reviewстильспблето

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге
Пятница, 23 мая 2014 №87
(№5360 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–40
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

Д|Л|Т
TSUM ■ ST.PETERSBURG

Реклама

май 2014

__Елена Федотова, редактор Review «Стиль СПб»

по прогнозу

В Петербурге ждут тепла. Возможно, когда этот номер выйдет, оно уже наступит. Почему-то именно май становится месяцем, когда лето просто обязано появиться хоть ненадолго. Месяцем, когда его ждут с особым нетерпением. Хотя в мае идет ладожский лед и цветет черемуха — оправдание для затяжных холодов. Но лето все-таки наступит — вот в чем можно не сомневаться. И все эти солнечные очки, босоножки на шпильке, сарафаны без бретелек и мини-бикини рано или поздно пригодятся. Материальные символы лета, конечно, меняются от сезона к сезону, но и прошлогодние выбрасывать не стоит. А еще лучше найти в шкафах-сундуках мамины и бабушкины — ретро по-прежнему в тренде.

Летом еще принято бороться с лишними килограммами. Особенно в этом преуспевают те, у кого их нет. Шефповара разных заведений иногда потворствуют этой тенденции и создают прямо воздушные меню и десерты из нектара и амброзии. Кстати в ресторанах города открывается крабовый сезон. Оказывается, именно летом мясо этих жутковатых десятиножек, покрытых панцирем, особенно нежно и сочно. Правда — на солнце и в тепле легче быть нежным.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

31__Роскошные авто припаркуются на Елагином острове

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

33__Шеф-повара Петербурга и Хельсинки поменялись кухнями

ЕВГЕНИЙ ЕГОРОВ

24__Аксессуары для жарких дней

АРТ-ДИРЕКТОР: АРСЕНИЙ БЛИНОВ

LAUREL: С ВОСТОКА НА ЗАПАД

В галерее бутиков «Гранд Палас» открылся флагманский магазин бренда Laurel. Концепция дизайна нового пространства создавалась под слоганом «Увидеть — почувствовать — влюбиться в Laurel». Магазин в Петербурге — первый в России, представленный в новом дизайне. Подобные открылись пока только в нескольких городах Европы и Азии. Специально на открытие и прием в честь этого события из Германии прибыло руководство компании Laurel: вице-президент и член совета директоров Барбара Хирт и директор по продажам в мире Виктория Кениг.

Гостям вечера было представлено trunk show — показ коллекции Laurel «Весна-лето 2014» под девизом «Восток встречается с Западом»: путешествие из Гоа в Сингапур, из Гонконга на Бали. Ведущими вечера стали актриса Олеся Судзиловская и певица Сати Казанова.

ERMENEGILDO ZEGNA ДЛЯ MASERATI

В бутике Ermenegildo Zegna на Невском проспекте поступили в продажу предметы гардероба из лимитированной коллекции, созданной Zegna Sport для производителя эксклюзивных автомобилей Maserati.

В коллекции представлены брюки, шорты, кроссовки, футболки, поло, худи, куртки и бейсболка. Все изделия изготовлены с учетом новейших разработок, обеспечивающих максимальный комфорт, а специальная непродуваемая ткань Techmerino поддерживает оптимальную температуру тела.

Это уже второй совместный проект двух легендарных итальянских брендов за последнее время. В сентябре 2013 года марки представили на Франкфуртском автосалоне лимитированную серию автомобилей Maserati Quattroporte Limited Edition. Серия состоит из 100 автомобилей с отделкой интерьера, разработанной и выпущенной на мануфактуре Lanificio Zegna в Триверо. Выпуск коллекции Zegna Sport для Maserati связан с сотрудничеством брендов в рамках яхтенной регаты Transpacific Yacht Race, для которой команду Maserati одевали дизайнеры Ermenegildo Zegna.

Материал Techmerino (стопроцентная натуральная мериносовая шерсть) был разработан лабораторией Zegna. Эта ткань состоит из натуральных волокон, подвергнутых специальной технической обработке. Технология не влияет на легкость и комфорт одежды, но делает ее особенно прочной при экстремальных физических нагрузках владельца.

ПАЛАНТИНЫ FALIERO SARTI НА КОНЮШЕННОЙ

В Петербурге появился первый в России и за пределами Италии бутик Faliero Sarti.

Это магазин, где представлены исключительно аксессуары — платки и палантины итальянского бренда; он входит в сеть бутиков компании «Кашемир и шелк». Faliero Sarti — один из лидеров по производству мужских и женских аксессуаров. Шестьдесят пять лет назад Фальеро Сарти основал в итальянском городке Кампи-Базенцио текстильную фабрику под своим именем, и все эти годы компания специализировалась на производстве тканей для коллекций haute couture и pret-a-porter знаменитых модных домов. Собственная линия аксессуаров под брендом Faliero Sarti была запущена в 1991 году. Стратегия марки основана на двух главных принципах — уникальном качестве ручного производства и адаптации художественных концептов, что превратило шарфы, шали и платки Faliero Sarti в арт-объекты.

Сегодня в новом магазине представлена коллекция Faliero Sarti «Весна-лето 2014». В ней большое разнообразие предметов с принтами богатых цветовых решений. Здесь есть и роскошные палантины столь актуальных пастельных тонов с кружевной отделкой из хлопка с шелком и добавлением кашемира, и яркие насыщенные монохромные модели, и хлопковые платки с ироничными принтами.

Небольшое пространство нового бутика Faliero Sarti оформлено в стиле, ставшем визитной карточкой магазинов марки в Риме, Милане и Флоренции. На стенах от пола до потолка располагаются стеллажи, напоминающие пчелиные соты. Дополнительное очарование интерьеру придает игра отражений в зеркалах. Фирменная люстра-нимб, мягкое освещение и красочная коллекция Faliero Sarti — все это делает бутик живым и оригинальным.

В ГАМАКЕ С ВИДОМ

В центре города, в нескольких минутах ходьбы от Петропавловской крепости, открылась просторная летняя терраса итальянского ресторана «Макаронники» со смотровой площадкой. Отсюда можно наблюдать закаты на фоне впечатляющего вида на Князь-Владимирский собор и парадный Петербург.

Гамаки и шезлонги, теплицы с тимьяном и базиликом, грядки с кабачками и тыквами, детский домик с бассейном, шатры и столики с кустами роз — все эти удовольствия рассчитаны на летних гостей ресторана. В это время года здесь подают базиликовое вино, есть и свежие обновления в меню от римского шеф-консультанта Андреа Дольчиотти.

ЕЛЕНА БАДМАЕВА: «МНОЙ РУКОВОДИТ ИНТУИЦИЯ»

Модельер Елена Бадмаева смотрит на одежду глазами дизайнера из будущего. Каждое ее платье — это всегда результат не просто эксперимента, но некое художественно осмысленное высказывание о жизни. При этом она не боится категоричных суждений и виртуозных концептуальных решений.

— Если смотреть на дизайн одежды как на бизнес, то насколько он прибылен в Петербурге?

— Он, безусловно, прибылен для компаний, работающих в секторе масс-маркета, например, одевающих молодежь. Некоторые даже продают франшизу в страны Восточной Европы. При этом они работают, ориентируясь на мировой опыт, создают свои сезонные коллекции в мировом контексте. Что до малого и среднего бизнеса в сфере дизайна, то у него те же самые проблемы, что у малого и среднего бизнеса в принципе: сложные условия работы, нет комфортных условий для вложения средств и так далее.

— Говорят, что в России нет индустрии моды, есть отдельные дизайнеры. Вы согласны?

— Индустрии в том виде, в каком она представлена в мире, у нас действительно нет. Потому что индустрия — это и множество услуг, и замкнутый цикл производства, и много чего еще. Однако нужно понимать, что в мире индустрия создавалась и развивалась в течение ста лет, а у нас прошло только двадцать. Сейчас мы переживаем болезнь роста, и замечательно, что есть профессиональные, известные дизайнеры, они как флагманы этого процесса, надо отметить, очень непростого.

— В чем выражается сложность? Трудно найти ткани? Вообще, отечественный рынок способен удовлетворить запросы дизайнера?

— Поскольку сегодня нет логистических трудностей, ткани можно доставить из любой страны, причем в странах ближнего зарубежья, Восточной Европы, где в свое время легкую промышленность не похоронили, как у нас, цена будет втрое ниже, чем в России. Впрочем, в основном закупки мы ведем в Европе. Для текстильного производства внутри страны не хватает качественного оборудования. По большому счету, для развития отечественного рынка недостаточно политической воли. Во Франции, в Англии, в Италии для индустрии моды создаются особые бизнес-климатические условия. У нас лет пять или шесть назад легкую промышленность называли стратегической областью, но дальше обещаний установить, например, иные квоты на закупку и растаможивание тканей дело не двинулось. Но, говоря о сложностях, я имела в виду другое. Тем, кто не связан с модой, кажется, что работа дизайнера — это сплошное удовольствие и улыбки. Поэтому сейчас появляется много «сопутствующей публики»: люди проходят курсы кройки и шитья или становятся владельцами ателье — и называют себя дизайнерами, хотя они не являются ни специалистами, ни носителями хорошего вкуса. Поэтому я вижу одну из важных своих задач в том, чтобы воспитывать профессиональных дизайнеров одежды. Я являюсь заведующей кафедрой «Дизайн костюма» Санкт-Петербургского государственного экономического университета, уже более десяти лет занимаюсь одновременно теорией, педагогикой и практикой дизайна — происходит взаимовлияние: мы учим студентов «мыслить в материале». Мои собственные коллекции — это прежде всего разработка какой-то идеи, и только поэтому они становятся явлением в моде, а не просто набором вещей.

— При этом вы продолжаете работать на заказ. Это сотворчество с клиентом или он для вас — модель, которую нужно «идеально задрапировать»?

— Всегда сотворчество. Я не экономлю время, примерку произвожу лично — в отличие от многих коллег. Иногда я выступаю как инструмент, воплощая пожелания клиентов, иногда выпускаю ряд платьев, заказчик выбирает конкретный прототип, и мы его уже вместе адаптируем, дополняем различными элементами. У меня есть постоянные клиенты, некоторые со мной уже 15–17 лет, это мои друзья. Одни находятся в непрерывном процессе создания новых вещей, другие приезжают дважды в год, уже зная, что им необходимо на сезон, третьи делают спонтанные заказы.

— Раз мы заговорили о стиле — вашем стиле, можете описать его характерные черты?

— Скорее это задача критиков моды, моих коллег, занимающихся теорией костюма, они бы сделали это точнее. Мной же руководит интуиция. Но я бы назвала такие черты, как лаконичность, линейность, простота форм, больше дизайн, чем украшательство, Несмотря на это, одной из приоритетных задач я считаю именно украшение женщины.

— Именно женщины? А как же мужская мода? Вас называли ее знатоком.

— Для меня это уже прошедший, хотя и очень важный этап. В свое время было очевидно, что мужской модой никто не занимается основательно, и я решила восполнить этот пробел. Потом появилось много достаточно сильных дизайнеров и компаний, которые специализируются на мужской одежде. Я свой опыт в этом направлении получила, сложила в «модельерскую копилку» и сейчас применяю, только когда создаю отдельные вещи для особо дорогих мне клиентов. Все-таки мужская мода и женская четко разделены. Первая более сдержанна, консервативна, вторая — максимально разносторонняя и поэтому более интересна для меня как исследователя. Условно говоря, это море — шире.

Светлана Хаматова

СУМКИ INDEVER ЗАВЕРШАЮТ TOTAL LOOK

Студия мужской одежды и аксессуаров Indever занялась индивидуальным изготовлением мужских сумок. Сегодня представлены пять моделей: портфели Scout, Extender и T-Bag, портфель-папка Folder и дорожная сумка Barrel. Компания делает ставку на «вневременной» дизайн без привязки к определенному стилю или времени, все модели можно носить как с костюмом, так и с джинсами.

Создать сумку можно из 15 различных видов кожи от французских, турецких и российских поставщиков — от тонкой и блестящей наппы до крупнозернистой плотной кожи или замши. Каждая разновидность доступна в нескольких цветах — черном, коричневом, ярко-рыжем, сером и зеленом. Возможно сочетание нескольких видов кожи в одной модели, ручки контрастных цветов, канты, можно выбрать подкладку и «наполнение» (карманы и отделения). Качество фурнитуры обеспечивают производители из Японии (молнии, замки) и Италии (кольца из цельного сплава).

Петербургская студия Indever также шьет на заказ сорочки, костюмы, пиджаки, пальто и смокинги. Компания руководствуется стратегией total look: предоставляет возможность мужчине приобрести все необходимое в одном месте — начиная от пиджака и заканчивая ботинками. В ближайшие месяцы бренд запускает индивидуальный пошив джинсов, галстуков и обуви.

TUMI ПРИДУМАЛ ДВА ЦВЕТА

TUMI — ведущий международный премиальный бренд бизнес-, дорожных и lifestyle-аксессуаров в сезоне «Весна-лето 2014» придумал два новых цвета для коллекции чемоданов, троллей-кейсов «Тэгра-Лайт» (Tegra-Lite).

Хвойный — глубокий зеленый оттенок и янтарный, переливающийся от медного до рыжего цвета, дополнили существующую палитру из графитового, белого и черного. Спроектированные в стенах американского дизайн-бюро чемоданы сочетают легкий и прочный корпус, вместительность и маневренность.

Коллекция создана из материала Tegris — революционного полипропиленового термопласта, разработанного компанией Milliken. Подобный композит применяется в защитных костюмах участников авто- и мотогонок, а также хоккеистов НХЛ. По сути своей это волокно, из которого плетутся, формуются и прессуются друг с другом листы, превращаясь в итоге в жесткие щиты. Использование этого изобретения в сфере производства багажа позволено исключительно TUMI. Tegris в 15 раз прочнее аналогов и значительно легче, он спокойно переносит температурные нагрузки до –40°C. Троллей-кейсы на двух и четырех колесах дополнены брутальными черными бамперами, которые защищают углы.

МОТОЦИКЛ СТАНОВИТСЯ ТАКСИ

Отель «Кемпински Мойка 22» и компания «АвтоDOM» в Санкт-Петербурге предложили новый VIP-сервис. Теперь гости отеля могут домчаться до любой точки в центре города на мотоцикле BMW K 1600 GTL с профессиональным водителем. Мотоциклы эксклюзивно предоставляются официальным дилером BMW Motorrad в Санкт-Петербурге — компанией «АвтоDOM».

Новая VIP-услуга — это нестандартный трансфер для тех, кто ценит свое время. Гостей встречает не только мотоцикл с водителем, но и дополнительный автомобиль, который доставит багаж, в то время как клиент, минуя пробки, за считаные минуты доберется до места назначения.

Сервисом Kempinski BMW Motorcycle Taxi Service можно воспользоваться и как индивидуальным гидом по городу, чтобы познакомиться с Петербургом не изъезженными путями, а другими улицами и переулками. Водители мотоциклов хорошо знают город, его современную жизнь, историю и достопримечательности и провезут гостей альтернативными маршрутами по историческому Петербургу.

Новый VIP-сервис может пригодиться и тем, кто должен быстро оказаться на встрече в другой точке города, и тем, кто просто ценит оригинальность и индивидуальность. BMW K 1600 GTL — это туристический мотоцикл класса люкс для путешествий с комфортом. Он оснащен мощным и при этом самым компактным шестицилиндровым двигателем из всех, которые когда-либо устанавливались на серийные мотоциклы.

Воспользоваться сервисом Kempinski BMW Motorcycle Taxi Service могут не только гости отеля «Кемпински Мойка 22», но и все желающие — нужно лишь заранее связаться с консьерж-службой отеля и забронировать поездку. Кстати, отель предоставляет и полную экипировку BMW Motorrad для езды на мотоцикле при любых погодных условиях.

летящей походкой

Обувь с трогательным названием «босоножки» в буквальном смысле «поднял» на должную высоту Сальваторе Феррагамо — человек, совершивший много чего революционного в обувной сфере. Именно он начал делать босоножки на высоком каблуке, благодаря своему изобретению — металлической вставке, которая позволяла сочетать в этой обуви открытый «носок» и высокий каблук. До тех пор босоножки представляли собой сандалии на плоской подошве. Ну и это не все. Феррагамо известен и еще одним удивительным новшеством — «невидимыми» босоножками, верх которых он делал из лески. А еще — из войлока, соломы, пеньки и даже целлофана. Все эти опыты пришлись на военное время, когда кожа шла на изготовление солдатских сапог, а женщины, тем не менее, хотели быть модными и элегантными. На идею невидимых босоножек его натолкнули флорентийские рыбаки со своими сетями из нейлоновых нитей. Босоножки были на очень тонком каблуке, их верх практически не виден, и казалось, что женщина парит в них по воздуху. Правда, новшество не нашло большого отклика у покупателей. Говорят, потому, что дамы чувствовали себя в них будто раздетыми. Что в наше время уж никак не может стать помехой для выбора обуви или наряда.

Зося Пашковская

1.

2.

3.

4.

5.

6.

1.__Босоножки **Agnona**
2.__Босоножки **Baldinini**
3.__Ботильоны **Giuseppe Zanotti**
4.__Сумки **Frette**
5.__Аксессуары **Frette**
6.__Аксессуары **Frette**
7.__Шарф **Brunello Cucinelli**
8.__Шлепанцы **Zilli**
9.__Шляпа **Missoni**
10.__Ботинки **Santoni**
11.__Босоножки **Versace**
12.__Очки **Zilli**
13.__Туфли **Baldinini**
14.__Босоножки **Baldinini**
15.__Босоножки **Giuseppe Zanotti**
16.__Босоножки **Giuseppe Zanotti**

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

КОЛЛАЖ: ДАРЬЯ РЕПНИКОВА

КОСТЮМ НА ЗАКАЗ: ВРЕМЯ, ЭМОЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ

Отсутствие ярлыка на пиджаке иногда говорит больше, чем бренд модного дома

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Сшитый на заказ костюм продолжает обязательный список индивидуалиста, в который также входят автомобиль в персональной комплектации, личный тренер и система питания, эксклюзивные клюшки для гольфа, специальный дизайн квартиры.

Один мой знакомый итальянец на вопрос, шьет ли он себе костюмы на заказ, спросил: «А как иначе?» Для него поход к портному — часть жизненной философии. Обеспеченные мужчины уже давно наигрались в бренды, теперь они хотят большего: индивидуального подхода, особого сервиса и комфорта. Полное отсутствие ярлыка на пиджаке иногда говорит больше, чем известное имя модного дома на нем.

Но помимо философского отношения к пошиву костюмов, есть и исключительно практичное, которое нередко преобладает. Если работа мужчины подразумевает дресс-код и костюм для него — повседневная одежда, то пошив на заказ позволяет разнообразить будничный гардероб уникальными деталями и быть денди в офисных стенах.

