

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

Пятница, 12 апреля 2013 №64

(№5095 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №17–44

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Рег. №01243 22 декабря 1997 года



апрель 2013



— Елена Федотова, редактор
Review «Стиль СПб»

старое как новое

Трудно представить, каково было Золушке, когда с последним боем часов балльный наряд, подаренный феей, снова стал скромным рабочим платьицем. Она, конечно, потом встретила принца, для которого важнее была душа, но это уже не так интересно. Хорошо, что такая мгновенная метаморфоза гардероба, причем не в сторону повышения качества и внешнего вида, возможна только в сказках. На самом деле превращение нового в старое происходит не так уж и быстро, но всегда быстрее, чем этого хочется.

Есть, правда, вещи, на которые категории «старое-новое» не распространяются. Стиль, как известно, не стареет, но превращается в винтаж. А носить винтажные вещи — значит иметь особый вкус к истории. Истории одежды, брендов, технологий... Кто может похвастаться таким интересом, кроме дизайнеров и коллекционеров? Есть еще одно наблюдение: платьям, сумочкам и туфелькам, пусть они хоть самые стильные, прожить долгую жизнь, лет эдак 50, очень трудно. Никакой славянский шкаф не выдержит! Это такие случайные свидетели времени, которые почему-то у кого-то сохранились почти как новые.



43 — Ресторанные новости.
«Мама Люба» на бывшей
Сытной

40_ VI петербургский аукцион
«Винтаж и мода»



ПО СТРОГИМ ПРАВИЛАМ

Офисный дресс-код остается для мужчин неизменным в любое время года. И весна — не исключение, считают дизайнеры марки bts.

Костюм — этот символ элегантности и респектабельности, кажется, никогда не сдаст своих позиций. Понятно, что сидеть он должен идеально, несмотря на все модные веяния, которым он тоже подвержен.

Основные цвета текущего сезона в мужских коллекциях под брендом bts — это синий, серый, холодный зеленый и «выжженный под солнцем» бежевый. Костюмы выполнены из полушерстяных тканей в мелкую однослойную полосу и актуальную сейчас клетку. А вот что касается аксессуаров, то они, по версии bts, должны быть яркими, насыщенными оттенков — это позволяет превратить повседневный деловой образ в модный и современный.

Костюмы bts изготавливаются в трех силуэтных формах — слим, комфорт и модерн, что обеспечивает безупречную посадку на любой тип мужской фигуры.



KITON ТРАКТУЕТ ШЕСТИДЕСЯТЫЕ

Итальянский бренд Kiton считается достойным выражением неаполитанской портновской традиции и отличается особой любовью к мужской одежде, которая создается, в том числе, и вручную. А в новой коллекции «Весна-лето 2013» бренд Kiton пытался найти баланс между традиционным пошивом и инновациями, вдохновляясь трендами 60-х годов XX века.

В новых мужской и женской коллекциях на этот раз используется тончайшая шерсть, а цвет становится своеобразным способом самовыражения. Kiton видит современную, космополитичную и независимую женщину элегантной, что подразумевает некую строгость. Зато цветовая палитра богата различными оттенками: от розовой пудры до солнечно-желтого, от вишнево-красного до серо-синего. «Формальные» для классики оттенки синего и серого приобретают некую жизненную силу, благодаря соседству красного и светло-голубого цвета.



CHANEL В ДЛТ

Первое в Петербурге парфюмерно-косметическое пространство Chanel, или, как его называют в Европе, Espace Parfum, открылось в ДЛТ. Эта концептуальная территория, где присутствуют все знаковые коды дома Chanel, полностью посвящена современной истории ароматов и макияжа знаменитого бренда.

Смысловым центром нового пространства стал парфюмерный бар The Olfactory Bar, идея которого была предложена парфюмером Кристофером Шелдрейком — «правой рукой» парфюмера дома Chanel Жака Польжа. В работе над баром Кристофер применил инновационные технологии и подходы. Например, на керамических блоттерах (тестерах), которые максимально точно воспроизводят каждую композицию, представлено почти 50 различных концентраций ароматов Chanel. Таким образом, в бутике можно совершить целое путешествие по миру ароматов дома Chanel.

В Espace Parfum будет представлена легендарная коллекция ароматов Les Exclusifs de Chanel, которую можно найти только в избранных магазинах по всему миру. Каждый аромат этой коллекции рассказывает отдельную главу из истории жизни Великой Мадемуазель. Также в новом пространстве Chanel можно получить консультацию косметолога и записаться на сеанс макияжа.

«Espace Parfums — это уникальное пространство, которое Chanel открывает только в самых эксклюзивных торговых точках. ЦУМ был одним из первых таких магазинов в Европе. Espace Parfums в ДЛТ еще раз подчеркивает особенность этого торгового центра», — говорит Стефан Бланшар, генеральный директор Chanel в России.



BRUNELLO CUCINELLI: ТЕПЛО ПАСТЕЛИ



Новая коллекция под брендом короля кашемира Brunello Cucinelli представлена в бутиках компании «Кашемир и шелк». Марка не изменяет своей приверженности мягкой натуральной цветовой гамме. Палитра тонких нюансов колеблется от цвета телесного шелка и серого камня до теплых оттенков терракоты, меди и цвета кенгуру. Стремление к простоте выражается через использование монохромных нейтральных оттенков различных материалов или через необычные комбинации цветов сезона, таких как насыщенный голубой, коралловый и малахитовый зеленый.

Силуэты новой женской коллекции в основном имеют геометрические формы — это квадрат и трапеция, А-образная или Т-образная формы. Такого рода блузки и туники — короткие, неприталенные, их можно носить с широкими брюками с кулиской по талии или брюками-дудочками. Гладкие струящиеся ткани чередуются с жесткими материалами, которые используются для «построения» геометрических фигур силуэта. Интересный трехмерный эффект одежды создается из слоев органзы, муслина, марли и жоржета. Шелк и хлопок — «звезды» сезона — появляются в сочетании с почти неосязаемой мягкой шерстью.

Для создания «цветочной» отделки используются плетеные и замысловатые меланжевые шнуры. Пряжа, ленты разных оттенков и принты образуют лепестки и цветы. Вся эта нежная женственность дополняется обувью в мужском стиле, украшенной тонкими металлическими нитями. Ботинки на шнурках, мокасины и туфли на высоком каблуке выполнены из мягкой кожи, замши или лакированной кожи серо-коричневого оттенка.

В мужской коллекции Brunello Cucinelli сочетаются классические и casual-образы, в ее основе — концепция вневременной роскоши, где элегантность стиля денди 50-х годов прошлого века соединяется с рокерскими элементами 80-х. В трактовке бренда, соединив пиджак, рубашку и галстук с джинсовой курткой и цветными хлопковыми брюками, традиционный стиль денди меняет свой облик. Однотонные шерстяные костюмы, скроенные по фигуре, дополняются повседневными джинсовыми и клетчатыми рубашками, а иногда простыми поло из пике. Цветовая гамма несколько необычна: малиновый, гранатовый, зеленый и глубокий синий цвета комбинируются с холодными оттенками бежевого и голубого. Для трикотажа характерна крупная вязка жгутами, средними и мелкими косами и жаккард в нейтральных или ярких тонах оранжевого, цвета хереса, льда, мохито и цитруса.

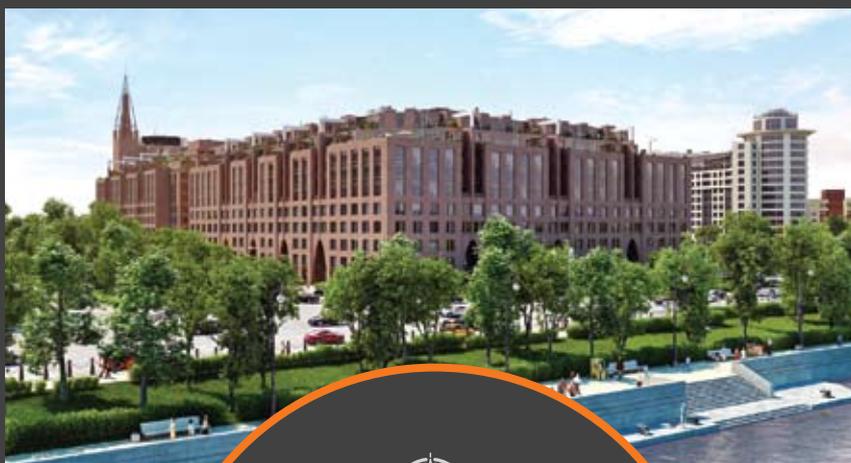
TERANI COÛTURE ДЛЯ КОКТЕЙЛЕЙ

Первый в России монобрендовый бутик известной американской марки коктейльных и вечерних нарядов Terani Couture начинает свою работу в новом торгово-развлекательном комплексе «Континент на Звездной». Открытие бутика этой марки является инициативой Red Carpet Fashion Group, в 2011 году открывшей мультибрендовый бутик Red Carpet на Казанской улице. Учредители компании хотят вывести на новый уровень культуру потребления актуальной и изысканной одежды для особых мероприятий. Модный бренд Terani Couture известен в fashion-индустрии вечерними, коктейльными и выпускными нарядами. Бренд продвигает семь различных линий — от доступных для среднего покупателя платьев для вечеринок до роскошных нарядов для светских мероприятий. Компания Terani Couture существует уже более 20 лет, а название марки образовано от фамилии семьи владельцев модного дома. Дизайнерская студия Terani Couture располагается в Нью-Йорке — коллекции обновляются каждые три месяца. Эти платья нельзя назвать классическими в прямом смысле этого слова, в дизайне присутствуют смелые решения. Наряды Terani Couture создаются из шелка и атласа, декорируются кружевами, бисером, пайетками, кристаллами, мехом и перьями. Как известно, американский взгляд на моду более утилитарен — во всяком случае, этот бренд имеет расширенный размерный ряд: от 38-го до 62-го российских размеров.



Жизнь в стиле RVI

скидка 12%*
при 100%-й оплате



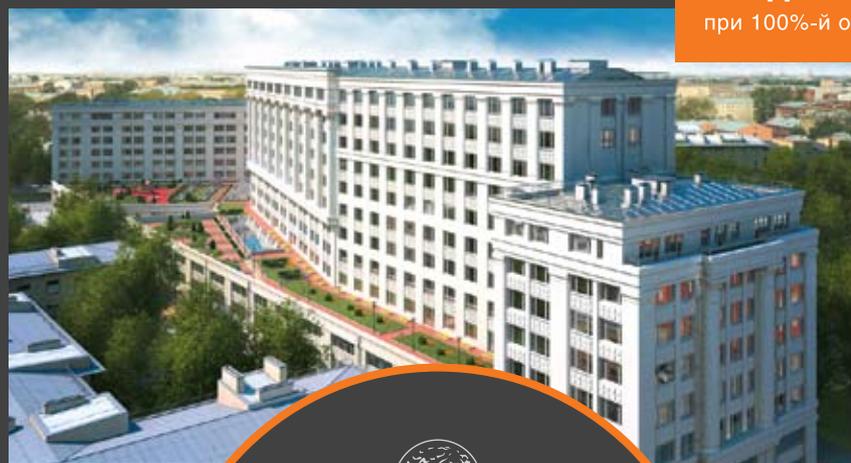
ЧЕТЫРЕ ГОРИЗОНТА

ДОМ НА СВЕРДЛОВСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ

«Четыре горизонта» — это дом, наполненный светом и воздухом, для людей с обостренным чувством свободы.



