

Review

Стиль СПб

Весна

Четверг, 12 апреля 2012 №65

(№4849 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–44

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Рег. №01243 22 декабря 1997 года.

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

ПАРТНЕР ВЫПУСКА



Галерея Михайлов
русское ювелирное искусство

РЕКЛАМА



Бреге – великий изобретатель. Изобретение спирали Breguet, 1795

Спираль задает ритм и является ключевым элементом регулировки точности хода часового механизма. Оснащенная рядом запатентованных изобретений, в частности турбийоном и балансом из титана, модель Tradition** 7047PT с турбийоном с фюзеей сочетает преимущества концевой кривой спирали Breguet, созданной в 1795 году, с уникальными физическими свойствами кремния, устойчивого к воздействию магнитных полей. Продолжение следует...



МОСКВА - УЛ. ПЕТРОВКА, 16 - ТЕЛ.: +7 495 636 13 57
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ - УЛ. Б. КОНЮШЕННАЯ, 13 - ТЕЛ.: +7 812 314 44 42




Breguet
Depuis 1775*





ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР REVIEW
«СТИЛЬ СПб. ВЕСНА»

Сезон событий

Весна в Петербурге обычно поздняя и затяжная. Есть время ждать и надеяться, что солнце все-таки появится, листья распустятся и цветы зацветут. В такой неяркий период особенно хочется красок и новых впечатлений, которые только и спасают от весеннего авитаминоза.

Этой весной в городе происходит и еще будет происходить немало заметных событий: один за другим открываются бутики, начинаются модные дефиле, а за ними — традиционные музыкальные фестивали.

В принципе, успеть можно везде, если, конечно, забыть о работе. Некоторым это вполне удастся. Во всяком случае, уже не первая ночь распродаж в Петербурге проходит весьма успешно. Если ночью заниматься шопингом, то весь день надо отдыхать — это понятно. Быть модным и попадать в тренд — уже само по себе не легкое занятие.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

МЫ В SWATCH GROUP ОБЪЕДИНЯЕМ УСИЛИЯ

Марк Хайек о Breguet, Blancpain и Jaquet Droz



АЛЕКСЕЙ ТИХОНОВ

Когда руководишь тремя марками, не стоит сближать их идеологию и продукты. Но объединяющий момент важен в исследованиях

Марк Хайек, внук харизматичного основателя Swatch Group Николая Георга Хайека, сын нынешнего председателя группы Найлы Хайек, вошел в империю, построенную его дедом, работая пиарщиком для Swatch и Certina в 1990-х годах. В Blancpain его пригласил тогдашний президент этой марки Жан-Клод Бивер. Говорят, с Бивером он подружился, тому способствовал разделяемый обоими интерес к хорошему вину. Марк Хайек возглавил компанию Blancpain сразу после того, как Бивер из нее ушел, а сейчас Марк возглавляет три самые престижные часовые марки из портфеля Swatch Group — Breguet, Blancpain и Jaquet Droz. В прошлом году ему исполнилось 40 лет, он увлекается автоспортом, haute cuisine и дайвингом. Собственно, увлечение дайвингом не только активизирует развитие коллекции дайверских часов Blancpain, но и помогает ему проводить презентации новинок Blancpain так, чтобы публике скучно не было. Последний пример — экстремальные дайверские часы X Fathoms, которые Марк представил публике, лично погрузившись в водолазном костюме на дно гигантского аквариума в «Дубай Молле».

— Хотелось бы услышать ваше мнение о синергии часовых марок в Swatch Group, например, в том, что касается технологий кремниевых деталей и стеклообразных сплавов Liquidmetal, которые активно развиваются фирмами Breguet и Omega, а теперь были применены в часах Blancpain X Fathoms.

— Это не вопрос исследований, проводимых одной маркой. У этих компаний нет собственных лабораторий, да и сил одной фирмы недостаточно для разработки и исследования новых материалов. Мы в Swatch Group объединяем усилия. Какая-то фирма может высказать желание рискнуть и первой применить новый материал, а затем этим смогут воспользоваться и другие фирмы, но в начале разработок все обязательно действуют объединенно. Например, мы решили, что по кремнию и сплавам Liquidmetal первыми будут Breguet и Omega. Omega как фирма, работающая в массовом сегменте, Breguet — в престижном сегменте. Двум эти маркам пришлось рискнуть, потратить силы на продвижение этих технологий. Компания Blancpain точно так же может поступить в будущем, с какими-то другими новыми материалами или технологиями. Мы скажем: «О'кей, на сей раз пусть с этим на рынок выходит Blancpain». Это взаимовыгодный обмен, и в том, что раньше кремниевая спираль была у Breguet, а те-

перь у Blancpain, нет стремления копировать удачные ходы другой марки.

Важно понять, что в исследовании новых для часового дела материалов мы должны объединять силы, это слишком большая задача для одной марки. Кремниевая технология не собственность Breguet, результатами пользуются другие марки нашей группы, да и не только нашей группы — например, Patek Philippe. Иногда приходится говорить другим маркам: «Давайте вместе проводить основные исследования», а уже дальше все будут делать, что захотят и что смогут. В конце концов, у всех получатся разные часы.

— Могла бы Blancpain помочь Breguet, которую вы также возглавляете, изготовить, например, дайверские часы, которых в настоящее время нет в коллекции Breguet?

— Не думаю, что это хорошая идея. У Breguet есть коллекция Marine, которая связывает эту марку с мореплаванием. Для Breguet это тема морская, тема яхт, хронометража, тема морских приключений. В коллекции Blancpain есть морская тема, но уже другая ее сторона — не яхты, а дайверские часы. Это здорово, когда, управляя этими двумя часовыми фирмами, я могу оставить все как есть. Мне нравится, что у Breguet есть часы, говорящие нам об океанах, романтике путешествий, а у Blancpain — другая тема. Когда руководишь этими двумя марками, не стоит их сближать, чтобы у обеих была одна и та же история... Я точно не буду этого делать. Слава богу, у них разные истории.

— Вы руководите также Jaquet Droz...

— Jaquet Droz — необычный случай. Это особое видение времени, это особая история, взять хотя бы автоматы, записывающие время. Jaquet Droz — особенная марка, касается это спортивных часов, высоких технологий, механизмов — она всегда должна создавать свою собственную интерпретацию. У нас есть множество интересных идей, но с новыми проектами никогда не знаешь, когда удастся их успешно завершить. Это не только вопрос денег, прежде всего нужно аккумулировать энергию работающих на марку людей. Поэтому я предпочитаю начинать с малого. Сейчас мы работаем над часами, которые будут связаны с историей Jaquet Droz, со старинными автоматами, в этом проекте есть нечто общее — на уровне стратегии — с тем, как мы в Blancpain делали X Fathoms. Не думаю, что удастся завершить проект в 2012 году, однако вы обязательно увидите новые часы Jaquet Droz в 2013 году.

Беседовал Алексей Кутковой
(«Ъ — Стиль. Часы», №1 (132), 16.02.2012)

Винтаж от Texier



В бутике Texier появилась коллекция аксессуаров — портфелей, сумок, портмоне — «весна-лето 2012». Французская компания продолжает праздновать свой 60-летний юбилей и представляет свою знаменитую коллекцию кожаных сумок Windzor. Эта коллекция создается уже несколькими поколениями дизайнеров с 1951 года, но в этом году, в честь юбилея, она возвращается уже в винтажном концепте. Дух линии: ретро, модернизированный за счет новых современных форм.

Все, что можно сказать о линии Windzor, в той же мере относится и к коллекции Collector. Формы Collector стилизованы под коллекции 1960 года. Кстати, при дублении кожи использовались исключительно растительные вещества.

Для этого сезона Texier разработал абсолютно новые формы, «поданные» в яркой, жизнерадостной цветовой гамме: это линии T and T, Mosaicc, T-Mono, Cancun, Cabourg, Pampa, Camargue, Gaia. Есть новинки и в мужском ассортименте: линии портфелей и сумок Smart, Messenger, Theo.

Ювелирные фантазии в жизнь



Теперь в ювелирных салонах «1829» есть возможность воплотить свои ювелирные фантазии и стать дизайнером, правда, только для своего собственного украшения. Для начала стоит выбрать бриллиант, обладающий определенными характеристиками, такими как каратность, огранка, цвет и т. д. А потом представить собственный эскиз. Конечно, изделия с бриллиантами могут быть сделаны не только по эскизу заказчика, но и по существующему образцу. Все изделия, изготовленные под заказ в салонах «1829», также имеют клеймо Государственной пробирной инспекции.

Петербургский Harrods

Недавно Петербургу вернули обновленный «Елисеевский», известный на весь мир гастрономом с вековыми традициями, богатым культурным наследием и обширным выбором уникальных товаров. Магазин с ретро-интерьером и эксклюзивной «начинкой» притягивает как культовое место, в этом уверен Руи Де Суза, генеральный менеджер Магазина купцов Елисеевых, до этого проработавший 13 лет на управляющей должности в легендарном лондонском универсаме Harrods.



Будущее гастронома Руи Де Суза связывает с высокими стандартами качества и обслуживания. Исключительный сервис и только эксклюзивные продукты: «Мы установили высочайшие стандарты, мы на порядок лучше подавляющего большинства торговых точек города в том, что касается ассортимента. Наши товары – это не просто еда, это концепция многомерности чувственных ощущений, это целая философия».

Магазин купцов Елисеевых противопоставлен масс-маркету: «Наши поставщики – это не актеры массовых рынков – мы очень щепетильны в выборе партнеров, - продолжает Руи Де Суза, - Предпочтение отдается, прежде всего, национальным производителям и поставщикам, конечно же, если речь не идет о каких-то оригинальных импортных товарах. На наши прилавки попадает все только самое свежее, натуральное и полезное».

По словам генерального менеджера магазина, каждая позиция ассортимента имеет «3D»-формат: вкус, аромат и текстура. Уникальные для всего города сыры, хамоны,



выпечка и алкоголь представляют собой гастрономические шедевры, сложные композиции тончайших вкусовых оттенков. «Ели-

сеевский» - это настоящая находка для гурмана, место скопления гастрономических изысков «с характером» и многомерной вкусовой структурой.

«Большой процент нашего ассортимента – традиционные продукты из других стран. Мы продаем не просто мясо или колбасы, а настоящие произведения искусства. Например, всемирно известный хамон Пата Негро (Pata Negra) или буквально «черная нога», который изготавливается из мяса свиней черной

иберийской породы, потомков диких свиней, обитающих на границе Испании и Португалии. Эти животные питаются исключительно экологически чистыми продуктами, и их уникальность в том, что они сохраняют большую массу жира, которая не скапливается целыми пластами, а проникает в мышечные волокна, в результате чего мясо приобретает глубокий и насыщенный вкус и буквально тает во рту».