Необходимость индивидуального пошива диктует и особенность фигуры. Даже в дорогом брендовом магазине довольно сложно подобрать костюм, который будет идеально сидеть. Не стоит забывать, что костюмы универсальных люксовых брендов рекламируют модели со спортивными фигурами, без единой капли жира. Проблема в том, что производители одежды берут за основу некие усредненные лекала, и в итоге сшитая по ним одежда подходит лишь ограниченному кругу людей. Нередко бывает и так, что нижняя часть тела одного размера, верхняя — другого. В этом случае выход только такой: покупать два костюма разных размеров и компилировать их. Кроме того, пошив на заказ часто оправдан грядущим торжественным событием. Смокинги и праздничные костюмы особенно редко идеально садятся по фигуре.

Как выбрать портного

В ближайшее время на рынке появятся новые игроки, специализирующиеся на пошиве костюмов, прогнозируют специалисты. Сегодня в Петербурге не больше десятка крупных компаний. Среди них именитые ритейлеры, которые наряду с готовой одеждой предлагают пошив, а также компании, специализирующиеся исключительно на индивидуальных заказах. Есть и прекрасные портные-одиночки, чей профессионализм не уступает крупным компаниям. Так что скромный состав команды не должен отпугнуть клиентов. Английская улица Savile Row, прославленная эталонным пошивом мужских костюмов, полна именно небольших ателье, которые представляют собой семейный бизнес, работающий уже сто, а то и двести лет.

Коммерческий директор компании Indever Константин Ефимов советует при выборе ателье руководствоваться эмоциями от личной встречи. «Я рекомендую встретиться со всеми командами лично и пообщаться. Важен персональный контакт, который определит, насколько вы можете доверять этим специалистам работу над своим гардеробом», — говорит господин Ефимов. По его словам, стоит также оценить разнообразие ассортимента тканей и аксессуаров. Кроме того, эксперт советует взять с собой в ателье супругу или девушку, потому что представительницы прекрасного пола хорошо чувствуют, что подходит мужчине.

Чтобы убедиться в профессионализме команды, можно посмотреть предыдущие клиентские заказы или дождаться реального клиента и посмотреть мастеров в работе.

Дело техники

Конечно, пошив костюма на заказ, особенно впервые, займет определенное время. Несколько минут первой встречи мастер посвятит формальному разговору с клиентом: где он работает, какой у него гардероб. Это помогает команде выстроить портрет человека и понять, насколько он искушен в общении с портными. Если человек имеет большой опыт в пошиве одежды на заказ, ему только дадут несколько советов о том, как может выглядеть его будущий костюм. Если же клиент новичок, ему достаточно будет сформулировать перед командой задачу. Сотрудники ателье, в свою очередь, подберут визуальный ряд.

«Если человек работает в банке на позиции председателя правления, мы, конечно, можем сделать ему яркий пиджак в клетку, но, скорее всего, мы предложим ему формальный дресс-код, потому что у человека есть определенное положение, в котором он не может себе позволить вольности», — рассказывает Константин Ефимов.

Технологии пошива на заказ различаются. Первый вариант такой. Клиент приходит в ателье, с него снимают мерки, и на их основе делают его лекала. Когда заказчик приходит во второй раз, эти лекала примеряются и затем вносятся необходимые корректировки. Третья встреча будет посвящена примерке почти готового костюма. После этого заказ также корректируется, и нужно будет прийти в четвертый раз. Итак, четыре-шесть примерок, от полутора до трех месяцев, и костюм минимальной стоимостью 100 тыс. рублей готов. Кстати, такая технология требует высокой квалификации портного. Ателье, работающее по такой технологии, не может выполнять заказы в больших объемах.

Но большинство компаний работает по другой технологии — made-to-measure, рассказывает Константин Ефимов. В этом случае у ателье есть разработанные определенные типы лекал. Человек приходит в первый раз, в зависимости от его антропометрических данных ему подбирают подходящее лекало, снимают мерки, и в дальнейшем компьютер создает персональные выкройки. Здесь важен профессионализм замерщика, потому что от точности снятых мерок зависит результат, отмечают специалисты.

После того как мерки сняты, мастер выбирает с клиентом тип костюма, ткань, вид кроя. На этом этапе обсуждаются все нюансы, например, будут ли брюки зауженные или широкие. Первая встреча займет час-полтора. Через четыре-шесть недель человек приезжает снова и примеряет заказ. В девяти из десяти случаев приходится только подшить брюки. Такая технология требует от клиента времени для двух-трех примерок и от месяца до двух ожидания конечного результата.

«Такая технология позволяет нам делать около 700 заказов в месяц. Если клиент обращается к нам повторно, он приходит, только чтобы выбрать необходимую ткань, что занимает не более получаса. Потом он просто забирает заказ. Некоторые наши постоянные клиенты делают заказ по телефону: „Я хотел бы два-три новых костюма: серый, синий и пиджак casual с брюками“. Зная их пристрастия и гардероб, мы выполняем заказ на свой вкус», — рассказывает Константин Ефимов.

Ценовой диапазон заказов, выполненных по такой технологии, широкий — от 24 до 100 тыс. рублей. Стоимость зависит от ткани. Соответственно, чем более деликатная ткань, тем дороже костюм. Средняя стоимость заказа составляет 45 тыс. рублей. В основном ателье покупает ткани за рубежом, преимущественно в Италии и Англии: на российском рынке альтернатив пока нет.

Пошив костюма на заказ, конечно, предполагает особый сервис. «Мы стараемся идти навстречу клиентам при любых обстоятельствах. Были случаи, когда по объективным причинам сроки сдвигались. Тогда мы садились в самолет, летели к нашим поставщикам в Амстердам, забирали костюм и в ручной клади везли его в Петербург», — рассказывает Константин Ефимов.

Но специалисты подчеркивают: в этом бизнесе бывает, что клиенты требуют невозможного. «Если мы понимаем, что не можем удовлетворить потребности клиента, мы честно в этом признаемся и откажемся от работы», — рассказывает господин Ефимов.

Кристина Наумова

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ПРИНТЫ ДЖОНАТАНА АДЛЕРА

Американский гончар и дизайнер Джонатан Адлер (Jonathan Adler) относится к роскоши несерьезно. Известный своими геометрическими принтами и любовью к ярким цветам, Адлер создал шутливую и практичную коллекцию сумок для TUMI — американского премиального бренда бизнес-, дорожных и lifestyle-аксессуаров.

«TUMI приветствует возможность обогатиться стильным, современным дизайном и отличным чувством юмора Джонатана, — говорит Алан Кранцлер, вице-президент компании. — Сейчас вы можете обновить свой дорожный „гардероб“ позитивным чемоданом или сумкой. Внимание дизайнера к каждому этапу производства роднит его с ДНК TUMI... Наши поклонники любят союзы с художниками из других индустрий, так как это залог чего-то необычного и уникального».

Фирменные принты Адлера и смешные фразы напечатаны на лидерах продаж — жестком и мягком багаже Vapor и Voyageur. А бегунки молний у некоторых сумок выполнены в форме самолетов.

«Я считаю перемещение по миру самым впечатляющим занятием. Путешествие для меня равнозначно креативности, — заявляет Джонатан Адлер. — Наша коллекция наполнена яркими цветами и энергичными моделями. Я хотел подарить настроение небрежной роскоши и гламура каждому путешественнику на свете. Моя работа связана с серьезным дизайном, поэтому к жизни я отношусь максимально легко».

тон задает пандора

Говорят, пути моды неисповедимы, поэтому невозможно объяснить, как так случилось, что маленькая фирма из Копенгагена Pandora за несколько лет стала известной в Европе и Азии. Вернее, даже не сама компания, ставшая уже гигантом, а ее концептуальное изобретение — браслет Pandora, который собирается постепенно ее обладательницами из характерных бусин и брелоков. Сегодня эти бусины для пандоры — из стекла, керамики, камней, в обрамлении металла, серебра и золота — делают в разных странах, повышая собственные продажи. Потому что пандоры уже несколько лет пользуются популярностью у женщин, независимо от возраста и социального статуса. Дело, конечно, в продуктивной идее — покупать бусину в честь какого-то события, собирать некую коллекцию, нанизать их все, как бог на душу положит, — вот и готово единственное в своем роде украшение, напоминающее о чем-то тайно-сокровенном.

Впрочем, когда-то в России была похожая традиция. Девушки нанизывали на цепочки маленькие ювелирные яйца, которые дарили им близкие в честь Пасхи. И носили такие браслеты только раз в году — в определенные дни светлого праздника. На самом деле, это очень увлекательное занятие — создавать свое собственное украшение из бусин, которые разные компании стремятся сделать как можно более затейливыми.

Зося Пашковская

1.__Колье **Alcozer & J**
2.__Подвеска **Galleria Murano**
3.__Перстень **Alcozer & J**
4.__Браслет **Alcozer & J**
5.__Кольцо **Alcozer & J**
6.__Украшения **Missoni**
7.__Перстень **Alcozer & J**
8.__Колье **Alcozer & J**
9.__Подвеска **Alcozer & J**
10.__Подвеска **Alcozer & J**
11.__Браслет **Galleria Murano**
12.__Браслет **Alcozer & J**
13.__Браслет **Alcozer & J**

8.

9.

10.

11.

12.

13.

КОЛЛАЖ: ДАРЬЯ РЕПНИКОВА

МЕНЯ ПРИВЛЕКАЕТ СЛОЖНОСТЬ ГРАВИРОВОК

Эктор Гимар, в Париже стиль ар-нуво ассоциируют именно с ним. Гимар вошел в историю благодаря тому, что создал входы станций парижского метро.

Потомок архитектора Эктора Гимара, мастер отделения дизайна S.T. Dupont, гравер Фредерик Крилл сотрудничает с этим французским домом с 2010 года. В 2013-м Фредерик Крилл создал лимитированную коллекцию зажигалок и ручек The Arts Premium.

