

review СТИЛЬ СПБ ЗИМА

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

Вторник, 8 ноября 2016 №206

(№5956 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–28

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года



AZIA

RESTAURANT & VINOTEKA

огонь / пар / вок / тандур



BE SHRIMP*

меню с креветками

Belmond Grand Hotel Europe
Санкт-Петербург, Невский проспект – Михайловская улица
+7 812 329 6200

ноябрь 2016



— Елена Федотова,
редактор Review
«Стиль СПб»

согревающий душу

Натуральный мех давно уже стал символом. Его смыслы меняются, но статус остается. В некоторых петербургских семьях еще живы воспоминания о революционных бабушках-прабабушках, которые полагали, что рыжую лису носят только женщины легкого поведения. Во времена нэпа, когда в моду вошли всякие шанхайские барсы, дамы «из бывших» донашивали свои шубки из потертых шиншилл. А в советское время жены военных щеголяли в меховых пальто из блестящего меха морского котика. Те, кто победнее, но с претензиями, носили котика фальшивого — из цигейки. Были еще горжетки из чернобурок и куниц — с когтистыми лапками и острыми мордочками со стеклянными глазками. Горжетки надевались поверх пальто — в глубоком детстве я жалела и боялась этих мертвых зверюшек. Пределом же мечтаний была каракулевая шуба — знак благополучия: «Мама, нам сказали, на карнавал надо прийти в национальном костюме. — Ося, ты слышал? Сонечка хочет надеть в школу мою каракулевую шубу!»

Сегодня редкая дама не скрывает в своем шкафу какую-нибудь норку. А вчера я видела в метро девушку в собольем манто. Не думаю, что она оставила свой «бентли» на перехватывающей парковке, чтобы не толкаться в пробках по пути на работу.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

19 — «В индивидуальном пошиве мелочей не бывает», или что важно для создания мужского костюма



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

24 — Концерты от Льва Николаевича. Куда податься с маленькими детьми



27 — Что, где и почему надо есть в Петербурге

АРТ-ДИРЕКТОР: АРСЕНИЙ ПЛИЧОВ
НА ОБЛОЖКЕ: ШАРФЫ ШАПКА BOSCO FRESH

VII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ИСКУССТВ «ДЯГИЛЕВ. P.S.»

18–27 ноября в Петербурге пройдет фестиваль «Дягилев. P.S.». Официальную программу фестиваля откроет спектакль знаменитой труппы «Балет Мориса Бежара» из Лозанны. Впервые в России будут представлены балеты «Чудесный мандарин», «Этюд для дамы с камелиями» и «Бхакти Ш» хореографии Мориса Бежара, а также Anima Blues — Жилия Романа. Программа будет показана дважды: 20 и 21 ноября.

Морис Бежар запретил свободное исполнение своих постановок, поскольку его хореографический стиль знают только артисты, работавшие лично с ним. С 2007 года, после ухода маэстро, труппой руководит его верный ученик Жиль Роман, который не только тщательно следит за сохранением уникального хореографического наследия Бежара, но и привносит в репертуар новые постановки собственного сочинения.



Сцена из спектакля «Ромео и Джульетта» в хореографии Вячеслава Самодурова и в исполнении артистов Екатеринбургского театра оперы и балета

Специально к гастролям труппы, в преддверии спектаклей, 18 ноября в KGallery откроется выставка Choregraphismes знаменитого французского фотографа Франсуа Паолини — 30 фотографий различных балетов, поставленных Морисом Бежаром. После случайной, но поистине судьбоносной встречи с маэстро в 1999 году Франсуа Паолини, признанный мастер репортажной фотографии, обладатель премии World Press Photo 1990, полностью поменял свою специализацию, став официальным фотографом «Балета Мориса Бежара» и остается им и по сей день.

21 ноября в Шереметевском дворце состоится открытие фотовыставки «Застывшее движение» фотографа Луиса Гринфилда (США). В 2015 году она удостоилась премии Dance in Focus за значимый вклад в искусство фотографии.

22 ноября на сцене Александринского театра впервые в России будет представлен спектакль Белого театра танца (Польша). Основатель, руководитель и хореограф труппы Изадора Вайс, мастер современной хореографии, является автором более 30 постановок, высоко оцененных критиками и профессиональным балетным сообществом. В программе вечера — балеты «Федра», «Девушка и смерть» и последняя премьера труппы — «Тристан и Изольда» на музыку Кшиштофа Пендерецкого.

23 ноября в Большом зале Филармонии оркестр Music Aeterna Пермского академического театра оперы и балета под управлением Теодора Курентзиса исполнит музыку Сергея Прокофьева к балету «Ромео и Джульетта» — к 125-летию со дня рождения композитора.

24 ноября в Шереметевском дворце откроется выставка «Обличья. Больше, чем реальность», которая представит трансформацию сакрального, обрядового назначения маски или костюма в атрибут художественного высказывания, в альтер эго художника. Исторические костюмы и маски из коллекции Российского этнографического музея выставке будут соседствовать с образами, созданными Казимиром Малевичем, Владимиром Маяковским, Ольгой Розановой, Давидом Бурлюком, Ильей Зданевичем, Натальей Гончаровой, Сергеем Параджановым, Гариком Ассой, Сергеем Черновым, Сергеем Курехиным, Андреем Бартевым.

Завершит балетную программу фестиваля 26 ноября спектакль «Ромео и Джульетта» в хореографии Вячеслава Самодурова и в исполнении Екатеринбургского театра оперы и балета на сцене Александринского театра.

27 ноября в кинозале отеля «Англетер» фестиваль представит российскую премьеру только что вышедшего во Франции фильма «Полина» авторства знаменитого хореографа, неоднократного участника фестиваля «Дягилев. P.S.» — Анжелена Прельжокажа. Захватывающая история молодой балерины, мечтающей танцевать на сцене Большого театра России. В ролях: Жюльет Бинош, Нильс Шнайдер, Миглен Миртчев, Настя Шевцова, Джереми Белингард, Вилен Бабичев, Юлия Писаренко, Ксения Кутепова.

В ПАССАЖЕ ПОЯВИЛСЯ МАРС

Московский центр современного искусства «Март» открыл собственную площадку в Петербурге представлением мультимедийного проекта «Теория поля». Семь уникальных digital-инсталляций созданы художниками из разных стран.

Среди участников: Tuna Pamir (Турция), Guillaume Marmin (Франция), Curiosity Media Lab, Максим Свищев и Андрей Свибнович и др.

Название «Теория поля» отсылает к одноименному разделу физики, где описываются невидимые силы, формирующие так называемые поля, которые пронизывают и связывают между собой все в окружающем пространстве. Этот выставочный проект — художественная попытка воссоздать всепоглощающий поток, направленный на зрителя и одновременно зависящий от него. Digital-инсталляции, подобно эфиру, полностью окружают зрителя оптическими звуковыми полями. Каждая из работ обладает своими аудио- и визуальными эффектами: некоторые из них меняются, другие существуют в трехмерном пространстве.

Например, в инсталляции «Тимей, или Музыка сфер» (Guillaume Marmin) на зрителя направлены несколько сотен тонких световых лучей, меняющих свое направление и интенсивность. В работе Black Noise (Tundra) среда вокруг посетителя становится объемной, растягиваясь в пространстве, где мимо, в разных плоскостях, проносятся потоки из цифровых помех, а максимальный эффект погружения зрителя достигается технологией активного 3D.

Интерактивная digital-инсталляция автора Tuna Pamir, используя специальную технологию, позволяет посетителям выставки создать изображение, управляя цифровой кистью движением глаз.

«Центр Март» появился в 1988 году — его художественные проекты ориентированы на вовлечение зрителя в мультимедийное пространство и полу-

чение необычного эмоционального опыта через взаимодействие с интерактивной средой. В 2016 году центр открыл два филиала: в Петербурге и Абрау-Дюрсо.

Петербургская экспозиция действует по 10 марта 2017 года в выставочных залах торгового дома «Пассаж».



СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ

ювелирная группа



НЕВСКИЙ ПР-Т, 38/4 , ТЕЛ.: +7 (812) 571-61-60
SMOLENSKDIAMONDS.RU

КОД ПОДЛИННОСТИ



В той части главного проспекта Северной столицы, который петербуржцы называют Старо-Невский, открылся магазин Louis Vuitton. О давних связях этого бренда — символа респектабельности и жизни в стиле люкс — с Россией и Петербургом рассказал президент Louis Vuitton Майкл Берк.

— В России у компании Louis Vuitton, кроме трех магазинов в Москве, еще по одному в Петербурге, Екатеринбурге и Сочи. Какой из этих трех последних самый успешный и перспективный?

— Каждый из наших магазинов прочно укоренился в своем городе, каждый по-своему успешен и адаптирован к особенностям местных клиентов в этом городе.

— Как вы оцениваете перспективы нового магазина в Петербурге? Что, на ваш взгляд, может привлечь новых покупателей, кроме действительно безграничной известности марки Louis Vuitton?

— Истинное погружение в историю, мастерство и наследие дома Louis Vuitton. Новый магазин удовлетворяет потребность клиентов теснее познакомиться с домом Louis Vuitton. Наши российские клиенты обладают высокоразвитым вкусом и огромной любознательностью. Они хорошо знакомы с нашими показами коллекций и новейшими произведениями. Магазин также предложит своим гостям эксклюзивную модель ботильонов Stellar Snear, разработанную специально к открытию и специально для местных клиентов.

— Как известно, архитектурному облику зданий по всему миру, где открываются магазины Louis Vuitton, компания уделяет особое внимание. Первое знаменитое здание марки в Париже, на Елисейских Полях, построенное в 1912 году, можно, наверное, назвать своеобразным символом компании. Чем примечательны те дома в России, в которых открыты магазины Louis Vuitton? Вот, например, в Петербурге, на Невском, — это весьма заурядный многоквартирный дом, построенный в позапрошлом веке. Почему выбор пал именно на него?

— Архитектура играет ключевую роль в дизайне целого ряда магазинов дома Louis Vuitton по всему миру — от магазина на Елисейских Полях в Париже до Омотесандо в Токио. Однако это не главное. Главное — это впечатления клиентов. Войдя в магазин Louis Vuitton, где бы он ни был расположен, клиент должен сразу же почувствовать себя как дома, ощутить гостеприимство вселенной Louis Vuitton. Это очень важно, ведь многие из наших клиентов часто путешествуют в самые разные страны мира. Каждое посещение магазина Louis Vuitton должно стать для них путешествием, наполненным удивительными открытиями и сильными эмоциями, и все наши усилия направлены на создание этого неповторимого опыта. Что бы вы ни купили в магазине Louis Vuitton, вы покупаете часть истории дома, часть его мастерства. Это должно стать запоминающимся событием. Именно на это направлены все тщательно подобранные детали образа наших магазинов — архитектура, дизайн, мерчандайзинг... Так что архитектурный облик здания — не главное.

— В свое время в рекламе дорожных сумок Louis Vuitton участвовал экс-президент СССР Михаил Горбачев. Это было в тот год, когда компания вышла на российский рынок. Участие Горбачева в рекламе как-то было связано с этим событием?

— В конце XIX столетия Louis Vuitton уже создавал сундуки для великого князя Александра, княгини Трубецкой и императорской семьи. В число верных клиентов дома входили многие придворные царя Николая II. С тех пор россияне всегда были постоянными клиентами дома Louis Vuitton. Так что открытие первого магазина бренда в Москве в 2013 году было для нас естественным шагом, это был наш способ сказать спасибо клиентам из России. Сегодня мы поддерживаем эту связь с российскими клиентами уже в шести магазинах на территории страны, где весь наш ассортимент, в том числе одежда, пользуется неизменным успехом.

— Louis Vuitton до сих пор является одним из самых часто копируемых брендов в мире. Борется ли компания с подделками и каким образом?

— Борьба с подделками является одной из долгосрочных составляющих глобальной стратегии устойчивого развития Louis Vuitton. Поддержка творчества и защита прав дизайнеров, художников и брендов жизненно важны для их выживания в долгосрочной перспективе. Подделка на сегодняшний день является одной из величайших угроз этому выживанию, и ее последствия значительно серьезнее, чем чья-то покупка дешевой сумки на улице далекого города во время отпуска.

Louis Vuitton уже много лет борется с подделкой своей продукции. Подделка является оскорблением таланта, искусства мастеров и творческой изобретательности дизайнеров и художников, которым Louis Vuitton обязан своим успехом. Кража интеллектуальной собственности обесценивает инвестиции и знания, вложенные в развитие компании. Подделка наносит вред обществу, поскольку способствует распространению неконтролируемых и опасных условий труда и нарушению прав человека, в частности, применению труда несовершеннолетних и принудительного труда. Это высокая цена за покупку дешевой контрафактной сумки. Louis Vuitton очень серьезно относится к этой проблеме. Дом содержит международную сеть из 55 специалистов, занимающихся исключительно вопросами защиты нашего бренда в глобальных масштабах.

— Есть масса статей о том, как отличить оригинальную сумку Louis Vuitton от фейка. Например, нужно обращать внимание на количество стежков на креплениях ручки или симметричность расположения монограмм. Это действительно так? Сколько же стежков должно быть? И по каким еще признакам можно опознать настоящее изделие марки?

— Безусловно, мы не можем раскрыть здесь все секреты нашего мастерства. Однако есть простой способ гарантировать покупку подлинной сумки Louis Vuitton: продукция Louis Vuitton продается эксклюзивно в магазинах Louis Vuitton и на нашем сайте louisvuitton.com, доступном в десяти странах.

— Одно из изобретений Луи Виттона — чемодан-кровать со встроенной раскладушкой, сделанный для одного бельгийского путешественника. А два года назад дом Louis Vuitton специально для примы Мариинского театра Дианы Вишневой создал чемодан Malle Ballerina для перевозки ее пачек, пуантов и другого реквизита. Создавала ли компания в последние годы еще какие-то уникальные, единственные в своем роде изделия и для кого?

— Изготовление изделий по индивидуальному заказу — это традиция дома, который всегда гордился своей способностью выполнить самые необычные запросы клиентов. Louis Vuitton помогает клиентам удовлетворять нестандартные потребности, выражать свою индивидуальность и воплощать в жизнь мечты. Главное условие состоит в том, чтобы такой заказ воплощал в себе дух путешествий, чтобы созданное изделие было предназначено одновременно для защиты и для перевозки вещей клиента.

Один из недавних примеров — создание футляра для Кубка Уэбба Эллиса к чемпионату мира по регби 2015 года. Если говорить о спортивном мире, то Louis Vuitton также создал футляры для Кубков мира по футболу ФИФА 2010 и 2014 годов, а также нового Кубка Америки в 2016 году.

В 2014 году мы реализовали совместные проекты с такими известными фигурами из мира искусства, как Фрэнк Гери, Синди Шерман, Карл Лагерфельд, Марк Ньюсон, Рей Кавакубо и Кристиан Лубутен, создав уникальные изделия по их индивидуальным заказам.

Кроме того, в 2014 году Louis Vuitton создал уникальный «сундук дирижера» для своего клиента Фредерика Пфеффера, который заказал у нас чемодан для хранения своей впечатляющей коллекции из шестидесяти дирижерских палочек, принадлежавших известнейшим дирижерам мира, таким как Вагнер, Штраус, Верди и Пуччини.

Сегодня Louis Vuitton создает около 450 изделий по индивидуальным заказам в год.

Альбина Самойлова

«В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПОШИВЕ МЕЛОЧЕЙ НЕ БЫВАЕТ»

Рокки Лалвани, владелец петербургского салона «Императорский портной», рассказывает о преимуществах индивидуального пошива одежды, а также о том, как меняются мужские костюмы в угоду модным тенденциям.

— У компании «Императорский портной» есть заказчики в Москве и в Петербурге. Наш город с точки зрения клиента чем-то отличается от московского рынка?