ДОМ НА СВЕРДЛОВСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ



АЛЕКСАНДРИЯ

ЭЛИТНЫЙ ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

«Александрия» — элитный жилой комплекс в центре Петербурга, обращенный фасадом к Смольному собору.

Дом построен

НОВГОРОДСКАЯ УЛ., 23



Собрание

ДОМ БЛАГОРОДНЫХ СЕМЕЙСТВ

Большая Посадская, 12

Дом благородных семейств «Собрание» — здесь создается история, рождаются традиции, строится будущее, которое из этих стен уверенно шагает в большую жизнь.



УЛ. БОЛЬШАЯ ПОСАДСКАЯ, 12



Новелла

Дом на Черной речке

Дом на Черной Речке «Новелла» — дом, где все начинается.

В доме 54 квартиры

УЛ. САВУШКИНА, 7



The art of real estate®

Санкт-Петербург, В.О.
Малый пр., 22, лит. А
БЦ «Соверен»

Тел:
(812)

320 7676 www rbi.ru

Реклама. ООО «Новгородская». ООО «Прайм-Инвестмент». ООО «Денген». ЗАО «Северный город»
Проектная декларация и подробности акции на сайте: www.rbi.ru СРО №0006-2009-7825005179-С-3 от 11.02.2010 г.

20 ЛЕТ РАБОТЫ. 58 ПОСТРОЕННЫХ ДОМОВ
ХОЛДИНГ RVI
основан в 1993 г.

В ДОРОГУ ВМЕСТЕ С TUMI



Один из лидеров по производству жесткого багажа — компания Tumi — запустила премиальную линию Tegra-Lite, которая отличается актуальным дизайном. Коллекция включает троллей-кейсы на двух и четырех колесах различных размеров. Внутри каждого изделия дизайнерский подклад.

За Tumi, международным премиальным брендом бизнес-, дорожных и lifestyle-аксессуаров, закрепился имидж марки «умного багажа» с революционным и технологичным дизайном. Со дня основания, в 1975 году, и по настоящее время этот бренд не оставляют своим вниманием бизнесмены, политики, спортсмены и разные знаменитости. У марки более 200 магазинов в 65 странах мира. Кстати, именно компания Tumi первым создала багаж из текстиля 30 лет назад с легендарным баллистическим нейлоном. Материал, изначально предназначенный для изготовления бронежилетов, теперь является стандартом и эталоном износостойкости и качества в дорожном и бизнес-ассортименте.

В линии Tegra-Lite теперь есть модели в трех цветовых оттенках. Первоначальный графитовый оттенок был представлен публике весной 2012 года; в этом году палитра расширилась благодаря карбоновому (мокрый асфальт), индиго и белому. Tegra-Lite изготовлен из запатентованного революционного материала Tegrис (сплав полипропилена и термопласта). Именно этот материал используется в производстве бронежилетов, костюмов для автогонщиков и игроков НХЛ. По структуре Tegrис — это листы из переплетенных нитей, прессованные в жесткие пластины. Материал отличается 15-кратным превосходством в показателях ударопрочности по сравнению с другими материалами, из которых делается багаж, и сохраняет свойства при температуре до -40°C. Включения полипропилена делают такой чемодан необычно легким.

Еще одна новинка — коллекция Tumi Ducati — отражает страсть к скорости и инновациям. Дизайнерское бюро Tumi создало коллекцию сумок и багажа с ретрошиком, вспомнив о победе гонщика Пола Смарта в 1972 году в гонке Imola 200. Это компактная сумка через плечо, сумка для документов, рюкзак в настоящем стиле Marlboro и гибридный троллей-кейс. Коньячная телячья кожа двух видов (плотная и перфорированная) в сочетании с винтажной фурнитурой и вневременными силуэтами моделей можно назвать новым прочтением классики.

ПЕРСОНАЛЬНАЯ КЛАССИКА ОТ CIFONELLI

На площади Искусств открылось ателье-бутик Cifonelli. Костюмы, пиджаки, брюки, пальто и сорочки шьются по индивидуальному заказу и адаптируются к стилю клиента. Cifonelli также предлагает готовые предметы мужского гардероба: обувь, сорочки, галстуки и множество других аксессуаров.

На презентацию ателье, которая прошла в гранд-отеле «Европа», приехал Массимо Чифонелли (Massimo Cifonelli), один из наследников дома. В ресторане «Европа» была представлена круизная коллекция пиджаков от французского ателье. Для гостей играл джаз и пела Элла Трафова.

Бренд Cifonelli — это история семьи итальянских портных, которая длится более века. Джузеппе Чифонелли открыл свое ателье по пошиву мужских костюмов в Риме в 1880 году. Его сын, Артуро, приложил все усилия для продолжения семейного дела и в 1926 году приехал во Францию, где открыл ателье в Париже. Сегодня эту семейную историю продолжают два правнука основателя, Массимо и Лоренцо Чифонелли.

Кстати, знаменитый покрой рукава Cifonelli был создан Артуро, который хотел сделать пиджак более удобным, без стеснения движений. Рукав втачан в комфортную пройму, линия плеча плавная, а полочки пиджака идеально прилегают. Эта техника передается из поколения в поколение. Карл Лагерфельд сказал, что «плечо Cifonelli узнаваемо с расстояния в 20 метров». Считается, что стиль Cifonelli выражает сочетание типично британской строгости и итальянской креативности, дополненные качеством исполнения а la française. Фирменный знак этой марки незаметен, он зашит во внутренний карман подобно знаку принадлежности к закрытому клубу.





СМОЛЕНСКИЕ  БРИЛЛИАНТЫ
ювелирная группа

Санкт-Петербург

Невский проспект, д. 38/4 тел: (+7 812) 571 61 60

Москва

Кузнецкий мост, д. 18 /7, тел: (495) 742 05 31

Петровка, д. 28 /2, тел: (495) 650 76 51

Шмитовский проезд, д. 16, стр. 2, тел: (499) 244 06 22

Смоленск, Екатеринбург, Белгород, Брянск, Воронеж, Курск, Краснодар, Липецк, Рязань, Тамбов, Тверь, Минск

www.smolenskdiamonds.ru

ТОТАЛЬНОЕ ПОТЕПЛЕНИЕ



—Jean Paul Gaultier



—Dolce & Gabbana



—Gucci

Этой весной и летом властители модных дум, словно сговорившись, упростили правила игры, а кое-где и вовсе их отменили, поставив во главу угла индивидуальность. Так, нет никаких правил относительно силуэта: дозволено носить все, что нравится. Не важно, предпочитаете вы классический силуэт а-ля Christian Dior, плотно облегающие фигуру платья или ниспадающие до пола туники, перехваченные на талии широким поясом, — вы безошибочно попадете в тренд. Главное — учесть некоторые детали, цвет, фактуру ткани и, конечно, подобрать аксессуары.

total look Тем, кто предпочитает мыслить образами, модные дома предлагают на выбор несколько наиболее востребованных в этом сезоне так называемых «тотал луков». Например, Moschino, Prada, Marni, Giles, Jenny Packham и Louis Vuitton совершают путешествие на полвека назад: мини-платья в стиле baby doll, английское кружево, крупные принты, смелые эксперименты с цветом возвращают в 1960-е.

Еще один образ-тренд вдохновлен Азией, а точнее — самой загадочной страной этой части света — Японией. Шелк и многослойность, причудливые силуэты и вместе с тем простота исполнения пленили не одно дизайнерское сердце: чарам Востока поддались Миучча Прада, Вероника Этро, креативный директор Emilio Pucci Питер Дундас и многие-многие другие. Не остался за бортом и минимализм: эпоха берет свое. Ведь время, как известно, — деньги, а потому выгоднее обходиться без лишних слов и лишних деталей в гардеробе. Тем, кто разделяет эту точку зрения, придется по вкусу total look от Calvin Klein (к примеру, белый брючный костюм, единственным излишеством которого является матовый блеск материала) или Nicole Farhi (образ от этого французского бренда предполагает единственное украшение — ремешок на талии). Скромному обаянию минимализма поддались и такие столпы моды, как Valentino: весенне-летняя коллекция легендарного бренда на удивление сдержанна.

детализация Несмотря на то, что цвет по-прежнему допускает сколь угодно дерзкое обращение, на подиумах столиц моды во время демонстрации коллекций «Весна-лето 2013» то и дело воцарялась черно-белая гамма. Причем, кроме классических сочетаний вроде знакомого со школы «белого верха и черного низа» (например, у Jean Paul Gaultier), дизайнеры предлагают черно-белые игры и в пределах одного поля: полосы, клетка, аппликации — все это также входит в модную азбуку нынешнего сезона. К слову, полосы могут быть сколь угодно широкими, а клетка — сколь угодно крупной (или мелкой). В полной мере феномен полосатой магии изучен в коллекции Marc Jacobs, а вот с клеткой вдоволь поэкспериментировали в Louis Vuitton, причем не только с черно-белой: в весенне-летней коллекции бренда есть платья и в желто-белую, и в коричнево-белую, и в бежево-белую шашечку.

Если же хочется однотонности, то непременно следует обратить внимание на еще один тренд сезона — ткани «металлик». Самые смелые оценят «металлический» total look от Burberry Prorsum: девизом коллекции этого бренда, наверное, было что-то вроде «металлик всегда, металлик везде» — на купальниках, блузках, юбках, платьях, плащах, сумках... Diane Von Furstenberg предлагает сочетать блеск металлика с приглушенным сиянием шелка, матовостью хлопка, сверкающими пайетками. Не остался в стороне от «металлического» тренда и дом Christian Dior: заметную часть весенне-летней коллекции марки составили мини-платья самых разных силуэтов, выполненные из шелка и органзы с металлическим отливом.

Отдавая дань весеннему обновлению жизни, дизайнеры вспомнили о цветах, которые появляются в виде рисунков на тканях, принтов и аппликаций (в том числе объемных). И вот на платьях распускаются зеркальные розы (Viktor & Rolf), на подолах сарафанов сплетаются причудливые цветочные орнаменты (Anna Sui), а на свитерах, плащах и юбках расцветают объемные астры (Dries Van Noten).

Алина Башкеева



РЕКЛАМА

Kiton

ул. Большая Конюшенная, д. 19, т.+7 (812) 331-33-80
ул. Михайловская, д. 1/7, Гранд Отель Европа, 2 этаж, т.+7 (812) 320-90-30

www.kitonspb.ru



НИЧЕГО, КРОМЕ СМЕЛОСТИ

не нужно для того, чтобы надеть
даже самую экстравагантную шляпку



— Головной убор, созданный Малиндой Дамгаард для фотосессии шведского журнала Elle (фотограф Benjamin Vnuk)



Творения Малинды Дамгаард есть в гардеробах самых известных дам мира. Ее шляпы можно увидеть на Грейс Джонс, Саре Джессике Паркер, Камилле Паркер Боулз. Малинда также работает над частными заказами шведской королевской семьи и Королевской оперы. Вообще шляпам, можно сказать, повезло: в отличие от платья или туфель, они с легкостью могут кочевать из разряда полезных аксессуаров в категорию арт-объектов и обратно.

