



¹¹
Что такое роскошь?
На вопрос отвечают
Карл Ледерфельд
и сестры Фенди

21 СЕНТЯБРЯ 2016 Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» №174

СТИЛЬ

Коммерсантъ

¹⁴
15 лет в Hermes
как один день.
Пьер Арди
об относительности
времени

¹⁸
И целого
мира мало.
Путешествие
в Африку
с Graff





бутик детской итальянской одежды

**⚡ ПРИКЛЮЧЕНИЯ ⚡
НАЧИНАЮТСЯ**

**Самара, Молодогвардейская, 215
тел. (846) 990-57-75**

сентябрь 2016

ВЛАДИМИР ЖЕЛОНКИН
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
АО «КОММЕРСАНТЪ»
СЕРГЕЙ ЯКОВЛЕВ
ШЕФ-РЕДАКТОР
АО «КОММЕРСАНТЪ»
АЛЕКСЕЙ ХАРНАС
РУКОВОДИТЕЛЬ СЛУЖБЫ
«ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СИНДИКАТ»
ПАВЕЛ КАССИН
ДИРЕКТОР ФОТОСЛУЖБЫ
ВЕРА ВЛАСОВА
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЗАО «КОММЕРСАНТЪ-ВОЛГА»
ДЕНИС ШЛАЕВ
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
ЗАО «КОММЕРСАНТЪ-ВОЛГА»
НАТАЛЬЯ КУДРЯШОВА
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР
СЕРГЕЙ ПУРЛАЦ
ВЕРСТКА
ОЛЬГА МОХНАЧЕВА
КОРРЕКТУРА
ДИРЕКЦИЯ ПО РЕКЛАМЕ
ЕЛЕНА ШАТОХИНА,
ЕЛЕНА РЕВА,
ТЕЛ. (846) 276-72-51 (52)

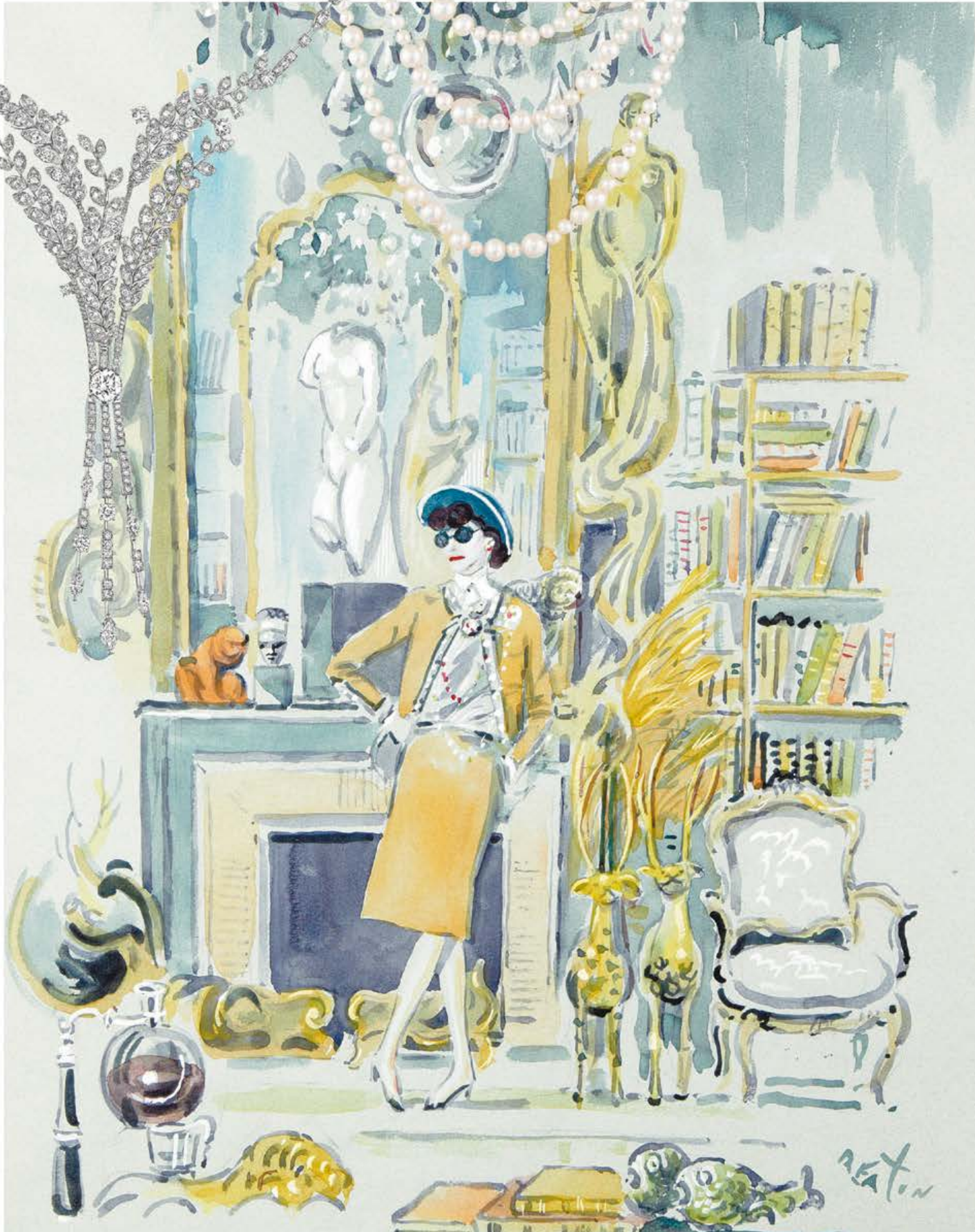
ЦВЕТНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «СТИЛЬ»
ЯВЛЯЕТСЯ СОСТАВНОЙ ЧАСТЬЮ
ГАЗЕТЫ «КОММЕРСАНТЪ»

УЧРЕДИТЕЛЬ:
АО «КОММЕРСАНТЪ».
АДРЕС:
127055, Г. МОСКВА, ТИХВИНСКИЙ
ПЕР., Д. 11, СТР. 2.
АДРЕС РЕДАКЦИИ:
443110, Г. САМАРА,
УЛ. НОВО-САДОВАЯ, Д. 44, ОФ. 4, 5.
ТЕЛ. (846) 276-72-51 (52).

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ
«АЭРОПРИНТ», Г. САМАРА,
ЗАВОДСКОЕ ШОССЕ, 18
ТИРАЖ 5000 ЭКЗ.

ЛЕГЕНДА #1

«Колосок» — детское прозвище Габриэль Шанель и основной мотив новой ювелирной коллекции Bles de Chanel (в переводе «Пшеница»). Колосья пшеницы стали одним из символов дома наряду с жемчугом, львами и камелиями. На рисунке Сесила Битона, 1967 года, Габриэль изображена в своей квартире. Засушенные колосья пшеницы до сих пор украшают вазы возле камина.



НА ОБЛОЖКЕ:
КОЛЬЕ OMBRES ET LUMIERE
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ HERMES HAUTE
BIJOUTERIE
ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО:
ПРЕСС-СЛУЖБОЙ HERMES

Происхождение костюма
Владимир Гридин о savoir-faire Dior Homme
6

Искусство безупречности
Uomo Collezioni поможет воплотить представления об идеальном гардеробе
8

Ремесленных дел мастер
Эрманно Шервино о важности сохранения ручного труда
10

Освоение шкуры
Об источнике вдохновения Fendi
11

Наша коллекция — о времени и способах сбежать от него
Пьер Арди, Hermes Bijouterie
14

Сокровища Африки
Натела Поцхверия о проектах Graff в Лесото и Ботсване
18

Хоть розой назови ее, хоть нет
Создатели ALTAIA рассказали о своей коллекции ароматов
20

Грани разумного
Две известные многодетные мамы рассуждают о том, стоит ли показывать лица своих детей в социальных сетях
22

Медицина для всей семьи
Директор медицинского центра SALUS CLINIC Аюпова Айгуль Фархатевна о своем новом проекте
24

Жизнь со вкусом
Бутик — это не только собрание вкусностей из разных стран, но и масса других возможностей
26

Курс на гран крю
Как научиться понимать вино
28

Что стоит дом построить
Десять советов архитектора и дизайнера интерьеров Анастасии Панибратовой
30



ЛЕГЕНДА № 2
Песня Сержа Генсбур «Sea, Sex and Sun» вполне могла стать саундтреком для презентации новой ювелирной коллекции дома Piaget. Она ассоциируется с веселой вечеринкой у бассейна в Палм-Спрингс с взрывами смеха, пузырьками шампанского и красивыми женщинами в украшениях Piaget, разумеется.



Происхождение костюма

O savoir-faire Dior Homme

Владимир Гридин |

КРИС ВАН АШ был ассистентом Эди Слимана и сменил его на посту дизайнера мужской линии знаменитого французского дома моды Dior в 2007 году. С тех пор невероятно узкие костюмы Dior Homme обрели новый вид. «Мне всегда нравилось, что мужская мода подчиняется правилам», — говорит Ван Аш. Пока он ищет возможности объединения уличных культур и классики мужского гардероба, мастера его ателье, имеющие 30-40-летний опыт пошива мужского костюма, с энтузиазмом осваивают новые подходы. Равновесие традиций и новизны возникает благодаря сложному механизму: ателье, их закройщики и портные-премьеры. Премьерами называют самых опытных портных ателье, которые хранят передающиеся через кончики пальцев знания и умения — иначе и не научишься шить, если пальчики не уколешь, — пока артистический директор Dior Homme занят поиском идей.

Эскизы моделей Ван Аша во всех подробностях изображают будущий костюм: его посадку, силуэт, детали, особенности кроя. Эти рисунки позволяют максимально точно воплотить идею в ткани, дать ей форму. Придирчивый выбор тканей, соз-

дание внутреннего каркаса с помощью традиционной прокладки из волокон животного происхождения (ее пришивают, а не приклеивают, как это делает большинство марок), тщательное заутюживание линии плеча, невидимые удерживающие швы, вставка воротничка в соответствии с давними традициями, обратные швы, пуговицы, пришитые вручную, постоянный контроль качества — каждый костюм Dior Homme требует пяти недель работы.

Вся эта скрытая от глаз работа направлена на то, чтобы создать костюм, в котором настолько удобно двигаться, насколько это вообще возможно. Вот что предшествует отправке в бутик готового костюма Dior Homme.

Эскиз и выкройка

Студия Dior Homme направляет на фабрику на севере Италии технические элементы, необходимые для создания костюма от дизайнера Криса Ван Аша. Закройщики создают для каждой модели особую выкройку из белой бумаги. Она будет служить основой для исполнения уникальных деталей костюма, раскроя ткани и сортировки по размеру с использованием компьютерной технологии. Для раскройки воротничков и лацканов используют особые металлические лекала — для каждой модели свои. Эти элементы, в особенности характерные для костюмов Dior Homme, затем раскраиваются вручную.

Выбор материалов

Для костюмов Dior Homme чаще всего используются традиционные итальянские ткани, но иногда и весьма оригинальные японские образцы. Качество каждого рулона ткани тщательно проверяют, прежде чем уложить ее слоями на управляемый компьютером раскройный стол: кроится не один костюм, а сразу несколько — одного размера.

Раскрой

Все элементы костюма кроются одним мастером на одном столе. Это гарантия того, что костюм будет сшит из одного отреза. Считается, что это обеспечивает более высокое качество костюма.

Конструкция

Три составных элемента пиджака Dior Homme: подкладка, ткань, прокладка — это основа качества конструкции изделия, которое восходит к кутюрному духу дома Dior. Сборка деталей — одна из наиболее деликатных операций и требует особого опыта.

