что касается нарядов. Сегодня ты не будешь выглядеть белой вороной, придя куда-то в десять утра разодетым в пух и прах. Вспомним Кэрри Брэдшоу — эта героиня могла бы с утра, надев экстравагантное платье, отправиться на завтрак в московские Bowlroom или Remy Kitchen. Свобода самовыражения должна исходить от самого человека. Например, в моем окружении все люди — модники, мы обожаем тряпки. Нам-то и повод особый не нужен, чтобы разодеться. Так что, если у вас есть желание нарядиться, делайте это когда угодно и куда угодно».

Совет жизненный и полезный: хочется этой весной видеть вокруг кринолины, костюмы, блестки, яркие цвета. К тому же выход в свет всегда еще и выход в мир коллективных фантазий. И в новых заведениях созданы все условия для погружения в этот мир.

КАК ОТЛИЧИТЬ ПОДДЕЛКУ ОТ ОРИГИНАЛА?

La'dor
eco professional

Корейская марка La'dor стала известной во всем мире

благодаря своим высококонцентрированным ампулам-филлерам для волос. Они заменяют салонные процедуры по восстановлению даже очень сильно поврежденных локонов. Протеины шелка, коллаген и керамиды активно восстанавливают локальные повреждения волос даже после химического окрашивания и завивки. К сожалению, сегодня часто встречаются подделки филлеров, поэтому расскажем, как этого избежать.

Как отличить подделку филлеров La'dor?

- ✓ Встряхните ампулу: оригинал быстро становится однородным, а в подделке остаются пузырьки.
- ✓ Переверните ампулу: крышка оригинального флакона плотно прилегает, а флакон подделок часто протекает.
- ✓ Дно флакона: у оригинальной ампулы на дне есть круглая впадина, а у подделки дно абсолютно плоское.
- ✓ Буквы и надписи на ампуле: у подделок надписи более крупные и темные, чем у оригинальной продукции.
- ✓ Качество флакона: La'dor использует качественный гладкий пластик, в то время как подделки выполнены из дешевого пластика, что заметно тактильно и визуально.
- ✓ Цена: подозрительно низкая цена и очень большие скидки говорят о том, что продукт не соответствует ценовой политике оригинала.



Продукция, импортируемая ООО «КореаТрейд» является 100% оригинальной. В случае возникновения сомнений в качестве продукта обращайтесь:

☎ 8 800 500-67-27 ✉ info@koreatrade.ru



KOREA TRADE
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТ
WWW.KOREATRADE.RU



ПРИБОРИТЬ ОРИГИНАЛЬНЫЙ
ПРОДУКТ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ
KOREA TRADE НА OZON.RU

OZON

В духах искусства

Зачем коллекционируют ароматы

Дарья Богомолова |

Парфюмерия — весьма абстрактное искусство: каждый понимает его по-своему. Одним интересно содержимое: чем оно затейливее, тем лучше (еще лучше, если к созданию формулы приложил руку звездный парфюмер). Другим важен внешний вид. Нередко стекло может быть дороже самого аромата, если это стекло, например, Lalique или Baccarat. Результатом сотрудничества парфюмерной марки с хрустальной мануфактурой становятся настоящие шедевры тиражом всего в сотни или тысячи флаконов, каждый из которых пронумерован.

Флакон-завод

Надо сказать, когда-то особую ценность представляли именно флаконы. Такой подход связывают с увлечением XVIII века — нюхательным табаком, который хранился в крошечных флакончиках. Эти флакончики — snuff bottles, «табачные пузырьки», изготовленные из фарфора, металла или стекла, украшенные полудрагоценными камнями, кораллом и перламутром, носили на шее.

Флаконы для духов были ровно такими же, и их тоже носили на шее как украшение, а интерес к ним у коллекционеров возник во многом благодаря художникам XX века. В 1900 году для Всемирной выставки в Париже знаменитый архитектор модерна и художник-декоратор Эктор Гимар создал для парфюмерного дома Франсуа Мийо флакон — стеклянный сосуд неправильной формы с золотыми деталями стал первым примером сотрудничества парфюмеров с людьми искусства.

