

18 СЕНТЯБРЯ 2014

стиль женщины

Haute couture — синоним непревзойденного качества тканей, кроя, вышивки, отделки и исключительного внимания к деталям. На создание одного платья уходят сотни часов ручного труда, что сполна компенсируется ценой, достигающей до сотен тысяч евро — стр. 42

Коммерсантъ

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №38

СЕРИЯ 1



ЮРГЕН ТЕЛЛЕР

Серия фотографий, созданная под руководством
ЭННИ ЛЕЙБОВИЦ, ЮРГЕНА ТЕЛЛЕРА и БРЮСА ВЕББЕРА

Продажа осуществляется исключительно в магазинах "Луи Вюиттон". Louisvuitton.com
Москва - Санкт-Петербург - Екатеринбург - Сочи - Тел. (7) 800 700 50 58
Киев - Тел. (380) 44 459 7370, Алматы - Тел. (77) 27 330 3999



БРИОС ВЕСБЕР

LOUIS VUITTON



A fashion advertisement for Gucci. The image features a model with long, light-colored hair, wearing a leopard print dress with a high collar and dark buttons. She is holding a large, structured, yellow leather handbag. The background is a solid, muted green color. The word "GUCCI" is written in large, white, serif capital letters across the center of the image.

GUCCI

МОСКВА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЕКАТЕРИНБУРГ, СОЧИ

GUCCI.COM



CHANEL

МОСКВА - САНКТ-ПЕТЕРБУРГ





moncler.com





20 **За светом и тенью**
Александр Щуренков
о выставке фотографий Хорста П. Хорста

22 **Музыка в лицах**
Алексей Пантыкин
о «Sonic» Эди Слимана в Фонде Пьера Берже и Ива Сен-Лорана

24 **Место силы**
Александр Щуренков
о выставке The Sense of Places фонда Culture Chanel

25 **Встреча в пути**
Игорь Гребельников
о выставке в Espace Louis Vuitton в Венеции

26 **Уверенным шагом**
Александр Щуренков
о книгах про обувь и историю ее возникновения

27 **Старое как новое**
Альберт Галеев
о модных марках и культурном наследии

30 **Кружевные сети**
Вера Попова
о 60-летию La Perla

31 **Важные годы**
Александр Щуренков
о праздновании 130-летия Bulgari

32 **Праздничная коллекция**
Нина Спиридонова
о десятилетии Cat's Eye Girard-Perregaux

33 **В блеске бриллиантов**
Анна Минакова
о 140-летию Piaget

34 **«Все, что окружает человека, влияет на его мироощущение»**
Пол Марчиано, Guess

35 **«Главное для нас — элегантность и комфорт»**
Кристофер Биццио, Via Delle Perle

36 **Тенденции:**
60-е и космос

42 **Не кринолином единым**
Алексей Пантыкин
о перспективах haute couture

44 **Современное барокко**
Лилия Мурсалиева
о Chanel

46 **Из Версаля будущего**
Александр Щуренков
о Christian Dior

48 **По законам восточной философии**
Александр Щуренков
об Armani Prive

49 **По закону прерафаэлитов**
Лилия Мурсалиева
о Valentino

президент ИД «Коммерсантъ» *владимир желонкин* | генеральный директор ИД «Коммерсантъ» *павел филинков* | шеф-редактор ИД «Коммерсантъ» *азер мурсалиев* | коммерческий директор ИД «Коммерсантъ» *валерия любимова* | главный редактор неделовых изданий *елена нушинова* | дизайн-проект *анатолий гусев* | главный редактор *александр щуренков* | текст-редактор *мария мазалова* | главный художник *татьяна бакушина* | бильд-редактор *светлана шаповаленко* | выпускающий редактор *наталья ковтун* | корректура *елена вилкова* | верстка *константин шеховцев*, *елена богопольская*, *дмитрий шнырев*, *елена ланге* | дирекция по рекламе: отдел продаж *надежда ермоленко* *etmolenko@kommersant.ru* | отдел размещения *наталья чупахина* *chupahina@kommersant.ru* (499) 943 9108, (499) 943 9110, (499) 943 9112, (495) 101 2353 | Учредитель ЗАО «Коммерсантъ. Издательский Дом». Адрес издателя и редакции: 125080 г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Журнал «Тематическое приложение к газете „Коммерсантъ“» зарегистрирован Роскомнадзором, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010 г. Отпечатано в Финляндии. Типография PunaMusta, Kosti Aaltonen tie 9, 80140 Joensuu. Тираж 75 000 экз. Цена свободная
Фото на обложке: Орхидеи в павильоне, где проводился показ Christian Dior haute couture сезона «осень-зима 2014/15» | Adrien Dirand

- МОСКВА
гум, красная площадь, 3
петровский пассаж,
ул. петровка, 10
весна, ул. новый арбат, 19
смоленский пассаж,
смоленская площадь, 3
- САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
невский проспект, 11
- САМАРА
ул. куйбышева, 133
- ЕКАТЕРИНБУРГ
проспект ленина, 25
- СОЧИ
морской вокзал,
ул. войкова, 1
- НОВОСИБИРСК
вокзальная магистраль, 19
- WWW.BOSCO.RU
+7 (495) 660 0550

ETRO

56
СТР.

Во время вышивания ткани, из которой потом будет сделан циферблат часов Piaget, мастерам нельзя ошибиться — ни с длиной стежка, ни с высотой получающейся вышивки



50 На территории вампиров и рок-звезд
Александр Щуренков
о Gaultier Paris

51 Гимн феминизму
Лилия Мурсалиева
об Atelier Versace

52 Бриллиантовая стабильность
Евгения Милова
об украшениях de Grisogono и вечеринках Фаваза Грузи

55 Обретенное искусство
Анна Минакова
о ювелире Синди Чао

56 Циферблат в перьях
Анна Минакова
о часах в технике haute couture

58 Карманные сундуки
Алексей Пантыкин
о клатчах Louis Vuitton

59 Твердая плоскость
Алла Алексеевская
о кроссовках Dior Fusion

60 Невидимый шов
Александр Щуренков
о технологии twilainne дома Hermes

61 По первому имени
Александр Щуренков
о сумке Gucci с полувековой историей

62 Легче легкого
Александр Щуренков
о новой «двойной» сумке Prada

63 Мужское и женское
Александр Щуренков
о новой коллекции Boss

64 Драгоценный зверинец
Анна Минакова
о новой ювелирной коллекции Panthere de Cartier

65 Дерзкая классика
Нина Спиридонова
о новой линии женских часов TAG Heuer Carrera Lady

66 След в воздухе
Сергей Борисов
о редких ароматах

68 Красная Баккара
Алексей Тарханов
с парфюмером Куркджяном на старом хрустальном заводе

70 «Я всегда была влюблена в ароматы»
парфюмер Даниэла Андриче
о Knot Bottega Veneta



66
СТР.

ДРАГОЦЕННЫЕ ФЛАКОНЫ



52
СТР.

ЗОЛОТО И БРИЛЛИАНТЫ КРАСНЫХ ДОРОЖЕК

ВЕЧНЫЕ ЦЕННОСТИ

РЕКЛАМА

MAXMARA.COM

MaxMara

Эми Адамс

Ручная работа

За прошедшее столетие человечество приобрело многое. Совершенствовалась медицина, не стоял на месте технический прогресс, да что говорить — даже телефоны заработали как компьютеры. Мечты фантастов двадцатилетней давности стали реальностью. Но интерес к ручному труду пропал — зачем инвестировать миллионы в то, что могут производить роботы и другие машины?

Так думали на волне первых успехов в робототехнике, автоматизации и компьютеризации еще в середине прошлого века. Многие профессии, которые были востребованы раньше, стали естественным образом исчезать. Некому стало передавать секреты мастерства, незачем стало десятилетиями учиться, чтобы постичь то или иное «тайное» знание.

И только потеряв ценные ручные ремесла, владельцы больших корпораций задумались. Без прежних умений стало невозможным развивать бизнес в правильном, аутентичном направлении. Все вокруг вдруг начали бояться всеобщей унификации. На первый план снова вышли редкие ремесла, бренд-менеджеры и маркетологи заговорили об уникальности, а стоимость единицы продукции, произведенной с использованием ставших редкими техник, резко пошла вверх. Теперь *metier d'art* — высокохудожественное ремесленное искусство — главное направление в развитии бизнеса всех модных, часовых и юве-



«Две шляпницы»,
Поль Синьяк
Холст, масло,
около 1885–1886
годов



ICEBERG



«Обувщик»
РЕПРОДУКЦИЯ XIX
ВЕКА ГРАВЮРЫ
XVI ВЕКА ЙОСТА
АММАНА



«ПРИМЕРКА
ШЛЯПЫ»
ГРАВЮРА, ОКОЛО
1840 ГОДА

лирных компаний. Теперь открывают школы ремесел для подростков, думают о том, как передавать те знания, что остались всего у нескольких специалистов, а параллельно выпускают драгоценные коллекции, в которых применяются самые невероятные сегодня техники — например, маркетри из перламутра, шпона или перьев. Модные марки, связанные с производством сумок из редких видов кожи, выкупили европейские дубильные мастерские, но впереди всех оказалась Chanel, завладевшая ателье по работе с перьями, плиссировкой и созданию цветов из ткани Lemarie, костюмных украшений и пуговиц Giroix и Desrues, вышивки всех мастей Lesage и так далее. Тем самым модный дом вдруг спас и мастерство, и бесценные архивы и дал работу десяткам вышивальщиц и мастеров по работе с перьями.

В начале сентября мне удалось побывать в некоторых из ателье. А в течение года — на нескольких часовых и ювелирных мануфактурах. Теперь там работает много молодых людей. Это должно вселять оптимизм, что ручное производство все же не канет в Лету.

Два года назад я впервые услышал о Европейских днях декоративно-прикладного искусства и ремесел, проходящих в Швейцарии, Италии, Франции. Тогда в Париже можно было посетить крошечные ателье, представляющие еще не утраченные производства. Я выбрал ателье

РЕКЛАМА АРТ ДИРЕКТОР: ПОЛ МАРЧИАНО ФОТОГРАФ: КЛАУДИЯ И РАЛФ ПАПМАННС GUESS®©2014



GUESS

ПОСЕТИТЕ GUESS.COM

Анн Хоге, расположенное на Страсбургском бульваре. В душных комнатах под крышей она хранила коллекцию уникальных вееров. Еще сто лет назад подобных ателье было три сотни, полвека спустя их количество сократилось в три раза, а теперь, кажется, на всю Европу есть только Анн и ее подмастерье — неговорчивая китаянка. Именно Анн когда-то создавала роскошные веера для фильма «Мария-Антуанетта», для коллекции Chanel Metiers d'Art Paris—Moscou, а также для одной из коллекций Louis Vuitton двухлетней давности.

Хочется верить, что у всех этих ателье и мастерских есть шанс на жизнь и память. Хочется верить, что найдутся те, кто будет и дальше ставить тонкую ручную работу выше точного роботизированного производства. Тогда у нас еще будет шанс увидеть прекрасные произведения, созданные руками человека, не только в музеях, но и в жизни.

Александр Щуренков



«МАСТЕРСКАЯ ЮВЕЛИРА», АЛЕССАНДРО ФЕЙ ХОЛСТ, МАСЛО, ОКОЛО 1570 ГОДА



«ЮВЕЛИРНАЯ ЛАВКА» ГРАВЮРА ИЗ КНИГИ «OLAUS MAGNUS HISTORIA DE GENSIBUS SEPTENTRIONALIBUS», 1555 ГОД



За светом и тенью

О выставке фотографий Хорста П. Хорста

Александр Щуренков |

В ЛОНДОНСКОМ Музее Виктории и Альберта 6 сентября открылась ретроспективная выставка работ одного из самых известных представителей и родоначальников модной фотографии — Хорста Пауля Альберта Бормана, больше известного как Хорста П. Хорста. Именно он в 1930-х сформировал тот самый неповторимый стиль французской и американской версий журнала Vogue. Увлечение архитектурой и математической выверенностью работ Ле Корбюзье привело его из родного Вайсенфельса в Париж, где он хотел заняться проектированием и строительством, но, так вышло, отдал себя экспериментам с фотографией.

Сосредоточившись на работе со светом и тенью, он быстро стал звездой издательского дома Conde Nast сначала в Париже,



«По часовой стрелке», Нью-Йорк, 1987 год



«Платье Хэтти Карнеги», 1939 год



«Костюм и шляпа дизайна Эльзы Скьяпарелли», 1947 год

Его главные работы — черно-белые фотографии, светотень в которых распадается на все 256 оттенков серого. Ему не всегда интересна модель сама по себе, но ее взаимоотношения с падающим на нее светом никогда не остаются без его внимания. Именно поэтому его фотографии говорят больше об архитектуре тела и света, нежели о личностях, изображенных на них. Есть у него и цветные фотографии, снятые с контрастным светом, резко, как остро наточенный нож скульптора по дереву, выхватывающим основные детали. Есть и с мягким — будто скрытые за складками тончайшей ткани. Есть яркие — с гипертрафированными деталями, красными акцентами, поставленными в контраст выбеленному и вычищенному световыми пушками телу. На его снимках модели часто выглядят как греческие мраморные изваяния или идеальные манекены из витрин. Он нашел свой уникальный путь передачи эмоций. Вернее, передачи одной главной — яркой, томной и бесконечной любви к идеальной красоте.

а потом, начиная с 1940-х, и в Нью-Йорке. На его счету не только смелые по тем временам обложки журналов, соединившие в себе новые технологии и скрупулезное доведение картинку до совершенства путем избавления от всех лишних деталей и игры с перспективой, но и портреты знаменитостей эпохи — от модельера Габриэль Шанель, актрисы и певицы Марлен Дитрих до президента Эйзенхауэра. Хорст также стал родоначальником новой эротической фотографии. Одни из самых известных его работ в этом жанре — «Корсет Мейнбохер» (1939) и «По часовой стрелке» (1987), а также скандально известный логотип Vogue, составленный из обнаженных девушек в виде букв.

info: +39 059 640300



viadelleperle.it PEKIAMA

VIADELLEPERLE

VDP

Музыка в лицах

О «Sonic» Эди Слимана в Фонде Пьера Берже и Ива Сен-Лорана

Алексей Пантыкин |



СКАЙ ФЕРРЕЙРА.
МАЛИБУ,
КАЛИФОРНИЯ,
15 АВГУСТА 2012 ГОДА

нил мужскую моду. В 1999 году он решил оставить Yves Saint Laurent, которая тогда была приобретена Gucci Group. Отклонив предложение возглавить Jil Sander, он согласился на позицию креативного директора мужской линии Dior, объем продаж которой увеличился в 2002 году на 40%. И хотя он никогда не занимался женской одеждой, тогда в его костюмах щеголяли Мадонна и Николь Кидман. Из Dior Homme он ушел в 2007-м, а два года назад вернулся в Yves Saint Laurent — снова на пост креативного директора.

Его любовь к современной музыке проявляется далеко не только в создании сценических костюмов для The Libertines, Daft Punk, Franz Ferdinand, The Kills, Beck и в оригинальных саундтреках для дефиле, прежде всего она проявляется в фотографии. В 2000 году американский журнал Visionaire предложил Слиману сотрудничество в качестве приглашенного редактора. 6 тыс. экземпляров, каждый по цене \$175, с фотопортретами парижских художников, фотографов, архитекторов, музыкантов и графических дизайнеров,

ЭДИ СЛИМАНА без преувеличения можно назвать дизайнером, оказавшим самое значительное влияние на мужскую моду конца XX — начала XXI века. О его страсти к фотографии знают немногие, хотя снимать он стал раньше, чем рисовать эскизы.

Когда Слиману было 11 лет, родители подарили ему камеру Nikon, с которой он часами пропадал в школьной фотолаборатории. Дизайн одежды заинтересовал его, когда он изучал историю искусств в Ecole du Louvre. В первой половине 1990-х Слиман несколько лет работал ассистентом в Louis Vuitton Жан-Жак Пикара, знаменитого специалиста LVMH по маркетингу и связям с общественностью в области моды. В 1996 году партнер и директор Yves Saint Laurent Пьер Берже предложил ему должность дизайнера, а потом — креативного директора дома. В коллекции под названием Black Tie Слиман продемонстрировал свой фирменный силуэт, который навсегда изме-



ЛИЗА ТОРН.
ЛОС-АНДЖЕЛЕС,
СЕНТЯБРЬ 2009 ГОДА



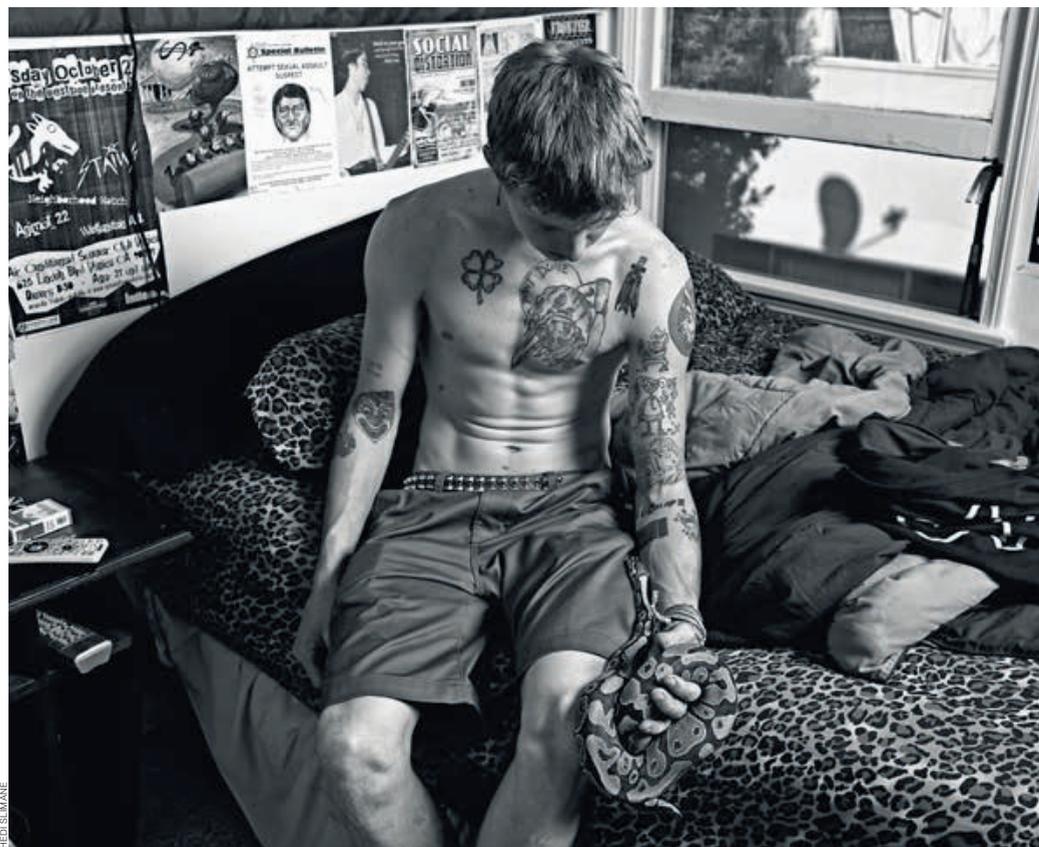
КРИСТОФЕР ОУЭНС.
БЕВЕРЛИ-ХИЛЗ,
МАЙ 2011 ГОДА

ЛЮБОВЬ СЛИМАНА к современной музыке проявляется в фотографии

выполненными Слимманом, мгновенно стали коллекционной редкостью. Это была первая столь масштабная работа дизайнера и фотографа. Переехав в Берлин в начале 2000-х, он начал сотрудничать с Kunst-Werke, Институтом современного искусства. Застав и любовно зафиксировав на пленку жизнь берлинского андерграунда, в 2002 году он опубликовал в издательстве Карла Лагерфельда 7L/Steidl свой первый альбом черно-белых фотографий «Berlin». Следующий альбом, «Stage», стал своего рода рок-манифестом молодого поколения альтернативных музыкантов, которые так притягивали Слиммана. Потом была «London, Birth of a Cult» — увидевшая свет в 2005 году фотобиография молодого и очень известного британского музыканта Пита Доэрти, представителя нового поколения панк-рока.

В середине 2006 года Слимман создал собственный фотоблог — что-то вроде рок-дневника, в котором он документировал столь любимый им underground Берлина, Лондона и позже Калифорнии. В июле 2007 года он принял решение уехать в США, чтобы полностью посвятить себя фотографии. На вопрос, не скучновато ли в Лос-Анджелесе, Эди Слимман отвечает: «Именно здесь происходит все самое интересное. Здесь родились скейтинг, серфинг, всевозможные политические движения. И хиппи, конечно». Даже вернувшись к дизайну одежды, он предпочел сохранить в США свою студию, руководя оттуда всем творческим процессом.

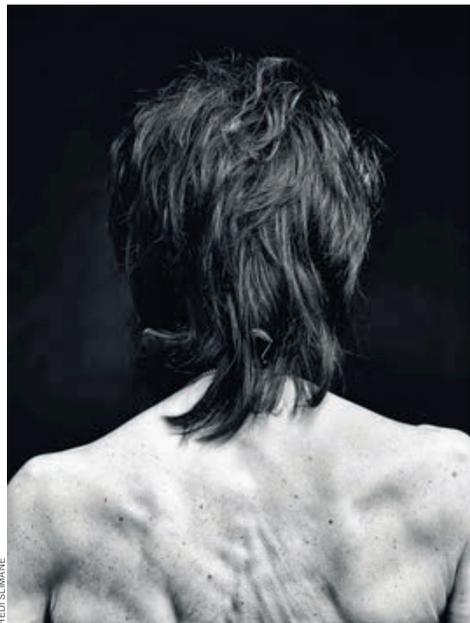
18 сентября — к парижской неделе моды — в Фонде Пьера Берже и Ив Сен-Лорана откроется выставка фотографий Эди Слиммана «Sonic» («Акустический»). Название говорит само за себя. На ней покажут работы фотографа с 2000 по 2014 год: от самых известных до тех, что еще и не видели свет. Это подведение итогов одного этапа, в котором остались Лу Рид и Эми Уайнхаус, и начало нового — в лице Кристофера Оуэнса и Рхоених. Это история двух городов — Лондона и Лос-Анджелеса, постоянно



СЭМ СО ЗМЕЕЙ.
ВЕНИС БИЧ,
ЛОС-АНДЖЕЛЕС,
10 ОКТЯБРЯ 2011 ГОДА

передающих друг другу эстафету в области современной музыки, это собирательный портрет нескольких поколений музыкантов и их поклонников.