— На мой взгляд, да, потому что в этих городах у людей разный менталитет. Но и в Петербурге можно выделить два типа клиентов. Первый тип — это приверженцы классики. Петербург, в принципе, более консервативен в стилях одежды, чем Москва. В Петербурге предпочитают надевать темно-серый, темно-синий костюмы, более того есть тяготение к черному цвету. Российская столица, напротив, в большей степени открыта каким-то нововведениям, изменениям в цвете. Второй тип клиентов — это молодежь, которой не чужды новые тенденции в моде, современные форматы. Тем не менее они также хотят быть неповторимыми и подчеркнуть свои особенности.

— Насколько поменялись вкусы ваших клиентов со временем? И есть ли какие-то изменения в понимании стиля? Классика по-прежнему классика?

— Классика не статична, она также подвержена переменам. Если мы сравним то, что носили десятилетие назад, и предпочитают в наши дни, то мы легко увидим разницу. В классическом мужском костюме в основном меняется длина пиджака и рукавов, высота и ширина брюк. В цветовой гамме подвижек не так много — по-прежнему актуальны синий, серый, коричневый. Важную роль играет и то, на какой образец при крое ориентирована модель — английский или итальянский. Непрофессионал отличия может даже не заметить, тем не менее они есть. Например, английский крой предполагает более приталенный силуэт. В итальянском костюме, хоть пиджак и приталенный, но он более короткий. Мы все больше отмечаем, что молодежь предпочитает более короткий вариант брюк, чем предусмотрен в классическом крое, и более высокое размещение первой пуговицы на пиджаке.

— С вашей точки зрения, в чем преимущества индивидуального пошива мужского костюма?

— По моим наблюдениям, 90% мужчинам из-за нестандартной фигуры не подходят костюмы, которые продаются в магазинах. Даже если у людей один и тот же размер одежды, у них все равно разное телосложение, есть свои особенности фигуры, например, разной ширины и высоты плечи, разной длины руки и ноги. Модели, которые продаются в магазинах, шьются по определенному фасону, но в них не учитываются особенности каждого конкретного человека. На мой взгляд, если кто-то купил готовый костюм в магазине, и он подошел — это настоящее везение.

Костюм, сшитый по индивидуальному заказу, напротив, сидит как влитой. Он не жмет, не отвисает, не мнется в самый неподходящий момент. В нем абсолютно комфортно. Это потому что при индивидуальном пошиве учитывается каждая деталь. Мы берем во внимание не только физические

особенности фигуры человека, но и его образ жизни, сферу его интересов. Также мы учитываем, для какой цели нужен костюм. Если костюм на каждый день, то он шьется из одних типов материалов, а если предназначен для специальных случаев, торжественных приемов — то из других. Много зависит от фигуры, характера, предпочтений клиента. Темпераменту одного человека больше подходят итальянские ткани, другого — английские.

На выбор ткани и кроя влияет и техника пошива костюма. Это может быть *made-to-measure* — после снятия всех мерок портной шьет костюм по уже существующим лекалам и после первой примерки переделывает костюм под фигуру клиента.

При использовании техники *bespoke* лекала под каждого клиента разрабатываются с нуля. Мы снимаем мерки (как правило, снимается более 30 мерок), учитывая малейшие нюансы телосложения. *Bespoke* предполагает только ручную работу. Все изделие собирается вручную, без использования клеевых технологий. Именно эту технику по праву можно назвать индивидуальным пошивом.

— Где вы покупаете ткани и фурнитуру?

— Все ткани, которые мы используем, на 100% натуральные. Мы закупаем их за рубежом. У нас есть английские, итальянские, французские, шотландские фирмы-поставщики, известные и зарекомендовавшие себя во всем мире. Кроме этого, например, у нас есть материалы, которые поставляются только по индивидуальному заказу, а это значит, что ни у кого больше вы таких тканей не найдете. У нашего клиента есть возможность выбрать из более чем 5 тыс. различных тканей.

Хочу подчеркнуть, что мы шьем не только костюмы, но и мужские сорочки, и верхнюю одежду. С недавнего времени стали шить ботинки «по ноге», по индивидуальным замерам ноги клиента.

— Насколько в последнее время изменилась себестоимость костюма, сшитого на заказ? И возможно ли как-то оптимизировать затраты, не теряя качества индивидуального пошива?

— Учитывая изменение курсов валют, мы замечаем, что покупатель стал более разборчив. Предпочитает сначала разобраться в деталях и качестве, потом выбрать вариант пошива костюма. Именно поэтому, наравне с *bespoke*, при пошиве костюма мы предлагаем нашим клиентам более экономную технику *made-to-measure*. Как я уже говорил, изначально мы сохраняем все размеры, лекала, детали подгонки, что в дальнейшем, при пошиве нового костюма, помогает снижать себестоимость работ.

Надо сказать, наши клиенты абсолютно четко понимают, за что они платят. Тем более что на костюмы, сшитые в нашем салоне, мы даем пожизненную гарантию. Мы обязуемся ремонтировать, подгонять, чистить и гладить костюм столько, сколько потребуется, и без лишних доплат. Каждые два-три месяца мы просим клиентов приносить свои костюмы к нам. При необходимости мы сами отдаем их в химчистку, если требуется, подгоняем по фигуре. И что немаловажно — гладим вещь строго по правилам. Поверьте, что при правильном уходе костюм будет очень долго радовать своего хозяина.

Лидия Горбурукова



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

LAUREL СЕГОДНЯ И ДВАДЦАТЬ ЛЕТ НАЗАД

Say My Name («Скажи мое имя») — так называется новая коллекция Laurel сезона «осень-зима 2016».

В этом сезоне бренд празднует двадцатилетний юбилей, и все эти годы стиль бренда создавала директор по дизайну Laurel Элизабет Швайгер. Возможность оглянуться назад и вспомнить свои первые творения вдохновила дизайнера при создании новой коллекции — в ней есть некие ассоциации с образами топ-моделей 1990-х годов, которые принимали участие в рекламных кампаниях бренда: Эмбер, Кристи, Диана, Стелла — иконы стиля и символы женственности.

Осенне-зимняя коллекция Laurel предлагает новый визуальный язык, выражающий концепцию «комфорт на каждый день». Длинные пальто, например, комбинируются с широкими брюками, а юбка-брюки «кюлоты» и широкие укороченные брюки дополняются удлиненными туниками до колена, жилетами и жакетами. Юбки отличаются асимметрией и разнообразием форм. Азиатские мотивы — в крое и отделке — придают новый облик широким платьям-кейпам.

Специально разработана и цветовая гамма. Оттенки красного освежают серо-белый, светло-серый, угольный, черный и бежевый цвет верблюжьей

шерсти в трикотажных моделях из джерси букле, двухстороннего джерси и легкого струящегося триацетата. Есть и одежда, сделанная из новых тканей — высококачественной искусственной замши, специально разработанной для Laurel, флиса, бархата и парчи. В качестве отделки нарядных платьев — кружево и гипюр, украшенный ручной вышивкой из бусинок, длинная шелковая бахрома и короткая из искусственной замши, тонкая ручная вышивка кристаллами, пайетками и перьями. В коллекции используются и принты — некий микс стилей 1990-х и 1970-х.

Элизабет Швайгер акцентирует внимание на платьях: в каждой коллекции она обязательно предлагает свою любимую модель — черное прямое платье.



«НОВЫЕ ЮВЕЛИРЫ» ВСЕМ ПОКАЖУТ

15–18 декабря в «Охта LAB» пройдет выставка современных дизайнерских украшений JeWeekend от сообщества «Новые ювелиры», объединяющего дизайнеров и производителей.