— Малинда, вы профессионально занимаетесь созданием головных уборов и у вас, наверное, сформировалось некое четкое определение того, что же такое шляпка?

— Я считаю, что шляпка прежде всего — это прекрасный комплимент вашему образу.

— Вы сами часто ее носите?

— Признаться, не так часто, как хотелось бы. Я слишком занята тем, что создаю шляпки для других, и, к сожалению, на то, чтобы сделать головной убор для себя, у меня просто не хватает времени.

— И все-таки, если удастся надеть шляпку, то каким вы отдаете предпочтение?

— Мои симпатии относительно этого аксессуара постоянно меняются. В данный момент я поклонница шляп с широкими полями.

— Вы где-то учились или начали свой креативный процесс сами?

— Я изучала искусство производства дамских шляп в Tillskarakademin (Академия искусства кройки и шитья. — R) в Гетеборге. Причем сначала в академии я изучала мастерство закройщика, однако, узнав о возможности посещать курс по созданию дамских шляп, я ни минуты не сомневалась. Я подумала: «Шляпки! Никто не делает шляпки, значит, их буду делать я». По окончании обучения я попала на стажировку в компанию Филипа Трейси, который после знакомства с моими работами предложил мне постоянное место. Сегодня я работаю в Швеции под собственным брендом: делаю шляпки на заказ, в том числе для знаменитостей, сотрудничаю с известными брендами.

— Каково главное отличие этого аксессуара от других — к примеру, сумочек?

— Шляпку вы носите на голове!



—Шляпа Малинды Дамгаард, созданная для экспозиции Absolut



С 1 по 12 мая в галерее «Мольберт» пройдет выставка шляп Малинды Дамгаард, которая была названа лучшим дизайнером аксессуаров по версии шведского Elle. Это яркие арт-объекты, произведения декоративно-прикладного искусства — в процессе их создания дизайнер выходит за рамки традиционного понимания аксессуаров, работая с необычными, экспрессивными формами и материалами

— Дизайнер Малинда Дамгаард сотрудничала со всемирно известным шляпным модельером Филипом Трейси с 2006 года и создавала шляпы для знаменитых брендов: Ralph Lauren, Valentino, Alexander McQueen, Donna Karan и др. Сейчас Малинда работает в Стокгольме под собственным брендом. Среди ее клиентов — Acne, Dagmar, Minimarket и Lars Wallin

— Как вы думаете, почему сегодня наблюдается активное возвращение шляпок в гардероб?

— Наверное, потому, что пришло полное понимание того, как выгодно она может подчеркнуть то, что надето.

— А шведки носят шляпки?

— В большинстве своем шведки очень осторожны в вопросах моды. Когда происходит смена трендов, появляется что-то непривычное, новое, они предпочитают наблюдать за новшествами со стороны — несколько сезонов ходят на модные показы, читают гляцевые журналы... Одним словом, им нужно время привыкнуть. То же самое я бы сказала и об отношении шведок к головным уборам.

— Многие женщины не носят шляпки, потому что не знают, как это делать. Может быть, поделитесь советом?

— Думаю, в первую очередь надо набраться смелости и не бояться экспериментировать, пробовать всевозможные виды и формы шляпок. Возьмите с собой маленькое зеркальце и время от времени смотрите в него: так вы сможете увидеть себя в шляпке с разных сторон, при разном освещении и в разных ситуациях. Каких-либо строгих правил в ношении шляпок не существует: главное, чтобы вы чувствовали себя уверенно и комфортно.

— В каких ситуациях даме без шляпки не обойтись?

— На мой взгляд, шляпка обязательна, если вы идете на свадьбу или похороны. В остальных случаях можно руководствоваться настроением, погодой, гардеробом — чем угодно! Ах, да, чуть не забыла: не надевайте шляпку в театр и в кино.

— Каковы последние тренды в шляпной моде?

— Сегодня в моде большие поля. Также важен цвет: чем насыщеннее, ярче, необычнее — тем лучше!

— Что перво-наперво вы берете в расчет при создании этого аксессуара?

— Человека, который будет шляпу носить: для меня главное, чтобы в моем головном уборе он чувствовал себя комфортно.

— Ваши произведения есть в гардеробах множества знаменитостей. А еще кого из звезд вы бы хотели увидеть в шляпке от Malinda Damgaard?

— Леди Гагу: мне кажется, это очень смелая девушка, которая великолепно умеет носить сколь угодно экстравагантные вещи.

Алина Башкеева

ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО



Любовь Кургузова и Анна Михайлова показали «объединенную» коллекцию аксессуаров. «Все, что вам нужно, чтобы быть модным, — это сумки и шляпки», — уверены дизайнеры. Поэтому свою коллекцию они назвали All You Need... и показали в училище барона Штиглица в рамках «Дефиле на Нева». Сегодня, когда мода перестала быть диктором и стиль в одном флаконе с самовыражением оказались главным, что требуется при создании имиджа, особая роль принадлежит аксессуарам. Дьявол таится в деталях, подтверждают дизайнеры.

Коллекция All You Need... — это кожаные сумки бренда Kurguzova и необычные шляпки Anna Mikhailova (оба дизайнера имеют собственные авторские студии в Петербурге). Коллекция состоит из четырех частей, каждая из которых рассказывает свою историю. «Русская тема» — это дань поиску национальной идеи и внимание к традиции, «зверики» — трогательное отношение к природе, «сказки» — обращение к истокам фантазии, а «классика» — взгляд в современность, где повседневная жизнь требует своих правил. А вообще, как известно, мода — это игра, так же, как и вся наша жизнь. И с одним и тем же платьем можно создать совершенно разные образы, потому что за один день случается проживать множество ролей, и не всегда они требуют серьезного отношения.

Альбина Самойлова

СВЕЖИЕ АКЦЕНТЫ

В одежде, а уж тем более в моде, нет мелочей. Этой весной мелочи и дополнения, другим словом — аксессуары, превратились в главное. То есть именно они создают или не создают образ и стиль. Сумки и клатчи, туфли и босоножки, ремни, украшения — все это призвано поддержать образ, играя как на сочетании, так и на контрасте. Зеленый клатч обтекаемой формы отлично будет смотреться и со строгим костюмом в тон, и с легким платьем «в цветочек». Пластиковые клатчи, в том числе абсолютно прозрачные, жесткой прямоугольной формы, есть, например, в коллекции Valentino.

В поисках экстравагантности можно обратиться к пропитанной безумным буйством красок коллекции Dolce & Gabbana: если не хватит смелости на total look с платьем, принты на котором можно рассматривать как картину, то лучше ограничиться аксессуарами — разноцветными сумками, платками-банданами, массивными серьгами. Кстати, крупные украшения встречаются в коллекциях многих модных домов, особо стоит обратить внимание на кольца, надеваемые поверх одежды. Вниманию модных дизайнеров этой весной удостоились съемные воротники и броши в виде цветов — особенно хороши и свежи розы.

Алина Башкеева



2.

3.

4.

5.

6.



1. __ Украшение Mawi, «Мистерия», бутик Fetish
2. __ Цветок-брошь Kiton
3. __ Туфли Kiton
4. __ Шейный платок Kirill Ovchinnikov, Red Carpet
5. __ Ремень Kiton
6. __ Браслет Mawi, «Мистерия», бутик Fetish
7. __ Кольцо Mawi, «Мистерия», бутик Fetish
8. __ Балетки Kiton
9. __ Аксессуар для iPhone, Red Carpet
10. __ Воротник Kirill Ovchinnikov, Red Carpet
11. __ Клатч Alexander McQueen, Red Carpet
12. __ Цветок-брошь Kiton
13. __ Воротник Kirill Ovchinnikov, Red Carpet
14. __ Клатч House of Harlow 1960, Red Carpet
15. __ Босоножки Manolo Blahnik, Red Carpet
16. __ Сумка Azzurra Gronchi, «Мистерия», бутик Fetish
17. __ Браслеты Rada, «Мистерия», бутик Fetish
18. __ Туфли Rupert Sanderson, «Мистерия», бутик Fetish



ДАЙАН ПЕРНЕ: ВЗГЛЯД СКВОЗЬ ТЕМНЫЕ ОЧКИ

Как продвинуться фэшн-блогеру

«В какой-то степени мода может основываться на фантазии, но никогда не стоит забывать о том, что модный дизайн — это превращение гениальных идей в реальные продукты. Мода — это то, что ты покупаешь и что имеет финальную распродажу, в то время как стиль — это что-то вечное, более личное и никак не связанное с ценой»



Дайан Перне — пионер интернет-журналистики, автор известного фэшн-блога A Shaded View on Fashion (ASVOF) — влиятельный модный критик и основательница кинофестиваля A Shaded View on Fashion Film. Дайан знаменита не только своей деятельностью, но в меньшей мере ее прославил эксцентричный образ. «Черная вдова» — так ее называют. Дайан всегда одета в черное, носит темные очки и невероятную высокую прическу. Недавно она побывала в Петербурге, где открывала основанный ею же фестиваль модного кино, который проходил в рамках недели моды Auroga Fashion Week Russia. Наша беседа — о том, насколько блоги влияют на моду, о стиле и будущем.

— Дайан, как вы считаете, что определяет успех фэшн-блогера?

— Я бы сказала, что это вопрос авторства. Блог ASVOF.com пишет о творческих личностях со всех уголков земли, особенное внимание уделяя новым талантам. Я пишу о моде, кино, искусстве, фотографии, литературе, архитектуре, путешествиях, образе жизни. Как вы понимаете, блогов с похожим контентом много. Но дело в том, что их взгляд, их способ фокусироваться на теме, их публикации — не такие же, как мои. Ключ к пониманию ASVOF заключен в первых трех буквах названия. A, S и V — A Shaded View. Это и есть мой взгляд «через затемнение», мое видение, мой взгляд на мир сквозь темные очки. Конечно, многие блоги, а не только мой проект, являются успешными именно из-за тех личностей, которые стоят за ними. Чтобы выделиться на фоне других, ресурсу необходимы как минимум три черты: независимый взгляд на вещи, нетривиальный подход к темам и сильный голос, воспитывающий лояльную аудиторию.

— На ваш взгляд, влияет ли современная фэшн-критика на моду?

— Иногда. Существует классический эффект «просачивания идей сверху вниз» — от законодателей мод к покупателям. Именно таким образом все до сих пор и происходит. Авторитетные фэшн-критики имеют влияние и на ритейлеров, и на покупателей.

Конечно, с наступлением эры цифрового маркетинга, когда путь продукта от бренда к потребителю очень короток, этот эффект стал играть меньшую роль. Но все же, да, по-прежнему, знаменитые фэшн-критики влияют на моду.

— Каковы взаимоотношения между модой, коммерцией и модной критикой? Это конфронтация или скорее игра на одной стороне?

