



Коммерсантъ *с т и л ь*

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ»

№ 9 — апрель 2026

beauty

Виды на весну 10, 12

Роботизация красоты 14

Законы современной улыбки 16

Индийские сказки 20



uom

спорт тебе идет



ТУРЦИЯ



МОМЕНТЫ
БЕЗУПРЕЧНОЙ
РОСКОШИ

CAJA
by MAXXROYAL

@cajabymaxxroyalresidences

www.maxxroyal.com/ru/caja-by-maxx-royal / book@cajabymaxxroyal.com

+90 444 30 20



Новинки

10 Легкая роскошь
Секретные ингредиенты этой весны

Прямая речь

12 Слагаемые успеха
Представители отрасли о планах на сезон

Тенденции

14 Красота по алгоритму
Роботизация индустрии

16 Сканер, капа, лазер

Тренды эстетической стоматологии

Прямая речь

18 В поисках вау-эффекта
Известные блогеры о своих предпочтениях в косметике и салонных процедурах

Тенденции

20 Индийский путь
Перерастая экзотику

Путешествие

22 Вершины мастерства
Велнес-курорт Ananda

Ретро

23 Русская слава француза
Гений парфюма и маркетинга Генрих Брокер

На обложке

Модель на бэкстейдже показа Sportmax коллекции женской одежды осень—зима 2026/27 на Миланской неделе моды, февраль 2026 года

Фото
Rosdiana Ciaravolo / Getty Images



Ирина Кириенко

СЛОВО РЕДАКТОРА

Жизнь в розовом цвете

В разгар весны поговорим о пробуждении, красоте, новых надеждах — сезон к этому располагает. Так же, как и к очередному увлечению розовым и детским: на смену гламурным монстрам лабубу решительно пришли куклы-маскоты, которых теперь заводят косметические бренды, окрашивая свои талисманы в нежно-наивные оттенки. Парфюмеры поддержали тренд: не скупятся на ноты сладостей, ванили, карамели, белых цветов и помещают ароматы в розово-белые флаконы. Словом, индустрия красоты осознанно отстраняется от всего, что несет негатив, и по возможности добавляет в нашу жизнь светлые краски — в прямом и переносном смысле. А этот номер «Стиль. Beauty» не только поможет определиться с выбором наиболее интересных актуальных духов и косметических средств (если еще не решили, с чем встречать лето), но и познакомит с мнениями спикеров, которых мы попросили прокомментировать самые волнующие бьюти-темы: насколько нас захватит искусственный интеллект, как стоматология продлевает молодость, почему мы снова смотрим в сторону Индии и что именно делают инфлюенсеры, чтобы выглядеть на миллион.



1. Питательный крем для рук с маслом ши и экстрактом белого трюфеля, d'Alba Nourishing Hand Cream

3. Сыворотка для лица, придающая сияние коже и выравнивающая ее тон, Clarins Precious

2. Парфюмерная вода для женщин Athénaïs, Parfums de Marly

4. Многофункциональный увлажняющий бальзам-тинт, Love Republic



3



5

5. Масло-эликсир для укрепления волос Bare Repair, QiQi

6. Кукла-маскот (Весна), For Me



6



ATHÉNAÏS



7

7. Брелок-подвеска на сумку Sweet Charm и блеск для губ Waterymallow, Pupa Candy Club

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» *стиль.beauty* | шеф-редактор АО «Коммерсантъ» **михаил лутин** | руководитель службы «Издательский синдикат» **алексей шмелёв** | дизайн-проект **анатолий гусев** | редактор **ирина кириенко** | текст-редактор **анна шафран** | главный художник **татьяна сидорова** | бильд-редактор **мария лобанова** | выпускающий редактор **екатерина елисеева** | корректура **екатерина бородулина** | верстка **светлана заикина**, **елена богопольская**, **татьяна еремеева**, **марина заботкина**, **ирина романовская** | рекламная служба **полина праневская** pranevskaya@kommersant.ru, **мария минева** mineva@kommersant.ru | Адрес издателя и редакции: 127006, Москва, Оружейный пер., д. 41. 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 ООО «Первый полиграфический комбинат», Россия, 143405, Московская область, г. Красногорск, п/о «Красногорск-5», Ильинское шоссе 4-й км. Тираж 41 000 экз. Распространяется бесплатно.

THALGO
LA BEAUTÉ MARINE

КРАСОТА ИЗ МОРЯ





ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «ВОДОХОДЪ»

ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «ВОДОХОДЪ»

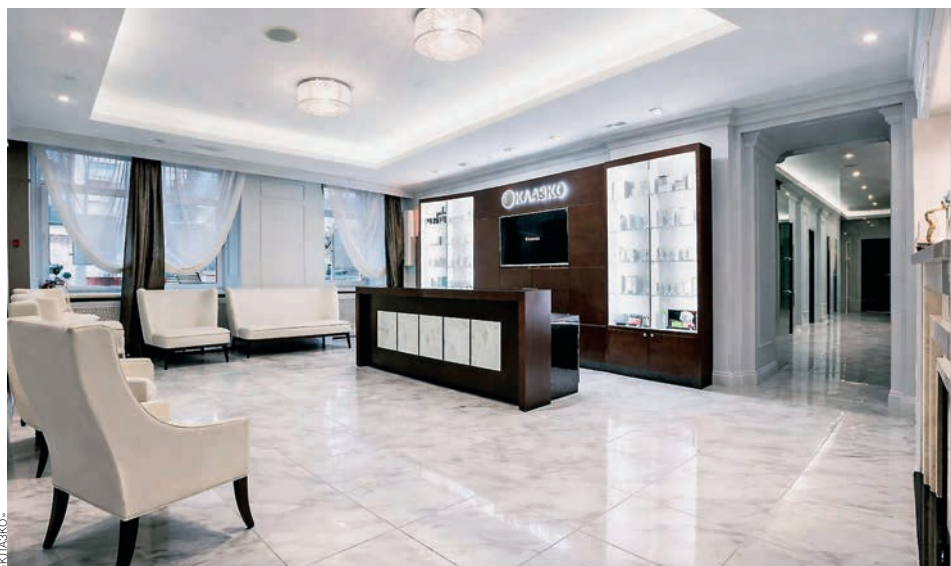
Речные круизы — это не только живописные пейзажи, захватывающая атмосфера путешествия и приятное времяпрепровождение, но и новые знания, и новые подходы к здоровью. Компания «Водоходъ» разработала несколько вариантов познавательных тематических путешествий: энокруизы с дегустациями от профессиональных сомелье, увлекательные лектории с участием интересных профессиональных спикеров, специальные детские круизы для запоминающегося отдыха всей семьей. Главная новинка ожидается в июле 2026 года — ретрит-круиз выходного дня, где помимо отдыха на воде гостей ждут гвоздестояние, гонг-медитации, йога, творческие сессии нейроарта и концерты живой музыки. Это программа, полностью отвечающая тренду на физическую и ментальную перезагрузку. «Водоходъ» объединяет людей с общими интересами, делая отдых познавательным, а впечатления — неповторимыми. Важно выбрать путешествие, отвечающее вашим увлечениям, — компания предлагает более 1,5 тыс. круизов с отправлением из 27 городов России.

Бренд витаминов и БАДов из ОАЭ UESUPPS выпускает линейку витаминно-минеральных комплексов для подростков — Ultra Energy Teen Boy и Ultra Energy Teen Girl. Традиционно рынок БАДов предлагает либо витамины для детей младшего возраста, либо «взрослые» формулы. Это первый продукт, созданный с учетом специфических физиологических и гормональных изменений подрастающего поколения — его можно применять с 11 лет. Ключевое преимущество новинки — форма выпуска. В отличие от традиционных таблеток комплекс представлен в виде софтгелей — мягких желатиновых капсул. Такая форма обеспечивает высокую биодоступность активных компонентов (жирорастворимые витамины лучше усваиваются в масляной основе) и не вызывает раздражения в желудочно-кишечном тракте.



Специалисты клиники эстетической медицины «Клазко» разработали авторский протокол подготовки и восстановления кожи, направленный на повышение эффективности процедуры монополярного RF-лифтинга Oligio. Протокол основан на современных представлениях о физиологии кожи и сочетает этапы предварительной подготовки и последующей стимуляции тканей. Ключевой является биоревитализация, которая выполняется примерно за две недели до процедуры. Второй этап — собственно монополярный RF-лифтинг Oligio, а третий — коллагенотерапия, которая проводится через две-четыре недели, для усиления и пролонгации результата. Оптимально использовать такие препараты, как Linerase или Collost micro, — на фоне уже запущенной коллагеностимуляции они эффективно встраиваются в дерму. Увлажненная кожа обладает лучшими показателями электропроводности и теплопроводности, что напрямую влияет на ход процедуры: во время воздействия аппарата Oligio энергия распределяется более равномерно. Он работает с учетом импедансометрии — считывает сопротивление тканей и автоматически подбирает оптимальный импульс. Благодаря этому радиочастотная энергия точно проникает в нужные слои дермы, обеспечивая эффективность и безопасность воздействия на ткани.

Французская косметическая компания Clarins выпустила для макияжа глаз новинки, которые обладают еще и ухаживающими свойствами: объемная тушь для ресниц Clarins Wonder Perfect 5D Mascara с гиалуроновой кислотой и пантенолом, а также два средства для оформления бровей — карандаш и фиксирующий гель в прозрачном и тонирующем вариантах.



«КЛАЗКО»



Один из самых востребованных ароматов коллекции известного парфюмерного дома из Великобритании **Clive Christian** — духи 150 Anniversary Collection Contemporary. Они олицетворяют богатое наследие и престиж бренда. Contemporary создавались как эталон элегантности: свежесть герани и фиалки переплетается здесь с сочной сладостью лесных ягод и теплыми нотами мускатного ореха, черного перца и благородного кедр. Легкие акценты мускуса и землистого мха завершают композицию.

Новая технология **CoreSculpt** поможет быстрее прийти в форму перед сезоном отпусков. Высокосфокусированная функциональная электромагнитная стимуляция работает на комплексный результат: борется с проявлениями целлюлита, укрепляет и стимулирует глубокие мышечные структуры, подтягивает ягодичные мышцы, скульптурирует и тонизирует тело, улучшает метаболизм и общее самочувствие, запускает восстановительные процессы в тканях, снимает спастические боли. Впечатляющие результаты достигаются благодаря тому, что всего за один сеанс аппарат обеспечивает до 45 тыс. мышечных сокращений, что является эквивалентом интенсивной тренировки.