Тогда же, в начале прошлого века, договариваются о совместном проекте Рене Лалики и Франсуа Коти — собственно, с тех пор и начинается массовое производство ароматов. Вскоре выходят композиции Ambre Antique во флаконе, отсылающем к греческой амфоре, и L'Origan в тонкой изящной бутылочке. Сегодня это частые лоты аукционного дома Christie's со стартовой ценой от £1 тыс. Возникает закономерный вопрос: насколько вообще парфюмерия популярна у коллекционеров?

— Вкладывать в парфюмерию для того, чтобы вернуть средства и заработать на этом, конечно, возможно, но существуют куда более простые и выгодные варианты. Коллекционировать ароматы сложно, потому что у парфюмерии есть три главных врага: свет, перепады температур и воздух. Если аромат хранить вдали от света, не ходить с ним в холод и обратно в тепло, не открывать часто, то он проживет намного дольше заявленных в среднем пяти лет. Лучшая форма для хранения — спрей, а не флакон с притертой крышечкой, — считает эксперт нишевой парфюмерии «Рив Гош» и Rivoli Роман Романенко. И рекомендует обращать внимание на выпущенные ограниченным тиражом коллекции или на необычные ноты — овощные (например, свекла в Rouge от Comme des Garçons) и фруктовые (как, скажем, дыня в Fantomas от Nasomatto).

Впрочем, коллекционирование не исчерпывается ароматами. Тех, кто собирает парфюмерные флаконы, называют стекольщиками: для них содержимое бывает совсем не важно, а вот флаконы нередко оказываются настоящими произведениями искусства — достаточно вспомнить несколько ярких примеров. В 1911 году парфюмерная фабрика «Брокар и Ко» выпускает аромат «Северный», флакон-глыбу для которого создает Казимир Малевич. Не раз сотрудничали Эльза Скьяпарелли и Сальвадор Дали. В 1946 году художник придумал флакон и упаковку для парфюма Le Roy Soleil by Schiaparelli — хрусталь Baccarat,

тираж 2 тыс. экземпляров и фирменные узнаваемые сюрреалистические элементы Дали. Этот аромат сейчас стоит в среднем \$6–8 тыс. С тех пор художник и сам проникся парфюмерией: одним из самых известных его ароматов стал Salvador Dali во флаконе в виде губ и носа. Композицию создал Альберто Морильяс, прославившийся множеством бестселлеров для самых известных парфюмерных домов.

Традицию сотрудничества с художниками, дизайнерами и стекольщиками ароматов сохранили и сегодня. Все чаще марки делают ставку на сложность формы флакона и его украшение. В ход идут гравировка, резьба, сусальное золото, кристаллы Swarovski и прочие излишества. Неудивительно, что такие флаконы обретают собственную ценность. Скажем, главный символ дома Guerlain, флакон «Пчела» со 170-летней историей — цилиндрической формы, украшенный арочным декором и вычеканенными пчелами, — представляет такой интерес для коллекционеров, что его можно наполнить любым ароматом бренда, сделать гравировку и украсить при помощи техники бодрюшаж (речь о герметичном закрытии флакона с использованием шелковой нити). В зависимости от объема флакона и выбранного аромата стоимость будет варьироваться, но низкой ее в любом случае не назовешь. Скажем, Aqua Allegoria Mandarine Basilic во флаконе объемом 125 мл будет стоить немногим больше 10 тыс. руб.

Для коллекции или для инвестиции?

Пару лет назад модный дом Gucci в сотрудничестве с Альберто Морильясом выпустил коллекцию ароматов The Alchemist's Garden. Флаконы представляют собой словно сошедшие с полок старинных итальянских аптек разноцветные глазурованные пузырьки, упакованные в муаровые мешочки, а внутри — вариации на тему розы, уда, франжипани и других растительных парфюмерных компонентов. Достойные объекты для коллекционирования!