Магазин купцов Елисеевых Невский пр., 56 Тел.: 456 66 66 www.kupetzelseevs.ru

Праздник Пасхи

Пасха в этом году наступает 15 апреля. Этот праздник не имеет постоянной даты, высчитывается по лунному календарю и начинается в первый воскресный день после полнолуния, наступившего после дня весеннего равноденствия.

Пасху в России отмечали всегда — даже в советские времена яйца красили луковой шелухой и другими натуральными средствами практически во всех семьях. Сегодня возвращается традиция дарить на Пасху подарки родным и близким. И тут лидируют ювелирные пасхальные яйца. В новом тренде — преподносить яйцеобразные предметы разного назначения.

Яйцо, как известно, символ обновления, новой жизни. Когда Мария Магдалина сказала Тиберию о том, что Иисус Христос воскрес, император только рассмеялся: "Это так же невозможно, как твоему белому яйцу превратиться в красное". Не успел Тиберий закончить фразу, как яйцо в руках Марии Магдалины стало совершенно красным».



1.



2.



3.



4.



5.



1. __Пасхальное яйцо, «Яхонт» — Дом Фаберже

2. __Свеча, **Lene Bjerre Design**

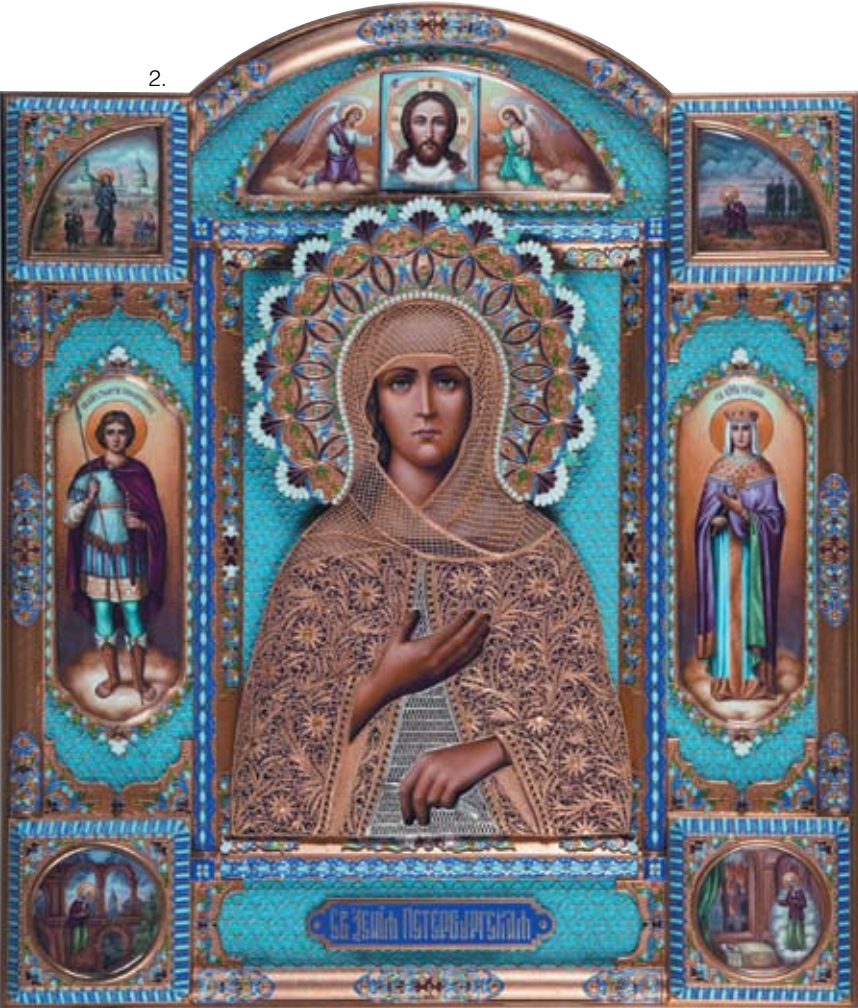
3. __Дозатор для жидкого мыла, **Lene Bjerre Design**

4. __Пасхальное яйцо «Крещение» с образом Пресвятой Богородицы Владимирской, «**Владимир Михайлов**»

5. __Пасхальное яйцо «Воскресение Христово», «**Владимир Михайлов**»



1.



2.



3.



4.



5.



6.

1. __Ангел-подвеска, **Lene Bjerre Design**
2. __Икона Святая Ксения Блаженная Петербургская, «Яхонт» — Дом Фаберже
3. __Свеча, подсвечник, **Lene Bjerre Design**
4. __Пасхальный ангел, «**Владимир Михайлов**»
5. __Пасхальное яйцо «Рождество Богоматери» с образом Божьей Матери «Неувядаемый цвет», «**Владимир Михайлов**»
6. __Пасхальное яйцо «Тайная вечеря», «**Владимир Михайлов**»

НЕСКУЧНЫЕ МАТЕРИИ

Сдержанность и строгий тон, которого держались дизайнеры в последнее время, уступили свои позиции. Тенденция минимализма сведена практически на нет. Новый весенне-летний сезон в моде несет в себе радость и удовольствие.

В моде отчетливо цитируются ранние 1960-е. Период, когда традиционная элегантность еще не была ниспровержена. Здесь важен и силуэт, и образ изящной дамы в туфлях-лодочках и в шляпке или с высокой прической, охваченной лентой. Силуэт платья прилегающий, топы и жакеты плотно охватывают талию, а длина юбки такова, чтобы целомудренно прикрыть колени. Для этих моделей характерно также использование графических рисунков (Armani).

Другая тема сезона — широкое цитирование моды «джазовых двадцатых». Прямоугольные или прямые платья с заниженной талией щедро разукрашены в стиле конца двадцатых годов прошлого столетия: контрастные геометрические

орнаменты, различные вставки из плиссированной, золотой, серебряной ткани... Руки от локтя до запястья украшены широкими браслетами.

Мода на 1920-е зацепила и мужскую одежду: в коллекциях появляются белые рубашки и характерные для того времени широкие белые брюки. Эту модную тенденцию называют в честь знаменитого стилиобразующего голливудского фильма 1976 года «Великий Гэтсби». Фотосессии на страницах глянцевого журналов то и дело заставляют вспомнить трагическую любовь всемогущего Джея Гэтсби (Роберт Редфорд) к неотразимой и безответственной Дэйзи (Миа Фэрроу).

Один из трендов сезона — щедрое использование орнаментов и цветочных принтов (в основном — размытые или стилизованные рисунки). Вышивки, аппликации и набивные ткани на цветочные темы дополняют букет. Кроме цветов, хороши фрукты-овощи, птицы, фигурки людей и животных, полосы, клетки. Этой весной предпочтение отдается пастель-

ным тонам, а среди насыщенных цветов — коралловый, сияющий синий и соседствующие друг с другом цвета апельсина и пчелиного воска. Оранжевый считается одним из самых важных цветов сезона. А наиболее отчетливо в этом сезоне звучит светлый синий цвет. Обложки весенних выпусков глянцевого журналов, выложенные в ряд, выглядят как дефиле голубых щенков. Наиболее насыщенный цвет в этой гамме — кобальт, есть и аквамарин, но предпочтительнее все оттенки голубого, до самых светлых и сияющих.

Цель, поставленная дизайнерами в этом сезоне — сделать одежду декоративной, — достигается и за счет фактуры материалов и их сочетаний. Плиссированная ткань употребляется в этом сезоне очень часто (юбки и платья Prada). Плиссированными могут быть и детали одежды. Перфорированные ткани тоже нередки, чаще их используют для наложения на другой материал, для создания двухслойной конструкции.

Из блестящих тканей, в основном серебряных, шьются короткие (коктейльные) и длинные (вечерние) платья и узкие брюки. Очень популярны аппликации на тканях: кроме тех, что мнимые, часто используются и настоящие, нередко — бархатные. Кстати, бархат привносит в ткань еще одно измерение.

Ткани в этом сезоне работают как «строительный материал». Сами по себе простые и фактурные, они сочетаются друг с другом в самых разных формах. Из них не просто выкладываются объемные детали (нередко воротники или баски). Из тканей сооружаются, строятся настоящие скульптурные объемы. Чего стоят хотя бы одни юбки (Burberry Prorsum)!

Юбка длиной до колен и с завышенной талией — один из базовых предметов гардероба в нынешнем сезоне. Такой крой позволяет носить укороченные топы и бра. То есть девушки снова получили разрешение показывать свой живот; но на этот раз выше, а не ниже талии.

Иван Тряпичкин



Agnes B, коллекция «осень-зима 2012–2013», Неделя моды в Париже, март 2012 года



Rasco Rabatte, коллекция «осень-зима 2012–2013», представленная на Неделе моды в Париже в марте этого года



Bernhard Willhelm, коллекция «осень-зима 2012–2013», Неделя моды в Париже, март 2012 года

Одежда

ЖЕНСКАЯ

X=ACT
MULTIBRAND BOUTIQUE

Бренд X=ACT существует на рынке Санкт-Петербурга с 1999 года, когда и распахнул свои двери первый мультибрендовый бутик на набережной реки Мойки, 61, в старинном особняке, в XIX веке принадлежавшем знаменитой домовладелице Марии Федоровне Руадзе. На сегодня в Северной столице существует сеть мультибрендов X=ACT, состоящая из трех магазинов и примыкающей к ним сети аутлетов Terminal. В бутиках X=ACT представлен уникальный для Санкт-Петербурга перечень мировых брендов одежды класса luxe, почитаемых по всему модному миру. Наряду с известными марками, X=ACT готов предложить клиентам демократичные коллекции брендов, принадлежащих к европейским интеллектуальным модным течениям. Главной отличительной чертой магазинов X=ACT является высококвалифицированный штат консультантов, способных не только помочь с выбором вещей, но и предложить совершенно новые подходы к интерпретации собственного имиджа.

- 01 ПЛАТЬЕ PIERRE BALMAIN, 48 595 РУБ.
- 02 ПЛАТЬЕ D.EXTERIOR, 20 995 РУБ.
- 03 ПЛАТЬЕ ICEBERG, 46 995 РУБ.
- 04 ПЛАТЬЕ SEVENTY, 17 895 РУБ.
- 05 ПЛАТЬЕ D.EXTERIOR, 22 195 РУБ.
- 06 ПЛАТЬЕ D.EXTERIOR, 24 195 РУБ.
- 07 ПЛАТЬЕ SEE BY CHLOE, 32 595 РУБ.
- 08 ПЛАТЬЕ LOVE MOSCHINO, 20 695 РУБ.

01	02	03	04
			
05	06	07	08
			

Сладкая жизнь

Как пишут создатели цветовой гаммы Pantone, в этом сезоне они собрали в ней «лепестки лаванды, серебристое облако и цветущую жимолость». Приглушенные и разбеленные оттенки голубого, желтого, сиреневого, розового и зеленого цвета: они, чтобы всем было понятно, ассоциируются прежде всего с карамелью, леденцами, мороженым, клубникой со сливками и прочими сладкими удовольствиями. Так что несмотря на некоторую заданную приторность, импульс они несут позитивный.