ПРЕДОСТАВЛЕНО WINMED



ПРЕДОСТАВЛЕНО WINMED

«БЕЛЫЙ САД»

Центр здоровья и красоты «**Белый сад**» на Зубовском бульваре предлагает инновационную процедуру — фотодинамическую терапию для здоровья и красоты кожи Revixan. Технология основана на сочетании работы фотосенсибилизирующего геля и световых волн. При активации геля излучением запускаются процессы образования активных форм кислорода, которые избирательно воздействуют на поврежденные клетки кожи. Методика применяется в эстетической косметологии, в дерматологии и трихологии, а также включается в стандартные протоколы для омоложения кожи и ускорения регенерации.



KEUNE



Голландский премиальный бренд косметики для волос **Keune** представил новое поколение средств ухода — линию Care, объединившую разные продукты, от шампуней до несмываемых сывороток и кремов, все — с новыми составами, деликатными ароматами и в новом дизайне, навеянном историческим аптечным наследием бренда. Каждое средство (а их более 40, от пилингов и сывороток до масок и кондиционеро-спреев) создано для максимальной сочетаемости с другими. Абсолютная премьера линии Care — новый комплекс Long & Strong («Длина и сила») из четырех средств: шампунь, кондиционер, сыворотка для кожи головы и несмываемый крем для упругости и мягкости волос.

В линейке Sexy Silky Concealer российского косметического бренда **Romanovamakeup** появился предназначенный для очень светлой кожи новый оттенок — Super Light с деликатным розовым подтоном. Консилер корректирует темные круги под глазами, устраняет покраснения, пигментацию и выравнивает тон кожи. Кремовая текстура обеспечивает комфортное покрытие и формирует ровный, естественный результат без заметных границ нанесения. Формула не пересушивает тонкую кожу вокруг глаз и не подчеркивает морщины. Ольга Романова, создательница бренда, рекомендует наносить средство подушечками пальцев, распределяя его легкими вбивающими движениями, или использовать кисть S5.

Легкая роскошь

Секретные ингредиенты этой весны



ТОНКИЕ ноты и легкие текстуры косметических новинок нынешней весны настраивают на беззаботный, уже почти отпускной лад: сейчас не принято носить популярный зимой тяжелый терпкий уд, шлейфовые классические восточные ароматы или плотные тональные кремы. Смотрите, что придумали парфюмеры: во флаконах спрятаны едва уловимый мускус, эфемерные цветочные композиции и немного специй — пропорции ароматов отмерены ровно так, чтобы привычные ноты сыграли по-новому. Вышло и несколько легчайших сывороток — все они (с золотом, коллагеном или модными экзосомами) пробуждают и восстанавливают кожу, добавляя ей сияния. Весна!

Подготовила Ирина Кириенко

1. Парфюмерная вода для мужчин и женщин Decision, Amouage
2. Сыворотка-бустер с экзосомами и витамином C Exo Booster, Dr Sebagh
3. Парфюмерная вода для мужчин и женщин Fiery Amber, Costume National
4. Фен-мультистайлер для волос с функцией ионизации и тремя магнитными насадками YUTO+, WAU

5. Сыворотка, объединяющая уход за кожей и свойства декоративной косметики для создания эффекта сияющей, увлажненной кожи Brightening CC Serum, By Terry
6. Сыворотка «Розельян» для чувствительной кожи, склонной к покраснению, куперозу и розацеа, «Урьяж»

7. Парфюмерная вода Cacao & Fleur d'Oranger, 100BON
8. Парфюмерная вода для мужчин и женщин Gong, Floraïku
9. Омолаживающая сыворотка с коллагеном Golden Beauty Face Serum, Christian Breton

ОДИН РАЗ И НА ВСЮ ЖИЗНЬ

В современной стоматологии фокус сместился с локального лечения зубов на фундаментальное улучшение качества жизни пациента: восстановление функции зубочелюстной системы и эстетики лица, избавлении от хронических болей и дискомфорта. Мы в БИЗМ следуем определенным стандартам, которые позволяют получить безупречный результат — один раз и на всю жизнь.

Ваша страховка от медицинских ошибок: объективная диагностика от эксперта

Вряд ли вас удивит наличие аппарата ЭКГ в любой клинике. Но для расшифровки кардиограммы и постановки диагноза вы выберете опытного специалиста, а еще лучше — с мировым именем. В современной стоматологии ситуация идентична: уже многие клиники измеряют функцию всей зубочелюстной системы. Но решающее значение имеет качество расшифровки и правильная интерпретация полученных данных.

В БИЗМ такую диагностику проводит эксперт в функциональной стоматологии доктор Константин Ронкин. Основатель нейромышечного направления в России с 40-летней международной практикой, д-р Ронкин является одним из самых опытных стоматологов, уникальная экспертиза которого наработана на тысячах сложных клинических случаев. Поэтому нередко другие клиники направляют к нам тяжелые патологии на консультацию.

Только правильно «прочитать» данные и определив, как система функционирует в динамике, можно найти наиболее эффективное и долговечное решение — и при исправлении прикуса (зубы не «вернутся» обратно), и при установке виниров (профилактика постоянных поломок).

Все сложно: порочная связь, которую часто не видят

Зубы — лишь часть сложной биомеханической системы, объединяющей жевательные мышцы, суставы, мышцы лица и шеи. Часто именно неправильный прикус становится скрытой причиной симптомов: от мигреней и звона в ушах до болей в шейном отделе. Пациенты годами ищут решение у других врачей, а надо — у стоматолога, применяющего нейромышечные методики.

Такой подход в БИЗМ позволяет выявить и скорректировать эту порочную связь между неправильным прикусом и симптомами, найти ту самую «точку покоя», где мышцы расслаблены, а сустав находится в физиологичном, то есть в правильном положении. Таким образом мы восстанавливаем баланс всей системы, а не просто лечим зубы.

Стоматологический лифтинг: молодость лица без ботокса и скальпеля

Любые антиэйдж-манипуляции с лицом должны начинаться с неинвазивных решений. Внешние признаки старения — следствие снижения высоты прикуса из-за стираемости зубов или нарушения функции мышц. Когда мягкие ткани лица теряют опору, углубляются носогубные складки, меняется овал лица, опускаются уголки губ и даже меняется осанка.

В БИЗМ мы корректируем первопричину — возвращаем зубам их физиологическую высоту, воссоздавая естественный «каркас» для мышц и кожи и восстанавливаем правильную функцию. Это дает постоянный омолаживающий эффект, который не способны обеспечить косметологические инъекции или пластика. Наш опыт показывает: визит к стоматологу часто делает другие эстетические вмешательства попросту излишними.

Правильно исправить неправильный прикус: почему «ровно и красиво» не значит «здорово»

Это один из парадоксов обычной ортодонтии. Зубы можно выровнять визуально, но сделать это в ущерб работе височно-нижнечелюстных суставов и жевательных мышц. Около 50% пациентов обращаются в БИЗМ после неудачного ортодонтического лечения, которое дало хороший эстетический результат, но не избавило от «неприятных» симптомов: головных болей, щелчков в челюсти или дискомфорта при жевании.

Наш стандарт — это эстетика, в основе которой — правильная функция. Мы не просто выравниваем зубы; мы сначала находим физиологически верное положение нижней челюсти и балансируем работу всей системы. И только потом используем брекеты или элайнеры для создания идеальной улыбки на всю жизнь.

Медицинская экосистема для сложных случаев, а не для «хождения по мукам»

Над сложными клиническими случаями в БИЗМ работает не один врач стоматолог, а команда специалистов смежных профилей: нейромышечный стоматолог, сомнолог, невролог, ЛОР, остеопат. Это позволяет выйти за рамки ротовой полости и лечить не следствие, а причину нарушений.

Междисциплинарный стандарт БИЗМ подкреплен партнерством с филиалом израильского университетского госпиталя «Медскан | Hadassah». Это сотрудничество дает нашим пациентам доступ к широкой диагностической базе и позволяет проводить совместные консилиумы для решения самых нетривиальных сочетанных проблем.

Инвестиция в результат, а не в процесс

При бережном отношении к себе и здоровью своих детей затраты стоит рассматривать иначе: вы «приобретаете» не процедуру (напр., исправление прикуса) и не инструменты (брекеты или элайнеры), а результат на долгие годы или даже на всю жизнь.

В БИЗМ этот результат складывается из двух составляющих: безупречной эстетики и правильной функции. Ваши «дивиденды» здесь очевидны: системная профилактика заболеваний и сохранение здоровья; плюс — это еще и возможность выглядеть и чувствовать себя моложе.

Это инвестиция в качество жизни, которая не обесценивается со временем.



Константин Ронкин (США)

DMD, LVIF, MICCIMO, FIAPA,
к. м. н., врач стоматолог-ортопед, ортодонт.

Сооснователь и президент БИЗМ.

Адъюнкт-профессор программы нейромышечной ортодонтии, Jaume I University (Кастельоне, Испания).

Обладатель высшей степени Master ICCMO Международного колледжа кранио-мандибулярной ортопедии ICCMO, США.

Действительный член научного общества Института передовых стоматологических технологий LVI, США.

Ведет прием в Москве, Санкт-Петербурге, Бостоне и Дубае.

БОСТОН — МОСКВА — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

**Бостонский Институт
Эстетической Медицины**

с 1994



БИЗМ МОСКВА

Москва: +7 495 106-75-01
Санкт-Петербург: +7 812 385-67-43
Бостон: +1 781 828-45-68
Дубай: +7 921 988-89-92

Слагаемые успеха

Представители отрасли о планах на сезон

Межсезонье в индустрии красоты — это традиционно время переосмысления ухода, эстетики и личного стиля. Руководители бьюти-брендов и компаний рассказали «Стиль.Beauty» о запуске новых направлений и о том, что остается за рамками бизнеса.