— Конечно, нельзя сказать, что отношения между модой и коммерцией — это всегда конфронтация. Ирония заключатся в том, что наименее интересная одежда часто продается лучше всего, но это лишь потому, что подавляющее большинство потребителей — не лидеры, они последователи, ведомые. Но если говорить о «лидирующих потребителях», то тут вовсе не обязательно скрывается конфликт. То же касается и фэшн-медиа. ASVOF.com имеет 350–400 тысяч уникальных посетителей ежемесячно. Некоторых людей впечатляют голые цифры, но для меня и многих моих рекламодателей намного важнее то, что сайт привлекает высокопрофессиональных представителей каждой креативной сферы, отраженной на сайте. Среди них — истинные законодатели вкусов, предсказатели и — хотя я не люблю этого слова — трендсеттеры, многие из которых по-своему весьма влиятельны. Все, кто работает с онлайн-медиа, могут быть слишком озабочены количеством читателей — мне, например, зачастую сложно объять всех этих людей, которые регистрируются, чтобы почитать мои размышления, но не является ли сейчас более, чем когда-либо, правдива идея важности качества, нежели количества?

— Вы поддерживаете новые имена и таланты в мире моды? Что является для вас признаком таланта?

— Мои критерии включают такие аспекты: выражают ли эти люди свое личное видение через дизайн; придают ли достаточно внимания крою и производству; создают ли они вещи для реального клиента; в достаточной ли мере они используют всевозможные доступные техники и способы обработки; исследовали ли они образ жизни их целевой аудитории и так далее. Также иногда приходится критиковать молодые таланты, чтобы достичь определенного уровня «носимости». Всего нескольким дизайнерам, воспринимающим моду как чистое искусство, удается выживать или даже процветать.

— Кто-нибудь поддерживал вас в начале вашей карьеры?

— Я думаю, все мы обязаны нашим первым помощникам, не так ли? У меня был друг, который работал стилистом для New York Times, Джеффри Миллер, и он показал мою коллекцию одному весьма плодовитому фэшн-журналисту — Джону Дуке. Потом были другие, а в 1987 году актер Брайан Бекер одним рукопожатием внес огромные инвестиции в мой бизнес. Вместе с ним был и японский магазин Сейбу в Токио, который стал для меня главной опорой на протяжении моей карьеры в качестве дизайнера одежды.

— Насколько отличается стиль дизайнеров одежды в странах, где модная индустрия только-только начинает развиваться (например, в России), от стиля модных дизайнеров в развитых странах?

— Конечно, разница в масштабе и наследии у модных столиц и у развивающихся центров моды очень велика. Но исключительные таланты есть везде — им просто нужны площадки, образование и выход на рынки. Я только что была в шоу-руме Тани Котеговой и считаю, что эта коллекция была бы так же высоко оценена в Париже, как она ценится в Санкт-Петербурге.

Я уверена, что то же самое можно сказать и о других дизайнерах из России. Некоторые дизайнеры больше заинтересованы в выходе на местный рынок, другие нацелены на международный и потому мотивированы достаточно для того, чтобы иметь другой подход к тому, что они создают.

— Во времена Коко Шанель основным модным критерием была элегантность. Что, по-вашему, в настоящий момент является той деталью, которая превращает нечто в моду?

— Лично меня всегда привлекает элегантность, но сегодня очень интересно наблюдать за новыми категориями, такими как роскошная спортивная одежда, инновационные и современные коллекции, которые фокусируются на скрытых деталях, качестве текстиля и, что самое важное, — на крое. Говоря о дизайнерской задумке, мне кажется особенно важным осознавать, является ли это просто модой или тут еще и можно говорить о стиле. Возьмите, к примеру, дизайнера Дриса ван Нотена, чьи работы вне времени, при этом мы называем это модой — вот тут можно говорить о стиле. Кристофер Кейн, для сравнения, меняет свой почерк почти каждый сезон — и тут уже намного больше моды.

— Какая судьба ждет модную критику и фэшн-блоги?

— Некоторые люди убеждены, что фэшн-блогеры — это какая-то временная причуда или феномен, которому суждено вскоре изжить себя, но лично мне так не кажется. Я думаю, что останутся традиционные журналисты и точно так же останутся и талантливые блогеры. Что касается развития фэшн-блогов, я думаю, это будет зависеть от возникающих источников дохода и от того, как коммерция будет или не будет вовлечена в бизнес-модели будущего.

— Какой, как вы думаете, будет мода через сто лет?

— Кто знает? Люди ожидали, что большие перемены настанут с приходом 2000 года, но это был лишь числовой этап и ничего особенного не произошло. В какой-то степени, я думаю, все останется таким же и в 2100 году. Конечно, будет больше технологических инноваций и новых материалов. Но мне не видятся радикально отличные силуэты или новые удивительные предметы одежды. Мода — это попытка найти защитные и при этом красивые дизайнерские решения для человеческого тела, и эта формула не слишком-то поменялась за миллионы лет.

Елизавета Горлова



Haute Coiffure Française*

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

профессиональный салон красоты
Дом Распутина

Творчество — молодость души



**Номинант Национальной премии в области индустрии моды 2013 года
«Золотое веретено» в номинации «Парикмахерское искусство»**

**Мастера салона красоты «Дом Распутина» в составе арт-команды HCF-Россия
в 2014 г. представят шоу в Париже в зале «Carrousel du Louvre» (16+)**

Fashion Club

Пр. Славы, д. 52, корп. 1
Тел. 453 06 05

Fashion Club

Московский пр., д. 75
Тел. 316 17 95

Дом Распутина

Гороховая ул., д. 64
Тел. 407 58 01

www.rasputin.org.ru

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL

www.lorealprofessionnel.ru

«ВТОРАЯ ИМПЕРИЯ» ОТ S.T.DUPONT



Коллекция *Second Empire* («Вторая империя») выпущена ограниченными сериями специально к 140-летию компании S.T. Dupont. Все предметы выполнены в стиле, напоминающем ампир эпохи Наполеона III. В магазинах «Империял» представлены линии Premium и Prestige.

Кстати, именно император Наполеон III и императрица Евгения были одними из первых клиентов компании, основанной в 1872 году Симоном Тиссо Дюпоном. Затем появились и другие клиенты, в числе которых оказались монархи, дипломаты и выдающиеся личности XIX столетия.

В основу новой юбилейной коллекции зажигалок и ручек были положены знаменитые модели Ligne 2 и Neo Classique. *Second Empire* отличается изысканным декором во французском духе — сложный растительный орнамент, каждый предмет снабжен ручной гравировкой и украшен медальоном с двумя буквами D внутри. Сочетание черного и коричневого лака напоминает стиль маркетри, соединивший мозаику из ценных пород дерева со сложностью отделки. Некоторые модели коллекции украшают выполненные вручную бронзовые детали, вдохновленные позолоченным скульптурным орнаментом старинной мебели.

Линия Premium коллекции *Second Empire* призвана соединить исключительное с повседневным. Предметы покрыты красным лаком и отделаны золотом, на них нанесен травленный узор. Каждое изделие линии Prestige с бронзовыми деталями украшают восемь рубинов. В набор для рабочего стола линии Prestige входят еще и подставка для ручки и чернильница. Предметы линий Premium и Prestige выпущены в количестве 1872 пронумерованных экземпляров в память о годе основания компании S.T. Dupont.

ОБРУЧИТЬСЯ С ЛОНДОНОМ

Ювелирный дом Albamonte Gioielli в Петербурге представляет коллекцию помолвочных и обручальных колец английской компании Stubbs & Co. Создавая новые коллекции, дизайнеры — коренные жители Лондона вдохновлялись григорианским стилем архитектуры, викторианскими орнаментами и романтикой столицы туманного Альбиона. Интересно, что коллекции носят названия лондонских улиц и площадей, вызывающие самые разные ассоциации у тех, кто знаком с колоритом этого города. Например, коллекция Wilton названа в честь Вилтон-стрит, которая считается прибежищем высшего света. Или кольца современного дизайна из коллекции Sloane: так называется элегантная площадь рядом с модным и дорогим районом Челси. Да и название Vrook говорит само за себя — кольца из коллекции с таким названием украшены обрамлением из бриллиантов.



ЯНИС ЧАМАЛИДИ СПАСЕТ ОТ СТРАХА

17 апреля в Музее Академии художеств дизайнер Янис Чамалиди покажет новую коллекцию одежды сезона «осень-зима 2013–2014» под названием «Весна грядущая».

На вопрос, почему у дизайнера весна грядет осенью, Янис отвечает непросто: «Я много размышлял над образом жизни средневекового жителя Европы и России, над готикой, над плоским миром того времени, который стоял на трех китах... Думал о страхе, в котором жил человек, о том, что изменилось сегодня. Размышлял о Ренессансе как о спасении от страха, о Земле, которая стала круглой, о компасе и дальних путешествиях, о появлении бумаги и карандаша, изобретении печатного станка, ставших источником знаний и заменявшим людям интернет и телевидение. Думал о жизни художников тех времен, о Леонардо да Винчи, о философах и ученых, о Джордано Бруно. Думал о войнах и судьбах, о женщине, о матери и назвал коллекцию „Весной грядущей“, пробуждающей жизнь, возвращающей свет».

Формы и цвета коллекции напоминают о «долгом средневековье»: прямые силуэты пальто и пышные юбки платьев, многослойность, чуть «припудренная» затененная гамма тонов. Цвета коллекции рисуют графичный образ — от полной гаммы всех оттенков черного и синего к цветам, актуальным в этом сезоне.

Лаконичные линии и формы подчеркивают богатство фактур. В коллекции использованы натуральные высококачественные ткани, шерсть, шелк, лен, которые подверглись дополнительной обработке, изменившей их внешний вид. Мягкие фактуры, необработанные края, «обожженные» края лепестков органзы на декоре — все это создает современный гранж-шик, элегантную небрежность, соединение богемного и буржуазного образов. Аксессуары, в которых использованы кожа, ковка, кружева и состаренные стразы, придают коллекции винтажный дух.

«Это образ горожанки, живущей в городе Святого Петра. Она дышит воздухом, вдохновившим множество художников, архитекторов, поэтов, модельеров, — говорит Янис Чамалиди, — она живет, учится и созидает, путешествует и мечтает. Она вне национальности, вне возраста. Я создавал одежду, которая могла бы стать для нее отражением ее внутреннего комфорта и красоты, ее переживаний и выбора».

Альбина Самойлова



Одежда



Сегодня мужчины предъявляют высокие требования к своему внешнему виду, они стали более требовательны и разборчивы в одежде. Бренд **btc** предлагает одежду, которая придется по вкусу как ценителям классики, так и взыскательным модникам. Коллекция традиционно делится на классический ассортимент и трендовые капсулы. Главной особенностью бренда **btc** является идеальная посадка по фигуре. Костюмы выполнены в нескольких силуэтах, ориентированных на различные типы мужских фигур – теперь подобрать идеальный костюм не составит труда.