Эти модели восходят к началу 1960-х, к «предреволюционному» времени в моде. Бледные и неяркие цвета играют свою роль при составлении элегантного комплекта, чаще всего заканчивающегося легкой шляпкой. Преимущество пастельной гаммы заключается также в том, что все эти оттенки хорошо сочетаются друг с другом.

Сладкий пастельный образ ничем не нарушается, контраст в нем не работает, и ткань в этом случае тоже должна быть нежна. В большом фаворе по этому случаю оказались кружева и прозрачные материалы: шифон и блестящая органза.

Иван Тряпичкин



1. __Колье Nature Bijoux. Коллекция Algoa Bay, **Equip**
2. __Куртка-косуха женская из облегченной кожи Acne, **enSUITE**
3. __Босоножки Rupert Sanderson, «**Мистерия**»
4. __Рубашка женская шелковая Acne, **enSUITE**
5. __Платье шелковое с драпировкой Acne, **enSUITE**
6. __Сумка Victoria Beckham, «**День и ночь**»
7. __Туфли Pierre Hardy, «**День и ночь**»

Одежда

ЖЕНСКАЯ

ESCADA

Фирменный магазин ESCADA расположен по адресу Большой пр. П.С., 20. На двух этажах представлена полная коллекция нового сезона. Коллекция «весна-лето 2012» — это путешествие по Серенгети, национальному парку, расположенному в Танзании и Кении. Цвета пустыни — бамбуковый, янтарный, лотос и кактус — создают новую теплую палитру, в то время как в силуэте открываются квадратные формы, а блоки нежных цветов создают графический образ. Ключевыми стали простые платья с мягкими сдвигами и складками. Знаковые узкие брюки возвращаются в качестве ключевой формы в сочетании с укороченным жакетом или шелковой блузой. Модель, притягивающая взгляд, — комбинезон без рукавов, одновременно роскошный и практичный, подходящий к женственной и в то же время сдержанно сексуальной и сильной коллекции. Эта коллекция предлагает женщине в стиле ESCADA инновационный дизайн и роскошную чувственность от заката до рассвета.

Тел. (812) 232-47-76

01 ПЛАТЬЕ ВЕЧЕРНЕЕ 100% ШЕЛК, 233 802 РУБ.
02 ПЛАТЬЕ ПРИНТ «ОАЗИС» 100% ШЕЛК, 48 546 РУБ., ОЖЕРЕЛЬЕ МЕТАЛЛ, 8 789 РУБ.
03 КОМБИНЕЗОН 100% ВИСКОЗА, 29 295 РУБ., ОЖЕРЕЛЬЕ МЕТАЛЛ, 8 789 РУБ.
04 ТОП 70% ШЕЛК, 30% ХЛОПОК, 23 436 РУБ., ЮБКА 100% ШЕЛК, 33 899 РУБ.
05 ПЛАТЬЕ 100% ШЕЛК, 57 893 РУБ., ОЖЕРЕЛЬЕ МЕТАЛЛ, СТРАЗЫ SWAROVSKI, 8 789 РУБ.
06 ПЛАТЬЕ 70% ШЕЛК, 30% ХЛОПОК, 48 546 РУБ.
07 ПЛАТЬЕ 100% ВИСКОЗА, 29 295 РУБ., ОЖЕРЕЛЬЕ МЕТАЛЛ, СТРАЗЫ SWAROVSKI, 8 789 РУБ.
08 ТОП 100% ШЕЛК, 17 717 РУБ., БРЮКИ 45% ХЛОПОК, 44% ПОЛИАМИД, 11% ЭЛАСТАН, 21 65 РУБ.

01



02



03



04



05



06



07



08



Солнцеворот

Модный look в пастельных тонах требует придерживаться неброской цветовой гаммы и в украшениях из крупных прозрачных камней, вроде аквамарин, розового кварца, опалов и жемчуга. Если носить — по моде — синий с синим, тогда, конечно, стоит подумать о сапфирах с бриллиантами.

Сверкающие вечерние платья из металлизированных тканей, расшитые стразами, блестками, серебром, предполагают в качестве украшения бриллиантовые серьги. Стоит отметить, что в тренде сегодня именно крупные, заметные украшения. Оправы камней делают из белого золота, платины или серебра.

Неотразимый стиль фильма о великом Джее Гэтсби сегодня чрезвычайно актуален. А это значит — платья в духе конца 1920-х с контрастными вставками, бахромой и блестками. Нужно подобрать и стилизованные драгоценности: связанные из золотых цепочек узкие галстуки, многоуровневые, легкие по конструкции бриллиантовые серьги с подвесками, длинные бусы, надетые в несколько рядов. Все это сверкает и разлетается в разные стороны — вы ведь, предположительно, танцуете чарльстон и фокстрот без отдыха.

Иван Тряпичкин



1–3. __Кольцо, серьги и подвеска New Wave Line. Белое золото, бриллианты, сапфиры и жемчуг. «Смоленские бриллианты»
4. __Кольцо солитер, «Балерина». Платина, бриллианты. Cartier

украшения



В конце прошлого года в сердце Санкт-Петербурга на канале Грибоедова, 15, открылся крупнейший в городе салон по продаже ювелирных изделий с бриллиантами. Название салона «1829» напоминает посетителям о памятной дате. В 1829 году на территории Российской Империи был найден первый алмаз. В наших изделиях используются бриллианты компании «Алроса» — мирового лидера по добыче алмазов. Весь процесс от добычи до создания тонкого ювелирного шедевра контролируется профессионалами отрасли. В модной современной огранке эти вечные ценности могут стать частью истории вашей семьи. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, 15. Тел. (812)315-51-50, 2-я Советская ул., 15. (812)717-17-26, www.1829.spb

- 01 | СЕРЬГИ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 585, МАССА 5,46 Г, ЦЕНА 88 235 РУБ.
- 02 | КОЛЬЕ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 750, МАССА 28,91 Г, ЦЕНА 585 984 РУБ.
- 03 | КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 585, РАЗМЕР 16,00, МАССА 1,61 Г, ЦЕНА 21 983 РУБ.
- 04 | СЕРЬГИ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 585, МАССА 5,56 Г, ЦЕНА 41 225 РУБ.
- 05 | КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 750, МАССА 4,90 Г, РАЗМЕР 17,00, ЦЕНА 126 306 РУБ.
- 06 | БРАСЛЕТ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 585, МАССА 27,96 Г, ЦЕНА 252 954 РУБ.
- 07 | КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 585, РАЗМЕР 17,00, МАССА 4,68 Г, ЦЕНА 60 797 РУБ.
- 08 | КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 750, РАЗМЕР 17,00, МАССА 3,42 Г, ЦЕНА 215 150 РУБ.
- 09 | СЕРЬГИ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ. ЗОЛОТО 750, МАССА 13,80 Г, ЦЕНА 234 000 РУБ.

01	02	03
04	05	06
07	08	09

Умный casual

Мужская мода сезона не так проста, как кажется. Многие модели отличают новые идеи и усложненность деталей. Часто цитируется стиль сафари, милитари, спортивный стиль и некоторые мотивы из моды 1950-х и 1970-х. Но отношение к этим стилям и их трактовка абсолютно современные.

Цветовая палитра мужских коллекций очень разнообразна. В ней присутствуют и черно-белая гамма, и пастельные оттенки, и яркие цвета: синий, бирюзовый, ярко-желтый и красный. Как и в женской моде, в мужской приветствуются различные сочетания фактур тканей в одной модели: плотные и прозрачные, перфорированные и непроницаемые, матовые и блестящие.

Большую роль этой весной играют принты. Чаще всего встречается графический и геометрический рисунок, но также используются и другие рисунки — например, цветочные, анималистические. Главным обувным трендом в этом сезоне является размещение принтов на обуви. Никто не ждал, что этот тренд опустится так низко! Признанным фаворитом обувных коллекций стали мужские мокасины.

Иван Тряпичкин



1. __Очки Italia Independent, «Мистерия»
2. __Ремень HTC состаренный, «Мистерия»
3. __Туфли джинсовые Raparo, «Мистерия»
4. __Пиджак милитари Italia Independent, «Мистерия»
5. __Туалетная вода ST Barth, «Мистерия»
6. __Сумка Roen, Япония, «Мистерия»
7. __Туфли Carmina, модный дом «Императорский портной»



- 1. __Рубашка LCB, Япония, «Мистерия»
- 2. __Джемпер Fabricio del Carlo, «Мистерия»
- 3. __Набор средств для бритья Jack Black, «Мистерия»
- 4. __Кеды Golden Goose, «Мистерия»
- 5. __Туфли Raparo, «Мистерия»
- 6. __Шляпа Italia Independent, «Мистерия»
- 7. __Очки-капли Italia Independent, «Мистерия»
- 8. __Портмоне Dries VanNoten, «День и ночь»
- 9. __Набор средств для бритья M Groom, «Мистерия»
- 10. __Шорты-боксеры MSGM, «Мистерия»

ВЕЧНЫЕ ЦЕННОСТИ

Не секрет, что сегодня в нашей стране больше доверяют западным брендам, причем касается это как производства товаров или услуг, так и искусства. Это, конечно, тоже своего рода традиция, еще Пушкин восклицал в сердцах: «Нет пророка в своем Отечестве!» О перспективах возрождения русских традиций и о становлении отечественных брендов мы беседуем с **Михаилом Григорьевичем Сасонко**, владельцем и главой ювелирного дома Sasonko.

— Михаил Григорьевич, считается, что чем старше ювелирный бренд, тем он ценнее. Можно сказать, что это аксиома?

— Аксиома, безусловно. Именно поэтому так важно с самого начала понимать, какие ценности будут формировать историю бренда. Мы сейчас только в самом начале пути, но надеемся, что наш бренд будет иметь длинную историю.

— На каких принципах вы выстраиваете стратегию развития вашего ювелирного дома?

— Основное для нас — это понимание того, что мы представляем высокое искусство. Ювелирные изделия, конечно, имеют прикладной характер, но мы представляем покупателям не «ширпотреб», а настоящие произведения искусства, которые обладают истинной ценностью. Это для нас очень важно.

— Первым брендом для вашего ювелирного дома стал «Владимир Михайлов» с благозвучным слоганом: «Православные образы в ювелирных изделиях». Что стало определяющим при выборе бренда «Владимир Михайлов»?

— Михайлов создает образы удивительной глубины — конечно, они имеют сакральное значение, но не только. Это высокохудожественные произведения, и не нужно непременно быть верующим человеком, чтобы почувствовать ауру этих вещей. В коллекциях Владимира Михайлова удивительным образом сочетаются и христианская традиция, и вся духовная культура России, которая включает в себя не только ценности веры, но и представления о красоте, добре, истине. Художник всегда «пропускает» мир через себя — только так создается настоящее искусство, и я могу точно сказать, что Владимир Михайлов — тонкий, глубокий художник. Поэтому его коллекции пользуются огромной популярностью.