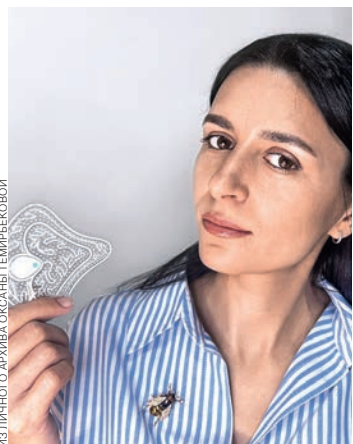


Аксинья Панченко, основательница компании AKS CONCERT STUDIO, развивающей марку ROUGE BUNNY ROUGE в России:

— Главная новость весны для нас — ребрендинг и возвращение на российский рынок косметической марки Rouge Bunny Rouge. Наша команда кропотливо работала два года над полным переосмыслением философии бренда, особое внимание уделила качеству продуктов. Полагаясь, мы создали уникальное предложение: в марке сочетаются декоративная линейка, парфюмерия, яркие аксессуары и арт-объект Idol. Не у каждого бренда есть свой символ в виде статуэтки, не правда ли? Мы запустили с самым сильным игроком на рынке РФ — «Золотым яблоком» — три точки в Москве и две в Питере, дополнительно интернет-магазин ритейлера. А также нас представляют самые сильные игроки независимой розницы. Благодаря ребрендингу у марки сейчас время подъема: в скором времени бренд выйдет в страны СНГ и в Европу. Для моей команды это прекрасный промежуточный результат, но самое интересное впереди. В планах у нас — пополнение матрицы новыми яркими запусками! Если говорить о личных увлечениях, то все мои хобби способствуют работе. Я страстный коллекционер винтажных флаконов духов и фарфора ЛФЗ. За каждым произведением стоят время, люди, история. Потрясающий источник вдохновения! Еще я открыла для себя игру на фортепиано. Мои маленькие дочки вдохновили брать уроки музыки вместе с ними. Музыка творит чудеса! Помогает справиться со стрессом и настраивает на позитивный лад.

Оксана Темирбекова, основательница биотехнологической компании YAMA YAMI:

— Для меня эта весна в первую очередь про работу и развитие продукта. Все свое время я сейчас посвящаю разработкам, которые мы осуществляем в компании, — это и электронные гидрогелевые патч-маски, и пластыри для заживления ран. Я постоянно думаю о том, как сделать их эффективнее и удобнее. Мы всегда исходили из того, что важна не только формула, но и способ доставки компонентов, и биоэлектрическое воздействие. В этом направлении мы и двигаемся. Один из результатов — патч E-Patch Edem Pro для работы с отеками. Для нас это был довольно серьезный вызов — перевести профессиональное средство в домашний формат. Сейчас у нас несколько направлений. Мы готовим продукт для восстановления после эстетических процедур, а также завершили разработку пластырей для заживления ран, в том числе сложных. И за всем этим, честно говоря, стоит довольно непростой личный период. Я вложила в проект практически все свои средства и силы и сейчас нахожусь в ситуации, близкой к границе, — продолжаю инвестировать в продукт, несмотря на риски. Но у меня нет ощущения, что это напрасно. Я верю в то, что мы делаем, и, наверное, именно это дает возможность двигаться дальше.



Ирина Кутьина, основательница и управляющий партнер сети фитнес-клубов ENCORE FITNESS:

— До конца весны в нашем клубе «Encore Fitness Ходынка» откроются новые дополнительные пространства. Мы расширим тренажерный зал, откроем новую студию групповых программ, студию сайкла с большим медиаэкраном и новые просторные VIP-раздевалки. Помимо фитнес-пространств появится большой спа-комплекс с широким спектром бьюти- и велнес-процедур, банный сьют с полноценными программами парения на любой вкус. Философия наших клубов строится на концепции longevity (долголетия), мы подходим к вопросам здоровья, эстетики и красоты на более глубоком уровне, поэтому всегда уделяем особое внимание восстановлению и биохакингу. В спа-салоне помимо привычных процедур, связанных с эстетикой лица и тела, парикмахерским и ногтевым сервисом, появятся врачебная косметология, IV-терапия, или, как ее еще называют, инфузионная терапия, антивозрастное направление Prevent Age и биохакинг-криокамера, дыхательная терапия и гипоксические тренировки. Из сбывшихся рабочих планов могу выделить недавнее посещение вместе с командой топ-менеджеров Encore Fitness международной выставки фитнеса, велнеса и здорового образа жизни FIBO 2026 в Кельне. Для нас это была отличная возможность побывать в эпицентре индустрии, пообщаться напрямую с поставщиками, изучить новинки оборудования и обменяться опытом с зарубежными коллегами. В моих личных планах — открытие сезона outdoor-тренировок. Для меня это идеальное сочетание активности, приятного времяпрепровождения с семьей и отдыха. В моем графике в теплый период всегда сапы, велосипеды и пешие прогулки.



Евгения Деллос, владелица центра косметологии и эстетики «Посольство красоты» (холдинг MAISON DELLOS):

— Для нас эта весна особенная — «Посольству красоты» исполняется 30 лет. Многие из наших гостей ходят к нам с самого открытия — и это, на мой взгляд, главный показатель. Мы продолжаем придерживаться интегративного подхода — сочетать разные методы и смотреть на задачи шире. К весенне-летнему сезону мы подготовили новые программы для лица на основе швейцарской фитокосметики Cholley, а также комбинированные протоколы с LDM-терапией. Отдельное направление, которое сейчас для меня важно, — это обучение. Мы начинаем систематизировать наши авторские протоколы и делать их доступными для специалистов. Если говорить про личное ощущение весны, то для меня оно всегда связано с Пасхой. Это мой любимый праздник, и каждый год в это время происходит какое-то оживление — как будто все снова начинает двигаться: возвращаются проекты, открываются террасы, планируются свадьбы. У нас есть и своя традиция — к Пасхе обновлять экспозицию в галерее «Турандот Антик». В нынешнем году, например, мы показали гостям две большие вазы XIX века из лазурита с золоченой бронзой. Для меня это всегда очень живой процесс — когда находишь редкие вещи и понимаешь, что они точно окажутся в нужное время в нужном месте.

Подготовили:
Ирина Кириенко,
Тома Архангельская

Проведите отпуск в речном круизе *по России!*

**Ваш отдых,
в который все включено:**

- Проживание в стильных каютах
- Авторская кухня
- Развлекательная программа на борту
- Разнообразные экскурсии на берегу

**Бронирование круизов:
8 800 555 05 05**

ООО «Водоходъ» 125040 г. Москва, Ленинградский пр.,
д.15, стр.14, эт.4, пом.V. ОГРН:1047796094697
Реестровый номер туроператора: РТО 002057. РЕКЛАМА 0+



vodohod.com

Красота по алгоритму

Роботизация индустрии

ДВЕ минуты на идеальный макияж губ, выполненный роботизированным манипулятором Smart Lipstick, — реальность 2026 года. Над этим прототипом команда из 42 инженеров работала семь лет, чтобы создать систему ИИ-картирования, способную имитировать человеческое прикосновение.

В Северной Калифорнии робот LUUM Lash наращивает ресницы за 50 минут вместо двух часов, используя компьютерное зрение. В России приложение LUUK анализирует составы косметики по фото с учетом данных ИИ-сканера, бренд Polubvi внедрил алгоритм подбора пептидного ухода по селфи, а «Магнит Косметик» активно масштабирует сервис BeautyScan для персонального подбора ухода.

Цифровая инклюзивность

Внедрение робототехники и ИИ — это не просто маркетинговый ход, а фундаментальный сдвиг в том, как индустрия взаимодействует с потребителем. Мы наблюдаем закат эпохи «магических формул» и переход к эре доказательного ухода. Сегодняшний покупатель, воспитанный на культуре биохакинга и прозрачности данных, не верит абстрактным обещаниям на упаковке; он хочет видеть цифры, графики и подтвержденную динамику изменений своей кожи.

Технологии превращают субъективные ощущения в объективные данные, делая процесс ухода за собой прозрачным и, что немаловажно, прогнозируемым. Это меняет саму психологию потребления: покупка крема становится не азартной игрой, а инвестицией с гарантированным ROI (Return on Investment, возврат на инвестиции). Когда камера смартфона видит глубину морщин в микронах, продавать просто «красивую мечту» становится невозможно.

О смене философии индустрии заявляет Анна Дычева-Смирнова, международный эксперт в области маркетинга парфюмерии и косметики, управляющий директор ExproVisionRus и организатор выставки InterCHARM. Она отмечает, что влияние искусственного интеллекта стало необратимым там, где технология снижает неопределенность: прежде всего это диагностика и персонализация. По словам эксперта, анализ кожи и волос уходит от субъективной оценки к данным камер, которые оценивают все — от плотности волос до реакции на стресс. «Язык индустрии меняется: красота отказывается от риторики чуда и преобразования, бьюти-технологии говорят языком измерений: температура воздействия, скорость, время, динамика изменений», — подчеркивает Анна, добавляя, что такой подход делает красоту зрелой куль-

турной практикой, где технология не заменяет человека, а дает ему инструменты, позволяющие понимать свое состояние.

Магазин как мини-фабрика

Еще пять лет назад индивидуальное изготовление косметики было прерогативой королевских особ или клиентов закрытых лабораторий. Сегодня гиперперсонализация становится новым стандартом массмаркета и премиум-сегмента. Роботы вроде SmartSKN уже меняют формат традиционных магазинов в Лос-Анджелесе и Шанхае. Система анализирует биомаркеры кожи в реальном времени и тут же смешивает уникальную сыворотку.

Это создает принципиально новую модель ритейла: магазин перестает быть складом готовой продукции и становится мини-фабрикой с гибкой стратегией. Потребитель получает продукт, созданный «здесь и сейчас» под конкретное состояние его эпидермиса (учитывается даже влажность воздуха в его городе). Однако за этой внешней легкостью стоит колоссальная работа по обучению нейросетей, которые должны распознавать тысячи нюансов человеческой внешности.