Будут представлены необычные украшения со всех уголков России — от выполненных в классических техниках до тех, что сделаны при помощи 3D-печати. Кроме того, во время JeWeekend можно будет узнать много нового о ювелирном дизайне, моде и современном искусстве. Гостей ждет лекторий от дизайнеров украшений, экспертов и искусствоведов. Среди спикеров ожидаются: Марго Рафаэлли (Margo Raffaelli) — блогер, частный консультант по составлению ювелирного гардероба; Линор Горалик — исследователь, работающий с темами идентичности и трансгрессии в по-

вседневном костюме, автор журнала «Теория моды»; Галина Габриель — известный петербургский искусствовед, специалист в сфере ювелирных украшений. Профессионалов ждут обсуждения на тему «Продвижение молодых марок украшений в СМИ» и формат печка-куча, где мастера будут рассказывать о себе и своих проектах за шесть минут.

Гости выставки смогут попробовать и себя в роли ювелиров, приняв участие в мастер-классах по изготовлению аксессуаров. Детская программа обещает мастер-классы по работе с 3D-ручкой, изучение самоцветов и огранки по сахарным кристаллам, а также песочницу с минералами, где маленькие посетители смогут познакомиться с образцами розового кварца, аметиста, халцедона и других минералов.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УЮТ

В арт-подвале во дворе кинотеатра «Аврора» обосновались два петербургских бренда — их создательниц объединяет любовь к старинным традициям, искусству и литературе.

Под люксовым брендом Razgulyaev Vlogonravova выпускаются домашние тапочки с оригинальным рисунком по мотивам шедевров мировой живописи. Материалы: мягкая кожа, лак, замша разных оттенков, в качестве отделки — аппликация, печать, тиснение. Много лет назад бабушка создательницы бренда Людмила Разгуляевой-Благонравовой подарила своему мужу пару сшитых собственными руками тапочек на годовщину свадьбы. Дарить тапочки стало семейным ритуалом, а в 2006 году, отучившись в Венеции и Лондоне, дизайнер Людмила Разгуляева-Благонравова превратила домашние тапочки в практичные произведения искусства.

Коллекции по мотивам произведений Казимира Малевича, Анри Матисса, Сальвадора Дали, Уильяма Морриса, Карла Фаберже создаются под слоганом Art that You Wear и шьются вручную на собственном производстве. Новое направление Razgulyaev Vlogonravova — коллекции дизайнерской уличной обуви и аксессуаров. Это слиперы, броги, клатчи и кошельки, украшенные сюжетами знаменитых полотен.

Обувь и аксессуары соседствуют с парфюмерией для дома нового петербургского бренда Element, созданного Евгенией Ковалевской. В коллекции Element есть, к примеру, свечи «Герой нашего времени» и «Я помню чудное мгновение». Это композиции сложные — соевый воск насыщен ароматическими маслами корицы, гвоздики, ванили, сандала, кедр, жасмина, туберозы... Стекланные флаконы отливаются вручную. Вручную прорисовывается, а затем наносится на них и рисунок, который закрепляется в печи в течение суток. Геометрические орнаменты в скандинавском духе, сюрреалистические ресницы, парящие в небесах, годичные кольца деревьев, всевидящее око — можно придумать и свой собственный сюжет.



Рисунок на тапочках — по мотивам произведений прерафаэлиты Уильяма Морриса

LABORATORY

галерея концептуальных ювелирных украшений

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ · УЛ. ЛЕНИНА, 8



РЕКЛАМА



WWW.LABORATORY.SPB.RU

+7 (812) 498-57-20

«СНОВА ТУДА, ГДЕ МОРЕ ОГНЕЙ»



ВЕНИИ ПАСЛЕНКО



Сцена из спектакля «Свадьба Кречинского», 1973 год

Зоя Виноградова, примадонна Санкт-Петербургского театра музыкальной комедии, принадлежит к той редкой плеяде наших актеров, которых знает не одно поколение зрителей. Она пришла в театр в 1949 году и служит в нем до сих пор. Ее первая роль в кино — задорная циркачка Мари Латуш из оперетты (тогда слово «мюзикл» было не в ходу) «Мистер Икс» 1958 года. После этого были десятки ролей в театре и кино, а еще — громадный песенный репертуар, ее голос узнавали все советские радиослушатели. Народная артистка РСФСР, лауреат высших театральных премий: «Золотой софит» — в номинации «За творческое долголетие и уникальный вклад в театральное искусство Санкт-Петербурга» и «Золотая маска» — в номинации «За выдающийся вклад в развитие театрального искусства», недавно получила еще одну высокую награду — орден Дружбы.

— Зоя Акимовна, это ведь не первая государственная награда — у вас уже есть орден Трудового Красного Знамени, орден Почета. Что она значит для вас?

— Да, орден не первый. Но такое торжественное награждение, как в этот раз, у меня было впервые. Церемония проходила в Смольном — вносили флаги России и Петербурга, играл оркестр, народу было очень много. И люди все замечательные — академики, учителя. Актеров, правда, было мало. Но обстановка — очень теплая. И губернатор почему-то выделил меня в своем приветственном слове, я даже разволновалась. Потом, когда вручал орден, тоже сказал добрые слова. А я — ему.

Сама же награда для меня — это еще одна веха в моей профессиональной жизни, которая неразрывно связана с моим родным театром. Я пришла в него 18-летней девочкой и служу до сих пор. Сколько прекрасных, талантливых людей было рядом со мной все это время — режиссеры, дирижеры, конечно, актеры. И самый дорогой партнер — муж, друг, мой Виталий Иванович (Виталий Копылов — советский и российский актер оперетты и кино, народный артист РСФСР. — R), который поддерживал меня всю жизнь. И сейчас, в не очень легкое для меня время, со мной мой театр: мои коллеги и удивительный человек — наш руководитель Юрий Алексеевич Шварцкопф. В конце прошлого года в театре отмечали мой юбилей. Все было так трогательно, торжественно, красиво! Я низко кланяюсь и благодарю всех, кто окружил меня таким теплом. А орден? Это радость, что заметили, наградили.

— Знаменитый фильм «Мистер Икс» режиссер Хмельницкий снял всего через два года после того, как поставил эту оперетту в Театре музыкальной комедии. Сценическая постановка сильно отличалась от того, что было в фильме?

— Конечно, в картине больше кинематографических приемов. На «Ленфильме» заново строили декорации — все как полагается. Были и постановочные отличия. В театре я не танцевала на барабане. Это придумал режиссер. Сказал, что Любовь Орлова танцевала на пушке, а я буду на барабане. Зато вошла сцена, где мы с Гликерией Богдановой-Чесноковой били тарелки. Сцена очень энергичная. Ведь Гликерия Васильевна была необыкновенно темпераментной актрисой. Ну и я, в общем, тоже. И мы с таким наслаждением лупили эти тарелки! Старались разбивать их не перед лицом, а так, немного сбоку. Но все равно однажды осколок тарелки отбил мне кусочек зуба. Можно сказать, повезло — могло бы и в глаз попасть. Мы с Гликерией Васильевной очень много играли вместе, особенно при Юлии Иосифовиче Хмельницком — «Поцелуй Чаниты», «Улыбнись, Света»... Сейчас все и не вспомнить.

— А существует пленка с записью спектакля?

— Нет. Раньше редко снимали спектакли. Уж какая у меня была дивная роль в «Моей прекрасной леди»! А ее сняли, как и другой спектакль — «Приключения Тома Сойера», мало того, что с одной камеры, которая стояла посередине зала, так еще и по периметру на стойках были расставлены микрофоны, которые оказались в кадре. Сейчас это разве можно посмотреть? Очень жаль, что такие работы, по сути, пропали. Хорошо, что у Хмельницкого появилась возможность снять фильм. Спектаклю, можно сказать, повезло.

— Каким вы запомнили Георга Отса?

— Георг Карлович был оперный певец и очень хороший драматический актер. Но самое главное — сколько в нем было благородства, такта. Он ведь владел пятью языками. И в жизни был совершенно чудесен. Никогда не подчеркивал свою, как сейчас говорят, звездность. Был очень деликатен. Помню, ему надо было лететь в Таллин, а в этот день шли съемки. И он уже опаздывал, но никого не торопил, не настаивал. И только в последний момент так робко сказал: «Ну, что, может быть, я уже поеду?»

