

**ВЗРЫВООПАСНЫЙ
КАЛЕНДАРЬ:
ФЕНОМЕН PIRELLI**
24

**КРИСТЕН СТЮАРТ:
Я НЕ ГОТОВЛЮСЬ
К РОЛЯМ**
30

**Юлия Пересильд:
НЕ ОЩУЩАЮ
СЕБЯ ДИВОЙ**
34

**Дом духов:
МУЗЕЙ ПАРФЮМА
В ПАРИЖЕ**
56



С Т И Л Ь женщины



DIOR



DIOR



L'INSTANT
CHANEL

МГНОВЕНИЕ CHANEL



BOY-FRIEND
TWEED





FENDI



Loro Piana

С 1924 ГОДА



СТОЛЕШНИКОВ ПЕРЕУЛОК, 9 — МОСКВА



LIU BOLIN PERFORMING FOR MONCLER

РЕКЛАМА



MOUNTAIN
CLIMBING



moncler.com



| 16, 18, 20, 22 **Новости**

| 24 **Взрывоопасный календарь**
Алексей Беляков
о феномене Pirelli

| 30 **«Я не готовлюсь к ролям»**
Кристен Стюарт
о стиле и мистике

| 31 **Её имени**
Натела Поцхверия
о сумке Chanel's Gabrielle

| 32 **«Всю жизнь я боролась против клише»**
Катрин Денев
о новой роли

| 34 **«Не ощущаю себя дивой»**
Юлия Пересильд
о своем экстремальном режиме

| 36 **Сезон «весна–лето 2017»**

| 40 **Душа карандаша**
Натела Поцхверия
о книге «Diog by Mats Gustafson»

| 42 **«Мы радуемся каждому успеху»**
Сантьяго Летамендиа
о возрождении бренда Delprazo

| 44 **Золотые кружева и бриллиантовые кошки**
Константин Старцев
о женских коллекциях SINN 2017

| 48 **Раскрасить серые будни**
Натела Поцхверия
о ярких часах Hublot

| 49 **Морской характер**
Константин Старцев
о часах Harry Ocean

| 50 **Любимый камень**
Катерина Перез
о коллекции Diog et d'Opales

| 52 **Праздник цвета**
Катерина Перез
о высоком ювелирном искусстве Mercury

| 54 **История, которая становится будущим**
Елена Стафьева
о новой мануфактуре Bulgari

| 56 **Дом духов**
Лидия Агеева
о музее парфюма в Париже



BVLGARI

ROMA

B.zero1

НОВЫЙ БУТИК BVLGARI НА УЛ.КУЗНЕЦКИЙ МОСТ, Д. 7
И В ГУМ НА КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ

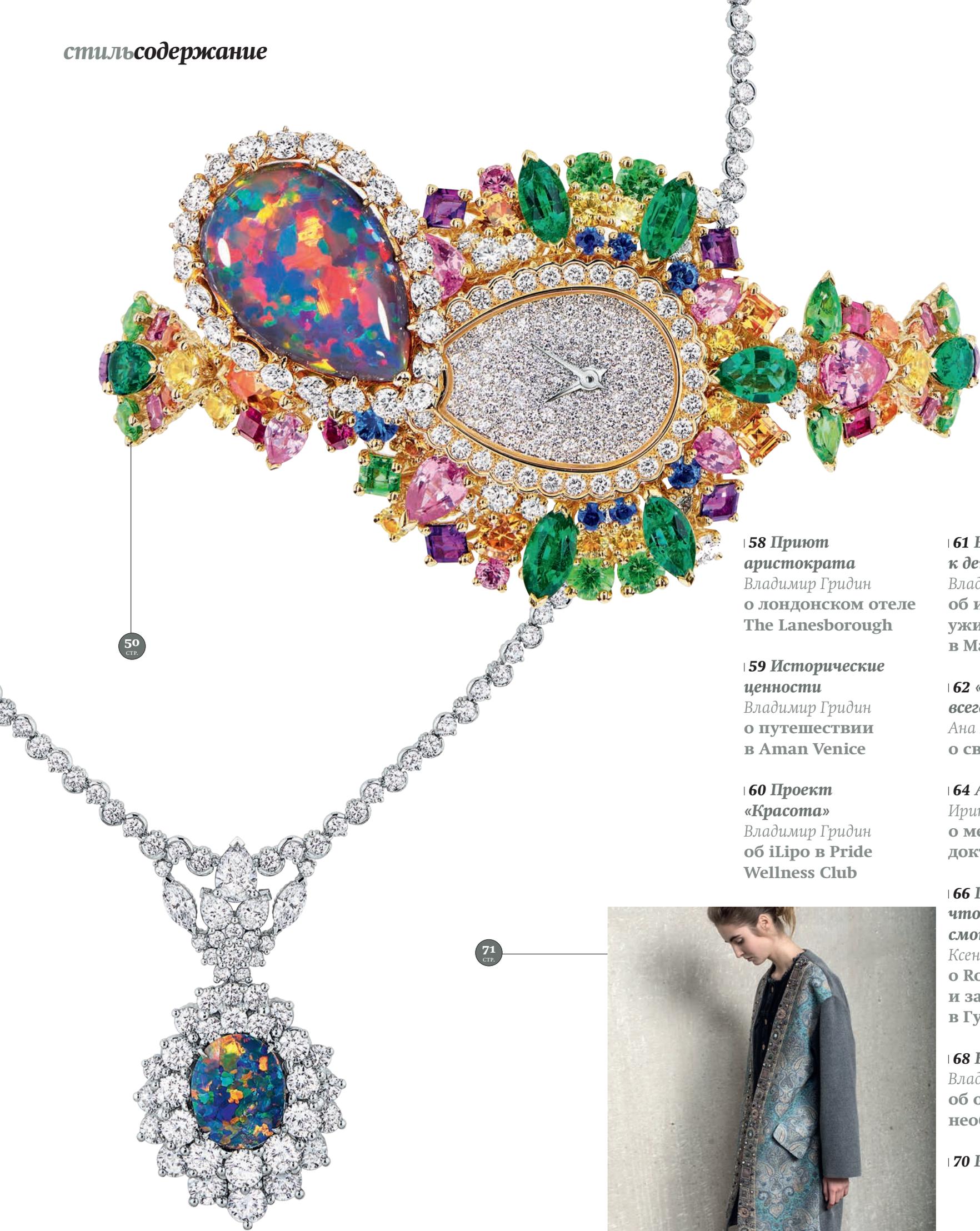
ROMA Реклама



PRADA

PEKIJAMA PRADA.COM





58 Приют аристократа
Владимир Гридин
о лондонском отеле
The Lanesborough

59 Исторические ценности
Владимир Гридин
о путешествии
в Aman Venice

60 Проект «Красота»
Владимир Гридин
об iLipo в Pride
Wellness Club

61 Внимание к деталям
Владимир Гридин
об идеальном ужине
в Maritozzo

62 «Хороший шеф — всегда деспот»
Ана Рош
о своей кухне

64 Австрия близко
Ирина Кириенко
о методике
доктора Майера

66 Готовы к тому, что на них будут смотреть
Ксения Наумова
о Rolls-Royce
и заводе марки
в Гудвуде

68 Карусель чудес
Владимир Гридин
об онлайн-бутике
необычных вещей

70 P .S.

71
стр.





HERNO

Столешников 13, +7 (495) 664-81-59
Галереи Времена года, Кутузовский 48, +7 (495) 225-61-64
Москва



Расширяя географию

В пятизвездном отеле Sochi Marriott Krasnaya Polyana открылся бутик итальянского бренда Bulgari. Интерьер торгового пространства выполнен в узнаваемом стиле Bulgari: отделка мрамором и деревом дополняется золотистыми решетками с символами итальянского ювелирного дома. В новом бутике представлены женские и мужские часы, а также украшения.



Концертный тур

Пакетное предложение миланского отеля Baglioni Hotel Carlton адресовано желающим посетить концерт Coldplay «A Head Full of Dreams Tour 2017» в Милане 3 июля. Оно включает не только билеты на концерт, но и проживание в сюите Monteparoleone Tegase, завтрак, итальянский аперитив, а также частный лимузин до концертного зала и обратно. Пакет действителен на одну ночь — с 3 или 4 июля 2017 года.

Цветы и полоски

Главный дизайнер итальянского бренда Via Delle Perle Кристиан Бланкен представил коллекцию весна-лето 2017 с цветочными принтами и яркой полоской. В нее вошли платья и пиджаки с розовыми и оранжевыми орхидеями, футболки свободного кроя с цветочными аппликациями, а также платья, пиджак и брюки в розово-оранжевую полоску.



Весеннее пополнение

Российская марка Primrose выпустила весеннюю модель шелковой пижамы насыщенного темно-синего цвета с вышивкой, изображающей первоцвет — символ бренда Primrose.



Больше брендов

Бутик модной одежды Rehabshop пополнил свой ассортимент новыми брендами. В дополнение к ранее представленным Rochas, №21, Golden Goose, MSGM, Rag & Bone, Water и Philosophy di Lorenzo Serafini коллекции бутика пополнились изделиями Faith Connection, Mulberry, Aquilano Rimondi, Tabitha Simons и Designer Remix. Коллекции доступны как в московском бутике бренда, так и в онлайн-магазине Rehabshop.

Образец для Гарварда

Опыт работы турецкого отеля Hillside Beach Club вошел в учебную программу студентов курса маркетинга Гарвардской школы бизнеса. Отель был выбран не случайно: согласно проведенному профессором Радживой Лал исследованию, 99% гостей Hillside остаются довольны посещением, а 68% приезжают туда постоянно.



ОБЪЕКТ ВНЕ ВРЕМЕНИ



Ленты и банты

Ювелирный дом Chaumet представил коллекцию украшений Insolence. Дизайн изделий включает традиционные для бренда ленты, плавные линии которых образуют банты из белого и розового золота с бриллиантами. Рекламную кампанию Insolence сняла американский фотограф Карен Коллинс, придав милым бантикам дерзкий и озорной характер.

Универсальный диаметр

Швейцарская часовая компания Breitling перевыпустила хронограф Superocean в диаметре 36 мм, благодаря чему модель удобно садится на любое запястье. Новый Superocean II 36, оснащенный мануфактурным калибром Breitling 17, имеет черный циферблат с крупными белыми люминесцентными цифрами. Есть и белая версия.