— Как началось ваше сотрудничество? И как родилась идея создания православного ювелирного искусства?

— Как всегда бывает, это был случайный случай — мы были знакомы через друзей. Владимир тогда работал для патриархии, создавал такие массивные священнические кресты, пангии... Это не было коллекцией и не было ориентировано на продажу. Но когда возникла идея создания православной ювелирной коллекции, я сразу вспомнил о нем. Потому что Михайлов — истинный творец, он не просто мастеровой — гравер, ремесленник, он понимает, что он делает. Ему под силу создать коллекцию, в которой были бы и русские православные традиции, и современное прочтение искусства.

— Почему возникла идея создания православной коллекции?

— Это было веяние времени. Требования рынка, если хотите! И это отвечало



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

моей основной идее — это искусство, которое открывает вечные ценности.

— Долгое время вы делали акцент именно на бренде «Владимир Михайлов». Но сейчас вы представляете и другие бренды, не только православную, но и светские коллекции. Что изменилось?

— Поначалу было ясно, что надо сосредоточиться на чем-то одном. Ювелирный бизнес очень финансово емкий и, к сожалению, не очень доходный... Поэтому у нас хотя и были светские изделия, мы никак их не брендируем, не продвигали. Мы постоянно сотрудничали с разными ювелирами, и сегодня у нас в штате есть очень талантливые художники, а с кем-то мы просто сотрудничаем. Но только сейчас появилась возможность расширения сферы деятельности, и мы создаем мультибренд «Галерея Михайлова», в котором будут представлены и православная, и светские коллекции.

— Это будет авторское ювелирное искусство?

— Исключительно! Для нас важно, что это именно русское ювелирное искусство, его традиции, его имена. Мы не скрываем имен художников, ищем новых талантливых ювелиров.

— С кем вы сотрудничаете сейчас?

— Это Владимир Лопатин, необыкновенно талантливый художник. Каждый камень для него — источник вдохновения, он работает медленно, по полгода, по году создает одну вещь — но зато она получается буквально музейной, произведением искусства. Мы работаем с Татьяной Хромосевой, очень разносторонним мастером, она создает действительно новое — то, чего до нее никто не делал. Мы сотрудничаем с уральскими мастерами, с ювелирным домом «Екатеринбург». Да много еще с кем — все они разные и очень талантливые.

— Участвуете ли вы в международных выставках?

— Мы участвовали в выставке в Базеле, а в прошлом году — в выставке Art

Для нас важно, чтобы русское ювелирное искусство вновь зазвучало на мировом уровне

Monako, и в этом году тоже собираемся туда поехать.

— Какие коллекции вы представляли?

— Мы возили только коллекцию Владимира Михайлова. На Art Monaco его изделия произвели настоящий фурор, ими живо интересовались и критики, и коллекционеры. А вот в Базеле коллекция не привлекла такого внимания, думаю, в Базель надо было, скорее, везти коллекции Лопатина и Хромосевой.

— Как будет развиваться ювелирный дом Sasonko?

— Мы будем развивать сеть «Галерей Михайлова» — продвигать этот бренд как бутики русского ювелирного искусства. Есть идея двигаться в направлении синтеза искусств, мы будем продолжать сотрудничать с музыкальными фестивалями («Музыкальный Олимп», «Дворцы Петербурга»). Будем участвовать в выставках и конечно, устраивать русские вечера, как это было в Милане, в Берлине на базе русского посольства.

Беседовала Анна Конева

Русский ювелир на BaselWorld 2012

Российский бренд «Владимир Михайлов» впервые был представлен на главном ювелирном событии года — выставке BaselWorld 2012.

Эта ежегодная международная выставка часов и ювелирных украшений проходит в швейцарском городе Базеле и объединяет около 2100 участников из более чем 45 стран. Новейшие изделия и разработки в своей области демонстрируют ведущие часовые и ювелирные бренды, а также компании, специализирующиеся на драгоценных камнях.

Презентация полной коллекции ювелирных яиц-подвесок, посвященная главным православным праздникам года — Рождеству, Крещению, Пасхе, — стала главным событием бренда «Владимир Михайлов» в этом году. 12 предметов тонкой работы представлены в зеленом или белом золоте, инкрустированы бриллиантами.

Среди наиболее значимых мероприятий года стало и представление коллекции на Русском вечере в Милане, который проводила супруга президента РФ Светлана Медведева, на рождественском приеме в русском посольстве в Берне, новогоднем приеме в поместье Отто фон Бисмарка в городе Стендале. А на выставке Art Monaco 2011 мастер-ювелир Владимир Михайлов получил специальный приз и приглашение принять участие в художественной выставке, проходящей в рамках Каннского кинофестиваля.

Сегодня ювелирные изделия под маркой «Владимир Михайлов» легко узнаваемы — они отличаются благородством и строгостью древненовгородской техники плоского рельефа. Полная ювелирная коллекция мастера-ювелира представляет собой напольные и священные кресты, образа и иконы, рождественские и пасхальные складни.



Репетир и турбийон от Картье



Для ценителей высокого часового искусства дом Cartier представляет часы Rotonde de Cartier с минутным репетиром и парящим турбийоном.

Репетир — особый механизм, который позволяет при нажатии на кнопку отбить время звуком. Существует несколько видов репетиров, минутный отбивает часы, четверти, минуты. Турбийон — один из самых сложных и дорогих дополнительных механизмов, влияющий на точность хода механических часов.

Благодаря уникальной конструкции механизма Rotonde de Cartier, можно наблюдать за движением каретки турбийона и любоваться ювелирными молоточками и пружинами боя минутного репетира. Задняя крышка из сапфирового стекла позволяет увидеть 447 деталей механизма, выполненного в самом строгом соответствии с традициями часового искусства и требованиями, необходимыми для присвоения Женевского клейма.

Вячеслав Зайцев: «Я НЕ ХУЖЕ СЕН-ЛОРАНА»

Вячеслав Зайцев нечасто бывает в Петербурге, он абсолютно московский по всем статьям человек и модельер. Тем неожиданнее, что именно в Северной столице Зайцев начал отмечать свой большой юбилей — 50-летие творческой деятельности. До 15 апреля еще можно успеть на выставку «Вячеслав Зайцев. Полвека в моде».

Можно по-разному относиться к богатому творческому наследию «красного Диора», но нельзя не восхищаться смелостью, жизненной силой, харизматичностью автора и его произведений. Искренняя вера в свой стиль, в свою точку зрения, в свои силы, которые позволили пробиться провинциальному мальчишке Славе Зайцеву, до сих пор помогают быть на высоте всемирно известному модельеру Вячеславу Михайловичу Зайцеву.

Выставка в музее современного искусства «Эрарта» (в рамках проекта «Музей моды»), насколько это возможно, отражает творческий путь и сегодняшнее состояние души юбиляра, который сам любовно подбирал экспонаты и писал к ним пояснения. Петербуржцы увидели модели, созданные Зайцевым в 1980-е и 1990-е годы, фотографии разных лет, а также современные живописные и фотоработы виновника торжества. «Мне хотелось сделать максимум, а приходилось выбирать минимум. Нужно было показать то, что интересно людям и в то же время то, за что мне не стыдно, — пояснил маэстро. — Хотя стыдно мне не может быть, у меня масса моделей, и я могу сделать огромный показ. Мечтаю оказаться в Эрмитаже. Я говорил Пиотровскому, почему ты показываешь Сен Лорана и не можешь показать меня. Я не хуже Сен-Лорана».

Говоря о выставке, Зайцев не раз пустился в воспоминания: «Я вспоминаю, как я начинал, времена были тяжелые. Зарплата у меня была 90 рублей, нищета, жил в коммунальной квартире, но столько было радости в жизни и желания передать миру то, чем бог наградил. Я с таким наслаждением работаю по сей день. Пока я жив, я буду работать, — уверяет модельер. — Женщины всегда будут хотеть хорошо выглядеть. Хорошо бы еще мужчины начали у нас модно одеваться, так же, как я».

Вячеслав Зайцев называет себя патриотом: «Я всегда старался работать с фабриками, которые работают в России, возрождать российские предприятия. Недавно открыл для себя Брянский комбинат, который делает ткани для школьной формы. Сейчас на мне костюм, сделанный из этой ткани. Она дешевле, чем английская, но качеством не хуже. Очень люблю льняные ткани Вологодского льнокомбината, с удовольствием с ними работаю, сейчас ткань для меня на первом месте... Я просто делаю обычный силуэт русской рубахи, а остальное делает материал. За многие годы работы я пришел к выводу, что женщины предпочитают вычурности простые формы. В прошлом году я сделал 4–5 моделей по своим живописным работам. И сейчас хочу работать с тканями, которые позволяют мне реализоваться как живописцу».

Неслучайно живописи отведено на выставке особое место. Сегодня этому



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



ВАСИЛИЙ МАКСИМОВ

своему увлечению модельер отдает много времени. А еще Зайцев работает с керамикой — создал, например, коллекцию плитки, планирует заняться фарфором, мебелью. Интерьерные опыты — та область, которая позволяет ему экспериментировать, ведь в сфере создания одежды модельер остается верен своему стилю. Вячеслав Зайцев убежден: сегодня, когда мир захватил масс-маркет, а одежда обесценивается, едва успев попасть на полки магазинов, положить можно только на классику. Основатель первого советского модного дома очень нежно рассказывает о работе со своими заказчиками: «Когда работаешь с клиентом, это одно, когда создаешь коллекцию, это совсем другое. Но в индивидуальной работе есть нечто очень ценное: это та радость, которую испытываешь, когда клиент доволен».

Анастасия Макарова



АЛЕКСАНДР ВАЙНШТЕЙН

Пасхальный творческий вечер «Пасха Красная» в ювелирном доме «Эстет». Показ коллекции Вячеслава Зайцева «Валенки», апрель 2011 года



Прически из коллекции «Кармен»

ПАРИКМАХЕРСКОЕ ИСКУССТВО: ВЫСОКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Русские женщины сегодня по праву считаются одними из самых ухоженных женщин в мире. Следить за собой стало модно, причем в последние годы на первый план выходит не столько погоня за трендами, сколько внимание к собственной индивидуальности. О секретах индустрии красоты и высокой парикмахерской моде рассказывает Елена Кукушкина, владелица салона красоты «Дом Распутина», президент Российской секции Haute Coiffure Francaise.

— Елена Марковна, что, на ваш взгляд характеризует приставку *luxe*, когда речь идет об услугах салонов красоты?

— Сегодня рынок услуг очень богат, и мало кто понимает, чем отличается салон класса люкс от парикмахерской, а парикмахер — от стилиста. И получается парадокс — с одной стороны, разница очевидна, с другой — формально — отличий нет. Потому что и салон, и парикмахерская предоставляют одни и те же услуги: окрашивание, стрижка, укладка, создание причесок, а также маникюр, педикюр... Конечно, салоны красоты предлагают также комплексное лечение волос и спа-процедуры. Но сегодня на рынке масса предложений — так что и парикмахерская может вполне выбрать достаточно качественную продукцию по уходу и восстановлению волос. Тогда вопрос о приставке *luxe* становится вопросом о цене. Но разница в цене — это разница в качестве услуг.