Основной вызов для разработчиков сегодня — научить алгоритм «видеть» не хуже профессионального стилиста. Визажист и основатель бренда органического уходающего макияжа Vinata Наталья Власова уверена, что ИИ уже сейчас активно меняет индустрию, особенно в вопросах подбора оттенков дистанционно, что всегда было главной проблемой клиентов. Наталья рассказывает, что они создали специальный тест вместе с ИИ, который кропотливо обучали правильно подбирать тональный крем онлайн. «У нас пять оттенков в линейке, и мы долго тестировали, прежде чем показать его всем. И попадание 99%. Но на самом деле 100», — делится эксперт. Наталья Власова убеждена: если говорить о художественном видении, ИИ пока не может конкурировать с человеком, оставаясь «достаточно простым», но в технических вопросах и подготовке к выбору макияжа он уже стал незаменимым помощником.



НАТАЛЬЯ ВЛАСОВА



АННА ДЫЧЕВА-СМИРНОВА



СЕРГЕЙ ОСТРИКОВ



АННА ЛЕНЕ



Модель Белла Хадид, кадр из сериала «Красота» (Beauty), 2025

Скромный ассистент

Революция происходит не только на полках магазинов, но и в «святой святых» — исследовательских центрах. Автоматизация разработки продуктов позволяет крупным корпорациям анализировать миллионы комбинаций ингредиентов за секунды, выявляя скрытые синергии, которые человеческий мозг мог бы искать десятилетиями. В 2025–2026 годах использование генеративных моделей в разработке парфюмерных композиций и косметических формул стало обыденностью, позволяя брендам мгновенно реагировать на запросы аудитории.

Автоматизация касается как услуг, так и «закулисья» — разработки самих продуктов. Сергей Остриков, основатель Ostrikov Beauty Publishing, отмечает, что, хотя международные гиганты внедряют ИИ в работу над формулами, реальный объем этой автоматизации пока скрыт. По словам Сергея, в России уже есть интересные стартапы, такие как AI Spirit, где нейросети анализируют отзывы на ароматы, чтобы понять предпочтения людей, а парфюмер создает композицию на основе этого анализа. Бренд Острикова использует ИИ для сверки составов с номенклатурой INCI и сбора первичной информации. «На данный момент основная функция ИИ — это „получение второго мнения“ и крайне скромное ассистирование», — говорит Сергей, выражая надежду, что в дальнейшем возможности ИИ в создании рецептур будут только расти.

Предел кода

Впрочем, не все здесь так гладко: стремительная технологизация рождает мощный контртренд — дефицит живого общения. Чем совершеннее становятся роботы-массажисты и лазерные установки с ИИ-управлением, тем важнее становится эмпатия в кабинете специалиста. В мире, где алгоритм может идеально рассчитать глубину инъекции или угол изгиба ресниц, человек начинает искать не просто процедуру, а сопереживание и психологический комфорт.

Несмотря на успех роботизированных систем для 3D-моделирования результатов, в индустрии остается зона, абсолютно недоступная для программного кода, — считывание невербальных сигналов и долгосрочное доверие.

Врач-косметолог клиники «Клазко» Анна Лене подчеркивает, что алгоритмы неспособны понять сложный контекст — психологию человека или особенности его образа жизни, которые напрямую влияют на кожу. Анна уверена, что технологии не могут создать подлинную терапевтическую связь, где важны эмпатия и доверие. В таких условиях роль врача трансформируется: теперь это не просто исполнитель процедур, а создатель персональной эстетической стратегии. «Успешными будут те, кто сумеет совместить технологические возможности с традиционными сильными сторонами профессии — эмпатией, клиническим мышлением и искусством эстетической гармонии», — считает Анна Лене. По ее мнению, в современном турбулентном мире людям как никогда нужны «ласковые прикосновения рук и теплое общение».

Эксперты едины во мнении, что роботизация индустрии красоты — это не замена человека машиной, а освобождение профессионалов от рутины ради творчества и эмоционального контакта. Будущее принадлежит гибриднему подходу: точность робота обеспечит результат, а человек наполнит этот результат смыслом.

ДАРЬЯ БОГОМОЛОВА

Магия термальной воды

Навигация по текстурам увлажнения

Разбираемся, как не запутаться в обилии вариантов и не бросить уход на полпути.



1. «Урьяж О'Термаль», увлажняющая сыворотка-бустер с гиалуроновой кислотой
2. «Урьяж О'Термаль», увлажняющий крем
3. «Урьяж О'Термаль», увлажняющий крем для кожи контура глаз
4. «Урьяж О'Термаль», увлажняющий стик для губ

Ночной перезапуск

Помимо привычной рутины иногда нужны экстренные меры. Если нанести «Ночную увлажняющую маску» плотным слоем, наутро кожа выглядит отдохнувшей и сияющей. Экстракт эдельвейса усиливает восстановление. Утром и вечером критическую ситуацию спасет «Увлажняющая эссенция, придающая сияние». Несмотря на легкую текстуру, состав насыщенный: гиалуроновая кислота, глюконаты кальция и магния, экстракт акации шелковой.

Важные нюансы

Кожа рук теряет влагу гораздо быстрее кожи лица из-за частого мытья, перепада температур и сухого воздуха от кондиционера. «Увлажняющий крем для рук» возвращает мягкость коже и укрепляет ногти. «Увлажняющая губная помада с пудрой на основе термальной воды» увлажняет как по мановению волшебной палочки: через десять минут после использования можно нанести даже матовую помаду. «Увлажняющий крем для контура вокруг глаз» восстанавливает тонкую кожу, не переутяжая ее, а при регулярном использовании — уменьшит отечность и темные круги.

Увлажнение — общий базовый минимум. Правильная текстура превращает уход за кожей в приятный ритуал, который не захочется пропускать.

В РОССИИ каждый пятый покупает косметику, которой потом не находит применения, — по статистике, категория красоты замыкает тройку самых непродуманных трат. Некоторые флаконы остаются и вовсе нераспечатанными, какие-то средства используют всего пару раз. Причин много, и одна из них — неправильно подобранная текстура.

Сигналы кожи бывают разными: стянутость, тусклый цвет, морщинки. Кажется, достаточно найти средство с надписью: «Увлажняющее». Но универсального не существует. Сухой коже нужна текстура поплотнее, нормальной — легкий гель, жирная кожа тоже может быть обезвоженной и требовать особого подхода. Поэтому компания «Урьяж» выпустила целую гамму «О'Термаль». В основе, как явствует из названия, восстанавливающая термальная вода, богатая минералами и известная

своими успокаивающими свойствами. За дополнительное увлажнение отвечают гиалуроновая кислота и комплекс «Ак-ваксил». Но главное — это разнообразие текстур.

Для тонуса

Если кожа не доставляет хлопот, скорее всего, ваш тип — нормальная или комбинированная. Достаточно легкой текстуры, чтобы добавить свежести и тонуса. У «Увлажняющего желе» водно-гелевая консистенция: быстро впитывается, придает сияние и служит отличной базой под макияж. «Увлажняющий крем» слегка плотнее, но все еще тает на коже. Средства легко вписывать в дневной и ночной уход.

Добавить плотности

Сухая кожа требует не только влаги, но и питания. «Обогащенный увлажня-

ющий крем» с маслом ши и мочевиной питает и надолго сохраняет ощущение комфорта. Текстура плотная, но легко распределяется. Средство понравится и обладательницам жирной обезвоженной кожи — формула интенсивная, но не перегружает и не провоцирует жирный блеск.

Для тела «Урьяж» предусмотрела два формата. Очень сухой коже помогут масло ши и экстракт черной вороники в «Питательном бальзаме для тела». Для весенне-летнего сезона подойдет легкое по текстуре «Увлажняющее молочко для тела», в котором также есть и питательные компоненты (масло ши).

С началом сезона активного солнца в косметичку необходимо добавить защиту. «Увлажняющий крем с солнцезащитным фактором 20» спасает от негативного воздействия УФ-лучей.

Сканер, капа, лазер

Тренды эстетической стоматологии

ЦИФРОВИЗАЦИЯ,

минимальная инвазивность и анти-эйдж — выяснили, как изменились запросы пациентов и почему стоматология становится медициной долголетия.

За последние годы российский рынок эстетической стоматологии пережил структурную и смысловую трансформацию. Пациентам недостаточно улыбаться без стеснения — они запрашивают комплексное решение: внешний вид, здоровье и долгосрочность решений. «Стиль.Beauty» попросил ведущих стоматологов прокомментировать главные тренды года.

Все возрасты покорны

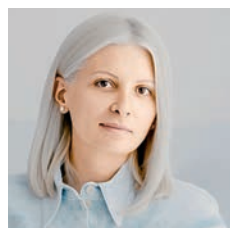
Сегодня в кресло стоматолога все чаще садятся люди старше пятидесяти. Их запрос: красивая улыбка, здоровая полость рта, правильный прикус и комфортное жевание — и они готовы инвестировать в дорогое, но долгосрочное, на 15–20 лет, решение. Основатель и владелец института базальной имплантации IBI Clinic Андрей Шмойлов отмечает: «Раньше возрастные пациенты обходились съемными конструкциями или приспосабливались к жеванию с проблемными или отсутствующими зубами. Сейчас сознательность и стремление сохранить и улучшить родной прикус становятся нормой». Стоматолог-ортопед клиники «Дантистофф» Кирилл Чащин отмечает, что к нему обращаются даже пациенты старше 90 лет. А Марина Гудиева, врач превентивной медицины, специалист по лазерной стоматологии, основатель стоматологической клиники Keersmiling, заметила, что возрастная группа пациентов расширилась и в противоположную сторону: «К нам приводят совсем маленьких детей, четырех-пяти лет, хотя раньше считалось, что за молочными зубами можно не следить. А потом и некоторые родители, видя результаты, начинают заниматься уже своим здоровьем».



АНДРЕЙ ШМОЙЛОВ,
IBI CLINIC

Результат до начала

Цифровой дизайн улыбки, 3D-визуализация и внутриротовые сканеры стали стандартом. Научное издание Dentistry Journal в марте текущего года опубликовало расчеты: AI-дизайн улыбки оказался предпочтительнее для 69,7% пациентов, а рынок стоматологического софта вырос за год на 17% и достиг \$1,83 млрд. Это окупается — люди видят результат до начала



МАРИНА ГУДИЕВА,
KEERSMILING

лечения, а время сокращается до одного-двух визитов. Искусственный интеллект помогает рассчитать форму, цвет и все нюансы. Марина Гудиева часто принимает клиентов с очень плотным графиком: «Вопрос хотят полностью закрыть за два-три дня, выделенных строго под лечение. Иногда даже за сутки: пациент прилетел в командировку и за час получил имплант и коронку. Неудивительно, что аппараты, которые обтачивают керамические виниры прямо у кресла, пользуются огромным спросом». Президент Бостонского института эстетической медицины, к. м. н., врач стоматолог-ортопед, ортодонт Константин Ронкин добавляет: «Дело не только в скорости, но и в высокой точности реставраций и совершенном дизайне, который идеально подходит по пропорциям».