— Поклонники тех или иных духов существовали с момента зарождения парфюмерии. Но модными ароматы стали благодаря «надушенному двору» Людовика XIV, который был большим любителем парфюма. Увлечение коллекционированием возникло с подъемом этой индустрии в начале XX века. Когда речь идет об ароматах, то инвестиционные цели здесь неуместны. Решение о покупке должно идти от сердца. Ароматы обязаны вызывать эмоции: воспоминания, улыбку, уверенность, приятные ощущения в теле или улучшение самочувствия. Большинство собирают ароматы из-за флаконов. У меня внушительная коллекция старинных флаконов, самый любимый — старое издание Arpege от Lanvin. Я считаю этот флакон идеальным и вневременным, хотя ему уже почти 100 лет, — рассказывает Альберто Морильяс.

Тему продолжает независимый парфюмерный эксперт и автор Telegram-канала Near the Smell Богдан Зырянов:

— Самый лучший вариант для коллекционирования — выпущенные ограниченным тиражом или перевыпущенные издания. Например, в СССР очень любили Climat от Lancome — духи, которые, кстати, не пользовались особой популярностью у себя на родине, во Франции. Перевыпуск этого аромата в 2015 году был очень популярен в России — сейчас его можно было бы продать за неплохие деньги. Также коллекционеры неовинтажных шипров охотятся за лимитированным ароматом Aromatics Elixir Premier от Clinique 2017 года в красивом флаконе с резьбой и притертой крышечкой в ретро-стиле. То же самое с Midnight Poison от Dior, который снят с производства и сейчас продается за 20 тыс. руб. И конечно, отдельный вид коллекционирования — флаконы. Особенно из хрусталя. Послевоенный L'Air du Temps от Nina Ricci с крышечкой в виде голубя был перевыпущен в 2017 году в хрустале Lalique — это точно достойно коллекции.

Эксперт считает, что парфюмерия в целом не лучший вариант для инвестиции. Все-таки она имеет свойство портиться и, в отличие от некоторых вин, лучше с го-

01 Парфюмерная вода Delina La Rosee, Parfums de Marly, от 30 тыс. руб.

02 Духи Musc Therapy, Initio, от 34,8 тыс. руб.

03 Парфюмерная вода A Chant for the Nymph, Gucci, от 27,2 тыс. руб.

04 Парфюмерная вода Gold Myrrh Absolute, Carolina Herrera, от 21,9 тыс. руб.

05 Парфюмерная вода Babylon, Penhaligon's, от 18,9 тыс. руб.

06 Парфюмерная вода Angels' Share, By Kilian, от 20 тыс. руб.

07 Парфюмерная вода Velvet Black Patchouli, Dolce & Gabbana, от 20,5 тыс. руб.

08 Духи Tuttle, Tiziana Terenzi, от 24,5 тыс. руб.

09 Туалетная вода Aqua Allegoria Mandarine Basilic (Bee Bottle), Guerlain, от 10,5 тыс. руб.



01

02

03

04

05



фундамент парфюмерной отрасли. В эту эпоху были придуманы легендарные ароматы, создатели которых совершили революцию. Например, Chanel N°5 Эрнеста Бо с очень высокой дозой альдегидов положили начало целому классу цветочно-альдегидных духов, Miss Dior стали первыми для модного дома Christian Dior, а Guerlain создали первый восточный аромат Shalimar с ванилью. Shalimar сейчас стоят около \$1 тыс. — во многом такая высокая цена и интерес к коллекционированию объясняются тем, что с перевыпуском ароматы утрачивают свою первозданную формулу из-за запретов Международной парфюмерной ассоциации на токсичность, аллергены и компоненты животного происхождения.

— Снятые с производства или версии ароматов, которые не претерпели изменений, наиболее привлекательны для коллекционеров и ценителей парфюмерии. Инвестировать в аромат интересно, если у парфюмерного дома выходят лимитированные издания, которые могут стать в итоге коллекцией. Например, Muguet от Guerlain продается один день в году, и каждый раз в особом флаконе. Или рождественские флаконы Eau de Soir от Sisley, которые тоже могут стать частью коллекции, — рассказывает парфюмерный стилист Юлия Гайдукова. Что касается инвестиций, добавляет эксперт, нужно быть профессионалом в этой области: знать историю парфюмерии, парфюмерных домов и историю создания аромата, который может стать предметом инвестиции, равно как и историю его флакона. Без этих историй, легенд и интересных фактов сложно привлечь внимание к аромату.