— И из чего же складывается качество? За что платит потребитель?

— Первое, что влияет на цену, — это технологии. В индустрии красоты постоянно появляются новые разработки, которые созданы в мировых научных лабораториях. Это дорогие высокотехнологичные продукты. Второй фактор, влияющий на качество и, соответствен-

но, цену, — это кадры. Кадры решают все — это старый лозунг, и сегодня именно специалисты — наш главный ресурс. Недостаточно просто закупить новые технологии, нужно, чтобы мастера умели их использовать, постоянно следили за новинками, любили учиться. Это очень непросто! Уметь и любить учиться, осваивать новое — редкое и ценное качество. В салонах красоты мастера — это не просто парикмахеры высокого класса, это стилисты, которые постоянно совершенствуют свое мастерство, они обладают огромным опытом, но не ограничиваются им, а продолжают учиться. И, наконец, третий фактор — это творческая составляющая работы салона.

— Что есть творчество в контексте парикмахерского искусства?

— Мастера посещают недели моды Haute Coiffure в Париже каждый сезон, проводят мастер-классы, но самое главное — они создают собственные коллекции! Здесь мастер получает возможность дать полную свободу фантазии, выразить свои эмоции, реализовать свои знания. И конечно, результат такой работы никого не оставит равнодушным.

— Тема коллекции как-то соотносится с мировыми трендами?

— Конечно. Например, вдохновением весенней коллекции L'Oreal Professionnel «Роскошь» стала ручная работа, мастерство ремесленников, которые создают уникальные вещи. Согласно модному тренду, мы представили коллекцию «Кармен», в ней огромное количество поистине уникальной ручной работы, сложной, очень филигранной. Она соответствует и понятию роскоши — потому что мы особенно тщательно подбирали составляющие образа. Мы использовали декор из живых цветов (сумки, аксессуары, зонтики, шляпы, воротники, рукава) — все это для нас создали известные флористы Бермяковы,

а также специально для «Кармен» наш постоянный партнер JenaVi разработал ювелирную коллекцию (гребни, серьги, декоративные «рога»).

— Кармен — своего рода стереотип. Вы не побоялись такого известного образа?

— Наоборот, для нас были важны именно эмоциональные составляющие, которые ассоциируются с образом Кармен — страсть, любовь и свобода. Мы постарались создать свою версию «Кармен» — для нас было важно не просто передать испанские традиции или художественные образы оперы или балета (хотя, конечно, вдохновением для нас стали Елена Образцова и Майя Плисецкая — самые, пожалуй, великие исполнительницы оперной и балетной Кармен!). Мы создавали модную историю, современную Кармен XXI века. Профессиональное дефиле коллекции высокой парикмахерской моды всегда состоит из трех частей. В нашем показе сочллись история, искусство и мода: первая часть была вдохновлена оперой — она показывала «традиционную» Кармен; вторая — балетная — открывала зрителю Кармен креативную; а третья — fashion — показала наше современное переосмысление этого образа, который был создан стилистами, флористами и ювелирами.

— Как работа над коллекцией помогает мастерам-стилистам салона понять тренды, предложить что-то новое клиенту?

— Для того чтобы сделать коллекцию, стилисту надо долго учиться и иметь огромный опыт работы с волосами, тут множество всяких технических нюансов. На сцене стилист выражает свои эмоции, свои сомнения, свои открытия. И такой человек может предложить не просто стрижку или прическу, а образ жизни, новый имидж, с которым клиент будет чувствовать себя удобно и выглядеть модно.

Беседовала Анна Конева



Главное, что стилисты могут через свою работу передать свой взгляд на мир, на моду, на красоту



Модели из коллекции Philipp Plein весна-лето 2012, представленной на Неделе моды в Милане



Philipp Plein в бутике Day & Opera

На Невском открылся третий в Петербурге мультибрендовый бутик Day & Opera, в котором эксклюзивно представлен бренд Philipp Plein. Во время открытия гостям была представлена коллекция «весна-лето 2012» знаменитого немецкого бренда.

Дизайн бутика сочетает металлический блеск, лак и хром — все неотъемлемые атрибуты бренда Philipp Plein. Черная ковровая дорожка и живые инсталляции моделей агентства LMA сделали официальную церемонию открытия необычной и зрелищной. Специальным гостем вечера стал хип-хоп-исполнитель Тимати aka Mr. Black Star, который в течение нескольких сезонов был официальным лицом бренда Philipp Plein.

«Philipp Plein очень яркий, со своим жестким „я“. Не каждый человек сможет носить его одежду. Она создана для людей, которые не боятся самовыражения, для тех, кто хочет быть замеченным. Мне нравится его одежда еще и потому, что она часто украшена черепами. Для многих „лицо смерти“ несет отрицательную смысловую нагрузку. На самом деле череп — это символ мудрости и бессмертия», — говорит об одном из своих любимых брендов Тимати.

Филипп Плейн (Philipp Plein), основатель бренда, родился в 1978 году. С самого раннего возраста родители прививали мальчику любовь к искусству, путешествиям, архитектуре и разным культурам. Молодой Филипп Плейн начал свою карьеру с дизайна интерьеров, создавая мебель для семьи и друзей. Он вдохновлялся стилем барокко, но использовал новейшие материалы и формы. Так появился его почерк, вскоре завоевавший рынок. Следующим шагом стала его первая коллекция одежды, в которой объединились идеальный крой, эмоциональная составляющая и отражение его сильной личности. Бренд Philipp Plein был основан в Мюнхене в 1998 году — его создателя вдохновил рок-н-ролл. Индивидуальность марки — это страсть ко всему яркому и насыщенному и любовь к деталям. Для коллекций под этим брендом характерно необычное использование кожи, меха, эксклюзивных принтованных тканей. Одежда Philipp Plein сегодня продается более чем в 30 странах по всему миру. Монобрендовые магазины расположены в Монте-Карло, Вене, Москве, Кицбюэле, Канне, Сен-Тропе и др. Сегодня Филипп Плейн входит в плеяду самых популярных и востребованных дизайнеров во всем мире.

Открылся бутик Paul & Joe



В конце марта на Малой Конюшенной улице распахнул двери первый в России монобрендовый бутик французской марки Paul & Joe. Здесь представлены женские, мужские и детские коллекции одежды и аксессуаров от знаменитого французского бренда.

Украшением церемонии открытия стало анимационное шоу 3D-mapping, созданное специально для Paul & Joe с проекцией изображения на фасад здания. На праздник приехала основательница и креативный директор бренда дизайнер Софи Мешали. Компания Paul & Joe, основанная Софи Мешали и названная в честь ее сыновей, появилась в 1995 году — считается, что одежда под этой маркой олицетворяет парижский стиль. Изначально бренд Paul & Joe выпускал только мужскую линию. Тонкое чутье Софи Мешали в использовании тканей и ее знаменитые принты были по достоинству оценены поклонниками моды, в результате появилась женская линия, которая была запущена в 1997 году. Среди известных поклонниц Paul & Joe Кэмерон Диаз, Кейт Мосс, Хелена Кристенсен, Ванесса Паради, Джулия Робертс, Мила Йовович, Мария Шарапова, Дженифер Лопез и многие другие голливудские красавицы.

Est. 1785
Аристократическая Русская Кухня

Весеннее Меню 2012 в ресторане «Палкинъ»

Старорусские шишечки из кислой капусты
650 руб.

Фаланги Камчатского краба со свеклой и листьями Мангольда
1880 руб.

Крем-Суп из цветной капусты
460 руб.

Фуа-гра с инжиром и соусом из португальского
1180 руб.

Мильфей из Дальневосточных морских гребешков с молодым сливочным сыром и вытяжкой из цветов апельсина
760 руб.

Воздушный Биск из Псковских раков, подается с сельдереем и гребешком
790 руб.

ПАЛКИНЪ
Restaurant de Luxe

Санкт-Петербург, Невский, 47, +7(812) 703-5371, www.palkin.ru

В ЖАНРЕ ВЫСОКОЙ ГАСТРОНОМИИ



Молекулярная кухня? Да ее просто не существует! Это придумали журналисты, которые могут сделать настоящее шоу из того, чего в принципе нет. Есть кухня вкусная и невкусная. Я не химик и не физик, на молекулы ничего не раскладываю. Я повар и работаю с продуктами

Принято считать, что в современной кулинарии существует несколько десятков школ и направлений. Однако, по мнению шеф-повара винного бара Grand Cru Ивана Березуцкого, все гораздо проще:

— Для меня еда делится всего на два вида — на вкусную и невкусную. В Grand Cru мы, само собой, работаем с вкусной едой, стараясь при этом делать что-то креативное, необычное. Работать в этом направлении я начал после одного случая, который стал для меня своего рода поворотным моментом. Как-то, а тогда я был су-шефом в одном из ресторанов Петербурга, я зашел в один дорогой ресторан и попробовал там говядину с картофельным гратеном. А потом попробовал ту же говядину с тем же гратеном в простом кафе на Невском. Цена была гораздо ниже, но качество блюда было на высоте. Тогда я и поменял свое мнение о том, чем же должен быть ресторан. Для большинства россиян ресторан — это в первую очередь интерьер и то, что называется тусовкой, и только во вторую — еда. Я считаю, это неправильно. Человек должен приходить в ресторан ради шефа, ради кухни, чтобы получить удовольствие от блюд, которые он не сможет повторить дома.

— Вы упомянули креативный подход. В чем он выражается?

— Grand Cru старается быть непохожим на другие рестораны, мы работаем в жанре высокой гастрономии в противопоставление так называемой домашней кухне, которая сегодня представлена во многих ресторанах. Над каждым блюдом мы дол-

го думаем. Статус Grand Cru — действительно большой труд и по-настоящему качественные продукты. И то, что у нас все больше посетителей, то, что мы постоянно получаем всевозможные премии, доказывает, что мы движемся в правильном направлении.

— Вы стажировались в Испании, работали в одном из лучших ресторанов мира El Bulli под руководством Феррана Адриа. Есть ли разница в подходах к гастрономической кухне у нас и в Европе?

— Конечно есть, и колоссальная. Причина в том, что российская ресторанный культура очень молода. Сейчас у нас, наконец, появляются продукты, хорошие рестораны, возникает понимание гастрономии, и мы перестаем воспринимать поход в ресторан как праздник. Но все же требовать от нас того же уровня восприятия кухни, что и от европейцев, несправедливо, ведь российскому ресторанному бизнесу от силы 15 лет, у нас пока даже поколение потомственных рестораторов не успело вырасти.

— Какие сейчас тенденции развития гастрономии в Европе?