Адреса магазинов:
Большой Гостиный Двор, Невский пр., 35,
Перинная линия;
Пражская ул., 10;
Ленинский пр., 120;
ТРК «Сити Молл»,
Коломяжский пр., 17А, 2-й этаж.
www.btc-wear.com
Телефон единой справочной службы:
(812)337-17-07

01 | КОСТЮМ-ТРОЙКА (ЦЕРЕМОНИЯ) 8990 РУБ., СОРОЧКА БЕЛАЯ 1990 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.
 02 | КОСТЮМ 16990 РУБ., СОРОЧКА ГОЛУБАЯ 1990 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.
 03 | КОСТЮМ НА ОДНУ ПУГОВИЦУ 6990 РУБ., СОРОЧКА ГОЛУБАЯ В КЛЕТКУ 1290 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.
 04 | КОСТЮМ 14990 РУБ., СОРОЧКА БЕЛАЯ В ПОЛОСКУ 1990 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.
 05 | БРЮКИ ДЖИНСОВЫЕ 2490 РУБ., ПИДЖАК 5990 РУБ., СОРОЧКА 2583 РУБ.
 06 | СОРОЧКА БЕЛАЯ 1990 РУБ., ПИДЖАК ДЖИНСОВЫЙ 5990 РУБ., БРЮКИ ДЖИНСОВЫЕ ПОЛОСКА 2490 РУБ.
 07 | СОРОЧКА 2590 РУБ., БРЮКИ 1990 РУБ., ДЖЕМПЕР 2690 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.
 08 | КОСТЮМ 16990 РУБ., СОРОЧКА 1990 РУБ., ГАЛСТУК 1690 РУБ.



БЫТЬ В СТРОЮ

На подиумах маршируют люди в камуфляже



—Dries Van Noten



—Gucci



—Burberry Prorsum



—Givenchy

Этим летом армейский стиль дает решающий бой и окончательно воцаряется на городских улицах. Жакеты, рубашки, брюки-дудочки, кеды и весь набор необходимых аксессуаров — все это сочетается с любыми «гражданскими» вещами. Так, камуфляжные брюки свободного кроя у Valentino получают в компанию объемную куртку-бомбер (кстати, еще один тренд наступившего сезона), а Dries Van Noten предлагает фактически офисный образ из черных классических брюк и двубортного жакета, который мог бы быть вполне мирным, если бы не защитный принт. Кроме того, и камуфляж, оказываясь, можно закамуфлировать: например, Рей Кавакубо (Comme Des Garçons) поверх защитных костюмов накидывает длинный светлый кардиган, чем-то напоминающий мужской домашний халат, а Kenzo изменяет собственно принт так, что он становится похож на причудливые узоры из калейдоскопа.

первым делом самолеты Куртки-бомберы, также известные как куртки-пилоты, — тренд 1980–1990-х годов — снова актуальны. Правда, если изначально эти куртки делались из грубой овечьей кожи (летчикам королевских ВВС во время Второй мировой было не до щегольства), то сегодня, кажется, нет такого материала, который бы дизайнеры сочли непригодным для бомбера: в женских коллекциях есть даже кружевные «пилоты». Мужские бомберы представили почти все модные дома, в том числе Valentino, Burberry Prorsum, Givenchy, Louis Vuitton, Alexander McQueen и пр. Интересно, что почти все дизайнеры сочли необходимым снабдить «пилоты» гражданскими дополнениями — отложным воротничком (Valentino), капюшоном (Louis Vuitton), фотопринтом (Givenchy и Alexander McQueen). Бомбер можно назвать абсолютным трендом весенне-летнего сезона, который принято носить и в пир, и в мир: дизайнерское видение этого предмета гардероба предполагает сочетание этой, в общем-то, спортивной стилистики куртки не только с джинсами, но и с популярными короткими брюками, и с классическими костюмами (торчащие из-под «пилота» полы пиджака смущать не должны ни в коей мере).

полосатый рейс Полоска — широкая и узкая, горизонтальная и вертикальная, двухцветная и многоцветная: параллельные прямые не пересекаются, и границ их царства в этом сезоне, кажется, просто нет. С остальными трендами полоску роднит, наверное, ностальгический настрой: это и полная ирония тоска по 1940-м у Dolce & Gabbana, и причудливый микс 1980-х и «нулевых» у Аспе, и полоска в стиле аккуратистских 1970-х у Diog, и смелость, заимствованная Gucci у «Великого Гэтсби». Полосатые рубашки, футболки, джемпера и брюки носят не только с однотонными предметами: летом хулиганство официально разрешено, а потому все зависит исключительно от личной храбрости. Так, рубашка в широкую горизонтальную полоску в комплекте с шортами в полоску вертикальную, а то и с брюками в крупную клетку составят ансамбль, обреченный на успех.

КОСМИЧЕСКАЯ ОДИССЕЯ Всем грезящим о далеких межзвездных мирах посвящается: образ робота Вертера из фильма «Гостя из будущего», а точнее его замечательный блестящий комбинезон, — еще один актуальнейший тренд наступившего сезона. Куртки и плащи, брюки и рубашки, костюмы-двойки и тройки из ткани с металлическим блеском — настоящий must have в гардеробах тех, кто стремится идти в ногу с модой. Свою дань тренду в весенне-летних коллекциях в той или иной степени отдали почти все модные дома. Burberry Prorsum отличился, пожалуй, больше всех, представив целую линию одежды и аксессуаров, сияющих ярче солнца: здесь и водолазки, и рубашки, и уже упоминавшиеся в качестве одного из трендов куртки-бомберы, и брюки, и объемные сумки-шопперы, и очки, и сандалии... Для модников разной степени смелости Dsquared предлагает как полностью «металлические» вещи (например, кожаную куртку-косуху), так и вещи, на которых из металла выполнены лишь некоторые элементы (белая рубашка с черной блестящей манишкой смотрится далеко не экстравагантно, хотя и привлекает внимание). А матовый блеск, наведенный на металл, придает черному плащу от Umit Benan интересный микс дерзкой раскрепощенности и интеллигентной сдержанности: все, кажется, в рамках приличий, но что-то не по правилам.

ЦВЕТ По поводу предпочтительного для мужского гардероба цвета в рядах дизайнеров согласия нет. Некоторые предлагают не отвлекаться от формы и оставить в покое содержание: пример тому — все оттенки из черно-серой и коричнево-бежевой гаммы в коллекциях Bottega Veneta, Corneliani, Emporio Armani. В приглушенных оттенках, но в несколько более широком диапазоне, выполнены коллекции Trussardi (кроме серого и бежевого здесь есть оттенки синего и зеленого), Ermenegildo Zegna (приятные эксперименты с индиго, кирпичным и сдержанно-бордовым), Vivienne Westwood (все, кажется, в строгости, но ох уж эти орнаменты, принты и рукава разного цвета!). Некоторые же модные дома дали возможность не избалованному цветом мужскому гардеробу в этом сезоне наконец избавиться от монохромии. Canali борется с зимней ностальгией сочными, ничем не разбавленными красками курток, брюк, жакетов и футболок-поло, Etro бьет пропитанной Востоком коллекцией с красным, желтым и даже экстравагантным фиолетовым, Iceberg — невероятными сочетаниями рубинового и морковного, голубого и синего, полосочек и шашечек, Brioni соблазняет роскошными оттенками кораллового, бордового и голубого, а Gucci и вовсе предлагает на лето избавиться от скучных серых и коричневых тонов, заменив их на нежно-зеленый, горчичный, красный и ярко-синий, впрочем, если обстоятельства все же вынуждают, креативный директор дома Фрида Джанини идет на уступки: по элегантности с черным все-таки ни один цвет сравниться с ним не может.

Алина Башкеева

Одежда

Bonpoint

С 1975 года французский бренд детской одежды от ноля до четырнадцати лет открыл огромное количество магазинов по всему миру. И вот два года назад в историческом центре Санкт-Петербурга состоялось открытие Модного Дома. Главная идея марки – привить детям хороший вкус и чувство прекрасного. **Bonpoint** прославился своими пастельными рубашками и хлопковыми сарафанами в прованском стиле, эксклюзивными принтами liberty, элегантными силуэтами. Все 36 лет существования марка **Bonpoint** сотрудничает с художниками, чаще всего при оформлении витрин, которые меняются дважды в месяц. Дороговизну одежды для детей зачастую сложно оправдать, но магазины **Bonpoint** выгодно отличает от многих других «люксовых» детских магазинов исключительный вкус его создателей
BONPOINT
 Невский пр., 141
 640 66 12
www.bonpoint.com

01 | КАРДИГАН, 100% ХЛОПОК 4440 РУБ.
 02 | КУРТКА, 98% ХЛОПОК 2% ЭЛАСТАН 8730 РУБ., БАЛЕТКИ, КОЖА 7120 РУБ., ПЛАТЬЕ, 100% ХЛОПОК 6500 РУБ.
 03 | ЖАКЕТ, 100% ХЛОПОК, ТВИД 9460 РУБ.
 04 | ТРЕНЧ, 98% ХЛОПОК, 2% ЭЛАСТАН 8730 РУБ., ШАРФ, 100% ХЛОПОК 2070 РУБ.
 05 | СУМКА, 50% КОЖА, 50% ХЛОПОК 4730, ПЛАТЬЕ, 100% ХЛОПОК 5500 РУБ.
 06 | БЛУЗКА БЕЛАЯ, 100% ХЛОПОК 4200 РУБ., САНДАЛИИ, КОЖА 7430 РУБ.
 07 | ПЛАТЬЕ, 100% ХЛОПОК 7390 РУБ.
 08 | ЖЕЛТЫЙ ПЛАЩ, 85% ХЛОПОК, 15% ШЕЛК 14200 РУБ.
 09 | КОМБИНЕЗОН, 100% ХЛОПОК 6660 РУБ., СУМКА 100% СОЛОМА 3550 РУБ.

01



02



03



04



05



06



07



08



09



КОСЫ, ПУЧКИ И ОМБРЕ

Специалисты beauty-индустрии о главных трендах весны



«Нынешней весной главный цвет окраски волос — это мокко. Актуальны все варианты коричневых оттенков, и холодных, и теплых, приближенные к естественным, — золотистый каштан, медный каштан, подсвеченные пряди с эффектом омбре, создающие эффект слегка выгоревших на солнце волос», — говорит Сергей Рябинкин, арт-директор международной ассоциации стилистов «Haute Coiffure Francaise Россия» и арт-директор салона красоты «Дом Распутина». — Естественность цвета и ненаочность контраста — вот важная черта этого сезона. Что же касается форм стрижек — это мягкие формы, на основе боба и каре. В прошлое ушел резкий пош-боб. Мягкие формы всегда более органичны, чем надуманные, и именно они в центре внимания этого сезона». Эти тенденции поддерживает и Виктория Альбрандт, директор по развитию марки Lucie Saint Clair в России: «Тенденция сезона „Весна-лето 2013“ — это красота волос как способ выражения своей индивидуальности. Удлиненное каре или легкие естественные локоны — все приветствуется. Особо смелым эта весна дарит яркие краски — глубокий рыжий, яркий блонд, где переливаются все оттенки от пепельно-темного, светлой карамели до почти белого. Все, что позволяет акцентировать текстуру и объем».