Безусловно, флакон — это первое, что видит покупатель, но сегодня нередко марки фокусируются одновременно и на внешнем виде, и на содержимом. У Nasomatto, например, лаконичные флаконы украшены увесистыми крышками из ценных пород дерева, а основатель бренда, эксцентричный парфюмер Алессандро Гуалтиери, сочетает несочетаемое, не верит в ольфакторные пирамиды и часто не раскрывает нот. По винному пути в парфюмерии пошел использующий натуральные растительные экстракты бренд Tiziana Terenzi. Он создает миллезимные ароматы ограниченным тиражом, одна и та же формула может звучать по-разному из года в год. Все композиции выходят в увесистых флаконах квадратной или скругленной форм с массивными крышками. Если говорить о декоре, новые ароматы из коллекции Comete, например, украшены золотым орнаментом.

Тема коньячного искусства в парфюмерии органично вписалась в коллекцию The Liquors от Kilian. Так, композиция Angels' Share во флаконе в виде резного стакана в стиле ар-деко содержит самую настоящую эссенцию коньяка, аромат которой дополняют ноты дуба, корицы, пралине и бобов тонка. И флакон, и композиция вполне достойны быть причисленными к коллекционным.

Инвестировать ли в дорогие парфюмы, коллекционировать их или просто наслаждаться любимыми духами — вопрос, конечно, не бесспорный, бесспорно другое: в малотиражности, безупречных флаконах и красивых историях о происхождении того или иного компонента в аромате есть что-то романтическое и даже рискованное.



06



07



08



09

дами не становится. Нужно иметь опыт коллекционера, чтобы отличить хорошо сохранившиеся духи от испорченных. Чаще всего винтаж можно поймать на eBay, но тут много рисков: упаковка, условия хранения, добросовестность продавца и отправка, потому что авиапересылка парфюмерной продукции из-за границы запрещена.

Кстати, если посмотреть на том же eBay, то самыми дорогими оказываются ароматы в хрустале или классика первой половины XX века — времени, когда закладывался

На пике красоты

Что приготовили столичные бьюти-пространства к высокому сезону

Дарья Ермонская |



ЗА ГОД жизни с новым вирусом индустрия красоты претерпела серьезные изменения. Более того, говорить о плато стабильности пока рано. Но если поначалу в условиях карантина всем пришлось изменить свои привычки и потребности, переориентировавшись на цифровой формат и домашнее времяпрепровождение, то сейчас, когда все открыто, люди уже не стремятся самостоятельно делать маникюр, педикюр, эпиляцию, красить волосы и устраивать в ванной комнате сеансы самомассажа. Одно остается неизменным: впереди лето, к которому надо подготовиться, а значит, в салонах начинается высокий сезон. Что он будет очень высоким, специалисты поняли еще зимой. Так, в феврале исполнительный директор L'Oréal Жан-Поль Агон предсказал «фиесту в индустрии красоты», сравнив ситуацию с бумом 1920-х годов после испанского гриппа. Лишь один пример в пользу предсказания: по данным американской системы записи в спа и салоны красоты GlossGenius, количество бронирований на 20% больше, чем обычно в это всегда напряженное время.



REMEDY LAB

Одна из наиболее атравматичных процедур похудения — «Эндосфера» — появилась на рынке в 2007 году. Эта аппаратная методика активизирует микроциркуляцию, улучшая кровообращение и лимфоток, поэтому быстро выводит лишнюю жидкость и уменьшает отеки. Более того, она полезна и безопасна при наличии проблем с сосудами на ногах.

