

Issue #27, February 2016

Veter

MAGAZINE

Charity
issue

RUSSIA

CHARITY OF BEAUTY

В ЭТОМ НОМЕРЕ В РАЗДЕЛЕ BEAUTY ВЫ НЕ НАЙДЕТЕ ИНФОРМАЦИИ О НОВИНКАХ, ПРОЦЕДУРАХ, САЛОНАХ И БРЕНДАХ. В ЭТОТ РАЗ ЗДЕСЬ ТОЛЬКО ТЕ МАРКИ, КОТОРЫЕ ТАК ИЛИ ИНАЧЕ СВЯЗАНЫ С БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ И ЗАЩИТОЙ: НЕВАЖНО, БУДЬ ЭТО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИОРАЗЛАГАЕМОЙ УПАКОВКИ, НАТУРАЛЬНОСТЬ СОСТАВА, БОРЬБА ПРОТИВ РАКА ГРУДИ ИЛИ СО СЛЕПОТОЙ. САМОЕ ГЛАВНОЕ, ЧТО НЕТ БЕЗРАЗЛИЧНЫХ К ЧУЖИМ БЕДАМ И НЕТ РАВНОДУШНЫХ К ЭКОЛОГИИ И ПРИРОДЕ.

LIGNE ST BARTH

Вся продукция ST BARTH делается только из ингредиентов, произрастающих в Карибском бассейне, чтобы таким образом поддерживать местных фермеров и малый бизнес. На работу завод принимает только коренных жителей. Компания заключила договор с единственным сохранившимся на Карибах племенем индейцев араваки на поставку семян помидорного дерева и кокосов. Средства марки не содержат химических красителей и продуктов животного происхождения, а стабилизаторы сведены к минимуму. Продукция не тестируется на животных, а упаковка изготовлена из биоразлагаемого пластика. Марка смело заявляет, что все продукты гипоаллергенны. Да и сам завод гармонично вписан в экосреду острова: используются накопители дождевой воды, чтобы не тратить драгоценную пресную воду острова, а здание построено с учетом циклонов и сейсморазрушения. Бренд не гонится за всемирной славой и многомиллионными тиражами продуктов. Его мощности такие же, как были много лет назад: желание сохранить экосистему преобладает над возможностью расширения производства.

ELEMIS

Британская марка ELEMIS регулярно отчисляет средства в фонд по борьбе против рака груди. Для этих целей компания ежегодно выпускает лимитированную серию продукта-бестселлера в розовом цвете. К примеру, в 2015 году это был флэш-бальзам для лица в розовой косметичке. Вторая благотворительная активность ELEMIS – поддержка популяции пчел в Англии. Целые поля засаживают разнотравьем и цветами, важными для пчелиной популяции. Затем марка использует эти травы в производстве своих продуктов. Так, кстати, появилась серия для тела Botanical с фитомаслами.

OWAY ROLLAND

Бренд ROLLAND был основан в 1948 году в итальянской Болонье и прославился как производитель высококачественной парфюмерии. В середине 50-х компания расширила производство и сконцентрировала усилия на выпуске профессиональной косметики для стилистов и парикмахеров. В своих формулах ROLLAND использует максимум органического сырья. Все растения, необходимые для получения активных компонентов, выращиваются здесь же, в Болонье, на собственной ферме Ortoficina с соблюдением принципов биодинамики. Биодинамическое земледелие – направление экологически чистого земледелия, отвергающее применение искусственных минеральных удобрений и химических. Для обработки почвы и растений используются только образующиеся в процессе жизнедеятельности материалы: компост, навоз, зеленые удобрения, жидкие удобрения из растений.

MAHASH

Косметика Mahash создана для тех, кто стремится к балансу красоты души и тела. Она помогает справиться с последствиями стресса и возрастными изменениями без вреда для окружающей среды. Продукты Mahash соответствуют стандартам экологической ответственности и природного происхождения и при этом высокоэффективны. Вся продукция изготавливается по стандартам экологически чистого производства в Канаде, без использования нефтепродуктов, парабенов и искусственных красителей. И не тестируется на животных.

L.RAPHAEL

В 2007 году госпожа Рафаэль – не только успешная предпринимательница, но и мать троих детей –

создала организацию под названием «Глобальная армия против насилия над детьми» (Global Army Against Child Abuse), региональные офисы которой расположены в Женеве, Тель-Авиве и Нью-Йорке. «Статистика показывает, что каждый шестой ребенок в мире подвергается сексуальному насилию, причем, как показало исследование, проведенное в 2011 году Цюрихским университетом, в 86% случаев обидчик – знакомый жертвы. Очень часто маленькие жертвы не получают необходимой поддержки, а обидчики остаются безнаказанными, – поясняет Ронит Рафаэль. – Я решила, что не могу оставаться в стороне, и с тех пор уделяю один день в неделю продвижению всемирной кампании, направленной на привлечение внимания общественности к этой серьезнейшей проблеме и оказание давления на правительства с целью ужесточения соответствующих законов». Один из наиболее заметных атрибутов кампании – снятый в 2013 году в Израиле пятиминутный анимационный фильм «Секрет Тома» (The Tom's Secret). Он адресован одновременно родителям и детям, помогая первым распознать признаки сексуального насилия над несовершеннолетними, а вторым – не замыкаться в себе и обращаться за помощью. В L.Raphael надеются, что распространение видео в социальных сетях может быть мощным инструментом для поддержки и понимания этой проблемы. Изначально мультфильм был выпущен на иврите: одними из первых его увидели члены Комитета по правам ребенка парламента Израиля, которые рекомендовали его к показу на нескольких государственных телеканалах и предложили добавить его в охватывающий значительное число израильских школ проект «Компьютерный класс». С тех пор его посмотрело уже более 250 тысяч человек. Популярным «Секрет Тома» стал в США: во Флориде его используют в школах в качестве учебного пособия. Ассоциация американских гимнастов познакомилась с ним все 120 тысяч своих членов. С начала 2015 года фильм посмотрели более 85 тысяч учащихся начальных школ и других учебных заведений в 19 штатах США.

Есть у проекта и российский партнер – социальный приют «Ребенок в опасности». Это государственное учреждение в Санкт-Петербурге, за двадцать лет ставшее домом более чем четырем тысячам детей от 5 до 18 лет, подвергшихся физическому, сексуальному или психологическому насилию. На сайте приюта, созданного в 1993 году Анатолием Собчаком, говорится: «Одной из наиболее важных проблем, с которой сталкиваются специалисты приюта, является проблема так называемого "домашнего насилия", которая выявляется, как правило, только в момент кризисной ситуации, когда акт насилия уже совершен. Униженные, больные, несчастные дети попадают в руки работников приюта, и начинается кропотливая каждодневная работа, направленная на восстановление психологического и физического здоровья».

KOBO CANDLES

Философия бренда KOCO Candles – это отношение к экологии. Все свечи отлиты вручную, а все составляющие имеют 100% растительное происхождение: для их изготовления используется только соевый воск и аромамасла. Упаковки выполнены из высококачественной бумаги, которая подлежит переработке и разлагается полностью гораздо быстрее обычной бумаги. Марка неизменно придерживается принципов «невмешательства» в окружающую природу и создает совершенно безопасные свечи для человека и среды. Бренд выступает против тестирования ароматов на животных.

KEVIN.MURPHY

В Австралии все бьюти-средства законодательно должны содержать защиту от UVA/UVB-излучения, и особое внимание уделяется переработке упаковки. Компания KEVIN.MURPHY входит в организации The Climate Realty Project Australia и Cruelty Free: ежегодно вносит благотворительные взносы и проходит аттестацию на качество производства и его безопасность. Основатель марки Кевин Мерфи – обладатель чувствительной кожи рук, с чем отчасти и связано создание компании. В состав продукции входят ингредиенты, выращенные в органических условиях, для их переработки используются только экологически безопасные способы. Здесь вы найдете экстракты австралийских фруктов, натуральные масла и настойки редких растений, выращенных в диких условиях, аминокислоты и антиоксиданты. Продукты KEVIN.MURPHY не содержат парабенов и сульфатов, не тестируются на животных. Официальным дистрибутором марки – Authentica Club.

AACSH

Центр американской академии косметической хирургии в Дубае (AACSH), широко известный среди русских пациентов, сотрудничает с Палестинским фондом по защите детей (Palestine Children's Relief Fund). AACSH бесплатно проводит операции детям и подросткам, чьи травмы влияют на их внешность. Последней пациенткой клиники стала 18-летняя Габер Ад Тини. В три года она получила массивные ожоги третьей степени от кипящего масла. Особенно пострадали руки, живот и грудь. Врачи провели девочке пересадку кожи, но после операции на теле остались большие рубцы. Пока Габер была ребенком, следы от ожогов ее не сильно беспокоили, но, взрослая, она начала стесняться этих увечий. Главный врач AACSH Маттео Виги выполнил девушке две операции, которые позволили убрать рубцы, а через год запланированы дополнительные небольшие эстетические вмешательства. Подробнее можно прочитать на сайте www.aacsh.com