



1 Объемные и густые ресницы цвета черной глянцевой кожи — именно такой результат дает новая тушь **Colossal Go Extreme! Leather Black, Maybelline New York** (ок. 397 руб.). **2** Стайлер для укладки волос **SC-HS60498, Scarlett Top Style** имеет керамическое покрытие. К каждой упаковке прилагается «Гид по стилю», который поможет создать любую укладку, не выходя из дома (ок. 1500 руб.). **3** Антицеллюлитный активатор для тела из серии **Expert, Faberlic** оказывает двойное действие: ускоряет расщепление жира как в состоянии покоя, так и при физических нагрузках, и разглаживает кожу в проблемных местах (ок. 529 руб.). **4** Парфюм **Gentlewoman, Juliette has a Gun** — это мужская композиция, созданная для женщин. Аромат раскрывается нотами нероли и горького апельсина, которые подчеркивают мускусно-древесный аккорд (ок. 3500 руб.). **5** Устойчивое тональное средство **Beyond Perfecting Foundation + Concealer, Clinique** можно наносить на все лицо или маскировать отдельные участки. Плотное, но легкое покрытие будет держаться до 12 часов (ок. 2100 руб.). **6** В основе обновляющего шампуня **Elements, Wella Professionals** содержится комплекс NutTree: натуральный древесный экстракт и витамин В5 (ок. 820 руб.). **7** Аромат **Rose Night, Montale** — это обольстительная композиция из болгарской розы, пачули, амбры и белого мускуса (ок. 8200 руб.). **8** Омолаживающий крем **Секретный код молодости, Cell Shock, Swissline** последовательно борется с морщинами, пигментацией, расширенными порами и потерей упругости кожи (ок. 8000 руб.). **9** Легкий бальзам **Idealia Skin Sleep, Vichy** вернет лицу отдохнувший вид, даже если вы ночью плохо спали (ок. 1655 руб.).



ФОТО: MAYBELLINE NEW YORK, SCARLETT, FABERLIC, JULIETTE HAS A GUN, CLINIQUE, MONTALE, SWISSLINE, VICHY, NIVEA; АЛЕКСАНДР ПЛАТОНОВ/BURDA MEDIA (1).

BEAUTY-событие

■ Косметические средства для лица марки **Nivea** теперь выпускаются в новой современной упаковке. Над внешним видом ее поработал известный индустриальный дизайнер Ив Бехар. Лаконичность, законченность линий, стремление быть понятнее и ближе к потребителю — все это нашло отражение в обновленном дизайне. Теперь на этикетке средств по уходу за кожей отсутствуют лишние элементы, а логотип Nivea повторяется на скошенной крышке. Во всем чувствуется эталонный стиль марки, которой доверяют миллионы.

Нежное очищающее молочко и смягчающий тоник **Nivea** в новом дизайне