Вместо отпуска

Представители российских бьюти-пространств говорят о том, что наступившей весной удалось не только восстановить поток клиентов, но и привлечь новых — и 20–40% составляют представители сильного пола. «У нас на 30% увеличился поток мужчин. Востребованы пилинги кожи головы, медицинские маникюр и педикюр, а также другие услуги подолога. Мужчины активно делают курс процедур BBL для улучшения качества кожи и удаления разного рода новообразований. На 14% вырос поток молодых пациентов, актуальны чистки и уходы для молодой кожи. В целом весенний сезон считается активным, потому что все готовится к лету. Приток клиентов снижается в августе и сентябре», — рассказывает владелица клиники эстетической косметологии Remedy Lab Сюзанна Мусаева.

После снятия ограничений владельцы и управляющие спа, клиник и салонов красоты не наблюдают снижения рентабельности, отмечая, что люди устали и ищут способы снятия стресса. И хотя традиционно на лето приходится сезон отпусков и путешествий — дальних и не очень, в прошлом году многие москвичи, как известно, остались в городе. Директор отдела продаж и маркетинга отеля The Ritz-Carlton Moscow Оксана Леоенко отмечает, что спа стал местом, позволяющим отдохнуть от суеты, поэтому запись была плотная. Возможно, тенденция сохранится и этим летом. Пока продолжается пандемия, основными гостями отеля и спа остаются москвичи, бизнес-путешественники все еще редкие гости. То же замечает управляющая бьюти-пространством Faceology, врач-косметолог Наталия Ямазаки. «Как после отпуска» — самые популярные отзывы клиентов после бьюти-процедур.

Плотный лист записи и в Encore Spa. «В сравнении с февралем уже в начале марта количество клиентов увеличилось на 20%, а средний чек — на 5%. А еще этой весной выросли продажи продукции для домашнего ухода: примерно на 32% по сравнению с зимними месяцами», — рассказывает управляющая Мария Кузанина.

На новый лад

Лучшей рекламой продолжает оставаться сарафанное радио. Но один из трендов, который единодушно отмечают спикеры, — сужение аудитории. А потому, например, Faceology стали привлекать не только блогеров и звезд, но также микро- и наноинфлюенсеров, которым в социальных сетях доверяют гораздо больше. В The Ritz-Carlton Moscow самая надежная аудитория — это сами клиенты. Однако постоянный поток обеспечивается благодаря партнерским программам и продвижению спа-услуг внутри отеля.

Единственная сложность во всех бьюти-пространствах — это обязательное использование средств индивидуальной защиты, которые стали отдельной категорией расходов, а также соблюдение социальной дистанции. Не всегда гостям нравится, что нужна предварительная запись для контроля количества гостей в зоне бассейна и релаксационных зонах The Ritz-Carlton Moscow, тем не менее здесь отмечают спрос на приватность и предпочтение дневному пребыванию в спа.

Чистая радость

Традиционно весной, готовясь к лету, делают пилинги, увлажняющие уходы и применяют аппараты, улучшающие качество кожи. В этом году к списку прибавились курсы процедур для глубокого очищения кожи — максимально атравма-

тичные и не требующие реабилитации. Последние исследования показали, что у людей по всему миру заметно ухудшилось состояние кожи из-за постоянного ношения защитных масок. Так называемое маскне, проявляющееся в виде разного рода дерматитов, воспалений и раздражений кожи, стало главным дерматологическим диагнозом года. «Основные услуги, которые стали пользоваться особым спросом, — это чистка лица и детоксикация кожи. За последний год стресс сказался на качестве кожи, поэтому многие обращаются с проблемами обезвоженности и отечности», — объясняет Наталия Ямазаки.

Кроме того, весна — хорошее время для обследования организма, что стало особенно популярно в пандемию. «Мы предлагаем сдать анализы крови и на основе результатов подобрать курс витаминных капельниц — это очень востребованная методика. Большинство пациентов сталкивается с нехваткой железа, что проявляется в виде сухости кожи, выпадения волос и ощущения постоянной усталости», — рассказывает Сюзанна Мусаева. И добавляет, что весной актуально фотомоложение (BBL), которое выравнивает текстуру кожи и улучшает ее состояние — процедура как «на выход», так и с пролонгацией. Востребована и плазмотерапия, которая представляет собой инъекции

собственной плазмы пациента после забора крови и ее центрифугирования для активации процессов обновления клеток кожи. Если добавить к плазме, например, гиалуроновую кислоту, то можно очень глубоко увлажнить кожу, восстановив ее после зимы.

