

РБКСТИЛЬ

# LIFESTYLE

№094 (2591) | 2 июня 2017



**Куда бежит  
российский бизнес?**

# Швейцарская клетка

В этом году бренды *Cellcosmet* и *Cellmen* отмечают 30-летие. Разбираемся на примере юбиляров, что кроется за словосочетанием «клеточная косметика» и почему именно эти средства считаются лучшей инвестицией в копилку молодости

Свою историю клеточная терапия ведет еще с 30-х годов прошлого века — тогда в Швейцарии впервые стали применять эмбриональные клетки ягнят для лечения серьезных заболеваний. Приятным бонусом к поправке здоровья был и омолаживающий эффект: животные клетки организм принимал как родные, начиная функционировать по их примеру — как в свои лучшие годы. С течением времени технологии совершенствовались, а добыча этих клеток становилась все более гуманной: благодаря успехам биоинженерии сегодня их и вовсе выращивают в лаборатории.

Одним из восстановительных центров в Монтрё, куда за вечной молодостью приезжали знаменитости мирового масштаба, управлял **роланд с. пфистер**. Как-то пациент спросил, можно ли использовать препараты на основе омолаживающих клеток для повседневного ухода за кожей. Задача, казавшаяся на тот момент невыполнимой, заняла мысли амбициозного предпринимателя.

Собрав междисциплинарную группу ученых и исследователей, он создал лабораторию *Cellar*, где и появилась уникальная, по сей день держащаяся в секрете технология *CellControl*: она позволяла сохранять клетки активными и целостными, не подвергая их физическому шоку (в отличие от метода лиофилизации). А на ее базе — марки *Cellcosmet* (для женщин) и *Cellmen* (для мужчин).

Первые средства (сразу несколько для дам и одно для представителей сильного пола) появились в магазинах в канун Рождества — время для запуска серьезного косметического бренда было выбрано довольно необычное. Но Пфистер попал в точку: приехавшие на каникулы туристы увезли с собой кремы и разнесли о них славу в разные концы света. Вскоре *Cellcosmet* и *Cellmen* успешно запустились по всему миру.

Сегодня бренд представлен более чем в 30 странах, но остается верным традициям. Лаборатория *Cellar* до сих пор располагается в Ле-Мон-сюр-Лозанне, а кремы производятся на том же заводе, что и 30 лет назад: просто он стал больше и оснащенный.

Верность традициям не мешает бренду шагать в ногу со временем — в каталоге *Cellcosmet* найдутся средства даже для миллениалов, вокруг которых в последнее время развернулась настоящая истерия. «Нам незачем изобретать линии для юных особ — они были у нас всегда, — утверждает создатель марки. — Средства с пометкой *Juvenil* подходят потребителям до 25 лет. Это тоже косметика, просто концентрация стабилизированных биоинтегральных клеток там ниже, чем в средствах для зрелой кожи — всего 3%. Плюс она решает дополнительные, свойственные молодой коже проблемы».

Швейцарская щепетильность и внимание к деталям одними текстами не ограничиваются: уникальный кубический дизайн, уже ставший визитной карточкой, тоже разрабатывался не только красоты ради. «Вы всегда увидите, если крышка закручена не до конца — в наших средствах очень много активных компонентов, поэтому важно, чтобы флаконы всегда были закрыты герметично. Защищает крем от окисления и сужающее горлышко, — объясняет господин Пфистер. — Кроме того, баночки из опалового стекла невозможно подделать».



Громкие премьеры случаются у лаборатории редко: продукты вводятся в ассортимент только после множества испытаний, а концентрация редких ингредиентов делает производство в большом количестве невозможным. Но этим летом в линии *Cellcosmet CellEctive* появится долгожданная новинка: клеточный крем-лифтинг *CellLift Cream Light* для зрелой кожи. Ультралегкая эмульсия увлажняет и уплотняет кожу, придает ей тонус и выравнивает тон, разглаживает морщины, восстанавливает объемы и улучшает контуры лица



## 1982

История знаменитых кремов в кубических баночках на самом деле началась задолго до того, как они встали на полки: лаборатория *Cellar*, где по сей день разрабатываются формулы, появилась аж на пять лет раньше. Ее основатель, Роланд С. Пфистер (на фото сверху) до сих пор не отходит от дел, оставаясь председателем совета директоров и пристально следя за тем, что происходит в бренде.



## 2009

Бразды правления получает **Александр Шаптон** (на фото) — именно пасынку создателя лаборатории бренды обязаны последними успехами и постоянным развитием как в плане инноваций, так и в отношении дистрибуции: растущей, но остающейся эксклюзивной. В этом же году большой рывок сделала *Cellmen*: вышло сразу несколько новинок, сделавших линию полноценной и законченной.



## 2011

В портфолио появляется новая линия: *Cellcosmet CellEctive* — ультраконцентрированные клеточные средства с мгновенным видимым действием (до этого ставка делалась на более длительный, последовательный многоступенчатый уход). Средства линейки можно узнать по золотистому цвету, в то время как классическая женская линия отмечена красным, а мужские средства — серым.