— Сейчас в Европе моду задают скандинавы. Пришли они на смену испанцам, которые совершили настоящий переворот в кулинарии, а именно — заставили поваров креативно мыслить. Шеф-повар Ферран Адриа совместно с учеными разработал множество новых техник работы с продуктами и тем самым открыл перед кулинарией невероятные перспективы для развития. Кто, к примеру, 50 лет назад использовал жидкий азот в кулинарии? А ведь с его помощью сорбет можно приготовить за две минуты. И это не мода, не сиюминутное увлечение, которое скоро забудется. Это колоссальный шаг вперед, ведь изменилась не просто технология — качественно изменилось само блюдо, оно свежее, нежнее, более качественное. Я, например, никогда не буду использовать технологию, если старая объективно лучше.

Скандинавы не совершали никаких переворотов, но приняли тоже своего рода революционное решение отказаться от заморских деликатесов, а сосредоточиться на использовании тех продуктов, которые дарует родная природа, то есть начали использовать локальные продукты.

— Значит, актуальный тренд — в локальности?

— Именно. Кроме того, скандинавы привнесли в кулинарию и новые продукты, начав использовать произрастающие в их странах корешки и травы, а также продукты, до этого не используемые в кулинарии, например, молодые еловые иголки, как это сделал Рене Редзепи, шеф-повар копенгагенского ресторана Noma. В России использовать локальные продукты пока не получается. Во-первых, мы единственная нация в мире, которая не гордится своими продуктами. Предубеждение людей трудно переломить. Например, одно из наших топовых блюд — тартар из говядины, сервированный мороженым из хрена, — мы готовим из российской говядины. Гостям оно сразу понравилось, правда, на вопрос, откуда мясо, мы раньше сдуру отвечали, что из Америки или





АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Австралии. Сейчас мы поняли, что стыдиться российской говядины незачем, и по-прежнему берем мясо для тартара на местном рынке. Оно хорошего качества, к тому же свежайшее. Тут я полностью согласен с Ферраном Адриа, который сказал, что предпочтет сегодняшнего анчоуса вчерашнему омару. Вторая причина, почему не получается в полной мере использовать российские продукты, в том, что их тяжело достать, а еще они часто дороже, чем итальянские или испанские. Думаю, будущее — за локальными продуктами, но пока у нас не будут нормально развиваться фермерские хозяйства, это невозможно.

— Скандинавская кухня, помимо всего прочего, еще и довольно проста. Вы сами за многокомпонентность или за простоту?

— Наши вкусовые рецепторы различают не больше 3–5 вкусов, больше мы просто не способны почувствовать. А потому правильное блюдо — это то, в котором максимум 3–5 основных ингреди-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

тов. Не надо забывать и о том, что люди любят глазами. Взять, к примеру, одно из топовых блюд Grand Cru — серебристый мегр с пюре из кукурузы «Вержус» и рагу из белых грибов. В нем только мегр, грибы и кукуруза. Здесь задача — красиво преподнести блюдо. Так, из кукурузы мы делаем легкое пюре-пармантье — меняем структуру продукта. И делаем это лишь для того, чтобы усилить, раскрыть грани вкуса. Здесь нет никакой магии или научной технологии.

Беседовала Алина Башкеева

Иван Березуцкий — 26-летний ученик Адриана Кеттласа, шеф-повар винного ресторана Grand Cru в Санкт-Петербурге и недавно открывшегося Grand Cru City в Москве.

В 2010 году стал лучшим молодым поваром в региональном конкурсе «Серебряный треугольник», который проходит под эгидой Московского гастрономического фестиваля. В 2011 году Иван проходил стажировку в культовых ресторанах мира — El Bulli и Calima под руководством Феррана Адриа и Дани Гарсия. В завершение практики летом 2011 года стал победителем Международного конкурса поваров высокой кухни, в котором принимали участие молодые повара из 16 стран мира. Главным условием состязания было приготовить авторское блюдо с использованием традиционных для испанской кухни продуктов: хамона, сыра, рыбы, миндаля «Маркон» и шафрана. За два года работы Ивана в Grand Cru ресторан получил множество наград в области высокой гастрономии.



Креольская кухня в ресторане Langust

В Петербурге стартовал проект Chef's Discovery. В рамках проекта запланированы регулярные гастроли шеф-поваров из знаменитых ресторанов со всех уголков планеты. Цель проекта — познакомить гурманов с высокой авторской кухней.

Первый гала-ужин прошел в марте в ресторане Luce — свое мастерство демонстрировал известный московский шеф Дмитрий Зотов. Второй гала-ужин проекта состоялся 5 апреля в ресторане Langust («Лангуст») — авторское меню представил Жан Поль Нуррис, шеф-повар отеля Maia Luxury Resort & SPA (Сейшельские острова). Жан Поль Нуррис является одним из самых известных поваров, специализирующихся на креольской кухне. Его заслуга перед гастрономическим сообществом заключается в том, что он смог представить креольскую аутентичную кухню абсолютно новым, современным образом. Его почерк — это смешение африканских, азиатских, индийских и французских традиций, современные европейские техники приготовления и авторский подход. Гала-ужин в ресторане Langust состоял из пяти курсов. Это были экзотические блюда, например, маринованный тунец, фаршированный конфи из папайи со вкусом ванили, икры белуги и пюре манго; салат из сердцевин пальмы и лобстера с соусом из маракуйи; прожаренное филе сибаса под кокосовым снегом... Кстати, на подобные гастрономические праздники в рамках проекта Chef's Discovery может попасть каждый желающий, надо только озаботиться билетами заранее.

Новый шеф в ресторане miX in St. Petersburg

В марте шеф-поваром ресторана Алена Дюкасса miX in St. Petersburg стал Стефан Гортина. Он полностью отвечает за ресторан miX, включая завтраки, обслуживание банкетов и номеров. «Мне очень хочется изучить весь спектр русских продуктов, чтобы использовать их для разработки интересных и изысканных рецептов», — говорит новый шеф.

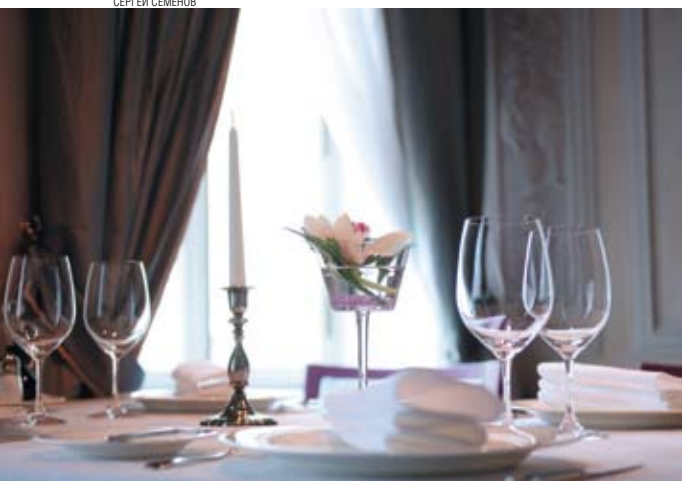
До своего назначения в России Гортина проработал у всемирно известного повара и ресторатора Алена Дюкасса более пяти лет. Он пришел в команду Дюкасса в 2006 году в качестве су-шефа ресторана провансальской кухни с одной звездой Мишлена La Bastide de Moustiers (Мустье, Франция). В 2008 году работал в команде по подготовке к открытию ресторана Алена Дюкасса Le Comptoir de Benoit (Осака), а затем — в качестве первого заместителя шеф-повара. Следующим его назначением (2009) в той же должности стал ресторан Spoon By Alain Ducasse в четырехзвездочном отеле Intercontinental (Гонконг). В 2011 году Гортина был назначен шеф-поваром Spoon des Iles — One & Only Le Saint Geran (Маврикий), а в сентябре 2011 года он был приглашен в корпоративный офис Alain Ducasse Enterprise.

«Стефан Гортина обладает уникальным опытом и природным пониманием сти-



лей и традиций, что позволяет ему вдохновенно творить в любом месте, где бы он ни работал, — говорит Ален Дюкасс. — Большая удача, что в нашей компании есть такой талант, для которого не существует границ».

НОВАЯ РУССКАЯ КУХНЯ



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ

Никаких канонов нет, и сочетаемость продуктов — это субъективное мнение. Когда-то считалось, что к рыбе подходит только белое вино. Сегодня мы готовим лосося в красном вине — и всем нравится



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ

История обновленного десять лет назад ресторана «Палкина» насчитывает куда больше десятилетий. О том, какие кулинарные традиции в нем сохраняются до сих пор и в каком направлении сегодня развивается русская кухня, рассказывает шеф-повар ресторана Павел Мельников:

— Историческое местоположение, конечно, определяет направление кухни. Когда десять лет назад здесь решили открыть ресторан, была проведена скрупулезная работа: люди копались в архивах, искали информацию о купцах Палкиных, меню тех лет. Многие из того, что удалось найти, нашло свое отражение в меню. Известно, например, что в тогдашнем меню «Палкина» была баранина «Маршалль». Рецепт ее отыскивали и восстановили.

— Где вы находите рецепты?

— В поварских книгах тех лет. Самой интересной и важной книгой для нас стал сборник рецептов придворного повара Урбена Дюбуа (Urbain Dubois). Но процесс создания — вернее, восстановления — блюд очень долгий и иногда достаточно болезненный. Не так-то просто сохранять душевное равновесие, когда блюдо не получается 20–30 раз подряд.

— С чем это связано?

— Кулинарные книги выпускались для домохозяек, и рецепты в них упрощены. Не всегда получается сделать по ним блюдо ресторанного качества. Да и сами собиратели рецептов, создатели кулинарных книг, нередко отступали от первоначального рецепта того же Дюбуа, заменяя те или иные продукты похожими или вовсе исключая какие-то недоступные ингредиенты. Изменилось все: климатические условия, меры

веса (раскладка получается неточной), технологии приготовления, сами продукты.

— Даже продукты?

— Их качество ухудшилось. Например, в книге написано: тушить фазана не больше 45 минут. Мы все понимаем, что в XIX веке это была свежайшая дичь. Император бы расстроился, будь по-другому. Но сегодня у нас фазан замороженный: здесь его не разводят, а из Франции иначе не довести. Замороженному мясу 45 минут — явно недостаточно. И таких примеров масса. Практически все блюда русской кухни в нашем меню — а это около 40% всех блюд — максимально подогнаны под аристократические вкусы той эпохи. И все же это — не оригинальные, а адаптированные блюда.

— Используете ли вы новые технологии?

— Я считаю, что ни в коем случае нельзя на кухне быть консерватором. Нужно брать лучшее и из прошлого, и из того, что только появляется. Многие шеф-повара современности тратят уйму времени, чтобы добиться новых вкусов. Грех не воспользоваться достижениями старших товарищей. У нас есть элементы молекулярной кухни, которая не прижилась в большинстве ресторанов Петербурга, но мы используем и традиционные способы приготовления блюд.