В зоне комфорта

Что касается процедур для тела, то весна — время эпиляции и всех возможных программ по моделированию и похудению. Общая тенденция такова, что на смену болезненным антицеллюлитным методикам приходят приятные процедуры, комфортно переносящиеся и не оставляющие никаких последствий вроде покраснений или синяков. Кроме того, для снятия стресса в последний год клиенты выбирают расслабляющие массажи и спа — об этом говорят все специалисты.

И хотя пандемия нанесла существенный урон индустрии красоты, а клиенты в условиях карантина приобрели массу новых навыков: научились и краситься, и делать себе массажи, и устраивать в ванне спа, но в бьюти-пространства мы ходим в первую очередь за впечатлениями. И это, пожалуй, главное в нынешней реальности — постараться вернуть себе гармоничное состояние, душевный и физический комфорт.

В САЛОНАХ КРАСОТЫ

нет снижения рентабельности: после снятия ограничений люди ищут способы снять стресс

Успеть до лета



ENCORE SPA

Совсем недавно здесь ввели новую безболезненную моделирующую процедуру для тела — аппаратный скульптурирующий массаж RSL. В основе методики сразу несколько технологий: роллерная микрокомпрессия, фототерапия LED и микровибрации — все это хорошо дренирует и укрепляет кожу. Для достижения более быстрого результата аппаратный массаж можно скомбинировать с обертыванием из спирулины.



THE RITZ-CARLTON MOSCOW

Одна из самых популярных спа-процедур для тела — «Очищающий детокс-ритуал», это скраб с солью и маслами, водорослевое обертывание и массаж горячими камнями. Хорошо готовит кожу к летнему сезону и обертывание от спа-бренда ESPA с почти 30-летней историей: многоступенчатая процедура включает стимуляцию кожи специальной щеточкой, очищение скрабом и нанесение на тело индивидуально приготовленной маски. Особое место в спа-меню отеля занимают так называемые Gentlemen Treatments, например глубокое очищение кожи лица и массаж головы или восстанавливающий мышцы массаж тела — для мужской аудитории.



VNUKOV SPA & BEAUTY

Массажная моделирующая процедура «Эстетика тела», которую в спа предлагают делать курсом, направлена на изменение объемов и форм того участка тела, где бы хотелось внести коррективы. Мастер по массажу Катерина Гатальская отмечает: во время первого сеанса клиенты удивляются тому, что не испытывают никаких неприятных и болезненных ощущений во время процедуры. Красота без боли и дискомфорта — это новая реальность.



FACEOLOGY

После зимы клиенты предпочитают массажи и легкие пилинги, во многом — благодаря мгновенному результату: после первого же сеанса кожа становится подтянутой и гладкой. Такие ритуалы будут еще эффективнее, если скомбинировать их с фирменными процедурами бьюти-пространства — специальными массажами, процедурами для питания и увлажнения кожи.

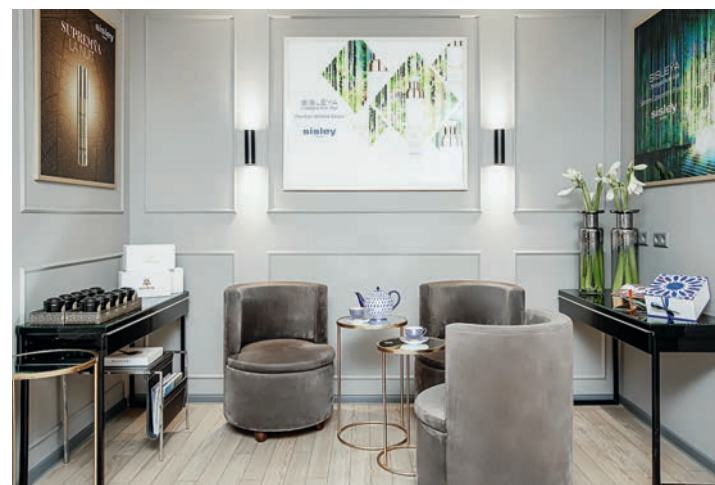
Покорение Европы Где в Санкт-Петербурге открылся Sisley