Без разрезов

По словам Марины Гудиевой, пациент, который хотя бы раз попробовал лазерное лечение, не захочет лечить зубы по-другому: «Люди стали грамотнее и приходят с запросом исключительно на малоинвазивные методы». Константин Ронкин подтверждает: «От некоторых хирургических процедур мы и вовсе отказались. Например, от резекции суставного отростка нижней челюсти — раньше ее делали каж-

дому второму с дисфункцией височно-нижнечелюстного сустава». То есть спиливание сустава заменили более щадящие методы: проколы, шины, капы, а кость остается целой. Преобразился и рынок виниров: обточка зубов «под ноль» фактически ушла в прошлое. Как отмечает Андрей Шмойлов, современные методики позволяют работать с имеющимся объемом кости, полностью исключая даже разрез десны.

Стоматолог вместо косметолога

Потеря жевательных зубов и их стираемость сильно меняют лицо: губы западают, углы рта опускаются и добавляют возраста. Восстановление здесь работает как естественная подтяжка без хирургии, а продвинутые косметологи все чаще отправляют клиентов к стоматологам: если причина в прикусе, филлеры не решают проблему заниженной трети лица.

Впрочем, речь не только о визуальном эффекте. Как отмечает Константин Ронкин, главным трендом ближайшего десятилетия станет антивозрастная стоматология, а клиника будущего будет больше походить на longevity-пространство. Эти слова подтверждают и прогнозы Института здоровья полости рта CareQuest: по их расчетам, глобальный рынок долголетия к 2030 году достигнет \$8 трлн.



КОНСТАНТИН РОНКИН,
БОСТОНСКИЙ
ИНСТИТУТ
ЭСТЕТИЧЕСКОЙ
МЕДИЦИНЫ

Зубы как аксессуар

Вопрос цвета зубов оказался самым дискуссионным, и мнения врачей тут сильно расходятся. По словам Константина Ронкина, нередко запросы на виниры, «напоминающие санфаянс». Кирилл Чащин добавляет, что определенный процент пациентов относится к зубам как к аксессуару: «Гипертрофированная, ослепительная улыбка, по их мнению, демонстрирует достаток». В погоне за привлечением внимания к белоснежным зубам в ход идут и другие украшения. Например, ювиниры: керамический блестящий заполированный винир, напоминающий огранку драгоценного камня, — зубы становятся похожими на перламутр. Марина Гудиева не согласна с коллегами: в ее практике все больше клиентов переделяет виниры из-за слишком агрессивного цвета, меняя их на более натуральные. Сходятся специалисты в одном: как известно, естественный зуб неоднороден, он желтее у десны, светлее к середине, а режущий край почти прозрачен, и современные технологии позволяют воспроизвести эти характеристики — такие виниры будут неотличимы от натуральных.



КИРИЛЛ ЧАЩИН,
«ДАНТИСТОФФ»

Метод невидимки

Исправление прикуса уже само по себе тренд, так как он влияет не только на красоту улыбки, но и на форму лица и организм в целом. Люди со скученными зубами или сдвинутой челюстью часто страдают от апноэ, это, в свою очередь, повышает риски сердечно-сосудистых заболеваний. Из-за регулярно плохого сна снижаются когнитивные функции, уровень стресса растет. Многие из этих проблем можно решить ортодонтическим лечением. Этот сегмент рынка тоже не стоит на месте. Брекеты потихоньку сдают позиции: их теснят элайнеры (прозрачные капы). Помимо эстетического компромисса они помогают сохранить привычный образ жизни и не несут ограничений в питании. Единственное, что требуется, — дисциплина: брекеты зафиксированы на зубах круглосуточно, а с капами пациент сам соблюдает режим ношения и следит за их сменой.

Возвращаясь к вопросу эстетики, отметим: пациенты, желающие, чтобы результаты лечения были незаметны для окружающих, сами становятся все более наблюдательными. Андрей Шмойлов подчеркивает: «Там, где европеец закроет глаза на нюансы, требования нашего клиента к качеству и эстетике гораздо выше, и он будет добиваться идеала до мельчайших деталей».

Впрочем, если продолжать «международное сравнение», Марина Гудиева обращает внимание и на слабое место российских пациентов: «В Европе или Америке редко встретишь человека с неприятным запахом изо рта, а у нас проблема бывает даже у пациентов солидных клиник. К сожалению, использование нитей, ирригаторов и регулярная профессиональная гигиена у нас пока не стали нормой».

ДАРЬЯ КОЛЕДУК

Горячо-холодно

Пламперы без страха и упрека

Первое, с чем ассоциируется слово «плампер», — жжение и дискомфорт. Однако формулы существенно изменились, и сейчас рынок предлагает средства увеличения объема губ, не вызывающие раздражения.

ПО ДАННЫМ Future Market Report, рынок косметики для губ в 2024 году составлял \$14,5 млрд, при этом блески с эффектом объема оценили в \$899,4 млн. По прогнозам, к 2032 году сумма достигнет \$1,47 млрд. Неудивительно, что производители охотно заходят в данный сегмент. Так, премиальный бренд косметики d'Alba в 2025 году выпустил линию блесков-пламперов Plumping Lip Glow Mood Volumizer. Косметические средства вызвали ажиотаж — все было распродано буквально в течение нескольких недель. Екатерина Анчикова, врач-косметолог, объясняет: «За последние пять лет рынок косметики для губ пережил тихую революцию. Пламперы давно перестали быть агрессивными и перечными — они превратились в многофункциональные средства». Старые формулы работали за счет экстрактов, которые вызывают жжение и покраснение, таких как никотинат, корица или мята. В своих пламперах d'Alba придумали заменить их на ментол, и вместо неприятных ощущений на губах остается только легкий холодок. Кроме того, в формулу Plumping Lip Glow Mood Volumizer добавили низкомолекулярную гиалуроновую кислоту и пептиды: гладкие, увлажненные губы всегда выглядят объемнее.

Разумеется, подчеркивает Екатерина, это средство временного действия, и ни один накопительный эффект не сравнится с филлером. Однако многие потребители, начиная со звезд, все чаще отказываются от косметологических вмешательств и благодарят пламперы. Так, главные по улучшаюшину, сестры Кардашьян, уверенно демонстрируют эту тенденцию: Кайли Дженнер удалила филлер еще в 2024 году, а Кендалл уверяет, что вообще ничего не делала с губами и секрет — в грамотно подобранной декоративной косметике.

При этом плампер работает глубже классического блеска для губ. Помимо придания оттенка и увлажнения он разглаживает рельеф и стимулирует микроциркуляцию. Текстура у d'Alba плотнее, чем у блесков, но липкость минимальная: разговаривать, есть и пить комфортно. Стойкость, с которой средство продержится на губах — три-четыре часа, в течение которых будет приятное ощущение увлажненных, мягких губ. Но после еды макияж нужно будет обновить.

Такой подход вписывается в глобальный тренд скинификации макияжа (англ. skinification of makeup) — потребителю



нужны декоративные средства, ухаживающие за кожей. В январе Lovinah Longevity Lab опубликовала опрос-исследование: 73% потребителей ищут активные ухаживающие ингредиенты в продуктах для губ, а частота поискового запроса «пептидный бальзам для губ» выросла на 203%.

Дополнительный приятный холодок при нанесении Plumping Lip Glow Mood Volumizer придает скошенный металлический аппликатор. Екатерина Анчикова приводит еще два аргумента: гигиенич-

ность — аппликатор можно промывать, продукт не впитывается, бактерии не копятся — и точная дозировка — аппликатор набирает нужное количество и равномерно распределяет продукт, поэтому накраситься можно одним движением, не глядя в зеркало.

Pinterest среди главных бьюти-трендов 2026 года назвал Gimme Gummy: железные текстуры, глянец, «съедобность». Запрос на Jelly Blush вырос на 130%, на Jelly Candy Aesthetic — на 100%. Плампер d'Alba



уверенно воплощает этот тренд: губы выглядят сочными и натурально увлажненными, но при этом не липкими.

Оттенок тоже выбран не случайно. Первыми бренд запустил полупрозрачный плампер Feeble Pink и две версии розового: Posh Rose (теплый розово-коралловый) и Petal Rose (оттенок спелой сливы с холодным подтоном). Однако, по данным опроса d'Alba, 67% женщин хотят эффект «свои губы, только лучше». Новинка в красном оттенке Ruby Rose (сочный красный цвет с прохладным подтоном) отвечает этому запросу. Хотя название отсылает к рубину, цвет не ярко-алый, а легкий и достаточно нейтральный, чтобы подойти и блондинкам, и брюнеткам.

В общем, сегодня совершенно очевидно: категория пламперов останется одной из самых горячих — теперь уже не в буквальном смысле — в ближайшие несколько лет. Объем больше не требует боли.

В поисках вау-эффекта

Известные блогеры о своих предпочтениях в косметике и салонных процедурах

Ежедневно у ритейлеров, в меню салонов красоты и клиник, в публикациях СМИ и постах в соцсетях появляются десятки новых бьюти-средств, гаджетов и процедур, обещающих вечную молодость и красоту. О том, что действительно работает, обеспечивая реальный результат и видимый эффект, мы расспросили лидеров мнений — блогеров, чья аудитория насчитывает от сотен тысяч до миллионов подписчиков и к чьим рекомендациям активно прислушиваются.