— Вы смотрите фильмы-биографии, о том же Георге Отсе, например, или фильмы, где показывают советское время? Как на ваш взгляд, они хоть немного отражают действительность?

— Конечно, смотрю. И, знаете, меня там ничего не раздражает — ни детали, ни персонажи. Ничего. Может быть потому, что я с благодарностью вспоминаю прошлое. Хотя оно у меня и было очень трудным. Но трудным физически, а не морально. Меня окружали в основном светлые, добрые люди. Которые привыкли к нужде и поэтому умели радоваться каждой мелочи. Это же очень важно. Я сама до сих пор не научилась радоваться простым вещам. Мы с моим Виталием Ивановичем жили не бедно, но привыкли об-

ходиться тем, что есть. К особому богатству никогда не стремились. Да, мы застали очень трудные времена — войну, блокаду, да и после блокады было очень трудно, но воспоминания остались самые светлые.

— **Вы снимались в фильме Алексея Германа «Двадцать дней без войны». Как вы, человек, переживший войну, его восприняли? Герман же как раз хотел показать войну без прикрас.**

— Мне этот фильм нравится. Много похоже. И сам Герман мне запомнился. У меня была небольшая роль, но он со мной так много работал, как будто я главная героиня. Обещал, что если будет снимать игровой фильм, то позовет меня. Но не позвал.

И все-таки фильм — это художественный взгляд режиссера. В моем эпизоде показано, как в эвакуации снимают кино. Герои спорят — должно ли в кино быть все, как в жизни, или можно что-то менять, преувеличивать. Да, на самом деле война страшна, а фильмы о ней... немножечко приукрашенные. Вот «В шесть часов вечера после войны» — веришь, что это война. Но все сделано так, что фильм не оставляет страшного ощущения.

— **В одном из интервью вы называете себя Золушкой, потому что пришли в театр из самодеятельности, став в итоге народной артисткой. Существует несколько разных историй о том, как вы оказались в Театре музыкальной комедии. Как это случилось на самом деле?**

— Да, я с детства играла в самодеятельности. А потом война. Блокада. Голод. Папа умер в стационаре завода им. Сталина (сегодня — Металлический завод. — R). За ним братик. Потом нас через Ладожское озеро вывезли на Кубань. Дорога страшная. Бомбежки. Ехали целый месяц. Потом оккупация в станции Новолабинской, снова переезд... В станции Темиргоевской при дворце культуры был самодеятельный театр, который и стал моей школой. Мы вернулись из эвакуации в августе 1945-го. После школы я решила осуществить свою мечту — стать артисткой. Узнав про студию при БДТ, в которую, как мне сказали, идет набор, я пришла на Фонтанку. В дверях в театр стоял важный швейцар. С бородой. «Иди домой, девочка, — сказал он мне (а я действительно выглядела лет на двенадцать). — Набор окончен». И так на меня посмотрел, что я повернулась и ушла.

Не знаю почему, но я поступила в архитектурный техникум. Нарисовала и начертила все, что требовалось, прошла по конкурсу и — опять самодеятельность. Конечно, я сбежала со второго курса — не мое это. Поступила чертежницей-копировщицей в конструкторский отдел завода «Знамя труда», где работала моя мама. Вот там была прекрасная самодеятельность! Руководили кружками режиссер Наум Лившиц и Галина Юрьевна Каугер — она была главным концертмейстером в Театре музыкальной комедии. Она-то и привела меня в театр. Меня прослушивали главный режиссер Григорий Полячек и главный дирижер Михаил Воловац. «Что вы покажете?» — спрашивают. Отвечаю: «Дуэт Микки и Пепиты из „Вольного ветра“». Они: «Мы не можем дать вам партнера. Сейчас все на репетиции». «А я все спою одна», — говорю. Спела и станцевала за двоих. Меня решили показать худсовету и, наконец, взяли в труппу. Вот с тех пор я работаю в этом театре.

— **Вы тогда волновались? Ведь решалась ваша судьба.**

— Наверное. Но когда ты молодой, ты отважный. Страх не было. Наоборот, это сейчас он есть. И с каждым годом сверхответственности только прибавляется.

— **Кроме Театра музыкальной комедии, вы еще много пели на эстраде. Но сейчас эти записи разрознены. Может быть, их можно собрать и выпустить диск?**

— Да, столько было перепето! На радио, телевидении, на концертах. Многие композиторы специально для нас писали песни: например, Владимир Дмитриев, Александр Владимиров, Александр Морозов. С Виталием Ивановичем мы выступали на первом ленинградском «Огоньке», который транслировали на весь Союз. Он снимался на берегу Петропавловской крепости. Я была ведущей и исполняла песню «На кургане» Андрея Петрова — была первой ее исполнительницей. А ребята — Володя Матусов, Виталий и Василий Павлович Соловьев-Седой подъезжали на катере — и пели песню о Ленинграде. Это было так красиво!

Конечно, хочется, чтобы остались не только воспоминания, но и записи песен. Чтобы их можно было слушать спустя столько лет.

Елена Некрасова



Зоя Виноградова и Георг Отс (в центре) на съемках фильма «Мистер Икс»



Магнолия в спектакле «Цветок Миссисипи», 1963 год

У CARITA НОВЫЙ ДОМ

В гранд-отеле «Европа» открылся дом красоты Carita. Проект создан парижским архитектурным бюро Malherbe Design. Интерьер выдержан в глубоком бархатистом сером цвете с вкраплениями белоснежного лака и благородного старого золота. В доме красоты также работает тренажерный зал и зона спа с саунами из канадского кедра, проходят групповые занятия йогой.

Проект открыт при поддержке концерна L'Oréal — нынешнего владельца марки Carita, не так давно приобретенной концерном у японского холдинга Shiseido. Дом красоты в гранд-отеле стал третьим салоном этой марки в Петербурге и первым открывшимся после приобретения бренда концерном L'Oréal. Петербургские салоны имеют впечатляющий список клиентов еще с конца 1990-х годов — представителей бизнес-элиты города. Первыми гостями дома красоты, перерезавшими красную ленточку, стали Алевтина Фуррьер, супруга генерального консула Франции в Санкт-Петербурге, Филипп Шпачек, генеральный директор профессионального подразделения L'Oréal Professionnel в России, и Шефке Янсен — генеральный менеджер Belmond Grand Hotel Europe.



ЕВГЕНИЙ ПЯВЛЕНКО

КОНЦЕРТЫ ОТ ЛЬВА НИКОЛАЕВИЧА

Новоорлеанский джаз, блюз, народная музыка Испании, шедевры мировой классики, советские песни, этника... Тем, кто умеет ходить, раздают маракасы, погремушки и бубенчики. Другие сидят на руках пап и мам, ползают по залу и танцуют как умеют. Музыкантов ничто не смущает — у некоторых отрешенно-блаженный вид: такая публика им явно нравится. Елена Дубровина, создатель проекта «Лев Николаевич», знает, куда податься семьям с маленькими детьми.

— Непривычное название. И почему именно «Лев Николаевич», а не, к примеру, «Иван Васильевич» или «Семен Семенович»?

— Совершенно не потому, что лев может быть нашим «семейным» тотемным животным. Нет, символ проекта — это интеллигентный лев в галстук-бабочке. Само имя, согласитесь, близко как взрослым, так и детям. Для первых — это может быть Лев Николаевич Толстой, явление в русской культуре, а для малышей — «Король-лев», а может быть, львенок из советских мультфильмов. И потом, это благородный зверь, изображений которого много в нашем городе, и он, наверное, еще один символ Петербурга. Ведь сам город и влияет на нас, и воспитывает.

— А как вообще появилась идея камерных концертов для родителей и детей?

— Все было прозаично — ни озарений, ни открытий. Несколько лет назад я родила сына и внезапно обнаружила, что в городе практически некуда выйти семьей с грудным младенцем. Да и что можно показать такому крохе, чтобы ему и интересно было, и чтобы его развивало? А музыку даже младенцы любят, и, как я убедилась на собственном опыте, им совершенно необязательно включать только саундтреки к мультфильмам. Дети хорошо воспринимают разные направления. Но не пойдешь же с малышом в филармонию или на клубный концерт. Вот тогда я и задумалась: как объединить все свои желания — и развитие ребенка, и его общение с родителями и сверстниками, и музыку, и чтобы при этом чувствовать себя комфортно. Так в общем-то и родилась эта идея.