— И каково соотношение нового и традиционного?

— Около 70% меню любого ресторана должно быть понятно гостю — с обычными сочетаниями продуктов и без сложных вкусов. Около 20% меню — авторские блюда шеф-повара. И 10% блюд призваны удивлять гостей. Это, как правило, эксперимент, одноразовая акция из серии «интересно попробовать». Наша «Селедка под шубой» в форме мусса и уникальное азотное мороженое, которое готовится прямо на глазах у гостей, — из этих 10%. Но поскольку они понравились и стали востребованы, то вошли и в основное меню.

Есть блюдо, которое готовится с самого открытия ресторана и до сих пор, — стерлядь, запеченная в белом вине. Многие гости приходят специально на нее. Для ее приготовления мы соединили современные и старинные технологии. При помощи конвектомата мы добились такого же вкуса рыбы, как если бы она готовилась в русской печи. В новом меню есть таким же образом приготовленные щи, томленные «в печи» в течение двух суток. Это наше ноу-хау.

— Как часто в меню «Палкина» появляются новые блюда?

— Дважды в год проходит сезонное обновле-



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ

ние. Меняем 30% меню, хиты остаются. Недавно мы расширили линейку морепродуктов: появились фаланги камчатского краба, мильфей из морских гребешков, глубоководный омар термидор. Приготовили «домашние блюда»: свиное сало и буженину, соленые и маринованные грибы и овощи, моченую бруснику. Стали использовать съедобные живые цветы в подаче. Одно из «новых старых» блюд — голень ягненка с пряными травами и морской солью. Оно создано по рецепту Анисима Палкина, но с применением новых технологий, которые позволяют добиться идеального состояния мяса.

— Развивается ли русская кухня сегодня?
— Петербургские повара, наконец, «наигрались» с кухней fusion и перестали состязаться с французами в приготовлении блюд француз-

ской кухни. Все больше поваров обращаются к традициям, перестают заниматься копированием и находят интересные рецепты русской кухни. Да, суши и паста — это хорошо, но и наша кухня не такая уж пропащая, хотя пока ни у одного ресторана нет ни одной звезды Мишлена. Даже в советские времена были интересные находки. Конечно, полезно учиться у западных коллег — и технологиям, и способам подачи блюд. Но нужно как можно больше использовать русские продукты. Я сейчас читаю книгу о том, что большинство продуктов, которые мы сегодня считаем «заморскими» (разные салаты, цветная капуста, брокколи, руккола), — куда более русские, чем картошка. Все это росло у нас и использовалось в приготовлении блюд.

Беседовала Вероника Зубанова



Коммерсантъ. В лучших местах Петербурга.

Рестораны	
АКТЕР	Вознесенский пр., 4
АНТРЕКОТ	Бол. Морская ул., 25
CAPULETTI	Большой пр. П.С., 74
РЕСТОРАНЬ	Таможенный пер., 2
БИСТРО ГАРСОН	Невский пр., 95
КОЧУБЕЙ-КЛУБ	Фурштатская ул., 24
FRANCESCO	Суворовский пр., 47
XREN	Загородный пр., 13
MACARONI	Рубинштейна, ул., 23
TERRASSA	Казанская ул., 3
ДРАГО	Приморский пр., 15
Банкетный ресторан гранд-кафе МАЭСТРО	
ЦАРЬ	Садовая ул., 12
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
НА ЕЛИСЕЙСКИХ ПОЛЯХ	Московский пр., 200
ТЕПЛО	Б. Морская, ул., 45
DA VINCHI	М. Морская ул., 15/7
ЯЛТА	Бухарестская ул., 47
ВЕНЕЦИЯ	Софийская ул., 14
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр., В.О. 20 лит.А
РИБАЙ	Казанская ул., 3
ТРУФФАЛЬДИНО	Большой пр. В.О., 68
GINZA	Аптекарский пр., 16
GUSTO	Дегтярная ул., 1а
ЧИН-ЧИН	Мытнинская наб., 3

НА РЕЧКЕ	Ольгина ул., 8
ГАСТРОНОМ	Марсово поле, 7
ПЛЮШКИН	ТК «Променад», Комендантский пр., 2
ЛА МАРЕ	Суворовский пр., 34
МОСКВА	ТЦ «Стокманн», Невский пр., 114
БОЖОЛЕ	Б. Конюшенная ул., 29
Кофейни	
ГАРСОН	Невский пр., 103
	Суворовский пр., 47
COFFEE INN	Куйбышева ул., 30
ИДЕАЛЬНАЯ ЧАШКА	Кирочная ул., 19
	Каменноостровский пр., 2
	Садовая ул., 25
	Лиговский пр., 65
	Средний пр. В. О., 46
	Новочеркасский пр., 41/14
Кафе	
ИМБИРЬ	Загородный пр., 15
ЯКИТОРИЯ	Петровская наб., 4
ЧЕРДАК	Куйбышева ул., 38/40
ВИТАМИН	Гражданский пр., 18-а
в магазинах «Максидом»	

Французская булочная «ГАРСОН»	наб. канала Грибоедова, 25
	Разъезжая ул., 41,
	Космонавтов пр., 14
	Лактинская ул., 32
BLACK&WHITE	6-я линия В.О., 25
Пельмени-бар ВОЛШЕБНЫЙ ВКУС	Кронверкский пр., 53
Пабы	
ПАБ №1	Чкаловский пр., 15
MOZZARELLA BAR	Московский пр., 153
	наб. кан. Грибоедова, 64
	Большой пр. П. С., 13/4
JAMES COOK pub & cafe	Шведский пер., 2
	Каменноостровский пр., 45
THE OFFICE PUB	Казанская ул., 5
Бистро	
ФРИКАДЕЛЬКИ	Выборгская наб., 61
	наб. р. Черной речки, 41



Газета «Коммерсантъ» издательством
бесплатно не распространяется
Информация по тел. (812) 271-3635
www.kommersant.ru/region/spb

Кто привозит «звезд»



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

О том, как устроен шоу-бизнес изнутри, о тенденциях, популярности и принципах организации концертов, рассуждает **Михаил Шурыгин**, президент промоутерской компании NCA (National Concert Academy).

— Петербург с точки зрения прогрессивности музыкальных тенденций — один из пионеров. В нашей стране не так уж много музыкально развитых городов: Москва, Петербург, Екатеринбург... Другое дело, что у каждого города своя специфика. Мощную роль в развитии Петербурга как музыкально-культурного города сыграл в свое время рок-клуб. Но в последние 5–10 лет он не делает новых открытий, и это достаточно при-
корбный факт. Настоящее петербургской рок-музыки не столь радужно, скажем, рэп-культура дает даже больше интересных имен.

— **Каковы, на ваш взгляд, тенденции современного шоу-бизнеса?**

— Тенденция очевидна: политику концертов 20–30 известнейших мировых звезд определяют крупные конгломераты, например, американская Live Nation. В самом скором времени их присутствие на российском рынке будет более значительным. Что касается работы с зарубежными артистами в целом, изменения последних лет связаны с большей степенью интеграции в систему европейского шоу-бизнеса. Мы стали более ориентированы на законы и принципы, действующие во всем мире. Это касается и технического обеспечения, и рекламы, и билетной политики.

— **Насколько сложно привозить к нам зарубежных артистов?**

— Теперь совсем не сложно. Инфраструктура и рынок в России уже практически ничем не отличаются от Западной Европы. Сложность только одна: если в Германии за месяц артист может дать 25–27 концертов, то в России — 2–3 концерта в Москве и Петербурге, да 5–7 в городах-миллионниках. Гигантские расстояния сводят на нет коммерческие успехи.

— **Какие отношения складываются внутри «цеха»?**

— Пока нет организации, которая объединила бы интересы промоутеров. Общение происходит в частном порядке. В Петербурге я считаю эту систему здоровой, в Москве — абсолютно противоположная ситуация. В погоне за большими доходами на рынке часто появляются новые организаторы концертов, которые потом быстро сторают, нанося ущерб индустрии.

— **Каковы критерии успешности того или иного проекта?**

— С появлением более современных залов и достойных ночных клубов (хотя площадок по-прежнему не хватает), совершенствованием технических составляющих, из-

менением рекламной политики на первое место выходит качество продукта. Ценность артиста определяется качеством его шоу — не только в постановочном плане, но и в том, насколько он хорош live. Феномен 1990-х, когда после одного клипа по телевизору можно было под фонограмму собирать стадионы, уже невозможен. Чтобы оставаться актуальным, артист должен подстраиваться под условия текущего момента. Самое главное — музыка должна быть живой.

— **Можете назвать самые удачные и неудачные проекты?**

— Было много ярких проектов, были и неудачи. Если не ошибаешься, не идешь вперед. Мы, например, делали семейную постановку компании Disney, которая принесла многомиллионные убытки. Были сложные проекты с точки зрения ошибочного ценообразования. Самым приятным из последних концертов во всех отношениях стал концерт группы Muse. Концерт удался, когда всем хорошо: и артисту, и зрителю, и промоутеру.

— **Чем вы руководствуетесь, приглашая в Петербург, в Россию тех или иных артистов?**

— На стартовом этапе многие руководствуются личными пристрастиями. Но большинство концертов зарубежных рок-титанов, которые мне нравились (Alice Cooper, Nine Inch Nails, Faith No More), оказались убыточными. Человек моей профессии должен руководствоваться сугубо бизнес-интересами.

Компания нашего статуса может себе позволить не заниматься организацией концертов артистов определенных жанров — мы почти не занимаемся поп-музыкой, данс-направлением, шансоном. Мы не стремимся монополизировать то или иное направление. Я сторонник диверсификации: если один проект не пойдет, другой компенсирует его убытки. Быть в числе лидеров рынка нам помогают собственный концертный зал, билетные кассы и активное использование новых технологий для продвижения и рекламы.

— **А вы сами в свободное время ходите на концерты?**

— Меня достаточно часто приглашают на мероприятия коллеги и друзья. Самые значимые события я посещаю. Но мне приятнее проводить свободное время, занимаясь другими вещами. Понимание специфики организации концерта отвлекает от прослушивания музыки. На концерте я не зритель, а профессионал. Удовольствие от музыки получаю, слушая ее в наушниках или в машине.

9 и 10 июня в Москве и Петербурге пройдет новый фестиваль Zavtra с участием французской певицы ZAZ, группы Brainstorm, Нино Катамадзе, Ивана Дорна.

11 июня в Самаре состоится самый масштабный музыкальный фестиваль в Европе «Рок над Волгой», его хедлайнерами станут Limp Bizkit, Garbage и питерские «Алиса», «Ленинград», «Океан Эльзы».

14 июня в петербургском СКК с единственным сольным концертом выступит группа Linkin Park.

12 июля на стадионе «Петровский» пройдет благотворительный фестиваль «Наполним небо добротой», в котором выступят лидеры российского рока. Средства от концерта пойдут на восстановление куполов Киновии Александровской Лавры — на это требуется около 10 млн рублей.