Черно-белые фотографии Слиммана родом из детства: маясь от тоски, он заперся в своей комнате с наушниками или блуждал по улицам, фотографируя своих друзей. «Мой стиль вообще не изменился, — рассказывает он. — Я как начал когда-то фотографировать друзей на черно-белую камеру, так и продолжаю это делать не первый десяток лет. В некотором смысле я занимаюсь жанром, которого почти уже не существует. Я имею в виду настоящую, подчас жесткую, черно-белую фотографию, столь отличающуюся от ее глянцевого подobia».



HEIDI SLIMANE

ДЖОАН ДЖЕТТ.
НЬЮ-ЙОРК,
5 ИЮНЯ 2013 ГОДА



BURGER RECORDS.
ФУЛЛЕРТОН,
КАЛИФОРНИЯ,
24 МАРТА 2013 ГОДА

Место силы

О выставке «The Sense of Places» фонда Culture Chanel

Александр Щуренков |

БОЛЬШИМ модным брендам всегда есть что показать широкой публике: от эскизов к коллекциям, аккуратно разложенным по бесконечным альбомам, до старинных платьев, заботливо сохраненных кураторами и хранителями наследия и теперь выставленных в блестящих витринах. За демонстрацией своей исторической зна-

чимости кроется вовсе не желание нынешних владельцев, директоров и маркетологов вдруг вывернуть наизнанку жизнь другого человека и препарировать ее с точностью и хладнокровием Ганнибала Лектора, а скорее стремление сохранить находящиеся под угрозой исчезновения мысли и чувства, а вернее предметы, о них рассказывающие.

Один из выдающихся кураторов современности, Жан-Луи Фроман, постоянный автор проектов фонда Culture Chanel, время от времени делает выставки, посвященные дому Chanel и самой Габриэль Шанель. И у него всегда получается не набор бездушных документов и фактов, материальных подтверждений существования, но целый мир в лицах, местах, произведениях искусства и запахах. Среди проектов Фромана были выставки и в ГМИИ имени Пушкина (2007), и в Музее современного искусства в Шанхае, и в Национальном художественном музее Китая в Пекине (2011), а также, это одни из последних, в Opera House



в Шанхае и в Palais de Tokyo в Париже. А 30 августа открылась еще одна — в сеульском Dongdaemun Design Plaza, здание которого спроектировала Заха Хадид.

Выставка «Чувство места» (The Sense of Places) рассказывает о Габриэль Шанель, а также о ее влиянии на современную интернациональную жизнь бренда, нашедшую отражение в круизных коллекциях и коллекциях Metier d'Art. Экспозиция разделена на десять частей, связанных между собой, и одновременно эмоционально далеких друг от друга. Обазин и Довиль, Париж и Венеция — тут собраны все места на карте, которые любила Шанель или которые произвели на нее неизгладимое впечатление. Фроман считает, что на выставке может и должно быть все. Поэтому под причудливо изогнутой крышей сеульского музея он собрал все, что мог, все, что можно было сохранить, найти и показать: всего около 500 предметов. Любители искусства рубежа XIX и XX веков увидят полотна и рисунки Камиля Писсарро и Анри де Тулуз-Лотрека, скульптуры Эдгара Дега, ценители черно-белой фотографии заглянут в жизнь Шанель через объективы Уильяма Кляйна, Майка де Дульмена, Александра Либермана, Кертиса Моффа, Дугласа Киркленда и многих других, интересующиеся историей текстильного дела найдут множество эскизов к коллекциям, а также архивные и современные платья, пиджаки и юбки, к которым подобраны ювелирные украшения марки.



СЕГОДНЯ В СЕУЛЬСКОМ МУЗЕЕ

собрано все, что было дорого
Габриэль Шанель

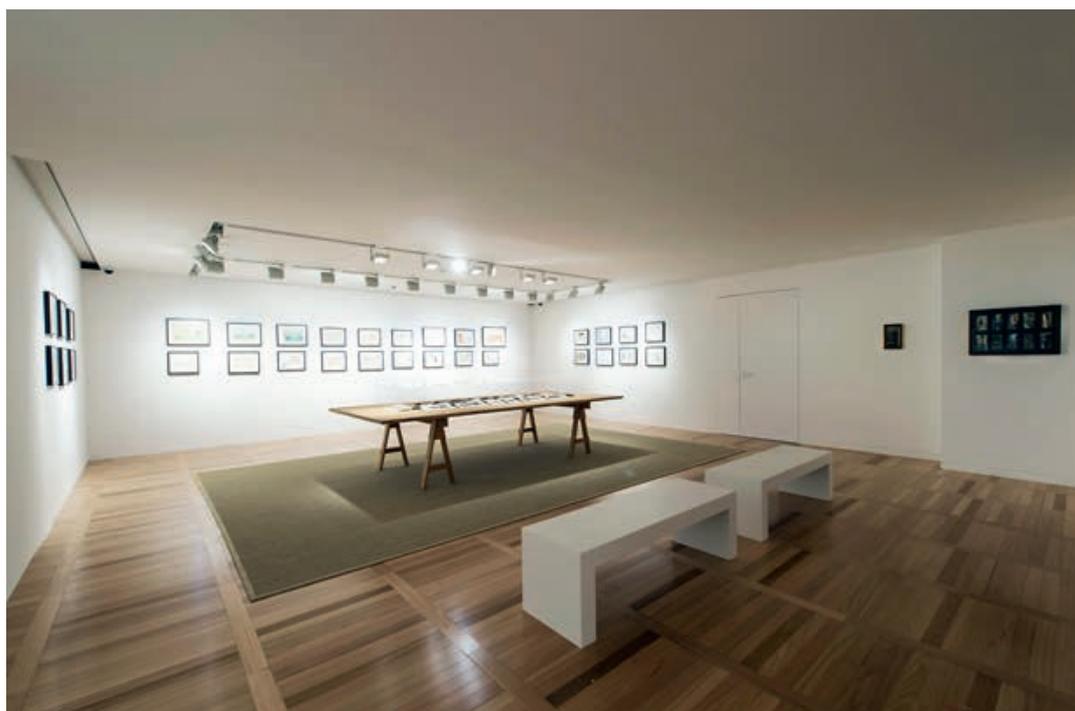
Встреча в пути

О выставке в Espace Louis Vuitton в Венеции

Игорь Гребельников |



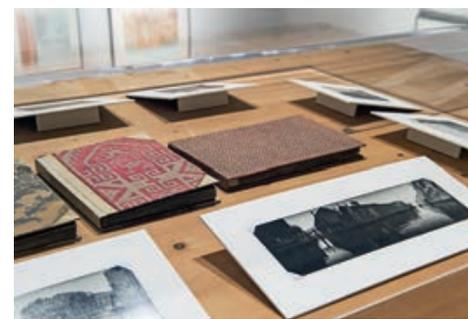
КАРТИНА МАРИАНО ФОРТУНИ



ESPACE LOUIS VUITTON
В ВЕНЕЦИИ

ВЫСТАВКА В ESPACE

Louis Vuitton в Венеции соединила фотографии Мариано Фортунни и рисунки Хиро Танигучи



АЛЬБОМЫ
С ФОТОГРАФИЯМИ
МАРИАНО ФОРТУНИ

ЭКСПОЗИЦИЯ «Встречный взгляд на Венецию» на последнем этаже бутика Louis Vuitton изумляет элегантностью и простотой, с которой во времени и пространстве соединились работы двух художников, с разных концов света, из разных культур, да еще и отделенных друг от друга более чем полувековой дистанцией. По стенам развешена манга Хиро Танигучи, герой которой путешествует по Венеции, в деревянных витринах разложены рукотворные фотоальбомы в переплетах из дорогой ткани с фотографиями знаменитого дизайнера одежды и художника Мариано Фортунни, большую часть своей жизни прожившего в Венеции. Прошлое и настоящее, взгляд изнутри и снаружи, черно-белый глянец фотоснимков и яркий колорит манга, а еще картины Фортунни с видами Венеции — все это настраивает на особенное восприятие города, переполненного туристами.

У выставки совершенно конкретный повод: она приурочена к выходу очередного «Путеводителя Louis Vuitton», на сей раз посвященного Венеции. Эти путеводители не похожи ни на одни другие, они — настоящий сюрприз для читателей, но в первую очередь для самих авторов, известных художников, которым предлагается рассказать историю в картинках о городе, где они не бывали прежде. Так, благодаря этой серии мы можем увидеть Вьетнам глазами итальянца Лоренцо Матотти, Париж в исполнении конголезца Шери Самбы, Нью-

Йорк, нарисованный французом Жаном Филиппом Деломмом.

Один из лучших альбомов манга Хиро Танигучи — «Далеко по соседству» (A Distant Neighbourhood, 1998) — посвящен путешествию: его герой возвращается в детство, в деревню, где родился и вырос. Это трогательное возвращение в 2010 году даже удостоилось экранизации немецким режиссером Сэмом Гарбарски. Собираясь в Венецию, Танигучи изучил ее по путеводителям и фотографиям, но был удивлен, насколько город оказался больше, чем он его себе представлял. Это чувство знакомо путешественнику, впервые плывущему по узким улицам и многочисленным мосткам. Таким себя чувствует и герой манга-истории Танигучи. Вот он бродит по лабиринту улиц, позирует на Сан-Марко или уворот Арсенала, смотрит на Гранд-канал. На тех рисунках, где его нет, есть город его глазами, и это зрелище под стать акварелям Каналетто, позволяющим в деталях изучить Венецию XVIII века. Когда-нибудь городские пейзажи Танигучи станут источником знаний о Венеции начала XXI века: туристы, высунувшиеся из окна отеля; регата на Гранд-канале; отдыхающие на пляже в Лидо; белье на веревках, перекинутых через улицу; грандиозный вид на город и лагуну с высоты кампанилы Сан-Марко и, наконец, величественная панорама Венеции, увиденная сверху, в которой мало что изменилось со времен Каналетто, разве что так высоко



РИСУНОК
ХИРО ТАНИГУЧИ

прославленный венецианский пейзажист не забирался. Что-то Танигучи зарисовывал с натуры, что-то по фотографиям, сделанным во время поездки, эти рисунки сложились в красивую историю, которая зачаровывает именно в альбоме.

Нечто подобное осуществил в 30–40-е годы прошлого века Мариано Фортунни, венецианец с испанскими корнями, знаменитый дизайнер одежды (в его без преувеличения культовом платье Delphos, вдохновленном древнегреческой скульптурой, модницы красовались вплоть до 70-х годов) и вообще мастер на все руки. Палаццо Фортунни, хорошо известное гостям Венеции по громким выставкам (осенью там откроется экспозиция, посвященная маркизе Казатти), было одновременно и домом, и мастерской, где он создавал одежду,

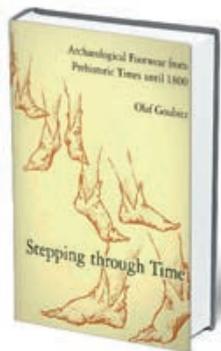
он достиг признания, но и подлинным источником вдохновения. Десятки импрессионистских полотен, украшающие стены палаццо, — источник знаний о Венеции первой половины XX века. Его увлечение фотографией было профессиональным: он начинал с клиенток ателье в платьях своего дизайна, позже устремил объектив на палаццо, площади и каналы, кропотливо выбирал ракурсы, порой недоступные художнику с мольбертом.

Фотографируя или рисуя Венецию, трудно избежать повторов, именно поэтому жанр альбома дает больше возможностей представить один из самых фотогеничных городов в мире. Этот жанр практически неисчерпаем, что и демонстрируют снимки Мариано Фортунни и рисунки Хиро Танигучи.

Уверенным шагом

О книгах про обувь и историю ее возникновения

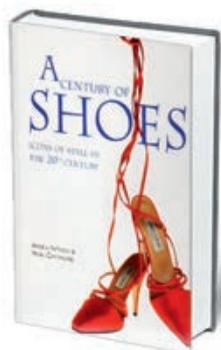
Александр Щуренков |



Stepping Through Time: Archaeological Footwear from Prehistoric Times until 1800

Олаф Губитц, Ван Дрил-Мюррей, Гроэнман ван Ватриндж

Прекрасная книга «Идя сквозь время: обувь с археологических раскопок с доисторических времен и до 1800 года» для тех, кто хочет знать все об истории возникновения обуви. Большая часть материала основана на 25-летнем опыте реставратора кожи Олафа Губитца, который приводит исчерпывающие иллюстративные данные по всем использованным в Европе и северо-западных провинциях Римской империи видам обуви, тут же классифицируя их по типу подошвы, швам, применяемым материалам и декоративным орнаментам. Несмотря на то что книга предназначена историкам и археологам, вся информация подается максимально доступно.



A Century of Shoes

Анджела Паттисон, Найджел Коуторн

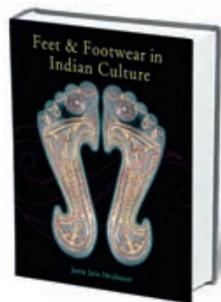
В 250 фотографиях и простых справках авторы рассказывают современной обуви. Особый упор в «Столетней истории обуви» сделан на известных обувных дел мастерах, без упоминания которых сегодня не обходится ни один гляцевый журнал.



Heights of Fashion: A History of the Elevated Shoe

Элизабет Семмильхэк

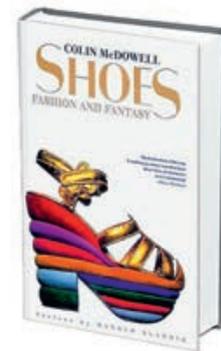
В «Модной высоте: истории поднявшейся над землей обуви» автор интересно рассказывает об одном из важных сейчас элементов делового костюма современной женщины — туфлях-лодочках, а также вообще об обуви на высоком каблуке, подробно рассматривая ее эволюцию длиной в полтысячелетия. В книге есть много исторических справок, собранных со всего света и подкрепленных достаточным количеством иллюстраций. Большое внимание уделяется и роли туфель в современном модном обществе.



Feet and Footwear in Indian Culture

Джатта Джейн

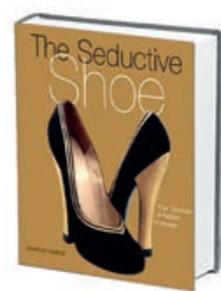
Книга «Стопа и обувь в индийской культуре» повествует об Индии, рассматривая ее историю сквозь призму эволюции обуви. Здесь есть и иллюстрации, и профессиональная терминология обувного дела, и объяснение знаков, которые наносились на обувь. В книге даже проводится параллель между эволюцией обуви и духовным развитием общества.



Shoes: Fashion and Fantasy

Коллин Макдауэл

Мир обуви тут, в книге «Обувь: мода и фантазия», рассматривается со всех возможных позиций: от сказочных, представленных, например, повлиявшей на умы молодых девушек туфелькой Золушки, до вполне реальных — вроде фетишистских сапог на высокой шнуровке или главных творений ведущих обувщиков настоящего и прошлого Андре Перуджи, Сальваторе Феррагамо, Маноло Бланика, образцы дизайнера туфель которых хранятся сейчас в ведущих музеях вроде Metropolitan в Нью-Йорке.



The Seductive Shoes: Four Centuries of Fashion Footwear

Джонатан Уолфорд

Модный историк Уолфорд выделил в «Соблазнительных туфлях: четырех столетиях модной обуви» те основные этапы развития и совершенствования обуви, которые нельзя пропустить образованному человеку. Четко распределив все возможные типы, он рассказывает не только о туфлях, характерных для высокой моды, но и о таких субкультурных предметах, как казаки, ботинки танцоров на дискотеках и ботинки со скрытой платформой.

Старое как новое

О модных марках и культурном наследии

Альбер Галеев (Conde Nast Traveller) |



В НАЧАЛЕ лета стало известно, что после десятилетнего ремонта для публики вновь открываются те залы Лувра, которые посвящены декоративному искусству золотого для Франции XVIII века. Новообретению убранства будуара Марии-Антуанетты, золотых сундуков Людовика XIV и туалетных принадлежностей маркизы де Помпадур — экспонаты вдобавок переставили, перевесили и переописали в соответствии с современным подходом к кураторству и организации музейного пространства — помогла французская ча-

совая марка Breguet. Для нее Лувр — не просто музей, для Лувра брегеты — не просто часы. В 1802-м произведения Абрахама Луи Бреге впервые показали в стенах музея во время выставки достижений промышленников тех лет, потом их полюбил носить директор Лувра, с 1960-х коллекция брегетов в Лувре расширилась (раритеты поступили по завещанию богачки из Лиона), и в 2009-м музей провел выставку часов марки. Так что желание Breguet помочь любимому музею объяснимо также, как и то, что выбраны для этого были залы с искусством

ЗА ВОССТАНОВЛЕНИЕ
КОЛИЗЕЯ
НЕ ПОБОЯЛАСЬ
ВЗЯТЬСЯ TOD'S



ВРЕГУЕТ ПРИШЛА НА ПОМОЩЬ ЛУВРУ

Лагерфельд сфотографировал сам фонтан, фрагменты статуй, струи воды и выпустил книгу-альбом. А рассказ о проекте теперь размещается на официальном сайте марки в разделе под названием The Magic of Fendi.

Но то достопримечательности: шесть ли миллионов туристов, шестьдесят ли их увидят, это количество все равно несравнимо с количеством зрителей кинофильмов по всему миру. А киноплёнка, как известно, — материал более хрупкий, чем мрамор и известняк, да и выцветает гораздо быстрее Колизея. Оттого многие марки спасают фильмы. Dolce & Gabbana два года назад проспонсировала восстановление феллиниевского «Сатирикона». Фантазмагория 1969 года по античному сюжету режиссера из Римини — не самый очевидный выбор для модного дуэта, который в своих кол-

XVIII века: на него пришлось главные изобретения основателя марки.

Модные марки вообще легко тратят деньги на восстановление шедевров и прочую арт-благотворительность. Так, в январе этого года Prada и Versace объявили о перечислении €3 млн на обновление главной модной и торговой точки в Милане — Галереи Виктора Эммануила II: памятник архитектуры не ремонтировали полвека. Тогда же стало известно, что Prada проспонсирует и заключительные этапы восстановления «Тайной вечери» Джорджо Вазари. В 1966-м картина, написанная в XVI веке на нескольких соединенных вместе деревянных панелях, полдня пролежала в воде, когда во время наводнения базилика Санта-Кроче, в которой она находилась, была подтоплена. Пытаясь не допустить окончательного разрушения «Вечери», музейные работники разделили ее на части и покрыли изображение тонкими листами бумаги. С тех пор картина лежала в запасниках, пока пять лет назад американский трастовый фонд Getty (он же управляет одноименным музеем) не профинансировал начало реставрационных работ. Теперь продолжать восстановление шедевра будет Prada, где совершенно не скрывают, что таким образом отдают дань городу, в котором появился новый бутик марки: в его витринах купол собора Санта-Мария-дель-Фьоре как на ладони.

Итальянским маркам с их благидами порывами повезло больше других: они, что называется, оказались в нужное время в нужном месте. Экономика стагнирует, а крупнейшие из модных компаний совсем не бедствуют. Одновременно Италия готовится провести в следующем году Всемирную выставку в Милане и хочет встретить гостей во всей красе. К тому же произведе-

ний всех видов искусства, достойных заботы, в стране достаточно — на любой вкус и кошелек. Чаще всего итальянские марки тратят деньги на открыточные, знатные руины. В декабре прошлого года группа Tod's, в которую входит одноименный обувной бренд, а также марка одежды Fay и аксессуарные Roger Vivier и Hogan, объявила, что перечисляет €25 млн на восстановление Колизея (и пообещала позже пожертвовать еще €8 млн на реставрацию театра «Ла Скала»). Логика проста: развитие туризма обеспечит приток денег в итальянскую экономику. А как увеличить приток туристов лучше, чем отремонтировать Колизей?

Реставрацию разделили на три этапа. Сначала очистят фасад так, чтобы Колизей снова стал первоначального, бледно-желтого оттенка, и заделают трещины в стенах. Затем построят новый центр для туристов (рядом, не внутри) и, наконец, восстановят помещения, включая подземные. Сколько времени и денег в итоге на все это понадобится, неизвестно (о том, что Tod's планирует выступить спонсором, было объявлено еще в 2010-м, но вмешалась итальянская бюрократия). Доступ к Колизею закрывать не хотят: те шесть миллионов туристов, которые, по подсчетам, ежегодно посещают этот гигантский амфитеатр, невзирая на его нынешний цвет, оставляют в Риме куда больше денег, чем способен внести самый щедрый спонсор.

Если в другой римской звездной достопримечательности — фонтане Треви — когда-нибудь искупается Анита Экберг XXI века, в этом будет заслуга марки Fendi и Сильвии Вентурини Фенди. Римлянка по рождению и месту жительства, она с радостью решила помочь городу спасти памятник. Помимо вклада в ремонт дизайнер Fendi Карл



ФОТОБАНК.COM/ELOMBERGO VIA GETTY IMAGES

PRADA ЗАНЯЛАСЬ ОБНОВЛЕНИЕМ ГАЛЕРЕИ ВИКТОРА ЭММАНУИЛА II В МИЛАНЕ

лекциях чаще поет оду абстрактной итальянской чувственности и конкретным культурным памятникам вроде базилик родной для Доменико Дольче Сицилии. В этом смысле для восстановления, возможно, больше подошла бы одна из ранних феллиниевских драм «Под небом Сицилии», плёнка которой старше сатириконовской на два десятка лет. Или яркий и обильный, как мода Dolce & Gabbana, оscarноносный «Амаркорд», «Сладкая жизнь» (хотя бы из-за названия, которое так часто используют для описания философии Dolce & Gabbana и современной моды в целом), да и не старый еще «Город женщин», исследующий силу женской красоты и красоту женской силы, как и сами дизайнеры. Как бы то ни было, для восстановления был выбран фильм о бурном романе двух молодых красавцев и о красоте (и неприглядности) реальности,



ПРОДОЛЖЕНИЕ
РЕСТАВРАЦИИ
«ТАЙНОЙ ВЕЧЕРИ»
ДЖОРДЖО ВАЗАРИ
ОБЕСПЕЧИВАЕТ PRADA

DIO MEDA/MARKA / GIULIO ANDREINI

их окружающей. Подтекста не ищите, просто совпало: «Кино Феллини, Висконти, Антониони и Росселлини научило нас мечтать и вдохновляет нашу моду и дизайн», — говорили дизайнеры.

К тому же «Сладкую жизнь» и так уже отреставрировали — в рамках совместного проекта фонда Мартина Скорсезе The Film Foundation и марки Gucci. С 2006 года она оплатила реставрацию уже девяти киношедевров (фонд за 24 года существования спас более 600), включая «Бунтаря без причины», «Однажды в Америке», «Леопарда». Шесть из них сняты, конечно, итальянскими режиссерами.

Разумеется, для модных марок возможность прикоснуться к искусству, да к тому же в великом, — еще и новый способ выступить на ярмарке тщеславия. Причем по сравнению с прочими способами — показами основных, дополнительных, лимитированных, капсульных, круизных, кутюрных и иных возможных коллекций в рамках и за рамками Недель моды, презентациями рекламных кампаний, краснококровыми церемониями, работой над гардеробами знаменитостей, пальмовыми ветвями и даже по сравнению с замахивающимися на уровень искусства проектами вроде выпуска вещей в сотрудничестве с мастерами культуры, спонсирования молодых художников или создания костюмов для новых фильмов — инвестиции в классику эстетически беспроегрышны и этически безупречны. Марки получают возможность продемонстрировать свой хороший вкус, образованность, ум, скромность (над аркой Колизея ведь не повесишь неоновую вывеску «Tod's» — даже крохотную бронзовую табличку вряд ли прикрутят). А еще — щедрость и патриотизм. Глава Tod's Диего Делла Валле так и сформулировал: раз частный бизнес получает выгоду от обширного культурного наследия Италии, в минуту, когда страна нуждается в сохранении этого наследия, частный бизнес должен ей помочь.

Забывая о старине, мода — как все благотворители — борется и с собственными комплексами, устраивает себе эдакий психоаналитический сеанс. Что как не упорное сохранение траченной временем киноплёнки старого фильма может быть дальше от сути моды, которая живет и мыслит в категориях сезонов, а то и месяцев? А отмыwanie Колизея от тысячелетней грязи — идея, которая могла бы родиться только в умах представителей глянцевого индустрии: чем не шанс показать, что современная мода не просто сплошь бездушный конвейер и броский маркетинг.

Вдобавок индальгенция, которую дает подобная филантропия, помогает маркам

обратить на себя внимание обычно далекой от гламура аудитории. Так, отреставрированный Dolce & Gabbana «Сагирикон» показывали на кинофестивале в Нью-Йорке, а Мартин Скорсезе в видеоролике благодарит Gucci за финансирование своего фонда не менее велеречиво, чем Антониони и Кассаветиса за вклад в историю кино. Конечно, появляются и совсем материальные дивиденды. Например, одновременно с выходом посвежевшего «Сагирикона» на экраны в продажу поступила и коллекция Dolce & Gabbana по мотивам костюмов из него. У Versace в центральном зале миланской Галереи Виктора Эммануила II теперь появится собственный бутик, причем с музеем: место уступила старейшая лавка серебряных изделий Bernasconi. А Диего Делла Валле получил шанс покритиковать Джорджо Армани, одного из богатейших итальянских дизайнеров. Делла Валле призвал Армани вложиться в ремонт миланского замка Сфорца XV века. На что получил ответ: «Я уже восстановил виллу Некки Кампилио (дом в центре Милана, построенный Пьеро Порталуппи в 1932–1935 годах, шедевр ардеко. — прим.) много лет назад за три мил-

ДЛЯ МОДНЫХ

марок возможность прикоснуться к искусству — новый способ выступить на ярмарке тщеславия. Причем по сравнению с прочими способами — показами, работой над гардеробами знаменитостей и другими инициативами — инвестиции в классику эстетически беспроегрышны и этически безупречны

лиарда лир (около £1,5–2 млн. — прим.). И я потратил на это собственные деньги, а не деньги акционеров моей компании».

От щедрости модных марок одни плюсы как искусству, так и им самим. Оттого еще любопытнее узнавать, что на время миланской «Экспо-2015» в итальянском павильоне выставят статую Давида Микеланджело. Правда, копию. Оригинал останется стоять во флорентийской Академии изящных искусств. Его, кстати, отреставрировали десять лет назад, но как раз в те дни, когда Париж праздновал открытие луврских залов при поддержке Вегуэт, итальянцы обсуждали результаты нового исследования состояния Давида. Оказалось, в ногах 5,5-тонной скульптуры начали появляться микротрещины и она может разрушиться от малейшего колебания основания пола Галереи Академии изящных искусств — гипотетически хоть из-за работающего на улице отбойного молотка. Ученые предлагают переместить Давида в более спокойное здание, скажем, за город, или как минимум установить в сейсмически более устойчивом зале галереи. Илучше бы спонсору этих работ поскорее найтись.



DIO MEDA/PHOTOS 12 - CINEMA / ARCHIVES DU FET ARTOR

ОТРЕСТАВРИРОВАТЬ «ЛЕОПАРДА» (1963) ЛУКИНО ВИСКОНТИ ПОМОГЛА GUCCI

Кружевные сети

О 60-летию La Perla

Вера Попова |



РАБОТА НАД БЕЛЬЕМ LA PERLA ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ

К 60-ЛЕТИЮ в La Perla подготовились со всей основательностью: придумали новый дизайн бутиков, впервые сделали рекламную съемку со знаменитыми моделями и запустили проект Made to Measure — пошив белья Haute Couture по индивидуальному заказу.

История La Perla началась в Болонье в 1954 году — бренд основала Ада Мазотти, домохозяйка, шьющая на досуге корсеты, которые и прославили ее на весь город. Девушка была настолько хороша в своем деле, что ее прозвали «золотые ножницы». Свою же собственную линию белья Мазотти назвала La Perla, «жемчужина», так как всегда хотела, чтобы к женскому белью относились как к драгоценным украшениям. Ее мечта воплотилась в обновленном бутике в Милане на улице Монтенаполеоне через 60 лет после рождения марки. В его витрине на фоне супрематической конструкции из кубов стоят манекены в купальниках, вокруг разбросаны теннисные мячи и ракетки — метафора пусть не очень понятна, зато эффектна, мимо такого не пройдешь. Внутри торжествует ар-деко: золотые металлические «трубы» поддерживают стеклянные столики и устремляются вверх, к потолку. Цвета стен — слоновая кость, бежевый и розовый, точь-в-точь шелк и атлас на белье. Примерочная — как будуар, который дается в распоряжение каждой гостье бутика: все комнаты закрываются на ключ, а внутри кроме зеркал еще и небольшая гостиная с креслами. Архитектор Роберто Бокоччи, известный по работам в бутиках и штаб-квартире Miu Miu и Prada, создал пространство, максимально отражающее кон-

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ

La Perla Ник Таччи уверен, что в будущем услуга пошива белья на заказ придет и в Москву, но пока она доступна только в двух бутиках — в Лондоне на Слоун-стрит и в Милане на Монтенаполеоне

цепцию бельевых брендов — от освещения до использованных материалов. К примеру, прозрачность шифона и тюля в интерьере символизирует стекло. Оно здесь повсюду — на столах, перегородках и, наконец, в шкафах-витринах, где выставлено белье. «Такие витрины вы можете встретить в ювелирных бутиках, но никак не в бельевых», — рассказывает креативный директор La Perla Джованни Бьянки. — У нас была задача — визуально сравнить белье с украшениями, как это делала Ада Мазотти. Тем более что некоторые экземпляры на самом деле сделаны из золота».

Бьянки не преувеличивает — в рамках нового проекта по индивидуальным заказам Made to Measure действительно можно найти белье с вышивкой из золотых нитей. Директор по маркетингу бренда Ник Таччи уверен, что в будущем будет и в Москве, но пока что она в тестовом режиме и доступна только в двух бутиках La Perla — в Лондоне на Слоун-стрит и в Милане на Монтенаполеоне. Просто зайти с улицы и потребовать белье с собственными инициалами не получится — сначала нужно по-

звонить в магазин и договориться о встрече со старшим менеджером. В Милане это русскоговорящая девушка Татьяна — на встрече с вами она придет с огромной и очень тяжелой черной книгой. Это библия Made to Measure: в ней есть экземпляры всех тканей и всех оттенков, возможных в рамках услуги. Вы просто выбираете ту комбинацию, которая придется вам больше по душе, попутно прикладывая к каждому отрезку шелка фрагмент кружева или вышивки из золотых нитей. Такая система работает для двух коллекций — легендарной для бренда Maison, с бельем из красного, черного или золотого шелка и цветочной вышивкой, и Filigrane — линии, отличительной чертой которой стало воздушное кружево в технике макраме. Третья коллекция, представленная в Made to Measure — Cristallo Nero, — белье, расшитое черными кристаллами Swarovski. В ней вы можете выбрать боди с длинными рукавами или без рукавов и украсить кристаллами те части, которые захотите.

Все белье Made to Measure производится на фабрике в Болонье наряду с прототи-

пами сезонных коллекций La Perla. Там же находится главный офис бренда и магазин для сотрудников. На входе в здание висят фотографии новых рекламных кампаний, революционных для марки: в них впервые за всю историю La Perla приняли участие известные супермодели. В актуальной сегодня осенне-зимней рекламе снялись Мариякарла Босконо, Дарья Строкоус и Лью Вен. «Это три совершенно разные девушки, из противоположных частей света, с разными историями, и это важно», — объясняет свой выбор директор по маркетингу Ник Таччи.

От главного офисного входа в Болонье невозможно просто так попасть на фабрику и не заблудиться — зато после долгих поисков оказываешься будто бы в другом мире: вокруг станки, швейные машинки и манекены. Но вовсе не такие, как в бутиках, — манекены на фабрике повидали жизнь, каждый день их искалывают иглками, примеряя десятки новых бельевых шедевров. По ним сразу понятно — работа здесь кипит. Самый большой станок на фабрике — тот, что придает форму бюстгальтерам, растягивая материал под высокой температурой до нужных размеров. Все остальное делается вручную — будь то сложная вышивка, аппликации с кристаллами или разглаживание производственных складок. Но больше всего впечатляет макет миланского бутика в реальную величину — в него даже можно зайти и погулять среди стеклянных полок, потрогать одежду и рассмотреть примерочную!

Штаб-квартира и фабрика в Болонье для La Perla — важное место: отсюда началась история бренда, когда из маленького производства Ады Мазотти вырос модный дом с прибылью в €200 млн в год. И это не просто белье, оно уже стало частью поп-культуры: именно в нем Бриджит Нильсен пришла на первое свидание с Сильвестром Сталлоне, в нем Бейонсе выступала на Grammy, в нем бесподобная Марго Робби снималась в «Волке с Уолл-стрит». Сегодня эта легенда поддерживается новыми идеями команды La Perla. Что ни говори, Ада Мазотти была бы довольна.

Важные годы

О праздновании 130-летия Bulgari

Александр Щуренков |



ЧАСЫ GEMMA, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ НА БИЕННАЛЕ АНТИКВАРОВ: ЗОЛОТОЙ КОРПУС, 559 БРИЛЛИАНТОВ, 30 ТУРМАЛИНОВ, 77 РУБЕЛЛИТОВЫХ БУСИН, АМЕТИСТЫ, ЖЕМЧУГ



БУТИК BULGARI В РИМЕ

ЦЕЛЫЙ год ювелирно-часовая компания Bulgari отмечает свое 130-летие — не только выпуском особых украшений, но и выставками, и финансированием восстановления Испанской лестницы в Риме. Именно с Римом у бренда самая настоящая любовь. Вернее, у ее основателя — грека по происхождению Сотирио Булгари, переехавшего сюда и открывшего магазин на via Condotti. В нем он продавал серебряные украшения и мелкие интерьерные вещицы, сделанные на манер старинных греческих и византийских, а позднее — вдохновленные ар-деко. Свое нынешнее имя и статус не просто магазина, а марки, занимающейся изготовлением ювелирных изделий, Bulgari получила в 1934 году, когда после смерти Сотирио бизнесом занялись его сыновья.

С 2011 года марка входит в концерн Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH), что прочит ей выверенные советы директоров планы развития на десятилетия вперед. Но ее имидж по-прежнему связан с семейным делом — яркими украшениями из желтого золота и крупных драгоценных камней, часами и браслетом Serpenti в виде змеи и эпохой итальянских кинодив, на которых все это можно было увидеть.

Чтобы привести исторический магазин в Риме к подобающему важности случившегося юбилею внешнему виду, руководство компании воспользовалось услугами известного «домашнего» архитектора группы LVMH Питера Марино. Было придумано сделать особое пространство The Bulgari Domus для самых важных и достойных клиентов, а также для представителей прессы и устраивать там камерные презентации и выставки. Сейчас

в римском магазине собраны все важные исторические украшения бренда, документы и книги.

Тем же Марино был разработан дизайн павильона марки для Биеннале антикваров, открывшейся 11 сентября в Париже, на которой помимо всего прочего представлены главные украшения. Вход в выставочный павильон Bulgari выполнен из мрамора, как в магазине на via Condotti. Среди других напоминаний о бутике — паркет из орехового дерева, восьмиконечная мраморная звезда на полу, лаунж-зона Элизабет Тейлор и Maglia Pantheon — перегородка из бронзовых решеток, плетение которых навеяно декоративными мотивами Пантеона. В рамках Биеннале антикваров можно познакомиться и с некоторыми историческими драгоценностями, любезно предоставленными любимыми клиентками ювелирного дома, в частности, баронессой Кармен Тиссен-Борнемиса. Bulgari Heritage Collection была задумана с тем, чтобы отдать дань блестящему наследию дома и прекрасным женщинам, составившим славу Bulgari. Ювелирная марка инвестирует нема-

несенное в качестве свадебного подарка Ричардом Бёртоном в 1964-м. Подвеску от этого кольца, созданную в 1958-м как брошь, Тейлор получила в подарок от Бёртона в день помолвки, а в 1962-м актриса надела ее на свадьбу. Heritage Collection, существует по принципу, некогда сформулированному, Элизабет Тейлор: «Вы не можете обладать сиянием, вы можете им только восторгаться».



УКРАШЕНИЯ ИЗ ЧАСТНОЙ КОЛЛЕКЦИИ БАРОНЕССЫ КАРМЕН ТИССЕН-БОРНЕМИСА

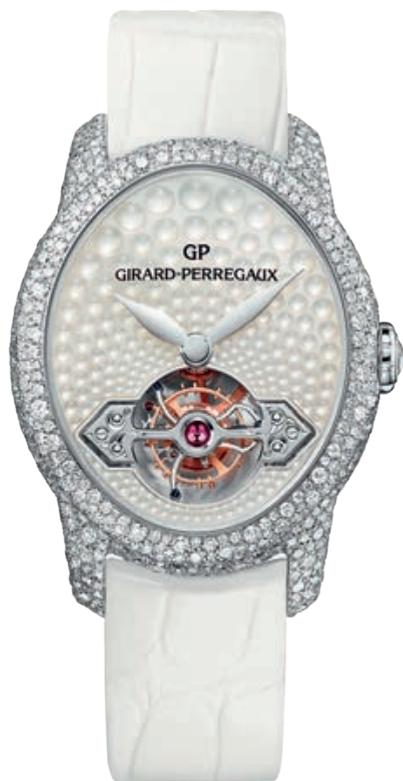
лые деньги, чтобы вернуть в свои архивы наиболее важные ценности, выставленные на торги. В собрание исторических украшений входят предметы из частной коллекции Элизабет Тейлор, приобретенные домом Bulgari на аукционе 2011 года. К ним относятся кольцо из платины, изумрудов и бриллиантов 1962 года, препод-

Праздничная коллекция О десятилетии Cat's Eye Girard-Perregaux

Нина Спиридонова (Robb Report) |



GIRARD-PERREGAUX
CAT'S EYE HAUTE
JOAILLERIE



GIRARD-PERREGAUX
CAT'S EYE JEWELLERY



МОДЕЛЬ GIRARD-PERREGAUX CAT'S EYE 2004 ГОДА, ВЫИГРАВШАЯ В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШИЕ ЖЕНСКИЕ ЧАСЫ» НА КОНКУРСЕ GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE GENEVE 2004

ЗА ДЕСЯТЬ лет, прошедшие с момента выхода первой модели Cat's Eye, многое изменилось. Ушел из жизни гениальный Луиджи Макалузо, вдохнувший жизнь в старейшую швейцарскую часовую марку; дом Girard-Perregaux отошел к люксовому концерну Kering и покинул женевский SINN — теперь новые коллекции демонстрируют в Базеле. Но овал Cat's Eye по-прежнему безупречен и востребован. Тогда, в 2004-м, часовщикам Girard-Perregaux удалось создать для женщин красивую узнаваемую модель, да еще и с мануфактурным механизмом — специально для этого разработали автоматический калибр GP033. Поэтому жюри женевского Grand Prix d'Horlogerie 2004 года не задумываясь присвоило новым часам звание лучших женских часов года.

Новая линия от Girard-Perregaux отличалась от традиционных круглых и прямоугольных часов. Пропорциональный овальный корпус оказался весьма удобен для размещения часовых индикаторов, к тому же он мог быть как вертикальным, так и горизонтальным. В «вертикальных» Cat's Eye хорошо смотрелись фазы луны и турбийон с фирменными золотыми мостами. В часах с «горизонтальным» корпусом пер-

выми дополнительными функциями стали маленькая секундная стрелка рядом с «9 часами» и запас хода (во всех моделях он составляет 46 часов), окошко даты располагалось между «1» и «2 часами». В следующей версии циферблат маленькой секундной стрелки был обозначен лучами, а дата располагалась в маленьком овальном окошке в позиции «3 часа». Далее последовала сложная модель Cat's Eye Bi-Retro с двумя ретроградными шкалами для индикации секунд и дней недели. В позиции «12 часов» поместили окошко с фазами луны, напротив, в «6 часах», указатель даты. Еще одним серьезным усложнением стали часы Cat's Eye Annual & Zodiac Calendars, сочетающие «небесное» и земное время. Кроме диска с датой и фазами луны в нижней части циферблата виден след пролетающей бриллиантовой звезды — ее хвост служит индикатором календарных месяцев и знаков зодиака.

Скромный, но достойный юбилей знаковой линии Cat's Eye Girard-Perregaux отмечают коллекцией из нескольких мо-

деля с «праздничными» циферблатами. Мастера Girard-Perregaux применили специальную технику, чтобы воспроизвести бутоны на овальном циферблате. Для создания объемного эффекта на перламутр последовательно наносят семь слоев материала, в последний из которых добавляют серебристый или золотистый (в зависимости от модели) порошок — он создает эффект сияния. В результате цветы кажутся подобием тонкой вышивки по перламутру, а сам циферблат напоминает изысканное ажурное кружево. Линия Cat's Eye Bloom представлена двумя стальными моделями — в холодных и теплых тонах.

В юбилейной модели Cat's Eye Jewellery, Tourbillon with Gold Bridge корпус, bezель и ушки крепления ремешка инкрустированы тысячей ограненных бриллиантов разного размера в технике snow-setting. Но главной особенностью новых часов стал циферблат из натурального перламутра, на котором воспроизведена россыпь выпуклых сияющих жемчужин разного размера.

Модель Cat's Eye Haute Joaillerie полностью украшена бриллиантовым паважем из 398 камней багетной огранки общим весом 52 карата. 87 камней декорируют корпус и ободок, 98 — овал циферблата, 204 — гибкий браслет. Пять рубинов огранки «багет» образуют красную

звездочку на заводной головке часов. Еще 145 миниатюрных бриллиантов (общим весом 0,35 карата) сияют на золотом роторе. Cat's Eye Haute Joaillerie остаются не только самой дорогой моделью Girard-Perregaux, но и самыми дорогими часами, продаваемыми российским ритейлером Mercury.

ДЕСЯТЬ ЛЕТ

назад часовщики
Girard-Perregaux

придумали рецепт

идеальных женских часов

делей с «праздничными» циферблатами. Модель Cat's Eye Anniversary представлена в двух вариантах: с циферблатом из серого перламутра или полированно-го оникса, украшенным настоящим фейерверком из полированного золота и 73 драгоценных камней. На черном ониксе сияют бесцветные бриллианты, на перламутровом фоне — сафиры красно-пастельной гаммы, напоминающие брызги розового шампанского. Точка, из которой рассыпаются драгоценные огни, находится на «9 часах» — эта асимметрия придает внешнему облику модели динамический эффект. Фирменный овал Cat's Eye из белого золота украшен по ободку бриллиантами, на роторе из розового золота — буквы GP, на прозрачной задней крышке, открывающей мануфактурный механизм GP03300, — памятная гравировка «10eme Anniversaire».

Еще одна модель из юбилейной серии — Cat's Eye Bloom с распускающимися



GIRARD-PERREGAUX
BLOOM

В блеске бриллиантов О 140-лети Piaget

Анна Минакова |

В НЫНЕШНЕМ году Piaget отмечает свое 140-летие. Хотя Жорж Эдуард Пьяже и начал свое дело в далеком 1874 году, оформилось оно в уникальную ювелирно-часовую компанию с узнаваемым стилем много позже. Вначале мастерская Пьяже в Ла-Кот-о-Фе, как и многие в то время, специализировалась на деталях часов, поставляемых третьим компаниям, в 1910-м стала производить готовые часы, но тогда еще на условиях анонимности — на циферблатах моделей гравировалось имя клиента. И только в 1940-х, спустя шесть десятилетий существования компании, Пьяже начал подписывать собственные творения.

Настоящая революция произошла в 1956 году — тогда Пьяже представил первый механизм толщиной 2 мм (калибр 9P). Собственный калибр позволил фирме как утвердиться в сегменте мужских часов, так и занять сильные позиции в мире часов женских — ультратонкость механизма открыла безграничные просторы для декоративных экспериментов.

В 1959 году на женевской рю Дю Рон, 40 открылся первый фирменный магазин Piaget — и это еще одно значимое в истории фирмы событие. Все начиналось с простого правила «спрос рождает предложение»: клиенты, приобретающие часы, интересовались ювелирными украшениями, подходящими к ним. Piaget просто закупали готовые изделия мастеров из Франции, Италии и Германии и ставили на них свое клеймо.

