

ПЛАНЕЦ В ХОЛЦОВОЙ ШКУРЕ

КАЛЕНДАРЬ PIRELLI-2013

ИЛЬЯ НАГИБИН



__Pirelli, 2013, август,
Карли Клосс



__Pirelli, 2013, март,
Лия Кебеде



__Pirelli, 2013, февраль,
Петра Немкова



__ Pirelli, 2013,
апрель, Изабелли
Фонтана



Компания Pirelli выпустила юбилейный, 40-й по счету календарь, который получился весьма концептуальным, тяжелым, но все-таки очень красивым. Формально это 40-й выпуск календаря, однако на самом деле ему исполнилось уже полвека (из-за нефтяного кризиса и упадка автопрома календарь не выходил в 1967-м и с 1975 по 1983 год). За время издания он прошел путь от хулиганской юности до респектабельной зрелости.

Итальянская компания, производящая автомобильные покрышки, придумала это проект в 1962 году. В Pirelli рассуждали так — календарь предназначен для сильного пола, поэтому изображения автомобилей, обутых в резину компании, должны быть украшены барышнями. И место такой картинке в самом что ни на есть мужском логове — в гараже. Эта блестящая маркетинговая идея с треском провалилась: первый календарь на 1963 год ни на кого не произвел никакого впечатления.

Тогда английские рекламщики, работавшие для Pirelli, задались целью сделать нечто ультрамодное и пригласили фотографа Роберта Фримана, который работал с The Beatles. В съемках календаря на 1964 год на Мальорке участвовали всего две модели.

Именно тогда была придумана и опробована формула, которая потом принесла предприятию успех. Алгоритм на первый взгляд прост: приглашенный модный фотограф плюс экзотическое место съемки плюс самые желанные на планете красотки.

Кроме художественной ценности календари Pirelli имеют и ценность историко-документальную. Листая картинки разных лет, можно проследить, как менялись представления о женской красоте, моде, как менялись настроения в обществе. Абсолютная нагота объяснялась «экологичностью и слиянием с природой», но на следующий год объявлялась «недостойной»; вдруг решалось, что все модели должны быть темнокожими, в другой раз — спортсменками, являющими «комбинацию сильного тела с классической чувственностью». Модели изображали знаки Зодиака, животных из китайского календаря, а потом их срочно заменяли актрисами и делали календарь черно-белым. В следующий раз создатели задавались целью «исследовать психологию женщин» и снимали для календаря 72-летнюю Софию Лорен.

Но особый шик Pirelli как раз и заключался в том, чтобы нарушать собственную формулу.

Календарь Pirelli-2013 получился, пожалуй, даже излишне концептуальным. От постановочной гламурности отказались, пригласив на работу Стива Маккари. Его самая знаменитая работа — обложка июньского номера National Geographic 1985 года. Это портрет неизвестной зеленоглазой девочки в красном платке из лагеря беженцев — она стала лицом войны в Афганистане. Позже Маккари снимал «Бурю в пустыне», гражданскую войну в Ливане, революцию на Филиппинах, распад Югославии, работал в Индии и Пакистане.

Телу время, а в моде в будущем году, следуя концепции календаря, красота нравственная. Главными героинями стали вовсе не обнаженные модели, а мало того что модели и актрисы одетые, так еще и успешно занимающиеся разного рода благотворительностью. Для календаря снялись Адриана Лима, Петра Немкова, Изабелли Фонтана, Карли Клосс, Элиза Сенауи, Соня Брага, Мариза Монте, Хана Бен Абдесслем, Лия Кебеде, Килей Кун, Саммер Рейн Оукс.

Место для съемок — Рио-де-Жанейро — тоже выбрано не просто так. Даже бывший президент страны и министр промышленности говорит, что, мол, в Европе кризис, а мы на подъеме, у нас шестая экономика в мире, а скоро будет пятая. У компании Pirelli бизнес в Бразилии идет прекрасно, кроме того, в стране живет 30 млн выходцев с Апеннин, в то время как в самой Италии итальянцев меньше 60 млн. Помимо 23 портретов девушек в календаре 11 снимков, посвященных Рио. Портрет города (снимался в исторических кварталах Лапа и Санта-Тереза) тоже призван показать, как прекрасна в нем жизнь и как сильно она отличается от сложившихся стереотипов.

Получается так: смотрите вы в календарь, чтобы узнать, какой день на дворе, и задумываетесь: а в правильной ли стране вы живете, достаточно ли экономически развиты, занимаетесь ли благотворительностью, богаты ли духовно? Если так пойдет и дальше, через какое-то время календарь Pirelli может превратиться в философский трактат. Его и так уже не повесишь в гараже — это внушительное издание в твердом переплете, которое весит несколько килограммов, а для его транспортировки прилагается сумка из льняной ткани. Планец в холщовой шкуре.