— Как вы стали гравером?

— Я очень долго учился этому ремеслу в знаменитой бельгийской школе Leon Mignon. Первой моей специализацией была гравировка оружия и ножей. Но позже я переквалифицировался в гравировщика ювелирных изделий. Мне всегда нравилась точность, с которой выполнена резьба на драгоценных металлах. В какой-то момент я понял, что тоже хочу этим заниматься: мне хватает как усидчивости, так и творческого потенциала. А то, что гравировка ювелирных изделий намного сложнее и требует еще большей точности, чем гравировка на оружии, меня не отталкивал. Наоборот, привлекал!

— Что для вас самое сложное в гравировке?

— Для меня труднее всего адаптировать рисунок на бумаге под металл, чтобы правильно соблюсти все пропорции. Я представляю себе, как в конечном итоге будет выглядеть готовая вещь, и понимаю, какие техники можно применять, под каким углом делать гравировку. Например, у зажигалки плоская поверхность, а у ручки — нет. Стало быть, один и тот же рисунок будет смотреться на этих вещах по-разному и отличаться по технике выполнения.

— Почему в ювелирном и часовом деле сегодня столь популярна концепция Metiers d'Art?

— Такие украшения, часы или аксессуары имеют индивидуальность, они созданы вручную и по-настоящему уникальны.

— Какая стилистическая эпоха ваша любимая?

— Я люблю стиль ар-нуво, потому что мне нравятся круглые формы. Это, можно сказать, семейная любовь: среди моих родственников — архитектор

— Какие заказы были для вас сложными?

— Одним из таких заказов была моя первая работа для дома S.T. Dupont. Этот проект назывался Big Five. Мне нужно было на зажигалках, сделанных из стали, изобразить пять видов животных, на которых можно охотиться в Африке: льва, носорога, слона, леопарда и буйвола. Со сталью вообще работать сложно — это капризный металл, и для создания гравировки требовалась очень высокая точность.

— Но ведь это был не последний проект для S.T. Dupont?

— Это был пробный проект, и мое сотрудничество с домом S.T. Dupont продолжается до сих пор. Этим союзом я доволен. Я надеюсь, что в компании ко мне испытывают те же теплые чувства. Креативный директор S.T. Dupont — заядлый охотник, и в его коллекции более 60 ружей, в том числе с гравировками. В какой-то момент он решил, что неплохо было бы делать гравировку и на зажигалках, и принялся искать мастеров. Профессия гравера — очень редкая, и во Франции сейчас всего около 50 мастеров, из которых только 20 человек действительно отменно владеют ремеслом. Среди мастеров руководством дома был проведен конкурс, и я в нем победил. Я работаю в S.T. Dupont с 2010 года, и на данный момент я единственный штатный гравер в компании. Помимо основных коллекций я также работаю с частными заказами.

— Приходилось ли вам когда-нибудь отказываться от выполнения частных заказов из-за того, что они противоречили вашим собственным эстетическим представлениям?

— Нет, такого со мной пока не случалось. Эстетика компании S.T. Dupont полностью вписывается в мои собственные понятия о красоте, поэтому работать мне очень комфортно. Что касается частных заказов, то я, безусловно, не стал бы создавать гравировки, изображающие сцены насилия, но пока таких предложений и не поступало. Клиенты S.T. Dupont чаще всего хотят изобразить на зажигалках фамильный герб или, к примеру, животное.

— Что вас вдохновило на создание коллекции The Arts Premium?

— Мои любимые направления в искусстве — ар-нуво, французский стиль ар-деко и американский ар-деко. Лимитированная коллекция The Arts Premium была создана в Фаберже, родном для дома S.T. Dupont городе, в нее вошли традиционные зажигалки и ручки. Так, зажигалка Art Nouveau отделана желтым и розовым золотом и палладием и оснащена гильошированным кремниевым колесиком. Ручка и зажигалка American Art Deco декорированы китайским лаком, а зажигалка Art Deco выполнена из золота трех цветов. Все предметы The Arts Premium выгравированы вручную и выпущены ограниченным тиражом.

Ольга Мальцева («Ъ-Стиль Часы» № 54 от 28.11.2013)

АВТО С ИСТОРИЕЙ НА МИЛЛИОНЫ ЕВРО

С 21 по 22 июня на Елагином острове состоится международный конкурс ретро-автомобилей Ambassador Concours d'Elegance, который уже второй год проходит в Петербурге.

В конкурсе участвуют различные коллекционные старинные и современные автомобили, принадлежащие известным людям, знаменитым спортивным командам, появлявшиеся в кино. Коллекционеры будут соперничать в сфере исторической значимости своих машин, представляя их с точки зрения оригинальности и дизайна моделей, реставрационного мастерства. Международный состав жюри оценит автомобили по двум критериям: техническому и эстетическому.

В эти два дня в парке возле Елагина дворца будет выставлено более пятидесяти автомобильных раритетов, стоимость большинства из них составляет несколько миллионов евро. Главным экспонатом выставки станет автомобиль, принадлежавший Николаю II. Вечерние приемы для избранных гостей и участников действа пройдут в Государственном Эрмитаже и Михайловском замке.

MEAT HEAD
RESTAURANT

ПОЖАЛУЙ,
САМЫЕ ПРАВИЛЬНЫЕ
СТЕЙКИ В ГОРОДЕ

PERHAPS
THE RIGHTEST STEAKS
IN THE CITY

Конюшенная пл., д. 2
Konyushennaya Sq.,2

923 00 44
WWW.MEAT-HEAD.RU

реклама

МАРИЯ МАРТЫНОВА: «МАРИИНКА — ЭТО ПРИЗНАНИЕ!»

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Интерьер кондитерской «Бизе» на Моховой, 46

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Фирменный десерт от «Бизе»

Кондитерские «Бизе» становятся неотъемлемой частью исторического центра города, наверное, не случайно: здесь акцент сделан на сладкую классику, русскую и интернациональную, а интерьеры вписались в петербургскую литературно-театральную богемную атмосферу. Например, в заведении на улице Моховой, где мы беседуем с владелицей «Бизе» Марией Мартыновой, со стен смотрят живописные панно с портретами литераторов Сергея Довлатова и Иосифа Бродского — они жили неподалеку. Скоро откроется и еще одна кондитерская, четвертая в сети, на севере города.

— Сейчас, когда ваши кондитерские уже известны, вам легче открывать новую?

— Легче, конечно. У нас уже сложилась команда: дизайнер интерьера Дмитрий Давыдов, строители, PR-агентство. За четыре года мы собрали коллектив профессионалов.

— Почему вы выбрали улицу Композиторов, а не исторический центр города, как раньше?

— Центр насыщен заведениями на любой вкус. Благополучные спальные районы — перспективное направление. Место это активное: большие территории, много людей, а сходить им практически некуда. Если люди работают в центре, то в выходной им не очень хочется выбираться туда же. Наша четвертая кондитерская, открытие которой я планирую в июле, может стать приятным местом для встреч.

— В чем секрет вашего успеха?

— Я нашла дело своей жизни, кондитерские — это мое, я это чувствую и очень люблю. И, конечно, собираю такой же увлеченный коллектив. Можно сказать, что в «Бизе» каждый день — праздник. Каждый день мы делаем праздничные торты для дней рождений и торжеств, детских, взрослых, корпоративных. Среди наших гостей есть и знаменитые люди, и известные компании, это очень приятно. Нам нравится делать людям праздник!

— Вы каждый год прибавляете по заведению, поделитесь полезными советами?

— Я все изучала на собственном опыте, начиная от строительных вопросов до управления персоналом. И сразу планировала сделать качественное заведение и предложить отличный продукт, где будет продумано все: широкий ассортимент, обученный персонал, привлекательный дизайн и приятная атмосфера. В первой кондитерской были недочеты с обслуживанием. Ошибки оперативно исправлялись и больше не повторялись. Мой совет: нельзя экономить на персонале и контроле за ним. Кадры — это проблема. Но за тех, кто неравнодушен к своему делу, нужно просто хвататься. Своих кондитеров мы вывозили в Лондон, шеф-кондитера планирую отправить во Францию. Когда видишь потенциал, то и обеспечить карьерный рост не проблема. Одна девушка начинала кассиром — стала управляющей.

— Насколько сложно оставаться на плаву в городе, где много и кондитерских, и мастеров в этой сфере?

— Достойных кондитерских гораздо меньше, чем кажется. Многие работают на смесях, копируют европейские новинки. Для нас важно стабильное высокое качество, широкий ассортимент и демократичные цены. Да, натуральное и высококачественное сырье, которое мы используем, дорогое, себестоимость пирожных, разумеется, возрастает. Но поверьте, это сказывается на вкусе. А если вкусно, то вы придете в «Бизе». В ресторанах встречаются хорошие кондитерские изделия, но не всегда удобна именно ресторанная подача — она требует времени. Мы работаем не только как магазин, но и как кафе.

— На что или на кого вы ориентируетесь, пополняя меню?