20 июля в фестивале Tuborg Greenfest на стадионе «Петровский» примет участие группа Red Hot Chili Peppers.

«Музыкальный Олимп» — только победители



С 22 мая по 3 июня в Петербурге пройдет XVII Международный фестиваль «Музыкальный Олимп». Для участия в фестивале приглашаются победители крупнейших международных музыкальных конкурсов последних лет. Программа этого года включает семь концертов с участием выдающихся молодых музыкантов, а также специальную социальную концертную программу.

Концерты фестиваля традиционно проходят в лучших залах Северной столицы: в Концертном зале Мариинского театра, Эрмитажном театре, Большом зале Филармонии и Государственной академической капелле. Одному из музыкантов вручается приз зрительских симпатий — пасхальное яйцо от художника-ювелира Владимира Михайлова.

На нынешнем «Музыкальном Олимпе» — более 30 участников из 13 стран: России, Азербайджана, Белоруссии, Молдавии, Германии, Польши, Испании, Швейцарии, Греции, Мексики, Кореи, Сингапура и Японии. Молодые солисты выступят вместе с симфоническими оркестрами Мариинского театра, Государственной академической ка-

пеллы, Академическим симфоническим оркестром Санкт-Петербургской филармонии, Оркестром Государственного Эрмитажа.

Фестиваль 2012 года отдельное внимание уделяет социальным и просветительским аспектам. В планах фонда «Музыкальный Олимп» — организация трех выступлений молодых музыкантов: в СИЗО, детском хосписе и доме престарелых. «Мы хотим доставить радость людям, которые находятся в сложной жизненной ситуации и физически не могут прийти на концерты. Хорошая музыка очищает и дает дополнительный эмоциональный заряд, который всем так необходим», — комментирует Ирина Никитина, президент фонда «Музыкальный Олимп».

Откроется фестиваль в Концертном зале Мариинского театра исполнением гимна этого ежегодного музыкального события — увертюры Андрея Петрова «Виват Олимп!» под управлением одного из постоянных участников фестиваля азербайджанского дирижера Эйюба Кулиева.

Среди десятков значимых музыкальных событий «Музыкальный Олимп» занимает свое особое место. Основная задача фестиваля — поддержка молодых музыкантов в самом начале творческой карьеры, и единственный критерий отбора — уровень их мастерства и таланта. За 16 лет работы фестиваль представил слушателям более 380 молодых исполнителей из 40 стран. Многие из них уже сделали международную карьеру, например, Николай Цнайдер, Илья Грингольц, Саяка Седзи, Эльдар Небольсин, Мартин Фрест, Марина Поплавская, Даррелл Анг, Василий Петренко, Энрико Диндо и многие другие.

Некоторые из участников «Музыкального Олимпа» получают возможность выступить в ежегодных концертах-презентациях фестиваля, которые проходят в Карнеги-холле в Нью-Йорке, Берлинской филармонии, Тонхалле в Цюрихе и Эспланаде в Сингапуре. География этих мероприятий каждый год расширяется. С 2012 года запланированы концерты-презентации во Франции, Азербайджане и Ливане.

веснаНОВОСТИ

Детское время



На Петроградской стороне открылся бутик «Мистерия», где представлена коллекция одежды и аксессуаров для детей. Если вспомнить, что, по мнению экспертов, детской моды в России практически не существуют (нет дизайнеров, создающих детские коллекции одежды), это открытие знаменательно для тех, кто хочет одевать своих детей именно в соответствии с последними трендами, а не просто «в дорогие бренды».

miX IN ST. PETERSBURG

ПЕРВЫЙ В РОССИИ РЕСТОРАН ЗНАМЕНИТОГО ШЕФ-ПОВАРА АЛЕНА ДЮКАССА
 Фантастическое меню | Внимательное обслуживание | Потрясающая коллекция напитков
 Обязательно для посещения

Завтрак 7:00 - 10:30 | Бизнес ланч 12:00 - 18:00 | Ужин 19:00 - 00:00
 190000, Санкт-Петербург, Вознесенский пр., 6
 бронирование столиков тел. (812) 610 6166
www.alain-ducasse.com * www.wstpetersburg.ru

Шестое пришествие



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВСКИЙ

«Олимпавто» представил новый Porsche 911. История автомобилестроения знает немало инженерных шедевров, которые со временем стали «иконами» технических достижений XX столетия. Однако именно Porsche 911 может претендовать на центральное место в зале автомобильной славы. Долгожданная премьера нового поколения спорткара состоялась в Петербурге в первый день весны на территории Музея воды.

История Porsche 911 началась в 1963 году, когда творение Ферри Порше было представлено на Франкфуртском автосалоне. Уже тогда это был классический «911» — заднеприводный и заднемоторный спорткар, каким мы знаем его сегодня. Однако для автомобилей время словно течет вспять. За прошедшие полвека культовое немецкое купе буквально перерождается уже в шестой раз и в свои 49 лет выглядит

моложе и свежее, чем когда-либо.

Впрочем, на первый взгляд может показаться, что автомобиль практически не изменился. Все тот же узнаваемый «поршевский» силуэт и ниспадающая линия крыши, все те же круглые глаза-фары. В действительности «эволюционный дизайн» обманчив: новинка не имеет ни одной общей кузовной детали со своей предыдущей инкарнацией. Достаточно приглядеться: если прежде Porsche 911 всегда был шире сзади, чем спереди, теперь — наоборот. Кроме того, «глаза» купе стали больше и посажены на пять сантиметров дальше друг от друга, за счет чего «лицо», оставшись в общих чертах прежним, неуловимо изменилось.

Изменения произошли не только по прихоти дизайнеров. Инженеры Porsche давно мечтали «поставить» свое любимое детище на 20-дюймовые колеса, но были



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВСКИЙ



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВСКИЙ

Немецкое купе — это своего рода передвижная установка по выработке адреналина. Садясь в него, остаешься наедине с тем, что категорически не поддается описанию. Плотный руль, спортивные кожаные сиденья, упругий пластик консоли — каждая деталь в салоне должна стать воплощением скорости в той же мере, что и двигатель, трансмиссия или подвеска — три кита, на которых покоится философия Porsche

ограничены конструктивными особенностями прежнего кузова. На этот раз идея все-таки была воплощена в жизнь, для чего пришлось сделать выше «бедр» задних арок, а вместе с ними поднять оконную линию и увеличить колесную базу. В результате автомобиль раздался в габаритах. Кстати, вся его нижняя часть: силовая структура кузова, задние крылья, двери, а также крышки моторного и багажного отсеков — выполнена из алюминия, за счет чего «девятьсот одиннадцатый» стал на 95 кг легче своего более компактного предшественника.

Немало новшеств ждет и в салоне Porsche 911. Интерьер этого купе никогда не выстраивался в стилистике кокпита, но отныне место водителя выполнено именно так, на манер старших моделей — Porsche Panamera и Cayenne. Появление высокого центрального тоннеля можно назвать отступлением от канона в угоду моде, однако едва ли наберется и дюжины почитателей марки, которые скажут,

что это плохо. Среди других изменений — возросшее до девяти число настроек кресел в топовых версиях и новая комбинация приборов с пятью колодцами, перекочевавшая из той же Panamera. Как и в пятидверном флагмане, под руль отныне выводится картинка навигационной системы и другие визуальные «помощники». В остальном — это все тот же эталонный «девятьсот одиннадцатый» с двумя багажниками (один из них — в подкапотном пространстве, другой — под задним стеклом) и тотальным отсутствием места сзади. Как и прежде, сюда влезет разве что спортивная сумка и пара ракеток...

Впрочем, кому придет в голову упрекнуть Porsche 911 в недостатке практичности? Немецкое купе — это своего рода передвижная установка по выработке адреналина. Садясь в него, остаешься наедине с тем, что категорически не поддается описанию. Плотный руль, спортивные кожаные сиденья, упругий пластик консоли — каждая деталь в салоне долж-

на стать воплощением скорости в той же мере, что и двигатель, трансмиссия или подвеска — три кита, на которых покоится философия Porsche.

В самом главном новый 911 остался верен себе. Новый, но по-прежнему оппозитный шестицилиндровый двигатель объемом 3,8 л, развивающий в зависимости от модификации 350 или 400 л. с., как и прежде, расположен за задней осью. Что касается трансмиссии, то здесь немецкие инженеры подготовили сюрприз: Porsche 911 стал первым легковым автомобилем, оснащенным семиступенчатой механической коробкой передач. В качестве альтернативы «механике» предлагается преселективный «робот» PDK. Кроме того, в новом поколении купе привычный гидравлический усилитель руля уступил место электрическому — в полном соответствии с общим трендом. Наконец, отныне Porsche 911 будет оснащаться активными стабилизаторами PDCC (Porsche Dynamic Chassis Control), подавляющими

крены в виражах при помощи гидравлики. Это техническое решение, которое уже применяется в более крупной Panamera, позволяет штурмовать повороты с невероятной скоростью, буквально обманывая законы физики.

Что касается стоимости новинки, то, как и принято в премиум-сегменте, окончательная сумма зависит от выбранных опций и чаще всего будет индивидуальна. Базовые цены лишь задают нижнюю планку. К примеру, входной билет в мир «девятьсот одиннадцатых» — модификация Carrera (350 л. с.) — обойдется покупателю в 4,415 млн рублей, а за более мощную Carrera S (400 л. с.) попросят уже 5,093 млн рублей. Суммы, безусловно, внушительные. Однако парадоксальным образом новое поколение купе оказалось даже дешевле прежнего. Похоже, романтики из Цуффенхаузена всерьез вознамерились привить нашему покупателю вкус к большим скоростям.

Григорий Храбров



*Цветы –
это прекрасно.
Жаль только,
что они быстро
вянут...*

Выбор Марии Мироновой

Jaeger-LeCoultre

REVERSO DUETTO DUO JOAILLERIE

Калибр Jaeger-LeCoultre 854
Механические с ручным заводом,
два циферблата, второй часовой пояс.
Переворачивающийся корпус
из розового золота, бриллианты.
Атласный ремешок.



Лучшее для избранных

Санкт-Петербург, ул. Думская, 2, т. (812) 333-34-90; Большой пр. П.С., 46, т. (812) 235-07-66; Большой пр. П.С., 57, т. (812) 232-93-85
Владимирский пр., 3, т. (812) 713-22-84; ул. Маяковского, 1, т. (812) 273-51-59; Невский пр., 20, т. (812) 312-09-21
Невский пр., 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78; Бутик ULYSSE NARDIN, ул. Б.Конюшенная, 12, т. (812) 315-15-47
Бутик JAEGER-LECOULTRE, ул. Б.Конюшенная, 12, т. (812) 571-26-30; Бутик MONTBLANC, Невский пр., 20, т. (812) 312-92-22

www.imperial-ltd.ru

На правах рекламы