В следующем десятилетии триумфальное восхождение Piaget на ювелирно-часовой олимп продолжилось. В 1960 году фирма представила новый механизм-рекордсмен — калибр 12P с автоматическим заводом (толщина 2,3 мм), чуть раньше — еще в конце 1950-х — сделала громкое заявление о том, что отныне корпуса часов будут изготавливаться только из благородных металлов. Ювелирное направление пошло навстречу часовому: Пьяже приняли решение отказаться от приобретения готовых изделий и перейти к размещению заказов на украшения. В 1964-м были представлены первые часы с циферблатами из поделочного камня. Слияние часового и ювелирного направления в единую вселенную Piaget связано с именем представителя четвертого поколения семейного бизнеса Ива Пья-



ЧАСЫ 1965 ГОДА, ПРИНАДЛЕЖАВШИЕ ДЖЕКИ КЕННЕДИ ОНАССИС



ЧАСЫ ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ LIMELIGHT BLOOMING ROSE



ЧАСЫ-БРАСЛЕТ ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ EXTREMELY PIAGET

же. Именно он, вооружившись дипломом инженера часового производства невшательского института и дипломом геммолога лос-анджелесского института, решил вывести создание украшений — а с ним и ювелирных часов — на новый уровень. Он не просто заказывал изделия, он сам работал над макетами и искал независимые мастерские, способные реализовать ту или иную идею. Еще в 1961 году были приобретены первые ювелирные мастерские, а к 1974-му открыты и мастерские Prodog, занимающиеся изготовлением корпусов, браслетов и закрепки камней. Оформились не только техники, которые и сегодня остаются изобретениями Piaget, выкристаллизовался стиль — эксцентричный, как сами 1960-е, построен-

ный на сложных формах, использовании непривычных тогда поделочных камней в часах и украшениях высокого класса. С Ивом Пьяже сотрудничал Дали — в 1967 году вместе они создали серию часов и украшений с Dali d'Or — именной золотой монетой Дали, имевшей четыре номинала и выпущенной небольшой серией. Арман изготавливал для Piaget скульптуры из золота и розового дерева. В 1970-х соавтором специальной версии часов для себя стал и Энди Уорхол.

В 1980-е на смену сюрреализму, новому реализму и поп-арту в истории Piaget пришел романтизм: роза — новый символ, опять же внедренный Ивом Пьяже. Он увлекался цветоводством, а в 1982 году удостоился именной розы «Ив Пьяже». Роза



СОТУАР С ПОДВЕСКОЙ-ЧАСАМИ ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ EXTREMELY PIAGET



СОТУАР С ПОДВЕСКОЙ-ЧАСАМИ 1973 ГОДА

стала главным мотивом «Волшебных садов Piaget», а вслед за этим и внушительного списка коллекций.

В год 140-летия фирма решила «вспомнить все» — и создававшиеся с 1950-х тонкие корпуса и механизмы, и фирменные приметы стиля Piaget 1960–1970-х, и розу, и свежие изобретения XXI века.

Дань уважения розе — представленная в январе ювелирная коллекция Rose Passion, в которой главную роль играли парадный стиль ампира и редкие крупные драгоценные камни. Тогда же в январе представили и часы, поставившие новый рекорд в области ультратонких, — Altiplano 900P 38 mm с ручным заводом, толщиной 3,65 мм. Самой интересной из женских часовых премьер января стала Blooming Rose с вращающимся ободком циферблата, открывающим разное количество лепестков, — это продолжение славной традиции «игровых часов» 2000-х.

Но все же главной юбилейной коллекцией стоит признать Extremely Piaget, объединившую ювелирные изделия и часы. Это дань уважения 1960–1970-м с уникальными техниками работы с золотом, поделочными камнями, мириадами бриллиантов огранки «маркиза». А главное — целым рядом часов-украшений: браслетов-манжет и часов-подвесок.

До конца юбилейного года у Piaget остается еще несколько месяцев, и судя по скорости, фирма не остановится на этом параде эпох и стилей и ближе к концу года подготовит еще какой-нибудь сюрприз.

«Все, что окружает человека, влияет на его мироощущение»

Пол Марчиано, Guess |

ОСНОВАННАЯ в 1981 году модная марка Guess, генеральным и креативным директором которой сейчас является Пол Марчиано, один из четырех создавших ее братьев, — это воплощенная в жизнь американская мечта. Родившись на юге Франции, братья Марчиано переехали в Лос-Анджелес и стали создавать джинсы. Их фамилия теперь то и дело фигурирует в списках журнала Forbes, а одежда компании с завидной регулярностью появляется на американских знаменитостях. Помимо нескольких брендов (Guess, Guess Jeans и Marciano Guess) Пол совместно с Морисом Марчиано присматривает и за художественным фондом, который вскоре должен быть преобразован в один из самых крупных частных музеев.

— Как случилось, что вы выбрали моду? Вас ничего больше не привлекало?

— Мне всегда нравилась мода, а еще реклама. И я счастлив, что могу заниматься тем, что мне интересно, каждый день. С самого начала моей целью номер один стало создание чего-то особенного. С братьями я решил основать бренд, который не только отличался бы прекрасной одеждой, но и стал бы отличным местом работы и для нас, и для наших сотрудников. И Guess достигла такого успеха, о котором 33 года назад я не мог даже мечтать. В нашей одежде соединились европейский стиль и современный прагматичный подход. При этом ни одна женщина в Guess не сможет остаться незамеченной, мне кажется, это и нужно покупателям.

— Сейчас одежда из денима привычна для коллекций как модных, так и демократичных брендов. Но еще лет 30 назад она ассоциировалась только с рабочей униформой. Вы стали использовать деним в коллекциях Guess случайно или еще тогда были уверены в его успехе?

— В 1980-х джинсы оставались рабочей одеждой и не представляли собой ничего модного. Весь мир считал этот рынок перенасыщенным. Мы с братьями подумали, что сможем изменить ситуацию. Когда все

услышали о том, как четверо французов из Марселя отправились в Лос-Анджелес и собираются основать там джинсовый бренд, то подумали о нас как о сумасшедших. Тогда мы придумали джинсы из вытертого денима с тремя застегками-молниями и уговорили байера универмага Bloomingdale's взять



Пол Марчиано

КОГДА ВСЕ УСЛЫШАЛИ О ТОМ, как четверо французов из Марселя отправились в Лос-Анджелес и собираются основать там джинсовый бренд, то подумали о нас как о сумасшедших

20 пар. Они разлетелись за считанные часы и стали одной из самых известных наших моделей, так мы поняли, как развивать наш бизнес. Даже сейчас деним остается частью ДНК нашего бренда и точкой отсчета для каждой новой коллекции. Скажу больше, одна из наших главных задач — предлагать покупателям и современную, и классическую одежду из денима каждый сезон.

— Вас не пугает огромное количество ежегодно производимых модных товаров?

— Рынок и потребительский спрос постоянно меняются. Мы же предлагаем только то, что всегда находится под нашим контролем. Для меня самое важное —

квартире Guess в Лос-Анджелесе. Мне кажется правильным окружать сотрудников компании такими предметами, которые смогли бы их вдохновлять и в то же время создавали замечательную атмосферу вокруг рабочего места. Среди моих любимых художников — Стерлинг Руби, Морио Мори, Джим Лэмби, Такаси Мураками.

— Дружите ли вы с кем-нибудь из них?

— Находясь в Лос-Анджелесе, у меня всегда есть возможность общаться с художниками, фотографами, режиссерами и музыкантами. Мы часто говорим об искусстве, работе и жизни, с ними я еще раз убедился в том, что успех к тебе приходит только тогда, когда ты по-настоящему влюблен в то, что делаешь, и отдаешь себя этому полностью.

Беседовал Александр Щуренков



Кадр из рекламной кампании Marciano Guess сезона «Осень-Зима 2014/2015»

«Главное для нас — элегантность и комфорт»

Кристофер Биццио, Via Delle Perle |



МОДЕЛИ
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ
VIA DELLE PERLE
СЕЗОНА
«ОСЕНЬ-ЗИМА
2014/2015»

ДО ИТАЛЬЯНСКОГО

модного бренда Via Delle Perle Кристофер Биццио, занимающий должность вице-президента, работал в Mandarina Duck, Salvatore Ferragamo и Trussardi. Сейчас его главная цель — преобразовать успешную на итальянском рынке марку в международную.

— Как бы вы описали мир женщины, для которой предназначена одежда Via Delle Perle?

— Я бы сказал, что она ценит комфорт и стремится всегда выглядеть элегантно. Ей подошел бы для жизни один из крупных европейских городов — Париж, Москва или Милан. Тут необходимо выглядеть

уместно всегда и везде: ведешь ты детей в школу или собираешься на коктейль с подругами. Но главное, что женщина Via Delle Perle находит общий язык с любыми людьми в любых ситуациях.

— Насколько желание бренда быть «космополитичным» является определяющим для его стратегии развития?

— Для нас важно присутствие на международном рынке, но мы стараемся учитывать и местные вкусы. Что касается бизнеса, помимо принадлежащих компании офлайн-бутиков и онлайн-магазина у нас много франчайзинговых магазинов, что позволяет нам быть достойно представленными во всем мире.

— Каким вам видится будущее Via Delle Perle в России?

— Мы очень верим в Россию и даже открыли в Москве представительство. Мы хотим открыть магазины во всех крупных городах, такие же, как, к примеру, у нас уже есть в московском торговом центре «Времена года».

— Что вас больше всего вдохновляет?
— Знаете, я всегда восхищался настоящими профессионалами в своей области. И неважно, профессионал ли это в деле ведения домашнего хозяйства, выращивания живых изгородей в саду или чего-то еще. Я привязан к людям, которые знают, что делают, которые задумываются о своей ежедневной работе и не воспринимают ее

как рутину, которые стараются постоянно сделать мир лучше, чем он был прежде.

— Что вы вкладываете в понятие «стиль»?
— Думаю, каждый определяет это в меру своего кругозора, образования и способностей. Для Via Delle Perle — это элегантность в сочетании с комфортом и то, что принято обозначать словом «уровень».

— Люди, отвечающие за творческую составляющую модного бизнеса и финансовую, часто находятся в состоянии открытой конфронтации. Удалось ли вам найти способ их примирить?

— И у тех и у других одна цель. Но пути достижения этой цели разные.

БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСАНДР ШУРЕНКОВ

60-е

Самая важная тенденция сезона предлагает нам вспомнить лучшее время в истории моды: именно тогда молодые дизайнеры из Великобритании, Франции и Америки в одно мгновение стали звездами. Они создавали коллекции ради самовыражения, но их порой очень странные вещи вдруг начали расцветать моды для молодых и смелых,

а для большинства марок — переосмысления своего будущего, движения в сторону упрощения кроя и появления на свет ярких, запоминающихся коллекций, образы из которых современные дизайнеры используют до сих пор. Мини-юбки, о которых еще в 1950-е нельзя было помыслить даже во сне, приобрели не меньшую популярность, чем короткие, «пятиконечные» стрижки

под мальчиков, как у Твигги. Брюки-дудочки, практически детские по посадке пальто, короткие свитера, мужские костюмы, галстуки-сеledки, туфли на низком каблуке с квадратными носами, новые яркие ткани, построенные на сочетании натуральных и искусственных волокон, силуэты с закругленной линией плеча — все это сегодня снова в моде.



LANVIN



MAX MARA



BOSS



MAX MARA WEEKEND



HERMES



MAX & CO



MIU MIU



RED VALENTINO



O'2ND



CHLOE



MIU MIU

MCQ ALEXANDER MCQUEEN



EMPORIO ARMANI



PRADA



MOSCHINO
CHEAP & CHIC



LOUIS VUITTON



MAX & CO



KENZO



CHRISTIAN DIOR



DKNY

KENZO

KENZO



BALENCIAGA



MAX MARA
WEEKEND



MIU MIU



MOSCHINO



PRADA



ROGER VIVIER



КОСМОС

Футуризм в стиле Андре Куррежа, Пьера Кардена и других поклонников космоса из начала 1960-х — одна из важнейших тенденций сезона. Давно подиум не сверкал так серебром, давно не было такого разнообразия высокотехнологичных тканей! В коллекциях представлены минималистские платья с искрящимися виниловыми вставками, юбки стального цвета из нейлона с эффектом деграде, светящиеся кожаные пальто, расшитые металлом и искусственным жемчугом пиджаки. А уж аксессуары этого сезона так и вовсе будто бы взяты из коллекций модельеров, увлекав-

шихся футуристическим дизайном, пятидесятилетней давности: есть туфли на невысоком каблучке с квадратными носами, маленькие сумки через плечо, квадратные рюкзаки, ботинки на платформе и широком каблучке, отделанные металлом и стразами. Галактические наряды присутствуют практически в каждой коллекции, поэтому ощущение создается такое, будто Юрий Гагарин вновь отправился в космос — с 1961 года такого разнообразия одежды, будто бы предназначенной для путешествий между планетами и жизни в будущем, не было.





LOUIS VUITTON

MM6 MAISON
MARTIN MARGIELA

NEIL BARRETT

MAISON
MARTIN MARGIELA

MSGM

CHRISTIAN DIOR

GIANVITO ROSSI

BARBARA BUI

CHRISTIAN DIOR

MSGM

VIKA GAZINSKAYA

PACO RABANNE



EMILIO PUCCI

Мужское

Мужских вещей в женских коллекциях всегда предостаточно, но в этом сезоне сделан основной упор на образ «американского психопата» и бизнесмена конца 1980-х, правда, с упоминанием других эпох. Так, ключевую роль играют мужские пальто: они могут быть длинными или относительно короткими, заимствованными из официального гардероба или двубортными, повседневного вида. Носить их можно хоть с платьями, хоть с брюками и пиджаками из шерсти, со свитерами крупной вязки с высоким горлом или с джемперами и джинсами.

Самыми актуальными стали модели честерфилд — однобортные или двубортные, бежевые, синие, серые и черные или с рисунком «елочка», потайной застежкой и выделяющимся воротником. В коллекциях много костюмов и их вариаций. Есть, например, платья-пиджаки. Такие наряды с преувеличенной линией плеч и лампасами лучше всего разбавлять высокими ботинками-челси, а красные костюмы в стиле диско — дополнять остроносными туфлями и бриллиантовыми булавками.



EMPORIO ARMANI



РИККАРДО ТИШИ для GIVENCHY



MARCIANO GUESS



MARCIANO GUESS



STELLA MCCARTNEY



BRUNELLO CUCINELLI



DOLCE & GABBANA



ALBERTA FERRETTI



SACAI



STELLA MCCARTNEY

BARBARA BUI



ALEXANDER WANG



GIORGIO ARMANI



BOTTEGA VENETA



JOSEPH

лофферы

Лофферы этой осенью представлены во многих коллекциях: дизайнеры предлагают носить их как с брючными костюмами, так и с ассиметричными юбками и прямыми платьями. Именно за счет упрощения делового дресс-кода, ранее допускавшего только самые строгие модели ботинок и туфель, этой осенью любимая обувь «волков с Уолл-стрит», изобретенная норвежским сапожником в конце 1930-х, выглядит более торжественно и элегантно, чем обычно. Цвета — либо дань модному теперь серебряному и всем оттенкам серого, либо темные, насыщенные — вишневый, синий и малахитовый, либо это сочетание, например, как в самой элегантной модели, черной и белой кожи. Прежде лофферы гораздо больше напоминали мокасины, а их изобретатель Нилс Тверангер из норвежской коммуны Эурланн так и называл их — «эурланнские мокасины». В этом сезоне много моделей, наиболее приближенных к тем, что были

в моде и тогда, и в 1960-е, хотя есть и лофферы в стиле Gucci — удобнейшие мокасины на небольшом каблучке, благодаря которым в 1970-е эта обувь начала нравиться не только европейским студентам, но и бизнесменам и политикам.



Не кринолином единым О перспективах *haute couture*

Алексей Пантыкин |

ВОПРОС о жизнеспособности *haute couture* поднимался в глянце-вой прессе и модных кулуарах уже не раз. Астрономические цены, постоянно уменьшающееся число клиентов, резко сократившееся количество домов, занимавшихся высокой модой, труднодоступное членство в Парижском синдикате высокой моды (*Chambre syndical de la Haute Couture*) — все это рождало вполне закономерные сомнения. А ведь до недавнего времени кутюрные наряды были единственной альтернативой для тех, у кого были деньги и кто хотел одеваться отлично от других.

Сам термин *haute couture* появился в середине XIX века во времена Чарльза Фредерика Уорта, считающегося отцом высокой моды. Англичанин по происхождению, перебравшись в Париж, он через некоторое время стал, по сути, диктатором моды при дворе императрицы Евгении. Придуманный Уортом способ работы с заказчицами почти не отличался от того, который существует в современном мире *haute couture*. Во-первых, сразу оговоримся, что он был первый мужчина-кутюрье такого уровня, поскольку обшивали аристократию, как правило, портнихи и модистки. Во-вторых, он первый, кто создал собственный салон мод, куда приходили заказчицы, которым показывались эскизы или наброски с образцами тканей. Чуть позже Уорт стал использовать и манекенщиц для демонстрации нарядов. Высокопоставленные клиентки могли не сомневаться в уникальности платья, приобретенного у Уорта: появление второго такого же было исключено. Его можно назвать первым модным дизайнером в современном понимании этого слова. Уорту принадлежит идея создания синдиката высокой моды — своего рода профсоюза с жесткими правилами членства, окончательно зафиксированными в 1945 году и оставшимися почти без изменений. Согласно им, претендент должен был иметь ателье с не менее чем 20 портными, или, как их называют во Франции, *les petites mains*, работающими на постоянной основе, делать два показа в год, представляя не менее 35 ансамблей — как дневных, так и вечерних, и быть способным организовать для клиента не менее трех персональных примерок. *Haute couture* — синоним непревзойденного качества тканей, кроя, вышивки, отделки и исклю-



BOUCHRA JARRAR

чительного внимания к деталям. На создание одного платья подчас уходят сотни часов ручного труда, что сполна компенсируется ценами, стартующими от десяти тысяч евро за классическую блузку иходящими до сотен тысяч за вечернее платье с вышивкой. Ливанская миллиардерша Муна Аюб утверждает, что недавно в Музей моды и костюма Парижа она передала платье Chanel стоимостью €300 тыс.

По этим правилам играли как современники, так и последователи Уорта: Жак Дусе, Жанна Пакен, сестры Калло, Поль Пуаре, Жан Пату, Мадлен Вионне, Жанна Ланвен, Коко Шанель, Эльза Скиапарелли, чуть позже — Кристоаль Баленсиага и Кристиан Диор. Чьи-то дома уже кану-



MAISON MARTIN MARGIELA

ли в Лету, чьи-то знакомы лишь по парфюмам, и только единицы дожили до наших дней. В 1960-е возникла плеяда молодых кутюрье, вышедших из подмастерьев старшего поколения и организовавших собственные дома. Среди них Ив Сен-Лоран, Андре Курреж, Эманнуэль Унгаро, Юбер де Живанши, Ханае Море и «убийца» высокой моды Пьер Карден. Последний, уловив ритм стремительно развивающейся Европы, в 1953 году показал первую коллекцию *pret-a-porter*, которую можно было купить в готовом виде в бутике. Через десять лет к нему присоединился и Ив Сен-Лоран, открывший магазин *Saint Laurent Rive Gauche* в парижском квартале Сен-Жермен-де-Пре, столь любимом французской богемой.

1970-е — на волне захвативших Европу движений вроде рокеров, хиппи и панков — стали кризисными годами для *haute couture*, которая никак не хотела вписываться в новую систему координат. К тому же Париж стал терять свой статус столицы моды. Лондон и Нью-Йорк, откуда приезжало огромное количество клиентов, уже могли похвастаться доморощенными талантами.

Зато 1980–1990-е стали вторым «золотым веком» *haute couture*. Один за другим воз-

НА СОЗДАНИЕ

одного платья подчас уходят сотни часов ручного труда, что сполна компенсируется ценами, стартующими от десяти тысяч евро за блузку

рождаются старые модные дома. В 1981 году в *Jean Patou* приходит Кристиан Лакруа, в 1987-м он открывает собственный дом. Карл Лагерфельд в 1983 году становится во главе Chanel. В 1990-м Клод Монтана занимает пост креативного директора *Lanvin*, а американец Оскар де ла Рента в 1993-м возрождает дом *Balmain*. В это время предприимчивый бизнесмен Бернар Арно покупает один за другим *Diore* и *Givenchy*, куда приглашает двух «плохих парней» — британцев Джона Гальяно и Александра Маккуина. Они должны были превратить *couture* в зрелище, и, что говорить, им это удалось. Появились новые имена: *Thierry Mugler* и *Jean Paul Gaultier* запустили свои кутюрные линии одновременно — в 1997 году.

В эти годы главными клиентками кутюрных домов были богатые американки или, как их называли по-английски, *socialite*. Жены богатых банкиров, владельцев недвижимости или нефтяных вышек, они привыкли заказывать роскошные,



IRIS VAN HERPEN

подчас излишне театральные наряды для особых случаев или свадеб еще с 1950-х, которые надевали не более двух раз за всю жизнь. Другими заказчицами были особы голубых кровей, такие как королева Иордании Рания или первая леди Катара Моза бинт Насер аль-Миснед.

В 2000-х, когда отчасти из-за финансового кризиса, отчасти из-за смены поколений, которые не оценили «старомодный» кутюр, дела пошли хуже, дома кое-как держались благодаря притоку нуворишей из России и Азии. Бетси Блумингдейл, жена наследника знаменитого американского универмага Bloomingdale's, которая заказывала наряды еще у самого Диора в 1950-х и в чьем шкафу хранится почти две сотни платьев, вспоминает: «Это было летом 1996 года в Париже. Я вышла от Valentino, не сделав никакого заказа, и отправилась в свой отель по авеню Монтень. По дороге я просто так зашла в бутик Valentino и увидела его pret-a-porter. Я поняла, что мне нравятся эти вещи. И я могу купить аж три платья по цене одного кутюрного. Вот тогда я начала носить pret-a-porter».

Как бизнес haute couture убыточна. Утверждают, что единственный дом, который получает от этого прибыль, — Chanel. Лагерфельд более 30 лет умудряется удерживать внимание клиентов, удовлетворяя любые капризы. Вплоть до того, что по первому зову Chanel отправляет коллекции самолетом в сопровождении портних для подгонки платьев.

Haute couture всегда отпугивала тех клиентов, которые не любили цирк и поэтому не могли выбрать, что заказать. Как-то в одной из программ тележурналист BBC, не имеющий прямого отношения к моде, увидев показ Christian Lacroix, не выдержал: «Как долго просуществует эта декадентская мода?» В 2009-м Лакруа объявил о банкротстве.

В 2010-х на арене возникают новые игроки, неожиданные для кутюра: Martin Margiela, Jagger Bouchra, Iris van Herpen и, наконец, Раф Симонс в качестве креативного директора Dior.

Голландка Ирис ван Херпен, стажировавшаяся у Александра Маккуина, показывает свои коллекции haute couture с 2007



IRIS VAN HERPEN

года. Ее вещи, в которых главным становятся эксперименты с материалами, техниками и технологиями, вышли далеко за пределы привычных представлений о моде. При кажущейся нереалистичности ее платьев-скульптур каждое из них подчинено пластике тела, а новейшие материалы соседствуют с традиционной ручной вышивкой и отделкой. Это не только ее видение современного кутюра, но и вклад в сохранение старинных техник, которые веками передавались из поколения в поколение.

У Рафа Симонса, возглавившего в 2012-м Dior, один из немногих выживших больших французских домов моды, другой подход. «Я постарался привнести реализм в одежду. Наряды должны иметь отношение к тому, как живут женщины сегодня», — говорит он. Здесь для дизайнера важнее всего были эмоции, которые испытывает та, что приобрела платье, скрупулезно созданное специально для нее. «Именно это вдохновляет меня. Жаль, что это недоступно большинству, а лишь тем, кто носит couture», — продолжает Симонс. Его взгляд на наследие Кристиана Диора, с которым его объединяет страсть к современному искусству — архитектурный подход, внимание к фактуре, минимум декора, — оказывается невероятно современным и в то же время очень похожим на то, что делал сам основатель дома. Как ни парадоксально, но то, что делает Симонс в haute couture, очень напоминает то, что делал когда-то главный соперник Диора Кристоаль Баленсиага. Когда Диор настойчиво пропагандировал свой new look, Баленсиага шел поперек, придумывая силуэты и формы, которые станут модными в 1960-х. Haute couture Симонса — это кутюр против кутюра. Кутюр, в котором ценятся современность, качество, комфорт. Так что продажи Dior Couture за последний год выросли на 24%, а средний возраст заказчиц теперь — до 35 лет.



CHRISTIAN DIOR

Chanel

Современное барокко



НОВАЯ коллекция модного дома Chanel Le Corbusier goes to Versailles — удивительна для сегодняшнего мира высокой моды. После нескольких сезонов насмешек над современными тенденциями массмаркета и сарказма на смерть кутюра от Карла Лагерфельда ждали чего угодно, только не барокко. В стенах Гран-Пале, в абсолютно белом пространстве на фоне цифрового огня в камине и зеркала в золотой барочной раме модели представили 70 образов, каждый из которых заслуживает отдельного

описания. Аффектация и сдержанность, театральная эмоциональность и одновременно функциональность — можно ли соединить в одно гармоничное целое лаконичность форм модернистской архитектуры и богатство вышивки раннего барокко? «Это коллекция про то, как Ле Корбюзье отправляется в Версаль...» — рассказывает Лагерфельд и вспоминает, как однажды увидел гостиную квартиры на Елисейских Полях, созданную архитектором в 30-е годы, где голые бетонные стены были укра-



КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД:

«Это коллекция про то, как Ле Корбюзье отправляется в Версаль»



шены роскошным зеркалом в золотой раме. Твидовые овалы костюмы без боковых швов, расшитые бисером и перьями, словно всполохами пламени, роскошно инкрустированные камзолы из неопрена, барочные шелковые туники, отделанные перьями, и сложные в своем минимализме платья, напоминающие и многоэтажные дома, и модернистские церкви, созданные Ле Корбюзье в разные годы. Лагерфельд использует все оттенки серого: твид цвета бетонных стен, неопрен оттенка мокрого цемента, асфальтовый шелк, серебряный, кобальт, металл, добавляет драматизма красным, бордовым, алым и наполненности — синим, нежно-голубым и белым. Курсивом проходит отсылка к 1980-м: элегантные шорты до колена, которые смотрятся благородно и очень органично, и мальчишеские

прически от Сэма Макнайта, дополненные шляпками от Maison Michel.

«Это кутюр без кутюра», — признался после показа дизайнер. Нежно-голубое шифоновое платье, напоминающее облако, рассказывает о том, что делал бы Лагерфельд, если бы индустрия продолжала существовать, но настоящая высокая мода — это вещи, которые некуда и незачем носить. За отсутствием кутюра вся эта нежная романтика умело и жестоко прячется в функциональность. Красота произведений Лагерфельда остается в деталях. И то, как величественно смотрится барочная отделка на твидовых пиджаках и белых геометрически выверенных, чертежных платьях, под стать красоте зеркала, украшающего голый бетон.

Лилия Мурсалиева

Christian Dior

Из Версаля будущего



ЗА БАЛЬНУЮ, ЛЕГКУЮ

и воздушную часть коллекции отвечают платья с объемной, напоминающей бутон тюльпана юбкой

В СВОЕЙ пятой по счету коллекции высокого портновского искусства бельгийский дизайнер Раф Симонс, почти три года назад ставший креативным директором женских направлений pret-a-porter и haute couture знаменитого французского дома Christian Dior, развивает соединение богатого наследия модельера, придумавшего New Look, со своими фантазиями о будущем. В его нарядах все это — прошлое, настоящее и будущее — связано неразрывно. На примере своих первых коллекций Симонс смог доказать, что высокая мода может обойтись без килограммов золотых нитей, цветных бусин и стразов, пущенных на отделку платьев. Он начал переосмысливать не только найденные в архивах дома эскизы Диора, но и сами произведения высокой моды — сшитые целиком вручную платья (и не только) с ярлычком из ателье haute couture.

Симонс смело смешивает эпохи и жанры, создавая уникальную комбинацию предметов: брючный костюм с современным смокинговым пиджаком, впервые





показанным в 1947 году; напоминающее по силуэту песочные часы пальто; комбинезон, отсылающий к униформе пилотов высокоскоростных истребителей; шуба в пол без воротника; камзол из тонкой шерсти или каракульчи. Конечно, все эти наряды не несут на себе ни грамма пыли былых лет, наоборот, они будто созданы человеком, вернувшимся из далекого будущего то в 1950-е, то в веке XVIII. Как сторонний наблюдатель дизайнер ходит по балам и по городу, как беспечный турист он выхватывает самое интересное, собирает у себя в голове и тщательно пе-

ретасовывает все элементы со своими впечатлениями о настоящем и мечтами о будущем.

Новая коллекция поделена на восемь частей. В ней есть место всем важным для *haute couture* техникам вроде вышивки и плиссировки, а также ставшим уже легендарными силуэтами и орнаментами. За балльную, легкую и воздушную часть коллекции отвечают платья с объемной, напоминающей едва раскрывшийся бутон тюльпана юбкой. Верх платья похож на узкую, отлично посаженную на фигуру куртку с длинными рукавами и сшитую

из белоснежной стеганой тонкой шерсти. Или — в самом беспечном варианте — майку из тафты с параболическим вырезом. Каждое из таких платьев деликатно оформлено сложнейшей вышивкой — скромными полевыми цветами, хаотично разбросанными по поверхности. В дополнение к ним идут чуть ли не армейские нашивки, на самом деле тоже украшенные нежной цветочной вышивкой. В пару к платьям Симонс подобрал необходимые аксессуары: длинные перчатки (в случае, когда их нет, модели прячут руки в заботливо продуманные карманы юб-

ки) и туфли-лодочки с драматично изогнутым каблучком.

Модели, одетые в одежду из этой коллекции, получились похожими на стройную армию — армию борьбы за природную красоту, женственность и прогрессивные идеи в мире моды. Все они, выходящие в зал, расположенный в саду Музея Родена и украшенный десятками тысяч белоснежных орхидей, отраженных в футуристического вида зеркалах, устремляли свой взгляд куда-то в вечность, полную, по уверениям Симонса, такого вот кутюра.

АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

Armani Prive

По законам восточной философии



ЭТА КОЛЛЕКЦИЯ
стала одной
из самых молодых
для Джорджо
Армани

КОЛЛЕКЦИИ Джорджо Армани лишены какой-либо сентиментальности и ностальгии. Он не заигрывает со своим клиентом, а сразу предлагает ему свое видение. Армани, как всегда, непреклонен: его одежда, будто созданная по законам восточной философии, лишена чрезмерной детальности. Силуэт моделей haute couture максимально упрощен, но все же далек от минимализма, цветовая палитра ограничена базовыми для данной коллекции цветами. Армани увлечен тканями, он превращает винил в подобие мохера, а органзу — в мех. В новой коллекции в очередной раз возникает образ восточной девушки, которая перебралась в Европу, но помнит о своих корнях. Видимо, поэтому так много аллюзий на предметы декоративно-прикладного искусства, а также символы Японии и Китая. Он равнодушен к пагодам, но плечи пиджаков Armani Prive уже не взмывают вверх, а максимально сглажены; рукава некоторых его нарядов напоминают китайские фонарики.

Нынешняя палитра — лаковая шкатулка, собранная из сочного красного, глянцевого черного, нейтрального белого. Чтобы еще больше примирить восточное начало своей коллекции с европейскими традициями, он вводит ставший уже привычным среди модных дизайнеров орнамент пятен на шкуре леопарда, лишая их яркости, доводя до монохромного состояния.

Эта коллекция стала и одной из самых молодых для Джорджо Армани. Шорты со слегка расклеванными полами он смело сделал одним из главных ее элементов, одев в них треть моделей из семидесяти. Неспроста на первом ряду в этот раз были замечены Кейт Хадсон и певица Пинк. Как известный игрок в сфере большого модного бизнеса, он один из первых придумал одевать знаменитостей для красных дорожек, а также для кассовых широкопрокатных фильмов. Не стоит удивляться, если новые герои в костюмах Армани появятся и в музыкальных клипах.

АЛЕКСАНД ЩУРЕНКОВ



Valentino

По закону прерафаэлитов



НОВАЯ кутюрная коллекция Valentino — очередной реверанс великому искусству. Мария Грация Кьюри и Пьер Паоло Пиччولي продолжают интерпретировать классические произведения — после коллекции, посвященной шедеврам мировой оперы, дизайнеры решили отдать дань искусству прерафаэлитов. На показе они представили 61 образ, каждый из которых назван в честь того или иного полотна. «Юность Девы Марии» Данте Габриела Россетти, отраженная в перехваченном на талии невинном летящем платье, гладиаторские сандалии и струящаяся белая туника в стиле его же «Прозерпины», дизайнерам удалось воссоздать струящийся шелк Артура Хьюза, передать детали с полотен Джона Уильяма Уотерхауса, Уильяма Морриса и других членов известного художественного братства. Колосья пшеницы на белой шерсти, расшитые вручную полевыми цветами парчовые платья, греческие тоги с набивным рисунком, монашеские балахоны с тяжелой драпировкой — коллекция выполнена в сдержанных, но глубоких и открытых тонах, использованных впервые в эпоху Кватроченто и вернувшихся благодаря прерафаэлитам.

Открывалось дефиле античным платьем до колен, затем следовали черно-белые графичные длинные или короткие, но одинаково строгие закрытые платья, лаконичные пальто и скромные туники с принтами черной или золотой пшеницы, изящные костюмы, сдержанные юбки. Монохромные платья черного или тем-

ных зеленого и красного цветов, несмотря на свою благородную минималистичность, выглядели вполне законченно, они словно лишены каких бы то ни было страстей лица с картин прерафаэлитов. Венчали коллекцию наряды из парчи и перьев, настолько изящно вписанные в строгую симметрию, что богатство декора становится заметным только при тщательном рассмотрении. Прозрачный шифон с ручным шитьем золотыми нитями, пальто, отделанное черными перьями, — каждая деталь имеет смысл и значение, а законченный наряд отдает дань эстетическому закону прерафаэлитов, сформулированному Джоном Китсом: «Красота — это единственный смысл».

Лилия Мурсалиева

Gaultier Paris

На территории вампиров и рок-звезд

Александр Щуренков |



ФРАГМЕНТ КОЖИ С ПЕРФОРАЦИЕЙ И ТИСНЕНИЕМ



ТЕМОЙ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ

haute couture ателье Gaultier Paris стали одни из главных персонажей современной поп-культуры — вампиры

НЕСМОТРЯ на то что Жан-Поль Готье — ученик Пьера Кардена, в своих коллекциях он далек от футурологии, минимализма и мечтаний о космосе. Его больше увлекают вымышленные герои и их жизнь — кажется, из настоящей жизни ему важны лишь те, кто старательно, снова и снова пытается вернуть бурлеск не только как жанр легкого и безумного спектакля, но и как стиль жизни. Коллекции Готье бывают академичными, но никогда скучными. В каждой из них он пытается познать другой мир, разбить его на части и собрать в причудливом, только ему ведомом порядке. В разные годы его коллекции высокого портнов-

ского мастерства были посвящены Индии, России, да что там — даже улице как культурному явлению. Он всегда щедро использовал ткани, сотнями метров закручивал их в огромные, стогообразные, фантазмагорические юбки и платья, разрезал привычные предметы гардероба, множил детали, а затем заново сшивал их, превращая любой предмет одежды в скульптурную композицию. Ему не жалко кружев, бисера и совершенно новых декоративных элементов вроде осколков стекла и прочего бытового сора, ведь в его работах они играют важную роль — подчеркивают характер платья. И если раньше все его изыскания были связаны

с путешествиями по миру и поиском себя в культурах других народов, то сейчас он все больше погружен в анализ субкультурных явлений окружающего его мира. Темой новой коллекции haute couture ателье Gaultier Paris стали вампиры как одни из важных персонажей современной поп-культуры. Девушки-модели с выбеленными лицами и высокими прическами напоминали о фильме «Дракула» Фрэнсиса Форда Копполы, однако в студии Готье можно было разглядеть и другие источники вдохновения. Им стал, к примеру, портрет Мэрилина Мэнсона с розовыми глазами и фейсконтрольщица из лондонского клуба начала 1980-х по имени Скарлет с белыми волосами. Вампирская тематика отражена и в выборе цветовой гаммы. Готье описывает их расцветки как «кроваво-красный, девственно-белый, могильно-черный, серебристый как клинок ножа и золотой — как цвет религии». При всей увлекательности мифологии не

стоит терять из виду то, что говорит этот прежде всего виртуозный модельер и закройщик. Его платья — и длинные вечерние, задрапированные вручную, и несколько старомодные, с кринолинами, — выделяют женщину из толпы.

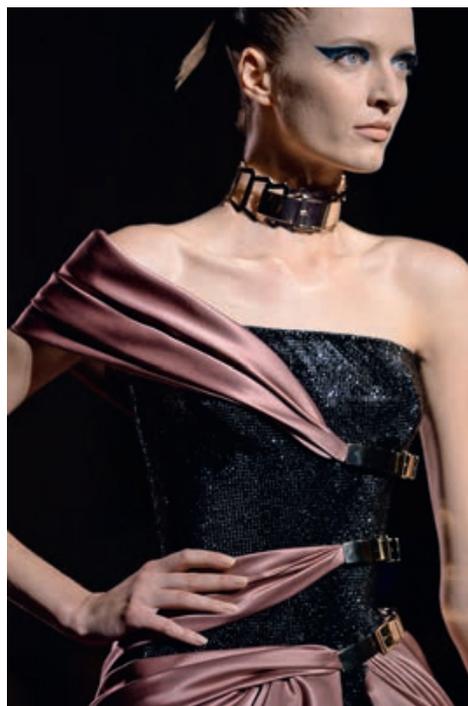


Atelier Versace

Гимн феминизму



КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР ATELIER VERSACE
ДОНАТЕЛЛА ВЕРСАЧЕ



«Я — ВЕРСАЧЕ! И я собираюсь явить миру Версаче», — сообщила перед показом Донателла Версаче на тот случай, если кто-то забыл о бескомпромиссных сексуальности и провокационности, которые всегда отличали модный дом. Коллекция была посвящена эпохе 1950-х — неслучайно показ открылся одновременно с выставкой «Мода Франции 1947–1957 годов» в Musee Galliera, которую курировал знаменитый историк моды Оливье Сайяр. Тяжелые стрелки, собранные в высокий пучок волосы и высокие перчатки — вот, пожалуй, единственная, хотя и переосмысленная дань эпохе new look. Но вдохновением для Версаче стали не приторно женственные цветочные принты, а жесткие силуэты незаслуженно забытого короля кутюра Чарльза Джеймса. Остальное — настоящая магия: и деконструкция вечерних платьев, и гипертрофированная линия плеч в сочетании с геометрическими пропорциями бедер, и брюки-платья, и строгие, подчеркнутые асексуальные, костюмные формы. В коллекции есть пла-

тья, цитирующие эскизы Чарльза Джеймса — те самые, которые Сальвадор Дали называл «мягкими скульптурами». Версаче использует для них переливающиеся шифон и винил, аккуратно дополняя бальные юбки кожаными ремнями и молниями.

Украшения — геометрически выверенные треугольные ожерелья — словно космическая броня. Длинный мех, обилие страза и бисера — без этого никуда. Но украшены ими не только вечерние наряды, но и совсем простые майки. Трикотаж с кру-



ОБУВЬ ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА

жевом, винил с шелком, кожа и шифон — Версаче будто бы впервые в жизни создала нечто в точности похожее на нее саму. Специальной гостьей показа стала давняя подруга дизайнера Дженнифер Лопес — она блистала в первом ряду в белом платье-брюках с разрезом. Но если в 2000-х на плакатах Versace красовалась сексуально улыбающаяся Джей Ло в этническом зеленом платье-балахоне, едва прикрывающем грудь, то десятилетие спустя все изменилось. Если вырез декольте — то нарочито наглый, не призывный, скорее безразличный, если разрез — то подчеркивающий маскулинность скрытыми под подолом брюками.

Преувеличенные плечи, множество ремней и пряжек — все это Версаче преподносит как уроки, забытые в последние годы. В 2000-х женщины Versace были шикарными домашними кошками, прожигательницами жизни в мягких, едва не прозрачных тканях, теперь это бизнес-леди, закованные в парчу, шелк и кожу, как в гладиаторские доспехи. И если раньше сексуальность дом видел в том, чтобы демонстрировать как можно больше тела, то теперь Versace — это демонстрация суммы успехов, которыми женщина может гордиться. Это — абсолютный гимн феминизму.

Лилия Мурсалиева

Бриллиантовая стабильность

Об украшениях de Grisogono и вечеринках Фаваза Грузи

Евгения Милова |

ШАРОН СТОУН
И ФАВАЗ ГРУЗИ
НА ВЕЧЕРИНКЕ
DE GRISOGONO
В EDEN ROC,
20 МАЯ 2014 ГОДА



КОЛЬЦО ZEBRA, РОЗОВОЕ
ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ

ВЕЧЕРИНКА ювелирного дома de Grisogono, основанного Фавазом Грузи более двадцати лет назад, многими воспринимается как неотъемлемая часть Каннского кинофестиваля. Грузи и правда сделал все для того, чтобы у тех немногих, кто может позволить себе попасть и на фестивальные показы, и на закрытые светские ужины, выработался условный рефлекс: каждый год мы с друзьями ходим к Фавазу. Действительно, каждый год в одном и том же месте, по одному и тому же сценарию и даже с одним и тем же вокальным кавер-коллективом проходит грандиозная вечеринка. Как говорится, новые песни пускай сочиняют те, у кого старые плохие.

На фестиваль Фаваз Грузи попал, стоит смотреть правде в глаза, по знакомству. В 1998-м его супруга, сопрезидент дома Chopard Каролина Шойфеле, которая в семейном предприятии курирует ювелирное направление, взяла на себя от-

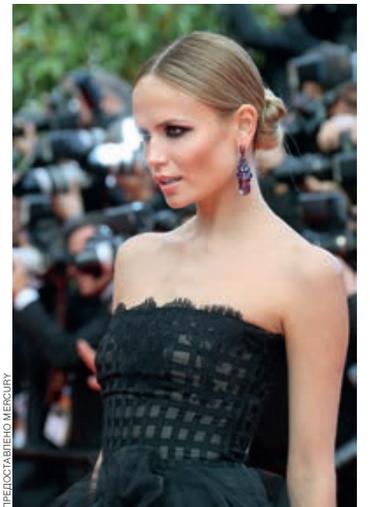
ВЕЧЕРИНКИ DE GRISOGONO

пользуются большой популярностью у русских клиентов ювелирного дома

ветственность и смелость производить главную награду самого престижного мирового киносмотрa — Золотую пальмовую ветвь. Каролина Шойфеле вообще умеет угадывать, как должно выглядеть все драгоценное, о чем люди грезят во сне и наяву. До контракта с фестивалем речь шла преимущественно о женских фантазиях, после — к ним добавились сны кинодеятелей всего мира. Вместе с партнерством появился пентхаус Chopard в отеле Martinez, где привечают клиентов и звезд, а затем и вечеринка, которая меняет формат и место из года в год. Выждав три года, Грузи решил, что тоже так хочет. С тех пор в оте-



ШЕРИЛ КОУЛ
В УКРАШЕНИЯХ
DE GRISOGONO
НА КАННСКОЙ
ПРЕМЬЕРЕ,
19 МАЯ 2014 ГОДА



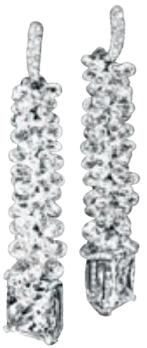
НАТАША ПОЛЛИ
ВЫБРАЛА СЕРЬГИ
DE GRISOGONO
ДЛЯ КАННСКОЙ
ПРЕМЬЕРЫ,
17 МАЯ 2014 ГОДА



РАЙЛИ КИО
В УКРАШЕНИЯХ
DE GRISOGONO
НА КАННСКОЙ
ПРЕМЬЕРЕ,
19 МАЯ 2014 ГОДА



КОЛЬЦЕ HIGH JEWELLERY,
БЕЛОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ,
САПФИРЫ



СЕРЬГИ HIGH
JEWELLERY, БЕЛОЕ
ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



СЕРЬГИ MELODY
OF COLOURS, БЕЛОЕ
ЗОЛОТО, АМЕТИСТЫ,
РУБИНЫ



СЕРЬГИ HIGH
JEWELLERY, БЕЛОЕ
ЗОЛОТО, ИЗУМРУДЫ,
БРИЛЛИАНТЫ

ле Martinez каждый раз на время фестиваля появляется специальный de Grisogono Lounge, где тоже можно провести время с толком — выбрать бриллианты для красной дорожки или очередного благотворительного вечера. Причем Фаваз и Каролина уже перестали быть супругами, но не такой человек Каролина Шойфеле, чтобы ставить отелю и фестивалю условия в жанре «Выбирай: или я, или он!».

И все же самым заметным элементом присутствия ювелирного дома de Grisogono на фестивале является, конечно, вечеринка в Eden Roc. Впрочем, к этому заведению бонвиван международного масштаба пристрелялся не сразу. Первое торжество, состоявшееся в 2001 году, проходило на легендарной 124-метровой яхте Savarona. Эта суперлодка была спущена на воду в 1931 году и стоила баснословные по тем временам \$4 млн. Дополнительную славу и известность судно приобрело в 1938 году, когда турецкое правительство

купило его в подарок основателю республики Кемалю Ататюрку. Сейчас эта яхта, а ее реконструкция обошлась едва ли не в большие деньги, чем строительство, — одно из самых востребованных чартерных судов, которое арендуют для морских прогулок то принц Чарльз, то Том Круз. То первое мероприятие de Grisogono вышло на славу, но Грузи все-таки сообразил, что раскатать своих гостей он может и на суше. Что и подтвердилось уже спустя пару лет, когда топ-модель Наоми Кэмпбелл так лихо отплясывала на столе, что все-таки шлепнулась с него. К счастью, дело происходило в доинстаграмную эпоху. Попробовав Eden Roc, Грузи пару лет подряд проверял на прочность танцпол в казино Palm Beach, но все же вернулся в самый легендарный ресторан при самом легендарном отеле, чтобы уже никуда не уходить.

По мере взросления клиентов и участников вечеринки стали более чинными, но не сразу. Еще восемь лет назад в ре-



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY

Зои Салдана в украшениях de Grisogono на открытии Каннского кинофестиваля, 14 мая 2014 года



СЕРЬГИ BOULE, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



СЕРЬГИ HIGH JEWELLERY, ЖЕЛТОЕ ЗОЛОТО, ЧЕРНЫЕ И ЖЕЛТЫЕ БРИЛЛИАНТЫ

НА ПОСЛЕДНЕЙ ВЕЧЕРИНКЕ

атмосфера изменилась: теперь уже невозможно и представить, чтобы модели в колье купались в аквариумах, а посторонние мужчины протягивали к ним руки



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY

Рози Хантингтон-Уайтли в украшениях de Grisogono на каннской премьере, 21 мая 2014 года



Кольцо GOSSE, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



Кольцо ONDE, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ

стороне были установлены средних размеров аквариумы, в которых свободно резвились наяды из модельных агентств. Помимо бикини их украшали только невероятные колье, а сострадательный модельер Роберто Кавалли гладил их замерзшие плечи, покрытые мурашками, и причитал. Несколько лет назад вместо красавиц в бассейн ресторана запустили профессиональных синхронисток. Эти суровые барышни в сочувствии Кавалли не нуждались и выступали под аккомпанемент пианиста Дениса Мацуева. Вечеринки de Grisogono вообще пользуются большой популярностью у русских клиентов ювелирного дома — посидеть за столом с ближайшей подружкой Фаваза актрисой Шарон Стоун традиционно приходят миллиардер Андрей Мельниченко с супругой Сандрой, нефтетрейдер Мишель Литвак с актрисой Светланой Меткиной, экс-сенатор Умар Джабраилов, бывший гражданин СССР, а теперь владелец Warner Music Леонард Блаватник. И все же вечер того года был каким-то особенно русским — уже после того, как большая часть гостей покинула вечеринку, тогда еще супруги Фаваз и Каролина с несколькими друзьями отправились встречать рассвет на диком пляже с шашлыками. Кроме пианиста Мацуева среди музыкальных сюрпризов в разные годы были замечены Келли Роуланд и Соланж Ноулз, заявленные темы и дресс-коды менялись в диапазоне от Gypsy Style до Absolutely Fabulous, но каждый постоянный гость, как по нотам, знает порядок действий на этом празднике: коктейль, ювелирное дефиле (последние пару лет

— под симфонический оркестр), ужин и, наконец, дискотека. После полуночи начинают пускать и других любителей танцев и бриллиантов, а эффектные европейские аристократки, которые свои первые многокартники выгуливали еще, кажется, в нью-йоркском Studio 54, понемногу сдают территорию. Однако знакомый сценарий веселья не помеха. Все знают, что самые классные тусовки устраивает Фаваз Грузи, а даже не Пол Аллен на своей яхте. Мужчины, едва войдя или вернувшись в категорию «завидный холостяк», тут же спешат на вечеринку, чтобы с тихим умилением наблюдать, как делают совместные селфи Рози Хантингтон-Уайтли, Марина Линчук и Эмбер Хёрд. Все в невероятных украшениях de Grisogono: черные и бесцветные бриллианты каскадами, умопомрачительной глубины цвета изумруды, сапфиры и рубины в колье и серьгах, как всегда, были призваны подчеркнуть природную девичью красоту.

На последней вечеринке атмосфера немного изменилась, теперь уж невозможно и представить, чтобы модели в колье купались в аквариумах, а посторонние мужчины протягивали к ним руки. Увы, после того как год назад неизвестные профессионалы стащили здесь колесо стоимостью более €2 млн, к каждой экспонирующей на себе украшения барышне приставлен охранник. Они не отстают от девушек ни на шаг, даже по подиуму ходят за ними, а выглядят эти мужчины так, будто бы их тоже набирали в модельном агентстве. И лишь Шарон Стоун в удивительном «хищном» колье Фаваз Грузи охранял лично, не отпуская от себя ни на секунду.

Обретенное искусство

О ювелире Синди Чао

Анна Минакова |



В НЫНЕШНЕМ году ювелир из Тайбэя Синди Чао отмечает юбилей основанного ею бренда. Cindy Chao Art Jewels всего десять лет, но он уже заслуживал внимание коллекционеров.

Решив начать собственное дело, Чао сразу отправилась изучать геммологию в GIA (Геммологический институт Америки) — благо жила она в то время в Нью-Йорке. Уже тогда она понимала, что не хочет быть просто дизайнером. Чао, в отличие от большинства дам, решивших начать свое ювелирное дело, не только рисует эскизы, она сама подбирает драгоценные камни и работает с исключительно редкими кашмирскими сапфирами, колумбийскими изумрудами и бесцветными и цветными бриллиантами с высочайшими характеристиками. Кроме того, она сама изготавливает модели в воске — ей важно увидеть вещь в объеме и доработать ее на этом этапе. После этого модели отправляются в лучшие женевские ателье.

Главное для Чао — свет. Она не просто подбирает камни по цвету, она закрепляет их так, чтобы они наилучшим образом отражали свет, искрились и сияли. Чао,

ПОЖАЛУЙ, САМЫЕ
узнаваемые
произведения
Синди Чао —
броши-бабочки

практически не надевающая ювелирных украшений, всегда тщательно продумывает их жизнь в движении.

Все, что она создает, условно делится на Black Label и White Label. Первые — единичные украшения, создаваемые каждый год с момента основания марки, вторые — те, что дизайнер называет «более доступными», представлены в небольшом количестве бутиков по миру. Доступность здесь крайне относительна, цена Cindy Chao Art Jewels начинается с десяти тысяч долларов.

Формы ее украшений всегда плавные, будь то абстракции или драгоценные листики и цветочки. Пожалуй, самые



Брошь-балерина, для аукциона Christie's в Гонконге



Броши-бабочки из новой коллекции



узнаваемые ее произведения — броши-бабочки. Их приобретают коллекционеры, они становятся хитами ювелирных торгов главных аукционных домов мира. Так, в ноябре 2012-го на аукционе Christie's брошь Transcendence Butterfly с бриллиантами в титане была продана за \$954,102 тыс. — почти в пять раз дороже ожиданий (\$206,035 тыс.).

К десятилетию своей фирмы Чао подготовила уникальный сад бабочек — с редчайшими изумрудами, сапфирами, бриллиантами и рубинами. Еще один юбилейный проект — брошь-балерина для аукциона Christie's в Гонконге 8 октября, все средства от продажи которой пойдут в New York City Ballet. Создана она в сотрудничестве с актрисой Сарой Джессикой Паркер, и за десять лет — это единственный опыт подобного партнерства. Сам проект был инициативой Паркер, с которой Чао давно дружит. Ведь эта дизайнер не любит популярных маркетинговых ходов: «Мне нужно, чтобы в мире было всего несколько коллекционеров, разделяющих мою страсть к искусству. Для меня это самый большой стимул двигаться вперед».

Циферблат в перьях

О часах в технике haute couture

Анна Минакова |



СОЗДАНИЕ ВЫШИВКИ ДЛЯ ЦИФЕРБЛАТА ЧАСОВ P1AGET

К КОНЦУ ПРОШЛОГО ГОДА
 ВЫШИВКА СТАЛА НОВОЙ
 ТЕНДЕНЦИЕЙ, СМЕНИВ ПЛЮМАЖ



JAEGER-LECOULTRE
 ЧАСЫ RENDEZ-VOUS
 TOURBILLON WILD



P1AGET
 ЧАСЫ ALTIPLANO 38MM
 PRECIOUS THREAD EMBROIDERY
 ИЗ КОЛЛЕКЦИИ MYTHICAL
 JOURNEY

CHANEL HORLOGERIE
 ЧАСЫ MADEMOISELLE PRIVE
 DECOR CAMELIA BRODE



КАК НИ СТРАННО,

техники haute couture в современную часовую моду вошли отнюдь не благодаря домам высокой моды. Началом отсчета использования плюмажа можно считать опыты Jaeger-LeCoultre с декорированием циферблатов в стиле ар-деко с маркетри из перьев птиц. В этих моделях непростое декоративное оформление сочеталось с по-настоящему сложными механизмами. Так, в Master Lady Tourbillon Feathers (2010 год), а позднее и в Rendez-Vous Tourbillon Wild (2013 год) были установлены калибры с турбийоном.

Чуть позже серьезный шаг в часовом плюмаже сделали в Harry Winston. Фирма пригласила к сотрудничеству знаменитого мастера Нелли Сонье, которая создала три сложные аппликации на циферблатах Premier. Первые модели, получившие имя Premier Feathers, были представлены на Базельской выставке 2012 года. На следующий год серия, имевшая большой успех, была продолжена тремя более яркими вариациями из перьев павлина и фазана.

В 2012-м к кутюрной революции наконец решил присоединиться первый большой модный дом — Dior. Разумеет-



HARRY WINSTON
ЧАСЫ PREMIER FEATHERS



DIOR HORLOGERIE
ЧАСЫ DIOR VIII GRAND BAL
«FIL DE SOIE»



DIOR HORLOGERIE
ЧАСЫ DIOR VIII GRAND BAL
PLUME BLEU

ся, в Dior после всех экспериментов других компаний не могли просто сделать циферблат из перьев или даже украсить перьями ремешок (подобные опыты над браслетами Miss Protocole уже ставили Piaget). Так что декорировать перьями было решено фирменный вынесенный под циферблат ротор автоподзавода часов Dior с калибром Dior Inverse. Идея просто блестящая, ко всему прочему это была первая попытка украсить перьями движущийся элемент часов. Правда, как вспоминала глава часового направления фирмы Лоранс Никола, попытка эта обернулась настоящим кошмаром: нужно было подобрать вес так, чтобы ротор точно вращался, сами перышки нужны были самые что ни на есть миниатюрные, кроме того, стойкие к различным воздействиям и износу. Ощипать пришлось итальянского петуха — только его перья соответствовали множеству обязательных требований. Так на свет появились Dior VIII Grand Bal Plume. На следующий год серия была продолжена моделями новой расцветки, а в 2014-м Dior представил свежую версию драгоценного оперения — теперь перышки окрашены в редкий оттенок синего.

В 2013-м выдержать всеобщего помешательства на высокой моде, или, если перевести «haute couture» дословно, на «высоком шитье», не смогли и в Chanel. Обладатель уникальной производственной мощности — специализирующегося на плюмаже ателье Лемарье — не стал включаться в гонку на самые изысканные перышки. Дизайнеры Chanel обратились к мастерам другого ателье — специализи-

рующегося на вышивке Лесаж — и представили первый циферблат с вышивкой.

К концу прошлого года вышивка стала новой тенденцией. В рамках коллекции Metier d'art, получившей название Mythical Journey, Piaget представили две модели с канителью. Ветви сосны и сакуры на циферблатах Altiplano были вышиты рельефной гладью при помощи золотой нити. На один циферблат ее требовалось аж два метра. Сложность, с которой не так часто сталкиваются вышивальщики, в том, чтобы не только ни на миллиметр не отклониться от первоначального эскиза, но и в том, чтобы постоянно следить за толщиной вышивки. Даже еле заметное отклонение в высоте рисунка может помешать ходу часовых стрелок.

На Baselworld 2014 Chanel представили новые модели с вышивкой: циферблат Mademoiselle Prive был расшит золотой нитью, а его основа — пайетками, к одной модели добавлен натуральный жемчуг, к другой — бриллиант огранки «роза».

Dior Horlogerie представил в Базеле две модели Dior VIII Grand Bal «Fil de Soie» — основой кутюрных экспериментов снова стал ротор автоподзавода. На сей раз он декорирован шелковой нитью. На один циферблат ее уходит примерно полтора метра, оплетает ротор вручную кружевница из французского города Ле-Пюи-ан-Веле. Как и пошив платья, создание любого циферблата haute couture требует не только времени, но и опыта — до этой ответственной и кропотливой работы допускаются только те мастера, которые могут привнести свои знания о вышивке и плюмаже в микромир часов.

Карманные сундуки О клатчах Louis Vuitton

Алексей Пантыкин |

ЭТОТ НЕБОЛЬШОЙ

шедевр — остроумная и блестящая дань уважения историческому наследию Louis Vuitton



ОСНОВАННЫЙ в 1854 году предпринимателем и сундучных дел мастером Луи Вюиттоном дом Louis Vuitton на протяжении более чем 130 лет был известен исключительно чемоданами, сумками и небольшими аксессуарами из кожи. В 1987 году благодаря ловкости бизнесмена Бернара Арно в результате слияния Louis Vuitton и Moët Hennessy была создана самая крупная в мире группа производителей товаров роскоши LVMH. Спустя десять лет художественным директором Louis Vuitton стал американец Марк Джейкобс, чьей главной задачей было создание первой в истории женской коллекции prêtre-porter дома. Дизайнеру очень повезло: в Louis Vuitton никогда не создавали одежду, а значит, в этом у него была полная свобода. И Джейкобс развлекался как мог.

Не секрет, правда, что для Арно всегда было важнее другое подразделение дома. Он весьма придирчиво относился к дизайну сумок, разработке новых моделей и переосмыслению старых. Джейкобс отлично справлялся и с этим: он дал новую жизнь сумке Speedy, созданной в 1930-е, и Papillon из 1970-х. А его сотрудничество с художниками Такаси Мураками, Ричардом Принсом и Стивеном Спраузом стало частью истории моды в целом и Louis Vuitton в частности.

Новый этап развития марки начался с приходом нового художественного директора. Им стал Никола Жескьер, проработавший в доме Balenciaga 15 лет и, по сути, сделавший для него то, что сделал Джейкобс для Louis Vuitton, — вывел дом в модный авангард.

СУНДУК, ПРИНАДЛЕЖАВШИЙ АЛЬБЕРУ КАНУ



Показ Жескьера был самым ожидаемым в новом сезоне. Его открывала модель Фрея Эриксен в коротком платье-трапеции молочно-голубого цвета и черном кожаном тренче. В ее руках красовалась Petite Malle — сумка, которую журналисты немедленно окрестили одной из главных в новом сезоне.

Petite Malle переводится с французского как «маленький сундучок». Этот небольшой шедевр размером 32 на 21 см (лишь три модели из этой линейки будут на 3 см больше) — остроумная и блестящая дань уважения историческому наследию Louis Vuitton и его легендарным клиентам. Среди них и французский банкир Альбер Кан. Его страстью были путешествия и фотография. В 1929 году он заказал у Louis Vuitton сундук для фотопринадлежностей из красной кожи с тремя буквами «X», позволявшими от-

личить свой багаж от чужого. Petite Malle почти в точности воспроизводит чемодан, сделанный по заказу Кана.

В августе сумки Petite Malle вышли в десяти различных версиях. Помимо вариантов Monogram (с буквами LV) и Damier (в шашечку) среди них есть и модель из традиционной кожи Epi в пяти цветах: красном, черном, розовом, оранжевом и белом. Чуть отличающиеся по размеру металлические сумки — золотые, серебряные и черные с золотом. К каждой прилагается съемный кожаный ремешок, а к некоторым — холщовый чехол, напоминающий футляры старых чемоданов, защищавшие их от пыли и дождя. Petite Malle открывается сверху, но лишь центральный замок функционален. Два других по бокам — имитации старых сундучных застёжек.

Твердая плоскость

О кроссовках Dior Fusion

Алла Алексеевская (GQ) |



ФОРМА ДЛЯ ПОДОШВЫ КРОССОВОК DIOR FUSION



ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ПРОТОТИПА ПОДОШВЫ



ВЫШИВАНИЕ ВЕРХНЕЙ ЧАСТИ КРОССОВОК



КРОССОВКИ DIOR FUSION

СЛОВСОЧЕТАНИЕ

«haute couture» вовсе не случайно переводится как «высокая мода». С середины XIX века это искусство возвышало женщину — хотя бы над окружающей действительностью. Правда, о том, чтобы свободно двигаться или даже дышать в этих нарядах, не могло быть и речи. Кутюр заставлял своих почитательниц держать спину ровно и не позволял им расслабляться ни на секунду. Все начало незаметно меняться несколько лет назад.

Нарочито сложный кутюр уступил место интеллектуальной роскоши — идеально скроенным платьям и костюмам. Таким, что не будут пылиться в шкафу или сверкать в музее, после того как вы надели их один-единственный раз. В то время как показы haute couture стали своеобразной выставкой достижений портновского искусства, на подиумах pret-a-porter, набором, царила атмосфера праздника не

для всех. В каждой второй коллекции мы видели главные слагаемые высокой моды — сложный геометрический крой или богатую отделку, ручную работу. Все будто встало с ног на голову, и логичным завершением этого процесса стал кутюрный показ летней коллекции Dior.

На подиум модели в воздушных, невесомых платьях выходили как на традиционных шпильках, так и... в кроссовках. Пять пар кутюрных слипонов мгновенно разделили модных редакторов на два лагеря: первые вставали за ними в очередь, вторые — морщили нос, повторяя как мантру, что высокая мода не должна спускаться с небес.

Кутюрными кроссовки Dior Fusion можно назвать без тени иронии — обычная модель слипонов на прорезиненной подошве сделана из прочной и легкой четырехслойной сетки с деталями из высокотехнологичной непромокаемой ткани и украшена

вышивкой, стразами и пайетками ручной работы. Добавьте к этому контрастные сочетания цветов, и вы поймете, в каком лагере хотите оказаться.

В этой обуви соблюдены все архивные коды модного дома — есть и романтичные банты, и неувядающие цветы. По словам нынешнего дизайнера дома Рафа Симонса, он представлял себе девушку, которая уходит с торжественного мероприятия и, покидая красную ковровую дорожку, меняет шпильки на легкую удобную обувь. На показе Dior мы увидели именно такое сочетание — кроссовки с кутюрным платьем, на промокадрах модели Fusion — с легкой длинной юбкой или строгим формальным костюмом. Вообще-то эти слипоны подойдут почти ко всему. К джинсам и толстовке, к легкому платью и свитеру грубой вязки, к строгому черному костюму и белоснежной рубашке. Единственный вариант, вызывающий сомнение, — снова вошедшая в мо-

ду одежда из 1960-х. Надеть Fusion с длинной юбкой не получится, короткая же в сочетании со спортивной обувью часто вызывает ассоциации с формой американских болельщиц. Но наряды 1960-х — это единственное исключение.

Два противоборствующих лагеря могут так и не прийти к общему мнению, споры вокруг уместности спортивной обуви на показах haute couture могут не утихнуть, а упреки в слишком своемравном обращении с архивами одного из старейших французских домов могут продолжить сыпаться на Рафа Симонса. Но мы уже знаем, что модели Fusion исчезают из бутиков, едва появившись на витринах, и уже видим на каждой второй фотографии street style вышитые вручную цветы из пайеток и четырехслойную сетку. Кутюрные слипоны стали сущностью современной моды, а Симонс еще раз доказал — чтобы твердо стоять на земле, нужно уметь витать в облаках.

Невидимый шов

О технологии twilainne дома Hermes

Александр Щуренков |



Эскиз рисунка на шелке



Каждый из рисунков на платках HERMES представлен в нескольких цветах

ТЕХНОЛОГИЯ TWILAINNE

не только периодически появляется в сезонных коллекциях, но и применяется при изготовлении одежды на заказ

ФРАНЦУЗСКИЙ модный дом Hermes известен не только своей конской упряжью из идеально выделанной и благородной кожи. Его главная гордость — не мгновенно узнаваемые сумки Birkin и Kelly. И даже не знаменитые шелковые платки каре квадратной формы, расписанные и подшитые вручную. Главное для марки — не уверенный рост финансовых показателей из квартала в квартал, а те никому не известные мастера — от дубильщиков кожи до швей, без которых не было бы ни одного платка или сумки, ни одного заработанного евро. За их работами выстраиваются очереди туристов — японцев, китайцев, американцев, русских, арабов. Именно их мастерство, позволяющее кожаным изделиям через десятки лет выглядеть лучше, чем при покупке, ценят и коренные французы.

Но в Hermes славны не только кожей и не одним лишь шелком. Еще в 1960-х го-

дах они сумели замечательным способом соединить те самые каре — и получили практически бесконечные возможности в создании уникальных предметов гардероба. Эта техника называется twilainne. Не секрет, что шелковые платки — предмет коллекционирования и уверенно растущий в цене актив. И тут не до иронии, когда, к примеру, платок 1945 года Accidents de l'Equitation дизайнера Hugo Grygkaer уходит за €2574 при эстимейте €600–800. Похоже, еще более впечатляющие перспективы у любой одежды с искусно смонтированным в нее расписным шелком. Это великое изобретение дома Hermes не только периодически появляется в сезонных коллекциях (самой заметной из которых стала «осень-зима 2011/2012»), но и применяется при изготовлении некоторых предметов гардероба на заказ.

С этого года в главных магазинах марки вроде бутиков Hermes на Мэдисон-авеню в Нью-Йорке или на Сен-Оноре в Париже любая покупательница может заказать себе джемпер, платье, футболку без рукавов, кардиган или толстовку, частью которых будет шелковый платок. При заказе можно выбрать рисунок из восьми вариантов, каждый из которых может быть представлен в двух возможных цветовых гаммах. Всего — 80 различных способов создать уникальный наряд. С момента выбора всех элементов будущего платья или кардигана до получения готового экземпляра пройдет два месяца. Не так уж и много, если понимать, какое произведение искусства вам достанется.



Показ Hermes сезона «осень-зима 2014/2015»

По первому имени

О сумке Gucci с полувековой историей

Александр Шуренков |



КАДР ИЗ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА С УЧАСТИЕМ КЕЙТ МОСС



ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ СУМКИ JASKE



Эскиз сумки из 1960-х

В НОВОМ СЕЗОНЕ НОВЕЙШАЯ версия легендарной сумки из 1950-х получила «смягченное» название — The Jackie Soft

В МИРЕ женских сумок постоянно происходит негласная борьба: какой из сотни предлагаемых на рынке достанется статус самой удобной, самой красивой, самой модной. Считается, что повседневная сумка должна удачно сочетать все одновременно. За удобство отвечает ручка, позволяющая носить сумку и на плече, и в руке, а также легко открывающийся замок. За красоту — дизайн, который, как правило, проверяется временем. За модную составляющую может отвечать цвет, орнамент на ткани или соединение нескольких материалов одновременно. Модной заменой «шоппера» — сумки простой геометрической формы с длинными ручками с одной или двумя застежками, а часто и без них — можно считать модель Jackie итальянского бренда Gucci. Надо



ЖАКЛИН КЕННЕДИ ОНАССИС, 1970 ГОД



БАРБАРА СТРЕЙЗАНД, 1969 ГОД

сразу уточнить, что эта сумка — не новое изобретение команды дизайнеров во главе с креативным директором бренда Фридой Джаннини. Она была одной из любимых сумок Жаклин Кеннеди-Онассис, а придумали ее кожаных дел мастера еще в 1950-х. За свою более чем полувеко-

вую историю она несколько раз меняла материал и цвет, была то кожаной, черной и коричневой, то замшевой, то тканевой, раскрашенной цветными полосами или жизнерадостными китами, поддерживающими литеру G. Неизменным оставался ее крой, отличающийся закругленными углами в области дна. Ну и фурнитура, представленная золочеными замочком-карабином и декоративной пряжкой на ручке.

В новом осенне-зимнем сезоне ее новейшая версия представлена в вариантах

из мягкой кожи, а новая коллекция получила особое «смягченное» название — The Jackie Soft. Помимо канонической модели в нее также вошли сумка-котомка, представленная в трех различных размерах; сумка для ношения через плечо, одна из самых задорных и молодых моделей; вместительный клатч, форма которого делает его идеальным для использования и в дневное время; а также портфель — женственная альтернатива офисным сумкам. Все они производятся вручную: особое внимание уделяется не только выбору кожи, крою, шитью, но и финальным этапам декорирования обрешенных краев кожи и швов. Недостатка в оттенках цветовой палитры нового осенне-зимнего сезона нет. Тут скорее придется помучиться, какую выбрать.

Легче легкого

О новой «двойной» сумке Prada

Александр Щуренков |



ДЕТАЛИ СУМКИ
И ГОТОВАЯ МОДЕЛЬ
DOUBLE BAG
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ
«ОСЕНЬ-ЗИМА 2014/15»



КАЖДАЯ модная марка живет не за счет продажи своих высокохудожественных платьев, практичных пальто и курток, идеальных рубашек на каждый день и уж точно не за счет футболок с нанесенными на них забавными принтами. Самыми настоящими двигателями финансового прогресса брендов стали парфюмерия, которая практически всегда производится по лицензии огромными корпорациями, и аксессуары. Итальянский бренд Prada был известен своими чемоданами и дорожными сумками с самого начала, то есть с 1913 года, когда в Милане открылся первый магазин Fratelli Prada. Самым популярным продуктом тогда были износостойкие дорожные принадлежности, выполненные из сафьяновой кожи.

ВПЕРВЫЕ DOUBLE BAG

была выпущена в прошлом,
весенне-летнем сезоне,
но тут же вошла в постоянную
коллекцию

Технология ее производства насчитывает сотни лет, но братья Прада сумели провести ряд усовершенствований, тем самым сделав ее своеобразным фирменным знаком бренда и на последующие столетия.

С 1980-х за прогресс и постоянные инновации в Prada отвечает Миучча Прада, внучка одного из основателей марки. Именно она внедрила в ДНК бренда и расчетливый минимализм, и современные ткани. Теперь бизнес компании, являющейся одним из самых влиятельных игроков на рынке товаров класса люкс, существенно зависит от того, насколько успешные модели сумок представлены в ассортименте магазинов, разбросанных гроздьями по всему свету. Одной из главных сумок стала так называемая Double Bag. Впервые она была выпущена в прошлом, весенне-летнем сезоне, но тут же вошла в постоянную коллекцию. Она выполнена из той самой знаменитой сафьяновой кожи и окрашена в различные цвета, большая часть которых все же не будет меняться ежесезонно. Этим летом Double Bag можно было найти как в пастельной цветовой гамме, так и в яркой.

Название «двойная сумка» оправдано способом изготовления. Она построена на сочетании двух типов кожи: наружная часть выполнена из износостойкого сафьяна, а внутренняя — из мягкой напы такого же или контрастного цвета. Отсутствие лишних элементов в конструкции делает сумку почти невесомой. На внутренней перегородке предусмотрен карман со скрытой магнитной застежкой, позволяющий практично организовать пространство. Дизайн сумки дополняют ручную обтянутые кожей кнопки, расположенные с обеих сторон, и новая бирка с металлическими деталями.

Мужское и женское О новой коллекции Boss

Александр Щуренков |



мужскую коллекцию, преимущественно на костюмы. Для самого дизайнера прошлое, настоящее и, следует полагать, будущее Hugo Boss неразрывно связано с портновским искусством, характерным для вещей его собственной марки.

СПУСТЯ 14 лет с момента появления женская линия немецкой компании Hugo Boss получила нового креативного директора, который будет заниматься не только созданием нового образа женщины Boss, но и отвечать за рекламные кампании мужской и женской коллекций, а также за запуск новых часов и духов. Им стал Джейсон Ву — 31-летний дизайнер из Тайбэя, постоянно живущий в Нью-Йорке. Его собственный бренд Jason Wu, первый показ которого состоялся в рамках нью-йоркской недели моды в 2006-м, уже очень знаменит.

По словам главы компании Hugo Boss Клауса Дитриха Ларса, ранее занимавшего должность исполнительного директора французского дома Christian Dior, женщины из бизнес-сферы часто говорили ему о том, что силуэты марки не должны так часто и радикально меняться в угоду моде. Это и было взято за основу Джейсоном Ву, который решил не отрешиваться от строгого мужского имиджа марки и использовать достигнутое мастерство кроя в женских коллекциях. Это оправдано: 89% оборота компании приходится именно на

Его первая женская коллекция Boss получилась и европейской, и американской. В ней много цитат ар-деко, платьев с трапециевидным, но удлиненным силуэтом из 1920-х, из черного, серого, бежевого и бледно-розового летящего крепа и шелка, расшитых строгими геометрическими орнаментами из пайеток. Эта строгая часть, условно символизирующая жизнь в мегаполисе, среди небоскребов, дополнена брючными костюмами с завышенной талией, по-гусарски короткими кашемировыми куртками и пиджаками. Женственности коллекции придают также юбки по колено с высоким разрезом, платья с агрессивными и сексуальными кожаными корсетами; платья, сшитые из однотонной ткани с различной степенью прозрачности; джемпера свободной, рыхлой вязки, идущие в пару к длинным юбкам из плотной шерсти.

В списке клиентов Джейсона Ву немало известных женщин, в их числе и первая леди Америки Мишель Обама. Так что можно не сомневаться: после премьеры новой коллекции дела женской линии Boss в США и во всем мире будут идти все лучше и лучше.



Драгоценный зверинец

О новой ювелирной коллекции Panthere de Cartier

Анна Минакова |

ОСЕНЬЮ в бутики Cartier пришла коллекция Panthere de Cartier, версия 2014 года. Знаковые для дома пантеры в новом исполнении получились самыми разнообразными: это и браслет с пятнами из оникса с бриллиантами и хризопразами, и кольцо со свернувшейся калачиком пантерой, и кольцо с томно лежащим хищником. Самые интересные в коллекции — полая подвеска в виде полусферы, вырезанная из цельного куска ляпис-лазури, в которой нежится пантера из желтого золота, и кольцо-скелетон в виде головы пантеры, выпущенное как в белом, так и желтом золоте, с паве из бриллиантов и без него.

Гимн пантере был пропет не просто так: в нынешнем году символу, ставшему неотделимым элементом стилистики Cartier, исполняется 100 лет.

Впервые ювелиры фирмы обратились к хищной теме в 1914 году, создав словно предвосхитившие эстетику ар-деко часы в пятнах, сделанные из платины, бесцветных бриллиантов и черного оникса. Пятнами был украшен круглый ободок корпуса часов, в который был изящно вписан квадрат циферблата. В том же 1914-м иллюстратору Жоржу Барбье от Луи Картье поступил



ПРИГЛАШЕНИЕ НА ВЫСТАВКУ, ИЛЛЮСТРАТОР ЖОРЖ БАРБЬЕ

заказ создать приглашение на выставку. Рисунок получил название «Дама с пантерой» и оказался настолько хорош, что его решили использовать в рекламной кампании Cartier 1920-х годов — его можно встретить в каждом салоне дома и по сей день.

Уже в 1915-м в мастерских Cartier Paris появились часы-брошь с пятнами пантеры. Занимательно, что приобрел этот раритет для своей личной коллекции тогдашний директор Cartier New York Жак Картье.

История часов и рисунка Барбье хоть и является отправной точкой в появлении прайда ювелирных пантер, не столь знаменита, как история другой «пантеры» дома — Жанны Туссен. Музу Луи Картье и с 1933 года арт-директора фирмы наградили этим прозвищем за изящность и загадочность. Она же добавляла пятна пантер в украшения, а в 1919-м для нее было создано первое изделие, в котором зверь предстал целиком — хищник, украшавший футляр для косметики, был исполнен в ониксе и бриллиантах. В 1927-м работать в Cartier пришел дизайнер Питер Лемаршан, совместно с Жанной Туссен они разработали для дома первые фигуративные броши в виде пантеры.

Исполнялись драгоценные кошки не только для коллекций, но и под заказ. Так, в 1948 году для герцогини Виндзорской была создана брошь в виде пантеры из золота с эмалевыми пятнами, восседающей на редкого мятно-зеленого оттенка изумруде весом 116,74 карата. Это изделие стало первым, где животное было выполнено в объеме, как сказали бы сегодня, 3D. Всего год спустя по заказу герцога Виндзорского Cartier изготовили еще одну экстраординарную брошь — из платины с бриллиантами с пантерой на сапфировом кабошоне весом 152,35 карата. Герцогиня потом не

сможет остановиться и будет заказывать украшения с пантерами одно за другим.

Среди преданных клиенток Cartier и не менее преданных поклонниц фирменного символа — Дейзи Феллоуз, Барбара Хаттон, принцесса Ширин Ага-хан (Нина Дьер) и «мексиканская пантера» Мария Феликс. Для Ширин Ага-хан ее второй муж Садруддин Ага-хан заказал несколько украшений, самое технически сложное из них — усыпанный бриллиантами и пятнами созданными из сапфиров, браслет с головами пантеры, которые также могут носиться как серьги, сам браслет может стать ручкой вечерней сумочки.

1980-е стали важным этапом в истории пантеры: в 1983-м вышли часы Panthere (вариация Santos de Cartier), в 1985-м — линия Silverium, в рамках которой звери изготавливались из золота с серебром,



КОЛЬЕ ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ PANTHERE DE CARTIER, ЗОЛОТО, ЛЯПИС-ЛАЗУРЬ, ЛАК, ОНИКС, ЦИТРИН, ЦАВОРИТЫ, ОНИКС

КОЛЬЕ ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ PANTHERE DE CARTIER, ЗОЛОТО, ЛЯПИС-ЛАЗУРЬ, ЛАК, ОНИКС, ЦАВОРИТЫ, БРИЛЛИАНТЫ



КОЛЬЦО ИЗ НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ PANTHERE DE CARTIER, ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ, ИЗУМРУДЫ, ЛАК, ОНИКС



БРОШЬ С ПАНТЕРОЙ 1948 ГОДА, ПРИНАДЛЕЖАВШАЯ ГЕРЦОГИНЕ ВИНДЗОРСКОЙ, ЗОЛОТО, ЭМАЛЬ, ИЗУМРУД



ЖАННА ТУССЕН

ЧАСЫ С МОТИВОМ ПАНТЕРЫ 1914 ГОДА



Дерзкая классика

О новой линии женских часов TAG Heuer Carrera Lady

Нина Спиридонова (Robb Report) |



ПРЕДОСТАВЛЕНО TAG HEUER

МАРИЯ ШАРАПОВА, ПРИНИМАЛА УЧАСТИЕ В СОЗДАНИИ ЖЕНСКОЙ МОДЕЛИ ЧАСОВ TAG HEUER



КОГДА речь заходит о часах TAG Heuer Carrera, немедленно вспоминаешь о высоких скоростях и передовых технологиях — ведь первая модель 1963 года была создана Джеком Хойером под впечатлением гонки La Carrera Panamericana. Он замыслил простые и надежные часы с хорошо читаемым временем в любых дорожных и погодных условиях. Прошло много лет, прежде чем у популярной модели появилась женская версия. TAG Heuer Carrera Lady, выпущенные в 2008 году, — классические круглые часы с дерзким спортивным нравом. Автоматический механизм Calibre 4 был заключен в корпус из стали или ее сочетания с розовым золотом диаметром 27 мм, а циферблат с гравировкой в виде концентрических кругов был украшен бриллиантовыми часовыми метками. Для этого использовали 13 бриллиантов Top Wesselton — «12 часов» обозначались

двумя камнями. Стальной или золотой bezель тоже мог быть декорирован бриллиантами — на него уходило 54 камня Top Wesselton. И все же TAG Heuer Carrera Lady были скорее женской версией культовой мужской модели. Часы имели индикатор даты, расположенный рядом с бриллиантом на «3 часах», а минутная шкала была вынесена на фланец прямо под сапфировым стеклом.

Новая коллекция Carrera Lady Collection стала еще более женственной и элегантной. Модели были созданы в сотрудничестве с российской теннисисткой Марией Шараповой, посланницей швейцарского бренда. Она позаботилась о том, чтобы часы стали универсальным аксессуаром для жизни в большом городе — подходили для деловых встреч днем и светских выходов вечером. Циферблат новых моделей стал еще более открытым и просторным. Дизайнеры убра-

ли гравировку, по-новому расположили логотип и название, поместили окошко даты вместо метки «3 часа», а от минутной шкалы и секундной стрелки в некоторых часах и вовсе избавились. В новой линии выпущено две серии — кварцевая The Carrera Lady диаметром 32 мм и The Carrera Lady 28 mm с автоматическим калибром. Обе существуют в стальном корпусе и в сочетании с розовым золотом, причем розовым металлом могут быть отмечены только стрелки и часовые метки, к ним добавляется отделка bezеля, заводной головки и центральных звеньев браслета. Циферблаты также представлены в различных вариантах, включая черный, серебристый или белый перламутр. В наиболее драгоценном варианте часы украшены бриллиантами: bezель кварцевых часов вмещает 64 камня, автоматические часы диаметром 28 мм декорированы 56 бриллиантами.

След в воздухе

О редких ароматах

Сергей Борисов |



ДРАГОЦЕННЫЕ
ФЛАКОНЫ ДУХОВ
GUERLAIN L'ABELLE
AUX AILES ARGENT,
L'HEURE BLEUE,
SECRET DE LA REINE

В СОВЕТСКОЕ время роскошными духами считались любые французские духи. Но сегодня Chanel, Caron, Guerlain и Christian Dior заполняют полки каждого парфюмерного магазина. «Роскошь, — как считает французский парфюмер Серж Лютен, — не может быть массовой. Она обязана быть недоступной, иначе это не роскошь». Но что делает ароматы недоступно дорогими? Редкие ингредиенты, драгоценные флаконы и упаковки? Или возможность получить духи, разработанные специально для вас?

МУРАНСКОЕ СТЕКЛО, хрусталь Baccarat и Lalique издавна подчеркивали уникальность аромата. Acqua di Parma и Christian Dior, Bvlgari и Bottega Veneta использовали флаконы из муранского стекла в своих ограниченных сериях (цитрусовый Acqua di Parma Cologne и свежий цветочный J'Adore L'Absolu, свежий жасмин Bvlgari pour Femme и замшево-перечный Bottega Veneta).

Празднуя столетний юбилей аромата L'Heure Bleue, Guerlain не только создал синие хрустальные флаконы Baccarat цвета вечернего неба, но и украсил их золотыми украшениями ювелиров Giroix. Венок из фиалок с лепестками из прозрачной смальты в оправе из чистого золота, обвивающий флакон подобно звездной мантии, мерцающей в сумеречной синеве, можно носить на руке. Столь же роскошно украшение от Giroix получили полуторалитровые флаконы Shalimar

Talisman Byzantin (смальта и жемчуг в золотой оправе) и двухлитровые Shalimar Parfum Initial A Fleur de Peau (золотой крест со смальтой телесного цвета).

Туринский дом Herjoff, заменил популярное муранское стекло разноцветным природным кварцем. Флаконы вырезались из желтого, дымчатого и розового кварца, а затем украшались золотой монограммой. Но один из ароматов решили сделать еще более уникальным. Мультигендерный XXV посвящен легенде о Гермафродите. Сын Гермеса и Афродиты был так прекрасен, что нимфа Салмакида умоляла соединить ее с ним навеки, и боги Олимпа покорно вняли ее мольбам — из прекрасных девушки и юноши получилось одно двуполое существо — Гермафродит. За женскую страсть в XXV отвечает грасский жасмин, флорентийский оррис, персик и иланг-иланг с Коморских островов, за мужскую мощь — древесные ноты ветивера, сандалового дерева и пачули. Противоречие мягко снимается сладкими нотами ванили и мускуса. Флакон духов выполнен скульптором Марко Гасой из бронзы и покрыт лазуритом и золотом. Арт-директору дома Серджи Момо удалось оставить одну копию из девяти на память — она украшает офис Herjoff.

Еще десять лет назад самым дорогим ароматом считался Gianni VIVE Sulman Parfum VI (\$ 88 600) от лондонского ювелира Джанни Салмана. Было продано всего 173 флакона из золота, платины, бриллиан-

СОРЕВНОВАНИЕ РОСКОШНЫХ

флаконов не прекращается

ни на минуту

тов и рубинов (среди хозяев — Майкл Джексон, Элизабет Тейлор, Майк Тайсон). В 2006 году пальму первенства перехватил Clive Christian с ароматом №1 в хрустальном флаконе с бриллиантами Imperial Majesty (\$215 тыс.). И наконец, три года мировой рекорд держит флакон DKNY Golden Delicious Donna Kagan New York работы Мартина Каца. Почти 3 тыс. драгоценных камней изображают абрис Нью-Йорка, достигая стоимости \$1 млн. Аромат не важен (он тот же, что и в обычном «яблоке») — тем более что флакон возят по миру как звезду благотворительной выставки.

Соревнование роскошных флаконов нескончаемо: так, парфюмер Лоренцо Виллорези готов заказать флорентийским ювелирам любой драгоценный флакон по заказу клиента; дом Bvlgari выпускает в сентябре 2014 года коллекцию Le Gemme из шести ароматов, посвященных драгоценным камням (€400), в ограненных флаконах-вазах, а Cartier по заказу сделает флакон в виде ювелирного украшения.

ЭКЗОТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ Oud, вошедший в моду из-за популярности на Востоке, — древесина аквиларии-уда и масло из него. Само дерево в природе почти не встречается, это вымирающий вид — теперь его специально выращивают на плантациях Юго-Восточной Азии, чтобы сгноить (богатый древесно-кожаный аромат появляется только у черной, зараженной древесины, здоровая древесина малоценна) и продать. Есть и охотники за удачей, которые ищут в недоступных джунглях упавшие деревья. Коричневые щепки, например, отличный подарок на арабской свадьбе. Масло аквиларии-уда из ствола, найденного в джунглях, может стоить практически любые деньги — главное, найти знающего и богатого покупателя на этот уникальный товар.

Но далеко не все покупатели способны оценить уникальность того или иного компонента духов, а тем более его почувствовать, потому ориентируются они чаще на упаковку, цену, мнение экспертов и, конечно, на запах.

CIEL DE GUM OT
MAISON FRANCIS
KURKDJAN PARIS



С ними во многом согласен и Пьер Гийом, молодой талантливый парфюмер, создатель Parfumerie Generale, Huitieme Art Parfums и Phaedon Paris: «Как можно судить об ароматах на основе их компонентов? Это все равно, что оценивать картины Пикассо или Рембрандта по смете использованных красок, холста и рамы. Главное, что есть в ароматах,— это эмоции. А как оценить деньгами память о любимых и близких людях? Сколько стоят слезы от радости узнавания своего беззаботного детства?»

Авторы немецкого нишевого бренда Humieski & Graef Тобиас Мюкш и Себастьян Фишених тоже считают эмоции главной ценностью своих духов. Asked воплощает мужской гнев с помощью кардамона, ветивера и кожи, внезапные мужские слезы пахнут ладаном (Skarb), материнская любовь (Stempesu) сочетает розы и смородину, а внезапная искренность (Sandour) — словно зелень луга с пролитым молоком.

САМАЯ БОЛЬШАЯ РОСКОШЬ — ароматы sur mesure, bespoke или custom-made,



CANDOUR
OT HUMIECKI & GRAEF

придуманные для вас и только. Не беспокойтесь, практически любой парфюмер готов воплощать в жизнь ваши мечты. Вам стоит лишь заранее выбрать того, кто вам больше подходит. Так, штатный парфюмер Cartier Матильд Лоран славится своими лаконичными ароматами, а наиболее востребованный парфюмер последних лет Бертран Дюшофур великолепен в сложных многослойных композициях. Перед заказом можно попробовать предыдущие ароматы, чтобы понять стиль парфюмера: у Франсиса Куркджяна прекрасно выходят цветочные духи, а у Лоренцо Виллорези или Guerlain — цитрусовые одеколоны. Особенно популярны bespoke perfumes в Великобритании — это и Miller Harris, и Creed, и Ormonde Jayne, и Floris, и Pecksniff's, и Roja Dove.

Создание персонального аромата, конечно, потребует времени и денег для качественного воплощения. Зато формула композиции останется вашей собственностью навсегда — поэтому последующие флаконы обойдутся дешевле. Цены и сроки подобного сервиса зависят от известности парфюмера и стоимости его рабочего времени: от £400 за месяц у малоизвестного парфюмера до £60 тыс. за год у Cartier или Guerlain. Тут главное не



АРОМАТ DKNY GOLDEN
DELICIOUS OT DONNA
KARAN NEW YORK
РАБОТЫ МАРТИНА
КАЦА

ФЛАКОН ДУХОВ
CARTIER В ВИДЕ
КУЛОНА



CLIVE CHRISTIAN N°1

забывать о том, что в итоге вы получите духи вашей мечты. А также о том, что стоимость флакона для них может превышать их собственную стоимость. Например, вырезанный из целого кристалла морганита флакон-подвеска в стиле art deco, украшенный шпинелью и бриллиантами, из коллекции уникальных ювелирных работ Sortilege de Cartier, в 2011 году увеличил цену духов до полумиллиона долларов.

АРОМАТЫ ОТ LORENZO
VILLORESI FIRENZE



Красная Баккара

С парфюмером Куркджяном на старом хрустальном заводе

Алексей Тарханов |

МОЛОДОГО парфюмера Франсиса Куркджяна называют одним из крупнейших «носов» Франции. Сам он, правда, к определению «нос» относится с обидой, даром что нос у него действительно выдающийся. Сделав духи для нескольких модных домов первого ряда, он создал собственный Maison Francis Kurkdjian, в котором разрабатывает ароматы по индивидуальным заказам. На сей раз заказ у него тоже индивидуальный, но пришел он от мастеров художественного стекла марки Baccarat.

Марка решила сделать себе подарок ко дню рождения. В этом году ей исполняется ни много ни мало 250 лет. Фабрика была открыта по королевскому разрешению, данному епископу Меца. Тот хотел использовать лес, который больше не нужен был солеварням, и написал королю хитрое письмо насчет импортозамещения. Что втяжелый момент Семилетней войны мы экспортируем зарубежное стекло, а у меня вон лесорубы уже четыре года без работы. Людовик XV внял просьбе, и местечко Баккара с тех самых пор богатело на стекле. Причем самым разным. Сейчас для нас Baccarat — это непременно драгоценная художественная работа, но на своем веку, точнее, на двух с половиной веках, фабрика чего только ни делала, даже фары для автомобилей.



Духи Rouge 540 от Baccarat — 100 миллилитров Франсиса Куркджяна и 500 граммов драгоценного хрусталя

Духи, которые Куркджян составил специально для Baccarat, называются Rouge 540.

«Мне хотелось аромата, напоминающего блеск хрусталя, — говорит мне Куркджян. — Нотки апельсина и цитрусовой цедры, свежей сосновой смолы, лаванды и шалфея. Духи светящиеся и концентрированные, прозрачные и интенсивные».

Это то, что зависит от парфюмера. А Baccarat изготовит для них особую емкость. Им уже приходилось придавать форму разным духам — от Roy Soleil для Эльзы Скиапарелли до диоровских Miss Dior или J'Adore. А в 2006-м фабрика Baccarat изгото-

вила флакон для духов Марии-Антуанетты, созданных Франсисом Куркджяном для музея Версаля. «Я делал их по записям парфюмера королевы. Она любила запах цветов, особенно роз и ирисов. Я изучил приемы работы алхимиков тех лет, способы, которыми они получали вытяжки и эссенции. Самое трудное было найти баланс между звучанием ароматов, привычным для современников Марии-Антуанетты, людей XVIII века, и привычным для нас».

Флакон для новых Rouge 540 сделали в торжественном и увесистом ар-деко по архивному эскизу Жоржа Шевалье, художественного директора Baccarat в 1930-х го-



ПАРФЮМЕР ФРАНСИС КУРКДЖЯН ПЕРЕД ПЕЧЬЮ В БАККАРЕ

дах. 500 г хрусталя и 160 алмазных граней. Всего будет выпущено 250 штук — по числу прожитых маркой лет. Название же произвели от rouge de Baccarat, красного стекла, по интенсивности цвета не уступающего рубину, которое плавят при 540°C. Его рецепт хранили с 1874 года, а состоит он в добавлении в расплавленное стекло размоленного в порошок 24-каратного золота.

По этому поводу Куркджяну устраивают экскурсию на фабрику — и я получаю возможность к ней присоединиться. Мы едем в хрустальный город Баккару смотреть, как делают флаконы для Rouge 540. Баккара нас поражает. С 1868 года фабрикой правил Поль Мишо, бывший директор, женившийся на хозяйской дочери. В 1883-м его сменил сын Адриен, финансист, промышленник, утопист, поставщик для королей и друг для рабочих. Мануфактура, перестроенная последний раз при его участии, до сих пор сохранила все черты идеального фабричного поселка конца XIX века: с красивым домом управляющих и инженеров, с зеленым центральным прямоугольным парком, обстроенным по двум сторонам блокированными домиками для рабочих, с церковью, школой и больницей.

В доме администрации, правда, теперь комнаты для гостей, в церкви — выставочный зал, но вот в домах по-прежнему живут рабочие, а фабрика напротив административного корпуса как была производством, так и осталась. И даже не особенно изменилась с тех пор. Разве что вместо дров в



В ПАРИЖСКОМ МУЗЕЕ ВАССАРАТ ХРУСТАЛЬ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТЛИЧНЫМ ВКУСОМ. ТЕПЕРЬ И ЗАПАХОМ

АЛЕКСЕЙ ПАРХАНОВ

ФЛАКОН ДЛЯ НОВЫХ ROUGE 540

сделали в торжественном и увесистом ар-деко по архивному эскизу Жоржа Шевалье, художественного директора Vassarat в 1930-х годах



«КРАСНОЕ ВАССАРАТ», СТЕКЛО РУБИНОВОГО ЦВЕТА, ВЫПЛАВЛЯЕТСЯ С ДОБАВЛЕНИЕМ ЗОЛОТА

АЛЕКСЕЙ ПАРХАНОВ

печах горит газ, а вместо мальчиков-посыльных, бегом несущих стекло от мастера к мастеру, пока оно не остыло, дребезжит старый транспортер, который тоже называется «мальчик». На фабрике адская жара, стеклянная пыль, плакаты по технике безопасности и гигиене труда на каждом шагу, но все равно в пиджаке среди работающих в майках и шортах стеклодувов чувствуешь себя внутри картины Иогансона «На старом уральском заводе». Процесс остановить невозможно, печи не гаснут ни днем ни ночью, как мартеновские на Заречной улице.

Нам показывают место, где находилась так прямо и называвшаяся «русская» печь. Дореволюционная Россия поглощала такое количество французского хрустала, что до сих пор здесь полагают, что царь с царицей, царевичем и царевнами имели красивую привычку то и дело бросать стаканы через плечо. Первым русским заказчиком в Баккаре считают Александра II. Царь-освободитель приезжал на всемирную выставку в 1867 году и увез в Петербург две дюжины хрустальных канделябров, предназначенных для царицы Марии Александровны. А его внук Николай II во время первого царского визита во Францию сде-

лал заказ на новые канделябры для дворца по последней моде — с электрическими лампами.

Для русского двора Vassarat разработала «Царский сервиз» — настоящий шедевр русского стиля начала века, даром что созданный не нашими, а французскими художниками, стеклодувами и гранильщиками. Эти удивительные бокалы на высоченной ножке из прозрачного и красного стекла (того самого rouge de Vassarat) — не только музейный экспонат. Они до сих пор входят в каталоги.

Нас с Куркджяном проводят по всей цепочке — от ночной до утренней смены. Стеклодувы, гранильщики, резчики, позолотчики — его драгоценный флакон делают, сменяя друг друга, четверо «лучших рабочих Франции» — здешних ударников коммунистического труда. Одиннадцать операций для того, чтобы получилась емкость для 100 миллилитров куркджяновского эликсира. Каждая обойдется в €3 тыс., и недостатка в желающих уже нет.

Духи выпустят к осени, когда в Музее изящных искусств Парижа Petit Palais откроется выставка к 250-летию Vassarat. Здесь ожидают вещи из коллекций Лувра и

Орсе, Музея декоративного искусства и, конечно, из Парижского музея марки, который находится в парижском доме-дворце Мари-Лор де Нуай, писательницы и художницы, графини, богачки и революционерки 1968 года. Десять лет назад его переделывал и декорировал Филипп Старк. Здесь не просто продают хрусталь, здесь на нем ужинают, из него пьют, им украшают интерьер. Теперь в нем появится новый аромат — красной Баккары.

«Кто-нибудь скажет, что это бессмысленная трата сил и времени, — говорит Куркджян, — а по-моему, лучший способ поздравить себя с юбилеем — сделать что-то, чего еще никто не делал».

Потом он добавляет, что иногда думает: не вечно же сочинять духи. Ему всего сорок пять, вся жизнь впереди. Может, однажды займется чем-нибудь другим, каким-нибудь ремеслом, еще более творческим. Он умеет многое, работы не боится, даже физической, не зря он учился когда-то классическому танцу — школа для людей с железным телом и железным терпением. Кем же вы станете? Может, стеклодувом? «Нет, — говорит Куркджян, — нет, с этим делом я точно не справлюсь».

«Я всегда была влюблена в ароматы»

Парфюмер Даниэла Андриэ о Knot Bottega Veneta



ПАРФЮМЕР ДАНИЭЛА АНДРИЭ

БОТТЕГА ВЕНЕТА представила свои новые духи Knot. До этого на счету компании было всего четыре аромата — три женских и один мужской, последний придумывала Даниэла Андриэ, разрабатывавшая запахи для Prada, Maison Martin Margiela, Gucci, Giorgio Armani и ряда других больших домов. Ее же креативный директор Bottega Veneta Томас Майер выбрал для создания новой формулы женского аромата.

— С чего началась работа над ароматом Knot, как сформулировал вашу задачу Томас Майер?

— Весьма конкретно! Это была целая печатная страница, на которой детально описывалось, что предстоит сделать. Зарисовка была такова: Италия, дом на море, спальня, окно в которой открыто. Белые накрахмаленные простыни, пахнущие лавандой, букет пионов на тумбочке, доносящийся с улицы аромат мандаринового дерева и легкий запах соленой морской воды. Для меня это было очень близкое и понятное описание: в детстве я часто ездила на море в Италию. Я использовала эссенцию цветков апельсина и мандариновое масло, чтобы воссоздать аромат цветущего дерева. Из пиона невозможно сделать какой-либо ингредиент — чтобы добиться этого аромата, я использовала турецкие и болгарские розы, также я добавила эссенцию французской лаванды, масло кедрового дерева, мускус и бобы тонка.

— С какими местами в Италии связаны ваши детские воспоминания, которые вы пытались выразить в новом аромате?

— Это местечко на побережье Тосканы. Описание Томаса сильно напомнило мне его.

— Knot для вас стал ностальгическим ароматом?

— Ну, я бы не называла это ностальгией — эти ароматы по-прежнему ощущаешь в Италии, но Knot вернул меня к истокам, к тому, почему в принципе я влюбилась в ароматы и решила стать парфюмером.

— Кстати, об истоках. Насколько я знаю, вы учились на философском факультете и желание стать парфюмером для вас стало резким поворотом в жизни, вы слышали, что при этом вы совершенно случайно узнали, что такая профессия вообще существует...

— Совершенно верно! Я всегда была влюблена в ароматы, окружающие меня запахи — они для меня невероятно много

ют формулы, и хотела у них учиться, но они были так добры и подсказали, что в Версале есть парфюмерная школа.

— Вы сталкивались когда-нибудь с тем, что чувствуете ароматы не так, как большинство людей?

— Не думаю, что я чувствую их иначе, скорее дело в том, что я отношусь к ним иначе: для меня это гораздо более сильные эмоции, чем для большинства. Правда, то, как

малозаметные, но важные детали, расставляли акценты. Весь проект занял около полутора-двух лет.

— У вас впечатляющий послужной список: вы создавали ароматы для разных компаний, заметили ли вы какие-то особенности работы с Bottega Veneta?

— Каждый проект для меня уникален, и это не пустые слова. Я всегда пытаюсь проникнуться духом марки, понять ее стиль. Bottega Veneta в моем восприятии мануфактура, тесно связанная с ремеслами, декоративным искусством, заботящаяся о высочайшем качестве продукции. И такой подход мне близок: примерно так я создаю свои ароматы. Мне было легко работать с Томасом Майером: он дает очень детальные и крайне понятные описания. Если будущие Knot были мне близки, то, когда я создавала предыдущий аромат для Bottega Veneta, была совсем иная легенда, но она была объяснена так хорошо, что я была совершенно уверена в том, какой нужен аромат: я могла его почувствовать. Разумеется, я люблю все свои ароматы. Как я не смогла выбрать лучшего из четверых своих детей, так и здесь не смогу!

— Почему вы решили работать дома, а не в лаборатории, это связано с детьми?

— Ну тут все довольно просто: когда мой муж стал CEO компании Givaudan, я решила, что другим будет не слишком комфортно работать со мной в одной лаборатории. До того, пока он не получил назначение, все было нормально, но ситуация изменилась, и я стала работать дистанционно.

— У вас получается создавать ароматы из дома?

— Я разрабатываю формулы и отправляю их в нашу лабораторию, там работает мой ассистент, который делает все, что необходимо в лабораторных условиях, и отправляет мне результаты. Не могу сказать, что это идеальные условия, а потому с сентября у меня будет свой собственный офис в Париже: поработаю дома, я отчетливо поняла, что мне просто необходимо место, где я могу по-настоящему уединиться.

— Кроме того, что вы работаете дома, насколько мне известно, вы пользуетесь ароматами, которые создаете — большинство парфюмеров этого не делает...

— Да, но днем я не ношу ароматы — они бы мешали, а вечером или в выходные очень люблю.

— Knot, по-вашему, дневной или вечерний аромат? На какой женщине и в какой ситуации вы его представляете?

— Мне кажется, это может быть и день, и вечер, и наряд стиля casual, и вечернее платье... Это женщина, которой близок такой аромат — ей должно быть в нем комфортно, это главное.

БЕСЕДОВАЛА АННА МИНАКОВА

KNOT НАПОМНИЛ МНЕ,
почему я влюбилась в ароматы
и решила стать парфюмером



ФЛАКОНЫ
ДУХОВ KNOT
BOTTEGA
VENETA

значили, но я и не подозревала, что этим можно зарабатывать на жизни! Кроме того, я не думала, что кто-то относится к запахам не так, как я, не воспринимает их столь серьезно. Да, я изучала философию, но это была скорее передышка: мне надо было определиться с будущим, я еще не понимала, кем хочу стать, вот и пошла изучать философию. Но как только я узнала, что существует такая профессия, как парфюмер, у меня не осталось никаких сомнений.

— Я читала, что вы решили узнать, как стать парфюмером, у сотрудников офиса Yves Saint Laurent. Это правда, что вы им с этим вопросом позвонили? Если да, то почему именно им?

— Да, чистая правда! Это мои детские воспоминания... Я рано потеряла маму: она умерла, когда мне было 13, но я на всю жизнь запомнила, что она носила сенлорановский Rive Gauche. Я помню этот аромат с детства, помню, как любила его смешивать с разными другими. И для меня парфюмерия тогда ассоциировалась прежде всего с Yves Saint Laurent. Я была так наивна, что думала: они сами и созда-

смог описать аромат Томас Майер, говорит мне о том, что он ощущает запахи так же, как я. И я надеюсь, нас, таких восприимчивых, немало. Для меня в ароматах все: эмоции, воспоминания...

— Есть даже такая теория, что ощущение дежавю возникает именно из-за того, что чувствуешь аромат из прошлого...

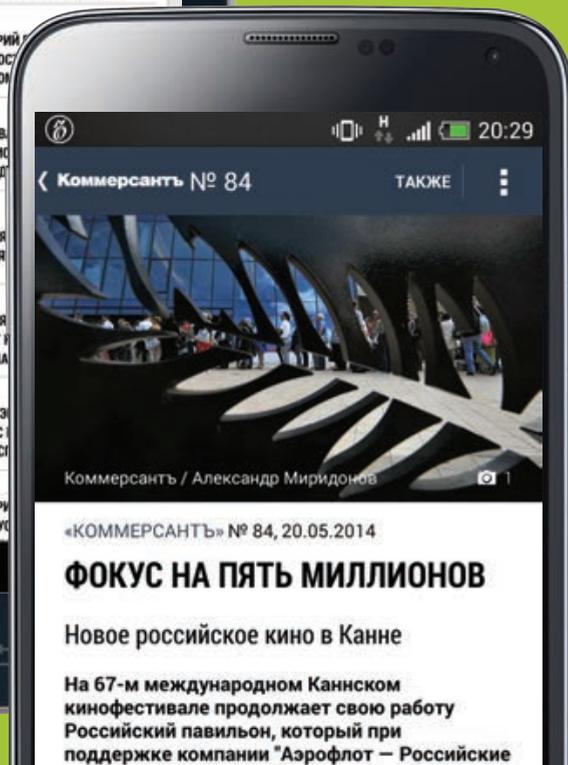
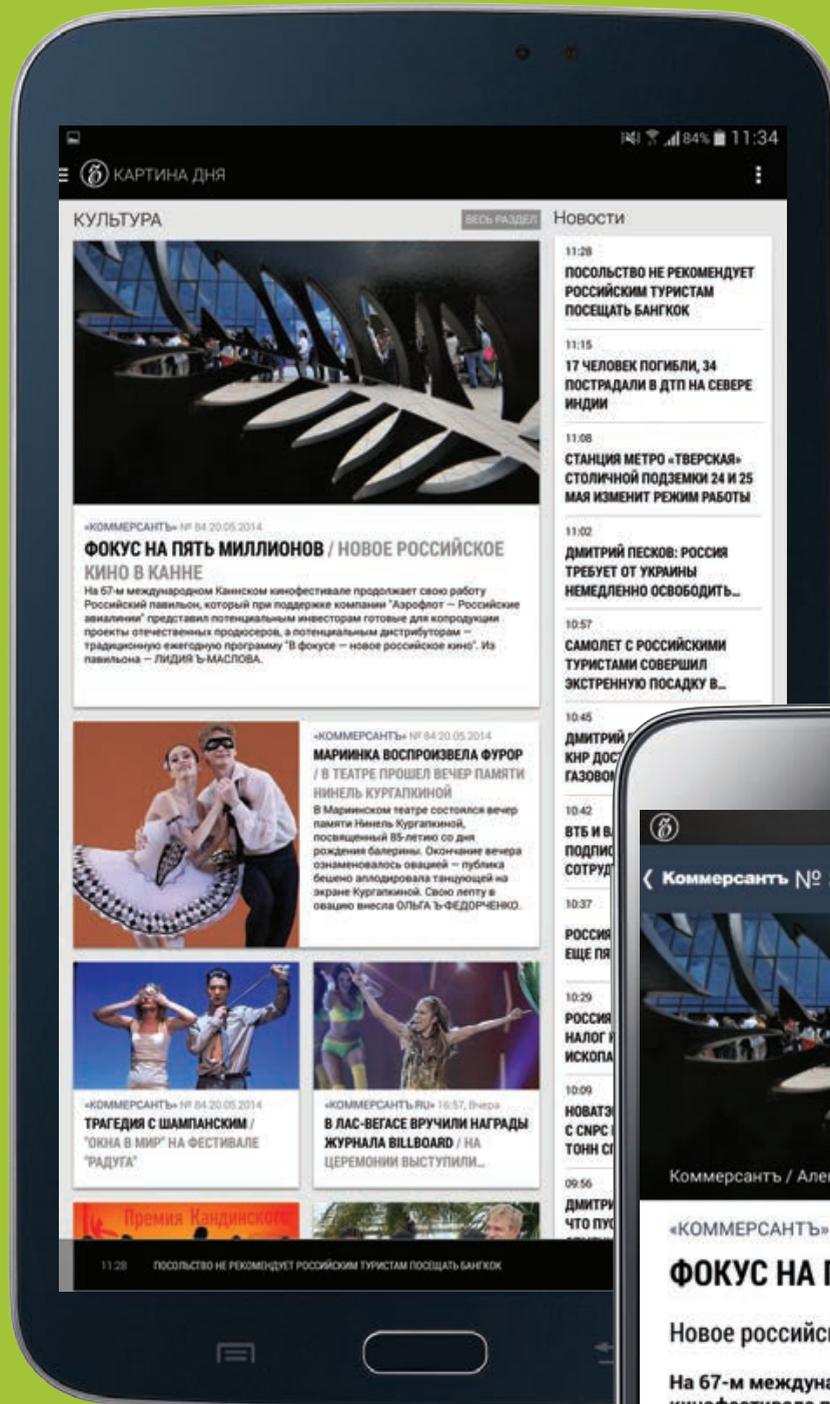
— Серьезно? Тогда это многое объясняет! У меня так часто возникает дежавю! Я его ненавижу, это ощущение меня так сильно пугает!

— Но вернемся в прошлое, как долго вы разрабатывали Knot?

— Как только я увидела описание, я поняла, что в точности представляю, что надо сделать. Идея появилась сразу — я все сделала за день, или даже за час, и мне не терпелось показать первые прикидки Coty, а потом и Томасу Майеру. Скоро я, как и все другие парфюмеры, претендовавшие на разработку Knot, это сделала. И Томас выбрал меня, потому что для него моя формула была воплощением его описания. Потом, правда, довольно долго мы меняли

НОВОСТИ

прочтение
Коммерсанта



16+

реклама

Получайте ещё больше новостей в режиме реального времени

Читайте все материалы газеты «Коммерсантъ», журналов «Власть», «Деньги», «Огонёк», «Секрет фирмы», «Автопилот» и Weekend

Смотрите рейтинги материалов

Слушайте прямой эфир радиостанции «Коммерсантъ FM»

Используйте настройку на свой регион, сервис интеграции с социальными сетями

PIAGET

PERFECTION IN LIFE*



реклама

*Совершенство как образ жизни

- Голливуд, Лос-Анджелес -

Piaget Limelight Gala,
Часы из белого золота с бриллиантами

piaget.com

Бутики Piaget: Москва: Столешников пер., 5, тел: (495) 980 9047
ГУМ, Красная площадь, 3, 1-я линия, тел: (495) 662 7577 • Киев: ул. М. Заньковецкой, 4, тел: (38044) 279 4658