Каркас

Внутренняя конструкция пиджака — его основа. Пиджаки Dior Homme укреплены в полном соответствии с портновскими



ROL BARRELL / ПРЕДОСТАВЛЕНО DIOR

СКРЫТАЯ ОТ ГЛАЗ РАБОТА

направлена на то, чтобы создать костюм, в котором настолько удобно двигаться, насколько это вообще возможно



Номме обретает совершенство контуров. Кстати, в рукавах пиджаков Dior Homme также используется легкая прокладка.

Сметывание

Операция, имеющая исключительное значение для внешнего вида костюма. В отличие от большинства фабричных костюмов, изготовленных с использованием приутюженной (клеевой) подкладки, костюмы Dior Homme полностью сшиты вручную. Сметывание позволяет идеально расположить каркас на ткани и получить форму, изящно повторяющую линии тела. Когда закончены все внешние швы, ручную пришивается подкладка. Затем наметка удаляется, и каждый пиджак тщательно осматривается мастером.

Втачивание воротника и рукавов

Воротник с изнаночной стороны из фетра и рукава, которые были скроены и собраны отдельной командой, втачивают в последнюю очередь. Перед пришиванием рукава к пройме подплечник укладывается и пришивается к прокладке. Затем плечо укрепляется специальной деталью, называемой *rollino*. Она придает плечу жесткость и обеспечивает ему характерную для Dior Homme линию. Рукав пришивают вручную — это гарантирует отличную носкость и безупречный комфорт. Воротник приметывается и пришивается вручную, начиная от надсечки одного лацкана к другому.

Утюжка

В процессе сборки материал многократно проутюживается для сохранения его формы. Для каждой детали пиджака имеется своя гладильная доска и утюг: для утюжки воротника и плеч используется изогнутая гладильная доска, повторяющая их форму. Плечу придается нужная форма на доске, смоделированной по линии плеча манекена. Утюжкой отдельной детали изделия занимаются прессовщики.

Отделка и контроль качества

Отделка костюма Dior Homme требует многих часов работы. Пуговицы пришиваются вручную, а отверстия для пуговиц выполняются машиной. Каждый этап производственного процесса завершается очень строгим контролем качества. Во время окончательной проверки оценивается соответствие костюма специально созданному для этого лекалам (новым — не тем, что использовались при раскройке). Даже самое незначительное отклонение означает, что изделие должно быть отправлено на переделку. Только после серии проверок чуть выше карманов для документов и ручки пришивают лейбл. Теперь костюм Dior Homme готов к тому, чтобы стать частью вашей жизни.

традициями сшитых вручную костюмов. Прокладка придает пиджаку не только жесткость и форму, но и легкость и лоск его внешнему виду. Ее изготавливают из верблюжьей шерсти и конского волоса. Именно от каркаса зависит, как будут выглядеть лацканы, линия плеч и передняя часть пиджака, поэтому работа с ним доверяется лишь самым опытным мастерам. Они притачивают каркас к ткани с помощью особого потайного шва. Dior Homme постоянно обращается к этой старинной технике, требующей особой точности и виртуозности, долгого и кропотливого труда. Благодаря ей современная элегантность костюмов Dior

Искусство безупречности

UOMO COLLEZIONI ПОМОЖЕТ ВОПЛОТИТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИДЕАЛЬНОМ ГАРДЕРОБЕ

Сложно найти в готовых коллекциях тот самый блейзер, костюм или пальто, которые уже существуют в вашем воображении, еще сложнее добиться, чтобы сшитые по универсальным лекалам вещи идеально подошли. Воплотить представления о безукоризненном предмете гардероба поможет итальянский портной Uomo Collezioni. Мастер даст персональную консультацию по стилю, поможет выбрать ткань из нескольких тысяч образцов, подскажет, как визуально скорректировать фигуру, и посоветует подходящий крой.

Идеальный размер

Пошив одежды на заказ предполагает только одну встречу с портным, который может подъехать в удобное для вас место. С вас снимут мерки, их около 40, учтут даже такие неочевидные параметры, как осанка и плечевая симметрия. Это позволяет готовым изделиям создавать нужный силуэт и не сковывать движений. Например, жесткое «квадратное» плечо костюма визуально улучшит даже не самую подтянутую фигуру, а мягкое «рубашечное» плечо, наоборот, позволит пиджаку сидеть, как свитер, не стесняя движений, и при этом выглядеть элегантно.

Помимо этого, учитываются все пожелания заказчика — изготовить карман по размеру портмоне или телефона, сшить две пары брюк к костюму (что очень практично, ведь брюки изнашиваются быстрее) или одну модель сорочки с разными размерами воротников на случай колебаний в весе.

К костюму сдержанной расцветки можно сделать яркую подкладку или изготовить ее из галстучного шелка, оформить петли контрастными нитями или дополнить одежду монограммами.

После того как заказ будет готов, последуют еще одна примерка и финальная посадка готового изделия по фигуре. Все данные сохраняются в карте клиента и могут быть использованы для последующих заказов.

Преимущества выбора

Хорошая одежда создается из высококлассных натуральных материалов — шерсти, кашемира, шелка и их сочетаний. Вы сможете выбрать из 2000 лучших образцов тканей от мировых производителей Holland and Sherry, Loro Piana, Dormeuil, Scabal. Есть как базовые варианты, которые обновляются каждый сезон, так и редкие, коллекционные образцы тканей, в основное полотно которых вплетены золотые нити, бриллиантовая крошка или меховые волокна. В новом сезоне особого внимания заслуживает British Collection, созданная для ценителей английского стиля, в коллекции представлены традиционные рисунки, уже ставшие новой классикой, и редкие образцы, восстановленные по архивным документам. И Zelander High Tencity-ткань, выполненная из натуральной шерсти и покрытая специальным составом, который позволяет отталкивать воду и грязь, а также защищает от ветра.



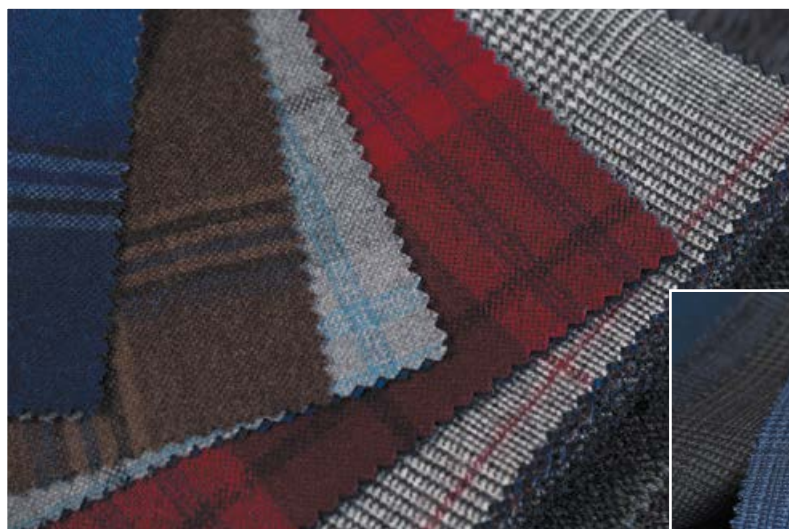
Ручная работа

Все изделия Uomo Collezioni отшиваются в Италии с соблюдением традиционных способов кроя и ручного труда, который дает «живую» строчку. Создание костюма — необыкновенно сложная и кропотливая работа. В пошиве на заказ используется до пятидесяти часов ручного труда, и эти процессы невозможно ускорить — вот с чем связаны сроки ожидания. В пиджаке может быть до 7000 ручных стежков. Чем тоньше и мягче швы, тем более трудоемок процесс пошива и тем более удобным костюм оказывается в носке. К примеру, если лацканы прошивают микростежками, то они придают лацкану «парусность»: он держит форму и никогда не ломается. На фабриках есть сотрудники, которые специализируются исключительно на обработке петель.

Мастера Uomo Collezioni — потомственные портные, чье мастерство передается из поколения в поколение. «Я родился на севере Италии, мой отец и дед — портные, мой прадед тоже был портным, с детства меня окружали нитки, иголки, ножницы и булавки, в семье за столом говорили о костюмах и пиджаках и спорили о фасонах и новых модных веяниях. Поэтому вопроса, чем я буду заниматься, даже не стояло, — рассказывает мастер Маттиа Каспани. — Для клиента важен комфорт; для нас же важно создать то, что будет для него второй кожей. С первого взгляда я должен определить, какие физические нюансы есть у клиента, для этого необходимо знать анатомию, видеть человека в движении. Только так можно создать вещь, придающую уверенность», — резюмирует мастер.



«В большинстве случаев готовая одежда будет хорошо сидеть только после нескольких подгонок по фигуре. Ни один готовый костюм не сравнится по сочетанию эстетики и комфорта с костюмом, сшитым на заказ. Дело в том, что никто не знает вас лучше, чем вы сами: например, когда вы собираетесь в отпуск и выбираете индивидуальный тур, вы ориентируетесь на свои интересы и пристрастия, потому что только вы знаете, какого рода отдых вам нравится. То же и с одеждой», — Маттиа Каспани.



ТКАНЬ BRITISH COLLECTION



ТКАНЬ ZELANDER HIGH TENACITY



Если у вас возникли какие-то вопросы к мастеру, то с 4 по 6 октября Маттиа Каспани с удовольствием ответит на них в Самаре. Отправляйтесь в шоу-рум на ул. Алексея Толстого, 99 (отель Holiday Inn Samara).

Узнать подробности и назначить время встречи можно по телефонам:
+7 495 937 77 89 и +7 926 594 68 87
www.uomo.ru



Ремесленных дел мастер Эрманно Шервино о важности сохранения ручного труда



ПРЕДСЕДАТЕЛИ ERMANNO SCERVINO

ГЛАВА и сооснователь одноименного модного дома Эрманно Шервино с детства хотел стать дизайнером: говорят, что свое первое платье он выкроил еще ребенком, как только научился держать ножницы в руках. Первая марка под брендом Ermanno Daelli через несколько лет была продана, а вместе с ней была забыта и настоящая фамилия Эрманно Шервино — Дэлли. Упорный труд, знание дела и удачная встреча с Тони Шервино, который стал партнером Эрманно по бизнесу (именно его фамилию взял дизайнер после продажи первого бренда) помогли дизайнеру запустить модный дом высокой спортивной моды, как он сам его называл когда-то, или, говоря другими словами, создавать вещи, в которых сочетаются удобство и элегантность. Сегодня в коллекциях модного дома спортивной темой дело не ограничивается.

— Эрманно, ваша мечта детства сбылась: вы стали дизайнером. Путь к мечте был трудным?

— Пожалуй, нет, ведь я всегда хотел этого. И в 10, и в 12 лет я знал, что буду шить. Поэтому я окончил художественный лицей. Все шло своим чередом. Но я хотел бы отдельно отметить, что прийти к первоначальному успеху было несложно, а вот сейчас ради него мне приходится многим жертвовать. Работа модельера занимает много времени, она непредсказуема, и рабочий график совсем не такой, как у инженера или юриста. К тому же сейчас на мне лежит груз ответственности за всех тех людей, которые на меня работают.

— А вам не кажется, что сегодня стало слишком много молодых дизайнеров?

— Возможно. Но многие из них как вспышки: появляются и уходят с небосклона. Работа модельера — это действительно тяжелый труд, требующий жертв. И, к сожалению, я редко вижу, что кто-то развивает свой талант и становится настоящим профессионалом.

— Почти все редакторы моды сейчас говорят о том, что на смену талантливым дизайнерам приходят талантливые стилисты и маркетологи. Именно они сегодня управляют креативными процессами во многих модных домах.