из личного архива Оксаны Пономаревой



из личного архива Надежды Стрелец



из личного архива Аиды Гаруновой



из личного архива Александра Рогова



из личного архива Мадонны Мур

Оксана Пономарева, фэшн-блогер, креативный консультант, автор блога Oksana Rim
Аудитория в соцсетях: более 187 тыс. человек

— Что касается лица, я мало что делаю, так как у меня розацеа, и я его особо не трогаю. Пробовала BBL и ставила нити, осталась довольна. Из того, что вызывает восторг, — новые (для меня) щипцы-плойка для волос GHD с тремя цилиндрами. Все, что пробовала ранее, не сравнится: удобно захватываются волосы, и мгновенно получают классные крупные волны. Недавно показывала в своем блоге карандаши Charlotte Tilbury Lip Cheat для объема губ. Я называю их «средство для ленивых»: все за вас сделала Шарлотта, создав идеальные дуэты для визуального увеличения губ. Всегда под рукой маски из натуральных водорослей — обеспечивают мгновенный лифтинг и успокаивающий охлаждающий эффект. Нравится также их яркий аромат моря, это и ароматерапия в том числе. Но основа всего — буду банальной — нормальные питание и сон.

Надежда Стрелец, журналист
Аудитория в соцсетях: более 2,5 млн человек

— Я реалист и скептически отношусь к бьюти-советам звезд, которые делают операции, но рассказывают аудитории про чудодейственный эффект народной медицины. С реальными возрастными изменениями эффективнее хирургии нет ничего. А качество кожи сегодня косметологи предлагают поддерживать с помощью новомодного препарата Plinest на основе полинуклеотидов. Я пробовала — эффект скорее субъективный. Но все, что не вредит, я одобряю. А в паре с коллагеном — вполне рабочая схема.



GHD WAVE

Аида Гарунова, бьюти-блогер MOYA Devo4ka, основательница бренда THE CLUB
Аудитория в соцсетях: более 1,2 млн человек

— Из недавнего, что впечатлило, — это термотушь Sunnola. Вообще, советовать тушь, как и советовать тональный крем, сложно: тут все очень индивидуально. Но тут я готова сделать исключение. Она супер: разделяет ресницы, дает хороший изгиб. Не осыпается, не отпечатывается, не течет, смывается теплой водой. И еще из стоящего отмечу маску для волос Embrace. Делает все, что должна делать работающая восстанавливающая питательная маска для волос. А если говорить о серьезных процедурах, я увидела хороший эффект от RF-лифтинга (я делала Morpheus в клинике Dermavi у Мадины Магомедовой) и BBL. Итог: гладкая, плотная, сияющая кожа.

Александр Рогов, телеведущий, стилист, дизайнер
Аудитория в соцсетях: более 1,6 млн

— Я вижу эффект от аппаратных процедур. Для тела мне особенно нравится Emsculpt. Разогреваются мышцы, повышается температура жировой ткани, разрушая ненужные клетки. И плюс вызываются мышечные сокращения на максимальном уровне. Но это работает исключительно с базой в виде спорта три раза в неделю и правильного сбалансированного питания. Из инъекционных процедур для лица мне лично результат дают полимолочная кислота и полинуклеотиды, PDRN. Все это я делаю много лет у Алены Саромыцкой в клинике Professional. Еще пробую пептиды в виде аэрозоля в нос. Обещают поддержку процессов омоложения, иммунитета и чего только не — мне нравится.

Мадонна Мур, журналист
Аудитория в соцсетях: более 400 тыс. человек

— Я вижу вау-эффект от GLED-маски Bork. Воздействие световых волн разных цветов и микротоков позволяет срочно «собрать лицо» и получить здоровый цвет. Я регулярно делаю массаж лица в салоне и вижу результат: например, в виде разгладившегося очень глубокого залома на лбу. Отмечу и аппарат Volnewmer. Я увидела эффект суперподтянутой кожи сразу после процедуры. Далее кожа еще больше уплотнится, и лифтинг будет более выраженным.



BORK

1. Удлиняющая термотушь для ресниц, Sunnola Ane
2. Восстанавливающая маска для волос, Embrace Restore Mask
3. Карандаш для губ, Charlotte Tilbury Lip Cheat
4. Щипцы для создания локонов, GHD Wave
5. Омолаживающая GLED-маска для лица, Bork D800

Подготовила
Лилит Арутюнян

Невидимая броня

Рынок солнцезащиты переходит на легкий режим

Выяснили, как кремы от загара переехали из пляжной косметички в ежедневную и почему новые формулы играют в этом важную роль.

СОГЛАСНО отчету Global Market Insights Inc., мировой рынок солнцезащитной косметики в 2024 году оценивался в \$13,4 млрд, а к 2034-му должен достигнуть \$20,4 млрд. Основные причины — осведомленность о фотостарении и вполне реальные истории о том, как кожа теряет упругость под активным солнцем. Российский рынок демонстрирует ту же тенденцию. По данным одного из крупнейших бьюти-ритейлеров, «Золотого яблока», продажи солнцезащитной косметики в 2025 году выросли на 35%. Ею пользуется почти две трети россиян, однако лишь 8% делают это ежедневно — остальные либо в ясную погоду, либо только в отпуске. Категория растет, но не за счет регулярного применения, а благодаря широте охвата: люди понимают, что солнцезащита нужна, однако используют ее от случая к случаю. Ключевая причина — текстура. Липкость, жирный блеск, белые разводы — каждый третий покупатель менял бренд только из-за подобных проявлений на коже.

Очевидно, рынок созрел для формата невидимой защиты. Поэтому выглядят логичными две новинки от Institut Esthederm, бренда, который основал фармацевт и клеточный биолог Жан-Ноэль Торель. Изучая механизмы старения кожи, господин Торель разработал и запатентовал составы, делающие солнцезащиту более эффективной. Новинки получили текстуру флюида: ультралегкие, с сухим финишем и без липкой пленки, что особенно важно сегодня, когда удобство перестало быть бонусом — теперь это главный запрос наравне с эффективной защитой от солнца. Как отмечает эксперт компании «Наос» Игорь Патрин, в клинической практике именно текстура чаще всего определяет, будут ли средством пользоваться в нужном объеме и с нужной частотой.

Солнцезащитный флюид Adaptasun построен на одноименной технологии. Ее суть — синхронизация защиты: ограничение вредного излучения, нейтрализация последствий и адаптация кожи к солнцу. Загар рассматривается не как побочный эффект, а как естественный защит-



ный механизм. Меланин — природный фильтр, и состав солнцезащитного флюида поддерживает его выработку. По данным компании, через 21 день использования кожа адаптируется к солнцу и выглядит сияющей, а загар становится более равномерным и стойким.

Солнцезащитный флюид Photo Reverse SPF50+ нацелен на работу с гиперпигментацией. Состав предотвращает появление новых темных пятен и осветляет уже существующие, а пептид Нехарептид-2 отвечает за равномерное распределение загара. Клинически доказано: видимость пигментации снижается на 23% уже через 56 дней, тон лица заметно выравнивается.

К важности солнцезащиты привлекают внимание и те, для кого лицо — рабочий инструмент. Наталья Водянова не в одном интервью подчеркивала, что использует такую косметику каждый день, независимо от погоды. Николь Кидман и Энн Хэтэуэй тоже берегут свою аристократическую бледность и не выходят на улицу без крема с фактором 50 или хотя бы 30+. Хью Джекман, перенесший рак кожи, регулярно напоминает о важности такого подхода.

Солнцезащита перестала быть компромиссом между здоровьем и комфортом. Новинки Institut Esthederm легко вписать в ежедневный уход, чтобы позаботиться о себе без лишних усилий.



Индийский путь

Перерастая экзотику

ИНДИЯ к 2026 году вошла в пятерку крупнейших косметических рынков мира, потеснив традиционных лидеров. Пока западные корпорации интегрируют индийские премиум-бренды в свои портфели, российские производители находят в регионе альтернативу европейскому химическому сырью. Разбираемся, как устроена индийская индустрия красоты и благодаря чему она перестала быть нишевой.

Экономика «тихих» городов и государственная протекция

Объем индийского рынка косметики и средств личной гигиены в 2025 году оценивается в \$31 млрд (данные IMARC). Ключевой интерес для бизнеса представляет не столько валовой объем, сколько география роста. В 2026 году основным драйвером стали не мегаполисы вроде Мумбая или Дели, а города второго и третьего эшелона. Внедрение 5G в провинции и развитие финтех-сервисов позволили местным потребителям напрямую покупать премиум-бренды через платформы электронной коммерции, минуя традиционную розницу, которая в малых городах развита слабо.

Развитие сектора во многом обусловлено долгосрочной государственной стратегией «Made in India». Правительство создает преференции для компаний с локализованным производством, что заставляет международных гигантов менять политику. Как отмечает сооснователь бренда JIAN Essentials Рохит Джайсвал, этот фактор делает прямой импорт готовой продукции в Индию крайне сложным и дорогостоящим из-за таможенных барьеров, побуждая мировые бренды открывать заводы внутри страны. При этом государственные субсидии направлены на поддержку экспорта натуральной косметики, что укрепляет позиции индийских марок на внешних рынках — от Ближнего Востока до Восточной Европы.

Премиумизация и «доказательная аюрведа»

Трансформация рынка сопровождается фундаментальными изменениями в психологии покупателей. По мнению Рохита Джайсвала, потребитель перешел к осознанному анализу составов: «Происходит сдвиг: потребитель осознает, что аюрведа не является универсальным решением. Вместо того чтобы слепо следовать за рекомендациями знаменитостей, люди хотят самостоятельно изучать продукты и читать отзывы. Появляется спрос на дермокосметику, где традиции сочетаются с решениями с доказанной эффективностью».

Этот сдвиг в сторону «научной аюрведы» (Ayurvedistry), когда традиционные экстракты трав усиливаются пептидами,



ниацинамидом или гиалуроновой кислотой, стал сигналом для глобальных инвесторов. Наиболее показателен пример американской корпорации Estée Lauder Companies (ELC), которая во второй половине 2026 года завершает сделку по консолидации 100% акций индийского люксового бренда Forest Essentials.

ELC планомерно увеличивала свою долю в данном активе с 2008 года, оценив потенциал модели вертикальной интеграции. Сегодня Forest Essentials — это не просто косметика, а полноценная экосистема: компания самостоятельно контролирует весь цикл — от выращивания редких растений на собственных плантациях до управления сетью из 200 концептуальных бутиков. Даже интерьеры этих магазинов претерпели эволюцию, адаптируя эстетику дворцов махараджей под минималистичные запросы современного люкса. При выручке в \$63 млн в 2025 году маржинальность бренда по EBITDA достигла впечатляющих 48%. Для глобального рынка это маркер: индийский премиум —

высокорентабельный бизнес с уникальной идентичностью. По данным международной консалтинговой компании Kearney, ожидается, что объем люксового сегмента в Индии к 2035 году вырастет до \$4 млрд против \$1 млрд в 2024-м.

Особую роль в экспансии премиум-брендов играет присутствие в гостиничном и спа-секторе. Так, Forest Essentials, будучи эксклюзивным поставщиком для сетей уровня Taj и Oberoi, формирует имидж Индии как мирового центра велнеса. Это позволяет бренду выходить на международный уровень не через массмаркет, а через ассоциацию с высочайшим уровнем сервиса и аутентичности.

Сырьевой мост Индия—Россия

Для российских производителей косметики Индия в 2025–2026 годах стала стратегическим партнером, способным заменить европейских поставщиков ингредиентов. Экспорт индийских эфирных масел и душистых веществ в РФ достиг \$26 млн, и динамика закупок продолжает расти.

На профессиональных выставках лидеры индийского рынка, например компания Ultra International (работает с 1987 года), демонстрируют принципиально новый подход к сотрудничеству. Вместо поставок типового сырья они предлагают российским заказчикам глубокую кастомизацию отдушек под специфику местного рынка. Специалисты Ultra International разрабатывают композиции с учетом химического состава российской воды и предпочтений потребителей в ароматах бытовой химии и средств личной гигиены.

Весь индийский рынок натуральных душистых веществ оценивается почти в \$7 млрд с ежегодным ростом в 10%. Масштабные инвестиции в технологии сверхкритической CO₂-экстракции и собственные R&D-центры позволяют индийским предприятиям удерживать цены на 20–30% ниже европейских при сопоставимом качестве. Для российской индустрии, столкнувшейся с ростом издержек на логистику из ЕС, индийское сырье становится фактором сохранения маржинальности.

Несмотря на глобальный рост индустрии, присутствие индийских косметических брендов в России пока остается точечным. Так, по данным аналитического материала Сбербанка, в ассортименте сети «Рив Гош» представлены такие марки, как Earth Rhythm и Colorbag. В «Золотом яблоке» пока из индийских продуктов предлагаются в основном благовония — палочки и масла, что подчеркивает нишевый характер присутствия и пока ограниченный ассортимент.

Однако считать рынок эпизодическим уже нельзя. По данным международной статистики United Nations Comtrade, экспорт косметики из Индии в Россию достиг \$17,7 млн в 2023 году, демонстрируя среднегодовой рост около 17% с 2018 года. Логистика подтверждает этот тренд: только за последний год было зафиксировано более 800 поставок косметической и травяной продукции из Индии, что говорит о формировании устойчивых торговых связей и постепенном расширении присутствия.

Исторически индийская косметика входила на российский рынок через базовый сегмент натурального ухода. Один из самых показательных примеров — Himalaya Herbals, бренд, пришедший в Россию в 2007 году.

Таким образом, индийская косметика в России находится на переходном этапе: от нишевого присутствия и ограниченного ассортимента к формированию устойчивого сегмента с собственными брендами, растущими поставками и потенциалом масштабирования на фоне общего интереса к натуральному и функциональному уходу.

Технологии и новые сегменты

Ритейл-ландшафт Индии в 2026 году определяется жесткой конкуренцией маркетплейса Нукаа и платформы Tira (Reliance Retail). Рохит Джайсвал подчеркивает, что успех на этом поле сегодня зависит от дистрибуции и модели D2C (Direct-to-Consumer — «прямой доступ к потребителю»). «Основной успех крупных брендов выше массмаркета связан с огромными инвестициями в маркетинг. В Индии сейчас этап изменения потребительского поведения, который со временем приблизит рынок к западным стандартам», — отмечает он.

Этот сдвиг подпитывается интересом к K-beauty, который Рохит называет рынком «волшебных ингредиентов». Чтобы конкурировать с «корейским чудом», индийские ритейлеры внедряют технологии дополненной реальности: ИИ-зеркала для подбора макияжа и системы виртуальной примерки ароматов в магазинах Tira. Развитие систем экспресс-доставки за 15–20 минут (Zepto, Blinkit) также изменило структуру потребления, увеличив импульсивные покупки в массмаркете на 39%.

Параллельно происходит бум сегмента мужского груминга. По данным IBEF, индийский рынок мужской косметики к 2033 году достигнет \$4,3 млрд. Мужчины все чаще выбирают специализированный уход за кожей и бородой, причем более 35% продаж в этом сегменте приходится на онлайн-каналы, что открывает новые возможности для технологичных D2C-брендов.

Экспортные перспективы

Индийская бьюти-индустрия трансформировалась из источника экзотических ингредиентов в высокотехнологичный

глобальный хаб. Страна успешно монетизирует свою «мягкую силу» — аюрведу, подкрепляя ее современными научными исследованиями и стандартами качества. Кейс Forest Essentials показывает, как локальный бренд может диктовать правила игры в портфеле мирового конгломерата, сохраняя культурную идентичность.

Для международного бизнеса, включая российский, Индия сегодня интересна в двух ипостасях: как огромный рынок сбыта с быстро растущим средним классом и как поставщик интеллектуальных формул и кастомизированного сырья. Синергия древних традиций и мощного химического производства создает уникальный продукт, который конкурирует на мировом рынке уже не только ценой, но и операционной эффективностью. В условиях, когда традиция получила научное обоснование и мощную цифровую платформу для дистрибуции, индийские бренды становятся полноценными участниками глобальной бьюти-отрасли, определяя тренды на годы вперед.

ДАРЬЯ ЕРМОНСКАЯ

1. Палетка теней для век Bewitching Eyeshadow Palette: P. S. I Love You, Colorbar
2. Шампунь с розмарином против выпадения волос, ThriveCo
3. Сухой шампунь + кондиционер Sweet, Repute
4. 100% натуральное масло авокадо, JIAH Essentials
5. Румяна в мини-формате Contour de Force, Sugar Cosmetics
6. Увлажняющий крем для лица с витамином E, Himalaya Herbals



ПРЕСС-СЛУЖБА «АТРЕЯ АЮРВЕДА»

ЦЕНТР АЮРВЕДЫ И ЙОГИ «КЕРАЛА»

Керала — тот самый южный штат в Индии, где зародилось учение аюрведы. А в Москве работает самый большой в городе (1 тыс. кв. м) центр аюрведы и йоги с одноименным названием, где прием ведут специалисты именно из этого штата. Главный доктор Мохаммедали Палассери практикует в России уже 30 лет и 21 год из них руководит «Кералой», адаптируя традиционные методики под российский климат, менталитет и потребности. Визит в клинику всегда начинается с консультации доктора аюрведы, который среди десятков процедур выберет подходящую именно вам. Есть и безусловные хиты, как, например, синхронный массаж в четыре руки — абхьянга, который в центре называют «сома». Перед массажем обязательно приглашают к доктору: он проводит короткую диагностику, определяет цель (суставы конечностей, плечевой пояс, стресс) и назначает масло в соответствии с типом конституции. Осенью и весной — сезон панчакармы, легендарной аюрведической

очистительной программы. В центре ее проводят без круглосуточного пребывания: этап промасливания можно пройти дома или с выездом медсестры, а сами очистительные процедуры — уже в центре. Есть классическая панчакарма (массажи, пропаривания, очистительные клизмы) и усиленная — панчакарма с расаяной (еще одна система омоложения и очищения на клеточном уровне, включающая прием специальных препаратов, особую диету и йогу). В центре работает собственная аюрведическая аптека, куда доставляют препараты из Индии. Гоша Куценко, Анжелика Варум, Сати Казанова, Никита Ефремов, Александра Ребенок с удовольствием приходят к доктору Мохаммедали на прием или занимаются йогой (все направления ведут учителя из Индии). А после можно пообедать или поужинать в аюрведическом кафе, где готовят настоящие индийские вегетарианские блюда — в том числе на вынос.

Адрес: Мичуринский проспект, д. 3

Центры аюрведы и йоги в Москве

Где в столице можно попробовать широдхару, удвартану, марму, расаяну, подикижи, пройти детокс на панчакарме и познакомиться с настоящей аюрведой..

АЮРВЕДИЧЕСКАЯ КЛИНИКА ARYAN

Клиника основана десять лет назад, и все специалисты, включая главного врача Варуна Рама Раджа, приехали из штата Керала. Здесь предлагают все известные аюрведические программы и продукты собственного производства в Индии: эфирные масла и натуральную аюрведическую косметику класса премиум Aryan Luxury Ayurveda. Под тем же брендом производят БАДы, за которыми приезжают со всей Москвы. Здесь все делается строго по индийским протоколам: если вы попали на процедуру удвартана, вам сделают массаж тела с перетертыми в порошок травами, привезенными из Кералы, а потом посадят в индийскую дубовую бочку, чтобы как следует пропариться. Масло или молоко, которые льют на область третьего глаза на процедуре широдхары, тоже будет абсолютно аутентичным. Может быть, поэтому данная расслабляющая процедура так популярна именно в Aryan. Среди других хитов клиники, конечно,

но, массаж в четыре руки абхьянга, на котором прорабатывается полностью все тело от головы до кончиков пальцев ног; и подикижи — массаж с простукиванием горячими масляными травяными мешочками. марма-массаж (проработка марма-точек — энергетических центров, которых в теле насчитывается больше сотни) делает сам доктор Варун Рам Радж. Он руками определяет на теле места застоя энергии и восстанавливает ее циркуляцию. Каждый марма-центр связан с определенными органами, и его разблокировка помогает справляться с различными болями, нарушениями женского здоровья, сбоями цикла и другими состояниями. Ну и куда же без панчакармы, которую здесь практикуют вместе с насей — процедурой очищения носоглотки путем введения в ноздри теплых травяных масел или соков растений для избавления от гайморита и мигреней.

Адрес: 3-я Тверская-Ямская ул., д. 44



GETTY IMAGES

Клиника аюрведической медицины и йоготерапии «Атрея Аюрведа»

Генеральный директор и главный врач клиники Наушад Али Тачапарамбан приехал в Россию в 1996 году для работы с ликвидаторами чернойбыльской аварии, да так здесь и остался. Доктор предложил использовать классическую аюрведическую методику глубокой детоксикации организма (панчакарма) для лечения этих пациентов и добился впечатляющих результатов. Господин Тачапарамбан не только врач аюрведы, но и дипломированный кардиохирург, что помогает ему вытягивать даже самых тяжелых пациентов, от которых отказалась европейская медицина. Не только он — все доктора клиники имеют два образования: аюрведическое и классическое высшее медицинское. Это позволяет видеть полную

картину и четко понимать, кому поможет аюрведа, а кого нужно отправить к узкому специалисту. В клинике — более 150 процедур и программ, но первый визит предполагает только беседу, диагностику по пульсу и языку, а уже затем врач предложит план лечения. В числе популярных процедур: масляный массаж всего тела в четыре руки абхьянга, массаж ступнями калари, скульптурный массаж лица, успокаивающий массаж самавахана, широдхара и, конечно, панчакарма, на которую можно приезжать из дома, сочетать ее с дневным стационаром или выбирать облегченные протоколы. Какие именно — решает врач после консультации.

Адрес: Варсонофьевский пер., д. 6



ПРЕСС-СЛУЖБА ARYAN

Вершины мастерства Велнес-курорт Ananda



1. Открытый павильон для занятия йогой и медитацией
2. Терраса исторического здания отеля с видом на долину реки Ганг
3. Главный зал ресторана
4. Спальня в Viceregal Suite



С НАЧАЛА нулевых индийская клиника и велнес-курорт Ananda in the Himalayas остается на слуху у всех, кто интересуется путешествиями, стремится к здоровому образу жизни, любит экзотику и готов к новому опыту. С момента открытия Ananda стала выбором трендсеттеров со всего мира. Выяснили, почему столько лет курорт остается центром притяжения.

Клинику Ananda нельзя назвать Индией в прямом смысле слова: примерно как сказать, что Москва — это Россия. Но, если вы ищете возможность для первого знакомства с удивительной страной, здесь это получится максимально комфортно.

Ananda находится в предгорье Гималаев, там, где, как уверяют местные, зародились йога, медитация и аюрведа. В полчаса езды — собирающий паломников со всего мира шумный город Ришикеш и красивейшая долина реки Ганг. Именно сюда в 1968 году приезжали The Beatles заниматься трансцендентальной медитацией и искать вдохновения. Кстати, поклонникам группы еще можно успеть посетить ашрам, где проживали знаменитые ливерпульцы, — недавно его начали реставрировать, но оригинальные постройки, помнящие четверку битлов, еще сохранились в первозданном виде.

Курорт Ananda — прекрасное место для восстановления организма. Кого

здесь ждут? Всех, кто живет в постоянном стрессе и атмосфере многозадачности, кто хочет научиться лучше слышать свой организм, чувствовать себя бодрее и гармоничнее, кто решает задачу фертильности, хочет избавиться от аутоиммунных заболеваний, облегчить хронические боли. Здесь используется холистический подход к оздоровлению, а это значит, что программы объединяют традиционные индийские практики аюрведы, йоги и философию веданты с лучшими международными методиками, китайской медициной и всеми преимуществами органической кухни.

Ашок Кханна, основатель и управляющий директор, рассказывал, что в самом начале пути здесь был только шикарный дворец, помещение в центре великолепного природного парка, и мечта создать такой центр. «Само место тоже послужило источником вдохновения для воплощения в жизнь оздоровительного проекта, который я себе представлял», — говорит он.

Не рассказать об этом самом дворце, с которого четверть века назад все началось, было бы недопустимо — настолько он хорош. Ananda построена на территории дворца махараджи Техри-Гарвала, где в начале 1900-х часто отдыхал британский вице-король, наместник британского монарха лорд Луис Маунтбеттен, где бывали многие знаменитости, включая таких, как премьер-министры Индии Лал Бахадур Шастри и Индира Ганди, духовные лидеры Шри Анандамайи Ма и Свами Шивананда, король Карл III и королева Камилла, кинозвезды со всего мира.

Сегодня во дворце наместника находятся ресепшен отеля, библиотека и зал для йоги и медитации, здесь сохранены оригинальные резные панели стен, антикварные люстры и старинная мебель. Тут же расположен единственный исторический номер курорта — Viceregal Suite (остальные 70 номеров находятся в отдельном современном здании), где останавливались звездные гости, — все дышит атмосферой эпохи ар-деко, роскошных балов и красивой жизни. Индийцы не только сохранили интерьеры тех лет, но и бережно отреставрировали каждый элемент, который может представлять ценность, будь то библиотека лорда-наместника, набивной паркет, комната для игры в бильярд, межкомнатные двери, кровать с балдахином и тяжелые резные шкафы — все выглядит так, как будто хозяйка только что вышли на прогулку и скоро вернутся.



В 2019 году на курорте завершилась масштабная реновация, которая коснулась вилл, ресторана и SPA-центра. Над преобразованием Ananda in the Himalayas работала студия Chhada, Siembieda & Associates, в оформлении использовались янтры и традиционное искусство гималайских коренных жителей — гондов. Детали настраивают на гармонию, предлагают созерцание и замедление, достижение внутреннего баланса.

Оздоровительные программы в Ananda подобраны тщательно: «Омоложение по аюрведе», «Детокс», «Йога детокс», «Медитация Дхьяна», «Контроль веса», «Управление стрессом» известны во всем мире. Каждая программа начинается с персональных консультаций — сначала онлайн, за две недели до приезда, потом непосредственно с доктором. SPA-центр занимает площадь около 2,4 тыс. кв. м, здесь есть 24 процедурных кабинета, фитнес-центр, открытый подогреваемый бассейн, финская сауна, хаммам, дорожка Кнейпа. В процедурных кабинетах можно получить аюрведические массажи, международные и тибетские процедуры, а также принять ароматические ванны.

Ananda славится своей полезной, но нескучной кухней — в прочтении местного шеф-повара даже самые простые блюда превращаются в приятный гастрономический эксперимент. Велнес-меню обновляется ежедневно и персонализировано по типам доши (энергетической конституции тела). В целом гастрономическая концепция Ananda предполагает использование свежих натуральных продуктов с низким содержанием жиров и калорий, особое внимание уделяется злакам, свежим овощам и фруктам, постным белкам, молочным продуктам с низким содержанием жира. Соли, красители, ароматизаторы и консерванты здесь под запретом. Шеф-повара используют травы, выращенные в Ananda, и органические продукты с местных ферм, расположенных рядом с Дехрадуном. Кроме того, здесь придерживаются концепции zero waste: на кухне стремятся к безотходному производству.

Если массаж, йога или медитация вам вдруг наскучили, можно выйти за пределы отеля и отправиться на трекинг, рафтинг и сафари (последние — возможный выбор для мужчин, которые вызвались сопровождать своих жен или подруг и не проходят программы). В окрестностях Ananda стоит посмотреть древние храмы, посетить ритуал поклонения Гангу, церемонию Ганга Аарти — это лучше сделать вместе.

Ирина Кириенко



1. Одеколон «Цветочный», первый выпуск
2. Москва, Никольская улица, правление и оптовый склад «Товарищества Брокар и Ко», 1914 год

3. Фабрика «Брокар и Ко», отдел одеколona «Цветочный», 1914 год
4. Генрих и Шарлотта Брокар, 1900 год

Русская слава француза Гений парфюма и маркетинга Генрих Брокар

ЭТИ фотографии — свидетельства богатого прошлого российской парфюмерно-косметической отрасли. Товарищество «Брокар и Ко» в 1864 году основал потомственный французский парфюмер Генрих Анри Брокар. Он приехал в Москву в 1861-м и начинал буквально с нуля, не имея капитала, но обладая профессиональными знаниями, талантами технолога-новатора и маркетолога.

Брокар сделал ставку на массовость и необычный дизайн упаковок, тем самым изменив сам посыл парфюмерии, долгое время оставшейся привилегией аристократов. Его ключевая идея была, как свидетельствует книга «Золотой юбилей парфюмерного производства товарищества „Брокар и Ко“ в Москве, 1864–1914», следующей: «Предметы личной гигиены

не должны быть роскошью, доступной избранным и ввозимой из-за рубежа».

Именно Брокар первым придумал бьюти-боксы с образцами косметики, устроил на Нижегородской ярмарке фонтан из «Цветочного», чтобы каждый желающий мог бесплатно воспользоваться одеколоном, — все это задолго до появления привычного нам формата тестеров.

«На рубеже XIX–XX веков фабрика Генриха Брокара, оснащенная по последнему слову парфюмерного производства, входила в число крупнейших в мире предприятий как по своим размерам, так и по степени технического совершенства, — комментирует Михаил Трубаев, генеральный директор компании Brocard. — На одной из фотографий мы видим медные перегонные кубы, трубопроводы, фильтры и ремен-

ные передачи от паровой машины. Здесь идет процесс смешивания масел со спиртом, красителями, консервантами с последующей фильтрацией и выдержкой. То есть тут зафиксирован момент, когда химическая композиция, созданная парфюмером в лаборатории, превращается в готовый жидкий продукт под действием пара, давления и механических сил, управляемых рабочими. Это свидетельствует о том, что фабрика была не просто производственной площадкой — передовой промышленной структурой мирового уровня».

Современная компания Brocard, созданная в 1991 году, опираясь на традиции товарищества Генриха Брокара, успешно развивает и популяризирует российское парфюмерное искусство.

Ирина Кириенко

БЕЗОПЕРАЦИОННАЯ ПОДТЯЖКА ЛИЦА И ТЕЛА

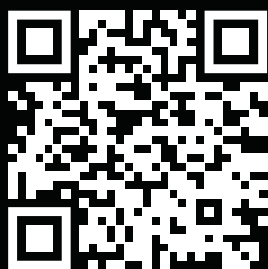
БЕЗ БОЛИ И РЕАБИЛИТАЦИИ

- Улучшение овала лица
- Омоложение
- Выраженный лифтинг
- Круговая контурная пластика век
- Коррекция морщин
- Восстановление тургора кожи (упругости и эластичности)
- Устранение постакне, рубцов и растяжек

7D

ОМОЛОЖЕНИЕ МОНОПОЛЯРНЫЙ RF

И ПУСТЬ ХИРУРГ ПОДОЖДЕТ



ГДЕ ПРОЙТИ
ПРОЦЕДУРУ

РЕКЛАМА

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