А после первого концерта я «зажглась» и твердо поверила: этот проект нужен не только мне, но и другим родителям, и даже обществу.

— Знаю, что у вас двое детей — трехлетний Ярослав и месячный Платон. Наверное, вы берете их с собой. Нравятся ли им концерты?

— На сегодня наша связь с Платоном неразрывна: если я администрирую концерт сама, то он обязательно со мной — ни с бабушками, ни с нянями сына не оставляю, пока Платон только слушает. А Ярослав, который бывает на мероприятиях уже более полутора лет, знает кухню проекта изнутри, разбирается во многих инструментах. Ему, как и многим другим детям, очень нравятся барабаны — все стучит, гремит; это просто наш хит, еще Ярослав неравнодушен к скрипке и клавишным. Пока трудно сказать, какому музыкальному направлению или жанру сын отдает предпочтение, но ему точно нравится бодрая динамичная музыка. Одна из «фишек» концер-

тов — раздача малышам маракасов, погремушек и бубенчиков, они моментально подхватывают ритм, включаются в концерт.

— А как аудитория подбирается?

— Исключительно в соцсетях. «Сарафанное» радио помогло. Родители во время концерта делают фотографии, снимают видео и тут же выкладывают, моментальная трансляция, а сейчас этот процесс пошел еще активнее. Многие родители, побывав у нас раз-другой, становятся завсегдатаями, и они рассказывают о концертах своим друзьям и знакомым. Личные рекомендации прекрасно работают.

— Я был на вашем концерте: электроарфа и перкуссия — неожиданный выбор для маленьких детей, но им, похоже, понравилось. Танцевали, маракасами трясли и, как заправские рок-звезды, бросались на колени и пытались катиться по полу.

— Я ставлю себе задачу — удивлять, показывать разные жанры и направления. В нашей афише на месяц могут соседствовать архаичный новоорлеанский джаз, блюз, народная музыка, мировая классика, музыка Индии...

— У вас все-таки специфическая публика. Нет проблем с поиском площадки для концертов и музыкантов?

— О да, площадки сложно подобрать, нам необходимо комфортное камерное помещение, где бы дети могли себя чувствовать свободно, требуются специальные условия для потребностей малышей, интересное архитектурное и дизайнерское решение. Нелегкий поиск.

Выбор музыкантов — это, наверное, вторая по значимости составляющая. Из 60 заявок-откликов в соцсетях может не подойти никто. И не потому что плохие музыканты, просто запросы у проекта другие. Нам требуется качественная музыка и одновременно умение исполнителя взаимодействовать с детьми. Дети ведь могут захотеть потрогать инструмент или во время номера, например, забраться на сцену к музыкантам.

— Я понимаю, что за внешней стороной проекта скрывается огромная работа, но вы не производите впечатления жесткой бизнес-леди...

— Мне помогают качества и навыки, доставшиеся от прежней работы. Представьте себе: начало нулевых, Ростов-на-Дону. Гостиничный номер, и в нем я, 19-летняя девчонка — приехала открывать свой первый логистический центр для наших партнеров из Danone. Без знания города нужно выбрать подходящий район, быстро собрать команду, которая будет заниматься проектом, подобрать руководителя центра с авторитетом и связями в регионе. И при этом не выйти за рамки бюджета и уложиться в отведенные сроки. Потом были логистические центры для Pepsi, Coca-Cola, торговой сети «Эльдорадо», я шесть лет этим делом занималась.

Такая работа требует ответственности, умения принимать решения и оперативно реагировать на различные вызовы, нужны коммуникабельность, рисковость... и еще, наверное, уверенность и настойчивость.

Дмитрий Маракулин



ФЛОРЕНЦИЯ: ГОРОДУ И МИРУ

Объекты Яна
Фабра на фоне
панорамы
Флоренции



Как по-новому привлечь туристов Власти Флоренции приняли комплексную программу изменения имиджа города и уже начали активно претворять ее в жизнь. Этот опыт может быть интересен и Петербургу: Северная столица в этом году принимает рекордное число туристов и по прогнозам поток будет увеличиваться. А значит, проблемы, которые уже давно испытывают так называемые art cities, или города-музеи, возникнут и у нас.

Узкие улочки Флоренции привычно запружены толпами туристов — в основном это группы, прибывшие в город на один день, чтобы по короткой программе пробежаться по главным достопримечательностям и вечером уехать. Для города это одни из самых невыгодных визитеров. Они не останавливаются в отелях, не ужинают, днем перекусывают в сетевых заведениях быстрого питания, а не в традиционных остериях и trattoriaх, из-за них образуются гигантские очереди и столпотворение в музеях, они покупают самые простые сувениры, фабричную штамповку, а не изделия флорентийских ремесленников. А главное — гость, посетивший Флоренцию по такой программе, может не захотеть приехать в город еще раз, потому что это было утомительно и невразумительно.

Стремительно раскручивающийся последние двадцать лет маховик массовой туристической индустрии поставил города-музеи, чей главный актив — великое прошлое, в трудную ситуацию. С одной стороны, этот товар все так же прекрасно продается, с другой стороны падает число качественных туристов. Пропускная способность не только музеев, но, как в случае с Флоренцией, уже и улиц в историческом центре города находится на пределе. Местные жители жалуются, что им не пройти по городу, не купить элементарных продуктов и, как это ни парадоксально, не заработать на приезжих. Растиражированный в тысячах путеводителях, на сотнях тысячах сайтов образ города — сокровищницы шедевров эпохи Возрождения, вынуждает Флоренцию придерживаться этого имиджа, потому что индустрия продает Давида, Нептуна, «Рождение Венеры» и купол Брунеллески двум с половиной миллионам иностранцев в год (данные за 2015 год). При этом шедевры Флоренции — мировое достояние, но деньги на их содержание вынуждены добывать городские власти.

Нужны новые формы Новый мэр Флоренции Дарио Нарделла намерен превратить Флоренцию в smart city — умный город, дружелюбный к приезжим и удобный для местных жителей. Началась работа по привлечению так называемого качественного туриста. Под этим термином подразумеваются те, кто остается в городе более трех дней и приезжает сюда неоднократно. Чтобы заинтересовать таких гостей, нужны обновления и в музеях, и в городе. Для начала власти повысили налог для однодневных автобусных туров и начали реконструкцию Ольтратарно, района на левом берегу реки Арно, с целью создания еще одного туристического района. Здесь традиционно расположены мастерские ремесленников, но главная достопримечательность района — площадь Микеланджело, с которой открывается считающийся самым красивым в Италии вид на Флоренцию и окружающие ее холмы. И, конечно, странно, что до последнего времени на площади находилась парковка.

Но главное, что теперь в городе Леонардо да Винчи, Боттичелли, Микеланджело и фра Беато Анджелико практически непосредственно рядом с их великими шедеврами экспонируется современное искусство. Это отдельное направление в политике городских властей, стремящихся к тому, чтобы наследие города вступило в диалог с современностью. Только что завершился масштабный проект Яна Фабра, чьи объекты разместились на площади Синьории, прямо рядом с фонтаном «Нептун» и статуей Давида (как известно, нынче это копия), в крепости Бельведер и в Палаццо Веккьо (22 октября его выставка «Ян Фабр: рыцарь отчаяния — воин красоты» открылась в Эрмитаже). Событие это привлекло огромное внимание прессы и публики:

удивлялись, восхищались, недоумевали, смеялись над маленьким человеком верхом на гигантской черепахе — скульптурой «В поисках утопии» на площади Синьории, наиболее растиражированной в социальных сетях. Но, конечно, и усматривали глубинные смыслы, проводили параллели между рыцарями искусства эпохи Возрождения и воинами красоты Фабра, вставшими на защиту Флоренции.

Коммуникатор Яна Фабра сменил китайский художник, архитектор, критик, куратор, и персон номер один в художественном мире, по версии журнала Art Rewue, Ай Вейвей. Самая масштабная в мире экспозиция его работ открылась в Палаццо Строцци. То есть можно сказать, что философ, чьи работы, а также их взаимодействие с городом, можно трактовать по-разному, сменил коммуникатор, который обращается напрямую к зрителю с четким посланием. И так как Ай Вейвей, как правило, волнуют самые болезненные точки на теле общества, то про него часто говорят, что боль — это его бренд, и для того чтобы рассказать об этой боли, он часто избирает шокирующие способы. И надо отдать должное городу и Фонду Палаццо Строцци, которые посчитали, что так тоже можно. Можно превратить Палаццо Строцци в инсталляцию, посвященную проблемам мигрантов, закрыв проемы окон резиновыми надувными лодками. Можно выкрасить стены залов Палаццо в совсем несвойственный для этого здания белый цвет, специально для инсталляций Ай Вейвей. Можно разместить на городских автобусах кричащую, своим ярко-розовым цветом диссонирующую с окружающим антуражем, рекламу выставки. Можно в цитадели нового гедонизма — на Центральном рынке, превращенном в огромный гастрономический фуд-корт, устроить фотовыставку из цикла «Изучение перспективы Ай Вейвей изучает при помощи непристойного жеста рукой». Критики спорят, настолько ли действительны приемы художника, цепляют ли зрителя его болевые приемы, но его присутствие во Флоренции видит весь мир, и, безусловно, такие акции способствуют возвращению города в глобальную повестку дня. Так что, если смотреть на это событие с точки зрения города, то Ай Вейвей прямо сейчас осуществляет коммуникацию города с миром.

Личным примером Когда-то благородные обитатели Флоренции селились в башнях и весьма неохотно их покидали, предпочитая посещать дружественные дома по мостикам, перекинутым на уровне третьего или четвертого этажа. Сейчас власти призывают известных жителей Флоренции спуститься из своих, фигурально выражаясь, башен, и начать общаться с людьми, как раз для того, чтобы привлечь в город стоящих ценителей, готовых к тому же тратить здесь деньги. В программе Firenze Yes Please, инициированной представителями пятизвездочных отелей города, участвуют известные артисты, такие как тенор Андреа Бочелли, а также винодел Пьеро Антинори, главы больших компаний и представители известных флорентийских семей, например семьи Гонди, чей дворец находится непосредственно напротив Палаццо Веккьо, цитадели Медичи. Firenze Yes Please не требует вложений со стороны города, однако заметим, что при этом здесь действует другая программа — Art Bonus, предполагающая преференции и налоговые послабления для тех, кто вкладывает в сохранение наследия Флоренции и в проекты, связанные с современным искусством.

Пока лучшие люди Флоренции идут «в народ», гиды советуют взыскательным туристам любоваться городом сверху. И здесь можно дать практический совет: не стоять в очереди, чтобы забраться на купол Дуомо, а зайти в Палаццо Веккьо — там вполне свободно и интерьеры поистине великолепны. Одолев же 230 ступеней башни дворца, вы будете вознаграждены великолепным видом на весь город, в том числе и на купол Брунеллески.

Наталья Сиверина

ГОСТЕЙ НАДО УДИВЛЯТЬ



ВЕРНИЙ ТАБЛЕТКО

Среди критериев успеха в верхнем сегменте гостиничного бизнеса сегодня на первый план выходит эмоциональная составляющая сервиса: то, насколько сотрудники готовы общаться с гостями. Что еще привлекает туристов, знает управляющий гранд-отеля «Европа» Юлия Пашковская.

— Насколько насыщен и конкурентен гостиничный рынок Санкт-Петербурга, по вашему мнению?

— Количество отелей на квадратный километр у нас ничтожно мало по сравнению с европейскими городами. Однако в высокой конкуренции есть свои минусы. Скажем, в Праге, где отели буквально на каждом шагу, такая мощная концентрация сыграла не на руку гостиничному бизнесу: цены снизились, гостиницы перестали быть рентабельными, многим пришлось закрыться.

В Петербурге в этом плане пока все в порядке. Нам хватает духа конкурентной борьбы, и каждый отель занимает определенную нишу на рынке. При этом новые гостиницы, особенно если они представляют уважаемый бренд, — это всегда большой комплимент городу. Это новая волна гостей, охват еще большего спектра международного рынка. Для города это большой плюс. Конкуренция нужна, чтобы шагать в ногу со временем, быть в авангарде всех трендов.

— Гранд-отель «Европа» занимает особое место, накладывает ли это особые обязательства?

— Конечно. Мы — первый пятизвездочный отель в России. Отель существует с 1875 года, тогда номера сдавались по 30 рублей серебром, отель предлагал «умеренные цены на еду и возможность принять ванну в любое время суток». Это был, как сказал Достоевский, «сплошной американизм». Наши гости ощущают этот исторический дух. Вообще, в жизни каждого петербуржца гранд-отель «Европа» занимает особое и очень дорогое место. У нас много поколений гостей, которые говорят: «У меня папа с мамой тут свадьбу играли» или «А меня еще ребенком сюда водили дед с бабушкой». Эти семейные традиции живут, и мы, конечно, несем определенную ответственность за то, чтобы нынешнее поколение тоже с удовольствием передавало свои впечатления о визитах в гранд-отель своим детям и внукам.

— Отражается ли долгая история отеля на его развитии?

— Здание является охраняемым памятником архитектуры, и любые изменения необходимо согласовывать с КГИОП. Мне самой интересно открывать для себя что-то новое, когда проводятся архитектурно-исторические экспертизы. Сейчас, например, идет реконструкция легендарного балльного зала «Крыша», где очень давно не реставрировались барельефы. И я жду не дожусь, когда они обретут первоначальный вид.

— Не мешают ли ограничения модернизации? Как удается сохранять исторические интерьеры и атмосферу, при этом обеспечивая современный комфорт?

— В наш век современных технологий всегда можно найти разумные инженерные решения, которые не навредят историческим интерьерам. Так, в зале «Крыша» мы не можем вешать проектор ни на стены, ни на потолок, как это принято во многих современных конференц-залах. Но у нас есть альтернативные решения, которые не снижают качества мероприятий, и при этом сохраняют исторические стены.

— Куда дальше планируете развиваться?

— В следующем году приступим к модернизации базового фонда: установим более современное оборудование, сделаем косметику. У нас 18 катего-

рий номеров — это очень много. Как только заканчивается реконструкция или обновление одной категории, можно тут же приступить к работе над следующей. Пару лет назад мы обновили люксы, представили авангардные номера, уникальные по своему дизайну. Но наиболее востребован, конечно, базовый фонд, это около сотни стандартных номеров. Он и изнашивается быстрее. Пришло время обратить внимание и на него.

— Каковы критерии успеха в индустрии гостеприимства?

— Я всегда говорю, что мы работаем не в космическом ракетостроении: гостиничный бизнес очень прост. Основная задача любого отеля, если упрощать до минимума, — это предоставить гостям ночлег и еду. И стол, и дом. Многие называют отель «home away from home», но я против: не хочу приехать в пятизвездочный отель и увидеть все то, что вижу у себя дома. Независимо от того, туристическая это поездка или бизнес-командировка, люди хотят в отеле быть чем-то приятно удивлены.

В компьютерной сфере есть термин hardware — «железо», и это железо у всех одинаковое. По большому счету, в сегменте четырех-пятизвездочных отелей материальная составляющая у всех одинаковая. У всех есть комнаты, кровати, раковины, души, телевизоры, телефоны, халаты, тапочки, рестораны, где подают еду... Мы даже покупаемся у одних и тех же поставщиков. Мы можем влиять только на нематериальную составляющую — то, что называется «сервис» и состоит прежде всего из правильного отношения к людям и четкого свода инструкций.

— Чем лучше вышколить персонал, тем больше шансов?

— Вышколить персонал недостаточно, нужно любить людей. Сотрудник может быть идеален с точки зрения следования стандартам, но без эмоциональной составляющей успеха не достичь. Этот новый критерий оценки качества гостиничного бизнеса, о котором раньше отельеры говорили только между собой, сегодня официально принят современными отелями, которые хотят быть конкурентными и предоставлять привлекательный сервис. Выигрывает тот, у кого эта нематериальная составляющая ценнее для гостя.

— А чего вообще хочет гость?

— Наверное, все гости хотят одного и того же — чтобы им было комфортно. Это простые правила: чтобы горячая вода была горячей, а холодная — холодной, чтобы свет включался там и тогда, где и когда это необходимо, чтобы кровать была удобной. Комфорт создают мелочи: чехлы для костюмов, вставки в обувь, комплименты в ресторане.

Кроме того, несмотря на статус памятника архитектуры, мы должны следить и за современными технологиями. Если раньше строители не особенно задумывались о расположении розеток, привязывали их к расположению осветительных приборов, то сегодняшним гостям розетки нужны совсем для других целей. Розетка нужна для зарядки телефона, а еще лучше, если есть USB-разъем. Мы хотим показать своим гостям, что идем в ногу со временем: у нас есть меню на iPad, естественно, Wi-Fi...

— Культура и благотворительность — тоже часть нематериальной составляющей?

— Будучи значительным игроком рынка, нельзя не поддерживать такие проекты. Мы давно вышли за рамки просто отеля, который предоставляет кров и пищу, стали, можно сказать, культурным центром. Я не представляю фестиваль «Площадь Искусств» без гранд-отеля «Европа». У нас даже здания зеркальные с Филармонией.

Мы с удовольствием поддерживаем театры, дружим с Михайловским, с Александринкой. И, конечно, особое место занимают благотворительные проекты. Мы помогаем «Детской деревне SOS» в Пушкине, недавно посетили аналогичную в Пскове. Причем подарки покупали на личные деньги. Когда начинаешь дарить, понимаешь, что это приятнее, чем получать подарки.

— В отель приезжают иностранцы и жители разных регионов России, его посещают москвичи и петербуржцы. Отличаются ли их предпочтения?

— Одно время бытовало мнение, что русская публика более придирчива. Не могу с ним согласиться. Доля российских туристов во всех гостиницах сейчас наиболее велика: около трети от общего количества гостей в отеле. Но у людей, которые могут себе позволить пять звезд, примерно одинаковые ожидания и предпочтения.

— А вы лично, бывая в других отелях, отмечаете как профессионал их достоинства и недостатки?

— Я умею абстрагироваться. Единственная привычка, выработанная десятилетиями, от которой никак не могу уйти, — всегда здороваться со всеми гостями в коридоре. Иногда бывают ситуации, когда включается профессионал, но я стараюсь дать себе установку: «Я отдыхаю, я — гость».

— Какой характер у гранд-отеля «Европа»?

— Нордический. И очень стойкий. Иногда в минуты стресса мне очень помогает мысль о том, что этот отель без нас простоял 140 лет, простоит еще столько же и больше. А мы в нем — малюсенькие песчинки, и все наши проблемы не стоят никаких волнений.

«МЕТРОПОЛЬ» УСТРАИВАЕТ SHOW KITCHEN

Вместе с обновлением основного меню ресторан «Метрополь» открывает новый раздел под названием **show kitchen**. Это настоящий кулинарный спектакль, когда шеф-повар Алексей Баринов готовит некоторые блюда на глазах у зрителей.

В ресторане полагают, что стать свидетелем таинства, когда из разных продуктов создаются гастрономические произведения, — большая удача для гостя. В числе специально разработанных для такого действия блюд — блинчики креп-сьюзетт.

К столу гостя, заказавшего блинчики, шеф собственноручно подвозит специальную тележку в винтажном стиле — вместе с плиткой, сковородой и всеми необходимыми аксессуарами и ингредиентами. На раскаленную сковороду он наливает апельсиновый сок, затем добавляет немного сахара, сливочное масло — и на глазах у публики сок превращается в густой соус. Затем на сковороду выкладываются готовые блинчики, добавляется цедра, и наступает кульминация: немного ликера — и вспыхивает яркое голубое пламя. Кстати, по легенде, фламбировать блинчики впервые стали для актрисы Сюзетт Рейхенберг в 1920-х годах — шеф-повар одного из французского ресторана хотел, чтобы после выступления актриса ела их горячими. С тех пор это блюдо — классика французской кухни и хит в ресторанах Европы.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Алмаз Искаков
и Антонио Фреза

ШЕФСКИЙ УЖИН В СЕРЕДИНЕ НЕДЕЛИ

повара с едой: режут мясо, выкладывают на тарелки нежное картофельное пюре, похожее на густые сливки, помещают шарики тартара из ягнатины в подложку из зелени, украшают блюдо и, склонившись над ним, медленно и как-то торжественно наливают соус... А еще отвечают на вопросы, шутят, сами подают блюда и меняют тарелки, что-то рассказывают, подливают вино, заранее выбранное сомелье Андреем Мусихиным. Гости сидят спиной к залу и лицом к пространству, где все и происходит, так что создается особая атмосфера вовлеченности в происходящее.

Идея этих камерных ужинов заключается в том, чтобы дать возможность гостям попробовать довольно смелые, новые и интересные сочетания в специальном меню, состоящем из классического сета: три комплимента (амисбуш), две либо горячих, либо холодных закуски, два основных блюда и два десерта. На сегодняшний день подготовлено два базовых сета — мясной и рыбный.



BORIS SHKODOLSKIY

С конца октября шеф-повара ресторана **Яготе Антонио Фреза и Алмаз Искаков устраивают специальный Chef's Table по средам или четвергам.**

Этот ужин готовится по особому меню и сервируется для шестерых гостей за барной стойкой. В основном меню таких позиций нет, но что самое главное — все готовится на глазах у гостей и в процессе общения с поварами. Надо сказать, что это особый опыт и удовольствие, видеть, как работают

«ДИКМАН'S DELI» У БОТАНИЧЕСКОГО САДА

Кухня нового заведения позиционируется как **американо-еврейская**. Владелец закусочной и генеральный директор ООО «ПирГорой» Дмитрий Дикман вдохновлялся американо-еврейским заведением и гастрономом Каца (Katz's Delicatessen) в Нью-Йорке. Петербургский проект от идеи до реализации занял год. Объем инвестиций в запуск ресторана составил 7 млн рублей, планируемая окупаемость — два года.

В меню сделан акцент на мясных продуктах. Сэндвичи с пастромами готовятся из всех видов мяса: говядины, курицы, свинины, индейки, утки. Делают здесь и бургеры, натуральные сосиски, блюда на гриле. Все мясные деликатесы и хлеб производятся компанией в собственном цехе. Шеф-повар ресторана Александр Переверзев имеет более чем десятилетний опыт работы в петербургских ресторанах («Акварель», «Матросская тишина» Игоря Мельцера, «Гольфстрим» — под руководством Сержа Фери, Dolce Amaro).

Интерьер создан дизайнерским бюро Davydov Design (Italy Botega, Birga Bar, Bolshoy Bar, Goose Goose). В отделке помещения (220 кв. м), оформленного в лофтовой стилистике, использованы металл, натуральное дерево, керамическая плитка, «индустриальные» детали, элементы ар-деко.

По словам Дмитрия Дикмана, у компании есть планы по развитию собственных ресторанных проектов. «ПирГорой» также владеет в Петербурге рестораном русской кухни «Ять» и заведением «Хельсинкибар».





HARRY WINSTON



Harry Winston Midnight
Date Moon Phase Automatic 42 mm*



TOURBILLON
BOUTIQUE

МОСКВА ул. Петровка, 15/13 · Тел.: +7 495 933 28 58
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ул. Б. Конюшенная, 13 · Тел.: +7 812 314 44 42
www.tourbillon.com

HARRYWINSTON.COM

* Harry Winston Полночь Дата и фаза луны, с автоподзадом, 42 мм