— Да, иногда кажется, что в некоторых компаниях маркетологи и пиар-отдел сидят за

соседним столом с дизайнерами и диктуют им, что делать. Ведь в противном случае это может быть невозможно продать. Я не буду лукавить и говорить, что работаю во имя искусства, ведь за этим в любом случае стоит желание увидеть людей в моей одежде, перенести эту красоту с подиума на улицы, в реальную жизнь. Это всегда основная цель работы. Но одна из самых важных задач дизайнера — опередить тренд, создать заведомо желанную вещь задолго до того, как женщина ее захочет. А это может сделать только талантливый дизайнер.

— Тогда уж впору привлекать провидцев, а не маркетологов. А сколько сегодня линий у бренда Ermanno Scervino?

— Сейчас их семь: мужская, женская и детская линии, аксессуары, белье, пляжная одежда, а также новая современная линия Ermanno. Особо подчеркну, что это не вторая линия, а полноценная отдельная коллекция. Мы называем ее «дочерью» основной женской коллекции, ведь ее креативный директор — моя дочь. Более того, целевая аудитория у Ermanno также значительно моложе.

— Привлекаете новую аудиторию?

— Можно сказать и так, да.

— Как вы думаете, Made in Italy все такой же сильный бренд, каким он был когда-то?

— Мне сложно говорить об этом, так как мне кажется, что многие молодые люди в наше время просто не тратят время на ту работу, благодаря которой стала ценима надпись «Made in Italy» на ярлычках. Они просто используют эти традиционные техники и приемы. Сегодня молодежь работает с компьютерами и знает только это. Но дизайнеру, прежде чем начинать создавать вещи, нужно понимать, каких усилий это требует. Ценность вещи на 50% зависит от того, кто ее сделал, от мастера, который гарантирует качество. И, например, если взять какую-то идею и отправить ее на производство в Китай и в Италию, то это будут две абсолютно разные вещи. Мир сейчас изменился: многие считают, что итальянцу не пристало заниматься ручным трудом — это работа для бедных. Но я уверен, что это не так. Для индустрии моды она — фундамент.

— Кстати, о мастерстве: дизайн вещей Ermanno Scervino включает в себя множество деталей, созданных вручную. Это большой труд, это практически кутюр. Почему вы не запустите отдельную кутюрную линию?

— Я бы хотел, но не знаю, как это успеть. У нас есть для этого и производство, и мастера, но нет другого ресурса — времени. У нас множество линий, а теперь, когда мы запустили еще и Ermanno, выделить дополнительное время в году просто невозможно. Если говорить обо мне, то у меня бывает только неделя отдыха на Миконосе, а потом я лечу в Лондон и работаю-работаю-работаю все дни без выходных, включая субботу и воскресенье. Может, когда-нибудь найдется время и для кутюра, повторю: я бы очень этого хотел.

БЕСЕДОВАЛА НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



КОЛЛЕКЦИЯ
ERMANNO SCERVINO
СЕЗОНА
«ВЕСНА—ЛЕТО» 2016

Освоение шкуры

Об источнике вдохновения Fendi

Владимир Гридин |

«HISTOIRE D'EAU» —

первый в истории фильм, специально снятый модным домом для продвижения своей продукции. Поставленный в 1977 году, он был приурочен к запуску первой коллекции готовой одежды Fendi. Его режиссером и сценаристом выступил многолетний партнер Карла Лагерфельда, щеголь и бонвиван Жак де Башер. За 24 минуты он рассказывает о молодой американке, которая вместо скучного лечения на водах Баден-Бадена отправляется в Рим. Каждый день она пишет письма домой («Тут холодно, пришлите меха», «Купила себе котенка по имени Карл»), собирает воду из фонтанов Рима и пьет с ней виски, заказывает меха у Fendi, носит их в вызывающе современной манере и отправляется на завтрак в ателье марки по личному приглашению Карлы Фенди.

Официально Fendi ведет свою летопись с 1925 года, когда Аделе Казагранде вышла замуж за Эдоардо Фенди и молодая пара открыла небольшой магазинчик кожаных и меховых изделий в самом центре Рима, на via del Plebiscito. Семья заняла комнаты прямо над ним, а в задних устроили мастерскую. Молодожены быстро обзавелись детьми, между 1931-м и 1940-м на свет появилось пятеро детей, все девочки: Паола, Анна, Франка, Карла и Альда. Малышки впитывали воздух ателье с самого рождения. Аделе укладывала их спать в подбитые кружевом колыбельки прямо посреди только что сшитых сумок и обрезков кожи. Ничего удивительно в том, что все пять дочерей постепенно влились в семейное дело. Старшей, Паоле, было 15 лет, когда она приступила к работе в мастерской...

Судя по воспоминаниям современников, именно Аделе была движущей силой бизнеса, который быстро разрастался. В 1932-м магазинчик Fendi переехал на via Piave. В 1933-м Аделе, которая еще до замужества владела кожевенной мастерской, где делали седла и дорожные сумки, придумала особую выделку кожи. Pergamena — так ее называли — отличалась особым способом окрашивания, придававшим ей натуральный желтый оттенок, который со временем стал фирменным цветом марки.

Степенные итальянские матроны, несмотря на жаркий климат, считали своим долгом продемонстрировать достаток и респектабельность семьи с помощью роскошных меховых манто из соболя, норки, лисы, горностая, каракуля и других ценных мехов. «Признание семьи начиналось с фразы «Il marito ha comprato la pelliccia» («Муж купил мне меховое манто)», — рассказывает Карл Лагерфельд о стиле жизни итальянцев конца 50-х. Ателье было завалено работой. Тут мех не просто шили, его выделывали, доводя шкурки до совершенства, качества, которое можно было бы признать эталонным.

Середина 1960-х была временем расцвета послевоенной Италии. Студия Cinecittà привлекала кинорежиссеров и звезд со всего мира. В Риме шумели бесконечные вечеринки, вереница знаменитостей всех мастей перетекала из квартала



РИСУНОК КАРЛА ЛАГЕРФЕЛЬДА ДЛЯ FENDI, КОЛЛЕКЦИЯ «ОСЕНЬ—ЗИМА 1979/80»

в квартал. Зарождающаяся итальянская мода не преминула этим воспользоваться. Во флорентийском палаццо Питти начали устраивать показы итальянских домов моды. Сестры Фенди понимали, что им необходимо вписаться в новый контекст, грозивший оставить респектабельный, но слишком буржуазный дом Fendi в анналах истории. Несмотря на сопротивление матери, считавшей, что дела идут отлично, в 1965 году они подписали контракт с молодым модельером (слово «дизайнер» вошло в употребление позже) немецкого происхождения. Его звали Карл Лагерфельд.

МОДЕЛИ
ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА
FENDI «ВЕСНА—ЛЕТО
2016»



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ
FENDI СЕЗОНОВ
«ОСЕНЬ—ЗИМА 1968/69»
И «ОСЕНЬ—ЗИМА 1971/72»
(КРАЙНЯЯ СПРАВА)



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

МОДЕЛИ
ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА
FENDI «ВЕСНА—ЛЕТО
2016»



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

ЭДОАРДО ФЕНДИ
(СЛЕВА)



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

АДЕЛЕ КАЗАГРАНДЕ

С Лагерфельдом в Fendi пришла весна. За три секунды он нарисовал знаменитый логотип — две сложенные в замок буквы F, который называют Зусса (тыква). За прошедшие с тех пор полвека этот логотип появился на тысячах предметов Fendi, включая сумки, кошельки, чемоданы, туфли, одежду и, конечно, меха. С полного согласия сестер модельер полностью изменил концепцию дома. Fendi начала делать легкие, мягкие, роскошные манто, накладки, пальто, шубы и куртки, выражавшие быстро менявшийся уклад жизни. Ателье стало активно искать новые материалы и исследовать техники обработки кожи и меха. Результаты привели к настоящей революции. В коллекциях появились меха, которые раньше не считались роскошными. Мастера бесстрашно пробовали новые методы окрашивания, дубления; мех начали кроить как ткань, вязать, делать из него инкрустации. Сегодня Fendi — признанный лидер меховой индустрии. Сохраняя традиции ручной работы, дом продолжает исследования в области материалов и их обработки. А Лагерфельд по-прежнему создает из них вещи, устремленные в будущее, но сохранившие ценности прошлого...

Соболь и даже леопард оставались в ходу, но этого было мало для того, чтобы привлечь к себе внимание покупателей крупнейших универсамов Европы и США, приезжавших во Флоренцию. На показе нельзя было демонстрировать больше 16 моделей, и это еще больше усложняло задачу. Лагерфельд придумал «эскимосскую» коллекцию. Все 16 моделей были сделаны из шкур пони, украшенной эскимосскими рисунками. Меха дополняли сумки («Тогда в магазинах никто и не слышал о меховых сумках»), обувь, большие мягкие шляпы с широкими полями. Это был фурор. Fendi легко откликнулась на запросы иностранных покупателей, ее коллекции появились в США и Японии. Экстравагантные идеи нашли отражение не только в мехах, но и в сумках. Уже в кон-

це 1960-х сумкам стали тесны рамки обычного аксессуара. Fendi изготавливала их из принтованной, сложно окрашенной кожи, которую особая обработка делала мягкой и пластичной. В 1968 году к кожаным сумкам добавились сумки из полотна, меха (само собой), каучука и водоотталкивающих тканей.

Примерно в это время президент универмага Bloomingdales Марвин Трауб заглянул в римский бутик Fendi. В этом по-римски декадентском месте Трауб обнаружил сумку Selleria. Аделе Фенди придумала ее в начале 1930-х. Сшитая вручную, она напоминала о мастерстве шорников особым стежком, была мягкой, функциональной и практичной. Успехом этой сумки в истории Fendi началась новая глава, апогей которой пришелся на конец 1990-х.

До их наступления Fendi успешно запустила в 1977 году линию прет-а-порте (помните фильм «Histoire d'Eau?»), а в 1978-м почтили память ушедшей из жизни Аделе линией обуви, которую взялся производить Диего Делла Валле. 1980-е были десятилетием потребления, жадного, растущего, стремящегося захватить весь мир. Fendi от времени не отставала. Марка открывала все новые линии. Джинсы, перчатки, галстуки, солнечные очки, зажигалки, платки, ручки должны были представлять мир Fendi. Бутики марки открывались по всему миру. Сегодня их около двух сотен.

1985-й стал годом славы для римского дома моды. Он отметил 60-летие своего успеха. Юбилей праздновали всем Римом. Дату «спрыснули» шипровым цветочным ароматом с нотами дерева и специй. Так на дереве бренда появилась парфюмерная ветвь, которую украшают сегодня 28 ароматов и для женщин, и для мужчин.

Третье поколение семьи Фенди (у пяти сестер было 11 детей и больше 30 внуков) в конце 1980-х начало пробовать свои силы в семейном деле. Наибольший талант обнаружился у Сильвии Венту-



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

МОДЕЛИ
ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА
FENDI «ВЕСНА—ЛЕТО
2016»



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

СЕСТРЫ ФЕНДИ
И КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД,
1993 ГОД



ПРЕДОСТАВЛЕНО FENDI

рини-Фенди, дочери Анны. Именно ей в 1990-м доверили возглавить мужскую линию Fendi Uomo.

Взрыв новой вселенной произошел в 1997 году, когда Сильвия Фенди, вдохновившись французской манерой нести багет из булочной под мышкой, сочинила небольшую сумку на коротком ремешке. От Кэрри Брэдшоу в «Sex And The City» с пурпурной Fendi Baguette до Мадонны с таблоидных фото, покупающей сразу несколько Baguette в Риме, — сумка оказалась нужна всем и сразу, став символом нового тысячелетия.

Художники ранга Дэмиена Херста сотрудничали с маркой, чтобы создать свой дизайн для сумки. Расшитая цветными бусинами, драгоценными камнями, мехом, раскрашенная вручную Baguette, стала объектом коллекционирования — с момента ее создания появилось больше тысячи разных вариантов декора сумки. Уже в год ее создания, в 1997-м, издательство Rizzoli выпустило увесистый том «Fendi Baguette», а в прошлом году Fendi запустила приложение «My Baguette», позволяющее пользователям Android и iPad создавать собственный дизайн сумки и кастомизировать ее белую полотноную версию.

Еще две модели — Spy, большая мягкая сумка с полукруглой ручкой (2005) и B Bag, с напоминающей пряжку ремня двойной застежкой (2006), — имели умеренный успех, прежде чем в 2009-м появилась Peekaboo. Peekaboo — это игра в прятки. Сильвия Фенди решила облегчить вечно ищущим что-то в своей сумке женщинам и придумала двухсторонние поворачивающиеся замки. Благодаря им сумка выглядит так, будто она не застегнута, а окружающие могут видеть ее контрастную подкладку.

На недавнее появление идеи модных аксессуаров, не несущих функциональной нагрузки, Сильвия Фенди отреагировала молниеносно. В коллекции «осень-зима 2013» появились маленькие меховые монстры из декадентского микса лисы и норки на серебряном кольце, а год спустя Фенди покусилась на святое: в коллекции «осень-зима 2014» появился Bag Boy Karlito. «Карлитто — маленькое чудовище, вдохновленное мной. Я и сам монстр. У него большой воротник и черный галстук, как у меня самого. Людям нравится. Но идея не моя, а Сильвии Фенди», — сокрушается Лагерфельд.

В 2003 году Fendi запустила сервис изготовления сумок линии Selleria на заказ. Он позволяет клиентам создавать

собственные версии сумок, выбирая тип кожи, ее цвет и фурнитуру на свой вкус. Фирменным седельным стежком отделывают восемь моделей: Baguette 635, Peekaboo 1584, Adele 1328, Carla 650, Alda 326, Paola 1192, Anna 1322, Franca 2058. Цифра в названии модели означает количество стежков, которые мастер делает во время работы над сумкой. Тонкое напоминание о строгих правилах ремесленного искусства и истории марки, которая с 2004 года находится в собственности группы LVMH.

К 90-летию юбилею Fendi сделала миру еще один подарок. Модный дом пожертвовал \$2,9 млн на реставрацию знаменитого фонтана Треви. Самый крупный фонтан Рима с фасадом в стиле барокко знаком даже тем, кто никогда не был в Риме: именно в его водах плещется Анита Экберг в феллиниевской «Сладкой жизни». Объявляя об инициативе, Сильвия Фенди обмолвилась, что «для римлян вода всегда была вдохновением». Похоже, собственный источник вдохновения Fendi неисчерпаем.

НАША КОЛЛЕКЦИЯ — О ВРЕМЕНИ И СПОСОБАХ СБЕЖАТЬ ОТ НЕГО ПЬЕР АРДИ, HERMES BIJOUTERIE

Браслет Feux du
Ciel



Кольцо Feux du
Ciel

я не верю в мужские украшения! конечно, девушка может носить кольцо своего отца, а бойфренд — кулон своей герлфренд, есть в этом что-то сентиментальное, но даже это может быть чересчур



LEVIS ARMANET

В этом году Пьер Арди празднует 15 лет на посту креативного директора ювелирного направления Hermès. За эти годы ювелирное направление Hermès прошло огромный путь: от производства серебряных украшений до создания уникальных предметов Haute Bijouterie.

Давайте начнем с новой коллекции. Какова главная идея Haute Bijouterie IV Continuum?

Прежде всего идея новой коллекции — в движении. Это самое главное в Haute Bijouterie IV Continuum. Я люблю чистоту, все, что можно назвать вневременным, но если ты хочешь сделать что-то желанным, то надо эту чистоту чем-то приправить, тем же рок-н-роллом, например.

С какого украшения началась коллекция?

Все стало появляться параллельно и одновременно. Нам нравилась идея времени и его течения, нам хотелось сделать украшения абстрактными, и у нас было какое-то время, чтобы воплотить свои идеи в нашей новой коллекции. Так что Haute Bijouterie IV Continuum, как мы и мечтали, получилась о времени и способах сбежать от него. Каждое украшение стало реализацией разных концепций времени. И три сета — это три разных способа восприятия. Attelage Celeste — о том, что время повсюду, о том, что оно может заставить вас сиять. Сет с жемчугом Ombres et Lumière рассказывает о скоротечности времени: что бы мы ни делали, день сменяется ночью, и мы не можем это контролировать, но можем следить за этими переходами от света к тьме, которые в наших украшениях выражены переходами от белого жемчуга к черному. Третий сет — Feux du Ciel — был случайной находкой. Я увидел фотографии одного автора, который в течение 24 часов на самолете следил за солнцем и сфотографировал восходы и закаты по всему миру. Так родился дизайн.

Что вы думаете о времени?

Это зависит от ситуации. Иногда я просто наслаждаюсь моментом, а в другой раз сокрушаюсь, что время летит так быстро. Как все люди.

Есть дизайнеры, которые всегда начинают работать над сетом с одного и того же украшения — кольца или колье. Как поступаете вы?

Я начинаю работу над коллекцией или сетом с орнамента. Продумываю дизайн, который потом может стать частью колье, кольца или чего угодно еще.

В Hermès коллекции называются не haute joaillerie, как это принято в других марках, а haute bijouterie — почему?



— Кольцо Ombres et Lumieres



— Браслет Ombres et Lumieres



— Колье Attelage Celeste

Потому что мы делаем акцент на формах и дизайне, а не на камнях. В моем восприятии haute joaillerie начинается с камней, от них здесь зависят формы. Я начинаю с дизайна и только потом работаю с геммологами, которые подбирают подходящие камни.

Цвета вы продумываете заранее?

Бывает и так, но не всегда.

Вы однажды сказали, что вас вдохновляют архитектура и искусство. Кто ваши любимые художники?

Их тысячи! Например, я люблю минимализм в живописи и люблю при этом Зигмара Польке за совершенно противоположное. Я обожаю Караваджо и считаю его одним из сильнейших художников в истории. Что до вдохновения, то, разумеется, оно рождается из целых культурных слоев, из того, что я узнал и полюбил за многие годы, а не из впечатлений от одной картины. Я стараюсь абстрагироваться от всего, когда создаю новое.

Вы отмечаете 15 лет на посту креативного директора ювелирного направления Hermes. Как за это время изменился ювелирный мир в целом и мир ювелирных коллекций Hermes в частности?

В Hermes все очень изменилось. Когда я начинал, 80% изделий, что мы выпускали, было сделано из серебра, сейчас половина нашей продукции — из золота. Изменился и окружающий мир. Полагаю, можно говорить об эволюции ювелирного искусства. Дизайн стал свободным, прежде всего это касается не форм, а свободы в способе носить украшения, в использовании камней. Я, например, в одной коллекции решил инкрустировать серебро бриллиантами, тогда это было нечто новое и странное. Хотя это, по-моему, делало бриллианты чем-то более панковским, модным. Вообще украшения стали ближе к моде за эти годы.

Вы верите в украшения унисекс?

Я не верю в мужские украшения! Конечно, девушка может носить кольцо своего отца, а бойфренд — кулон своей герлфренд, есть в этом что-то сентиментальное, но даже это может быть чересчур. Если на картинах эпохи Ренессанса мужчины носили драгоценности, абсолютно повторявшие женские, и это было красиво, то сейчас мужские драгоценности должны быть классикой или рок-н-роллом. Хотя в современной моде пол уже не имеет значения. Так что и в украшения должен прийти новый прекрасный унисекс. Я, кстати, ношу свое обручальное кольцо, браслет и часы. Все — из розового золота, я обожаю розовое золото! И стараюсь не смешивать его с белым.

Беседовала Мария Леднева



— Кольцо Attelage Celeste



Chopard представили Happy Dreams

В коллекцию марки вошли кольцо, подвеска, кольцо и серьги: дизайн всех изделий состоит из соединенных между собой дисков из белого перламутра в обрамлении бриллиантов. В одном из таких дисков закреплен подвижный бриллиант, который скользит по мерцающей поверхности. Наиболее важная особенность украшений этой коллекции заключается в инновационной крапановой закрежке, которая используется для всех камней, включая подвижные. Именно она обеспечивает абсолютную свободу перемещения бриллианта.

Инновации Hublot

Часовая мануфактура Hublot продолжает экспериментировать с материалами: после кружева и денима настала очередь льна. Швейцарские мастера создали из него альтернативу углеродному волокну для покрытия корпуса и использовали это покрытие в коллекции Big Bang Tutti Frutti Linen. Модель доступна в четырех цветах — бирюзовом, фиолетовом, оранжевом и в цвете морской волны. Серия ограничена: выпущено 200 моделей в каждом из оттенков.

Graff показали новые The Peacock Watch

Ювелиры лондонской компании Graff создали новую модель часов The Peacock Watch. Главным элементом дизайна стал «глаз» пера павлина: именно его повторяет узор из бриллиантов на перламутровом циферблате часов. Чтобы наиболее точно воспроизвести рисунок, в Graff подобрали камни разных размеров круглой и багетной огранки. Бриллиантами украшена даже пряжка сатинового ремешка часов.



Современные тренды

Бутик «Этуаль» представляет
коллекции сезона осень-зима 2016-2017гг.

Marina Yachting



Без чего же не обойтись текущей осенью и предстоящей зимой?

Женщинам: Мировые дизайнеры вот уже второй сезон выпускают осенне-зимние коллекции с использованием пастельных цветов: пыльная роза, приглушенный желтый, нежно-сиреневый, жемчужный серый... Эти нежные оттенки считаются модными цветами сезона осень/зима-2016–2017. Брючный костюм в текущем сезоне — на пике моды. Еще один привлекательный и универсальный предмет гардероба, который великолепен этой осенью — это комбинезон в стиле минимализм. Также не обойтись без верхней одежды.

Дамы могут порадовать себя эксклюзивно представленными в Самаре коллекциями Angelo Marani, La Fee Maraboutee, Marina Yachting, Victoria Andreyanova. А наши стилисты профессионально помогут в подборе одежды с учетом модных тенденций и комфорта.

Мужчинам: К счастью, мужская мода не настолько переменчива, как женская. И все же каждый новый сезон приносит какие-то новшества и изменяет каноны. Из года в год модные правила для мужчин становятся все менее жесткими. Все более приветствуются смелость, игра и находчивость, кроме, конечно, безвкусицы и смешного. Главное — безупречный крой, великолепный материал и высокое качество работы. Постоянные бренды бутика «Этуаль» для мужчин — Trussardi, Marina Yachting, Antony Morato.

Коллекции мужской и женской одежды, представленные в буике «Этуаль», отражают все модные тенденции текущего сезона и позволяют создать разнообразные стилистические решения, которые удовлетворяют запросы даже самых привередливых натур.

Бутик «Этуаль» расположен в центре города в районе Самарской площади. Он работает для тех, кто любит одеваться стильно, элегантно и изысканно, имеет безупречный вкус, ценит качество и узнаваемый стиль, следует новым тенденциям моды, ценит все новое, модное, удобное.

Viktoria Andreyanova



La Fee Maraboutee



ЭТУАЛЬ

Самара, ул. Самарская, д. 201а,
тел. (846) 242-17-58,
vk.com/etoilesamara
facebook.com/ya.etoilesamara
Instagram: samaraetoile
etoile-samara.ru

СОКРОВИЩА АФРИКИ О ПРОЕКТАХ GRAFF В ЛЕСОТО И БОТСВАНЕ НА ТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



— Кольцо Ballerina



— Серьги Haute Joaillerie

— Лоуренс Графф и подопечные фонда FACET в Лесото



— Серьги Butterfly Moti



— Серьги Chandelier

В июне этого года на Вандомской площади открылся первый в Париже бутик ювелирного дома Graff. По случаю публике показали бриллиант весом 105,07 карата — Graff Vendome, один из самых крупных в истории бренда. Бриллиант огранили из 314-каратного алмаза, добытого в Лесото. Африка в жизни основателя компании Graff Diamonds Лоуренса Граффа играет важную роль. Существует легенда, по которой к Граффу, только что открывшему свой первый бутик на Нью-Бонд-стрит, заглянула супружеская пара — муж очень хотел сделать жене подарок в ее день рождения. Но два миллиона за кольцо заплатить был не готов. Он предложил Граффу половину суммы, выписал чек и покинул магазин вместе с женой. Она вернулась через несколько часов с любовником, и тот выписал еще один чек — на миллион, тоже сославшись на завышенную цену. Графф, разумеется, сделал вид, что видит женщину впервые. Вечером она пришла, чтобы забрать кольцо, и с улыбкой подтвердила, что обналичить можно оба чека.

В 2007 году средняя покупка в бутике Graff, по данным Forbes, составляла \$400 тыс. Это в несколько раз больше, чем у конкурентов с многолетней историей. Цифра за 2016 год не оглашается, но известно, что каждый год прибыль растет минимум на десяток процентов.

Говорят, что Графф одержим красотой и размером камня. Его компании принадлежит несколько самых крупных бриллиантов из когда-либо найденных в мире. В 1998 году он выкупил 51% акций крупного южноафриканского поставщика и производителя бриллиантов Saffdico (South African Diamond Company) и реструктурировал свою собственную компанию Graff Diamonds

—Серьги Haute
Joaillerie



—Браслет Haute
Joaillerie



—Заколка Double
Flower



таким образом, чтобы без посредников контролировать каждый этап: от добычи до розничной торговли.

Африке Графф обязан почти всем своим многомиллиардным состоянием, которое, включая виноградники в ЮАР, оценивается в несколько миллиардов долларов. И чтобы отдать дань материку, который регулярно и щедро делится с ювелирным домом своими сокровищами, ювелир решил позаботиться о сокровищах куда более ценных и в 2008 году создал благотворительный фонд FACET (For Africa's Children Every Time), который помогает детям и подросткам в Лесото и Ботсване. Эти два места выбраны не случайно — именно в шахтах Лесото добывается большая часть алмазов. А в столице Ботсваны Габароне находится крупное производство, через которое и проходят почти все алмазы.

Программ у FACET несколько. В Лесото, например, фонд заботится о девочках, которые попали в сложную жизненную ситуацию. Девочек обучают, им оказывают медицинскую помощь и психологическую поддержку, их обеспечивают медикаментами, одеждой и прочими предметами первой необходимости. Сейчас в центре, который был недавно открыт в Лесото, живет 50 девочек.

В деревне Мочуди в Ботсване FACET создал обучающий центр для молодежи от 12 до 25 лет. Ее обучают всему, что может пригодиться в бизнесе. Фонд также выдает гранты одаренным студентам.

«Я считаю, что мы обязаны отплатить добром стране, которая отдает нам свои алмазы. Здесь много трудностей — голод, нищета, но наш фонд старается менять эту ситуацию своей деятельностью и регулярными дотациями», — объясняет Лоуренс Графф. В конце 2016 года его фонд обещает запустить спе-

циально оборудованные автобусы, так называемые мобильные школы, которые будут привозить детям книги домой, — все формальности улажены, сейчас уже разрабатываются маршруты.

Графф призывает помогать фонду и других. Так, в 2009 году ювелир вместе с Christie's организовал в Лондоне благотворительный аукцион современного искусства в поддержку фонда FACET. Среди лотов были работы Дэмиена Хёрста, Денниса Хоппера, Бэнкси и известных южноафриканских художников. Тогда собрали почти \$1,5 млн, которые потратили на строительство того самого центра в Лесото.

В ноябре 2013 года Графф устроил еще одно благотворительное мероприятие — выставку одной картины, на которой показал собравшимся свое последнее на тот момент приобретение — «Китайскую девушку» южноафриканского художника российского происхождения Владимира Третичкова. Ювелир приобрел картину на торгах Bonhams за £982,1 тыс., что в три раза превысило эстимейт. После показа он устроил благотворительный аукцион. Вырученные средства, разумеется, передали в FACET.

К слову, у Граффа в ЮАР недалеко от города Стелленбос большое имение Delaire Graff Estate и виноградники. В имении производят великолепное вино (несколько международных наград это подтверждают). Есть и лоджи для гостей, которые могут приезжать в имение как в отель, достаточно лишь забронировать даты заранее. Спа, два ресторана, современное южноафриканское искусство на стенах и сумасшедшая природа вокруг. Нетрудно догадаться, что почти вся при- бль Delaire Graff Estate также перечисляется в фонд FACET.

Anastasia LEONTEVA

make up & brow studio

Микроблейдинг

•

Акварельная техника татуажа

•

Макияж любой сложности

•

Создание индивидуального образа

•

Ламинирование ресниц и бровей

•

Художественное оформление бровей

•

Наращивание ресниц

ул. Московская, 2

тел. 8 (937) 9955580

vk.com/anastasialeonteva

instagram: anastasialeontevastudio



реклама

Хоть розой назови ее, хоть нет

Создатели ALTAIA рассказали о своей коллекции ароматов

Александр Кулиш |



Супруги
МАРИНА СЕРСАЛЕ
и СЕБАСТИАН
АЛЬВАРЕС МУРЕНА



но 15 лет назад, мы не знали о том, что наши семьи уже были «в деле» 150 лет назад в Аргентине. Дело вот в чем: я аргентинец, Марина — наполовину англичанка по матери. В середине XIX века мой прапрадед

Бартоломе Митре стал президентом Аргентины. Одним из его первых проектов было строительство железной дороги, объединившей молодую страну, и чтобы осуществить это, он издал указ, разрешивший иностранные инвестиции. Это был смелый шаг: не будем забывать о том, что всего 50 годами ранее Аргентина воевала за независимость от Испании. Так или иначе, указ был одобрен и исполнен Джеймсом Моррисоном, потрясающим бизнесменом, который создал состояние с нуля и к 32 годам стал самым богатым предпринимателем викторианской Англии, настоящим воплощением «человека эпохи Возрождения», «королем торговли», как о нем говорили. Этот человек, Джеймс

Моррисон, был прапрадедом Марины. Зависимо, что железные дороги Моррисона оставались в английских руках до 1949 года, когда были национализированы и переименованы... в железные дороги Митре! Поэтому ALTAIA призвана отметить это невероятное стечение обстоятельств в наших судьбах.

— **Каждый из трех уже вышедших ароматов ALTAIA основан на каком-то событии вашей жизни. В то же время их названия отсылают к мюзиклу «Эвита» (Don't Cry For Me), к «Ромео и Джульетте» (By Any Other Name), древней китайской поэме YU SON. Получается, что вы рассказываете о себе с помощью культурных кодов?**

— В каком-то смысле — да. То, что мы делаем, — это отражение нас самих. И это особенно касается ALTAIA, которая основана на нашей жизни. В то же время мы с Мариной — заядлые читатели, так что тут всего шаг до использования литературы, как и множества другого из нашей повседневной жизни.

— **На флаконах Eau D'Italie изображены две русалки. Русалки есть и на флаконах ALTAIA, только они выглядят по-другому. Что они для вас значат?**

— Две русалки на лого Eau D'Italie достались по наследству от названия отеля Марины в Позитано Le Sirenuse — слово, которым описывали русалок. Наш первый аромат Eau D'Italie Eau de Toilette был создан к 50-летию Le Sirenuse, лого прямо указывает на это. ALTAIA — это новая линия, сделанная теми же людьми, которые создали Eau D'Italie, но совсем по-другому. Как это выразить в новом лого? Мы решили оставить русалок как объединяющий символ, но изобразить их иначе. В частности, хвосты двух русалок переплетаются, символизируя наши с Мариной жизненные пути и то, как мы встретились.

— **Над вашими ароматами работают приглашенные парфюмеры. Как вы их выбираете?**

— Единого правила нет. Иногда мы просто знаем, что парфюмер подходит для конкретного проекта, интуитивно представляем,

В РАСПОРЯЖЕНИИ

Марины Серсале, в чьих венах течет итальянская и английская кровь, и ее мужа аргентинца Себастиана Альвареса Мурены оказалась совершенно невероятная история их семей. Она стала отправной точкой при создании нового парфюмерного бренда ALTAIA, представленного с недавних пор в ЦУМе и ДЛТ. За каждым из трех вышедших ароматов марки — воспоминания Марины и Себастиана. Don't Cry For Me пахнет жасмином летнего Буэнос-Айреса. By Any Other Name — это запах английской розы и безответной любви, а YU SON — это мандарин, Позитано и уже взаимная любовь.

— **12 лет назад вы создали успешный парфюмерный бренд Eau D'Italie. Зачем вам понадобился еще один — ALTAIA?**

— Три года назад мы с Мариной обнаружили стечение обстоятельств в прошлом наших семей, которое было настолько поразительным, что мы сначала даже не поверили. Когда мы поняли, что это правда, бренд получился сам собой. После многих лет работы над ароматами парфюмерия стала нашей второй натурой, нашим способом рассказывать истории. Если бы мы были писателями, возможно, написали бы об этом книгу. Но вместо слов мы решили рассказать историю ароматами.

— **Какую же историю рассказывает ALTAIA?**

— ALTAIA — это сокращение от A Long Time Ago In Argentina («Давным-давно в Аргентине»). Безумное стечение обстоятельств заключалось в том, что, когда мы с Мариной впервые встретились в Позита-





как проект сыграет на его струнах. В других случаях аромат сам выбирает парфюмера: мы даем бриф разным парфюмерам и выбираем того, кто все правильно понял.

— **Как вы доносите свою идею до парфюмера? Как много версий создается, прежде чем вы получите то, что нужно?**

— Этот процесс отработан со временем. Иногда общение с парфюмером очень конкретное: мы хотим создать вот такой аромат, основанный на определенной ноте, который будет восприниматься так-то. Бывают случаи, когда нам помогает мудборд (коллаж — «Стиль. Италия»), где мы описываем аромат через образы, слова, ощущения. Количество версий тоже не совпадает: иногда нужно пройти через множество вариантов, в другой раз аромат готов чуть не с первой попытки. В общем, по прошествии времени я думаю, что тот, кто берется за работу уверенно, и результат, как правило, получается быстрее.

— **Помимо парфюмерии Марина известна своими черно-белыми фотографиями, которые сняты на телефон, опубликованы в инстаграм-профайле @eauditalie, признаны арт-сообществом и выставлены в галереях разных городов мира. Есть ли что-то общее между вашими фотографиями и ароматами?**

— Общее, думаю, есть, но не напрямую. Скорее это как жидкость в сообщающихся сосудах, когда творческая энергия в одной области подпитывает другую и наоборот. Я заметила это, в частности, во время создания ALTAIA, потому что поняла, что творческая свобода, которую я позволила себе в фотографии, была мощным источником вдохновения при работе над ароматами. Трудно объяснить, но ALTAIA не стала бы тем, чем она является, без моих фотографий.

MySwim Школа плавания

ОБУЧЕНИЕ ПЛАВАНИЮ ВЗРОСЛЫХ И ДЕТЕЙ



тел. 89879490445

Работа школы ведется по трем направлениям

1. Обучение плаванию с нуля.
2. Работа над улучшением техники и увеличением скорости.
3. Подготовка к стартам на открытой воде и в бассейне.

Персональные тренировки и тренировки в мини-группах под руководством мастера спорта международного класса, призера универсиад, участника чемпионата мира, финалиста чемпионата Европы и призера этапов кубка мира — Александра Горгураки.

Наши ученики достойно выступают на соревнованиях Российского и международного уровня.

Грани разумного

Две известные многодетные мамы рассуждают о том, стоит ли показывать лица своих детей в социальных сетях

Лидия Корнева |

ВОПРОС о том, показывать или не показывать фотографии своих детей на просторах Instagram и можно ли им позволять заводить собственные аккаунты, периодически поднимает волну споров среди его пользователей. Две известные московские многодетные мамы оказались по разные стороны волнореза, но выяснилось, что противоположные концепции могут слиться в одну — эволюционную.

У Стеллы Аминовой шестеро детей в возрасте от 2 до 12 лет. У Виктории Манасир — трое от 6 до 12 лет. Стелла — хозяйка мультибрендового магазина детской одежды Fivekids, куда она привозит все только самое модное и полезное. Виктория открыла два семейных клуба под названием Vikiland, где с утра до вечера в просторных светлых комнатах и залах проводятся разные занятия с детьми и их родителями. Обе имеют по несколько десятков тысяч подписчиков в Instagram, но только Виктория (@vika_manasir) с радостью выкладывает фото своих отпрысков, а Стелла (@stellaaminova) хотя достаточно часто публикует трогательные семейные портреты, лица детей прячет.

Вот она со своей командой около отеля Claridge's в Лондоне: дети построены в ряд спиной к зрителю. Вот они прыгают на кровати в одинаковых полосатых пижамах: но видно их опять только со спины. Вот все семейство собралось на склоне горы перед очередным спуском: яркое солнце, синее небо, и дети тоже смотрят в объектив, но их лица размыты. «Я не суеверная, но мне кажется, что негативная энергия существует, — объясняет свою позицию Стелла. — Не все будут смотреть на них с радостью, ведь у каждого свои печали. А дети — такие маленькие, беззащитные. Так что пока я могу оберегать своих детей от посторонних глаз, я буду это делать».

Виктория опасается сглаза не больше и не меньше, чем кто-либо: «От дурного или завистливого взгляда никто не застрахован, но не перестанешь ведь выходить на улицу и общаться с людьми из-за этого! Надо выработать некоего рода иммунитет, чтобы уметь выдерживать негативную энергетику, исходящую от других». И она вырабатывает, делаясь необыкновенно по-



зитивными фотографиями, на которых она всегда улыбается независимо от обстоятельств места и времени: Южный полюс или Лондон, во время прыжка с парашютом или в аэротрубе, рядом с королевскими особами или в тесном кругу близких друзей. И рядом с ней ее дети: то задумчивые и сосредоточенные, то радостные и удивленные.

«Я выкладываю фотографии, когда понимаю, что хочу запомнить момент, — делится Виктория. — Instagram для меня своего рода онлайн-альбом или дневник приятных и красочных воспоминаний». Изредка в этом альбоме мелькают и постановочные фото, снятые с участием команды профессионалов, из которых практически все — с младшими сыном Романом. По ее словам, старшим детям профессиональные съемки приходится не по вкусу. «Они быстро от них устают и теряют интерес, — утверждает она. — Но вот младший, Роман, готов позировать до потери пульса. Он Лев по гороскопу, а они такие: им нужно признание, они честолюбивы и любят быть в центре внимания. А на съемках все внимание приковано только к тебе, все тобой восхищаются, превозносятся и поощряют — как от такого отказаться?» Стелла утверждает, что ее детей публичность не интересует, и даже в сезонном каталоге магазина вместо них — дети подруг и кли-

енток, а в глянцевых журналах компанию маме составляет в лучшем случае любимец семьи Бенья, йоркширский терьер.

Свои зодиакальные предрасположенности шестилетний Роман Манасир реализует и отдельно от мамы — через собственный аккаунт в Instagram, который ему помогает вести старшая сводная сестра Диана. Всего за восемь недель существования он набрал в полтора раза больше подписчиков, чем у его сестры и брата вместе взятых. Фотографии из путешествий, с учителем, с братом и сестрой, со знаменитостями и, конечно, с мамой. «Дети сами занимаются своими профилями в Instagram, заполняя их тем, что интересно им и их сверстникам», — рассказывает Виктория. Как она к этому относится? «Меня устраивает то, что они выкладывают. Даже интересно наблюдать за тем, как они смотрят на жизнь, как они с другого ракурса подходят к созерцанию привычных вещей. Instagram моих детей — один из способов для меня лучше их понимать».

А что скажет Стелла Аминова, если кто-то из ее детей захочет открыть собственный аккаунт в Instagram? «Не в моих правилах говорить детям категоричное „нет“». Запретный плод сладок. Но я могу попросить их подождать до Бар-мицвы, (совершеннолетия по еврейским религиозным традициям, которое наступает, когда

Instagram — мобильное приложение, которое создавалось как веселый способ рассказать друзьям о событиях своей жизни с помощью фотографий. Приложение позволяет делать фотографии, тут же редактировать их с помощью широкого набора фильтров и мгновенно выкладывать в сеть. Заводя себе аккаунт, вы можете

выбрать уровень доступа к вашим фото: открытый — и тогда радоваться вашим успехам будут все, кому вы интересны, или закрытый — когда доступ будут иметь только те, кому вы это позволите. Предусмотрена возможность ставить лайки и оставлять комментарии к фотографиям. Instagram стал доступен

владельцам iPhone в конце 2010 года и сегодня насчитывает порядка 300 млн пользователей по всему миру, которые выкладывают около 60 млн фото ежедневно.



ребенку исполняется 13 лет). Так что пара лет в запасе у меня имеется, а там — посмотрим». Пока же Стелла опасается, что Instagram может стать настолько интересен ее детям, что они забудут про учебу. Вика же видит в наличии у детей своих аккаунтов даже воспитательный момент: «Я прошу не делиться всем подряд. В силу возраста дети иногда не могут понять, почему те или иные фотографии неуместно выкладывать — приходится объяснять. Это важно делать — так в дальнейшем они сами научатся фильтровать то, чем можно поделиться, а что лучше оставить для себя и своего узкого круга». Виктория, например, просит не ставить фото яхт, самолетов и всяких благ, которые имеют благодаря папе. «Опасаясь только, как бы детей не затянуло собственное тщеславие в лучах благополучия родителей», — говорит она.

Сейчас бизнес Стеллы Аминовой получил новый импульс: запускается собственная линия одежды с тем же названием, что и ее любимый хештег — #MumofSix. Ради его продвижения она обещает публиковать больше, и чаще, и через блог на сайте своего магазина, и в Instagram. «Но детей все равно публиковать не буду! — абсолютно безапелляционно заявляет мама шестерых, но тут же делает весьма неожиданное признание: — Честно говоря, я по хорошему завидую тем людям, которые показывают своего ребенка и верят, что мы будем радоваться вместе с ними, тому, что они к этому проще относятся, что у них нет в голове страхов про плохую энергетику, что они наслаждаются жизнью. Я хочу взять себе у этих людей хоть три процента веры в себя». Значит ли это, что скоро наступит новый этап публичности для семьи Аминовых? «Я иногда как будто бы сама с собой провожу аутогенный тренинг: не бойся, посмотри, миллионы подписчиков, и замечательные дети, и ничего страшного. Но пока я с собой не договорилась».

Здравствуй, школа!

*Сеть стоматологических клиник «Планета32»
поздравляет школьников и их родителей
с началом нового учебного года и в сентябре
предлагает специальную акцию.**

*Комплексная профилактика для детей до 5 лет включительно
1 000 вместо 3 000 рублей.*

*Комплексная профилактика для детей от 5 до 10 лет
1 500 вместо 4 000 рублей.*

*Комплексная профилактика для детей от 10 до 15 лет
2 000 вместо 5 000 рублей.*

*Комплексная профилактика для детей от 15 до 18 лет
3 000 вместо 6 500 рублей.*

*В каждый комплекс входят: полный осмотр у детского стоматолога,
снятие мягких зубных отложений при помощи индивидуально
подобранной пасты, снятие твердых зубных отложений
ультразвуком (при необходимости), купирование воспаления десен
(при необходимости), комплексная индивидуально подобранная
реминерализующая терапия, обучение гигиене полости рта.*

**Акция действует с 1 по 30 сентября включительно.*



ПЛАНЕТА 32

Самара, ул. Красноармейская, д. 99
тел. (846) 373 82 43
ул. Стара-Загора, д. 132
тел. (846) 956 65 66
www.planeta32.ru
instagram: planeta_32

Медицина для всей семьи



ДИРЕКТОР МЕДИЦИНСКОГО ЦЕНТРА SALUS CLINIC АЮПОВА АЙГУЛЬ ФАРХАТЕВНА О СВОЕМ НОВОМ ПРОЕКТЕ

*В НАЧАЛЕ ОКТЯБРЯ В САМАРЕ ОТКРЫВАЕТСЯ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР SALUS CLINIC («САЛЮС КЛИНИК»)*

Данный центр назван в честь древнеримской богини, олицетворяющей благополучие, здоровье и успех. Посетителей ждут просторные светлые коридоры без очередей, уютные кабинеты, оснащенные по последнему слову медицинской техники, и, конечно, высококвалифицированные специалисты.

Клиника имеет семейный формат и удобна для посещения взрослых и детей. Придя в медицинский центр «САЛЮС КЛИНИК», вы сможете получить не только диагностику и консультацию, но и непосредственно сразу начать лечение.

Для этого в центре представлены все условия, а именно: оборудованный физпроцедурный кабинет с аппаратами УВЧ-терапии, лазерной терапии, ультразвуковой терапии, магнитотерапии, магнито-ИК-лазерной терапии, низкочастотной физиотерапии, гальванизатором, ингаляторами и многим другим.

Кроме того, пациентам будет доступен водолечебный кабинет с нафталановыми, спрулиновыми и серо-водородными ваннами.

Нафталановые ванны получили свое название из-за использования в ходе процедуры особой очищенной нефти, которая была открыта в азербайджанском городе Нафталан. Нафталановые ванны оказывают сосудорасширяющий противовоспалительный и ранозаживляющий эффект. Спрулиновые ванны с особым видом водорослей оказывают положительное воздействие на состояние кожи.

Также в медицинском центре имеются два бассейна (детский и взрослый), сауна, соляная комната, шезлонги для отдыха в сра-зоне.

— Айгуль, почему вы приняли решение открыть медицинский центр?

— В Советском районе Самары, где мы открыли центр, к сожалению, очень мало многопрофильных медицинских клиник. Мы сделаем пребывание у нас комфортным для всех возрастов (для пожилых людей, молодых родителей с детьми).

Например, у нас есть детский бассейн со специальной системой очистки во-



ды с помощью ультрафиолетовых лучей. И в дальнейшем мы планируем открыть курсы по обучению плаванию малышей. То есть, пока ребенок будет заниматься тренером, мама сможет получить консультацию врача, посетить косметолога, сделать массаж или поплавать в соседнем бассейне.

— Как бы вы сформулировали принципы работы вашего центра?

— Девиз нашего центра: «ЛЕЧИТЕСЬ С УДОВОЛЬСТВИЕМ!» Мы хотим, чтобы посещение центра у наших клиентов не превращалось в «мучительный поход по врачам», а пациенты получали удовольствие от посещения центра и лечения в нем. Мы, в свою очередь, будем оказывать высококвалифицированную помощь. Для этого у нас есть все усло-

вия: красивые и просторные помещения, комфортная обстановка, приятная музыка в холлах центра. При этом мы стремимся к высоким стандартам в сфере оказания медицинской помощи. Комфортабельность, современное оборудование, широкий спектр услуг, вежливость администраторов, врачи с большим опытом работы, комплексный подход — вот наши принципы.

— Какие специалисты будут принимать в центре?

— Отоларинголог, акушер-гинеколог, дерматовенеролог, косметолог, аллерголог — иммунолог, невролог, физиотерапевт, педиатр, врач общей практики. Также у нас будет работать кабинет УЗИ-диагностики с современным аппаратом Samsung

с 3/4-датчиком. Мы уже сформировали команду высококвалифицированных специалистов с большим опытом работы.

Например, у нас будет работать очень хороший невролог, который, в том числе, занимается подводным вытяжением позвоночника. Данная методика наиболее эффективна для лечения и профилактики заболеваний позвоночника. Под действием теплой воды и небольшой нагрузки на позвоночник происходит полное расслабление мышц, увеличивается расстояние между смежными позвонками, улучшается кровообращение в межпозвонковых дисках.

Кабинет косметолога оснащен современным оборудованием для совершенства ухода за лицом и телом, а именно: лифтинг,

ПОЛУЧИТЕ КОНСУЛЬТАЦИЮ У СПЕЦИАЛИСТА ПО ОКАЗЫВАЕМЫМ УСЛУГАМ И ВОЗМОЖНЫМ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯМ



релаксация, миостимуляция, электролиполиз, лимфодренаж, электропорация, микротоковая терапия, аппаратно-мануальная терапия, кавитация, лазеротерапия. Данные процедуры будут актуальны как для женщин, так и для мужчин.

В кабинете дерматовенеролога имеется педикюрный аппарат Podolog Nova 3 (пр-ва Германии) для шлифовки ногтевой пластины (для удаления грибка на ногтях и устранения деформации ногтевой пластины у людей пожилого возраста). А с помощью лампы ВУДА врач диагностирует заболевания кожи для своевременного назначения лечения.

Лор-кабинет оснащен лор-установкой производства Германии, это система, которая дает возможность проводить различные манипуляции для диагностики заболеваний и лечения пациентов.

— На каком этапе сейчас находится подготовка к открытию центра?

— Ремонт закончен, сейчас идет доставка и установка медицинского оборудования. Мы находимся в процессе получения лицензии и надеемся открыть центр в конце сентября — начале октября. В перспективе мы планируем открыть также дневной стационар.



Переулоч Приволжский, д.7,
тел.: (846) 206-01-11,
8-937-990-19-35



ПОЛУЧИТЕ КОНСУЛЬТАЦИЮ У СПЕЦИАЛИСТА ПО ОКАЗЫВАЕМЫМ УСЛУГАМ И ВОЗМОЖНЫМ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯМ

реклама

Жизнь со вкусом

Бутик — это не только собрание вкусовностей из разных стран, но и масса других возможностей

Елена Донкина |

БЫТЬ путешественником — увлекательное хобби, которое сопровождает нас всю жизнь, меняя только формы и направления. Самые незабываемые впечатления мы привозим из наших поездок в другие страны. И, как правило, в памяти остаются не только исторические достопримечательности, монастыри и памятники, а еще и ощущения, эмоции, звуки и запахи. Из самых отдаленных уголков света мы привозим память о выступлениях уличного мима, об утреннем аромате кофе и свежего хлеба в пекарне, о ветре с морского побережья...

Сезон отпусков закончился, прохладный сентябрь призывает заняться срочными делами и окунуться в работу с головой. А память подсовывает картинки каштановых аллей Лиона. И ты как будто чувствуешь аромат кровяной колбасы с яблоками, которую удалось попробовать в таверне со знаменитой «простой» лионской кухней.

Или закрываешь глаза и видишь прохладное утро в Бельгии. За ночь море ушло далеко к горизонту, и пляж изрезан множеством прозрачных ручейков. И вспоминается вкус серых бельгийских креветок. Они мельче обычных, в блюде обычно используют только очищенные хвостики, которыми, например, фаршируют помидоры — «народное» блюдо бельгийцев.

Или смотришь в окно офиса на самарское пасмурное небо, а на уме — солнце Франции и лазурное побережье Прованса. И думаешь, что нигде больше не ел такого хрустящего хлеба и таких вкусных овощей с каким-то совершенно особым оливковым маслом...

Впрочем, уже пять лет в Самаре можно отправляться в гастрономическое путешествие, не выезжая за ее пределы: мясные



деликатесы из Испании и Италии, нежнейшая ягнятина из Исландии, сыры из Швейцарии, оливковые масла со Средиземноморья, чай, кофе, сладости и специалитеты других стран мира... Для этого достаточно заглянуть в гастрономический бутик Vittoria Gourmet.

«Для наших гостей мы тщательно выбираем все самое качественное и лучшее со всех уголков земли, будь то напитки, деликатесы или аксессуары. Рассказываем о сочетаниях, делимся рецептами и стараемся



сделать покупку эмоционально приятной и наполненной смыслом», — рассказывает директор бутика Анна Малафеева.

По словам Анны, у каждого продукта есть своя история, которой всегда интересно поделиться. Например, Vittoria Gourmet является эксклюзивным представителем в Самаре марки бельгийского шоколада Godiva — одного из самых элитных в мире. История создания марки Godiva восходит к началу XX века, когда бельгиец Жозеф Дра открыл небольшой магазинчик в самом центре Брюсселя. Чтобы угодить своей невесте, он стал производить шоколад из редких сортов плантационных какао-бобов и тем самым покорило сердце красавицы. Шоколад с восхитительным вкусом пришелся по душе не только избраннице влюбленного шоколадом, но и посетителям его магазина Godiva, которых с каждым годом становилось все больше.

Бутик Vittoria Gourmet — это некое собрание вкусовностей из разных стран, где вы побывали или хотели бы побывать: редкие индийские специи, оливковые, льняные, тыквенные масла, соусы, паста ручной работы из Италии с уникальными составами и применяемыми технологиями для ее производства. «На одном из итальянских гастрономических фестивалей мы нашли пасту, тесто для которой раскатывается на горячих медных валах. Медь — это

теплопроводник, и за счет раскатки и нагревания тесто приобретает пористую структуру и шершавую поверхность. Это позволяет хорошо фиксировать соусы и сбалансировать вкус блюда», — рассказывает Анна Малафеева.

Тут же можно купить исландскую ягнятину. «Исландия — это страна № 1 в части экологии. Исландцы живут по принципу сохранения земли, в тождественности с природой. Это люди, которые понимают, что это их земля, и в их силах ее сохранить. Известна история, когда исландцы выкупили у государства водопад для того, чтобы не позволить использовать его в промышленных целях. Стада овец свободно пасутся на вечнозеленых лугах, пьют чистой воду, и вполне закономерно, что мясо исландских ягнят такое вкусное», — объясняет Анна.

Vittoria Gourmet — это еще и образовательный культурологический проект. Как правильно готовить блюда, можно узнать на мастер-классах «Еда и вино» совместно с шеф-поварами ресторанов города, а как подобрать к блюду напиток, научат на лекциях-дегустациях в «Самарской школе вина». «У нас можно научиться дегустировать вино, распознавать сорта винограда, искать синхронизацию с блюдом. Например, мы попробовали итальянское вино, и оно вам понравилось. Мы научим, как найти похо-





жее среди вин других стран. А еще наши лекции на заданные темы — отличная версия корпоративных мероприятий, так называемых Team-building», — отмечает Анна.

В гастрономическом бутике можно найти самые разные вина и крепкие напитки, здесь есть не только редкие экземпляры для коллекционеров, но и варианты для будничного потребления. «Ведь задача вина — не всегда праздник, есть еще и подоплека пищевой ценности. Грамотное потребление вина позволяет хорошо усвоить пищу и помочь организму быстро избавиться от излишков. Поэтому у нас есть вина, которые требуют подготовки и осмысления, а есть более простые с ярким вкусом, которые приятно выпить на пикнике, ни о чем не задумываясь. Мы учитываем совершенно разные потребности», — говорит директор Vittoria Gourmet.

Особой услугой бутика является возможность приобрести все эти продукты и напитки в виде оформленного гастрономического подарка. Специалисты Vittoria Gourmet всегда подберут интересный вариант и красивое оформление. Такие подарки всегда актуальны и уместны. Пять лет работы доказали востребованность этой услуги среди гостей бутика.

Этим летом стартовала новинка — выездной Тапас-бар — удобная версия готовых закусок с доставкой в любое ме-

сто города или на катер. А по желанию заказчика закуску можно дополнить дегустацией от профессионального сомелье. Понятие «тапас» появилось в Испании. Это любая закуска, подаваемая в баре к пиву или вину. Исторически эту закуску, например, кусок хлеба или хамона, было принято класть на подаваемый стакан или кувшин вина, чтобы сохранить его содержимое от мух и пыли. Но когда, согласно указу короля Альфонсо X Кастильского, было приказано, чтобы в любом трактире его воинам в обязательном порядке подавали, помимо вина, и бесплатную закуску, чтобы солдаты излишне не пьянели, трактирщики стали делать порции этих бесплатных блюд максимально маленькими. С тех пор и повелась традиция подобных блюд-миниатюр буквально на один укус...

«В чем фишка ресторанов со звездами Мишлен? Когда мы едим в таком ресторане, мы не всегда понимаем, почему именно нам вкусно, потому что это очень сложно описать словами. На самом деле — это результат сочетания таланта повара и ряда нюансов: какую воду мы пьем, каким вином сопровождаем блюда, интерьер, освещение, запахи и звуки, эмоции персонала. Это именно то, что и мы пытаемся создать у нас в бутике. Создать атмосферу вкусной жизни...», — говорит Анна Малафеева.

Vittoria
GOURMET

Подарки со Вкусом
и Удовольствием!



Гастрономический бутик

г. Самара, ул. Ново-Садовая, 24

тел.: +7 (846) 335 67 78

г. Самара, ул. Солнечная, 60

+7 (846) 200 80 07

Курс на гран крю

Как научиться понимать вино



САНДРО Хатиашвили, соучредитель и преподаватель школы вина «Энотрия», ведущий винный специалист России, рассказал, зачем идти учиться на курсы сомелье.

— Школ уровня «Энотрии» в России, наверное, нет. С чем это связано? Слишком узкая специальность?

— После распада Союза появились подобные школы, и преподавали там люди, которые сами толком не понимали, что к чему (мы с коллегами были в их числе). Сейчас уже кое в чем разобрались. Наша школа — единственная в России, существующая при Российской ассоциации сомелье, а также она признана и находится под патронатом Международной ассоциации сомелье (ASI). Но даже с учетом нашей школы наберется тысяч 10–12 выпускников, не больше. В масштабах страны — смешная цифра.

— Это если все выпускники становятся профессиональными сомелье или кавистами. Но сомневаюсь, что это так.

— Есть те, кто пришел разобраться, расширить кругозор. Они много путешествуют — им уже неинтересно ездить в страны, где «все включено». Им интересны гастрономия и поездки в винодельческие регионы. И это очень радостно.

Но основная категория учащихся — действующие и будущие профессионалы, они проходят четырехмесячные курсы для сомелье и кавистов. Вы должны понимать, что сомелье — новая для нашей страны профессия. Она была официально зарегистрирована лишь в прошлом году. А до того в трудовой книжке была запись: официант, менеджер и т. д. Но никак не сомелье.

— Сомелье есть, а слова нет?

— Именно так. Я вижу очень позитивный момент в том, что государство наконец признало профессию. Есть еще одна тонкость. Сомелье — абсолютно нерусская

язычная профессия. Достичь серьезных успехов сможет только тот, кто владеет хорошо хотя бы английским, поскольку наша профессиональная литература преимущественно написана англосаксами, которые и являются в этой сфере наибольшими авторитетами. Не говоря уже о винных языках, скажем французском, итальянском и так далее.

— Что-то мне подсказывает, что знание языка — тоже недостаточный критерий для успеха.

— Конечно. Как и умение открывать бутылку и декантировать не делает вас профессионалом. Мы работаем в сфере культурологии. Сомелье не предлагают жидкость, они продают людям истории, эмоции вокруг конкретной бутылки и виноделия в целом. Их надо уметь выразить красиво и убедительно. Ну и наконец, как любой продавец, сомелье должен быть хорошим психологом.

— Жаль, что курсы сомелье не включены в обязательную образовательную программу вузов.

— Это, наоборот, очень хорошо! Вы представьте себе, какой это будет ужас, если все начнут ездить в туры по винодельческим регионам и разбираться в вине. Сейчас цены взвинчены только на очень популярные марки, и это лишь небольшой процент всего рынка. То есть человек, разбирающийся в винах, может найти похожее качество по более низкой цене. А если все будут разбираться хорошо, то цены будут высокие на любые наименования. Тогда будет по-настоящему жаль. Знаете, 99,9% потребителей покупают этикетки. Не содержимое, не суть, а фантик. Потому что это модно.

— Модно — да, но это еще и определенный социальный маркер: «У меня есть погреб вот с этими винами, значит, я успешный человек».

— Да. Есть набор раскрученных брендов, must have для успешного человека и его окружения. В суть никто не вникает, это

скучно, неинтересно. Кто будет сейчас изучать плотность засадки виноградника или выяснять, 12 или 18 месяцев вино провело в дубовых бочках? Главное — собрать приличный погреб. Хотя даже целый погреб — необязательно. Достаточно специального холодильника на 150–180 бутылок.

— Погодите, а как же роскошные винные коллекции?

— Не прижились в России. Могу назвать несколько, и все. Люди предпочитают хранить вино за границей, во Франции, Италии, Швейцарии и т. д. Там, где покупают недвижимость. Сюда вина не везут.

— Пошлины?

— Во-первых. А во-вторых, вино или прочий алкоголь невозможно потом перепродать. В Европе, например, частные лица свободно перепродают спиртное, а в России это запрещено законом. Поэтому у нас народ покупает вина на «попить», а не для долгого хранения.

— Получается, что во всем мире вино может стать инвестицией, а в России — нет.

— В России оно тоже может стать инвестицией, но хранить все равно лучше там. Это тема для отдельной беседы.

— Иногда мне кажется, что большинство знаний о вине — это мифы и сказания.

— Так и есть. Людям интереснее слушать всевозможные байки, легенды и истории вокруг продукта, а не обсуждать сам продукт. Одна из задач нашей школы — развенчать мифы и донести правду.

— Вас коснулся кризис? Что-то изменилось в культуре потребления?

— Естественно, падение курса рубля сказало на общем импорте в страну, который и так был мизерным. До кризиса импортировалось три с половиной литра на душу населения, сейчас — меньше двух литров.

— Некоторые крупные универмаги одежды отказались от закупки продукции иностранных дизайнеров и ре-

шили сосредоточиться на российских, чтобы адаптироваться к нынешним условиям. В винной индустрии как дела обстоят? Отечественный продукт развивается?

— Все точно так же. Параллельно с ослаблением покупательной способности потребителей в моду постепенно входят напитки отечественного производства. Вино — это та же мода. Вот, к примеру, российская «шипучка» вытесняет шампанское. На полном серьезе.

— Я не буду спрашивать, подстегнет ли это отечественных производителей, потому как прекрасно понимаю все про «сложную русскую душу». Мне интересно другое. Вы говорили о модных этикетках. Насколько доля маркетинга и пиара сильна здесь?

— На 100%. (Смеется.) Вы же понимаете, что гонимые «Формулы-1» не просто так по-

ливают всех шампанским определенной марки. И за каждую такую формуловскую бутылочку потребитель платит длинным рублем. Маркетинг вина строится на способности некоторых создавать ажиотаж.

— Вы имеете в виду лимитированные серии?

— Нет, это не всегда связано с лимитированным количеством производимого продукта. Есть масса вин, которые производятся штучно, но их пьют только очень-очень продвинутые потребители. А есть имена, которые стали просто фетишем для многих. Вот, кстати, пример гениального винного маркетинга. С 1945 года барон Филипп, владелец шато Мутон-Ротшильд, ежегодно заказывал этикетки разным выдающимся современным художникам, с большинством из которых был лично знаком. Для многих само вино отошло на второй план. Этикетки — вот предмет коллекционирования: там же и

Пикассо, и Дали, и Шагал, и Кандинский, и Уорхол, и Бэкон. Не это ли пример гениального винного маркетинга!

— Сейчас этот прием используют многие алкогольные бренды. И так же продолжают привлекать современных художников.

— Еще, кстати, как, впрочем, и везде, продакт-плейсмент хорошо работает. Не только запланированный, но и случайный. Например, в фильме «Ганнибал». Съемки происходили в одном флорентийском баре, и, как нам потом рассказали, кьянти Il Grigio на столе оказалось случайно. Героя Энтони Хопкинса посадили за стол и поставили перед ним первую попавшуюся под руку бутылку из бара.

— Знаете, мне иногда кажется, что в вине разбираются только 10% из тех, кто говорит, что разбирается. Если спросить, все любят классическую музыку. Но на деле в лучшем случае это «Лунная соната» Бетховена. Вино в этом смысле можно сравнить с музыкой?

— Так и есть. Человек, утверждающий, что любит джаз, ограничивается прослушиванием радио Jazz в машине и даже не интересуется исполнителем.

— И что, тогда получается, что вся индустрия, в которой так важен тип почвы, угол наклона виноградника, количество солнечных дней и дерево, из которого делается бочка, по сути, существует для очень небольшого числа людей?

— В ее эстетской сути — да. В производящих вино странах, той же Франции, Италии, Испании, местный потребитель

искренне не понимает, почему он должен потратить на бутылку вина больше €10. Не потому, что ему жалко этих €10, а потому, что это продукт повседневного пользования, как соль, как хлеб, как минеральная вода. Это индустрия ширпотреба. Но существует и другой, эстетский пул для публики, которая правда разбирается в теме. А таких очень мало.

— Знатоки вина — снобы?

— Зависит от того, как мы рассматриваем снобизм. Для меня сноб — это человек, который обладает глубокими познаниями в определенной области и относится к людям, которые в этом не разбираются, отчужденно. Ис с этой точки зрения — да, мы снобы. Я вообще называю это сектой. Хотя не совсем... Знатоки вина, как правило, охотно, а порой даже с большим энтузиазмом делятся своими познаниями со всеми желающими. Другое дело, что желающих крайне мало. А потому это скорее само общество считает нас снобами, а не мы себя.

На первой лекции я всегда предупреждаю об этом наших слушателей: «Вы будете терять друзей, родственников, потому что не все это терпят, не все к этому относятся с пониманием. Смиритесь. Вы будете ходить в гости со своим вином, со своим правильным набором бокалов, со своим правильным штопором и так далее». Только я не считаю, что хорошо в чем-то разбираться — это минус. Я за то, чтобы людей, которые понимают суть и красоту вина, было больше.

Беседовала Натела Поцхверия

Новогодние

КОРПОРАТИВЫ
от 6 персон

ИЛЬЯ ТАБУЕВ

ОТ 2000 РУБЛЕЙ
С ЧЕЛОВЕКА

ул. Лесная, 23
www.yar-samara.ru



DJ: АЛЕКСЕЙ
МАНУЙЛОВ

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ШОУ!
ДЕД МОРОЗ И СНЕГУРОЧКА

с 16 ДЕКАБРЯ

(846) 277 90 09

Что стоит дом построить

Десять советов архитектора и дизайнера интерьеров Анастасии Панибратовой



1

Архитектор, с которым вы решите работать, должен быть не только профессионалом, но и человеком, близким вам по духу. Представьте, что вам предстоит провести вместе год.

Не экономьте на планировании. Это касается и временных, и финансовых затрат. Дешевле экспериментировать на бумаге, чем перестраивать. Максимально подробно составляйте техническое задание архитектору, это не так легко, как кажется.

В интерьере, как и во многом другом, качество проверяется временем. Хорошо сделанное пространство должно настолько подходить вам, что его не захочется менять через десять лет, разве что немного освежить.

2

Самое важное при проектировании — планировка, а не декор. Организация пространства, которая учитывает сценарии движения по квартире, необходимые помещения и так далее — фундамент проекта. Только создав идеальную планировку, можно приступать к дизайну. Рекомендую подключить архитектора и к выбору вашего будущего пространства.

3

Нельзя пренебрегать техническими пространствами. При проектировании помните о гардеробной и о кладовой. Важность этих помещений станет вам понятна, когда со временем вы обрасстаете вещами. Ни одну комнату не украсит сушилка для белья или швабра в углу.

4

Самые финансовозатратные комнаты в доме — это кухня, ванная и туалет. Воздержитесь от самостоятельной покупки кухни за рубежом, лучше это делать с местными дилерами. Они, например, будут нести ответственность за верные обмеры. В проекте ванной и туалета нужно учесть предпочтения каждого члена семьи. Советую поставить системы очистки воды, бойлеры и измельчитель пищевых отходов на кухне.

5

Если в доме есть детская, то оформляйте ее так, чтобы ребенок чувствовал себя ребенком. Не бойтесь штампов, например, сделать для девочки комнату с балеринами, а для мальчика — с машинами и поездами. То, что взрослому кажется банальным, малыш открывает впервые. При этом не забывайте тактично помогать ребенку познавать мир и развивать творческие способности. Дети взаимодействуют со всеми шестью гранями комнаты. И то, что для нас просто стена, для них — пространство для творчества: часть стены может быть магнитная, часть — грифельная, а часть — белая, на потолок можно прикрепить звезды и планеты.

6

При проектировании общественных пространств мне нередко приходится заказывать мебель за рубежом. Но не советую вам делать это, если вы неспециалист. Для неподготовленного человека такая покупка может превратиться в череду проблем: долгая переписка с поставщиками, оформление документов, таможня и тому подобное. Но из любого правила есть исключения, и я не отговариваю вас привозить уникальные вещицы из антикварных лавок Парижа или Брюсселя.

7

Электрика и слаботочные системы могут съесть внушительную часть бюджета. Особенно если у вас «умный дом» или система управления освещением. Многие строят «умный дом» за огромные деньги, месяцами играют, а потом пользуются 10% его возможностей.

Как бы то ни было, обязательно попросите у рабочих схему разводки проводов и не потеряйте ее, иначе забивание каждого гвоздя будет напоминать русскую рулетку.

8

Качественные отделочные материалы могут стоить по-разному, но не рекомендую экономить на полах и дверях. Они — важные игроки пространства. Если есть возможность, не пренебрегайте натуральным камнем и деревом. Как правило, от них интерьер только выигрывает.

9

Рекомендую устанавливать систему канально-вытяжной вентиляции. Она обогреет вас зимой, освежит летом, а при необходимости увлажнит и ионизирует воздух. Стоимость такой системы сопоставима со стоимостью установки кондиционеров во всех комнатах. И не бойтесь, что вентиляция съест пространство потолка — для квартир применяют трубы с небольшим сечением.

10

Необязательно быть коллекционером. Плакаты, фотографии, рисунки ваших детей добавляют интерьеру индивидуальности. Но зонирование и расположение работ, как и подбор рамок, требуют профессионального подхода. Советую обсудить декор комнат с вашим архитектором.

Подписываемся
под каждым
словом.

16+
реклама

Подпишитесь и вы.

ПОДПИСКА
на газету
Коммерсантъ

Дополнительную информацию
можно получить:
Самара, ул. Ново-Садовая, 44,
т. (846) 276-72-51 (52) (редакция)
kommersant.ru/regions/63

индекс 45800 — подписка на 6 месяцев
индекс 79999 — подписка на любой срок

ЭКСПЕРТ В ОБЛАСТИ
ЛИФТИНГА
HSR[©] lifting



КОРРЕКЦИЯ ВСЕХ ВИДОВ МОРЩИН