— Считаю, что европейская мода и вкус российских покупателей — это разные вещи. Я ездила по Италии и Франции, изучая кондитерскую сферу, и уверена, что продукцию нужно адаптировать. Практика показывает, что самое популярное — это эклеры и «Картошка». Абсолютный хит «Бизе» — булочки с маком, таких больше никто в городе не делает. Безусловно, многие наши гости постоянные, и мы хотим их радовать и удивлять. С самого начала мы стали предлагать новые идеи: представляем сезонные коллекции десертов. В прошлом году к 310-летию города сделали тематические пряники с символами Петербурга. Это настоящие кондитерские миниатюры, расписанные вручную. Наш шеф-кондитер воссоздает старинные русские и советские рецепты, это и ароматные тульские пряники, и печенье «Курабье». К праздникам делаем тематическую продукцию, каждый год разное. У нас был проект, где знаменитые петербургские дизайнеры одежды совместно с кондитерами сделали новые рецепты пирожных. Так в меню появилось оригинальное пикантное пирожное «Верди» от Олега Бирюкова, где в трюфельную массу добавлен перец чили. Этой весной мы представили коллекцию «Цветы». Теперь в «Бизе» можно попробовать засахаренные лепестки цветов, популярное лакомство при дворе европейских монархов, и нежное пирожное-суфле со вкусом и ароматом розы и фиалки из Прованса.

— Новая кондитерская, оригинальные пирожные — каким еще достижением вы гордитесь?

— Вот уже год как мы поставляем нашу продукцию в Мариинский театр. Они искали что-то классическое, достойное уровня Мариинки. Мы очень горды тем, что в театральном буфете теперь есть наши пирожные. Я со старшей дочерью ходила на балет «Лебединое озеро», и в антракте мы увидели, что наша продукция пользуется популярностью. Подсели к двум женщинам — они сказали, что пирожные в этот раз потрясающе вкусные! Вы должны понять, почему для меня работа с Мариинским театром — это что-то особенное, ведь я родилась в Ленинграде и мои бабушка и дедушка жили здесь. Мариинка — это признание!

Светлана Хаматова

ЙОУНИ ТОЙВАНЕН: «МОИ ТРЕБОВАНИЯ ВЫСОКИ»

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Равиоли с утиной и куриной печенкой с грибным бульоном из сета для Astoria Cafe, приготовленного Йоуни Тойваненом

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Ягненок с огурцом гриль и пюре из чеснока

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В рамках российско-финского проекта Food Festival Петербург посетил Йоуни Тойванен — шеф-повар и совладелец хельсинкского ресторана Luomo. Ресторан открылся в мае 2009 года вблизи порта, а через девять месяцев заведение получило «звезду» Michelin. Господин Тойванен приготовил сет для Astoria Cafe и рассказал об отношениях с конкурентами, финских продуктах и структуре доходов.

— В чем заключается концепция вашего ресторана?

— На первом месте — еда, к которой мы с моим партнером и по совместительству сомелье Микой Маттилой имеем страсть. Еда — современная финская, готовим мы ее с использованием современных техник и локальных продуктов. Обязанности наши распределяются так: я отвечаю за кухню, Мика за вино.

— Неужели все продукты финского производства?

— Да, это так. В этом наша особенность. На фоне всеобщего глобализма мы используем только финские продукты, за исключением, пожалуй, только соли и перца, которые покупаем во Франции. Это не всегда выгодно, как можно подумать, хороший продукт еще надо найти. Я трачу огромное количество времени на поиск и отбор продуктов, которые удовлетворят мои требования, а они высоки. Произвести качественный продукт в Финляндии тоже непросто, поэтому он стоит денег. По сути, покупать импортный продукт и местный — по стоимости выходит одинаково.

— Мясо и рыба тоже финские?

— Да. Ягненка в западной Финляндии покупаем. Форель аландская. У нас есть блюдо из козла — думаю, я один предлагаю этот редкий вид мяса среди финских ресторанов. Покупаем козла на одной небольшой финской ферме.

— Как вы его сервируете?

— Если это нога, готовим с помощью низкотемпературной техники «сувид» в течение 60 часов при 65 градусах. Если это филе, то просто жарим на сковороде. Подаем с дикими травами и соусом из козлиного молока.

— Что будет в вашем меню летом?

— Летом мы счастливы — много ингредиентов растет на грядках и лесных полянах, плавает в озерах. Судак и форель, лесные грибы, ягоды. Какие будут блюда, я буду знать летом.

— На Food Festival в Петербург приехали финские шеф-повара, многие из которых, так же, как и вы, являются владельцами своих ресторанов. Говоря о ресторанах fine dining, это обычная ситуация для Финляндии?

— Конечно. Потому что рестораном должен владеть и управлять тот, кто лучше всего знает, что для этого нужно делать. Я знаю.

— Это прибыльный бизнес?

— Сейчас не очень. У меня штат из двадцати одного сотрудника, всем надо платить зарплату.

— Какие заведения в Хельсинки являются вашими конкурентами и какие у вас отношения с шеф-поварами?

— Наши конкуренты — рестораны Olo, Demo, Postres, G.W. Sundmans. Это достойные заведения с великолепной едой. Мы, шефы, дружим между собой. Но я могу зайти в ресторан-конкурент раз в год. Во-первых, из-за банальной нехватки времени. Во-вторых, у каждого из нас свой путь, за гастрономическими впечатлениями я лучше поеду в Копенгаген, Стокгольм или другой европейский город, но в своем городе к своим друзьям я лишний раз не пойду. Хельсинки — маленький город, и наш бизнес очень нишевый. Друзья — это друзья, бизнес — это бизнес.

— А ваши гости?

— В основном это финны. Мы бы хотели видеть в наших стенах больше русских.

— Вы владеете и управляете не только рестораном Luomo, а также и бистро. Зачем вы работаете в двух разных форматах?

— Два разных формата — бистро и заведение fine dining — предполагают привлечение двух совершенно разных аудиторий. В бистро три курса стоят 45 евро. В ресторане Luomo 95 евро надо отдать за сет из 14 блюд. Но порции различаются, в бистро они больше, в Luomo — дегустационные. В бистро я могу проводить любые эксперименты — от суши и паназиатской еды до европейской, здесь более простая подача в отличие от замысловатых блюд в Luomo. В бистро больше гостей, но ниже средний чек; в результате 60 процентов доходов приносит бистро за счет более высокой проходимости. В Luomo в среднем мы кормим 30 человек в день; Luomo — вечерний ресторан, работает с 18:00 до 23:00 со вторника по субботу. Бистро работает каждый день.

— У плиты стоите много?

— Конечно. С шести утра, и начинаю я с хлеба. Мы печем пять видов, каждый день предлагаем гостям свежий собственный хлеб. Потом часа четыре я работаю за компьютером — занимаюсь «бумажной» работой, шеф-повару без этого нельзя. Потом инспектирую персонал — ресторана и бистро — все ли в порядке. Днем забираю ребенка из сада, отвожу домой и сплю пару часов. Потом возвращаюсь в ресторан.

— Ваши дети проявляют интерес к готовке?

— Моим сыновьям четыре и одиннадцать лет. Интересуется готовкой младший, Эдвин, — недавно мы пекли хлеб вместе.

— В Astoria Cafe вы привезли сет, включающий в себя необычные сочетания: например, стерлядь под соусом из белого шоколада или сочетание куриной и утиной печенки в начинке равиоли. Эти блюда присутствуют в меню Luomo?

— Нет, это меню я придумал специально для Петербурга, для гостей Astoria Cafe. Но десерт «Белый гриб и шоколад» очень похож на тот, который мы готовим в Luomo. Белый гриб таится… в мороженом. По поводу необычных сочетаний — это мой конек, мне нравится сочетать непривычные вкусы, текстуры и ингредиенты. В меню Luomo мы подаем свинину с черной смородиной, сига с киноа. «Свекла и роза» — еще один нетривиальный альянс, мы берем лепестки от розы, смешиваем это с соусом винегрет и добавляем к свекле в различных ипостасях — маринованной, пюрированной, к соку из свеклы или к чипсам из свеклы.

— В Петербурге и Хельсинки любят водку. А пьют ли вино в Финляндии?

— В моем ресторане есть водка, но бутылку выпивают, если не за год, но примерно так. К нашим ужинам в Luomo мой партнер Мика Матилла подбирает вино, и могу сказать, что интерес гостей к вину растет. Я бы еще хотел иметь больше пива в своем ресторане, считаю пиво вполне гастрономичным напитком.

Анна Коварская

«СТРОГАНОВ СТЕЙК ХАУС»: НИЧЕГО ЛИШНЕГО

Вчера, к началу Петербургского международного экономического форума, ресторан «Строганов Стейк Хаус» открыл летнюю террасу. В ресторане свежее летнее меню, и здесь остаются верными основному принципу хорошего стейка: ничего лишнего. Только качественное мясо, соль и специи. Соусы к стейкам готовят по собственным рецептам. Винную коллекцию курируют сами владельцы заведения.

«Строганов Стейк Хаус» расположился в историческом здании казарм Конногвардейского полка. Отсюда полки выходили на Исаакиевскую площадь во время восстания декабристов. Сводчатые потолки, старинная кладка, медь и дерево способствуют вдумчивому знакомству со стейками. Именно ими в первую очередь и славится этот ресторан. В процессе приготовления используется только мясо премиальных сортов. Чтобы стейк получился нежным и сочным, говядина проходит процесс влажного, а в некоторых случаях и сухого вызревания в течение 28 дней. Для приготовления стейков используются специальные печи закрытого типа Josper (хоспер), в которых стейк готовится при температуре 360°C. Это позволяет сделать так, что жар равномерно распределяется со всех сторон и создает дополнительное давление внутри прожариваемого мяса. Оно сохраняет свою натуральную фактуру, вкус и сочность. Мясо не маринуется, не используются экзотические специи. Настоящий классический стейк — это мясо, соль и перец. «Диетическую пищу можно употреблять, только если вы ждете, пока принесут ваш стейк», — как-то подметила Джулия Чайлд, автор знаменитой американской кулинарной книги о французской кухне.

Рибай-стейк на кости (сухого вызревания)

КРАБЫ В CHIN CHIN CAFE

1 июня ресторан Chin Chin Cafe открывает летний сезон специальным крабовым меню. Предложение от шеф-повара составили так, чтобы гости смогли попробовать сразу три вида крабов — камчатского, краба турто (его везут из Франции, а на английском побережье он также известен как brown crab) и мягкого голубого из Индонезии. Последний вид — сезонный деликатес, так как именно в это время года голубой краб сбрасывает панцирь и мясо его становится особенно нежным. Камчатского краба в Chin Chin Cafe готовят с теплым сливочно-имбирным соусом, краба турто — в соусе чили (это национальное блюда сингапурской кухни), а голубого краба обжаривают в хрустящей панировке и подают с кориандровым соусом. Кстати, мясо краба, мало того, что деликатес, еще и обладает диетическими свойствами, богато минералами, витаминами, является источником белка, лецитина, фосфора и даже афродизиаков.

Аутентичность азиатской составляющей кухни обеспечивают бренд шеф-Александр Куренков, шеф-повар Лепча Рубен и су-шеф Лепча Йоел — оба из Индии. Но они уже давно стали космополитичными профессионалами благодаря работе в разных странах мира.

НА ФОНТАНКЕ «ВКУС ЕСТЬ»

Второй ресторан Алексея Тэна и Кристины Васильевой (OFW creative) «Вкус есть» расположился на набережной реки Фонтанки, напротив БДТ им. Товстоногова.

Концепция заведения тесно связана с гастрономическими традициями России и с современной русской культурой в целом. За кухню отвечает Сергей Фокин. По словам создателей ресторана, он сделан «про русскую гастрономию, для русской гастрономии, во имя русской гастрономии».

«К нашему сожалению, отечественные гастрономические традиции уже давно не развиваются и остаются на уровне бабушкиных рецептов и тещиных блинов, а при упоминании о русском ресторане всплывают классические ассоциации: медведи, цыганские романсы и царские осетра. К примеру, наши северные соседи из Скандинавии уже давно и активно развивают собственную культуру еды, которая еще недавно не сильно отличалась по своей стереотипности от нашей. Теперь вот „еда викингов“ — новый гастрономический тренд, соперничающий с ведущими мировыми кухнями и активно развивающийся по всему миру. Есть, конечно, в Москве и Петербурге отдельные рестораны и шефы, которые стараются исправить ситуацию, но это лишь единицы. Поэтому мы с особым интересом задались целью — создать новый современный русский ресторан», — говорят создатели заведения.

Меню будет небольшим и сезонным с акцентом на понятные и узнаваемые рецепты, но с применением инновационных технологий приготовления и нестандартной подачи. Отдельное внимание будет уделено блюдам из печей Josper (приготовленным на углях). Еще одним направлением станет гастрономия на вынос: от домашних тушенок из фермерского кролика до повидла из айвы и сгущенки из козьего молока. Каждые несколько месяцев запланированы сезоны специалитетов из разных частей России и стран бывшего СССР.

В барной карте планируются разные виды водки и полугары (30–40 видов), домашние настойки, традиционные русские безалкогольные напитки и чаи. По словам владельцев ресторана, обширная винная карта позволит называть «Вкус есть» еще и винотекой. Кроме традиционных вин Франции, Италии и Нового Света, будут представлены и кубанские рислинги, и грузинские киндзмараули, и гаражные вина, и микровиноделие.

Дизайном помещения занимался близкий друг создателей ресторана Алексей Пенюк. Пространство разделено на три гостевые зоны площадью около 150 метров: обеденный зал (35 посадочных мест), каминный зал для индивидуальных праздников (до 20 посадочных мест), винный зал с открытой кухней и барной стойкой (около 20 посадочных мест). Основным элементом дизайна является старинная кирпичная кладка XIX века. Эклектичному индустриальному стилю постарались придать некую «домашность». Все светильники заказаны в Англии, Франции и Швеции. Большая часть мебели сделана на заказ из дуба, есть и узнаваемые стальные стулья по дизайну Филиппа Старка. «Отсылок к современной русской культуре, как гастрономической, так и прочей, в интерьере ресторана много, но они не бросаются в глаза, не навязывают себя гостю — сделано это специально, чтобы было интереснее с каждым новым посещением обращать внимание на разные, не замеченные до этого детали», — объясняет дизайнер Алексей Пенюк.

СЕРГЕЙ ЛАЗАРЕВ: «ИТАЛЬЯНЦЫ ВИДЯТ ВКУС В ПРОСТОТЕ»

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

В итальянском салате не более семи ингредиентов, и в нем видны все составляющие

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Морепродукты в «Парке Джузеппе» — основа средиземноморской кухни

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

С приходом в ресторан «Парке Джузеппе» Сергея Лазарева, нового шеф-повара, существенно изменилось меню. Теперь здесь можно попробовать множество видов пасты, в том числе и домашней, продегустировать свежие салаты с ароматными итальянскими травами, словом, в полной мере ощутить легкий и солнечный вкус Италии.

Сергей Лазарев — молодой и яркий персонаж петербургской гастрономической сцены. Оказавшись в «Парке Джузеппе» — ресторане, работающем одиннадцать лет, а значит, в месте с уже сложившимся традициями, Лазареву нужно было дать заведению новую жизнь, преобразить меню, но сохранить при этом присущий месту колорит. «Парк Джузеппе», находящийся неподалеку от ресторанного квартала у Конюшенной площади, в отличие от заведений, куда приходят за весельем и вечеринками, семейное, уютное место. Сюда отправляются за теплой домашней атмосферой, за сказочным видом — из одних окон виден Михайловский парк, из других — Спас на Крови.

— Какие изменения вы внесли в меню ресторана?

— Новое меню лаконичнее прежнего и в каком-то отношении проще. Мы старались сделать его таким, чтобы оно давало представление о многообразии итальянской кухни. Это ведь не только лазанья или спагетти. Обычно в России в итальянских ресторанах подают довольно ограниченный набор блюд. Мы же хотели пойти по другому пути и сделать такое меню, которое бы отображало настоящее многообразие итальянской кухни. Включили в него много видов пасты, в том числе у нас появилась и домашняя паста, которую готовим прямо перед подачей. Например, делаем трофие — это такая свернутая спиралью паста, которую подаем в сливочном соусе с лососем и вялеными томатами, — как это делают в Генуе. Или, например, готовим маникотти. Это паста из свежего теста, которая фаршируется домашним рагу и запекается. Очень вкусно! В целом мы сделали легкое, позитивное меню, простую итальянскую еду, понятную для всех.

— В России любят итальянскую кухню…

— Да, но то, что едят в Италии, разительно отличается от того, что подразумевают под итальянской кухней в России. Я путешествовал по Италии, объездил множество мест и побывал на многих ресторанных кухнях, наблюдая, как готовятся блюда, какая атмосфера царит в самих заведениях. Итальянцы относятся к еде в ресторане гораздо проще, чем мы. В ресторан приходят именно поесть. Если в России человек, отправляясь в ресторан, выходит в свет, то в Италии люди идут не с тем, чтоб себя показать, а с тем, чтобы насладиться едой. В итальянских ресторанах совершенно нет пафоса. Это касается не только атмосферы. Простота и в подаче блюд. В России заведено, чтобы на тарелке вам выносили какую-нибудь замысловатую композицию и представляли ее торжественно и с фанфарами. В Италии же все будет выглядеть скромно: на обычной тарелке вам вынесут домашнее ризотто или спагетти, без украшательств и пафоса, но это будет невероятно вкусно. Продукты будут превосходными, свежими и приготовленными с душой. И это производит куда большее впечатление, чем ресторанный пафос, культивируемый в России.

Путешествуя и изучая итальянскую кухню, я часто вспоминал российские салаты — как нечто абсолютно идеологически противоположное средиземноморской кухне. В России салат — это нечто многокомпонентное, сложно дешифруемое, вы не догадаетесь, какие ингредиенты его составляют. В итальянских салатах не более семи ингредиентов, и все они простые и понятные. Когда вам приносят салат, вы видите все составляющие и понимаете, что именно сейчас будете есть. И уж тем более вы никогда не получите салат, выложенный на тарелке башенкой или каким-то сложным образом. В этой простоте итальянцы видят вкус. Именно это ощущение я хотел перенести к нам.

— Работаете ли вы с фермерскими продуктами?

— Да, мы всецело этот тренд поддерживаем. Например, сырники готовим только из фермерского творога. Также покупаем говядину у местных хозяйств, а к осени, в урожай фруктов и овощей, будем с ними готовить наши блюда.

Мы разделяем и пропагандируем увлечение локальными продуктами. Хочется надеяться, что это тренд даст возможность возродиться отечественному сельскому хозяйству. Локальные продукты становятся в «Парке Джузеппе» основой специальных предложений, дополняющих основное меню. Например, мы обязательно будем делать сезонное меню с лисичками. Ресторан находится в одном из самых туристических мест города, и, несмотря на то, что мы ресторан итальянской кухни, у нас есть русское меню. Для борща, солянки и других блюд тоже часто используются фермерские продукты.

— Какие у ресторана ближайшие планы развития?

— Мы хотим начать использовать открытую кухню, которая есть в ресторане. Она находится на террасе. Здесь собираемся запустить кулинарные уроки для детей, мастер-классы для взрослых, устраивать дегустации и винные вечера. Хороший ресторан — это не только кухня, это и атмосфера. Все, что мы делаем в «Парке Джузеппе», — для того, чтобы создать атмосферу семейного, теплого, очень домашнего и по-настоящему уютного места.

Елизавета Горлова

ПОВАРА ПОМЕНЯЛИСЬ КУХНЯМИ

В апреле под эгидой независимой ресторанной премии Where to Eat и международного фестиваля Eat & Joy состоялся первый российско-финский гастрономический фестиваль Food Festival: шеф-повара из лучших ресторанов Хельсинки и Петербурга на пару дней поменялись кухнями. При этом мастерам пришлось готовить не только на чужих кухнях, но и из «чужих» для них — местных — продуктов. В фестивале с петербургской стороны приняли участие: Иван Березуцкий (PMI Bar), Адриан Кетглас (Grand Cru), Илья Седов (Italy Bottega), Жером Лорье (Astoria Cafe). С финской стороны — Томми Туоминен, шеф-повар мишленовского Demo, Самули Виргентиус — также из мишленовского Postres, Вилле Рууда и Филип Форсберг (Toscanini, дизайн-отель Klaus K), Йоуни Тойванен (Luomo). Гастрономические сеты могли попробовать все гости ресторанов — участников фестиваля.

XIX МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «МУЗЫКАЛЬНЫЙ ОЛИМП»

Анна Чи Хе Сон, сопрано, (Республика Корея, II премия Международного музыкального конкурса немецкого радио и телевидения, 2012) и дирижер Михаил Голиков (Россия) на заключительном концерте XVIII Международного фестиваля «Музыкальный Олимп» в Государственной академической капелле Санкт-Петербурга (2013)

22 мая — 1 июня

В очередной раз в Санкт-Петербурге в период белых ночей на «Музыкальном Олимпе» встречаются лауреаты международных музыкальных конкурсов из разных стран мира. В XIX Международном фестивале принимают участие музыканты из Европы, Азии, Южной Америки и Африки — 34 музыканта из 18 стран.

Программа фестиваля по традиции состоит из семи концертов, которые пройдут на лучших концертных площадках Петербурга: в Концертном зале Мариинского театра, Эрмитажном театре, Государственной академической капелле, Большом зале Санкт-Петербургской академической филармонии имени Шостаковича.

В этом году на фестивале состоится мировая премьера: сегодня, 23 мая, в Капелле прозвучит концерт для аккордеона с оркестром молодого итальянского композитора Энрико Блатти, который исполнит Самуэле Телари, лауреат международного конкурса молодых музыкантов «Приз А. Сальери» (Италия, 2013).

Каждый концерт фестиваля уникален и разнообразен как по репертуару, так и по представленным солирующим инструментам. Просветительская составляющая всегда находится в сфере внимания «Музыкального Олимпа».

Первый концерт фестиваля прошел вчера, 22 мая, в Концертном зале Мариинского театра. На торжественном открытии симфонический оркестр Мариинского театра исполнил знаковую увертюру «Виват Олимп!», написанную композитором Андреем Петровым к открытию первого фестиваля «Музыкальный Олимп», дирижер Сергею Смбатяну (Армения).

В рамках фестиваля пройдут и ставшие его неотъемлемой частью благотворительные концерты классической музыки для тех, кто попал в трудную жизненную ситуацию и не может самостоятельно посещать городские культурные события, — в детском хосписе, следственном изоляторе и Доме ветеранов сцены.

Среди десятков значимых фестивалей и концертов фестиваль «Музыкальный Олимп» — исключительное событие. Его основной задачей является поддержка молодых музыкантов в самом начале творческой карьеры, вне зависимости от их национальности и музыкальной специальности. Единственный критерий отбора — уровень их мастерства и таланта. Для участия в фестивале приглашаются победители крупнейших международных музыкальных конкурсов последних лет. За 18 лет работы фестиваль представил слушателям более 400 молодых исполнителей из 40 стран. Многие из них уже сделали солидную международную карьеру, например Николай Цнайдер, Илья Грингольц, Саяка Седзи, Эльдар Небольсин, Мартин Фрест, Марина Поплавская, Даррелл Анг, Василий Петренко.

IZBA — ВЫСТАВКА РОССИЙСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ

29 — 30 июня

Галерея дизайна/bulthaup

После успешной премьеры в Милане в рамках Salone del Mobile восемь предметных дизайнеров, обратившихся к исследованию традиционной культуры русской жизни, впервые представят проект в России. Izba откроет серию выставок Галереи дизайна/bulthaup, посвященных отечественному дизайну.

На выставке будут представлены предметы мебели, светильники, аксессуары и текстиль. Они были разработаны специально для проекта на основе изучения традиций, верований, привычек и характерных для традиционного русского жилого пространства предметов. Идеи, пришедшие из традиционной культуры, были переосмыслены с точки зрения современных представлений и реализованы средствами современного дизайна.

Созданные предметы далеки от историзма и декоративности и представляют собой уместные и востребованные в современной жизни вещи. При этом они содержат в себе отсылки к понятиям традиционной культуры. Многие из них отошли на второй план, многое забывается, так как современный образ жизни совсем другой. Тем не менее эти отсылки легко читаются, а значит, и стоящие за ними идеи остаются актуальными в системе наших культурных ценностей. Экспозиция выставки также отсылает к идеям организации пространства в традиционном жилище, давшем имя проекту, — избе.

Идею проекта разработали куратор Татьяна Кудрявцева и дизайнер Ярослав Мисонжников, для участия пригласили еще семерых дизайнеров — Александра Каныгина, Катерину Копытину, Максима Щербакова, Аню Дружинину, Алексея Галкина, Свету Герасимову, Максима Максимова. Дизайнеры-участники — молодые профессионалы, работающие независимо и каждый в своем направлении. Стимулом объединиться стало желание показать, что российский предметный дизайн, несмотря на трудности, существует и развивается, и нашим дизайнерам есть что сказать. «Русская» тема возникла благодаря интересу к собственным корням и желанию открыть новые образы, помимо «заезженных» матрешек и хохломы.

КОНЦЕРТ КАРЛЫ БРУНИ-САРКОЗИ

4 июня

Михайловский театр

Карла Бруни-Саркози, экс-первая леди Франции впервые выступит в Санкт-Петербурге с сольным концертом. Она исполнит свои французские песни под гитару. Карла Бруни — в прошлом известная модель, одна из самых высокооплачиваемых в мире, а также композитор, певица и поэтесса.

В 1990-е годы Карла Бруни стала лицом компаний Guess и Versace и одной из десяти самых знаменитых моделей. В 29 лет она решила завершить карьеру и попробовать себя в качестве певицы. И в этом тоже достигла больших высот. На ее счету четыре сольных альбома. Ее дебютная пластинка под названием «Кто-то мне сказал» (Somebody Told Me/Quelqu'un m'a dit) вышла в 2002 году и имела очень большой успех во Франции, причем восемь из десяти песен альбома были написаны самой Карлой. В 2007 году Бруни выпустила англоязычный альбом «Никаких обещаний» (No Promises), и в следующем, 2008 году, когда она уже стала первой леди Франции, увидел свет ее альбом под названием «Как ни в чем не бывало» (As If Nothing Had Happened/Comme si de rien n'etait). Говоря о Бруни как о певице, музыкальные критики отмечали прежде всего лиризм ее композиций. Среди музыкальных стилей, в которых она работала, называли и блюз, и медленный рок, и фолк.

НЕМЕЦКИЕ ЭСКИЗЫ ПЕРЕДАЛИ ИСААКИЮ

В апреле, в рамках Недели Германии в Санкт-Петербурге, по инициативе германской стороны в дар Государственному музею-памятнику «Исаакиевский собор» переданы документы и эскизы алтарных росписей собора, выполненные немецким художником Иоганном Конрадом Дорнером.

Иоганн Конрад Дорнер (1809–1866) — немецкий живописец, портретист. Учился в Мюнхенской академии художеств, работал в Митаве и Вильно. С 1843 по 1853 год жил и творил в Санкт-Петербурге, где получил звание академика исторической живописи. Мастер написал несколько портретов членов императорской семьи. В 1847–1852 годах выполнил для Исаакиевского собора двенадцать икон для алтарных преград, отделяющих главный алтарь от приделов святой Великомученицы Екатерины и святого благоверного князя Александра Невского. Написанные маслом фигуры святых, окружены орнаментальным рельефным фоном, созданным с использованием сусального золота и кварцевого песка.

После смерти Иоганна Дорнера папка с его документами и эскизами к образам Исаакиевского собора хранилась в семье Пфафф, в Германии. Долгие годы члены семьи искали возможность передать наследие художника в музей «Исаакиевский собор». Для этого в свое время они приезжали в Петербург, но не нашли отклика. И лишь много лет спустя, благодаря содействию научного руководителя проекта «Российские музеи во время войны» профессора Вольфганга Айхведе, было принято решение передать папку Иоганна Дорнера в дар Государственному музею-памятнику «Исаакиевский собор». В поддержку этой инициативы выступила администрация Вольного ганзейского города Бремена.

Церемония передачи культурных ценностей, хранившихся в Бремене, прошла в Исаакиевском соборе в присутствии представителей администрации Санкт-Петербурга и правительства федеральной земли Вольного ганзейского города Бремена, представителей дипломатического корпуса, видных политиков, деятелей культуры и искусства, представителей деловой элиты города. Сенатор по экономике, труду и портам, юстиции и конституции Бремена Мартин Гюнтер передал директору ГМП «Исаакиевский собор» Николаю Бурову более сорока объектов наследия Иоганна Дорнера, включающих эскизы к иконам Исаакиевского собора, записную книжку художника с набросками образов, загранпаспорт с печатью императора России и ряд других документов.

Директор Государственного музея-памятника «Исаакиевский собор» Николай Буров (слева) принимает дар от сенатора по экономике, труду и портам, юстиции и конституции вольного ганзейского города Бремена Мартина Гюнтера

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Согласно требованиям Императорской академии художеств, мастер должен был изготовить максимальное количество эскизов к каждому образу. Поэтому особая значимость этого дара заключается в возможности проследить весь процесс творческого осмысления образов, их эволюцию, увидеть различные этапы работы художника.

На церемонии в Исаакиевском соборе выступил Камерный хор Смольного собора под управлением заслуженного артиста России Владимира Беглецова. Завершилось мероприятие музыкальным подарком германской стороны — концертом солистов Немецкой камерной филармонии города Бремена, одного из самых знаменитых музыкальных коллективов Германии.

ПУТЕШЕСТВИЕ ПО СТОЛИЦАМ ВКУСА

Ресторан «Палкинъ» и школа вина Pro Sommelier открыли новый цикл эногастрономических путешествий «Столицы вкуса».

Традиция таких путешествий зародилась пять лет назад — за это время гости известного в Петербурге ресторана «посетили» все известные винодельческие страны, открыв для себя кухню и вина двух десятков винных регионов. И все-таки в XXI веке новые вкусы и сочетания рождаются не в провинции, а в городах. Поэтому новый цикл путешествий знакомит с мировыми «столицами вкуса» — старыми и новыми. Париж и Вена, Мадрид и Токио откроют свои особые сочетания вин и блюд.

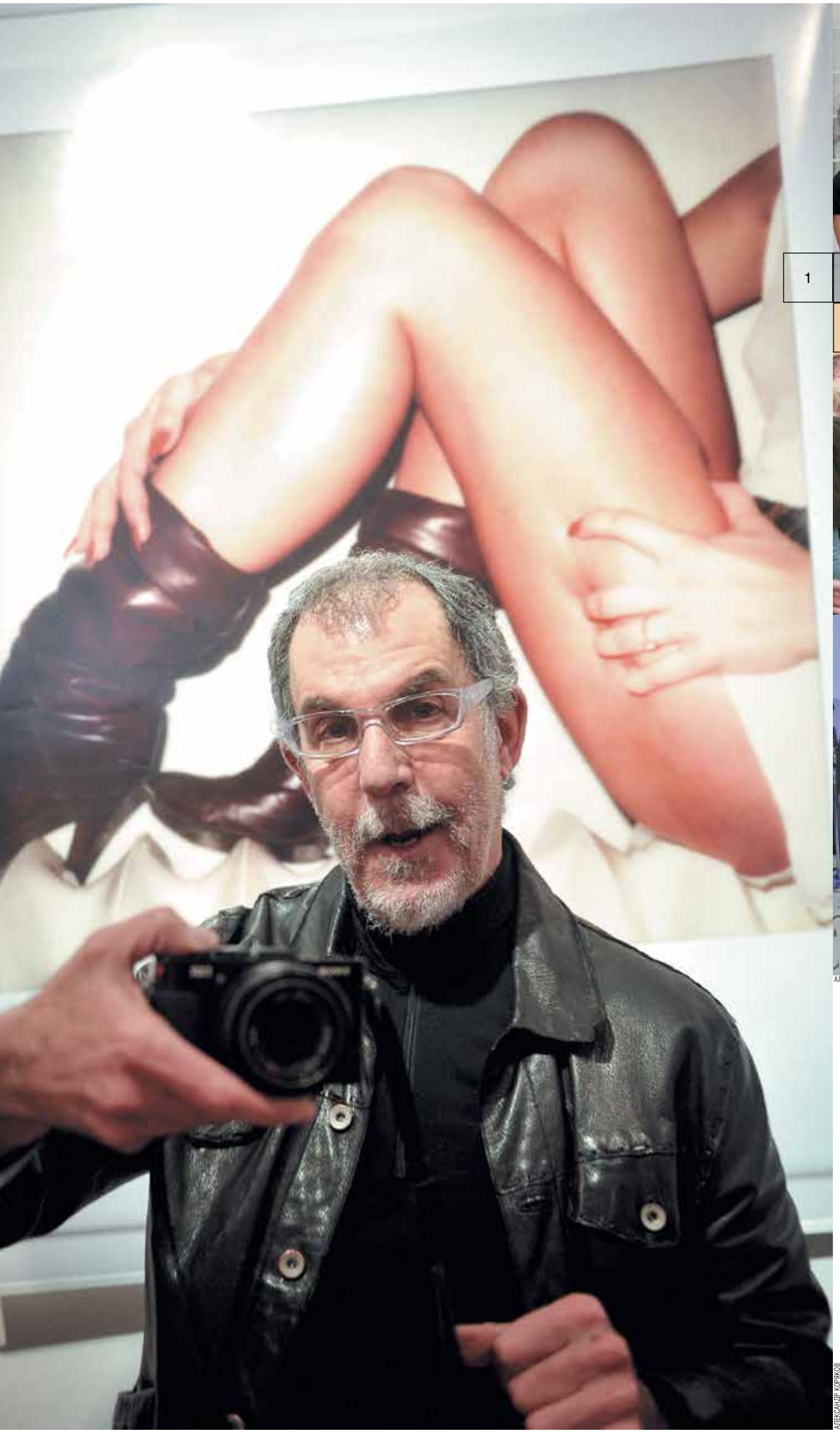
В середине мая в ресторане «Палкинъ» прошел ужин, посвященный запуску нового авторского эногастрономического сета столицы Австрии. Вена, город аристократических традиций империи Габсбургов, еще три века назад прославилась на весь мир своими кофейнями и нежной выпечкой. Ведущий энолог России Татьяна Шарапова познакомила гостей с историей развития гастрономических традиций и виноделия этого города.

Ужин состоял из пяти перемен блюд в сопровождении пяти специально подобранных вин. В качестве антре подавали крем-суп из спаржи и Gruner Veltliner Rabl 2012 года, холодная закуска — карпаччо из форели с ягодами можжевельника и Riesling Mayer 2012, горячей закуской стала цесарка с грушей и изюмом в сопровождении Chardonnay Rotes Haus Nussberg Reserve 2011 года. Основным блюдом был, конечно же, венский шницель в сочетании с вином Johanneshof Reinisch Pinot Noir 2011 года. На десерт подали кайзершмаррн — «кайзеровский омлет» — традиционное венское сладкое лакомство в сопровождении нежного Roter Eiswein Merlot Rose 2012 года. Эти блюда будут в меню ресторана до августа.

Званые обеды и балы в Вене собирают под сводами городской ратуши великое множество гостей

ВАЛЕРИЙ ЛЕВИТИН

ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

1_Нью-йоркский фотограф Роберт Уитмен (Robert Whitman) во время открытия своей выставки в галерее KGallery

2_Ольга Жарковская, руководитель проекта «Собрание друзей Исаакиевского собора», и Евгений Грушко, начальник управления международных связей Конституционного суда РФ, на приеме в честь передачи Государственному музею-памятнику «Исаакиевский собор» документов и эскизов алтарных росписей собора, выполненных немецким художником Иоганном Конрадом Дорнером

3_Владимир Вавилов, заместитель руководителя Северо-Западного регионального центра ВТБ — вице-президент банка, на открытии выставки Николая Рериха в Русском музее

4_Основатель бренда Billionaire Флавио Бриаторе (Flavio Briatore) и балерина Анастасия Волочкова на вечеринке Billionaire Italian Couture в ДЛТ

5_Глеб Михайлик, генеральный директор ООО «АВА-Петер» и клиник «Скандинавия», и Рафаэль Даянов, руководитель архитектурного бюро «Литейная часть 91», на открытии бутика «Смоленские бриллианты» в отеле «Эрмитаж»

Прием «Лица города», организованный газетой «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге в ресторане Ginza

1

2

5

3

4

6

1_Президент ОАО «Международный банк Санкт-Петербурга» Сергей Бажанов

2_Руководитель службы маркетинга GS Group Андрей Безруков с дамой

3_Глава Кронштадтского района Терентий Мещеряков с женой Ксенией

4_Генеральный директор аналитического агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин

5_Генеральный директор ЗАО «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге» Максим Ефимов, генеральный директор «Infoline-Аналитика» Михаил Бурмистров (слева направо), заместитель главного редактора петербургского офиса газеты «Коммерсантъ» Елена Большакова

6_Управляющий директор сети бизнес-центров «Сенатор» Дмитрий Золин, руководитель петербургской практики «Пепеляев Групп» Сергей Спасеннов и Игорь Гущев, партнер «Дювернуа Лигал»

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ ОТПЕЧАТАНЫ В ООО «ТИПОГРАФСКИЙ КОМПЛЕКС „ДЕВИЗ“» 199178, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, В.О., 17 ЛИНИЯ, Д. 60, ЛИТ. А, ПОМЕЩЕНИЕ 4Н. ЗАКАЗ № ТД-00002752

THE BLAZON COLLECTION

ВЕЛИКОЛЕПИЕ, БЛАГОРОДСТВО, ГОРДОСТЬ И ПРЕДАННОСТЬ.
ДЛЯ ВАС. ОТ S.T.DUPONT

142 YEARS

HAND CRAFTED FRENCH EXCELLENCE FOR THE ELITE **

*БУДЬ ИЗБРАННЫМ **ФРАНЦУЗСКОЕ ИСКУССТВО РУЧНОЙ РАБОТЫ ДЛЯ ИЗБРАННЫХ

WWW.ST-DUPONT.COM

эксклюзивно в Mercury

С.-Петербург: ДЛТ, ул. Б. Конюшенная, 21-23а, тел. 812 648 0850

Отдел дистрибуции и корпоративных продаж: тел. 495 933 5931

142 ГОДА ПАРИЖ КОЛЛЕКЦИЯ «ГЕРАЛЬДИЧЕСКИЙ ГЕРБ» РЕКЛАМА