Непрерывный аксессуар

Известная модель солнцезащитных очков-авиаторов Must 80-х годов в новой коллекции Must de Cartier обрела новые черты. Теперь дужки и некоторые детали очков Must de Cartier обтянуты фактурной кожей — красной, белоснежной или матово-черной. Оправа может иметь отделку из золота или платины.



Emilio Pucci — Москве

Итальянский бренд Emilio Pucci представил капсульную коллекцию платков, созданную специально для Москвы в рамках международного проекта марки «Города мира». «Московская» коллекция Emilio Pucci представлена в ЦУМе и в бутиках бренда в «Барвиха Luxury Village».

Расписано вручную

В начале мая бренд женской обуви Aquazzura совместно с компанией de Gournay представит коллекцию, созданную для интернет-портала matchesfashion.com. Она включает пять моделей обуви цвета розовой пудры с элементами ручной росписи, сделанной дизайнером de Gournay. Презентация коллекции пройдет в формате закрытого цифрового показа для клиентов matchesfashion.com.





ОБЪЕКТ ВНЕ ВРЕМЕНИ


HERMÈS
PARIS



Итальянский вестерн

Бренд Dolce & Gabbana в своей новой, вдохновленной вестернами коллекции представил две модели круглых солнцезащитных очков: с оправой из металла и из ацетата. Каждая модель доступна в нескольких цветовых комбинациях, есть и версии с прозрачными линзами.



Полная трансформация

В коллекцию сумок Bobbi американского бренда Guess вошли двусторонние вместительные шоперы и риджюли, выполненные из рельефной кожи. Универсальные модели-трансформеры можно вывернуть на другую сторону, и цвет аксессуара поменяется. Кроме того, в коллекции представлена сумка-торба в двух размерах.

Драгоценное из обычного

Ювелирный дом Cartier представит экспозицию When the Ordinary becomes Precious на интерьерном салоне Salone del Mobile Milan. В рамках выставки, которая пройдет с 5 по 9 апреля в центре Милана, будет создана поп-ап-инсталляция, демонстрирующая, как образы привычных повседневных предметов трансформируются в дизайне ювелирных украшений. На экспозиции будут также показаны новые коллекции Juste un Clou и Ecrout de Cartier.



Премьера в белом

Дизайн часов Dior VIII Montaigne Seasonal Edition из коллекции весна-лето 2017 был вдохновлен первым показом Марио Грацио Кьюри в роли креативного директора Dior. Белый цвет модели напоминает и о фетровой экипировке, вдохновившей Марио Грацио Кьюри при создании первой коллекции для Dior, и об общем феминистическом послы коллекции — в начале прошлого века суфражистки выходили на митинги в нарядах белого цвета.



Татуированные мокасины

В начале марта итальянский бренд Tod's и художник по тату Сайра Ханжан представили совместный проект Tod's Tattoo. В нем создатели объединили современные способы нанесения татуировок с ремесленной обработкой кожи. В лимитированную коллекцию вошли украшенные львами кроссовки, мокасины Gommino и сумка Tod's Double T.

GEOX

RESPIRA*



ДЛЯ ВАШЕГО КОМФОРТА
ИТАЛЬЯНСКИЙ ПАТЕНТ

Москва: ТРЦ Европейский, ТЦ МЕГА Белая Дача, ТЦ Капитолий Вернадский, ТРЦ Золотой Вавилон Ростокино, ТРЦ Ереван Плаза, ТРЦ Домодедовский, ТП Отрада, ТРЦ Авеню, ТЦ Выходной (Люберцы).

Санкт-Петербург: ТЦ Галерея, ТК Невский Центр, ТРК Радуга, ТРЦ Гранд Каньон, ТРЦ Гулливер.

Ангарск, Архангельск, Владивосток, Екатеринбург, Иваново, Ижевск, Иркутск, Калининград, Краснодар, Красноярск, Магнитогорск, Махачкала, Мурманск, Нижний Новгород, Новокузнецк, Новосибирск, Обнинск, Омск, Оренбург, Пермь, Рязань, Саратов, Севастополь, Серпухов, Симферополь, Смоленск, Сочи, Ставрополь, Сургут, Томск, Тюмень, Уфа, Хасавюрт, Челябинск, Ялта, Ярославль.

www.geox.ru



Добавили главного

Новая коллекция Nudo Maxi Solitaire итальянского ювелирного бренда Pomellato отличается от привычной коллекции Nudo увеличенным размером центрального элемента. В коллекцию вошли кольца и подвески с белыми и коньячными бриллиантами в традиционной для Nudo огранке «паве».



Юбилейный год

Часовая компания Omega отмечает в этом году 60-летие модели Speedmaster. К юбилею компания дополнила коллекцию Speedmaster диаметром 38 мм моделью Сарруссино из нержавеющей стали и 18-каратного золота и представила новый хронограф Speedmaster Racing с черным матовым циферблатом с оранжевыми метками и facетными индексами из белого золота.



Во славу ручного труда

Итальянский бренд Fratelli Rossetti представит на миланской интерьерной выставке Salone Internazionale del Mobile 2017 проект Stripes on Design, созданный совместно с креативным трио Mumble Mumble, — лимитированную модель сандалий с ярким геометрическим узором. Сотрудничество Fratelli Rossetti с Mumble Mumble — часть нового проекта New Artisan, призванного рассказать о работе молодых предпринимателей, возрождающих ценность ручного труда.



90 лет в пяти цветах

Итальянскому бренду аксессуаров Furla в этом году исполняется 90 лет. В честь юбилея компания выпустила новую коллекцию сумок Metropolis, в которой каждый аксессуар иллюстрирует одно из десятилетий истории бренда. Также в коллекции представлены базовые модели коллекции Metropolis в пяти цветах — розовый, магнолия, золото, красный и оникс.

TOGAS
HOUSE OF TEXTILES
EST. 1926



Взрывоопасный календарь Феномен *Pirelli*

Алексей Беляков |

В прошлом году *Pirelli* ошеломила публику. В ее календаре на черно-белых фотографиях Энни Лейбовиц появились художница Йоко Оно и певица Патти Смит, дамы весьма немолодые. Но они хотя бы были одетыми. Зато почти голыми предстали теннисистка Серена Уильямс и актриса Эми Шумер, девушки «альтернативной» стройности. Эми с улыбкой демонстрировала складки на упитанных боках. Конечно, поднялся шум, ведь все привыкли к тому, что им демонстрируют стройных моделей с гуттаперчевыми телами. Создатели календаря были довольны: скандал им и нужен. На самом деле была и другая цель: выступить противниками эксплуатации модельных фигур, предпочтя им женщин-борцов, пассионариев, лидеров. И попали в точку.



Синди Кроуфорд,
ФОТОГРАФ
ХЕРБ РИТЦ,
1994



МИС ВАН ГАМ СЕРЕНЕ И ВАНУ МАКЛАДРИ / КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2007



КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2016 / ЭННИ ЛЕЙБОВИЦ

**СЕРЕНА УИЛЬЯМС,
ФОТОГРАФ
ЭННИ ЛЕЙБОВИЦ,
2016**



**СОФИ ЛОРЕН,
ФОТОГРАФЫ
ИНЕЗ ВАН ЛАМСВЕРДЕ
И ВИНУД МАТАДИН,
2007**



КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2016 / ЭННИ ЛЕЙБОВИЦ

**ЙОКО ОНО,
ФОТОГРАФ
ЭННИ ЛЕЙБОВИЦ,
2016**

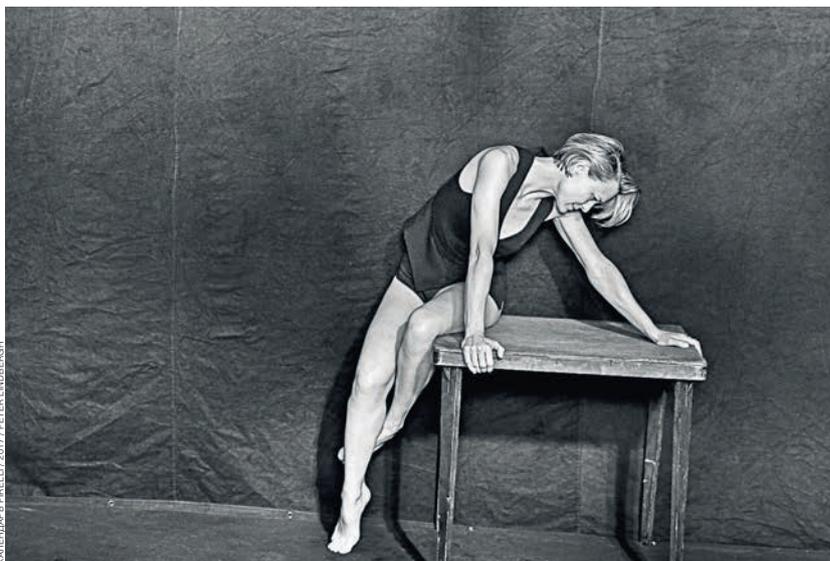
В календаре-2017 знаменитый Питер Линдберг развил феминистскую эстетику. Сплошь голливудские звезды — но какие! Такие как есть. Почти без грима. Сексуальную Джессику Честейн даже не узнаешь, пока не прочитаешь подпись. Идея «любите нас настоящими» самая модная теперь.

Pirelli всегда ловила в мировом эфире самые нужные флюиды. И раньше других.

Не все это знают, но календарь компании, по сути, стал эпиграфом к сексуальной революции 1960-х. Еще в 1962 году сотрудники компании по производству шин задумались о выпуске рекламного календаря. И первый был довольно унылым продуктом: девушки рядом с машинам и мотоциклами. Покупайте, мол, наши шины! Только кому такое было надо? И для создания календаря 1964 года к делу привлекли Роберта Фримана — это был фотограф, снимавший самих The Beatles. Фриман отправился с двумя моделями на Мальорку, где сделал солнечные, чувственные фотографии. Девушки, море, купальники. И был успех. Так начался феномен Pirelli.



НИКОЛЬ КИДМАН,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2017



РОБИН РАЙТ,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2017



ДЖУЛИАННА МУР,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2017



УМА ТУРМАН,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2017

БАРРИ ПАТЕГАН / КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 1988



КЭТРИН МАКНИЛ,
ФОТОГРАФ
ПАТРИК ДЕМАРШЕЛЬЕ,
2008



Для сексуальной революции все было готово. В ход пошли даже танки. Календарь 1968 года снимал Гарри Печинотти. Дело было на острове Джерба в Тунисе. Как раз началась очередная война между Израилем и арабскими странами. Вернувшись в Тунис, группа увидела на улицах танки. Печинотти, у которого за плечами был Вьетнам, решил поснимать и это. У него отобрали все пленки, чудом сохранилась лишь съемка с моделями, которую он тайком переправил в Лондон. А может, ребята все это придумали, чтобы подогреть интерес к будущему календарю. В любом случае затея удалась: всем захотелось получить такой взрывоопасный календарь. Секс, танки, рок-н-ролл. Эпоха требовала.

Сексуальность как высокое искусство — вот код Pirelli. Не просто голые девчонки — для этого есть Playboy и тому подобное, — а высокохудожественные девчонки. Новый ренессанс, новые Евы, пусть и с кока-колой в руке. А шины? Ну при чем тут шины?

Календарь стал украшением офисов и богатых домов. В списке рассылки были члены королевской семьи Великобритании. Известен случай, когда в начале 1970-х Джон Леннон лично звонил в офис компании и просил календарь для себя и участников своей группы.



СОЛИСТКА
КОРОЛЕВСКОГО БАЛЕТА,
ФОТОГРАФ
БАРРИ ЛАТЕГАН,
1988



ХАЙДИ КЛУМ,
ФОТОГРАФ
БРЮС ВЕБЕР,
2003

МО ВАНЬДАНЬ,
ФОТОГРАФ
ПАТРИК ДЕМАРШЕЛЬЕ,
2008





КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2013 / СТИВ МАККАРРИ

ПЕТРА НЕМКОВА,
ФОТОГРАФ
СТИВ МАККАРРИ,
2013

А потом начался нефтяной кризис. Искусство искусством, но шины тоже надо продавать. Почти десять лет, до 1984 года, календарь не выходил. Зато потом — уже без перерывов. Календарь ждут, его ругают, его называют шедевром. На Pirelli работали великие мастера: Артур Элгорт, Брюс Вебер, Ричард Аведон, Энни Лейбовиц, Марио Тестино. Некоторые по несколько раз. Для Линдберга нынешний календарь уже третий.

И в нем же можно найти одно интересное «послание» миру. Между Пенелопой Крус и Кейт Уинслет затесалась русская девушка. Нет, не Водянова, она была в прошлом году. Анастасия Игнатова. Вы не знаете такой актрисы? Она не актриса, она преподаватель кафедры политической теории МГИМО. Как оказалась в такой обойме? Загадка. Сродни «русским хакерам». Что хотел сказать Линдбергу? Видимо, следующее: русские всюду. Русские проникнут куда угодно. А может, разгадка кроется в биографии Анастасии. Она из семьи Сергея Чemezова, главы госкорпорации «Ростех». Вторая жена Чemezова — мама Анастасии. Но хватит уже задавать вопросы. Смотрите лучше календарь.



КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2002 / ПИТЕР ЛИНДБЕРГ

МИНА СУВАРИ,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2002



КАЛЕНДАРЬ PIRELLI 2013 / СТИВ МАККАРРИ

ЛИЯ КЕБЕДЕ,
ФОТОГРАФ
СТИВ МАККАРРИ,
2013

РЕКЛАМА

WWW.JOGDOG.COM

LUKSE

DLT

NO ONE

AIZEL

SALITA

RENDEZ-VOUS

TSUM



JOG DOG
Italy

«Я не готовлюсь к ролям»

Кристен Стюарт о стиле, мистике и планах на будущее

ПОСЛЕДНЕЕ время ее имя у всех на устах. Муза Карла Лагерфельда, Кристен Стюарт стала лицом коллекции макияжа Collection Eyes от Chanel, снялась в пяти фильмах, среди которых вышедший в марте в российский прокат психологический триллер француза Оливье Ассаяса «Персональный покупатель».

После оглушительного успеха саги о вампирах «Сумерки» 17-летняя Кристен не могла выйти на улицу без того, чтобы на нее сразу не навели объективы фотокамер. Пять блокбастеров по книге Стефани Майер, которыми зачитывались подростки и взрослые во всем мире, изменили киноиндустрию, а также жизнь самой Стюарт. Она решила уйти из кино, но, к радости поклонников, уже через 18 месяцев вернулась к работе. Однако теперь повзрослевшая актриса отдает предпочтение артхаусным картинам и независимым режиссерам.

За последние полтора она снялась в «Равных» у Дрейка Доремуса, где играла «зараженную» эмоциями девушку в обществе, в котором чувства считаются преступлением. На прошлом фестивале «Сандэнс» показали ее картину «Несколько женщин», где Кристен — преподаватель, которая заводит отношения со своей студенткой. Не так давно актриса закончила работать с Энгом Ли над «Долгой прогулкой Билли Линна в перерыве футбольного матча». На последний Каннский кинофестиваль Стюарт привезла сразу два проекта: картины «Светская жизнь» Вуди Аллена и «Персональный покупатель» Оливье Ассаяса.

В первом фильме Ассаяса «Зильс-Мария» Кристен снялась в 2014 году, тогда ей досталась роль агента знаменитой актрисы, которую играла Жюльетт Бинош. В «Персональном покупателе» Стюарт снова «девочка на побегушках», теперь она обслуживает светскую львицу, пребывающую в постоянных разъездах. Богатой клиентке необходим человек с хорошим вкусом, чтобы доверить ему заботы о своем гардеробе. Этим и занимается героиня Кристен Стюарт, стилист по имени Морин. Однако большую часть времени Морин проводит в доме своего погибшего брата-близнеца в ожидании, когда ее посетит его дух.

— Как Ассаяс смог убедить вас сыграть у него второй раз?

— Через два года после нашей первой работы Оливье сказал, что пишет новый

сценарий и надеется, что он мне понравится. Потом я получила его рукопись. Признаюсь, я очень волновалась, потому что нежно отношусь к Оливье и мне не хотелось ему отказывать, если бы его история мне не понравилась. Но сценарий оказался необычным, совсем непохожим на «Зильс-Марию» (Кристен Стюарт стала единственной американкой, получившей за роль в фильме «Зильс-Мария» национальную премию французского кинематографа «Сезар»). Уже в «Зильс-Марии» проглядывали некоторые элементы мистики, но в «Персональном покупателе» ее оказалось значительно больше. Мне нра-

вится, когда сюжет непредсказуем, когда финал истории совершенно невозможно предугадать.

— Одновременно со сценарием Ассаяса вам пришло предложение от Вуди Аллена сняться в его картине «Светская жизнь». Как удалось совместить такие разные роли?

— Из-за того, что героини очень отличались друг от друга, я попросила Оливье подождать со съемками и дать мне возможность закончить работу у Аллена, а также съемки для компании Chanel.

«Светская жизнь» — картина легкая, романтическая. Она о молодом человеке,

который мечтает сделать карьеру в Голливуде, влюбляется в мою героиню, расстается с ней и возвращается домой, чтобы потом увидеть ее еще один, последний раз. Эта история навела меня на размышления о том, сколько любовных историй может случиться в одной жизни. Картина Оливье, напротив, темная и давящая. Я играю там молодую, одинокую и подавленную печалью женщину, ожидающую встречи с призраком умершего брата. Это меня изматывало, иногда казалось, словно я сама становлюсь призраком из потустороннего мира. К счастью, на съемочной площадке у нас сложилась очень душевная обстановка, меня окружали люди, к которым я очень привязана. Это помогло выдержать нагрузку.

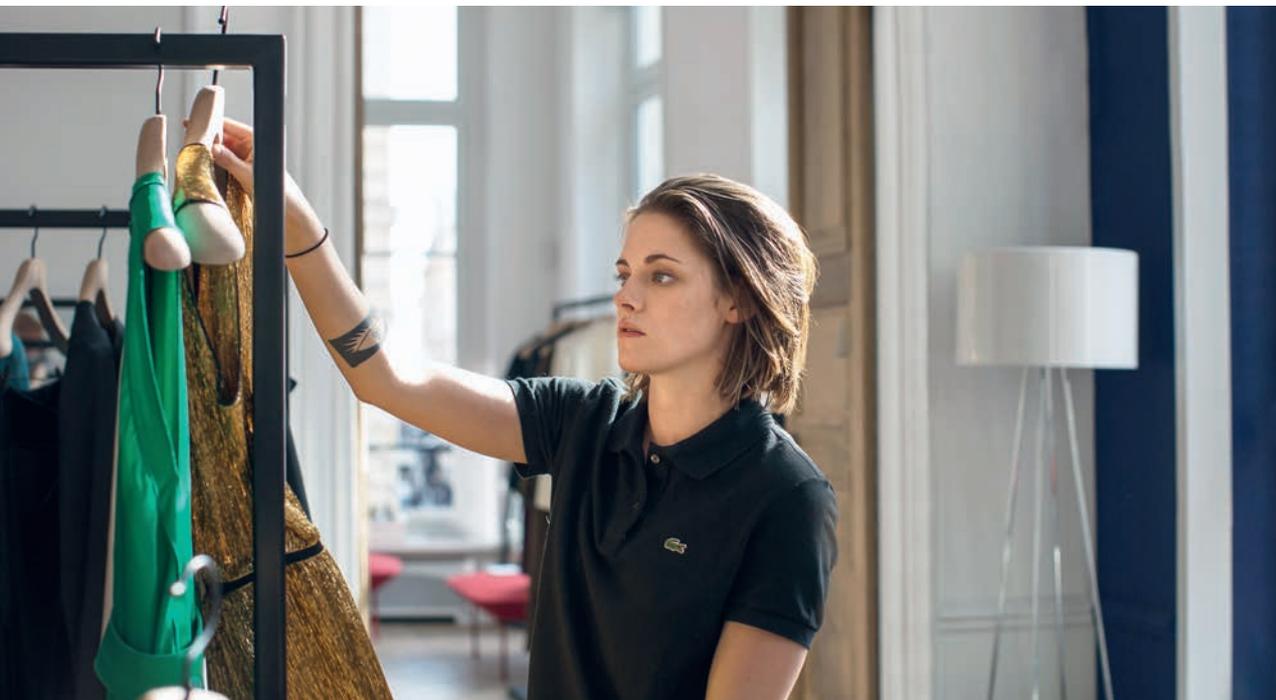
— Как работает Ассаяс и чем он интересен вам как режиссер?

— Оливье никогда не обсуждает сценарий и героев ни до, ни во время съемок. Он даже не дает себе труда отвечать на мои вопросы. Ему и не нужно мне ничего объяснять, он полагается на меня и хочет, чтобы я сама до всего дошла. Думаю, он прав. Ведь режиссер, который слишком много говорит, разрушает таинство создания картины, а заодно может испортить отношения с актерами. Оливье же руководствуется интуицией, что свойственно и мне. Мы не разговариваем, а чувствуем друг друга. Я никогда не готовлюсь к ролям. Конечно, читаю до съемок сценарий, но только для того, чтобы его сразу же забыть. Мне нравится приходить на съемки свежей, со свободной головой и переживать все эмоции перед камерой, как будто я чувствую их впервые. Я не думаю, что роли способны изменить актера или его взгляд на мир, но это могут сделать опытные режиссеры, такие



ФОТО ИЗ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ CHANEL'S GABRIELLE

НА СЪЕМКАХ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ CHANEL'S GABRIELLE



КАДР ИЗ ФИЛЬМА
«ПЕРСОНАЛЬНЫЙ
ПОКУПАТЕЛЬ».
РЕЖИССЕР ОЛИВЬЕ
АССАЯС, 2016 ГОД

как Оливье, который видит во мне черты, скрытые даже от меня самой.

— Компания Chanel участвовала и в создании картины Вуди Аллена, и в фильме «Персональный покупатель». Как прокомментируете это сотрудничество?

— Все началось с Сюзии Бенцингер, которая работала художником по костюмам у Вуди Аллена. В архивах Chanel она нашла эскизы 1930-х годов. По ним и создавались костюмы для фильма. Особенно красивым было вечернее платье оттенка слоновой кости с накидкой из выбеленных страусовых перьев, предназначенное для встречи моей героини с ее потерянной любовью. Кроме нарядов художники создали ювелирные украшения в стиле «классического периода Голливуда». В «Персональном покупателе» действие происходит в наше время. Одежда и аксессуары были под рукой. Некоторые из сцен, где, например, я выбираю наряды для своей клиентки, мы снимали в ателье Chanel в Париже, на улице Камбон.

— Последние роли характеризуют вас как актрису независимого кино. Как совмещается творчество с рекламными кампаниями для модного бренда?

— Для меня Chanel не имеет ничего общего с понятием «массовое потребление». Модели этой марки слишком дороги и доступны немногим. По сути, покупка такой одежды аналогична вкладу денег в искусство, например покупке картины.

— А каков ваш собственный стиль?

— Мне кажется, по стилю я совсем не подхожу к классическому образу Chanel. Девушка от Chanel кажется мне похожей на мою героиню из фильма Вуди Аллена, то есть красоткой в жемчугах и с идеальным макияжем. Я же редко ношу классическую одежду, терпеть не могу каблучков, почти не пользуюсь макияжем, кроме туши с подводкой. Однако мне нравится экспериментировать с одеждой для своих ролей. Вещи позволяют мне лучше раскрыть характеры героинь. В обычной жизни я предпочитаю удобные вещи — брюки, кепки, кеды. Мне наплевать на гламур и успех. Я просто хочу сниматься в фильмах, которые мне нравятся. Меня не интересует звездный статус, я вообще удивляюсь, как он пришел ко мне. Такого колоссального успеха «Сумерек», если честно, никто и не ожидал.

— У вас новая стрижка. Вы любите эксперименты со своим образом?

— Волосы я подстригла для фильма Дрейка Доремуса «Равные», а затем покрасила их в другой цвет. Многим нравятся длинные волосы, кажется, они сейчас у всех, поэтому и выглядят все одинаково. Мне жаль людей, которые не решаются на что-то смелое и оригинальное, опасаясь того, что подумают о них другие. Сейчас я поклонница короткой стрижки, это новая версия меня. Но в вопросах стиля я часто невнимательна, для этого у меня есть стилист, Тара Свеннен, мы с ней работаем уже больше 12 лет. Она и определяет, во что мне одеваться на премьеры.

— А вам самой понравилось быть стилистом в картине Ассаяса?

— «Персональный покупатель» — фильм не совсем о стиле. Он для меня в первую очередь о темной стороне действительности, о мистике того, что недоступно нашему сознанию. С детства я страшно боялась духов, после съемок фильма мне показалось, что наше представление о них — это одна из попыток объяснить необъяснимое, например смерть. Духи как бы дают нам ощущение того, что мы не одни. Я не верю в духов, но и не отрицаю того, что они могут существовать. Иногда мне кажется, что я ощущаю различные энергии, которые я не могу рационально объяснить. Мода также является одной из тем фильма, но она лишь служит внешней оболочкой для более глубоких вопросов, таких, например, как «кто мы в этом странном и непонятном нам мире?». Эта картина — философская, она отличается от тех, к которым мы привыкли в Голливуде. Там героев создают словно по лекалу, одинаковые ценности, похожий стиль. Но в Европе все по-другому. Здесь нет однообразия. С детства я привыкла к тому, что кино должно развлекать. В Европе я наконец поняла, зачем его снимают, и что настоящий фильм — не товар, а произведение искусства.

— Мы больше не увидим вас в веселых блокбастерах?

— Мне нравятся блокбастеры, ведь я из Калифорнии. Но в блокбастере я снимусь только в том случае, если время окажется благоприятным и подберется отличная команда. На самом деле мне хочется начать снимать свои собственные фильмы.

БЕСЕДОВАЛА ТАТЬЯНА РОЗЕНШТАЙН

ЕЁ ИМЕНИ

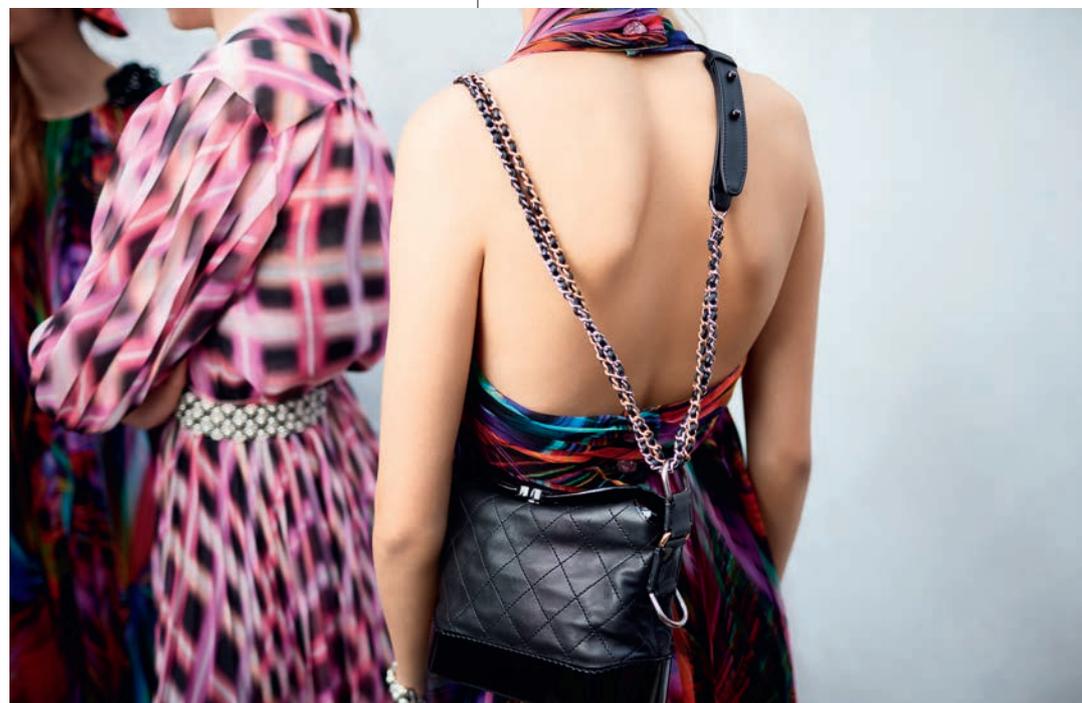
О НОВОЙ СУМКЕ CHANEL'S GABRIELLE

Натела Поцхверия

Можно только догадываться, насколько жарко было в конце прошлого года на фабрике Chanel под Парижем, где компания производит аксессуары. Карл Лагерфельд придумал новый дизайн сумки, которую назвал Chanel's Gabrielle, а значит, вся фабричная рать должна была мобилизоваться и создать эту сумку.

В течение тридцати лет дизайнер предлагает все новые и новые интерпретации наследия Габриэль Шанель, искусно интегрируя его в современную жизнь. Шанель ценила не только изящество вещей, но и их практичность. Красивые, но непрактичные вещи она считала бессмысленными. В феврале 1955 года Мадемуазель создала сумку, которую можно было просто повесить на плечо и не держать все время в руках, — тогда в мире аксессуаров случилась революция.

В сезоне «весна-лето 2017» Карл Лагерфельд представляет новую модель сумок — Chanel's Gabrielle. Конструкция ремешка позволяет носить сумку семью разными способами — через плечо на коротком и длинном ремешках; на плече на коротком и длинном ремешках; буквой «V», перекинув один ремешок через плечо, а второй повесив на плечо; в руке как клатч и намотав цепочки на кисть. Комфорт и практичность, как завещала мадемуазель Шанель. Сумка не теряет формы, и, по заверению создателей, в ней можно быстро и легко все найти. Формой сумка, кстати, напоминает сразу два совершенно разных предмета — перевернутые 3D-очки виртуальной реальности и футляр для бинокля, который вешали через плечо, отправляясь на ипподром, любители скачек (еще один реверанс в сторону Шанель, любившей интегрировать мужские вещи в женский гардероб).



МОДЕЛЬ ЗА КУЛИСАМИ
ПОКАЗА CHANEL,
ВЕСНА—ЛЕТО 2017
С СУМКЕЙ CHANEL'S
GABRIELLE

Работа над коллекцией начинается в департаменте разработок, куда поступает эскиз Лагерфельда. Сотрудники за три недели создают первый макет из плотной бумаги saipa и отправляют дизайнеру. Макет возвращается с комментариями и уточнениями. И так несколько раз. Утвержденный макет передается в производство. При изготовлении одной сумки мастеру нужно выполнить около 180 операций, а мастерами становятся, проучившись не меньше пяти лет. Только для того, чтобы правильно выворачивать сумку наизнанку, нужно тренироваться несколько месяцев. Сумка Chanel's Gabrielle поступила в продажу в марте. Она существует в трех размерах и в нескольких расцветках. Основной материал моделей из коллекции весна-лето 2017 — состаренная кожа телянка, но есть варианты из кожи питона, твидовые и даже расшитые пайетками, бисером и камнями.

«Всю жизнь я боролась против клише»

Новая роль Катрин Денев



REUTERS

ших перерывов между фильмами. Но дело не в количестве работы, основная проблема современного кинематографа — в отсутствии хороших сценариев. Их очень сложно найти, хотя я прочитываю их множество. Может быть, во Франции сценаристы не имеют достаточной финансовой поддержки, может, темп жизни слишком высок.

Ведь чтобы написать хороший сценарий, нужны время и терпение. А может, это в традиции французского кинематографа: у нас же никогда не было классических сценаристов и режиссеров, а были авторы, творцы, сценарист и режиссер в одном лице.

— Зрителю вы часто представляетесь «неприступной блондинкой», «преуспевающей буржуазкой», «иконкой Ива Сен-Лорана».

— Перед тем как стать иконкой, я все-таки была человеком и актрисой. Всю жизнь я упорно боролась против подобных клише и в реальности, и на экране. Я выбирала очень разноплановые роли. Кроме неприступных блондинок я, например, играла психопаток и убийц («Отвращение» Романа Полански), вампиров («Голод» Тони Скотта) и даже королеву Англии («Астерикс и Обеликс в Британии» Лорана Тираара). Не могу объяснить, почему меня тянет к разноплановым ролям, но после необычной роли у меня возникает ощущение, будто я что-то

С ВОЗРАСТОМ у Катрин Денев появилось новое амплуа — она играет немолодых чудачек, пенсионерок-общественниц, отчаянных домохозяек, рвущихся в депутаты. В новом фильме «Акушерка» Мартена Прово ее героиня — приемная мать, которая переворачивает с ног на голову размеренную жизнь своей падчерицы.

— В новой картине ваша героиня Беатрис экстравагантна и несколько неврастенична. Пусть она немолода, но не обходит вниманием мужчин, любит испытать судьбу, а также — несмотря на тяжелую болезнь — от души выпить и закусить.

— Когда я прочитала сценарий Мартена Прово, мне понравилась эта героиня. Она — та женщина, которая живет полной жизнью, даже если для этого нужно быть эгоисткой. Повышенное внимание к себе и своим потребностям не делает из нее монстра. Она охотно делится всем, что имеет, с

другими и живет на широкую ногу, в своей беспечности забывая о том, что уже растратила состояние. Я ее не осуждаю, хотя этими качествами она очень отличается от меня. Особенно я ценю Беатрис за ее непосредственность, за легкость, с какой она относится к серьезным проблемам, превращая любую драму в комедию. Пожалуй, ей свойственна некоторая неврастеничность, но до персонажей Вуди Аллена моим героиням все же далеко, мы, французы, в отличие от американцев, не теряем трезвого взгляда на жизнь.

— Что было самым сложным в работе над фильмом?

— Наверное, самое сложное — начинать работу с новым режиссером. Франсуа Озон как-то сказал, что человек полностью раскрывается лишь в постели. А я считаю, что человека никогда не узнать до тех пор, пока не начнешь с ним работать. Часто говорят, что актер создает образ. Но он никогда не создает его без поддержки режиссера.

Поэтому, когда мне задают вопрос: «Как вы работали над созданием того или иного образа?» — я удивляюсь. Свои образы я всегда создаю совместно с режиссером, вхожу в его мир, пытаюсь понять, чего он от меня ожидает и какой ему видится моя героиня. С новым режиссером все начинается сначала. Поэтому многие актеры предпочитают работать с одними и теми же режиссерами, другие же ищут приключений и бросают вызов судьбе. С Мартеном нам всем повезло. Он внимателен и дружелюбен, уважает своих актеров и чрезвычайно галантен с женщинами.

— Кажется ли вам, что с возрастом вам стали предлагать более интересные роли?

— Мне кажется, что интересные роли мне предлагали всегда. С работой мне всегда везло. Я знаю многих замечательных актрис, которым мало приглашали на съемки или которым подолгу приходится сидеть без работы. У меня же никогда не было боль-

ПОСЛЕ НЕОБЫЧНОЙ РОЛИ

у меня возникает ощущение, будто я что-то важное по-настоящему пережила

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «АКУШЕРКА»
(В РУССКОМ ПРОКАТЕ
«Я И ТЫ»), РЕЖИССЕР
МАРТЕН ПРОВО, 2017 ГОД



важное по-настоящему пережила. Я протестую против образа «преуспевающей буржуазки», даже если в «Шербурских зонтиках» моя героиня предпочитает богатого ювелира простому механику. Не забывайте, что девушка все же беременна и еще не знает, что выйдет из бывшего механика, когда он вернется домой после войны. Буржуазное общество и его манеры вызывают у меня депрессию. Большая часть людей живет в этом обществе как в мыльном пузыре. Клод Шаброль сделал себе карьеру на изображении этого общества. Например, его члены никогда не разговаривают на темы, в которых присутствует негатив, а если что-то обсуждают, то в основном в какую школу отдать детей, где провести следующий отпуск и что будет в моде. На мой взгляд, боязнь критики — плохая черта. Критика означает дискуссию и полемику. Я никогда не любила людей, которые во всем и всегда ищут гармонии. Мне в этом видится лицемерие.

— Когда вам исполнилось 18, вы покинули родительский дом. У вас двое детей от мужчин, за которыми вы никогда не были замужем. Смелые поступки для того времени.

— Когда я начала самостоятельную жизнь, мое поведение шокировало окружающих. Я ушла из дома в 1961 году, потому что полюбила мужчину. И когда у меня родился ребенок от Марчелло Мастроянни, женатого на другой, поверьте, это было нелегко для

актрисы, которая у всех на виду. Но в 1970-х женщинам вдруг стали позволять больше вольностей. На работе, в семейной жизни, сексе. Когда я смотрю на современных молодых актрис — Леа Сейду, Одри Тоту, Мариону Вакт, то замечаю в них рассудительность, которой совсем не было у актрис моего поколения. Даже если кажется по-другому, рассудок — последнее качество, которым я руководствовалась в своих поступках. Конечно, люди все разные. Есть, например, женщины, которые строят свою жизнь на приспособлении. Они приспособляются к мужчинам, работе, детям. А есть другие. Они первопроходцы, которые всегда идут своей дорогой, ориентируясь на себя.

— Кажется, это называется «эгоизмом»?

— Да, я эгоистична, мои решения для меня приоритет. Многие женщины начинают жить жизнью своих мужей или детей и потом продолжают в том же духе. Я не против компромиссов, когда делишь жизнь с другим человеком, но не надо забывать и о себе. Когда Кьяра была маленькой, меня пригласили на съемки за границу. Я знала, что будет нелегко оставить дочь, но ни на секунду не усомнилась в своем решении. Вопросов вроде «Как я два месяца проведу без ребенка или ребенок без меня?» я себе не задавала. «Самопожертвование» может быть одним из самых лживых понятий. Особенно когда люди вначале ничего не говорят, но потом дают тебе это почувствовать. Человек никогда не приносит

себя в жертву, он сознательно принимает решение!

— Вы были музой Ива Сен-Лорана, а также многих других дизайнеров. Не лишает ли это свободы стиля?

— С Ивом Сен-Лораном меня познакомил Пьер Берже. Давным-давно. Когда дружишь с великим кутюрье, поневоле начинаешь смотреть на стиль его глазами. В наше время очень мало дизайнеров такого уровня. Его смерть — большая утрата для моды. Конечно, актеры постоянно находятся на виду, и их много фотографируют. Меня часто приглашали на фотосъемки, и на них я часто появлялась в одежде от Сен-Лорана. Поэтому у окружающих сложилось впечатление, что я одеваюсь исключительно у него. Но все не так. Тот образ скорее создан обложками модных журналов. Жизнь — это не кино или обложка журнала, в ней решения принимаются в зависимости от обстоятельств. Когда я еду на Каннский фестиваль, то ношу дизайнерскую одежду. Когда навещаю семью в пригороде и работаю в саду, надеваю брюки. Кстати, и у Сен-Лорана есть мода на каждый день, повседневные свитера, блузки и юбки, а не только коктейльные и вечерние платья.

— Вы, как и раньше, часто появляетесь на большом экране. Откуда вы берете силы?

— Я занимаюсь тем, что мне нравится. Это продлевает жизнь. Кроме того, я живу по принципу «для мужественного сердца нет

преград». Сил действительно с каждым годом становится все меньше и меньше. И особенно тяжело быть все время в форме и на виду. Правда, в моей семье все были долгожителями, но не знаю, протянули ли я столько, сколько моя мать. Однако есть у меня лекарство от всех невзгод: стоит мне посмотреть замечательное кино, как у меня снова появляются силы и энергия.

— Из-под вашего пера вышла книга «В собственной тени». Это произошло уже давно. Можно ли надеяться на то, что вскоре свет увидит и автобиография?

— «В собственной тени» состоит из отрывков дневников, которые я вела во время съемок за рубежом, когда была одна и не с кем было поделиться мыслями и идеями. Так возникли «рабочие записки». Может быть, там есть несколько личных страниц и воспоминаний, но я решила сохранить их в первоначальном виде. Однако там нет сердечных признаний и интимных подробностей. Уверена, что писать автобиографию я не буду. Есть моменты в жизни, которыми я не хочу делиться с посторонними. Иногда люди пытаются вырвать у меня какие-то личные признания. Часто кажется, что их мало интересует, что я говорю, им скорее хочется моего разоблачения. Я всегда стараюсь быть честной в своих признаниях, охотно делюсь своим мнением по поводу работы и кино, но в том, что касается личной жизни, я буду делиться лишь тем, чем считаю нужным.

БЕСЕДОВАЛА ТАТЬЯНА РОЗЕНШТАЙН

«Не ощущаю себя дивой»

Экстремальный режим Юлии Пересильд

ПОСЛАНИЦА часового бренда Rado, одна из самых востребованных актрис театра и кино, Юлия Пересильд рассказала о грядущей премьере в Театре наций, съемках в русских блокбастерах, благотворительных проектах и отношениях со временем.

— Юлия, мы с вами встречаемся в Театре наций. Вы здесь репетируете роль Катерины Кабановой в спектакле Евгения Марчелли «Гроза» по Островскому. Все готово к премьере?

— Пока у нас самый прекрасный период — творческого наслаждения друг другом, театром, материалом. Потом начнется выпуск, и нервов будет больше. Буквально вчера я смотрела последний спектакль Жени (Евгений Марчелли, худрук Театра имени Волкова. — Прим. ред.) — номинированную на нынешнюю «Золотую маску» «Чайку». Вернулась из Ярославля в радостном потрясении. Мне стало еще интереснее репетировать «Грозу». Как у нас там все случится? Пьеса ведь очень непростая. С одной стороны, хрестоматийная, с другой — хочется из нее уже что-то новое получить. Выжать еще хотя бы одного вкуса сок.

— У вас были пробы на роль Катерины?
— Как таковых не было. Я очень давно хотела поработать с режиссером Женей Марчелли. И знала, что Женя Миронов хотел. Все сложилось в одну секунду. Честно вам скажу, я не ожидала, что ставить будем именно «Грозу». Никогда не была, скажем так, поклонницей Островского. Куда бы я ни приходила учиться, всюду говорили про двух великих людей, Островского и Кустодиева. У меня выработался стойкий иммунитет к обоим. Сейчас включилось внутреннее противоборство — я должна найти свою Катерину. А не ту, которой все ожидают и думают, что знают, какая она должна быть.
— У Марчелли репутация радикального интерпретатора классических текстов. Как вы относитесь к его стилю?

— Замечательно отношусь. Видела спектакли — и «Пьесу без названия», и «Фрекен Жюли», и «Короля Лира», сейчас вот «Чайку». Это все такие перевертыши классики. «Грозу» мы тоже во все стороны пытаемся «раскрутить». Конечно, внутри меня живет страх — можно ли так и вот эдак. Но после просмотра «Чайки» я для себя решила, что буду доверять режиссеру абсолютно.

— Почему?
— Для меня это была первая «Чайка», в которой придумки были не ради придумок. Они для того, чтобы понять, про что эта история сегодня. И чтобы рассказать эту самую историю.

— Судя по вашей театральной биографии, вы не боитесь радикальных экспериментов. Вы, например, работали с Кулябиным задолго до истории с «Тангейзером», «Тремя сестрами» и т. д.

— Мы с Тимой однокурсники. И наша совместная работа, спектакль «Электра», конечно, не случайность. Сейчас часто ведутся разговоры о границах интерпретации классики. Так вот я вообще не думаю о том, что можно переступить, а что нельзя. Важно же ведь другое — талантливо или не талантливо. Главное — рассказать историю так, чтобы было интересно.

— История Катерины, на ваш взгляд, может быть интересна сегодня?

— Интересно понять, почему сегодня должно быть жалко Катерину. Вот кто она: сумасшедшая, которая взяла и закончила жизнь суицидом, или женщина, которая не может в этом мире найти любовь? С кем у нее конфликт? С собой? У меня столько вопросов к ней. Должна сказать, я только начинаю в нее влюбляться. Пожалуй, со мной такое впервые. Я ищу способ, как мне подключиться к этой истории.

— А есть в героине что-то близкое вам? Может быть, страстность?

— Наверное, момент принципа. Катерина, с ее количеством энергии, может вообще все. Но она не может переступить через себя. Это вопрос честности с собой и Богом. Для меня Катерина — она такая... немножечко Гамлет. Другой вопрос, что она женщина, для нее катализатором всего становится любовь. Есть какая-то американская песня: «Когда ты хочешь встретить на пороге любовь — открывай двери. Перед тобой появятся два карлика. Это будут отчаяние и безысходность. И все-таки когда к тебе постучится в дверь любовь, двери стоит открыть».

— Катерина будет еще одной сложной героиней, которую вы играете на сцене и в кино. Вам никогда не хотелось чего-то более простого, радостного? Может быть, комедий?

— Не поверите, недавно перед спектаклем «Фигаро» (режиссер Кирилл Серебренников, Театр наций. — Прим. ред.) я Жене Миронову предложила: «Ну давай уже комедию какую-нибудь?» Он мне: «Мечтаю о целом сезоне комедий. Где только режиссеров взять?» Но если честно, я все-таки тяготею к драме. Комедия — это очень страшно. Здесь сразу видно, победил ты или проиграл.

— Можете пояснить?

— Если зритель не смеется, значит, у тебя ничего не сложилось. В общем, это даже на первом этапе репетиций становится понятно. Сошелся ли ты чувством юмора с режиссером, с партнерами. Но это я говорю о настоящих комедиях, а не об антрепризных пустышках.

— Вы могли бы сыграть в антрепризе за большие деньги?

— Ну только если бы что-нибудь страшное случилось в моей жизни и срочно понадобились бы деньги. Я верю Николаю Васильевичу Гоголю. Его «Портрет» — очень серьезное произведение. Нужно отдавать себе отчет в том, что если ты продаешься, то где-то у тебя в жизни отнимется. У меня самой ничего нет — ни заводов, ни производства, ни родственников-миллиардеров. Ничего, кроме моего имени, которое я себе заработала сама.

— У вас есть имя. И вы могли бы войти в штат любого театра. Почему вы этого не делаете?

— По той же самой причине. Войти в штат — тоже в какой-то степени купля-продажа. Для чего? Для страховки, какого-то спокойствия? Я не хочу спокойствия. У меня в Театре наций четыре года не было премьер. Зато за эти четыре года я смогла поработать в Театре на Малой Бронной. И в кино. Я чувствовала себя свободной. Я вообще очень

ценю все, что не подписано кровью, не заштамповано. То, в чем есть легкая зыбкость. Потому что когда появляется чувство уверенности, мне кажется, перестаешь гореть. Становится скучно.

— Это «правило» только на работу распространяется? Или на любые сферы жизни?

— На любые. Я могу, например, сорваться и улететь с ребенком на один день в Берлин. Просто потому, что так чувствую. Люблю существовать в экстремальном режиме. Люблю. Вот мне так хорошо.

— В интервью вы часто называете Театр наций домом. Что есть в нем такого, чего нет нигде больше?

— Начнем с того, что в этом театре есть Женя Миронов. Люблю его безмерно! Он многому меня научил, в том числе и в жизни. Я четыре года у него ничего не репетировала, а потому точно знаю, что его приглашение сыграть Катерину никак не связано с нашей дружбой. Я должна каждый раз доказывать ему, что я что-то собой представляю. И я этому безмерно рада. Нет вот такого: вот Юлька, она наша, будет везде у нас играть, надо, не надо — бу-

дет она. Или тот факт, что мы с Пашкой Акимкиным и всеми нашими друзьями-однокурсниками можем к нему прийти и забабхать музыкальный спектакль. У нас уже идут здесь и «Фарс-мажорный концерт», и «Песни военных лет». Уверена, если мы предложим Жене какую-то интересную работу, у него даже не возникнет вопросов. Интересно — делайте.

— В ваших партнерах в театре числятся и Евгений Миронов, и Чулпан Хаматова.

— Может быть, я уже много раз это говорила, но и Женя, и Чулпан для меня учителя. Чулпан, безусловно, проводник на территорию благотворительности. Женя — по многим и совершенно разным жизненным пунктам. А сама я немножко губка, впитываю в себя все, что вижу вокруг талантливого, умного, глубокого. Стараюсь не потерять это качество.

— Но медиа диктуют свои правила. Успех, связанный с вашей кинокарьерой, он разве не давит? Не заставляет вас, возможно неосознанно, вести себя иначе?

— Задирать нос у меня нет повода. Наверное, меня легко достать. Когда тебе на личной страничке начинают писать: «Ну и как вы занимаетесь благотворительностью, лицом светите?» Или: «Ну что, давайте встретимся где-нибудь, вы же не на метро поедете, а на «Мерседесе»? Нет, на метро, у меня даже карта «Тройка» есть. Вот такие вещи меня обижают. Потому что я совсем не тургеневская барышня. Я трудоголик. И ни в чем не ощущаю себя дивой. Играть в это, конечно, люблю. Прекрасно себя ощущаю в этом образе на сцене, в кино. Но не в жизни.
— Театр и кино занимают равноценное место в вашей жизни?

— За последние годы было больше кино. И фонда «Галчонок». Меня часто спрашивают, в чем разница между кино и театром. Очень хорошо сказал мой друг — в театр надо приходиться «подремонтничаться». Кино все-таки очень часто пользуется наработками театра. На сцене ты можешь одну и ту же роль интерпретировать много раз. В кино нужно каждую секунду выдавать результат. То есть каждый кадр как последний.

— Российское кино сегодня принято ругать. А что думаете о нем вы?

— Пускай меня заплюют оппозиционеры, но я не считаю, что все так критически плохо. Такие картины, как «Рай», «Викинг», «Дуэлянт», «Экипаж», та же «Битва за Севастополь»... почти каждую неделю выходят достойные премьеры. Они конкурентоспособны, прокатоспособны. Есть Звягинцев, наконец.

— Вы не считаете, что русское кино пытается быть похожим на американское, а русский театр — на западный театр?

— Мне кажется, у русского театра как раз свой путь. Он может пытаться стать по-



ЧАСЫ RADO CERAMICA, ЧЕРНАЯ И БЕЛАЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНАЯ КЕРАМИКА



Юлия Пересильд
в часах RADO
HyperChrome
Diamonds



Часы RADO HyperChrome
Diamonds, плазменная
высокотехнологичная
керамика, бриллианты

хожим на западный, но вряд ли у него это получится.

— Как вам кажется, чему нам стоило бы поучиться у Запада?

— Толерантности. В первую очередь к особенным людям. Не таким, как все. В Берлине, например, в какой-то момент дня в магазин ходят только люди на колясках. Это негласное правило, и оно работает. При этом у них везде пандусы, скаты. А у нас миллионы людей сидят взаперти. По пять-десять лет не выходят из квартир. Про какую веру, религию, про какое добро вселенское мы говорим, когда самого элементарного нет? Вот вам вопрос об оскорблении чувств верующих. Если чувства верующих можно оскорбить, то мои чувства оскорбляет факт отсутствия пан-

дусов. И оскорбляет гораздо больше, чем какие-то спектакли или картины, которые увидели максимум 250–400 человек. Страшно осознавать, что есть люди, нужные этой стране, а есть какие-то другие, ненужные.

В Нью-Йорке мы пришли в паб, где снимали фильм «Бердмэн», и я чуть не со слезами на глазах смотрела на двух женщин в инвалидных колясках, которые спокойно там сидели и пили пиво. В такие моменты становится обидно за свою страну. Мы же на самом деле добрые люди. У нас тоже есть чему поучиться. Щедрости, гостеприимству, умению делать что-то не по расчету, а по велению сердца.

— Каков главный минус профессии актрисы?

влекаю их внимание к нашей работе. Я стала чаще давать интервью по той же причине — чтобы говорили о «Галчонке». Чтобы наши люди перестали наконец бояться неизвестно чего и стали помогать.

— Как возникла потребность заниматься благотворительностью?

— У меня всегда был комплекс по поводу профессии. Так или иначе, ее суть — самолюбование. Благотворительность — осязаемый способ принести пользу другим людям. Чудовищно больно, когда говорят, что я ничего не делаю для того, чтобы помочь детям. В больницы к ним езжу редко. Но нужно понять одну важную вещь. Детям мои приезды не нужны. Детям нужны деньги на курсы реабилитации. Им нужны лекарства, адресная конкретная

— Сложный вопрос. Понимаете, это не столько профессия, сколько образ жизни. Отпуск в нашем случае — что-то эфемерное. Непрерывная работа в голове все равно идет. Думаешь о каком-то фильме или спектакле, невольно наблюдаешь за людьми. Стараешься запомнить какие-то моменты, препарируешь ситуации из жизни.

— Как в таком случае вы отдыхаете?

— Я очень люблю одиночество. Это, пожалуй, единственное, что дает мне шанс на передышку. Мне важно хоть немного времени побыть одной. Где угодно, в любом пространстве.

— Слово «карьера», оно из вашего лексикона? Вы ее выстраиваете осознанно?

— Самореализация — более точное слово. Карьера — это когда ты понял в 16 лет, что можешь быть звездой в Голливуде, и решил захватить мир. И с той минуты жизнь для тебя превратилась в соревнование. Нужно быть лучшим, нужно быть первым. Я никогда не была лучшей и никогда не была первой. Я считаю, что наша профессия не соревновательная. Она — познание себя.

— Вернемся к благотворительности. В чем заключается ваша работа в фонде «Галчонок»?

— Делаю все, что мне поручают, и все, что придумываю сама. Например, сделала спектакль, который собирает кассу (это прямые деньги в фонд). Встречаюсь с богатыми людьми, при-

помощь. Есть такое мнение — о том, что ты занимаешься благотворительностью, нельзя говорить. Это ерунда! Наоборот, надо говорить! Сегодня большинство сборов всех фондов — это деньги от людей среднего достатка. Это не сборы олигархов, как было пять-десять лет назад. Это частные переводы в 100 или 500 рублей. О чем это говорит? О том, что людям нужна информация. А я за эту информацию ручаюсь.

— Юлия, недавно вы стали посланницей бренда часов Rado. Какие у вас отношения со временем?

— Чрезвычайно сложные, иногда на уровне катастрофы. Я пытаюсь уместить в один день все свое расписание — встречи, концерты, спектакли, домашние обязанности. И еще желательно ночью куда-нибудь улететь.

— В рекламных кампаниях брендов вы редко участвуете. Почему сделали исключение для Rado?

— Я действительно очень осторожно отношусь к брендам. Люблю, чтоб было cool, но без всяких понтов. Однажды выбирала подарок другу, искала практичную добротную вещь. И выбрала часы Rado. А через какое-то время со мной связались представители марки с предложением. Не поверите, на мне не держались ни одни часы. Одни на мне останавливались, другие я потеряла. А здесь все сложилось. Часы отличные, они буквально стали продолжением моей руки. К тому же мне страшно понравилось, что Rado не нужны громкие пиар-акции. У бренда такой сдержанный стиль во всем. Это особый шик.

— На что вам не хватает времени?

— Здесь нужен целый список составлять. Я хотела бы выучить английский и французский языки, подтянуть немецкий. Не плохо бы начать водить машину, играть на фортепиано. Очень хочется заниматься вокалом, записать свой альбом. Не для продажи, а просто для того, чтобы дарить его знакомым. Мечтаю о собственной студии звукозаписи и комнате для репетиций. У меня целая банда талантливейших музыкантов и артистов. Хочется с ними сделать какой-нибудь проект. Вот возник спектакль «Стиховаренье». Вроде я поставила, как — не помню. (Смеется.) Оказалось, он очень нравится детям. Когда такое происходит, я счастлива. Хочу делать что-то подобное еще и еще. Вообще, мне кажется, главное — хотеть. А хочу я очень многого.

— А чего не хотите?

— Яхту не хочу.

— Без чего вы себя не мыслите?

— Без увлеченности и горения.

Беседовала Наталья Витвицкая

Сезон «весна-лето 2017»



МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ
БЛЕСК





КОРОТКИЙ ТОП

ДЕНИМ



3.1 PHILIP LIM



MOTHER OF PEARL



AALTO



SHARON WAUCHOB



EACH X OTHER



ESKHAUS LATTA



SAINT LAURENT



TOMMY HILFINGER



VETEMENTS



Y/PROJECT



VERONIQUE LEROY



стильтенденции



TEATUM JONES



BOTTEGA VENETA



EMILIO PUCCI



MAISON MARGIELA



BALENCIAGA

ЦВЕТНАЯ КОЖА



TIBI



MULBERRY



JIL SANDER



ВЕСЕННЯЯ
КОЛЛЕКЦИЯ
НА

WFCSHOP.RU

WFC
SHOP*

реклама 16+

*магазин

Душа карандаша

О книге «Dior by Mats Gustafson»

Натела Поцхверия |



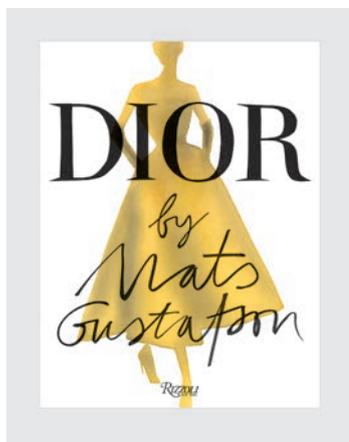
ПЛАТЬЕ JUNON, СЕЗОН «ОСЕНЬ—ЗИМА 1949», КОЛЛЕКЦИЯ MILIEU DU SIECLE. ©MATS GUSTAFSON

«Я ОБОЖАЮ работать руками, обожаю работать с бумагой. Это вдохновляет меня. Иногда влияние прошлого интереснее, чем прогресс и современность», — объясняет шведский иллюстратор Матс Густафсон свою тягу к рисунку. В продажу поступает альбом иллюстраций, которые художник создавал специально для Dior, и лучшего способа отпраздновать семидесятилетие дома не придумать.

Традиция приглашать иллюстраторов существует со времен самого господина Диора. Дизайнер доверил рекламную кампанию своих новых духов Miss Dior художнику (и как его сейчас называют — отцу модной иллюстрации) Рене Грюю. Тогда Грюю был лучшим. Сегодня лучший — Матс Густафсон. С ним дом Dior предпочитает работать последние четыре года.

В альбом вошли иллюстрации, которые Густафсон делал для бренда, включая те, что были опубликованы в корпоративном издании Dior Magazine, а также несколько новых работ, посвященных архивам дома. За тексты в книге отвечал знаменитый критик моды Тим Бленкс, и уж он-то постарался воссоздать во всех деталях взаимоотношения художника с домом.

«Часто тот или иной предмет гардероба становился популярным именно благодаря удачным иллюстрациям. Я бы не хотел, чтобы такое было с моими работами. Мне важно внимательно изучить все наследие дома и показать его во всем многообразии. Я не прорисовываю дотошно все детали





ВАР-КОСТЮМ, СЕЗОН «ВЕСНА—ЛЕТО 1947», КОЛЛЕКЦИЯ COROLLE. ©MATS GUSTAFSON



READY-TO-WEAR, СЕЗОН «ОСЕНЬ—ЗИМА 2015». ©MATS GUSTAFSON

«КОГДА ВЫРЕЗАЕШЬ ФОРМУ

и наклеиваешь на бумагу, она как будто становится еще четче и выразительнее»

платья, скорее, создаю образ, передаю впечатление, дух. Да, мои рисунки основаны на архивных фото, и я безумно счастлив, что мне доверили все это изучать и исследовать, — рассказывает Густафсон о своей работе с Dior. — Я обожаю работать с Рафом Симонсом. Его чистый, без следов ностальгии подход к наследию Dior меня вдохновлял. У него был очень интеллектуальный диалог с домом, за которым было интересно наблюдать».

Справедливости ради, Густафсон художником быть не планировал. Его привлекали кино и сцена, потому и учился он на курсе сценографии. Несколько его работ было опубликовано в шведском журнале, там их увидели сотрудники N&M и пригласили Густафсона рисовать для них. Потом рисунки попали на стол к знаменитому директору моды Vogue Грейс Коддингтон — правда, тогда она работала в британском, а не в американском издании; Грейс заказала Мату отрисовать все парижские коллекции для следующего номера, и пошло-поехало. Густафсон перебрался в Нью-Йорк и там работает по сей день иллюстратором. В послужном списке — «Vogue Британия», «Vogue Италия», Harper's Bazaar и другие влиятельные издания мира моды.

В 1980-х Густафсон предпочитал рисовать пастелью или карандашами. Его рисунки были графичными, с четкими линиями — того требовало время агрессивных силуэтов. Но когда на смену агрессии пришла романтика 1990-х, Густафсон расчихлил акварель, которую он, по собственному признанию, любит больше



ПЛАТЬЕ FRAC, СЕЗОН «ОСЕНЬ—ЗИМА 1949», КОЛЛЕКЦИЯ MILIEU DU SIECLE. ©MATS GUSTAFSON

других инструментов. Еще одна часто применяемая художником техника — коллажирование: «Когда вырезаешь форму и наклеиваешь на бумагу, она как будто становится еще четче и выразительнее. Но с этим приемом надо быть аккуратным, чтобы избежать безвкусицы».

Когда-то любая рекламная кампания была отрисована иллюстраторами. Сегодня рисованные кампании сродни провокации, все заменила фотография, но Густафсон не считает фотографов своими конкурентами: «Нам всем есть место в мире моды. Передо мной стоит совсем другая задача. Да, фотография стала главным языком общения в мире моды, но в иллюстрации есть душа, а это всегда востребовано».

HAUTE COUTURE, СЕЗОН «ВЕСНА—ЛЕТО 2014». ©MATS GUSTAFSON

«Мы радуемся каждому успеху» Международный директор Delprozo о возрождении бренда



У МАРКИ Delprozo, корнер которой недавно открылся в Boutique №7 в московских «Временах года», необычная история. Испанец Хесус дель Посо прославился в мире prêt-à-porter, а в начале 90-х ступил на парфюмерное поприще. После его смерти в 2011-м бренд выкупила компания Perfumes у Diseno, отважившаяся на большую авантюру: не просто перезапустить бренд под лаконичным названием Delprozo, но и переместиться из Мадрида в Нью-Йорк. Сантьяго Летамедиа рассказал о том, почему выбор был сделан именно в пользу американской модной столицы, какие трудности возникли во время перезапуска и как проходили поиски нового дизайнера.

— Как вы попали в Delprozo? Вы и раньше работали в модной индустрии?

— Начинать я в туристической сфере, в которой проработал много лет. К Delprozo я присоединился в 2012-м, когда мы купили компанию. Мы уже владели тогда парфюмерным подразделением Delprozo. Теперь я руковожу обоими направлениями: я международный директор и одежды, и парфюмерии. Компанию мы купили в конце 2011-го, то есть я в деле со дня основания фешен-подразделения.

— Давайте расставим все по местам. Delprozo — бренд имени покойного испанского дизайнера Хесуса дель Посо, которого трудился на модном поприще еще с середины 70-х. Как вышло, что бренд основали уже после его смерти?

— Хесус был великим дизайнером. К слову, сейчас в его родном Мадриде проходит прекрасная выставка его работ для Balenciaga. Это был очень талантливый человек, который, несмотря на поразительное качество и оригинальность его работ, никогда не пытался прославиться за пределами Испании. После его смерти мы решили выкупить компанию и перезапустить ее в виде prêt-à-couture с прицелом на международный рынок. Мы наняли испанца Жозепа Фонта в качестве креативного директора, а уже в сентябре 2012-го отправили наших моделей на мадридский подиум. И хотя это было наше первое шоу, мы уже знали: это будет наш первый и последний показ в Мадриде. Мысленно мы уже паковали чемоданы для переезда в Нью-Йорк.

— Что, на ваш взгляд, мешало Хесусу выйти на международную арену?

— В каждой истории успеха модной индустрии фигурируют два человека: талантливый дизайнер и не менее талантливый партнер. Тот, кто отвечает за финансовую сторону вопроса. Чтобы попасть в Нью-Йорк, Париж или куда-то еще, нужны день-

ги. За спиной дизайнера должна стоять целая команда людей, умеющих грамотно выстраивать экономические схемы. Мы постоянно видим одаренных дизайнеров, которым «не везет»: у них просто нет достойного партнера под боком. Так, наверное, было и с Хесусом. Но это не помешало ему проработать сорок лет, а его имени — стать одним из самых знаменитых и уважаемых в испанской моде.

— Название бренда тоже придумали вы?

— Да, Хесус работал под собственным именем, Jesus del Pozo. Мы решили последовать примеру других брендов и сократить название: раз Yves Saint Laurent теперь Saint Laurent, Christian Dior — просто Dior, то мы — Delprozo.

— Почему вы решили возродить бренд Хесуса, а не начать с чистого листа с новым дизайнером и новым именем?

— Назовем это нашей безумной мечтой. Моя команда любит браться за большие проекты, вроде этого. К тому же у нас уже была лицензия на парфюмерные изделия бренда, а это огромная составляющая на-



Коллекция Delprozo
сезона «ВЕСНА—ЛЕТО 2017»



шего бизнеса. И чтобы исключить любой риск, мы решили купить бренд целиком. А потом уже наша любовь к сложным проектам сыграла свою роль: мы просто не могли дать бренду умереть. Придя из мира парфюмерии, мы все были новичками в индустрии моды и загорелись идеей сделать в моде что-то совершенно новое.

— Хесус оставил какие-то указания по поводу того, как нужно продолжать дела его бренда?

— Нас в первую очередь интересовала возможность сделать что-то уникальное. Хесус тщательно прорабатывал не толь-

ко дизайн, но и крой своих вещей, и это осталось ключевым принципом нашей работы.

— Что было самым сложным в перезапуске бренда? Поиск достойного «капитана» в лице креативного директора?

— Да, поиски были долгими и сложными. В итоге мы отобрали 16 кандидатов: как испанцев, так и иностранцев. Среди них был Жозеп, у которого архитектурное образование. Можно взять любой пиджак из его коллекций, изучить, как он сконструирован, и понять, что он опирается как раз на то, чему его научили в университете. У него есть

одна черта, которая роднит его с Хесусом: он ничего не рисует, а все примеряет на манекене. Его отношение к выбору и работе с тканями очень отличает нас от других брендов. Не буду говорить, что мы лучше. Мы просто другие.

— Как вы начали осуществлять свой план покорения мира, определившись с названием и рулевым?

— У нас было два пути: в Париж или в Нью-Йорк. В Нью-Йорке всем плевать на то, откуда ты приехал и чем занимался прежде. Там всех волнует только качество твоего продукта. В Париже все намного сложнее. Все-таки моду придумали во Франции, и испанскому бренду там было бы очень нелегко. Мы приехали в Нью-Йорк в 2013-м, и в том же году о нас на первой полосе писали в The New York Times. Могло бы такое

(моя должность этого не позволяет), но часто слышу, как люди говорят, что Хесус был бы доволен изменениями, происшедшими с его брендом.

— Как вы выстраиваете отношения с дизайнером? Насколько вы вовлечены в работу над коллекциями?

— Проводим встречи, слушаем отзывы покупателей, организуем маркетинговые исследования. Разумеется, мы даем нашему Жозепу работать, без него у нас ничего бы не получилось. Но всегда слегка направляем его и напоминаем, что его дизайн должен быть практичным и коммерчески привлекательным. Нам всем нравится жить романтической мечтой о том, что мода — это творчество, но модная индустрия это...

— Индустрия, да. А что насчет мужской коллекции?

— Мы работаем только с женщинами и пока не планируем это менять. Как я сказал, мы пока делаем первые шаги. Только что открылись в Лондоне, вот приехали в Москву, но все это только начало. Вообще, мы вряд ли когда-нибудь выпустим мужскую коллекцию. Это нас не интересует.

— Дизайны Delprozo покорили мир своими яркими красками. Чем еще вы привлекаете внимание покупателей?

— Когда человек приходит в магазин незнакомого бренда и видит высокие цены, ему обязательно нужно объяснить, почему вещи столько стоят. И мы с радостью объясняем: рассказываем о наших тканях, о технологиях, о крое, о швах.

И клиент понимает, что речь идет о вещах от кутюр. Мы все кроим вручную, все наше производство находится в Испании, мы против дешевой рабочей силы.

— Вы переключились на Нью-Йорк и больше не участвуете в модной жизни Испании, но как обстоят дела у вас на родине?

— В Испании есть успешные бренды — Zara, Mango. Они везде. Но если говорить о высокой моде, в Испании много очень талантливых дизайнеров и очень мало талантливых бизнесменов, готовых вкладывать деньги в моду от кутюр. Что же касается нашего бренда, то в мире нас знают гораздо лучше, чем на родине.

— Хесус дель Посо когда-то основал фонд Jesus Del Pozo Foundation для помощи молодым дизайнерам. Он еще существует?

— Конечно. Мы всегда рады помочь юным дарованиям и пригласить их на работу в наше ателье. Нам всегда нужны работники, обладающие достаточными знаниями для того, чтобы справиться с нашими задачами. В Испании не всегда легко найти таких людей, поэтому у нас работают и англичане, и французы. Дизайнеров отбирает Жозеп, а остальная часть команды разъясняет новобранцам бизнес-вопросы.

— И наконец, что привело вас в Москву?

— Нам повезло найти московских партнеров, которые поняли наш бренд и решили помочь нам выйти на ваш рынок. Это команда Boutique №7. В этом бутике теперь есть наш корнер, где можно найти как вечерние платья, так и более универсальные вещи, которые будут актуальны даже зимой.

же случиться во Франции? Сомневаюсь. А из Нью-Йорка о нас уже узнали в других местах. В Париж мы тоже хотим приехать, но покаждем подходящего момента.

— К слову, о прессе. Заслужить расположение критиков — только половина успеха. Не менее важно соответствовать запросам покупателей и продать коллекцию. С этим проблем тоже не возникло?

— Врать не буду, у нас случаются сложные моменты, но в целом мы очень гордимся тем, как идут дела у Delprozo. Это новый бизнес, нам всего четыре года, поэтому мы радуемся каждому успеху. Начинать нужно с прессы: хорошенько «пошуметь», чтобы о тебе узнали. Поэтому первые коллекции ты делаешь скорее для журналистов, чем для покупателей: тебе нужно попасть на первые полосы. Но вот уже несколько сезонов назад мы смогли переключиться на коммерческие коллекции. В 2012-м у нас была только одна коллекция, теперь их уже четыре. