

25 ДЕКАБРЯ 2019

стиль
best of the best

ИТОГИ
2019
выбор редакторов

МОДА: шанс на спасение
ЧАСЫ: постоянные и переменные
УКРАШЕНИЯ: караты ответственности

АРТ: география красоты
ИНТЕРЬЕРЫ: курс на сближение
ИНИЦИАТИВЫ: меняющие мир

Коммерсантъ *Стиль*

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №69

BEAUTY: избыточность и умеренность
KIDS: все по-взрослому



«КРАСОТА КРОЕТСЯ В ДЕТАЛЯХ ГРАНДИОЗНЫХ
КОНСТРУКЦИЙ И В ИЗЯЩЕСТВЕ».

ОРА ИТО,
СОЗДАТЕЛЬ ФОРМ, В ЧАСАХ
VACHERON CONSTANTIN PATRIMONY.



Реклама




VACHERON CONSTANTIN | ОДИН
GENÈVE | ИЗ НЕМНОГИХ.





DIOR

A close-up portrait of actor Simon Baker sitting in the driver's seat of a car. He is looking towards the camera with a slight smile. He has short, wavy brown hair and a light beard. He is wearing a dark grey suit jacket over a light-colored shirt. His left hand is resting on the steering wheel, and a silver Longines wristwatch with a white dial and metal bracelet is visible on his left wrist. The background is blurred, showing the interior of the car and some light coming through the windows.

Elegance is an attitude*

Simon Baker
Саймон Бейкер

Бутики Longines • Москва

ТД «ГУМ», Красная площадь, д. 3, тел.: +7 (495) 620 33 46

Ул. Петровка, д. 17, тел.: +7 (495) 628 15 48

LONGINES®



Conquest V.H.P.

Реклама. Официальный дистрибьютор ООО «Свотч Груп (РУС)».

* Элегантность как стиль жизни.

Мода

| 10 Будут
перекраивать
Натела Поцхверия

Часы

| 20 Переводя стрелки
Алексей Тарханов

Украшения

| 26 Золотые слова
Екатерина Зиборова

Арт

| 28 Искусство
перемещений
Александр Щуренков,
Анна Минакова

Интерьеры

| 30 Галерея вместо
шоурума
Елена Кананькина

Инициативы

| 32 Добавленная
стоимость
Анна Минакова,
Александр Щуренков

Beauty

| 34 Звездные курсы
Ирина Кириенко

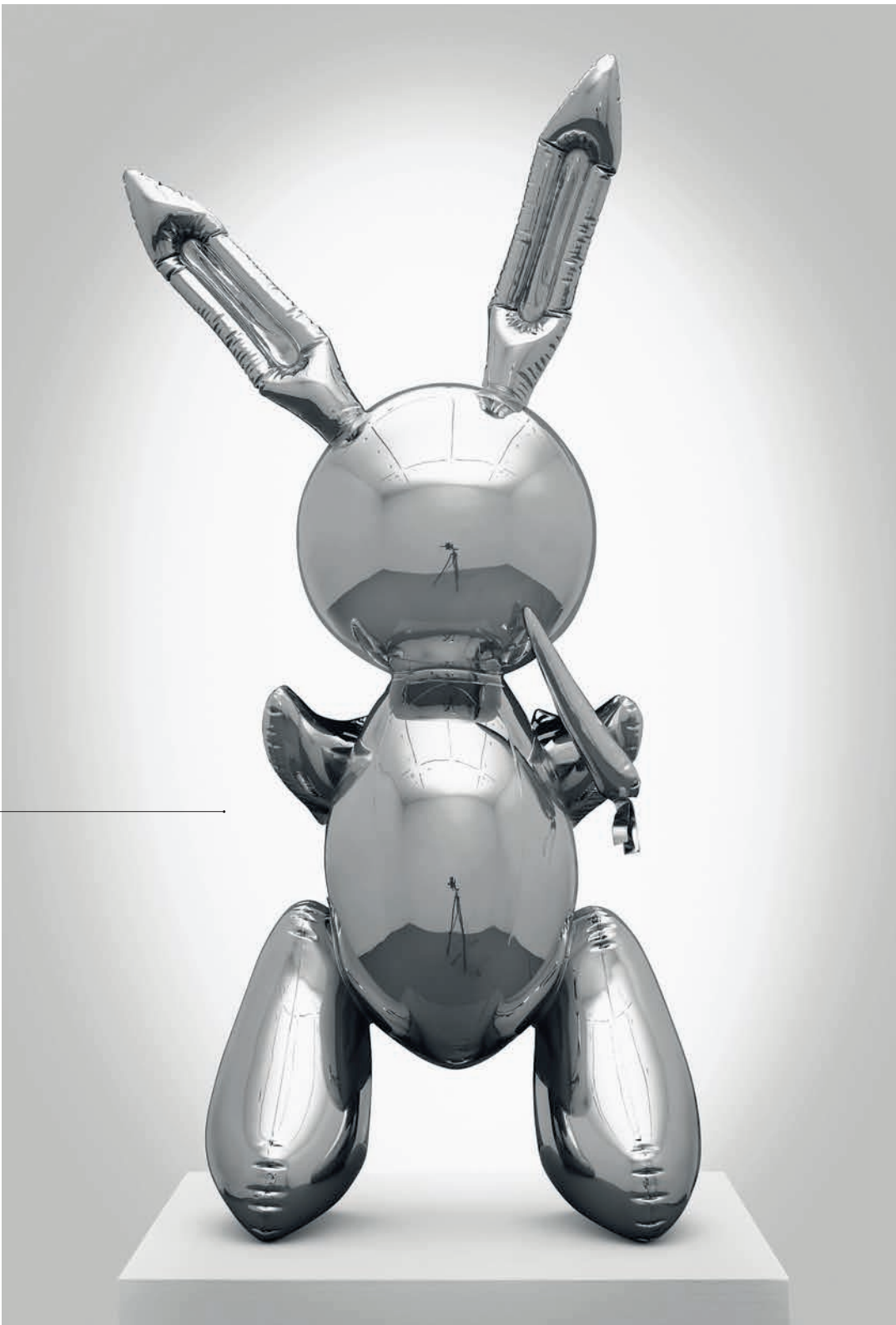
Travel

| 36 Внутреннее дело
Любовь Неверовская

Kids

| 38 Без возрастных
ограничений
Кристина Бас Гарсиа

28
СТР.



РЕДКО ТАБЛЕТНО CHRISTIE'S



TIFFANY & Co.

Tiffany T

БУДУТ ПЕРЕКРАИВАТЬ

Прежде чем подводить итоги-2019, интересно посмотреть, как индустрия в целом изменилась и чем вообще живут люксовые дома. А живут они, прямо скажем, непросто. «Хоронили индустрию, порвали три баяна» — иначе описать отчет о тенденциях развития модного бизнеса, который в конце ноября опубликовал влиятельный сайт Business of Fashion, сложно. Отчет составили совместно с консалтинговой фирмой McKinsey & Company, и он скорее напоминал некролог индустрии, чем серьезный анализ проблем: «настроения тревожные» (прямая цитата из отчета), рост индустрии прогнозируется на скромные 3–4%, китайский рынок, который так активно возделывали люксовые бренды и на который возлагали столь серьезные надежды, сдувается из-за политической нестабильности и перенасыщения товарами. Но есть и хорошие новости.

Суперпобедители и новые приемы

По версии McKinsey & Company, фокус с Китая нужно переместить на другие страны Азиатского и Дальневосточного регионов. Например, большой скрытый потенциал у Индонезии, у Индии. Также необоснованно игнорируются Бразилия и Нигерия, одни из самых населенных государств мира, где сейчас не без проблем, но зарождается тот самый средний класс. Важно вернуть внимание к России и Ближнему Востоку. Кстати, многие бренды это и без McKinsey & Company понимали — например, часовая мануфактура Hublot представила модель часов из семьи Sang Bleu эксклюзивно для России; Zenith также сделали красные часы для российского рынка. Кристиан Лубутен решил неожиданно профинансировать реставрацию костюмов Большого театра.

Возвращаясь к отчету. По собранным данным, есть еще передовики продаж, которые кризиса не ощущают. 20 компаний могут похвастаться зашкаливающими экономическими прибылями. Топ-5 выглядит так: на первом месте — Nike, следом — Inditex (сюда входят Zara, Bershka, Massimo Dutti и другие), на третьем месте весь холдинг LVMH (владеющий Dior, Louis Vuitton, Bvlgari), на четвертом — американский универсальный магазин распродаж TJX Companies, и на пятом — весь холдинг Kering (владеющий Gucci и Balenciaga). Возникает, правда, вопрос, кто ж там еще остался в индустрии и как можно сравнивать весь совокупный объем прибыли концерна LVMH с самостоятельными домами Chanel или Hermes, но это уже детали. В любом случае даже «суперпобедители», как их называют McKinsey & Company, понимают, что индустрия должна измениться кардинально. Это не вопрос нового покрова платьев, новых совместных коллекций с художниками, это даже не новые колодки или новые гендерно нейтральные лица рекламных кампаний. Речь идет о глубинных переменах и полной реструктуризации бизнес-моделей. Если бренды смогут, во-первых, удивить молодых потребителей способами коммуникации и перетряхнуть диджитал-стратегии, во-вторых, будут более внимательны к окружающей среде, добросовестным и прозрачным способам производства, в-третьих, научатся работать с новыми супертехнологичными материалами, в-четвертых, обратятся к новым рынкам, наконец, в-пятых, будут больше внимания уделять инклюзивности и разнообразию, то у них есть шанс на спасение. Буквально, встаньте с ног на голову, и будет вам счастье. То есть прибыль. Онлайн-платформы Lyst, которая специализируется на поиске товаров, отчеты еще более интересные. Они на первое место ставят не экологичность и новые социальные медиа, а ту самую инклюзивность, которую McKinsey отнесли к не самым важным трендам. Покупатели стали на 52% чаще интересоваться «гендерно нейтральной» модой, «бесполыми» вещами, а также голосуют долларом за те продукты, которые не рекламируются отфотошопленными неестественными моделями. Впрочем, тут важно понимать, что выборка у Lyst неполная: они считают только те товары, которые можно купить через интернет, поэтому ни Chanel, ни Hermes, ни Hublot, ни другие далекие от онлайн-продаж дома не попадают в рейтинги. Но есть и другая цифра. Так называемый social index (дословно: социальный индекс), который ранжирует бренды по частоте упоминаний в социальных сетях и качеству взаимодействия с аудиторией, а также по работе с поисковыми системами. Индекс показывает реальную картину активности и популярности брендов. Так вот, на первом месте — снова Nike! Второе место — Hermes. На третьем — Gucci. По убывающей Adidas, Chanel, New Balance, Louis Vuitton и Prada — в десятке.



19 ФЕВРАЛЯ СКОНЧАЛСЯ КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД — И ЭТО ГЛАВНАЯ ПОТЕРЯ ГОДА

ПЕРВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ПРЕТ-А-ПОРТЕ, НАД КОТОРОЙ НОВЫЙ КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР CHANEL ВИРДЖИНИ ВИАР РАБОТАЛА БЕЗ КАРЛА ЛАГЕРФЕЛЬДА. СЕЗОН ВЕСНА-ЛЕТО 2020



COURTESY OF CHANEL



БОТИЛЬОНЫ 1017 ALEX 9SM

Реклама. С 1846 года. Ле Локль-Швейцария. Коллекция Экзекютив.



10:09 утра на Пятой авеню.
N 40° 43' 53.1" W 73° 59' 49.1".
Коллекция Executive
Представленная модель 1 972 000 ₽.



ULYSSE NARDIN
SINCE 1846 LE LOCLE - SUISSE

Что думают потребители

А теперь посмотрим с другой стороны. Все описанное выше — результат исследований данных, которые предоставили сами бренды или платформы, занимающиеся продажами. Поэтому самое время проанализировать отчет, который опубликовала консалтинговая платформа Brandwatch. Они опросили 8 тыс. потребителей, и результаты совершенно обратные. Пока Уиллоу Смит совместно с Adidas собираются создавать обувь из переработанного сырья, лишь 5% потребителей, опрошенных Brandwatch, признали экологическую чистоту главным критерием при выборе товаров. На первом месте — качество (35%), далее следует ценовая доступность (23%) и удобство (11%).

Но все же эти данные заставили президента Франции Эмманюэля Макрона и генерального директора Kering Франсуа-Анри Пино создать «модный пакт», который подписали 32 компании и 150 брендов, в том числе Gucci, Chanel, Hermes, Stella McCartney, H&M и Nike. Пакт представляет собой документ, зафиксировавший шаги, которые будет предпринимать индустрия моды, чтобы снизить воздействие на климат, биоразнообразие и Мировой океан. О Мировом океане и других проблемах экологии много говорили и на выставке Pitti Uomo. Остается надеяться, что критерий экологичности товара в скором времени станет не менее важен, чем качество и комфорт.

ПЛАТЬЕ IRIDESCENCE («МНОГОЦВЕТНОСТЬ»), СОЗДАННОЕ ХУДОЖНИЦЕЙ ДЖОАННОЙ ДЖАСКОВСКИ, СТУДИЕЙ DAPPER LABS И ГОЛЛАНДСКИМ СТАРТАПОМ THE FABRICANT С ПОМОЩЬЮ БЛОКЧЕЙНА



ВИРТУАЛЬНЫЙ ИНФЛЮЕНСЕР LIL MIQUELA В ПРОЕКТЕ ДЛЯ BURBERRY

Виртуальная мода

Важнейшая тенденция — развитие технологий, в том числе выход моды в другую реальность. Бренды уже начали сотрудничать с виртуальными моделями. Например, Burberry пригласили к работе самую известную вымышленную девушку — Микелу (Lil Miquela) — у нее 1,8 млн подписчиков, реальные контракты и даже любимый человек, но на самом деле никакой Микелы не существует. Моделями, впрочем, индустрия не ограничивается: отдельной строкой идут набирающие популярность платья из высокотехнологичных тканей. И, вот это самое интересное, виртуальные вещи. Художница Джоанна Джасковски, студия Dapper Labs и голландский стартап The Fabricant создали первое в мире цифровое платье — оно называется Iridescence («Многоцветность») и сделано с помощью блокчейна. Ричард Ма, исполнительный директор одного из охранных агентств в Сан-Франциско, купил это платье для своей жены — на аукционе, за \$9,5 тыс. Код платья может быть использован в качестве криптовалюты, а само оно легко адаптируется под фигуру заказчицы. Но «носить» наряд можно только на фото и видео в своих социальных сетях. Господин Ма назвал это платье инвестицией. Дизайнер Мэттью Уильямс, основатель 1017 Alyx 9SM, также использует блокчейн, чтобы загрузить коллекцию на серверы платежной системы Bitcoin и таким образом гарантировать ее аутентичность. New Balance и Gucci продают виртуальные товары для личных аватаров. На фоне подобных историй возможность примерить одежду онлайн кажется уже не такой впечатляющей (хотя и достаточно удобной) функцией. Не менее радикально меняется и поведение покупателей. В 2,5 раза увеличилась перепродажа люксовых товаров, выросли покупки подержанной одежды, 32% потребителей, по данным TheRealReal, предпочитают винтаж брендам быстрой моды. Самый желанный люксовый винтаж — Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada и Hermes. Также сильно растут компании, которые предлагают аренду дорогих товаров. По данным Mintel, более половины миллениалов (люди, родившиеся в 1981–1996 годах) уже хоть раз что-то брали в аренду.



СОВМЕСТНАЯ ЭКОКОЛЛЕКЦИЯ УИЛЛОУ СМИТ И ADIDAS ORIGINALS

L'ELIXIR DES GLACIERS



By VALMONT

ESSENCE OF BEES

Совершенство медовой эссенции

Потому что красота создана природой... L'Elisir des Glacier совершает технологический прорыв, объединив лучшие продукты пчеловодства в одном эксклюзивном комплексе. В роскошной гамме Essence of Bees, состоящей из трех идеальных средств: Лифтинг сыворотки для глаз, Питательной маски и Питательного масла, сочетается невероятная эффективность меда, пчелиного маточного молочка и прополиса. Поверните время вспять!

Discover the beauty secret found in beehives

Because beauty is born in nature, L'Elisir des Glacier has accomplished the technical feat of combining the best of the beehive in a unique complex. Essence of Bees offers the regenerative power of royal jelly, the purifying force of propolis and the moisturizing efficiency of honey. With its highly sensory texture and divine application, Essence of Bees is unequalled in holding back the signs of time.

冰凝御蜜系列

探索瑞士天然蜂巢的奧秘

美麗由自然而生，L'Elisir des Glacier冰凝系列完美演繹人類的科技與蜂蜜精粹二合為一成為獨有的高效複合物。冰凝御蜜系列為肌膚注入蜂皇漿的細胞再生力量、蜂膠的抗炎功效及蜂蜜的補濕效能。冰凝御蜜系列憑藉輕柔透薄的質感及每天對肌膚的呵護，輕易使肌齡逆轉。

Потери и скандалы

Но не только показателями и цифрами жила мода в уходящем году. Потерей года однозначно можно назвать уход Карла Лагерфельда. Дизайнер, который работал сразу на три модных дома, неутомимый творец скончался в возрасте 85 лет после непродолжительной болезни. Его место в Chanel заняла Вирджини Виар, правая рука мэтра. Индустрия до сих пор оплакивает уход Карла. (Достаточно сказать, что на выставке Pitti Uomo в июне его портрет украшал главную площадь крепости, где проходит событие.)

И, конечно, куда же без культурных апроприаций и громких скандалов, которыми жила индустрия весь год. Гисси осуждали за черную балаклаву с красным прорезом для губ (расистский намек на «черное лицо») и за сикхский тюрбан на показе. Ответом стало назначение Рене Тирадо на должность главы департамента разнообразия и равенства. В роли обвинителей часто выступали модели. Рикардо Тиши получил от модели Лиз Кеннеди за украшение в виде петли-удавки. «Суицид — это не мода», — возмутилась Кеннеди. Louis Vuitton пришлось изъять из продажи все предметы одежды, напоминающие о Майкле Джексоне. По неудачному стечению обстоятельств именно ему посвятил свою коллекцию Вирджил Абло, даже не подозревая, что на экраны выйдет фильм «Покидая Неверленд», обвиняющий Джексона в педофилии. Kimono, бренд утягивающего белья от Ким Кардашьян Уэст, пришлось переименовать в sKims по требованию мэра Киото, между прочим, крайне возмущенного подобной культурной апроприацией. Список можно продолжать долго — поводов хватит не на один судебный иск.



СУМКА LOUIS VUITTON
MULTI POCHETTE



СЕЛИН ДИОН
В ПЛАТЬЕ ALEXANDRE
VAUTHIER НА НЕДЕЛЕ
МОДЫ В ПАРИЖЕ,
ИЮЛЬ 2019



ПОКАЗ СОЗДАННОЙ
ПОД РУКОВОДСТВОМ
ДЭНИЭЛА
ЛИ КОЛЛЕКЦИИ
BOTTEGA VENETA
СЕЗОНА ВЕСНА—ЛЕТО
2020



КЛАТЧ
BOTTEGA VENETA
THE POUCH

О женской моде

Титул «Возвращение года» поделили Альбер Эльбаз и Селин Дион. Дизайнер подписал контракт с холдингом Richemont, специализирующимся на производстве люксовых товаров, и запускает собственный бренд AZ Fashion. А певица буквально взорвала светскую хронику, появившись после долгого отсутствия на Неделе моды в Париже. Теперь Дион опять желанный гость — и на обложках, и на показах.

Титул «Открытие года» как дизайнер получает Рианна. 10 мая певица официально объявила о запуске марки совместно с корпорацией LVMH. В первый месяц работы новый модный дом упомянули более 7 млн раз в социальных сетях, а эксклюзивные права на трансляцию шоу совместной коллекции белья Savage x Fenty выкупили Amazon Prime. Общественность внимательно следит за финансовыми показателями Fenty, которые пока не были обнародованы.

Самыми обсуждаемыми брендами 2019 года стали Bottega Veneta и его новый креативный директор Дэниэл Ли, давший надежду всем любителям старого Celine на реинкарнацию эстетики Фиби Файло. Спрос на аксессуары марки вырос на 53%, по данным Lyst. Еще один любимчик индустрии — Симон Порт Жакмю: благодаря своему показу в лавандовых полях Прованса, он увеличил продажи бренда, а упоминания в соцсетях подскочили на 761%. Особенно популярны были его микросумки — буквально со спичечный коробок. Аксессуарами года стали клатч The Pouch Bottega Veneta (как его нежно называют, «пельмень»), ремень с логотипом Gucci, кроссовки Alexander McQueen, клоги Diorquake Dior, панамы с красным логотипом Prada, сумка Louis Vuitton Multi Pochette. «Ностальгия» — заметная тенденция 2019 года. Кольчужные аксессуары Paco Rabanne, вернувшиеся в моду Fendi Baguette и ботинки Dr. Martens, платье Versace, в котором продефилировала Дженнифер Лопес на Неделе моды в Милане. Кстати, у Fendi еще одна номинация — «Самый популярный принт 2019 года». Пожалуй, на этом тему логомании можно считать закрытой — эту тенденцию в 2020 году уже видеть не хотелось бы. Как и велосипедки, которые неожиданно из спортзалов выкатились на красные ковровые дорожки.



cosmetea

Чайная церемония для красоты вашей кожи



ТИМОТИ ШАЛАМЕ
В КОСТЮМЕ ЦВЕТА
ФУКСИИ STELLA
MC CARTNEY
НА ПРЕМЬЕРЕ
ФИЛЬМА «МАЛЕНЬКИЕ
ЖЕНЩИНЫ»
В ПАРИЖЕ,
ДЕКАБРЬ 2019



ИТАЛЬЯНСКИЙ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
АКСЕССУАРОВ
И БАГАЖА PIQUADRO
ВЫПУСТИЛ РЮКЗАК
RED SPIRIT INSIDE
И КАПСУЛЬНУЮ
КОЛЛЕКЦИЮ
АКСЕССУАРОВ
В ЧЕСТЬ 120-ЛЕТИЯ
ФУТБОЛЬНОГО
КЛУБА AC MILAN.
КРАСНО-ЧЕРНЫЙ
(ОСНОВНЫЕ
ЦВЕТА КЛУБА)
РЮКЗАК СОЗДАН
НА БАЗЕ МОДЕЛИ
COLEOS. В НЕМ
ПОМИМО УДОБНЫХ
ВМЕСТИТЕЛЬНЫХ
КАРМАНОВ
ПРЕДУСМОТРЕНЫ
ОТДЕЛЕНИЯ ДЛЯ
НОУТБУКА, IPAD,
БУТЫЛКИ С ВОДОЙ,
ПОРТАТИВНОГО
ЗАРЯДНОГО
УСТРОЙСТВА И ДРУГИХ
ГАДЖЕТОВ. ЕСТЬ
И СПЕЦИАЛЬНОЕ
КРЕПЛЕНИЕ ДЛЯ
ЧЕМОДАНА, ЧТО
ОСОБЕННО АКТУАЛЬНО
ДЛЯ ЧАСТО
ПУТЕШЕСТВУЮЩИХ
ЛЮДЕЙ



ПЕВЕЦ ГАРРИ СТАЙЛЗ
В ПРОЗРАЧНОЙ
РУБАШКЕ
GUCCI НА БАЛУ
МЕТРОПОЛИТЕН-
МУЗЕЯ В НЬЮ-ЙОРКЕ,
МАЙ 2019

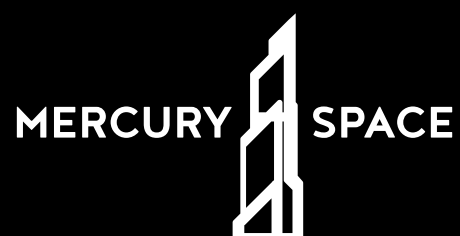


БИЛЛИ ПОРТЕР
ВО ФРАКЕ
CHRISTIAN SIRIANO
НА ЦЕРЕМОНИИ
ВРУЧЕНИЯ
ПРЕМИИ «ОСКАР»,
ФЕВРАЛЬ 2019

О мужской моде

Здесь все чаще говорили о новой мужественности и отказе от токсичной маскулинности. После громкого разоблачения Харви Вайнштейна на сцену вышли нежные и чувственные молодые мужчины, открыто говорящие о своей бисексуальности или готовые на творческие эксперименты в кино. Символом перемен стал сублимный юноша с картинными кудрями Тимоти Шаламе, сыгравший гомосексуала и не скрывающий своей открытости к экспериментам. На ковровых дорожках Шаламе появляется в приталенных костюмах Alexander McQueen с пышными алыми розами и иногда дополняет образ нагрудником Louis Vuitton. Во многом популяризации темы способствовала и выставка «Кэмп: записки о моде» в Музее Метрополитен. И хотя куратор экспозиции Эндрю Болтон объяснил, что воспринимать стиль кэмп лишь как часть гей-культуры и транс-сообщества неверно, потому как кэмп предполагает абсолютно все, что театрально, искусственно и гротескно, основная масса гостей открытия в своих нарядах использовала именно эту стилистику. В числе фаворитов — Гарри Стайлз и его прозрачная рубашка с кружевом. Правда за пару месяцев до выставки «кэмп» актер Билли Портер появился на красной дорожке Оскара в пышном платье-фраке. Женственные приемы, хотя и не столь гротескные, использует и Ким Джонс, креативный директор Dior Homme, — пастельные тона, цветочные принты, свободные силуэты, но при этом подчеркивающие фигуру пиджаки. Мода на уличный стиль пока никуда не делась, но классические костюмы, пусть и в новой интерпретации, однозначно возвращаются. Впрочем, о капитуляции «улицы» пока говорить рано — бренд, который на Lyst искали чаще всего, все еще Off-White, а продажи кроссовок выросли на 39% по сравнению с прошлым годом. Что же, будем наблюдать, куда это все нас приведет.

НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



Mercury Space – победитель премии
European Property Awards 2019-2020 в номинации
«Лучшая event-площадка Европы»



Mercury Space – многофункциональное event-пространство,
расположенное в самом сердце Золотой Башни.
Площадка обладает широким спектром возможностей для организации
особенных мероприятий: конференции, торжественные приемы, гала-ужины,
свадьбы, вечеринки, модные показы, фото- и видеосъемки.

Золотая Башня Mercury Tower, Москва-Сити

(495) 730 54 72

events@mercury-space.ru



НОВЫЕ ИТАЛЬЯНЦЫ В РОССИИ



BARBA NAPOLI

Город Неаполь считается колыбелью итальянского портновского искусства. Заметную часть местного населения всегда составляли аристократы и просто состоятельные люди — неудивительно, что здешние портные и по сей день считаются одними из лучших в мире. Неаполитанский костюмный стиль — это сочетание строгой английской классики с легкой итальянской небрежностью, которую здесь называют словом *sprezzatura*. А главным принципом в работе остается индивидуальный подход к клиенту. Теперь за всем этим можно прийти в шоурум марки Barba Napoli в Москве.

Итальянская компания Barba Napoli, несмотря на прописку в Неаполе, за полвека существования получила мировую известность. Сегодня одежду этого бренда можно видеть в бутиках Италии, Германии, Японии и США. Философию компании (внимание к деталям и безукоризненное качество работы) сформулировал еще ее основатель Антонио Барба, когда в 1965 году открыл ателье в одном из пригородов Неаполя, городке Арцано. Изначально заведение специализировалось на пошиве сорочек для местной элиты. Благодаря идеальному крою популярность ателье быстро росла, клиентов становилось все больше, и со временем к сорочкам прибавились костюмы. Сегодня компанией владеют наследники основателя, Раффаэле и Антонио-младший. Братья Барба стараются хранить верность заветам отца и традициям неаполитанского портновского искусства, по-прежнему ставя на первое место ручную работу, внимание к деталям и выбору тканей. Время не стоит на месте, и наряду с услугой индивидуального пошива *made-to-measure* к началу XX века Barba Napoli начала выпускать коллекции готовой одежды: сорочки, костюмы, трикотаж, верхнюю одежду и аксессуары. Сегодня на семейной фабрике площадью 6 тыс. кв. м ежедневно отшивается порядка 5,5 тыс. единиц одежды. Несмотря на промышленный масштаб, производство по-прежнему ориентировано на ручной труд, виртуозное исполнение и высокое качество материалов.



BARBA NAPOLI

Теперь бренд Barba Napoli представлен и в Москве. Шоурум марки расположился в самом центре города, в Плотниковом переулке. Здесь предлагаются классические костюмы, пиджаки и сорочки, а также аксессуары. Можно воспользоваться услугой индивидуального пошива *made-to-measure* и выбрать ткани. После снятия мерок данные отправляют на итальянскую фабрику Barba Napoli, где в зависимости от типа одежды и сложности работы на производство уходит около месяца. После чего готовые изделия прибывают в Москву. И на каждом по праву красуется вручную пришитая бирка *Made in Italy*.



BARBA NAPOLI



ШОУРУМ
ИТАЛЬЯНСКОЙ
МАРКИ МУЖСКОЙ
ОДЕЖДЫ BARBA
NAPOLI ОТКРЫЛСЯ
В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ,
В ПЛОТНИКОВОМ
ПЕРЕУЛКЕ

Ода механике

Мануфактура Ulysse Nardin выпустила коллекцию Executive Tourbillon Free Wheel и представляет четыре новых циферблата. Вариант из осмия в оправе из белого золота заслуживает особого внимания: в силу своей твердости, хрупкости, низкого давления паров и очень высокой температуры плавления осмий, самое плотное из всех простых веществ и самое редкое, с трудом поддается механической обработке. Темно-синий авантюрин, мелкозернистая разновидность кварца, напоминает ночное звездное небо. Техника соломённой маркетри словно расчерчивает циферблат и заводной барабан на геометрически равные части; выкрашенные текстильными красителями «полоски» переливаются на свету, создавая оптический объёмный эффект. Углеродные волокна материала Carbonium (карбон с примесью золота), зарегистрированного мануфактурой в качестве товарного знака, примерно вдвое легче алюминия. Композит из углерода и предварительно пропитанной смолы изготавливается из экологически чистых компонентов, а эффект золотистых прожилок необычен для часовой индустрии. На циферблатах Executive Free Wheel видны колёсная передача, мосты в форме бумерангов, индикатор запаса хода, турбийон. Благодаря использованию кремния в деталях инновационного механизма, заключённого в корпус диаметром 44 мм, запас хода увеличен до семи дней. Каждая из четырёх новинок выполнена ограниченной серией в 18 экземпляров.



Четыре патента

Коллекция Les Cabinotiers часового дома Vacheron Constantin представляет собой сервис по персонализации часов и созданию уникальных экземпляров: каждый создается с учетом пожеланий конкретного заказчика. Под конец 2019 года марка выпустила несколько новых моделей. Одна оснащена сразу двумя осложнениями — двойной ретроградной индикацией времени с функцией мгновенного обнуления показаний и двухосным армиллярным турбийоном. На правой половине часов по полукруглому циферблату бегут большая и малая стрелки, возвращающиеся к нулевой отметке по прошествии 60 минут и 12 часов. Благодаря такой конфигурации индикаторов открывается широкий обзор на турбийон с кремниевым спусковым механизмом и цилиндрической балансовой спиралью на левой половине часов. Четыре патента были зарегистрированы на калибр 1990 с ручным заводом, приводящий в действие эти часы. Исключительная механика заключена в корпус из ультралегкого титана. Еще одна новинка — ювелирные часы с вечным календарем. Это модель регуляторного типа с отдельными индикаторами часов и минут. Внутри 42-миллиметрового корпуса из белого золота стоит калибр с автоподзаводом 2460 RQP, а благодаря циферблату цвета сливы, декорированному ручной гильошированной отделкой, и безелю, инкрустированному 62 бриллиантами круглой огранки, часы выглядят одновременно торжественно и сдержанно.



Сияющие

Rado представили обновленные модели одного из своих бестселлеров — HyperChrome Diamonds. Часы традиционно выполнены из высокотехнологичной, устойчивой к царапинам керамики (глянцевой плазменной либо черной). Безель из белого или розового золота инкрустирован 60 бесцветными бриллиантами, а на циферблате сверкает паве из 406 черных. В модели установлен автоматический механизм с запасом хода в 38 часов. Мастера бренда Rado HyperChrome Diamonds старались сделать модель универсальной. И у них получилось — часы подойдут и к праздничному наряду, и к каждодневному.

Классика для коллекционеров

Longines представляет обновленные The Longines Heritage Classic, напоминающие модель 1930-х годов. Разделенный на матовый и глянцевый сектора циферблат объединяет тонкие вороненые стальные стрелки, арабские цифры и часовые метки. The Longines Heritage Classic оснащены новым калибром L893.5 с кремниевой пружиной баланса и автоподзаводом, специально разработанным для моделей линейки Heritage. Размеры и положение малого секундного счетчика повторяют первую модель. Диаметр стального корпуса в 38,5 мм также отсылает к наручным часам 1930-х. Чтобы отметить запуск модели, Longines показали фильм о дизайне, наследии и истории дома. В нем приняли участие: Крис Беккан — часовой коллекционер и журналист, пишущий о винтажных часах и виски; Эсра Гурмен — журналистка, писательница и страстная собирательница часов (ее привязанность носит очень личный характер: за каждой моделью ее коллекции стоит своя история); Мэтт Хэнсон — коллекционер часов, специализирующийся на Longines. В короткометражке каждый из них рассказал свою историю, связанную с маркой.



HUBLOT, CLASSIC FUSION AEROFUSION CHRONOGRAPH ORLINSKI RED MAGIC СОТРУДНИЧЕСТВО HUBLOT И ФРАНЦУЗСКОГО СКУЛЬПТОРА РИШАРА ОРЛИНСКИ ПРОДОЛЖИЛОСЬ ЧАСАМИ С КОРПУСОМ ИЗ КРАСНОЙ КЕРАМИКИ. СДЕЛАН КОРПУС В СОБСТВЕННОМ ОРЛИНСКИ СТИЛЕ — В ВИДЕ КУБИСТИЧЕСКОЙ СКУЛЬПТУРЫ, СОСТОЯЩЕЙ ИЗ ГРАНЕЙ-ФАСЕТОВ. ГЛАВА HUBLOT РИКАРДО ГВАДАЛУПЕ ПОДЧЕРКИВАЕТ, ЧТО ЧАСЫ ОРЛИНСКИ — НЕ ПРОСТО ЧАСЫ, А «СКУЛЬПТУРА, КОТОРАЯ ПОКАЗЫВАЕТ ВРЕМЯ»



BVLGARI, OCTO FINISSIMO CHRONOGRAPH GMT АУТОМАТИС САМЫЙ ТОНКИЙ В МИРЕ ТИТАНОВЫЙ ХРОНОГРАФ, СДЕЛАННЫЙ ИНЖЕНЕРАМИ РИМСКОЙ МАРКИ И ТАЛАНТЛИВЫМ ДИЗАЙНЕРОМ ФАБРИЦИО БУОНАМАССОЙ

ПЕРЕВОДЯ СТРЕЛКИ

«Но бывает, что минута все меняет очень круто, все меняет раз и навсегда», — пела незабвенная Людмила Гурченко в «Карнавальской ночи» на фоне гигантского будильника, чьи стрелки замерли в минутах от Нового года. О переменах спою и я, потому что часовой 2019-й выдался необычным. И прежде чем стрелки всех часов на свете опять сойдутся на 12, стоит вспомнить, что было раньше и чем это нам грозит впредь.

Год начался в январской Женеве Салоном высокого часового искусства SIHH и закончился там же, в Женеве, в ноябре, — вручением награжденного Гран-при. Два события, два праздника — и две проблемы. В январе все в Женеве еще казалось привычным, к ноябрю стало ясно, что ничто уже не будет прежним. SIHH в последний раз прошел таким, каким мы привыкли видеть его из года в год. Из строгого закрытого мероприятия для часовщиков, покупателей и журналистов он превратится в демократичный городской фестиваль Watches & Wonders. Французское название заменено английским, а оно взято у часовых праздников, которые давно проводятся швейцарцами на выезде, в Майами и Гонконге, для привлечения американцев и азиатов. Под вопросом судьба профессиональных часовых салонов, которые одновременно, кажется, и умирают, и размножаются делением. Положим, это не совсем новость. Когда-то в мире был один Базель, величавый и неприступный. Потом от него отпочковались бренды, принадлежащие группе Richemont и организовавшие в 1991 году свой «салон отверженных» SIHH в Женеве, который с тех пор в постоянном соперничестве с Baselworld становился все сильнее и краше.

Когда часовой механизм Базеля стал сыпаться и вслед за Swatch Group оттуда побежали марки одна другой заметнее — Breitling, Dior, Fendi, Swarovski, Festina, Corum, Maurice Lacroix, Raymond Weil, Ebel, Movado, Mikimoto, de Grisogono, Seiko, — казалось, что выигрывает Женева. Но и в ней завелись дезертиры. В этом году в последний раз блеснули здесь Richard Mille и Audemars Piguet, сказав на прощание, что проживут и сами, своим умом. Почувствовав опасность, SIHH и Baselworld перестали между собой грызться, а наоборот, заключили пакт о ненападении, солидарно назначившись на май. Весной 2020 года, сразу после Женевы, начнется Базель. Скажете, небывалое дело? Тоже нет, старые часовые волки помнят время, когда так оно и было. Стой лишь разнице, что вплоть до 2009 года Женева следовала сразу за Базелем и казалась по сравнению с базельской мясорубкой даже не «салонном», а настоящим спа. Теперь всем предлагают размяться в Женеве, а потом добро пожаловать в ад, к базельскому нечеловеческому расписанию. Салонов между тем стало больше, потому что, покинув Базель, марки Swatch Group, по крайней мере ее «тяжеловесы»:

Blancpain, Breguet, Harry Winston, Omega, Jaquet Droz и Glashutte Original — организовали свой собственный Time to Move.

Он прошел в этом году в виде Дня открытых дверей на пяти швейцарских мануфактурах, а в будущем приземлится в Цюрихе, который, таким образом, прибавится к традиционным салонным швейцарским столицам, Женеве и Базелю.

Часовые марки LVMH: Zenith, Hublot, Bvlgari и TAG Heuer — решили не отставать и заменили отсутствующую теперь в январе и важную им в начале года Женеву своим собственным салоном, но уже на выезде, в Дубае. Чем ответят им группа Kering или одинокие гиганты вроде Rolex или Chanel, можно только догадываться.

В общем, со всех сторон наступают всяческие Watches & Wonders. С одной стороны, логично: раз швейцарские часы давно уже производятся именно на экспорт, почему бы не пойти навстречу заодно в названиях салонов и форматах показов? Притворимся, что мы и не в Швейцарии уже. Долой часовых аристократов, привет демократам. Отсюда новая напасть — часы стали обвинять в недемократичных ценах. Что назвать «недемократичным», каждый понимает по-своему. Когда-то на женевском Гран-при была введена номинация «Маленькая стрелка», которая должна была премировать часы стоимостью до 1 тыс., а потом до 3 тыс. швейцарских франков. Постепенно стрелку подняли до 5 тыс., затем до 7 тыс., а в этом году актер, режиссер и журналист Эдуар Бер, который вел церемонию, прямо прошелся по поводу демпинговых цен: «Каких-то 10 тыс. в категории “Маленькая стрелка”!» Вместо «Маленькой стрелки», которая угрожающе потяжелела, ввели новую категорию Challenge, то есть «Вызов», для тех, кто вызывающе делает часы стоимостью ниже €5 тыс. Француз Грегори Понс, известный часовой журналист и блогер, обратил внимание своих читателей на то, что средняя стоимость часов, победивших в конкурсе в этом году, составила 340 тыс. франков. Страшно подумать.

Но в тот момент, когда во имя демократии мы наденем желтые жилеты и потребуем опустить цены на часы, на плаву останутся лишь несколько предприятий, имеющих заведомое преимущество перед другими: бесплатные механизмы, денежные резервы, огромные объемы. То, что отличает, например, Longines или, скажем, Tudor, которые и взяли в этом году премию Challenge за Black Bay P01. Первая марка появилась на российском рынке давно и сполна была вознаграждена за прозорливость и смелость, вторая приходит к нам только сейчас, под Новый год, ну да лучше поздно, чем никогда.

Марки эти не единственные в своей категории, но, пожалуй, могут считаться образцом того, какое качество можно получить за ненахальные деньги. Разгадка проста: им легко быть демократичными под крылом гигантов. Longines один из фавори-

тов Swatch Group, а Tudor — вторая линия Rolex. Обе стали эталонами, с которыми сверяют все предложения храбрецов, которые осмеливаются соперничать с ними в, так сказать, «Челлендже».

На другом полюсе остаются марки, которые даже не задумываются о благе народа, чьи самые «демократичные» часы стоят десятки тысяч. И пойди их еще купи. Тайна притягательности Royal Oak у Audemars Piguet и Nautilus у Patek Philippe, которые клиенты с руками отрывают, несмотря на «отсекающий» ценник, не дает покоя конкурентам. В этом году появилось сразу несколько претендентов на модели, которые, как говорилось когда-то в рекламе Nautilus, «можно носить и с аквалангом, и со смокингом». Сделать часы, способные завоевать место среди знаменитых стальных моделей, стоящих дороже, чем золото, попытались сначала Bell & Ross, а затем, на более высоком ценовом уровне, Chopard, выступив с новой коллекцией Alpine Eagle («Альпийский орел»).

2019 год запомнится самой высокой ценой, которую в здравом уме и твердой памяти заплатили за часы. На аукционе Only Watch 9 ноября в Женеве стальные Patek Philippe продали за 31 млн швейцарских франков. Забыты старые победы: и Henry Graves Patek Philippe Supercomplication, проданные в Женеве на Sotheby's в 2014-м за \$24 млн, и Paul Newman Daytona, проданные в 2017-м на Phillips в Нью-Йорке за \$17,8 млн. Велики шансы, что новый рекорд в 31 млн швейцарских франков побит не будет никогда. Дальше можно спорить — заплачены ли эти деньги за часы или это просто пожертвование на борьбу с мышечной дистрофией Дюшенна, а часы выдала филантропу в придачу, как выдают сертификат.

Что это означает, только ли жадность часовщиков и уловки маркетологов? Ничуть. В этом году проявилась главная потребительская тенденция: часы окончательно перестали быть ширпотребом. Теперь покупка часов — именно что «челлендж», на это отводятся деньги, дальше все усилия личной экономии будут сводиться к стремлению за большие деньги купить модель получше. Попытка сделать «демократичные часы» обречена, потому что с вторжением «умных» браслетов мы возвращаемся в те времена, когда те, кто мог позволить себе механические часы, не считали их демократичными. Цены растут, как их ни заклинай со сцены Гран-при, и напрасно марки беспокоятся о том, чтобы это как-то обосновать. Вместо того чтобы просто сказать клиенту: «А вот теперь будет так», ему рассказывают про уникальные материалы и мануфактурные механизмы. Зря.

Впрочем, это еще и означает, что выживут прежде всего те марки, которые не стесняются заламывать цены, исходя из того, что тратить деньги на часы — это как жесткий секс: хоть и больно, а доставляет удовольствие.

АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



F. P. JOURNE, ELEGANTE BY F. P. JOURNE TITALYT
ФРАНСУА-ПОЛЬ ЖУРН СДЕЛАЛ ЭТИ ЧАСЫ, ЗАСЫПАЮЩИЕ БЕЗ ДВИЖЕНИЯ И ПРОСЫПАЮЩИЕСЯ ПРИ ПЕРВОМ ПРИКОСНОВЕНИИ, СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЖЕНЩИН. НО МОДЕЛЬ В СЕРОМ ТИТАНЕ TITALYT ПОТРЕБОВАЛИ ДЛЯ СЕБЯ И МУЖЧИНЫ



CHOPARD, ALPINE EAGLE
В 41-МИЛЛИМЕТРОВЫЙ КОРПУСЕ LUCENT STEEL A223, С МАНУФАКТУРНЫМ МЕХАНИЗМОМ 01.01-C, С 60-ЧАСОВЫМ ЗАПАСОМ ХОДА И СЕРТИФИКАТОМ COSC — НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ СТАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ НА ВЕС ЗОЛОТА



JAEGER-LECOULTRE, POLARIS DATE
ЧАСЫ, НАВЕЯННЫЕ МОДЕЛЬЮ MEMOVOX POLARIS 1968 ГОДА. СТАЛЬНОЙ КОРПУС 42 ММ И ДВЕ ГОЛОВКИ — ОДНА ДЛЯ ЗАВОДА ЧАСОВ И РЕГУЛИРОВКИ ВРЕМЕНИ, ДРУГАЯ — ДЛЯ ПОВОРОТА ВНУТРЕННЕГО КОЛЬЦА ЦИФЕРБЛАТА



ZENITH, EL PRIMERO
В ЗОЛОТОМ КОРПУСЕ, СОВМЕСТНО С PHILLIPS И BACS & RUSSO. ЗНАМЕНИТЫЙ АУКЦИОНИСТ ОРЕЛЬ БАКС СПРОЕКТИРОВАЛ ЧАСЫ СВОЕГО ДЕТСТВА ТАК, КАК ОНИ МОГЛИ БЫ ВЫГЛЯДЕТЬ, НЕ ВМЕШАЙСЯ КВАРЦЕВЫЙ КРИЗИС 1970-Х ГОДОВ



TUDOR, BLACK BAY CHRONO STEEL & GOLD
ХРОНОМЕТР В СТАЛИ И ЗОЛОТЕ С МАНУФАКТУРНЫМ МЕХАНИЗМОМ-АВТОМАТОМ — ОДИН ИЗ ПРИМЕРОВ «ТЮДОРОВСКОГО» НЕПОБЕДИМОГО СООТНОШЕНИЯ ЦЕНА-КАЧЕСТВО



MONTBLANC, 1858 AUTOMATIC LIMITED EDITION
ОДНА ИЗ СЕНСАЦИЙ ЖЕНЕВСКОГО САЛОНА, МЕХАНИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ В БРОНЗОВОМ КОРПУСЕ СТОИМОСТЬЮ МЕНЬШЕ €3 ТЫС. ПОСЛЕДНИЕ ИЗ 1858 ЧАСОВ ЕЩЕ МОЖНО НАЙТИ В БУТИКАХ



LONGINES, HERITAGE MILITARY 1938
ОБРАЗЕЦ ЧАСОВОГО ВИНТАЖА В ДУХЕ LONGINES 1930-Х ГОДОВ. СТАЛЬ, 43 ММ И МЕХАНИЗМ, СЛЕДУЮЩИЙ ЗАКОНАМ СВОЕГО ВРЕМЕНИ, — С РУЧНЫМ ПОДЗАВОДОМ



BLANCPAIN, FIFTY FATHOMS BARAKUDA LIMITED EDITION
ЖЕЛАННАЯ МНОГИМИ «БАРАКУДА» 1960-Х ГОДОВ ВОЗРОЖДЕНА В МЕЛЬЧАЙШИХ ДЕТАЛЯХ ВРОДЕ ДВУХЦВЕТНЫХ СВЕЧАЩИХСЯ МЕТОК



PANERAI, ЧАСЫ SUBMERSIBLE MARINA MILITARE CARBOTECH, 47 MM, CARBOTECH, КАРБОН, МЕХАНИЗМ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА 3 ДНЯ

ВПЕЧАТЛЕНИЕ В ПОДАРОК

Зимой 2019 года на часовом салоне в Женеве Panerai представили серию выпущенных ограниченным тиражом часов Submersible Marina Militare Carbotech™, покупателям которых в качестве бонуса было обещано фантастическое приключение — визит на закрытую базу итальянских ВМС. И вот 2 и 3 сентября на легендарной военно-морской базе «Тезео Тезей» в итальянском городе Специя 33 владельца часов Submersible Marina Militare Carbotech™ присоединились к боевым пловцам из отряда специального назначения ВМС Италии Comsubin для прохождения двухдневной экспедиции. Эмблема Comsubin — кайман, девиз: «Мы атакуем врага с моря». Но в отличие от членов отряда клиентам Panerai предстояло побороть лишь одного, но самого трудного противника: самого себя. 2 сентября участники экспедиции на штурмовых надувных лодках отправились в крепость Вариньяно (в принципе вход в нее закрыт для посторонних). Здесь любители итальянского часового бренда прошли медицинский осмотр и получили от Panerai униформу для участия в плановых десантных учениях на суше, на море и в воздухе. Под наблюдением оперативной группы боевых пловцов владельцы часов выполняли задания и упражнения для тренировки сотрудников спецслужб ВМФ: участвовали в стрельбах, проходили полосу препятствий, скользили по 100-метровому тросу над пропастью глубиной в 200 м. Затем на военном вертолете отправились в форт Муццероне, занимающий стратегическое положение относительно бухты Байя-делле-Грации, и посетили спасательный корабль ВМС Италии «Антео», предназначенный для помощи подводным лодкам. А в завершение смельчаков ждали два вечера итальянской дольче виты. Это экстремальное приключение — первый опыт такого рода, который Panerai предложили своим клиентам. 25 сентября путешествие во Французскую Полинезию в компании чемпиона по фридайвингу Гийома Нери совершили счастливые обладатели еще одной часовой новинки Panerai этого года — Submersible Chrono Guillaume Nery Edition.

ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА



ИСТОРИЯ В АВАНГАРДЕ



DEFY EL PRIMERO 21,
44 ММ, КЕРАМИКА,
МЕХАНИЗМ С
АВТОМАТИЧЕСКИМ
ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС
ХОДА 50 ЧАСОВ

Входящем году легендарному механизму Zenith El Primero исполнилось 50 лет. В 1969-м этот калибр стал пионером, способным измерять время с точностью до 1/10 секунды. В 2017 году мануфактура выпустила первые модели в семье Defy, в том числе Defy El Primero 21, высокоскоростной хронограф на базе El Primero с двумя спусковыми механизмами: один для определения времени, второй для измерений хронографа. Такая система позволила добиться точности вычислений в 1/100 секунды, а стрелка хронографа смогла делать полный оборот всего за одну секунду. Сегодня Defy — одна из самых быстрорастущих линий Zenith. А Defy El Primero 21 словно соединяет историю и современность: знаменитый исторический механизм и новый авангардный корпус.

В 2019 году Zenith выпустили две новые версии Defy El Primero 21. Модели вышедшей ограниченным тиражом серии в корпусе из черной керамики (диаметр 44 мм) отличаются детали механизма синего цвета, видные через открытый скелетонированный циферблат. А в часах серии, где корпус (те же 44 мм), кнопки хронографа

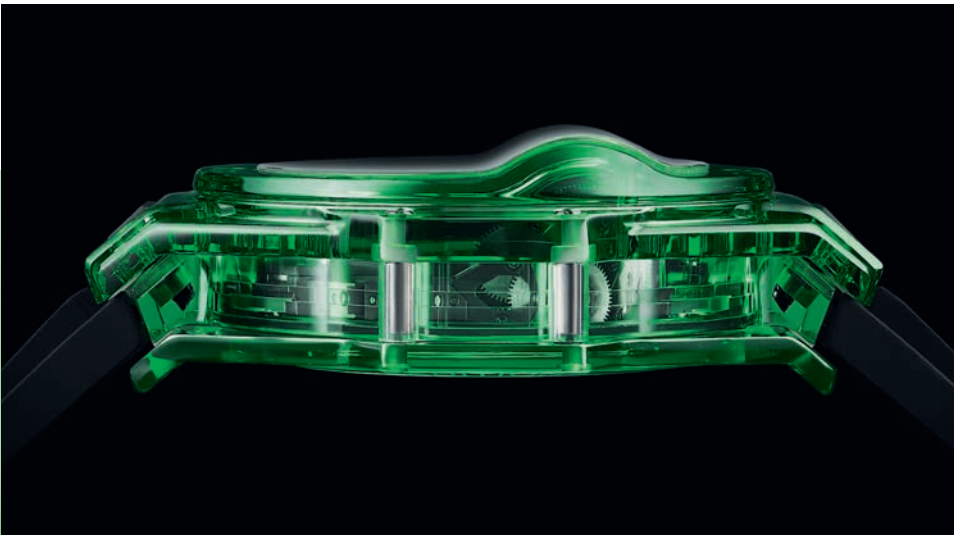
и заводная головка выполнены из карбона, черный доминирует безоговорочно. Контрастного цвета здесь только белые цифровые индексы и красный индикатор запаса хода в 50 часов около отметки «12». В обеих версиях помимо футуристического дизайна впечатляет скорость центральной стрелки хронографа. Его 60-секундный счетчик хорошо читается около отметки «6 часов», а 30-минутный регистр делает вычисления около отметки «3 часа». К моделям в керамическом корпусе предлагаются три ремешка: из кожи аллигатора черного цвета с синей стежкой на каучуковой подкладке, из черного каучука и текстурированного синего. К карбоновому варианту ремешки есть двух видов: из кожи аллигатора на каучуковой подкладке и черный каучуковый. Версия из керамики выпущена серией в 250 экземпляров, которые доступны исключительно в бутиках Zenith.

Выпуск этих урбанистических моделей Defy El Primero 21 стал еще одним напоминанием: механизм с историей служит идеальной платформой для инноваций, даже если ему исполнилось 50 лет.

ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА



DEFY EL PRIMERO
21 CARBON, 44 ММ,
КАРБОН, МЕХАНИЗМ
С АВТОМАТИЧЕСКИМ
ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС
ХОДА 50 ЧАСОВ



ПЯТЫЙ ЭЛЕМЕНТ

Модель Big Bang, появившаяся у Hublot в 2005 году, остается образцом часового мастерства и идеальной площадкой для экспериментов бренда с новыми материалами и техниками. С Big Bang MP-11 SAXEM Hublot выходит на следующую ступень инноваций благодаря созданию новаторского корпуса с впечатляющим механизмом HUB9011 внутри. SAXEM продолжает традицию инноваций Hublot вместе с другими новинками года — Big Bang Sang Bleu II, Big Bang Unico Magic Sapphire и Big Bang Unico Red Magic Ceramic.

SAXEM — акроним, обозначающий пять элементов: Sapphire Aluminium oXide Earth Mineral («сапфир, алюминий, оксид, земля, минерал»). Так называли материал, который впервые применили в часовом деле, — но для Hublot, как известно, нет ничего невозможного. Ярко-зеленый цвет SAXEM приобретает за счет смеси основных составляющих — сапфира и оксида алюминия с титаном, гольмием и хромом. Результат восхищает и эстетически, и технически — материал получился более блестящим, чем сапфир, и имеет равномерную кристаллическую структуру: постоянство цвета со всех углов обзора гарантировано. Неординарность цвета усиливает сложная архитектура корпуса часов диаметром 45 мм и внушительной толщиной 14 мм, обоснованной расположенным внутри механизмом.

Мануфактурный скелетонированный калибр состоит из семи барабанов, занимающих всю нижнюю часть циферблата, и имеет 14-дневный запас хода, который белым по черному указан на роллере рядом с барабанами. Над ними расположен матово-черный, также скелетонированный индикатор времени с часовой и минутной стрелками. Слева от стрелок у отметки «10 часов» размещено зубчатое колесо, передающее энергию от вертикально расположенных барабанов на горизонтально ориентированный часовой механизм, а у отметки «2 часа» — колесо баланса.

Hublot Big Bang MP-11 SAXEM выпущены ограниченным тиражом в 20 экземпляров. Решение марки создать совсем небольшую партию обосновано чрезвычайной сложностью работы с материалом и высокой стоимостью часов.

ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА

HUBLOT, ЧАСЫ
BIG BANG MP-
11 SAXEM, 45 ММ,
МАТЕРИАЛ SAXEM,
МАНУФАКТУРНЫЙ
МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ
ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС
ХОДА 14 ДНЕЙ



HARRY WINSTON,
КОЛЬЦО WINSTON-ROCKEFELLER,
ПЛАТИНА, ЖЕЛТОЕ ЗОЛОТО, ИЗУМРУД, БРИЛЛИАНТЫ

ЧАСТНОЕ СОБРАНИЕ

Массивный колумбийский изумруд весом 18,04 карата, ранее принадлежавший семье Рокфеллер, 20 июня 2017 года был продан на аукционе Christie's за \$5,5 млн (\$305 тыс. за карат), установив тем самым новый мировой рекорд аукционной стоимости изумрудов. Покупателем знаменитого камня стал ювелирный дом Harry Winston, который в этом году представил его в новом «прочтении» — кольце Winston-Rockefeller из платины и желтого золота в обрамлении 16 бриллиантов грушевидной огранки и 108 круглой общим весом 10,7 карата.

В 1930 году Джон Рокфеллер купил этот изумруд в подарок жене, Эбби Олдрич Рокфеллер, которая носила его в виде броши (достойным обрамлением стали бриллианты). После смерти Эбби в 1948-м брошь сломалась, и камни — по отдельности — перешли по наследству детям. Центральный изумруд достался младшему сыну, Дэвиду Рокфеллеру, который оформил его в кольцо и со временем продал (анонимному) коллекционеру. Тот, в свою очередь, выставил кольцо с изумрудом Rockefeller на ювелирные торги Christie's 2017 года. Как отмечали специалисты аукционного дома, камень обладает всеми качествами «настоящего шедевра природы». Уникальное сочетание — размер, происхождение, насыщенность цвета, отсутствие каких-либо включений и обработки — позволило минералу завоевать звание главного колумбийского изумруда из всех когда-либо представленных на аукционе.

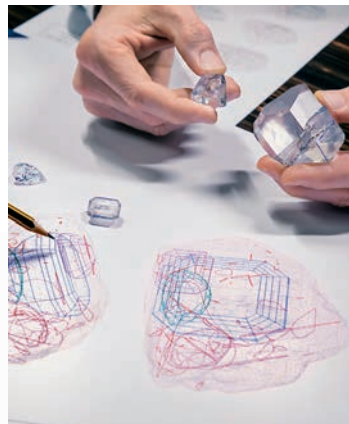
Покупка Rockefeller стала логическим продолжением целого ряда важных приобретений Harry Winston. Достаточно упомянуть, что четырем годами ранее, в 2013-м, компания приобрела бриллиант весом 101,73 карата с характеристиками D Flawless за \$26,7 млн и назвала его Winston Legacy. Важнее, впрочем, другое: покупка цветного драгоценного минерала брендом, основателя которого называли «королем бриллиантов», говорит о растущем с каждым годом интересе коллекционеров к цветным камням. Известные своим исключительным цветом и чистотой колумбийские изумруды бьют ценовые рекорды на частных торгах и аукционах, а крупные экземпляры крайне редко появляются на рынке. Генеральный директор бренда Harry Winston, Найла Хайек после удачно завершившегося аукциона 2017 года с гордостью заявила: теперь в коллекции легендарного американского бренда есть знаменитый камень, ранее принадлежавший одной из главных американских династий.

В этом году Harry Winston представили изумруд, переименованный в Winston-Rockefeller, в виде уникального платинового кольца с бриллиантами: использование драгоценных камней с историей для современных украшений — важный ювелирный тренд. Когда общественность бурно обсуждает последствия и условия добычи драгоценных ископаемых, использование уже существующих представляется идеальным решением социально ответственной компании.

ЗОЛОТЫЕ СЛОВА

Уходящий год в ювелирной индустрии прошел, можно сказать, под знаком ответственности, социальной и экологической. Примерно так переводится с английского звучавшее на всех главных выставках «sustainability». Впрочем, у слова есть и другие значения — стабильность, устойчивость, экологически безопасное и рассчитанное на долгосрочную перспективу развитие. И отголоски sustainability в уходящем году слышались постоянно — термины «этичное золото», «добыто и сделано с соблюдением социальных и этических норм», «искусственно выращенные бриллианты» прочно вошли в ювелирный обиход, а украшения стали восприниматься в том числе и с точки зрения их влияния на планету, на людей.

«Откуда ваше золото?» — спросила Ливия Ферт сопresidenta Chopard Каролину Шойфеле на вечеринке после церемонии вручения премии «Оскар» в 2012 году. Тогда ответить было сложно — металл из разных месторождений переплавляли и продавали единым слитком. Озадачивший госпожу Шойфеле вопрос подтолкнул марку уже в следующем году запустить программу «Путешествие к ответственной роскоши» (Journey to Sustainable Luxury). Более того, было обещано к 2018-му полностью перевести все ювелирно-часовое производство компании на «этичное золото». Обещание было выполнено. Надо сказать, к этому времени правила использования «этичных материалов» стали придерживаться и другие ювелиры (Pomellato, Bibi van der Velden, Ana Khouiri). Но лишь Chopard сумели выйти на принципиально новый уровень: если все остальные считали этику само собой разумеющимся качеством бизнеса, то Chopard о своем решении заявили громко (чего стоят одни только публичные встречи с участием кинозвезд, друзей



GRAFF LESEDI LA RONA ВЕСОМ В 302,37 КАРАТА СТАЛ САМЫМ КРУПНЫМ БРИЛЛИАНТОМ ВЫСОЧАЙШЕЙ ЧИСТОТЫ, КОГДА-ЛИБО СЕРТИФИЦИРОВАННЫМ GIA. А ТАКЖЕ САМЫМ КРУПНЫМ БРИЛЛИАНТОМ ОГРАНКИ «ИЗУМРУД» КВАДРАТНОЙ ФОРМЫ. ЧТОБЫ ИЗГОТОВИТЬ ЕГО ИЗ АЛМАЗА ВЕСОМ 1109 КАРАТ, СПЕЦИАЛИСТАМ GRAFF ПРИШЛОСЬ ТРУДИТЬСЯ 18 МЕСЯЦЕВ



ШВЕЙЦАРСКАЯ МАРКА CHOPARD ДОБАВИЛА К «ЭТИЧНОМУ ЗОЛОТУ» И БРИЛЛИАНТАМ ИЗУМРУДЫ, ХОТЯ ОНИ ПО-ПРЕЖНЕМУ МЕНЬШЕ, ЧЕМ ТЕ, ЧТО ИДУТ НА СОЗДАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ КЛАССИЧЕСКОГО ВЫСОКОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА. КОЛЬЕ RED CARPET COLLECTION, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, ИЗУМРУДЫ, БРИЛЛИАНТЫ

ИТАЛЬЯНСКИЙ МОДНЫЙ ДОМ GUCCI В ИЮНЕ ПРЕДСТАВИЛ СВОЮ ПЕРВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ ВЫСОКОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА В СОБСТВЕННОМ БУТИКЕ НА ВАНДОМСКОЙ ПЛОЩАДИ. БРАСЛЕТ NORTUS DELICIAE ETERNAL LOVE, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ И РАЗНОЦВЕТНЫЕ ДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ



бренда, Джулианны Мур и Колина Ферта, во время часовой выставки в Базеле!). Теперь самое время разобраться в том, что же кроется в деталях. Нужно различать два типа «этичного золота»: золото Fairmined — его добывают на небольших, часто семейных, шахтах, где легко обеспечить безопасную и ответственную работу; и золото Fairtrade — оно обеспечивает честную оплату труда всех участников процесса добычи. Chopard пытаются добиться сертификата Fairmined для большего количества шахт, чтобы процент «хороших» поставщиков на рынке увеличился. При этом надо понимать, что даже золото Fairmined несет риски для рабочих и причиняет вред окружающей среде, потому что добыча ископаемых изначально экологически отнюдь не благоприятный процесс. Сегодня индустрия пытается добиться прозрачности информации о происхождении материалов, сделать добычу безопаснее и энергоэффективнее, проявить заботу о сообществах людей, живущих вокруг месторождений, и о рабочих индустрии на всех стадиях производства, отчисляет крупные суммы с дохода от продажи на благотворительность. Шаг в сторону ответственности в этом году сделали и Tiffany & Co.: теперь в сертификате к каждому бриллианту больше 0,18 карата компания будет сообщать о стране его происхождения. Но ювелирное дело прочно связано с добычей драгоценных ископаемых. Чем более чистый бриллиант, тем глубже нужно копать, чтобы его достать. Сегодня, заду-

мываясь о последствиях процесса добычи, все больше дизайнеров находят красоту в бриллиантах, которые лежат выше, — камнях с сильными включениями и не идеальных. De Beers в прошлом году создали коллекцию Vulcan с неограниченными коричневыми, серыми и зелеными бриллиантами. На ювелирной выставке GemGeneve 2019 ювелир Cora Sheibani показала украшения с бриллиантами, которые светятся под лучами ультрафиолета, — это качество камней в традиционной ювелирной индустрии считается браком. Обеспокоенность последствиями добычи драгоценных камней подтолкнула задуматься над тем, как их вырастить. Лабораторные камни появились в 1950-х годах и использовались в промышленных целях. Но благодаря техническому прогрессу сегодня можно создавать бриллианты, почти неотличимые от натуральных. Вандомская площадь — последнее место, где ожидаешь встретить ювелира с искусственными камнями, но в этом году на июльской Неделе от-кутор именно на плас-Вандом представил свои новинки бренд Courbet — украшения из переработанного золота и с лабораторными бриллиантами, сертифицированными GIA. А ювелир Стивен Вебстер создал линию украшений из переработанного золота с лабораторными бриллиантами для Atelier Swarovski. Эти примеры убедительно показывают: ради идеи осознанного потребления не придется жертвовать дизайном — украшения с лабораторными и неидеальными камнями



TIFFANY & CO. ОБЕЩАЮТ К КАЖДОМУ БРИЛЛИАНТУ ВЕСОМ БОЛЕЕ 0,18 КАРАТА ПРИЛАГАТЬ СЕРТИФИКАТ О ЕГО ПРОИСХОЖДЕНИИ (И ПОМОЛВЧНЫЕ КОЛЬЦА НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ). КОЛЬЦО TIFFANY SOLESTE, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ

АМЕРИКАНСКИЙ ЮВЕЛИР ДЖЕЙМС ТАФФЕН ДЕ ЖИВАНШИ, СТОЯЩИЙ ЗА МАРКОЙ TAFFIN, — ОДИН ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ АВАНГАРДНЫХ ДИЗАЙНЕРОВ СОВРЕМЕННОСТИ. ИМЕННО ОН ПЕРВЫМ СТАЛ ИСПОЛЬЗОВАТЬ КЕРАМИКУ В ЮВЕЛИРНОМ ДИЗАЙНЕ. СЕРЬГИ, КЕРАМИКА, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, ИЗУМУРДЫ



могут выглядеть не менее роскошно, чем с натуральными. Впрочем, «бриллиантовые короли» продолжают отстаивать красоту природных камней, проявляя ответственность по-своему. Так, Graff Diamonds разделили алмаз Lesedi La Rona весом 1109 карат на шесть десятков бриллиантов помимо центрального, в 302 карата, что можно рассматривать как шанс для большего числа людей приобщиться к истории одного из крупнейших и чистейших алмазов в истории. А Harry Winston переделали знаменитый исторический изумруд Rockefeller весом 18,04 карата в современное коктейльное кольцо. И бриллиантами дело не ограничивается. В коллекции Chopard Green Carpet в 2019 году появились «этичные изумруды». Тут-то и стали очевидны трудности дальнейшего «ответственного путешествия». На сегодня только компания Gemfields, благодаря владению 75% акций изумрудного месторождения Кагем в Замбии и рубинового Монтепуэз в Мозамбике, может обеспечивать постоянные поставки высокого качества ювелирам, обеспокоенным происхождением своих камней. В том числе Chopard. При этом Gemfields заботится о местном сообществе, по минимуму используют динамит, поддерживают программы по восстановлению лесов в местах добычи и не забывают рассказывать об этом. Но доля таких камней относительно всех ежегодно добываемых на планете не составляет и 10%. Институт геммологии

Danat в Бахрейне активно собирает образцы цветных драгоценных камней по всему миру. Его специалисты бывают в самых отдаленных шахтах и знают процесс добычи в прямом смысле слова изнутри. По их видеоотчетам в YouTube видно, в каких условиях добывают камни (в числе прочего они пытаются показать, что гарантия этичности цветных камней, Gemfields, — «хорошее» исключение из общего правила). Остановившись ювелиры не намерены: они все чаще используют нетрадиционные материалы для украшений и камни, которые принято называть поделочными. Французы Messika сделали колье с деревом зирикот из Центральной и Северной Америки для коллекции высокого ювелирного искусства Born To Be Wild. Голландка Bibi van der Velden работает с бивнем мамонта возрастом 60 тыс. лет, которого становится все больше из-за таяния ледников в Сибири, — и никто из животных при этом не страдает. Еще одно решение: вместо слоновой кости бразильская марка Fernando Jorge наряду с бриллиантами использует материал, популярный в их стране, — экзотический орех тагуа. Итальянцы Fabio Salini создают украшения из карбона с цветными драгоценными камнями, а американцы Taffin — керамику. Немцы Hemmerle ставят в современные украшения резные древнеегипетские артефакты из бирюзы. Но апофеозом смещения понятий о допустимых и недопустимых материалах в высоком ювелирном искусстве стала коллекция Cartier Magnitude. Пути-



ДОМ CARTIER ОДНИМ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ КОЛЛЕКЦИИ ВЫСОКОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА СДЕЛАЛ МАТРИЧНЫЙ ОПАЛ, РАНЕЕ СЧИТАВШИЙСЯ НЕПРИГОДНЫМ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО ДЕЛА. КОЛЬЦО ZEMIA, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, МАТРИЧНЫЙ ОПАЛ, ГРАНАТЫ, САПФИРЫ, БРИЛЛИАНТЫ



КОЛЛЕКЦИЯ MESSIKA ПОСВЯЩЕНА АМЕРИКАНСКИМ ПУСТЫНЯМ И НАЗЫВАЕТСЯ BORN TO BE WILD, ПОЭТОМУ ОСНОВНЫМ МАТЕРИАЛОМ ДЛЯ КОЛЬЕ BLACK HAWK ВЫБРАЛИ ЭКЗОТИЧЕСКОЕ ДЕРЕВО ЗИРИКОТ, РАСТУЩЕЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО НА ТЕРРИТОРИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АМЕРИКИ

ловый кварц («волосатик»), матричный опал, лазурит удостоились центрального места в массивных колье, серьгах и браслетах рядом с редчайшими желтыми и идеально прозрачными бриллиантами. Поделочные камни перестали считаться примитивным материалом. Красоту малахита, лазурита, карнелиана, сердолика в этом году могли оценить клиенты Boucheron, Piaget, Van Cleef & Arpels. А пока ювелирные бренды разбираются, как быть с ответственностью и этичностью, собственные ювелирные линии запускают модные дома. В этом году к Chanel, Dior, Louis Vuitton, Hermes и Dolce & Gabbana, уже успевшим продемонстрировать, что публике интересны драгоценности, сделанные дизайнерскими брендами, присоединились и другие законодатели моды. В апреле украшения в духе ар-деко с бриллиантами, рубинами и сапфирами показали Giorgio Armani Prive. Свою fine jewelry сделали Prada и Brunello Cucinelli. Вместо того чтобы предлагать клиентам дополнить образ украшениями престижной ювелирной марки, модные дома ставят на силу бренда и создают собственные, рассчитывая на самых лояльных клиентов. Действительно, вместо того, чтобы потратить £420 на пару серег Gucci из искусственного жемчуга или £1,9 тыс. на крупные серьги с кристаллами, почему бы не добавить еще немного, до £2,4 тыс., и не приобрести пару серег из золота с бриллиантами? Выйдет дешевле дизайнерской сумки, логотип стоит и хорошо виден, да и золото со временем не тускнеет.

Видимо, так или примерно так рассуждали в Gucci, когда на июльской Неделе откутур в Париже показали свою первую коллекцию высокого ювелирного искусства и открыли двери собственного бутика на Вандомской площади, продемонстрировав тем самым всю серьезность намерений покорить ювелирный мир. Но пока выдержать конкуренцию с экспертизой вандомских грандов удалось лишь Chanel и Dior. Chanel первыми основали ювелирный департамент в 1993 году, а четырьмя годами позже открыли бутик на Вандоме. В 1998-м под Виктуар де Кастеллан организовали ювелирное направление и Dior. Louis Vuitton запустили свою линию в 2009-м, а в этом году новый креативный директор Франческа Амфитеатроф, ранее работавшая в Tiffany, показала дебютную коллекцию высокого ювелирного искусства. И если веками для покупателей украшений были важны размер и качество камней, то на наших глазах все начинает меняться: молодое поколение интересуется прежде всего этикой и эстетикой. Именно для них, готовых выложить кругленькую сумму за интересный дизайн с использованием керамики, лабораторных бриллиантов и переработанного золота, за модный бренд и интересную историю, желающих знать, как звали шахтера, который добыл бриллиант, украсивший их помолвочное кольцо, и трудится ювелирная индустрия сегодня.

ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА

ИСКУССТВО ПЕРЕМЕЩЕНИЙ

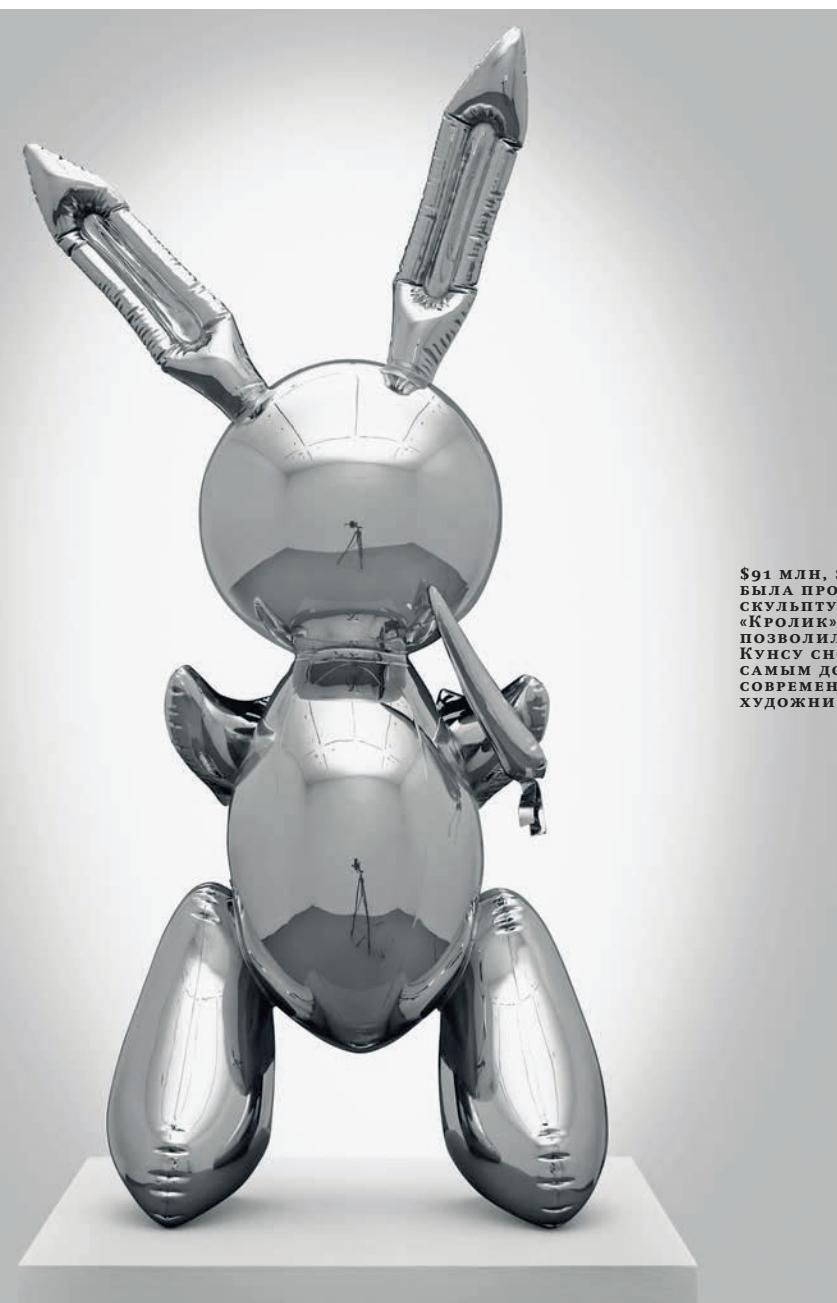
ИЗНАЧАЛЬНО SAVANNAH CENTER FOR CONTEMPORARY ART ЗАДУМЫВАЛСЯ ХУДОЖНИКОМ ИЗ ГАНЫ ИБРАГИМОМ МАГАМОЙ КАК МАСТЕРСКАЯ, НО ВСКОРЕ МАГАМА ПОНЯЛ, ЧТО ПРОСТРАНСТВО ДОЛЖНО ВЫПОЛНЯТЬ И СОЦИАЛЬНУЮ ФУНКЦИЮ — ТАК ЗДЕСЬ СТАЛИ ПРОВОДИТЬ ВЫСТАВКИ ХУДОЖНИКОВ И РАБОТАТЬ С МЕСТНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ



ТЕРЕЗА МАВИКА НАЗНАЧЕНА КОМИССАРОМ ПАВИЛЬОНА РФ НА ВЕНЕЦИАНСКОЙ БИЕННАЛЕ ДО 2021 ГОДА ВКЛЮЧИТЕЛЬНО. НА ЭТОМ ПОСТУ ОНА ДОСРОЧНО СМЕНИЛА СЕМЕНА МИХАЙЛОВСКОГО

с Винвудом район Аллапатта. Важным культурным и в некотором роде политическим событием года стало открытие филиала Центра Помпиду в Шанхае — Center Pompidou X West Bund Museum Project. Район Уэст-Бунд, где с ноября разместилась новая институция, известен как арт-ориентированный: именно здесь ежегодно проходит одноименная ярмарка современного искусства West Bund, расположены влиятельные частные музеи — Long, Yuz и новый Tank, перестроенный из бывших нефтехранилищ, а также два десятка передовых галерей. Всего на развитие района West Bund Group потратит \$3 млрд. Открывать китайский филиал Центра Помпиду приезжал французский президент Эмманюэль Макрон. Всего парижский музей передал для временной экспозиции на ближайшие пять лет сотню произведений из своей коллекции. Правда, без скандала перед открытием не обошлось: пять художественных работ подверглись цензуре и были запрещены к показу.

Еще одно важное открытие в арт-мире прошло почти незамеченным, возможно, в силу своей удаленности от главных денежных направлений. Весной этого года художник родом из Ганы, многократный участник Венецианской биеннале Ибрагим Магама открыл после пятилетнего строительства Savannah Center for Contemporary Art в родном Тамале. Этот центр не только планирует проведение выставок как уже опытных, но мало известных за пределами своей страны художников, так и молодых талантов из региона — здесь же проводятся образовательные программы в области искусства для детей и взрослых. Как отметил художник в интервью «Б», все средства на строительство и поддержание центра он выделял с продажи своих работ (его представляет влиятельная международная галерея White Cube); государство и местные бизнесмены Ибрагиму не помогли, поэтому строительство затянулось. Аукционные торги в уходящем году принесли новый мировой рекорд на цену произведения современного искусства. Самым дорогим художником с мая 2019-го снова стал Джефф Кунс — его скульптура из полированной стали «Кролик» (1986), происходящая из коллекции недавно умершего медиамагната Сая Ньюхауса, ушла на Christie's за \$91 млн. Картина Дэвида Хокни «Портрет художника (Бассейн с двумя фигурами)», проданная тем же аукционным домом за \$90,3 млн, продержалась на вершине всего пять месяцев. Напомним, что до Хокни с 2013 года самым дорогим произведением современного искусства, проданным на аукционе, оставалась скульптура



\$91 млн, за которые была продана скульптура «Кролик» 1986 года, позволили Джеффу Кунсу снова стать самым дорогим современным художником

ПРЕДОСТАВЛЕНО CHRISTIE'S

Этот год во всем мире стал своеобразной репетицией больших открытий следующего. В Нью-Йорке в новые пространства переезжают так называемые меггалереи — ежегодный оборот каждой из них составляет не менее \$500 млн. Первой стала Раса, основанная в 1960 году Арнольдом Глимчером. Последние 40 лет ее главное американское подразделение занимало несколько этажей в здании эпохи ар-деко на 57-й улице. Нынешний президент и генеральный директор галерей, сын Арнольда Марк Глимчер, считал те пространства, в которых он, по сути, провел все свое детство, старомодными и чрезвычайно их недолюбливал. Его главный проект последних лет — объединение всех площадок в Нью-Йорке под одной, новой крышей — был реализован в сентябре. С тех пор Раса занимает огромное, спроектированное Bonetti / Kozerski Architecture восьмиэтажное здание. Помимо привычных выставочных площадей здесь предусмотрено место и для сложных перформативных постановок. При этом земля под зданием галереи (строительство, заметим, обошлось больше чем в \$100 млн) не принадлежит Раса — договор аренды подписан на ближайшие 20 лет. Переформатировала свое пространство и одна из главных американских частных коллекций — принадлежащая семье Рубелл. Собирали искусство они начали в середине 1960-х годов, в начале 1990-х перебрались из Нью-Йорка в Майами. Там же в тогда еще немодном — одни здания складов — районе Винвуд открыли первое пространство, где стали показывать не только собранное десятилетиями, но и свежие приобретения. The Rubell Family Collection превратилась за эти годы в культовое место, обязательный пункт программы для тех, кто приезжал в город. В начале декабря разросшаяся до 7,2 тыс. единиц коллекция стала полноценным частным музеем — The Rubell Museum — и переехала в новое здание в соседний



НА ПЕРВОЙ ВЫСТАВКЕ в THE RUBELL MUSEUM в МАЙАМИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВСЕ ГЛАВНЫЕ ИМЕНА СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА. ЕСТЬ СРЕДИ НИХ И СИНДИ ШЕРМАН (ЕЕ РАБОТА НА ФОТО)

«НАТЮРМОРТ С СИРЕНЬЮ» ПЕТРОВА-ВОДКИНА ИЗНАЧАЛЬНО СЧИТАЛСЯ ТОП-ЛОТОМ, ПРОШЕДШИХ В ИЮНЕ В ЛОНДОНЕ. И ОЖИДАЕМО ПЕРЕШЕЛ ВЕРХНЮЮ ГРАНИЦУ ЭСТИМЕЙТА, ПОСТАВИВ РЕКОРД — £9,3 МЛН

Кунса в виде оранжевой собаки из «надутых» шаров-сосисок — она была оценена в \$58,4 млн. Отметим, что цена молотка для «Кролика» и «Портрета художника» одинакова и составляет \$80 млн. Но первый получил возможность стать самым дорогим произведением благодаря тому, что Christie's пересмотрели политику комиссий. В июне был поставлен рекорд и на произведение русского искусства, проданного во время русских торгов в Лондоне. Рекордсменом стала картина Петрова-Водкина «Натюрморт с сиренью» (1928), участвовавшая в Венецианской биеннале 1932 года и с тех пор находившаяся в коллекции Джованни Шейвиллера. Аукционистам того же дома удалось продать ее за £9,3 млн, притом что верхняя граница эстимейта была установлена на уровне £1,5 млн. Важным событием российской культурной жизни стала 5-я Уральская индустриальная биеннале, проходившая

в Екатеринбурге и окрестностях с середины сентября по 1 декабря. Одной из площадок основного проекта (тема — «Бессмертие») был действующий завод, принадлежащий ГК «Ростех». Куратором проекта выступила Шаоюй Вэн (Музей Гугенхайма), все его площадки посетило около 115 тыс. человек, что на 10 тыс. больше, чем два года назад. Одним из печальных событий оказалось закрытие в середине года Института русского реалистического искусства, появившегося на карте Москвы в декабре 2011-го при поддержке Алексея Ананьева. Конец года принес важные новости о том, как в ближайшие десять лет будет функционировать павильон Российской Федерации на Венецианской биеннале. Согласно указу Министерства культуры, его комиссаром до 2021 года включительно назначена Тереза Мавика, она же исполняет роль генерального директора частного фонда V-A-C, принадлежащего Леониду Михель-

сону. В тендере на стратегическое управление павильоном победило консалтинговое объединение Smart Art, основанное Анастасией Карнеевой и Екатериной Винокуровой. В начале декабря было объявлено о планах новой команды на ближайшую, Архитектурную биеннале, которая откроется в середине 2020-го. Куратором проекта стал архитектор, урбанист, куратор, преподаватель Королевского колледжа искусств в Лондоне, сокуратор Европейской биеннале современного искусства Manifesta 12 Ипполито Пестеллини Лапарелли. В рамках подготовки проекта к Венецианской архитектурной биеннале 2020 года компания Smart Art проведет открытый конкурс среди молодых российских архитекторов и представителей междисциплинарных коллективов на работы над реконструкцией павильона. В феврале определится победитель, который под руководством Ипполито продолжит работу в Венеции.

АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ, АННА МИНАКОВА



НОВОЕ ВОСЬМИЭТАЖНОЕ ЗДАНИЕ В НЬЮ-ЙОРКСКОМ ЧЕЛСИ ПОЗВОЛИЛО РАСЕ ОФИЦИАЛЬНО СТАТЬ САМОЙ БОЛЬШОЙ ПО ПЛОЩАДИ ЧАСТНОЙ ГАЛЕРЕЕЙ В МИРЕ



ЕВГЕНИЙ ЯБЛОНСКИЙ



SIMON MENGES

ВПЕРВЫЕ ОСНОВНОЙ ПРОЕКТ УРАЛЬСКОЙ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ БИЕННАЛЕ БЫЛ ПРОВЕДЕН НА ДЕЙСТВУЮЩЕМ ЗАВОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГА

КИТАЙСКИЙ ФИЛИАЛ ЦЕНТРА ПОМПИДУ В ШАНХАЕ БЫЛ ОТКРЫТ В НОЯБРЕ — И СТАЛ ОДНИМ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ В НОВОМ АРТ-РАЙОНЕ УЭСТ-БУНД

ГАЛЕРЕЯ ВМЕСТО ШОУРУМА

Все, кто интересуется дизайном, знают: интерьерная мода обычно немного запаздывает, то есть на полшага отстает от трендов, анонсируемых на подиумах. Мебельщики подхватывают самые актуальные цветовые сочетания, фактуры и материалы, улавливают настроения стритстайла спустя полгода или даже год. Но в 2019-м все пошло по иному сценарию. И на это есть несколько причин. Во-первых, сегодня новости распространяются молниеносно — одной ленты Instagram достаточно, чтобы отследить все новинки Миланского мебельного салона или Design Miami. Поэтому стоит тренду зародиться, он тут же начинает жить своей интернет-жизнью, и в первую очередь благодаря декораторам и дизайнерам интерьера. Это тот случай, когда принцип «Все — в дом!» работает отлично. Во-вторых, и сами дизайнеры взяли курс на сближение: они, в свою очередь, все активнее развивают home-линии. Gucci, Versace, Fendi, Etro, Hermes — каждый модный дом не просто расширил свои интерьерные коллекции, но пригласил действительно лучших из лучших поучаствовать в процессе. Так, среди авторов коллекции Louis Vuitton Objets Nomades в этом году оказались Nendo, Barber & Osgerby, Патрисия Уркиола, Марсель Вандерс, Raw Edges, Индия Мадави, а также Atelier Biagetti и Zanellato/Bortotto. О контракте со многими из них мечтают и ведущие мебельные компании. Наконец, в-третьих, значимость глобальных проблем — вроде экологической — вышла

на первый план. Сегодня задумываться о том, можно ли экологически безопасно переработать то, что ты придумал, уже не просто мода, а необходимость, о которой помнят все — и дизайнеры интерьера не исключение. В этом году на Миланском салоне впервые показали стул, созданный при помощи искусственного интеллекта и выполненный с экономией материала, — с инициативой выступила компания Kartell, которая одной из первых попадает под санкции, накладывающие ограничения на использование пластика. Филипп Старк, участвовавший в разработке модели, не первый год поднимает тему экологии. Его портфолио недавно пополнилось и диваном в обивке из экокожи, сделанной для Casina из яблочной кожуры. «Каждый год ставки растут, и мы должны делать что-то быстро и сообща», — объясняет дизайнер. — Я начал с себя и вам советую! Это касается и экономии электроэнергии — мы с женой живем в сборном доме с рекордно низким энергопотреблением, с ветрогенераторами и солнечными батареями на крыше. Осознанность выражается и в выборе строительных материалов, и в подборе мебели, и в количестве покупаемых и выбрасываемых вещей. Будущее — в самоограничении. Чтобы люди поняли это, нужно больше образовательных площадок». Просветительская функция легла на мебельные салоны. Интерьерные шоурумы перестали быть просто местом для нескучного шопинга — их все чаще оформляют

БЕЗУСЛОВНЫЙ ПРОРЫВ ГОДА — ПЕРВЫЙ СТУЛ, СОЗДАННЫЙ ПРИ УЧАСТИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА КОМПАНИЕЙ KARTELL. ПРОЦЕССОМ ДИРИЖИРОВАЛ ФИЛИПП СТАРК



ПРИЗ «САМОЕ УЮТНОЕ КРЕСЛО ГОДА» ДОСТАЕТСЯ DAYDREAM PAPA BEAR (ДИЗАЙН ПЬЕРА ИОВАНОВИЧА ДЛЯ R & COMPANY; ОБИВКА ИЗ ТКАНИ PIERRE FREY). ВЫШИВКА НА СПИНКЕ И СИДЕНЬЕ ИЗОБРАЖАЕТ ОБЪЯТЯ

ВАЗЫ МОДНЫХ СИЛУЭТОВ DECOUPAGE — ПРОЕКТ БРАТЬЕВ БУРУЛЛЕК ДЛЯ ШВЕЙЦАРСКОГО БРЕНДА VITRA. РУЧНАЯ РАБОТА. КЕРАМИКА, ГЛАЗУРЬ НЕЖНЫХ АКВАРЕЛЬНЫХ ОТТЕНКОВ



как арт-галереи или жилые пространства, где можно не только заказать себе новую кухню, но и выбрать книги по декору либо посетить мастер-класс. В интерьере, как правило, есть предметы коллекционного дизайна, выпущенные малыми тиражами, или произведения искусства. Продолжающий строить бутики для модных марок американский дизайнер и архитектор Питер Марино по-прежнему в этой области номер один, настоящий виртуоз сценографии.

Еще одна сфера, в которой сейчас происходят знаковые перемены, — дизайн-отели. «Я бы сказал, что это французская революция», — заявил архитектор Тристан Оэр, оформивший в этом году нашумевший — с интерьерами, созданными по мотивам монашеских келий, — Sinner в парижском Марэ. — В Париже зародился тренд, когда дизайн-отель помогает тебе пережить принципиально новый опыт: ты либо очутился на ферме посреди мегаполиса, как в Brach Филиппа Старка, либо видишь исповедальню в лобби, как у нас в Sinner. Это очень крутой experience. Просто красиво и комфортно — уже скучно! В оформлении ресторанов это тоже работает — чем необычнее, тем зрелищнее».

Нельзя обойти вниманием еще один громкий тренд — повсеместное возвращение к ремеслам. Традиционные техники и craft в самом широком смысле заполонили все ведущие дизайн-площадки. И как следствие, проникают в современные дома! Ручная работа гарантирует неповторимость вещи — а персонафикация, кажется,

все востребованнее в наш век засилья массового производства. Штучные изделия — будь то плетеное кресло, уникальная хрустальная ваза, глиняное кашпо, пусть и с отпечатками пальцев художника-керамиста, — рукотворность по-прежнему в цене. А самое интересное происходит на стыке новых технологий и крафта.

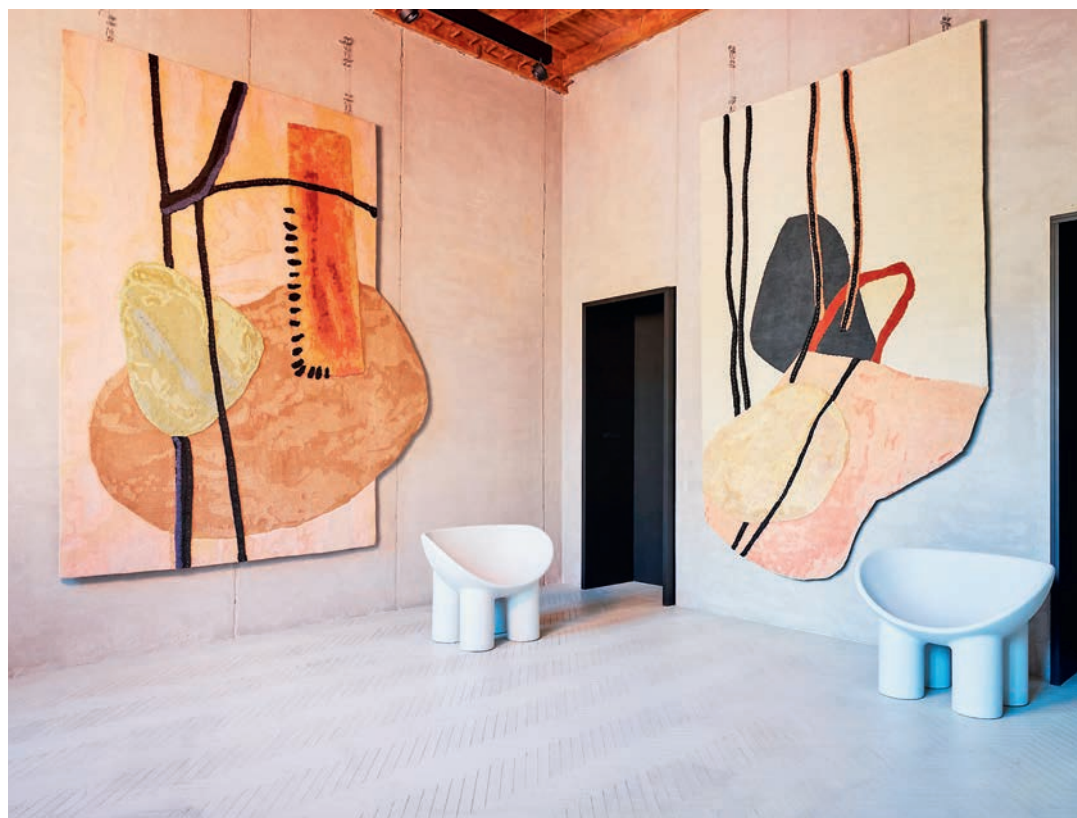
Елена Кананькина



Сервиз «Букет цветов Марка Шатала» от Bernardaud выпущен в 2019 году специально для России при участии Фонда Марка Шатала. В основе — семь работ художника, перенесенных на фарфор



LOUIS VUITTON



К работам британки Фэй Тугуд в этом году было приковано внимание не только мебельных, но и ковровых брендов — Тугуд выпустила линию Doodles для миланской марки SS-TAPIS. Все ковры Doodles украшают абстрактные мотивы, напоминающие художественные полотна

Совместные проекты Lalique — всегда событие. 2019 год отмечен сотрудничеством с дизайнером Ариком Леви. Результатом стала выпущенная ограниченным тиражом серия скульптур-тотемов весом 15 кг каждая. Монолитный цветной хрусталь Rock Stone 40

Пул дизайнеров, работающих над коллекцией Louis Vuitton Objets Nomades, регулярно пополняется громкими именами. Главным фаворитом прессы и публики в уходящем году стало кресло Bulbo, напоминающее тропический цветок. Работа братьев Фернандо и Умберто Кампана



Любитель эпатажа голландец Марсель Вандерс придумал для Baccarat коллекцию настольных игр Games: кости и шахматные фигуры выполнены из хрусталя

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ

Меньше чем за десять лет понимание того, что такое корпоративная благотворительность, меценатство, социальная ответственность, корпоративная защита, стало массовым, а для некоторых компаний — и вовсе святой обязанностью. Будь ты глобальная корпорация или маленькое предприятие, сегодня ты обязан ввести в свой лексикон слова *gесycle* («переработка») и *sustainable* («разработанный с учетом требований и норм экологии»), должен помнить о культурных различиях и помогать молодым художникам (нужное подчеркнуть). И люкс не исключение. Если раньше продавец роскоши

не стеснялся сообщать, что сжигает непроданный товар, чтобы не устраивать распродажу, то сейчас после такого заявления можно попрощаться с деловой репутацией.

Проект «Инициативы» развивается уже несколько лет — в свое время он стал первым на медиарынке. И уже второй год присуждается премия «Коммерсантъ. Инициативы» за главные достижения брендов, компаний и отдельных предпринимателей в области культуры, экологии, благотворительности и социальной ответственности. В этом году 21 журавль-оригами из чистого серебра,

созданный для премии российско-гонконгским брендом *Eric Jewellery*, мы вручили 21 ноября на исторической сцене московского театра «Современник». Среди лауреатов были такие гиганты, как ОМК, Procter & Gamble и KLM. Мы отметили личный вклад Рубена Варданяна, Марианны Сардаровой и Владислава Тетюхина. И конечно, наградили проекты люксовых брендов — те, что жюри «Коммерсанта» и наши читатели (а призы вручаются в том числе в категории «Выбор читателей») сочли самыми интересными и важными в 2019 году. Вот три лауреата премии.



ПРИЗ ПРЕМИИ «КОММЕРСАНТЪ. ИНИЦИАТИВЫ», СОЗДАНИЙ КОМПАНИЕЙ *ERIC JEWELLERY*



ОСНОВАТЕЛЬ ФОНДА И ГАЛЕРЕИ *RUARTS* МАРИАННА САРДАРОВА И СОУЧРЕДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «ГУМАНИТАРНАЯ ИНИЦИАТИВА «АВРОРА»» РУБЕН ВАРДАНИЯН

Социальная ответственность: Gucci

Намек на блекфейс (blackface), то есть оскорбительный для чернокожих театральный грим американских комиков 1840–1960-х, в товарах Prada, Kate Spade и Gucci усмотрели общественные активисты. Но если первые два бренда ограничились извинениями и снятием продукции с полок, то в Gucci решили не просто рассказать, что на создание водолазки-баллаклавы Алессандро Микеле вдохновил образ Ли Бауэри, а никак не оскорбительные шуточки белых над черными, но и изменить мир. Проект назвали Gucci Changemakers, и его география уже включает США и страны Африки (а скоро к нему присоединятся и азиатские государства). «Мода создана не для того, чтобы обижать народы или культуры. Где-то за неделю до этой истории (блекфейс-скандала. — «Коммерсантъ. СТИЛЬ») у нас было собрание в головном офисе. По иронии, мы как раз обсуждали разнообразие культур, инклюзивные программы. Мы задумали проект до этой ситуации, а она стала тем поворотным моментом, после которого мы должны были приступить к его реализации, получив тем самым еще и преимущество перед конкурентами», — рассказал глава Gucci Марко Бизцари на апрельском саммите Conde Nast в ЮАР.

Начало проекту положило создание комитета, в который вошли афроамериканцы, являющиеся сотрудниками и держателями акций компании, и тут заметную роль сыграл друг марки Дэппер Дэн. Следующим шагом стало расширение дизайн-отдела — на работу наняли представителей разных культур и рас, так планируют действовать и в других подразделениях. Одна из составляющих проекта образовательно-просветительская — дать сотрудникам знания о разных культурах. Также учредили гранты для молодых талантов из разных этнических и социальных групп на общую сумму \$1,5 млн, которые планируют выдавать ежегодно. Еще одна часть Gucci Changemakers — волонтерство: сотрудники отныне должны работать с местными этническими и культурными меньшинствами.



ДЭППЕР ДЭН И КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР GUCCI АЛЕССАНДРО МИКЕЛЕ С МОДЕЛЯМИ, СНИМАВШИМИСЯ ДЛЯ ПРОЕКТА GUCCI CHANGEMAKERS



FOUNDATION LOUIS VUITTON

Культура: Fondation Louis Vuitton

Группа LVMH и Бернар Арно лично в числе главных меценатов Франции. От идеи до появления фонда прошел не один год: строительство в Булонском лесу началось в 2008-м и длилось целых шесть лет. За архитектуру отвечал Фрэнк Гери. «Это самое сложное здание, которое я когда-либо строил», — говорил потом архитектор. Речь шла, видимо, и о сложности затеи (задумали здание-корабль), и о жестких условиях работ. Ведь в Булонском лесу строительство на новых территориях запрещено, и весь полет фантазии Гери должен был уместиться в габариты здания боулинга, на месте которого возводили фонд. Fondation Louis Vuitton, которому в уходящем году исполнилось пять лет, сразу стал куда большим, чем просто частный фонд. Выставку коллекции Шюкина в 2016–2017 годах посетило более 1,2 млн человек (экспозиция стала самой успешной во Франции за 50 лет).

ЗДАНИЕ FOUNDATION LOUIS VUITTON В ПАРИЖЕ, АРХИТЕКТОР ФРЭНК ГЕРИ



ADIDAS

КРОССОВКИ ADIDAS X PARLEY

Экология: Adidas

Выпуск одежды и аксессуаров из переработанного пластика становится трендом. Только в этом году Prada запустили проект Re-Nylon — фирменные нейлоновые сумки теперь будут выпускать из материала Econyl, который изготовлен посредством вторичной переработки и очистки пластикового океанического мусора, использованных рыболовных сетей, а также отходов производства текстильных волокон. Еще раньше Breitling представил модель Superocean Heritage Ocean Conserve, ремешок которой сделан из того же Econyl, а другой часовой бренд, Pan-

erai, запустил Submersible Oceans Saving. Ремешки модели выполнены из переработанного PET-пластика (на изготовление одного ремешка уходит три пластиковые бутылки), а корпус часов — из переработанного титана (EcoTitanium). И тремя названными перечень подобных проектов не ограничивается. Adidas был в числе пионеров такой переработки. Еще в 2015 году бренд объявил о создании прототипа напечатанных на 3D-принтере кроссовок с применением материалов из переработанного пластикового мусора, выловленного в Мировом океане. Партнером проекта тогда стала

природоохранная организация Parley for the Oceans. Кроссовки, спустя два года запущенные в продажу, были сделаны из переработанного пластика (11 бутылок уходит на верхнюю часть) и полиэстера, главным образом полученного в результате переработки отслуживших рыболовных сетей (нижняя часть). В июне, представляя новую модель кроссовок в коллекции Adidas X Parley, компания рассказала об успехах: к тому моменту уже было продано более 1 млн пар таких кроссовок. Действительно значительный вклад.

АННА МИНАКОВА, АЛЕКСАНДР ШУРЕНКОВ

ЗВЕЗДНЫЕ КУРСЫ



Одно из увлечений этого года — минералы группы кварца на службе красоты. Считается, что роллеры, гуаши, да и просто полированные аметист, кианит, горный хрусталь помогают избавиться от отеков и даже гармонизировать энергию

GUCCI НЕ ПРОСТО ВЕРНУЛИСЬ В КОСМЕТИЧЕСКИЙ МИР, ПЕРЕЗАПУСТИВ ЛИНИЮ ПОМАД, — ВАЖНО ТО, КАК ОНИ ЭТО СДЕЛАЛИ: «НЕСТАНДАРТНУЮ УЛЫБКУ» ОБСУЖДАЛИ ВСЕ. НУ А УЧАСТИЕ ИГГИ ПОПА В РЕКЛАМЕ ЛИНИИ ОДЕЖДЫ ПРОИЗВЕЛО НАСТОЯЩИЙ ФУРОР



QUARTZ

COURTESY OF GUCCI



СЕРВИС ПОВТОРНОГО ЗАПОЛНЕНИЯ ФЛАКОНОВ — ЯРКОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТРЕНДА. ТАК ПОСТУПАЮТ НА СТАНЦИИ MUGLER SOURCE REFILL

ПРЕДОСТАВЛЕНО MUGLER



GUCCI



МОДА НА КРИСТАЛЛЫ ПОЛУЧИЛА СВОЕ РАЗВИТИЕ — КОСМЕТИКУ, В СОСТАВЕ КОТОРОЙ ЕСТЬ МИНЕРАЛЫ, ВЫПУСТИЛИ СРАЗУ НЕКОЛЬКО МАРОК. В ЧАСТНОСТИ, SMASHBOX И DIOR



инливан. Апофеозом стала обложка британского Cosmopolitan с Джонатаном ван Нессом, американским актером, ведущим и парикмахером. Это первый мужчина, оказавшийся на обложке британского глянца за последние 35 лет. Средства макияжа, которые раньше имели исключительно четкую «женскую» направленность, теперь адресуются и мужчинам. Сегодня встретить парня с легким тональным кремом на лице и аккуратно причесанными бровями — уже норма. Ароматы тоже не привязывают к полу — так, парфюмер Франсис Кюркджян, признававшийся мне в интервью, что все эти условности ему кажутся излишними, в начале года дал старт новому направлению в парфюмерии — gender fluidity, — запустив пару ароматов Gentle Fluidity Silver и Gentle Fluidity Gold. Дизайнер Том Форд уже давно играет на этом поле, и его коллекция помад для мальчиков и девочек с говорящим названием Boys & Girls в уходящем году была встречена поклонниками на ура. Кроме макияжа у Форда вышла линия по уходу за кожей — средства придумывались для всех, вне зависимости от пола. Звездные бьюти-инициативы в 2019 году зашкаливали: свою популярность активно старались монетизировать как давно известные персоны, так и те, кто только начинает карьеру. Мы познакомились с коллекциями макияжа новичков отрасли Леди Гаги (Haus Laboratories), Виктории Бекхем (Victoria Beckham Beauty) и 15-летней Милли Бобби Браун — «Одиннадцатая» из сериала «Очень странные дела». Она выпустила линию косметики, которую назвала в честь своей бабушки Флоренс, — Florence by Mills. Дело своей семьи продолжила правнучка Эсте Лаудер 25-летняя актриса Даниэль Лаудер. Ее серия средств будет называться Act IV и поступит в продажу в январе 2020 года. В мае 2019-го Кайли Дженнер, которая уже известна своей успешной линией макияжа Kylie, объявила о запуске веганской линии средств по уходу за кожей Kylie Skin. Ждем появления косметики Bieber Beauty от модели Хейли Бибер (заявку на патент названия она подала еще в апреле — но пока дело на этом и остановилось). Запатентовали названия косметических линий «имени себя» Кендал Дженнер и Селена Гомез: марки Kendall, Kendall Jenner (в линию предположительно войдут средства по уходу за волосами, кремы для тела, блески для губ) и Selena Gomez пока просто заявлены, дата выпуска косметики еще не объявлена. И в России «звездный» тренд активно развивается. В этом году певица Вера Брежнева выпустила свою марку косметики Vega. Ее линия — это сияющие пудры-хайлайтеры для кожи, тушь, тени для век натуральных цветов, комфортные матовые блески для губ. Поговаривают о чрезмерной дороговизне средств, но на их качество пока никто не жаловался. Тина Канделаки сделала ставку на отечественные ингредиенты и бьет рекорды популярности своими средствами с калининградским янтарем — патчами и гелевыми масками для лица. Название марки пока мало кто может запомнить (Ansaligy), но факт остается фактом — средства активно покупают. Избыток косметики и ароматов в 2019 году стал почти критическим: всего выпускается столько, что легко запутаться. Но нас не оставляют одних перед столь трудным выбором — крупные концерны со-



«ЗВЕЗДНАЯ КОСМЕТИКА» — ОДНО ИЗ ВАЖНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ КОСМЕТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В 2019-М. HAUС LABORATORIES — МАРКА ПЕВИЦЫ ЛЕДИ ГАГИ



CHRISTIAN VERIG/GETTY IMAGES

ТЕНДЕНЦИЯ УХОДЯЩЕГО ГОДА — СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ЖЕМЧУЖНЫХ ЗАКОЛОК В ВОЛОСАХ

ВЕРА БРЕЖНЕВА ВЫПУСТИЛА СОВСЕТЕННУЮ ЛИНИЮ МАКИЯЖА



VERA

средоточились на разработке и выпуске программ и приложений, помогающих максимально кастомизировать продукцию, упростить выбор. Чтобы понять, какое средство вам нужно или какой оттенок краски для волос подойдет именно вам, скоро можно будет не вступать в долгие разговоры с консультантами, а общаться с программой. Так, концерн L'Oreal сделал большой шаг навстречу тем, кто предпочитает комфортное одиночество и не очень любит выносить на люди свои интимные потребности (да, для многих покупка косметики именно такова!), и разработал несколько крутых приложений — работает все это как часы пока только в Западной Европе и Америке, но выстроить логическую цепочку «клиент-приложение-заказ-доставка-клиент» обещают в скором времени и у нас. Этот технологический прорыв парадоксальным образом сосуществует с возвращением к истокам, простоте и природе. Все специалисты в голос твердят про концепцию slow life, про отказ от гаджетов и — использовании экологически чистой косметики, кристаллов. Последние стали притчей во языцех: с несложной процедуры прокатывания кварцевым роликом по лицу начинает свой день героиня Дженифер Энистон в сериале «Утреннее шоу» (к слову, номинированном на «Золотой глобус»), с кристаллом в руке фотографируется Виктория Бэкхем, внося таким образом в свою жизнь гармонию перед началом модного показа, «роллят» лицо известная сторонница ЗОЖ актриса Гвинет Пэлтроу и звезда «Друзей» Кортни Кокс. Самые известные новички отрасли в России — марка Quarz — сейчас активно развиваются не только благодаря внешней привлекательности роллеров, палочек из аметиста, кварца, кианита, горного хрусталя, авантюрина и яшмы, но и за счет популярности совладелицы бренда Полины Сохрановой, которая неустанно ведет просветительскую работу в своем Instagram. Все верят в силу натуральных камней, сохраняющих молодость и красоту. Экология в уходящем году стала темой номер один — косметические марки озаботились переработкой пластика, созданием безопасной упаковки, выпуском парфюмов в так называемых рефиллах. Cartier, Mugler стали флагманами этого движения: теперь за недешевым ароматом можно прийти со своим флаконом — его перезаполняют. По данным компании Mugler, новую жизнь получают 4 тыс. флаконов ежедневно (в 2017 году повторно было наполнено 1,2 млн флаконов). То есть люди не покупали еще одну стеклянную упаковку, тем самым внося свой вклад защиту окружающей среды. И последняя, очень симпатичная, на мой взгляд, тенденция — макияж из сериалов пошел в реальную жизнь. Я говорю о нашумевшей подростковой драме «Эйфория», звездами которой стали актриса Зендая и подиумная модель и художница Хантер Шеффер (кстати, трансгендерная женщина — в русле вышеописанной тенденции). Яркие стрелки, необычные стразы и в целом парадоксальные цветовые решения повсеместно копируются как профессиональными визажистами, так и любителями креативного макияжа. Российская марка Mixit пошла дальше — выпустив серию средств по уходу за кожей, украшенных логотипом сериала.

Ирина Кириенко



Улыбка от Кандинского

Стильный подарочный набор Wonder Map от производителя дентальной косметики класса люкс, британского бренда MontCarotte, включает гель «Платиновое сияние» для осветления эмали и зубные кисти Kandinsky и Malevich из линии Abstraction Brush Collection. В основе концепта — формы и цвета, характерные для творчества Каземира Малевича и Василия Кандинского. Особенность зубных кистей MontCarotte в том, что щетинки из высокотехнологичного полиамида идеально закруглены на конце. «Умная щетина» не впитывает влагу, устойчива к деформации и служит дольше обычной.



Мягкое решение

Французская дерматологическая лаборатория Bioderma запускает проект «Больше, чем просто забота о коже», адресованный взрослым и детям с atopическим дерматитом. Компания создала платформу для распространения информации об этом кожном заболевании на базе аккаунта в Instagram, где публикует советы дерматологов, диетологов и психологов. Специально для пациентов с atopическим дерматитом компания разработала линию косметики Bioderma Atoderm Intensive, которая, впрочем, прекрасно подойдет и для ухода за сухой или чувствительной кожей лица и тела.



Чайная церемония

С древних времен на Востоке знают, что чайные листья — богатейший источник антиоксидантов. Танины укрепляют капилляры. Кофеин активизирует сияние кожи. Минералы кальция, фтор, йод, натрий, медь, магний, золото, марганец и кремний нормализуют баланс кожи любого типа. Cosmética по уходу за кожей лица — это первая «чайная косметика», содержащая в своих формулах активные ингредиенты чая из регионов Кореи, Японии и Китая. Антивозрастная линия «Чай пуэр» активизирует омоложение, гарантирует ревитализацию, увлажнение, повышение эластичности и общую коррекцию возрастных изменений. А тонкая ольфакторная композиция напоминает изысканный парфюм.



МАРИНА И РЕНО БЮРНЬЕ, ОСНОВАТЕЛИ ВИНДЕЛЬЧЕСКОГО ДОМА «БЮРНЬЕ», С ДОЧЕРЬЮ АЛЕКСАНДРОЙ



ВНУТРЕННЕЕ ДЕЛО

Путешествия в наше время не просто становятся все популярнее: появляются новые направления, и речь тут не о географии — другого глобуса, как известно, нет. Право на жизнь доказал образовательный, гастрономический и событийный туризм. А самое интересное, как известно, происходит на стыке направлений.

В ноябре на французском «острове миллиардеров» Сен-Бартелеми проходил 6-й гастрономический фестиваль Saint Barth Gourmet. Участники мероприятия, прославляющего высокую французскую кухню, шеф-повара, обладатели как минимум одной мишленовской звезды (а чаще — двух-трех), в качестве сопровождения к дегустациям выбрали продукцию работающего в Краснодарском крае Виндельческого дома Бюрнье. «Высокая французская кухня и русское вино, вас это не смущает?» — поинтересовалась у знаменитых шефов совладелица предприятия Марина Бюрнье. «Нет, как раз наоборот. Это показатель того, что мы открыты миру и всегда готовим что-то особенное», — ответил один из мэтров.

«Как ни абсурдно, экспортировать наше вино долгое время нам было легче, чем продавать его в России», — продолжает Марина, занимающаяся развитием дома Бюрнье. — Русское вино до недавних пор оставалось самым недооцененным продуктом в стране». Соревноваться с ним мог, пожалуй, лишь внутренний туризм, продолжим мы: несмотря на все старания на самом высоком уровне, отдых в России был не слишком привлекателен для россиян. В ноябре 2019 года Москва получила приз в номинации «Лучшее туристическое направление. Город» на одной из самых престижных международных премий в туристической индустрии World Travel Awards, обойдя Лондон, Париж, Нью-Йорк, Лиссабон и Рио-де-Жанейро. Но, как известно, Москва — не вся Россия, к тому же эти двое друг другом традиционно не интересуются. Туристические поездки по России, как и отечественное вино, остаются продуктом

«на экспорт». Поезд «Россия» «Москва—Владивосток—Москва» (купе в одну сторону 21 тыс. руб.), проходящий самый длинный железнодорожный маршрут в мире, так же как его круизный аналог «Императорская Россия» (от £6055 за двухнедельный тур), вызывает интерес по большей части у иностранцев, но и их, судя по отзывам на TripAdvisor, иногда смущает соотношение цены и качества. Отправиться думать о жизни по пути Камино-де-Сантьяго дешевле, чем лететь медитировать на Алтай, а Камчатка с ее гейзерами остается по-прежнему труднодоступной для россиян, в первую очередь из-за цены.

А вот «внутреннее виноделие» медленно, но верно завоевывает рынок. Потомственный швейцарский винодел Рено Бюрнье оказался в России в конце 1990-х, природные условия для виноградарства на русском юге его настолько впечатлили, что в 2001 году под Анапой, в станице Натухаевской, была куплена земля и основано семейное предприятие. Виноградники Бюрнье находятся недалеко от шампанского гиганта Абрау-Дюрсо, где в конце XIX века разрабатывал метод производства игристого основоположник российского виноделия князь Лев Голицын, и появившихся уже в 2000-х новых русских винодельческих хозяйств. Центр винного туризма Абрау-Дюрсо, один из крупнейших в Европе, ежегодно посещают порядка 200 тыс. человек, кроме того, в Краснодарском крае развивают винный туризм еще два десятка небольших хозяйств, но гулять по виноградникам в Бордо для большинства российских путешественников все же привлекательнее, чем ехать с той же целью под Новороссийск. Федеральное агентство Ростуризм, цели которого схожи с задачами виноделов, привлекает российских путешественников в регионы, поддерживая событийный туризм и посвященную ему премию. В этом году для участия в конкурсе национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards 2019 было заявлено 683 проекта из 72 регионов страны. В фи-

нал, который проходил в ноябре в Самаре, вышли 200 проектов из 51 региона. Гран-при в номинации «Лучшее туристическое событие в сфере сельского и агротуризма» получил Международный турнир косарей, проходящий в городе Арти Свердловской области, «лучшим событием в области гастрономического туризма» стал муниципальный гастрономический фестиваль Конаковского района Тверской области «Верещагин СЫРФЕСТ», фестиваль русских колокольных звонов «Перед Спасом» в городе Тутаеве Ярославской области признали «лучшим туристическим событием в области культуры среди городов с населением до 100 тыс.», а состоявшийся в Пскове фестиваль XXXIX Международные Ганзейские дни Нового времени стал «лучшим туристическим событием в области культуры среди городов с населением свыше 100 тыс.». Трудно сказать, подтолкнули ли эти мероприятия к путешествиям по России, внутренние перелеты по которой по-прежнему остаются слишком дорогим удовольствием. И надежд на то, что авиаперевозчики начнут снижать стоимость билетов, пока нет. Виноделам уходящий год, напротив, открыл новые перспективы: все ждут закон о вине, который скоро у нас — наконец-то — появится. Согласно ему, производители должны будут указывать сорта и регион находящегося в бутылке напитка из винограда, а также ставить покупателей в известность, если «русское вино» таковым не является — состоит из импортного балка и представляет собой винный напиток. С принятием закона, который сделает содержимое бутылки очевидным, покупатель наконец перестанет сомневаться и попробует то, что, как говорят Рено и Марина Бюрнье, отражает «вкус русской земли», — вино из растущего лишь в России сорта Красностоп, типичный вкус которого раскрывается благодаря существующим условиям природным условиям. А там, глядишь, и появятся новые винные туры по России, ведь все составляющие для них уже есть.

ЛЮБОВЬ НЕВЕРОВСКАЯ





960 градусов

Курорт Красная Поляна и французский гостиничный оператор Accor открывают три новых отеля: Movenpick, Novotel и Ibis Styles. Все они расположатся на уровне Поляна 960 и будут присоединены к системе бронирования Accor. Movenpick в Красной Поляне станет первым в истории бренда отелем в горах. Конгресс-отель Novotel предоставит инфраструктуру для проведения крупных корпоративных мероприятий: крытый многофункциональный амфитеатр и несколько конференц-залов, оснащенных современным оборудованием, ресторан, рассчитанный на одновременный прием большого числа гостей. Ibis Styles оформлен в современном стиле и подойдет любителям активного отдыха: расположение отеля обеспечивает удобный доступ ко всей горной инфраструктуре, включая горнолыжные трассы разного уровня сложности, рестораны, веревочный парк приключений, комплекс трасс для скоростного спуска на горных велосипедах и экотропы для пешего туризма. Более того, в преддверии новогодних праздников курорт запускает зону Arpes ski (дословно: «После лыж») на уровне Поляна 960. Атмосфера вечеринки в Альпах, модная гастрономия с главными хитами итальянской, азиатской, американской и немецкой кухонь, ежедневные диджей-сеты, танцы, перформансы, гастрономические фестивали, эксклюзивные мероприятия со звездами — все это ждет гостей Arpes ski Красная Поляна с момента открытия и до окончания горнолыжного сезона весной 2020 года.

Удовольствия к вашему столу

Решив провести новогодний уикенд в Barvikha Hotel & Spa, можете не сомневаться: отличное настроение вам обеспечено. Каждый день будут проводиться праздничные мероприятия и игры для детей и взрослых: 1 января гостям предложат современный вариант викторины — «Квиз», а 2 января — развлекательную программу «Подмосковные вечера». За разнообразие гастрономических удовольствий отвечает бренд-шеф Mercury Давид Дессо, а за расслабляющие спа-процедуры — персонал Espace Vitalite Chenot. Прекрасным дополнением ко всему этому станет шопинг в бутиках Barvikha Luxury Village. Предложение включает новогодний ужин с открытым баром 31 декабря; поздний праздничный завтрак с 10:00 до 15:00 и ужин по сет-меню 1 января, а также продленный завтрак, ланч и ужин 2 января и продленный завтрак 3 января.



Привилегированный класс

Отель Ritz-Carlton Moscow представляет программу привилегий Privileges by The Ritz-Carlton. Участники могут воспользоваться гастрономическими предложениями в ресторанах O2 Lounge и The Ritz-Carlton Lounge & Bar, а также специальными условиями на проживание, услуги спа и проведение мероприятий. Участие в программе обеспечивает годовой доступ к посещению Клубной гостиной The Ritz-Carlton Club, а также специальные цены на услуги салона красоты Веры Шубич и на парковку, привилегии в отелях Восточной Европы, присоединившихся к программе Club Connoisseur. К услугам участников Privileges by The Ritz-Carlton отдельная служба консьержей и летняя терраса с видом на Красную площадь и Кремль. Самым взыскательным гостям команда экспертов поможет спланировать и воплотить в деталях торжественный гала-ужин, свадебную церемонию или небольшое камерное мероприятие.

Праздник 100 брендов

Много где есть своя «золотая миля», но только один городок в Европе сам в некотором смысле является таковой. Outletcity Metzingen расположен в 30 км к югу от Штутгарта и в двух часах езды от Мюнхена, Франкфурта и Цюриха. Ежегодно 3,5 млн посетителей со всего мира наслаждаются шопингом со скидкой до 70% в бутиках более чем 100 брендов классов люкс и премиум, таких как Bottega Veneta, Burberry, Dolce & Gabbana, Jimmy Choo, Max Mara, Prada. В праздничный сезон Outletcity Metzingen сияет новогодним декором и иллюминацией, особенно рождественский базар. И пока упаковывают покупки, здесь можно отвесть сахарную вафлю или выпить горячего глинтвейна. А в бутиках настроение поднимет широкий выбор платьев и костюмов для вечеринки, роскошной обуви и аксессуаров. В январе торжества продолжатся — посетители из стран, не входящих в Евросоюз, смогут получить tax free до 14,5%.

БЕЗ ВОЗРАСТНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Мы запомним 2019-й как год Греты — девочки, о которой знают теперь даже те, кого никогда не волновали вопросы экологии. И, как бы кто ни относился к идеям Греты Тунберг и к тому, как она их преподносит, 16-летняя шведская активистка стала самой молодой персоной года, по версии журнала Time, за почти 100-летнюю историю присуждения звания. Пока Грета, как умела, сражалась за справедливость, в детской вселенной росла толерантность. Набирает силу персональный подход к развитию ребенка: индивидуальное домашнее обучение и детские классы на дому перестали быть экзотикой, а отношение к детям с особенностями развития становится все более позитивным. Другая наметившаяся тенденция в образовании: растет популярность китайского языка — его все чаще выбирают сегодня в качестве одного из иностранных для изучения. И конечно, во многих сферах, от детского здравоохранения до игрушек, все большую роль играют технологии. Словом, год от года — и 2019-й не стал исключением — в детском мире, как и во взрослом, меняется почти все. И только искусство, как обещал Гиппократ, вечно. Хотя и оно, конечно, не стоит на месте. О том, какими детскими книгами, фильмами, постановками и (куда ж без них!) электронными игрушками запомнится уходящий год, — в нашем обзоре.



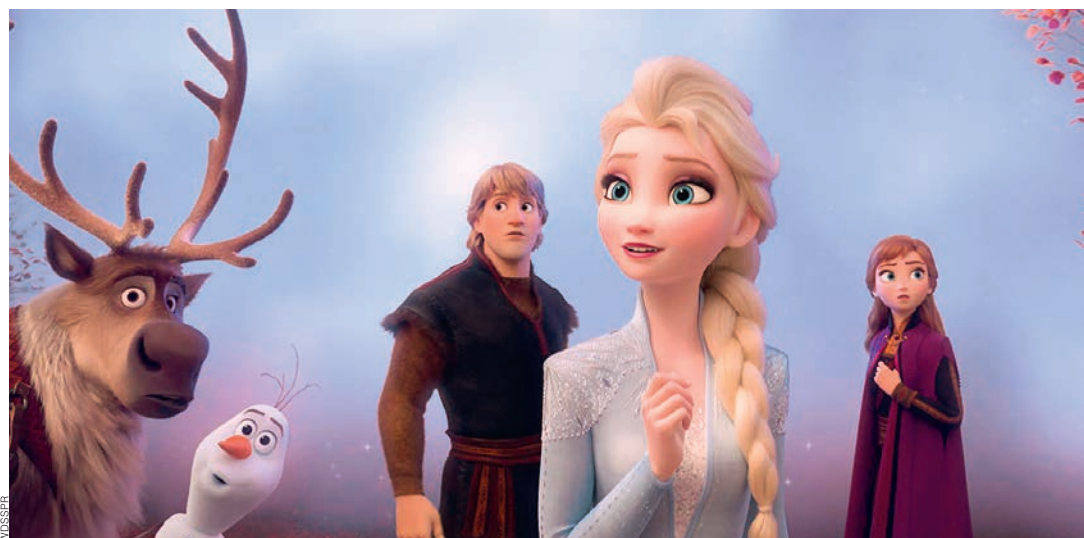
АКТИВИСТКА ГРЕТА ТУНБЕРГ НА КЛИМАТИЧЕСКОМ САММИТЕ В МАДРИДЕ, 6 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА

Показано к просмотру

Если говорить об анимации, 2019-й стал годом, в который вышло «Холодное сердце-2». Уверена, что многие если еще не видели его, то уж точно посмотрят в каникулы без всяких рекомендаций, поэтому сразу перейду к следующему пункту. В самом начале года к нам вернулась Мэри Поппинс в киномюзикле, который так и называется: «Мэри Поппинс возвращается» с Эмили Блант в главной роли. И это у нее вышло очень задорно. Потом любители кино следили за историей пса-потеряшки из кинофильма «Путь домой» (добрый, с хеппи-эндом, для детей от шести лет — идеальный). Далее последовали вполне милый «Астерикс и тайное зелье» и такой же симпатичный, но не более «Как приручить дракона-3», достаточно спорный с точки зрения наилучших рекомендаций, но невероятно эффектный «Король Лев», прелестное продолжение историй о компании овец «Овечка Шон», вторая часть «Малефисенты» (расколовшая мир надвое — какая из двух прекраснее) и совершенно очаровательный «Эверест». Последний — добрый, красивый, чудесный мультфильм о похищенном йети — полюбили все знакомые дети и их мамы.



ПРОДОЛЖЕНИЕ НАШУМЕВШЕЙ ЛЕНТЫ, ВЫШЕДШАЯ В 2019 ГОДУ «МАЛЕФИСЕНТА: ВЛАДЫЧИЦА ТЬМЫ», РАССКАЗЫВАЕТ О НОВЫХ ПОВОРОТАХ В ИСТОРИИ ЗАЩИТЫ ВОЛШЕБНОГО ЛЕСА И О СУЩЕСТВАХ, КОТОРЫЕ В НЕМ ОБИТАЮТ

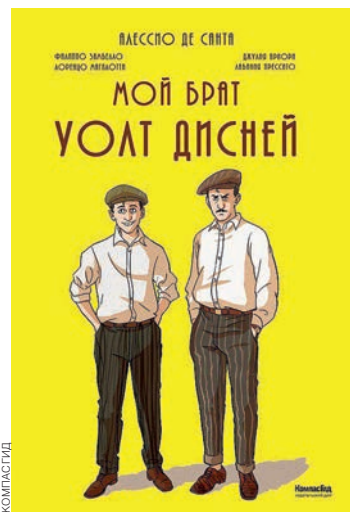


ТИЗЕР АНИМАЦИОННОГО ФИЛЬМА «ХОЛОДНОЕ СЕРДЦЕ 2» ЗА ПЕРВЫЕ СУТКИ НАБРАЛ РЕКОРДНЫЕ 116,4 МЛН ПРОСМОТРОВ

Вся жизнь — театр

Рассказ о заслуживающих внимания детских столичных театральных премьерах хочется начать... с Московской консерватории, которая в уходящем году провела целую серию показов мультфильмов Disney и Pixar в сопровождении симфонического оркестра. Тем, кто в детстве ходил с родителями или с бабушками-дедушками в консерваторию и часами скучал за статичным прослушиванием классики, 2019-й подарил просто отличную новость. Ведь еще недавно о том, что когда-нибудь в этом священном здании будут показывать мультфильмы, нельзя было и помыслить. А сейчас дети судовольствием идут на эти показы, более того, сюда приходят и взрослые — не только как «сопровождающие», но и без детей. Однако это, конечно, не заменяет собственно театр! Замечательный спектакль «Принцесса и Пьер» по пьесе Милены Байш уже несколько месяцев идет в «Театриуме на Серпуховке». Сюжет забавный: отличница и двоечник оказываются запертыми в одном туалете, выйти они не могут, делать им нечего, так что приходится начать общение. Спектакль длится чуть больше часа, на сцене всего два актера и множество мультимедийных эффектов. Сходите обязательно, только учтите, что не стоит брать детей младше 11 лет: они многого не поймут и заскучают. Еще одна неплохая премьера уходящего сезона для подростков — «Робин Гуд. Бал-

лада о любви» в Московском театре юного зрителя. Здесь мало внимания уделено благородству легендарного разбойника и много, в точном соответствии с названием, — его любовным похождениям, которые сопровождают баллады Высоцкого, написанные без малого полвека назад к фильму «Стрелы Робин Гуда» и звучащие в исполнении актеров театра. Спектакль получился острый, яркий, временами смешной. Очень надеемся, что с теплом и весной в РАМТ вернется спектакль «Зобеида», премьера которого состоялась прошедшим летом. Эта постановка интересна уже тем, что идет не на сцене, а во внутреннем дворе театра. Двор-колодезь становится декорациями к комедии дель арте Карло Гоцци, а звуки улицы толкают артистов на неожиданные, но очень характерные для дель арте экспромты. Это и есть самый настоящий живой театр и незабываемый опыт от встречи с ним. Рекомендуют для детей от 12 лет, но и в 10, на мой взгляд, будет любопытно. Малышам от четырех лет адресованы сразу два новых спектакля в «Домике Фанни Белл» — сказка-притча «Малыш Фьють» по одноименной книге Марио Рамоса о короле-тиране льве и отважном озорном птенчике и бесприотышный хит Свена Нурдквиста «Рождество в домике Петсона».



К прочтению обязательны

Настоящая детская литература — та, которую с упоением читаешь в любом возрасте, поэтому наш хит-парад книг, вышедших для младших школьников в 2019 году, состоит из тех, от которых и родители не могут оторваться. Трогательная, добрая и глубокая история про случайно оказавшегося на необитаемом острове робота и его адаптационное очеловечивание уже хорошо знакома многим маленьким читателям. И какое же было счастье, когда летом вышло продолжение любимого «Дикого робота» — «Спасение дикого робота»! Про Марию Парр мы узнали благодаря ее бестселлеру «Вафельное сердце» еще несколько лет назад, а в этом году нам

посчастливилось прочесть на русском замечательную историю восьмилетней девочки Тони Глимердал в одноименной книге. Здесь все о том, какими разными бывают семьи и причины родственных взаимоотношений. А еще о том, как важно однажды услышать друг друга и простить. Третья отличная книга для всей семьи «Мой брат Уолт Дисней» Алесслио де Санты! О жизни гениального мультипликатора рассказывает, как и объявлено в названии, его брат Рой (к слову, если кто не знает, именно он создал корпорацию Disney) и делает это невероятно увлекательно. Никакого вымысла, зато факты рассказаны с юмором и поражают своей невероятностью.



Новогодний спектакль «Рождество в домике Петсона» театра «Домик Фанни Белл» для режиссера Елены Лавутиной и художника Веры Соколовой стал четвертым обращением к книгам Свена Нурдквиста



У героев спектакля «Принцесса и Пьер» в «Театриуме на Серпуховке» есть два дня, чтобы совершить путешествие в параллельный мир

Барби, София и Александр



В уходящем году мир отметил 60-летие легендарной Barbie. Кукла позиций не сдает, выглядит бодрячком и даже приобрела большую подвижность благодаря современным технологиям. Еще один привет из игрушечного прошлого, правда не столь отдаленного, — к нам вернулись тамагочи. Да-да, те самые на экранах электронных яиц (только теперь у них цветные дисплеи, гаджеты сообщаются друг с другом, а персонажей можно женить), и наши дети растят их с не меньшим воодушевлением, чем когда-то мы сами. Продолжая тему новейших технологий: появились подгузники с собственным приложением в телефоне, где показывается статус («сухо», «мокро», «очень мокро»), и детские стульчики, определяющие температуру тела ребенка. Американские ученые установили связь подростковой депрессии с уровнем калия и натрия в организме, так стала очевидна необходимость включения в рацион детей продуктов с повышенным содержанием этих веществ. «Амазон» запустил детскую серию электронных книг Kindle — теперь и «Дикого робота», и «Вафельное сердце» можно читать тут. Ну а самыми популярными именами в 2019 году стали София и Александр, которым, возможно, предстоит дружить с Ричардом Львом, Цезарем Огнеславом и Пересветом — такие имена тоже регистрировали в 2019-м сотрудники загсов.

Кристина Бас Гарсия



У «Тамагочи»-2019 дисплей цветной, хотя более 20 лет самой популярной из четырех десятков моделей оставалась игрушка с монохромным экраном



Mercury

ИСКУССТВО СОЗДАВАТЬ ЛУЧШЕЕ

Бутики Mercury

Москва: отель «Метрополь», Театральный проезд, 2
ЦУМ; Барвиха Luxury Village

тел. 8 800 700 0 800

WWW.MERCURY.RU/MERCURY

 [mercuryjewellery](https://www.instagram.com/mercuryjewellery)



Наведите камеру
вашего смартфона
на QR-код