Ирина Кириенко |



ФРАНЦУЗСКАЯ марка с почти полувековой историей получает российскую прописку: после шикарных дизайнерских особняков в Париже, Лос-Анджелесе, Мюнхене, Нью-Йорке, изобилующих предметами современного искусства, выбор нового, российского адреса представляется вполне логичным. Первое спа-пространство Sisley в России открылось в Санкт-Петербурге в историческом здании Гранд Отеля Европа.

Выбор памятника архитектуры федерального значения не случаен — стремление к роскоши является одним из обязательных условий, в которых существует бренд, и отражает философию, которую он исповедует. Филипп Д'Орнано, сын основателя марки и нынешний руководитель бренда, подчеркивает: «Мы делаем это не просто так. Люкс должен быть люксом во всем: от деталей упаковки до концепции в целом. Мы всегда стараемся выбирать для наших домов красоты самые необычные здания и расположение».



Фамильный бизнес легендарная семья ведет с 1976 года: именно тогда Юбер Д'Орнано начал работать над исследованиями в области натуральных экстрактов и счел главной миссией Sisley привнести «лучшее из мира растений для лучшего в косметологии». Теперь, благода-

ря появлению одноименного пространства красоты в северной столице, разработки бренда в области фитокосметологии станут доступны еще более широкому кругу людей. В ситуации, когда свободные выезды за границу, где можно было посетить спа Sisley, пока остаются мечтой, это просто замечательная новость. Генеральный директор Sisley в России Анна Шумилина считает, что пандемия, ставшая своего рода вызовом, ни в коей мере не повлияла на то, чтобы отменять или переносить открытие.

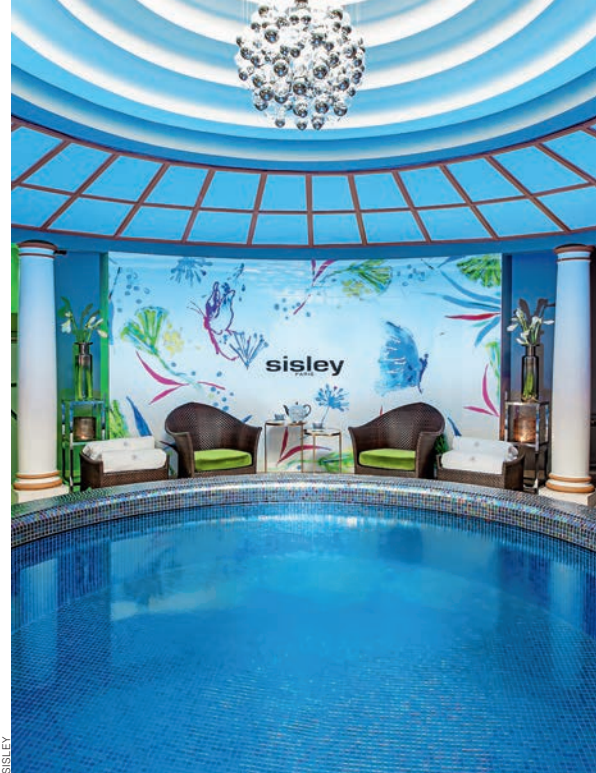
«Все сложные времена открывают перед нами интересные возможности, — говорит Анна. — Мы решили такой возможностью воспользоваться! Перед запуском спа было проведено комплексное тестирование персонала, подтвердившее профессионализм и знание сервиса. Затем мы приступили к многоуровневой системе обучения

методикам Sisley, которые отличаются синтезом европейских техник и комплексного восточного подхода к красоте и здоровью лица, тела и волос».

Спа расположено в мезонине отеля и занимает 200 квадратных метров, на которых оборудованы две кабины красоты, три маникюрных кабинета, отдельный просторный VIP-кабинет, где стилист по волосам может работать с визажистом в четыре руки, — экономия времени и обстановка приватности сегодня востребована как никогда. В пространстве входной группы разместились зона парикмахерского искусства и уютная лаунж-зона. В недрах спа — сауна из сибирского кедра, купель и зона релаксации, тренажерный зал, а также просторный зал для йоги.

Марина Железнова, управляющая спа Sisley в Гранд Отеле Европа, рассказывает: «Мы стремимся соответствовать духу бренда Sisley, и нам приятно получать лестные отзывы о том, что наша атмосфера полностью соответствует Maison Sisley в Париже. Ожидания от бизнеса оптимистичные, мы как компания успешно пережили не один кризис, а наши компетенция и профессиональный опыт дают нам веру в развитие и высокие результаты работы».

В новом спа можно будет найти бестселлеры марки и новинки ухода за кожей лица, волосами, линии фитомаски, а также ароматы, давно ставшие предметом коллекционирования у любителей парфюмерии.



КУПЕЛЬ С ХОЛОДНОЙ ВОДОЙ В ТЕРМАЛЬНОЙ ЗОНЕ СПА

**«ЛЮКС ДОЛЖЕН БЫТЬ ЛЮКСОМ
во всем, от деталей упаковки
до концепции в целом»**

Аристократы путешествий

Какие услуги предоставляли в поездах

Ирина Кириенко |



На фото: актриса Брижит Бардо на съемках фильма Жана Ореля «Женщины» в вагоне поезда «Мистраль», 1969 год

В ПРЕДДВЕРИИ майских праздников и отмены половины намеченных поездок предлагаем вспомнить красивые традиции прошлого, когда любое путешествие было настоящим приключением, а его участники казались чуть ли не инопланетянами — так ярко, модно и необычно они одевались по сравнению со среднестатистическими жителями.

В 1950 году отправился в путь французский поезд Le Mistral, названный в честь ветра, формирующего погоду в Средиземноморье. И если в начале своего существования он ходил только до Лиона, то через пару лет маршрут был продлен до Ниццы. Гламурные путешественники тех лет обожали этот самый роскошный поезд в Европе, а путеводители сразу окрестили его «аристократом путешествий»: Le Mistral не просто доставлял пассажира из пун-

кта А в пункт Б, а делал это с максимальным комфортом и всеми мыслимыми для тех лет излишествами. В статье The New York Times от 29 июня 1969 года рассказывается, что в поезде парикмахерские услуги оказывали стилисты high-fashion, работали и барберы для мужчин. Помыть голову и сделать укладку даме стоило 20 франков, а мужская стрижка обходилась в 21 франк — цены были как на знаменитой парижской Фобур-Сент-Оноре.

К перечню роскошеств добавим постоянно работающую систему кондиционирования помещений, ресторан высокой кухни, книжный магазин, бутики, где продавались шоколад, украшения из жемчуга, дизайнерские платки и галстуки, зажигалки и даже портативные печатные машинки. Служба доставки цветов работала как часы — можно было заказать букеты ког-

да угодно (равно как и билеты в любые парижские театры и мюзик-холлы). Добавим услуги секретарей, переводчиков и стенографистов, которые принимали и передавали сообщения, копировали документы. Неудивительно, что поездом пользовались не только состоятельные туристы, известные актеры, бомонд, но и представители бизнес-элиты.

Последний раз в статусе суперпоезда Le Mistral вышел на маршрут 40 лет назад — 26 сентября 1981 года, а окончательно ушел в отставку в 1982-м, когда современные скоростные поезда TGV полностью заменили «ветреные» составы. Сегодня скорости, конечно, стали другими, но чудесные виды на Лазурный берег с тех пор ничуть не изменились — осталось дожидаться открытия границ, чтобы убедиться в этом.

GIORGIO ARMANI

Создайте совершенные Smokey Eyes

с помощью жидких теней для век Eye Tint,
туши для ресниц Eyes To Kill и карандаша
для контура глаз Smooth Silk Eye Pencil

