

“

В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ С ЕГО ВЫСОЧАЙШИМИ СКОРОСТЯМИ И ОГРОМНЫМИ ОБЪЕМАМИ ИНФОРМАЦИИ МАРКАМ ВАЖНО НЕ ПОТЕРЯТЬСЯ И СОХРАНИТЬ СВОЕ ЛИЦО»

МАКС ГОШКО-ДАНЬКОВ,
художник

няя и серебряная маски Glamglow, в которых фотографировались звездный визажист Елена Крыгина и Ким Кардашьян, или магнитная маска Age-Defier, Dr.Brandt, процесс нанесения и снятия которой превращается в целый аттракцион, обещают не только увлажнение и питание, но и желанные лайки.

Новый подход отразился и на дизайне. Дорогие статусные флаконы теперь конкурируют с необычными, цепляющими взгляд: флаконом аромата, похожим на жидкость для мытья стекол, Moschino, баночкой крема для рук в форме яйца, который появится у Chanel этой осенью, румянами в виде лепестков розы Les Merveilleuses De Ladurée. «Упаковка — это 80% успеха продукта. Его судьбу зачастую решает первая реакция покупателя в магазине», — уверен художник Макс Гошко-Даньков. В обстановке массового стремления к экономичности, экологичности и кастомизации маркам важно выделяться на фоне других, но при этом оставаться в тренде. Решить эту задачу помогают коллаборации с успешными дизайнерами. «Для художников такие проекты — отличная возможность попробовать себя в новом пространстве. Это всегда вызов, своего рода игра — представить известный продукт в новом свете, сохранив наследие бренда», — считает Макс, разработавший дизайн упаковки крема для тела Kiehl's в русском стиле.

Изменения касаются не только формы, но и содержания: на наших глазах трансформируется и позиционирование средств, и отношение к уходу за собой. В мире, где все сложнее поймать покупателя на громкие обещания стереть с лица морщины, против армии кремов «с эффектом ботокса» выдвигается другая — базовых рабочих средств.

«Мы не говорим, что наши продукты подрут вам головокружительный объем на 96 часов, а маски «склеят» рассеченные кожечки. Зато вы можете быть уверены, что наши шампуни качественно очищают волосы и мы не станем врать о несуществующих ингредиентах в составе», — говорит Джуди Брукс, амбассадор Evo, марки профессиональных средств для волос с самыми, пожалуй, веселыми названиями, вроде питательного шампуня для объема Gluttony («Ожорство»).

Именно тогда, когда мы перестали ждать от домашних процедур чуда и пытаться заменить ими сеансы косметолога, мы научились легко относиться к уходу за собой и начали просто получать удовольствие от косметики. «Мы понимаем: когда могут помочь только инъекции, маски — как мертвому припарк. А марки просто создают ажиотаж там, где его нет, предлагая все больше способов развлечься, а не решить проблему», — уверена психолог Анна Хныкина.

Что же до удовольствия, то я, например, уже второй год бережно храню пудру для тела La Poudre Libre с ароматом Chanel №5. Тяжелая черная пудреница порой покрывается пылью — так редко я ей пользуюсь. Ведь нужно сначала дать телу высохнуть после душа, нанести питательный крем, подождать, пока он впитается, а потом, зачесывая пудру мягкой пуховкой, долго промывать ею кожу — процесс не для ленивых и всегда проще взять обычный лосьон, быстрее намазаться им и рухнуть в кровать. И ценность пудры в другом: больше ни одно средство не дарит мне такого удовольствия от ощущения собственной женственности, а это дорого стоит. ■

ПОТЕХИ ЧАС

Несмотря на игривый дизайн и веселые названия, функциональная ценность этих средств сомнений не вызывает.

Бальзам для губ #Funkiss, Faberlic, 199 р.



Крем для тела Clinique Happy Gelato Body Cream, Clinique, 2500 р.
Бальзам для губ #Funkiss, Faberlic, 199 р.



Маска для губ Rose Lip Mask, Sephora, 190 р.

Ежедневный шампунь для всех типов волос Normal Persons, Evo, 300 мл/10.1 fl.oz.

normal persons
daily shampoo
normal persons shampoo is practically latin for 'smart-thinking hair care brand that jumps on the bandwagon and makes a good shampoo'.

300ml/10.1fl.oz.

Evo

I'm SORRY
For MY SKIN
Тканевая
маска. Relaxing
Jelly Mask, I'm
Sorry For My
Skin, 405 р.

Hydratant adoucissant •
Masque lèvres
SEPHORA
Rose lip mask

Masque biocellulose à l'argan • Bio-cellulose
Masque démaquillant démaquillant
I'm makeup + 1700g