полная непосредственность Показы этого сезона на главных фэшн-подиумах мира продемонстрировали множество причесок под девизом «непосредственность». Это самый главный тренд, называть его можно по-всякому — натуральностью, естественностью, непринужденностью. Слегка завитые локоны, взъерошенные с торчащими из них прядями хвосты, не туго заплетенные, полураспущенные косы — все это выглядит так, как будто вы причесывались на скорую руку, совершенно не придавая значения тому, каким будет результат. Образцы прекрасной непосредственности обнаруживаются почти в любой коллекции сезона. Модели с такими прическами можно видеть и на показах Marni, и у Donna Kagan, и у Versace.

Все, что выглядит просто и ненаочито — всегда самое сложное и в прическах, и в макияже, и в моде. Одеться так, чтобы выглядеть здорово, но не быть «разряженной» — целое искусство. Вот и с прическами то же самое. Завязать волосы в роскошный, небрежно распадающийся узел или правильно растрепать локоны сложно. Но уж если получится — образ будет нежным, свежим, наивным и очень женственным.

Основных модификаций растрепанных причесок, которые можно было наблюдать на подиумах, — три. Это полураспустившиеся узлы, растрепанные локоны и как будто нерасчесанные гривы. А для того чтобы волосы были взъерошены так, как надо для большинства из этих причесок, нужно выполнять одну из двух рекомендаций. После мытья давать им высохнуть не расчесывая, а только хорошенько взбив полотенцем, или же применять специальные стайлинги, которые структурируют волосы именно таким образом.

низкие пучки Этот тренд хорош для тех, кому по роду работы полагается выглядеть по-деловому и подтянуто. Низкие пучки — элегантная, но нескучная прическа. Сделать ее совсем просто. Волосы собираются

в низкий хвост, подкалываются заколкой или шпильками, а одна из прядей обматывается вокруг основания хвоста — чтобы прикрыть резинку. Эта прическа хороша не только простотой, но и универсальностью. С нейтральным макияжем подходит для делового образа, но стоит добавить яркую помаду — и вечерний вариант готов. Образцовые пучки, на которые можно посмотреть, есть в коллекциях Ralph Lauren и Chanel.

мокрые укладки Волосы, которые выглядят влажными, как будто вы только что вынырнули из бассейна, были замечены не только в casual, но и в вечерних луках. Вот, например, в роскошной коллекции Alberta Ferretti эта прическа была у моделей, одетых в полупрозрачные кружевные платья в пол. Эффект влажных волос создается просто — гель для укладки наносится на корни, после этого волосы расчесываются назад. Такие прически делают образ очень свежим, но требуют смелости: не каждый готов выглядеть так, как будто бы несколько минут назад выбрался из душа.

банты, повязки, тюрбаны В новом сезоне многие прически сформированы с помощью аксессуаров, три самых главных из них — бант, повязка и тюрбан. «Аксессуары делают образ» — хрестоматийное фэшн-правило, применяемое обычно к одежде, успешно действует этой весной по отношению к прическам. Банты, укрощающие ретроукладки в духе 1960-х, можно наблюдать на моделях Louis Vuitton. Женственный и немного игривый лук — лучший вариант для такого аксессуара. Деловому стилю банты противопоказаны, но если нужно выглядеть образцовой хозяйкой дома или «хорошей девочкой» — бант будет кстати. Это дополнение не будет выглядеть слишком по-детски, если использовать тонкую ленту. Шелковый платок — один из самых универсальных предметов гардероба. Его можно повязывать самыми разными способами, в том числе и делая его частью прически. Один из самых удачных вариантов сезона — в коллекции Dolce & Gabbana. Здесь яркие цветные платки повязаны широкой полосой поверх собранных в пучок волос. Простой способ сделать незамысловатую прическу интересной. Тюрбаны и полоски, завязанные наподобие тюрбанов, не покидают подиумы несколько последних сезонов. Надетые поверх пышной прически, они создают богемный образ.

КОСЫ Одна из самых интересных идей сезона — тонкие косы, заплетенные на прическах из распущенных волос — именно так обычно изображают эльфов. Эффектный вариант таких кос — на моделях коллекции Nerve Leger. Другие косы, имеющие совсем не такой сказочный прообраз, но тем не менее вдохновившие очень многих на подражание, продемонстрировали модели Balmain. Примерно так причесываются школьницы: завязывают резинкой хвост, заплетают его в косу — и снова резинка. Никаких сложностей, и, как можно видеть у Balmain, это отличный вариант для гламурной дивы.

Елизавета Горлова

НЕМНОГО СОЛНЦА



— Образ Atelier Versace

Каждую весну и лето в моду входит естественный макияж. Это и понятно: на ярком солнце любая косметика, будь она хоть даже самой стойкой, плохо держится. Да и макияж при летнем освещении слишком заметен. Весь натуральный макияж нового сезона выстроен вокруг золотистых и бежевых тонов. Лицо, как будто чуть тронутое солнцем, — вот эффект, к которому стремятся визажисты.

Загарные пудры, золотистые тени, пигменты цвета манго, совершенно не заметные на лице bb-кремы и праймеры, делающие кожу сияющей, — главные фигуранты косметического арсенала этого лета.

Есть несколько допущений, которые делают визажисты в этом сезоне в рамках natural look. Речь о пастельных тенях пудровых оттенков — бледно-зеленого, фиалкового цвета и, как это ни странно, — о красной помаде. В контрасте с ними естественное, как будто ненакрашенное лицо, выглядит еще свежее. А тени или помада теряют всю ту нарочитость, которую имеют при полном мейкапе. Особенно это заметно в случае с красной помадой — средством, которое, казалось бы, неизбежно придает образу черты роковой красотки и напрочь лишает его девичьей наивности. Если, используя ее, не наносить на лицо ничего больше, кроме праймера или bb-крема, даже не красить ресницы, то лицо становится удивительно молодым и свежим.

ЦВЕТНЫЕ СТРЕЛКИ Этот тренд — для вечеринки. Увлечение цветными стрелками практически повальное. Очень многие дизайнеры и визажисты именно такие образы представили в качестве главных для весны. Стрелка рисуется флуоресцентной подводкой — незамеченным такой мейкап не останется. В образе Atelier Versace цветные стрелки нарисованы поверх smokey eyes, но на подиумах можно было видеть множество оранжевых, розовых и голубых стрелок — нанесенных на чистое, лишь заматированное телесным пигментом веко.

ДВУЦВЕТНЫЕ ГУБЫ Какую помаду выбрать — розовую или оранжевую? Обе! Вот ответ нового сезона. Способ макияжа губ с помощью двух разных, контрастирующих оттенков, называется ombre. Не растушеванная переход от одного цвета к другому, можно получить отличный макияж для вечеринки. А вот если свести цвета к плавному переливу, то этот прием вполне может стать способом повседневного макияжа. Чем хорош способ ombre? Он дает возможность визуально корректировать форму губ — делать их более пухлыми или, наоборот, уменьшать их объем. Основные приемы для такого мейкапа: наносить более светлый тон в центр губ, а более темный — по краю, если нужно увеличить объем, и, наоборот, темный тон в центр, а светлый — по краям, если нужно визуально уменьшить губы.

Елизавета Горлова

ОДЕЖДА

FETISH BOUTIQUE
ул. Мира, д. 6
232-20-86
www.mysteriaspb.ru

<p>01</p>	<p>02</p>
<p>03</p>	<p>04</p>

Fetish boutique - это модная тусовка для активных и ярких.

Дизайнерская одежда по доступным ценам из прошлых коллекций **Мистерия boutique.**

Это вещи с характером - вдохновляющие, живые.

Осторожно, можно потерять голову!

Адрес: ул. Мира, д.6. Тел. (812) 232-20-86, www.mysteriaspb.ru

- 01 | ШОРТЫ THOMAS WYLDE СТАРАЯ ЦЕНА 34700 РУБ. / НОВАЯ ЦЕНА 13880 РУБ.; ПАЛЬТО THOMAS WYLDE, 64100 РУБ. / 25640 РУБ.; ТОП JO NO FUI 18900 РУБ. / 7560 РУБ.
02 | ФУТБОЛКА-ПОЛО DONDUP СТАРАЯ ЦЕНА 12000 РУБ. / НОВАЯ ЦЕНА 4800 РУБ.; ДЖИНСЫ LGB 25900 РУБ. / 10360 РУБ.; СОРОЧКА VALENTINO 13100 РУБ. / 5240 РУБ.; КОСУХА YIGAL AZROUEL 76800 РУБ. / 30720 РУБ.
03 | ПЛАТЬЕ MSGM СТАРАЯ ЦЕНА 39200 РУБ. / НОВАЯ ЦЕНА 15680 РУБ.; БРАСЛЕТ MAWI 29400 РУБ. / 20580 РУБ.; БРАСЛЕТ-ЦЕПЬ LARUICCI 9300 РУБ. / 4650 РУБ.
04 | ШОРТЫ MSGM СТАРАЯ ЦЕНА 14560 РУБ. / НОВАЯ ЦЕНА 5824 РУБ.; СОРОЧКА MSGM 16380 РУБ. / 6552 РУБ.; ДЖЕМПЕР MSGM 33460 РУБ. / 13384 РУБ.

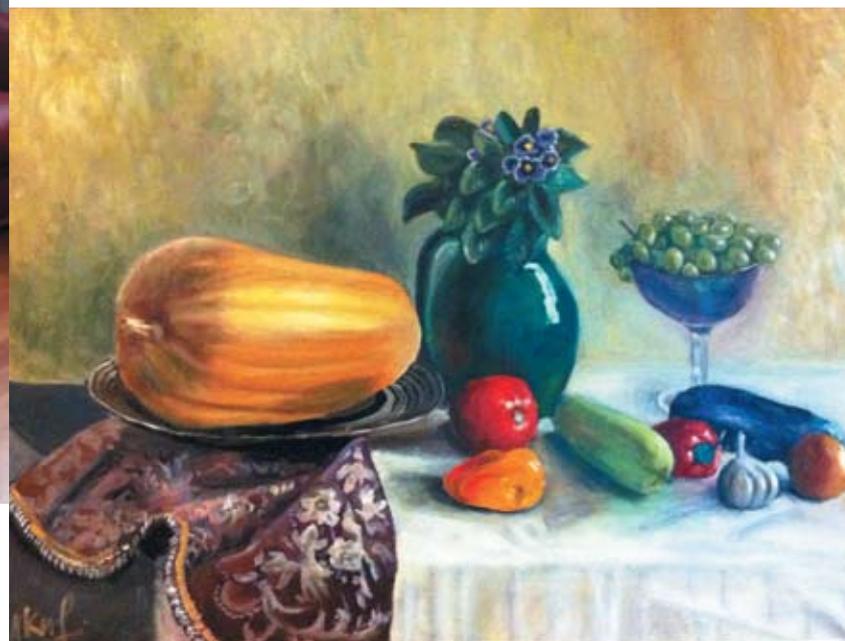
АНДРЕЙ КИВИНОВ УЧИТСЯ ПИСАТЬ

Один из лидеров криминальной прозы выбирает жесткий реализм

«Литература — это работа. И, как любая работа, иногда вызывает раздражение. Бывает трудно заставить себя креативить. А живопись пока — не работа. Поэтому я с большим удовольствием брался бы за кисти, чем сидел за компьютер»



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ



— В позапрошлом году, в новогодние каникулы, на какой-то презентации я познакомился с художником Александром Кравчуком. Он выдвинул теорию, что абсолютно любой человек — независимо от пола, возраста и способностей — может писать маслом. Я никогда не брал в руки карандаш и кисть, но он меня уговорил. В конце концов, я ничего не терял: не получится — так не получится. Нас было шестеро, и среди нас оказались парень-миллионер лет двадцати пяти и женщина восьмидесяти двух лет. Никто до того писать маслом не пробовал. Даже моя жена (журналист и писатель Виктория Шервуд. — R), которая когда-то окончила художественную школу, писала акварелью, гуашью, но маслом — никогда. Оказалось, что написать картину не так сложно, как кажется. И я увлекся.

— Что в живописи особенно «цепляет»?

— В первую очередь увлекает сам процесс, который отвлекает тебя от всего остального. Погружение в картину — это своего рода терапия. А во-вторых, срабатывает эффект «надо же, и правда получилось!». Ведь, взяв кисть впервые, человек не ожидает, что сможет получить приличный результат. А когда картина написана и нравится — хочется продолжать.

— А если не нравится?

— Если лаком еще не успел покрыть — все еще можно переделать.

Живопись отличается от графики. Графиком я никогда не был. С детства пытался рисовать предметы — ничего не получалось, и до сих пор не получается. Живопись — это другое. Любой человек может нарисовать круг и раскрасить его, чтобы получилось яблоко. Кто-то сделает это лучше, кто-то хуже — но сделает. Масло — очень универсальный и гибкий материал. И всегда есть возможность доработать или переделать.

— Учиться легко?

— Поначалу все было сложно. Картина начинается с того, что нужно углем закомпоновать в холст то, что ты видишь. Рисовал, стирал, снова рисовал. Потом — палитра с красками — и ты вообще не знаешь, что с ней делать... Сначала нужно просто изобразить то, что видишь, и это тоже не так легко. Потом сделать то же самое, но уже осмысленно: что-то выделить светом, что-то убрать в тень. Предметы одинакового цвета, которые находятся в тени или на свету, выглядят по-разному и изображаются разными красками. Возьмем зеленое яблоко: неопытный художник для тени выберет тоже зеленый цвет, только темнее. А это неправильно. Чтобы изобразить тень, нужно брать совсем другую краску, например, красную. Это нелогично, но это смотрится!

— Что для вас оказалось самым сложным?

— Лично мне сложно изобразить однотонный предмет. Например, дыню — и чтобы это было не просто желтое пятно. До сих пор не люблю рисовать фон и то, на чем стоят предметы. Нужно что-то делать, чтобы он не выглядел плоским и однотонным — а меня так и тянет закрасить в один цвет, как валиком!

— У вас уже есть свой стиль и любимые жанры?

— Я работаю в стиле жесткого реализма, поэтому мне ближе натюрморты. Сам Александр портретист и сейчас проводит мастер-классы по портрету. Но за это я пока не берусь. Я могу нарисовать портрет, но, боюсь, похоже не будет.

— А как складываются отношения с пейзажами?

— Я пробовал — Кравчук вывозил нас на пленэр. На этюды дается всего три часа, а то и за час нужно успеть. Необходимо абстрактное видение, чтобы с первого раза несколькими мазками изобразить увиденное. Я же начинаю скрупулезно и кропотливо прорисовывать детали: каждый кустик, каждую



«БОЛЬШАЯ РУССКАЯ ВОЛНА» ПОДНИМАЕТСЯ ВСЕ ВЫШЕ

С 5 по 12 мая фестиваль экстремальных водных видов спорта и музыки пройдет в Израиле. А первый в этом году проект «Большой русской волны» прошел в марте и собрал многочисленных участников на египетском курорте Шарм-Эль-Шейх, в одном из лучших отелей побережья Grand Rotana Resort & Spa. Фестиваль поддержало Министерство по туризму Египта.

Участники фестиваля отметили, что мартовская «Волна» была одной из самых спортивных за все время своего существования с 2001 года. Также и «самой позитивной и эмоциональной», как сказал Михаил Ершов, президент и соучредитель «Русской волны», 12-кратный чемпион России по виндсерфингу, чемпион России по джетски 2011 года.

Активно-спортивная программа продолжалась с утра до вечера. Себя проявить смогли все, кто хотел, — и профессиональные спортсмены, и любители, и даже новички, которые впервые встали на серф только на фестивале. Профессионалы соревновались в виндсерфинге слаломе и в кайтсерфинге фристайле. В гонках приняли участие лидеры российских и международных прорейтингов. Фан-гонки проводились сразу в трех дисциплинах, а новой для «Русской волны» стала фан-гонка на падлбордах. По словам организаторов соревнований, этот вид спорта сегодня является одним из наиболее активно развивающихся. Он подходит для любых водоемов, и его техника достаточно проста — так что на падлборде может кататься даже ребенок.

На берегу тоже скучать не приходилось. Чемпионат по большому теннису, турнир по пляжному волейболу, соревнования по боди-арту и интеллектуальные игры... А еще танцы на песке, конкурсы красоты с подарками от партнеров — компаний Jagermeister, Tiki-Bar, «Лошадиная сила». Главным призом самого престижного конкурса «Мисс Русская волна» стало украшение из коллекции Аква ювелирного дома Carrera у Carrera.

Каждый день отмечался тематическими вечеринками: халатная, white, latino, pirates и традиционный показ видеодневника с самыми запоминающимися событиями дня от Titan Cinema Production. Гостями фестиваля стали лондонская vocal house исполнительница Sam Obernik со своими всемирно известными хитами, певица Анастасия Любимова, группа «В двух шагах». Закрытие прошло под dance vocal house от Юлии Ласкер. Отметился и известный участникам RW-Family проект Sluni со своими «волновыми» кавер-треками.

«Я вижу здесь не бренд-менеджеров, маркетологов, спортсменов, банкиров, дизайнеров и архитекторов, владельцев собственных компаний, высококлассных специалистов, а девчонок, которые мечтали танцевать на самых красивых сценах мира и сниматься в кино. Мальчишек, которые мечтали быть космонавтами и запускать змеев, — сказал на прощание продюсер и соучредитель фестиваля Андрей Краснов. — Знаете, почему мы будем собираться на „Волне“ снова и снова? Вне зависимости от возраста, социального положения, количества образований, связей и реализованных проектов — мы возвращаемся туда, где нам хорошо!»

веточку и травинку. У меня есть парочка пейзажей, они очень маленькие — буквально открыточного размера. Говорят, с технической точки зрения пейзаж проще. Натюрморт считается более сложным жанром. А мне натюрморты даются легче. Но до Виллема Кальфа еще далеко!

— Вы работаете дома?

— Когда как. Дома есть мольберт, и картины для подарков и выставок я пишу здесь. Иногда работаю с Александром Кравчуком в его мастерской. За компанию работать веселее. Но в его мастерской я делаю то, что скажет он. А у себя дома могу сам себе составить натюрморт или придумать сюжет.

— И в выставках участвуете?

— Одна из ранних картин висит в Институте региональной прессы в рамках выставки работ учеников Александра Кравчука. В апреле Союз художников организует выставку «Писатели-художники», в которой представит картины писателей, увлекающихся живописью. Таких немало: творческому человеку, видимо, не хватает реализации в прозе, и он обращается к кисти.

— Сколько всего у вас работ?

— Десяти еще нет. На картину уходит дня три-четыре. Но времени всегда не хватает. А зимой не хватает и света.

— Сделаете живопись профессиональней не собираетесь?

— Может быть, позже. Для этого пришлось бы все бросить, но работа пока не позволяет. В мае выйдет первый том трехтомника «Зона личной безопасности» — это, скорее, мелодрама, нежели детектив. Сейчас пишу второй том. Скоро начнутся съемки сериала по этой книге. В ближайших планах — еще две экранизации: «Пурги» и «Комь». А в октябре выйдет полнометражный фильм «Курьер из рая» по старой книге «Черный мерин». Сценарий делался пять лет, снял ленту режиссер Михаил Хлебородов. Это будет приключенческая комедия.

VI ПЕТЕРБУРГСКИЙ АУКЦИОН «ВИНТАЖ И МОДА»

20 апреля, зал «Крыша» гранд-отеля «Европа»



—Вечернее платье Oleg Cassini, линия Black Tie



—Парюр 1950-х годов в стиле Kramer



—Жемчужное ожерелье Dior

Темой вечера станет золотая эпоха пассажирских мегалайнеров. Начало 50-х годов прошлого века называли «Временем королей». Роскошные лайнеры компании Cunard — Queen Mary и Queen Elizabeth — с тысячами пассажиров на борту пересекали Атлантический океан за трое суток. Это были настоящие плавающие города, с ресторанами и бассейнами, церквями и даже собственными типографиями. Пассажирами первого класса на борту «королей» были Кристиан Диор и Марлен Дитрих, Коко Шанель и Сальвадор Дали. Мода пересекала Атлантический океан на лайнерах компании Cunard. На один вечер зал «Крыша» гранд-отеля «Европа» превратится в ресторанный зал трансатлантического лайнера середины 50-х годов XX века. Бальные платья стиля new look и великолепные украшения, дорогой багаж и проспекты трансатлантических компаний, автографы их звездных пассажиров и предметы, сопровождавшие путешественников первого класса — все это под звуки классического джаза.

Петербургские винтажные аукционы — это, скорее, светские рауты с дресс-кодом black tie. Каждый из аукционных вечеров имеет собственную, строго определенную тему, которой подчинен выбор как винтажных туалетов, так и остальных предметов, выставляемых на торги. Каждому аукциону предшествует не менее чем полугодовая работа историков и экспертов по поиску и подбору лотов.

Платьев, как обычно, будет немного, но каждое из них — уникально. Они подобраны так, чтобы с максимально возможной точностью реконструировать гардероб пассажирки первого класса. Дорожный костюм из мягкой шерсти, отороченный мехом, чтобы не замерзнуть на верхней палубе, изящное матросское платье new look для утренней прогулки, коктейльное платье, вечернее платье для ужина с капитаном и, конечно, фантастическое вечернее платье со шлейфом для прощального бала. Все выставляемые на торги платья сшиты в известных домах моды в период с 50-х по 80-е годы прошлого века.

Кроме этого, багаж — неременный атрибут любого путешествия. Топлотами аукциона станут дорожный несессер от Hermes 1951 года выпуска и кейс для драгоценностей от Du Pont 40-х годов. Кроме этого, на торги будет выставлен изящный дамский чемодан с багажными наклейками лайнера Queen Mary компании Cunard, совершивший, как следует из надписей, путешествие по маршруту Нью-Йорк — Саутгемптон в начале 50-х годов.

Почти половину лотов аукциона составят украшения, часы и другие аксессуары от домов Dior, Yves Saint Laurent и Chanel. И, наконец, завершит торги коллекция модной графики, фотографий и рекламных афиш, посвященная теме трансатлантических путешествий. Аукцион ведет Павел Абрамов — петербургский коллекционер, эксперт по предметам роскоши, владелец крупнейшего в городе собрания винтажных вещей и аксессуаров от дома Christian Dior, участник различных международных выставок.



Los Texmaniacs — конхунто-группа из США, основанная легендарным музыкантом Максом Бака, играющим на бахо-сексто, двенадцатиструнном инструменте, похожем на гитару. Это результат гастрольного и студийного опыта создателя группы, сотрудничавшего с разными исполнителями: от «короля аккордеона» Флако Джименеса до знаменитых Rolling Stones. Макс Бака участвовал в десяти проектах, отмеченных премией «Грэмми», включая двойной платиновый диск Rolling Stones — Voodoo Lounge. Свою последнюю «Грэмми» музыкант получил в 2010 году за альбом Borders Y Bailes группы Los Texmaniacs

LOS TEXMANIACS

11 мая, Филармония
джазовой музыки

В записи первого же альбома группы, получившего название A Tex Mex Groove, принимали участие Флако Джименес, Оги Мейерс и Los Lobos. Второй альбом About Time завоевал первое место в чартах музыки tex-mex. Los Texmaniacs были провозглашены послами доброй воли правительственными организациями четырех американских городов. Группа выступала на Смитсоновском фестивале народной музыки, Международном фестивале аккордеонистов и многих других крупных зарубежных фестивалях по всей Европе.

ВАРИАЦИИ НА РУССКУЮ ТЕМУ

13 мая, Эрмитажный театр



Государственный академический оркестр им. Андреева отмечает 125 лет со дня основания. Следуя гениальной концепции своего основателя Василия Андреева, оркестр уже более ста лет исполняет хиты мировой классики на балалайках, домрах и гусях. За это время коллектив объездил весь мир и стал одним из самых известных российских культурных брендов.

В Эрмитажном театре состоятся концерты из юбилейного цикла «Императорский оркестр в Эрмитаже» — «Русский Штраус» и «Вариации на русскую тему». А на сцену Белого зала Политехнического института выйдут дети музыкантов, победители и лауреаты международных конкурсов. Впервые на концерте Андреевского оркестра солировать будут не домры и балалайки, а скрипка, фортепиано, арфа, флейта, фагот, кларнет, труба и ксилофон.

125-летие Андреевского оркестра совпало с 400-летием дома Романовых. Императорская семья высоко ценила мастерство музыкантов — царевич Алексей лично брал уроки игры на балалайке. В 1914 году оркестр Андреева был переименован в Императорский Великорусский, а его создатель и руководитель удостоен звания «Солист его величества». Гастрольные поездки коллектива по городам Европы и Америки в конце XIX — начале XX века превратились в триумфальное шествие и породили моду на русские музыкальные инструменты. Всюду, где побывал оркестр, открывались балалаечные кружки и ансамбли. «Народу надо дать доступную музыку, музыку национальную, и балалайка, домра, гусли являются именно такими историческими национальными инструментами», — писал Василий Андреев. Главной его идеей было «соединить фрак с балалайкой», сделать из примитивной крестьянской балалайки концертный инструмент с изысканным звучанием, создать оркестр, построенный по принципу симфонического. «Ни один дипломат в мире не сделал столько для своей страны, сколько сделал Андреев», — писали тогда лондонские газеты.


buddha-bar™
SAINT-PETERSBURG

Ресторан открыт
с 12⁰⁰

Синопская наб., 78
+7 (812) 318-07-07
Buddha-Bar.ru

на правах рекламы

СИМВОЛЫ ПЕТЕРБУРГА ПОДСЛАСТИЛИ



— Мария Мартынова, владелица кондитерских «Бизе»



— Имбирные пряники с символами Петербурга

К 310-летию юбилею Северной столицы кондитерские «Бизе» представляют коллекцию выпечки и сладостей «Петербург». Это своеобразная мозаика символов города — некоторые изделия вызывают ностальгию по советскому времени, когда многое так трудно было «достать»: торт «Прага», набор птифуров «Ленинградский», печенье «Малютка»... «Белые ночи» — тоже символ Петербурга, в честь которого назван новый торт.

«Я родилась в Ленинграде, люблю свой город и мне очень приятно, что мы сделали такую коллекцию, — говорит Мария Мартынова, владелица конди-

терских «Бизе». — Когда я придумывала «Бизе», я хотела сделать кондитерскую со сладостями высокого качества, возродить культуру потребления. Мы хотим радовать гостей тематическими сладостями. Имбирные пряники с символами города очень понравилось всему коллективу! Остальная коллекция построена на принципах «Бизе»: только натуральные ингредиенты. Все торты мы делаем с кремом на основе натуральных сливок, поэтому срок хранения продукции всего 72 часа, два дня».

Коллекция «Петербург» появится во всей сети «Бизе» в мае.



— Обжаренные креветки с салатом, вареными овощами и острым винегретом в исполнении Фредерика Вардона



ФРЕДЕРИК ВАРДОН В MIX IN ST. PETERSBURG

В Петербург приезжает «звездный» повар Фредерик Вардон, ученик Алена Дюкасса, шеф и управляющий ресторанами Le 39V, Zinc и Feliz. Его кулинарные гастроли проходят в рамках проекта Guest Chefs in miX.

19 и 20 апреля состоятся два гала-ужина. В меню Фредерика Вардона: осетровая икра, зеленое яблоко и винный крем; королевский краб с овощами; охлажденный острый бульон; окунь из Франции; зеленая и фиолетовая спаржа, телятина «Орлов», ветчина «Хабуго» и бекон, шпинат. На десерт — торт с малиной и меренгой.

После гастролей в течение недели, с 21 по 27 апреля, блюда из гала-меню Вардона, приготовленные командой ресторана miX во главе с шеф-поваром Стефаном Гортиной, можно будет попробовать вместе или по отдельности, а-ля карт.

Фредерик Вардон родился в Нормандии, в семье фермеров. Интерес к кулинарии пришел от бабушки, которая учила, что еду нужно готовить с любовью и ею обязательно нужно делиться. Решив стать шеф-поваром, он учился у профессионалов, а после службы в армии просмотрел гид Michelin и направил резюме в рестораны с двумя и тремя звездами. Первым откликнулся Ален Шапель, в его ресторане Miopna Вардон смог развить интерес и привязанность к традиционной французской кухне. В 1994 году его пригласил работать в свою компанию Ален Дюкасс. Через несколько лет Вардон получил пост корпоративного шефа и занимал его в течение 14 лет, перемещаясь

из одного ресторана компании Дюкасса в другой по всему свету, выстраивая работу в духе философии Дюкасса, являясь его правой рукой во всех ключевых моментах деятельности компании.

В 2008 году Фредерик Вардон начал собственное дело. Сегодня он стоит во главе ресторана Le 39V, расположенного в самом центре Парижа — на Avenue George V в историческом здании. Этот ресторан проникнут атмосферой привилегированности — с небольшим меню для настоящих гурманов, с богатым выбором вин из собственного, по специальному заказу изготовленного погреба. Кроме Le 39V, Вардон ведет еще два ресторанных проекта: Feliz — с обслуживанием навынос в районе Opera в Париже, и Zinc — сеть бистро, два из которых расположены в Париже, а третье, сезонное, — на горнолыжном курорте Куршевель.

Фредерик Вардон предлагает современное прочтение традиционных блюд и считает, что самое главное — это вкус. Для него гастрономия не является синонимом роскоши. Скорее это искусство выявления и приготовления лучших продуктов, иногда даже таких простых, как курица с картофелем. Мастерство Фредерика Вардона оценено экспертами Michelin: в 2012 году, став членом Французской кулинарной академии, он получил первую звезду за ресторан Le 39V, а в феврале 2013 года — награду Michelin Bib Gourmand за высокий гастрономический уровень в демократичных ресторанах (за бистро Zinc Opera).

ВИТАМИНЫ ОТ REGATTA



— Филе-миньон с печеным бататом и спаржей на гриле

Шеф-повар ресторана Regatta на Крестовском острове Ярослав Медведев решил подпитать витаминами утомленные долгой зимой организмы петербуржцев.

«Каждое блюдо нового меню — своего рода ода весне и легкости, — говорит Ярослав. — Один из интересных рецептов — филе-миньон с печеным бататом и спаржей на гриле. Изюминка блюда — соус „Фуме“, он немного напоминает „Демь глянс“, но с портвейном и пряными травами. Соус должен вывариваться четыре дня — но результат того стоит, филе-миньону он придает неповторимый вкус».

В новом меню также морской гребешок с черным ризотто и томатным мармеладом и чилийский сибас на подушке из кенийской фасоли с шийтаке и кремом из сладкой кукурузы. Витаминов добавят салаты — «Покалэбрийски» с тунцом, свежими овощами, красной фасолью и оливками; с рукколой, жареным камамбером и сальсой из клубники, яблока и ананаса; «Аль греко» с овощами, болгарской брынзой, маслинами и бальзамическим кремом. А на десерт — морковный торт с заварным кремом и крошкой грецкого ореха.

«МАМА ЛЮБА», ДАВАЙ

Новое заведение под названием, созвучным известному шлягеру, появилось на Саблинской улице. В позапрошлом веке она называлась Сытной, так что «Мама Люба» со своей честной домашней едой и вином поселилась в знакомом месте.

Меню ресторана небольшое, и это вполне европейская традиция семейных заведений. Здесь предлагают крем из цветной капусты со шпинатом и миндалем, домашний бургер и ленивый чизкейк. И каждый день подают домашнюю пасту, рыбное и мясное блюдо от шеф-повара. Кухня ориентирована на локальные и сезонные продукты.

Дизайнер интерьера Вадим Че сохранил простор и легкость пространства, добавив «уютные» детали. Получилось свежо и тепло. Атмосферу уюта и гастрономической радости поддерживает музыкальная составляющая — легкий хаус, фанк, лаундж. Начало каждого уик-энда отмечается пятничными диджей-сетями и легкими аперитивами. Ко всему прочему, «Мама Люба» — это еще и кулинарная школа для детей и взрослых.



МРАМОРНАЯ ВАГЬЮ

Слово «вагью» (wagyu) в переводе буквально означает «японская корова». Так называют особую породу, генетически предрасположенную к интенсивной мраморности мяса. Считается, что в такой говядине высока доля ненасыщенных жиров. Эффект мраморности образуется благодаря тонким прослойкам жира в мышечной ткани, которые и делают мясо сочным, легким и нежным. Бычков выращивают по специальной технологии — в течение трех-четырёх месяцев перед забоем молодняк плотно кормят исключительно зерном, ограничивая животных в движении. Ходят легенды о том, как бычков вагью массируют и поят пивом и sake. На самом деле это связано с особенностями японского климата и ландшафта. Массаж помогает предотвратить спазмы в мышцах — на маленьких фермах в Японии животные не имеют достаточной нагрузки. А пиво и sake стимулируют аппетит во время влажного сезона.

Говядина вагью появилась в меню ресторана «Европа» одноименного гранд-отеля, правда, она не из Японии, а из Австралии.





www.piaget.com

PIAGET

Possession

*Ювелирные изделия
в движении*

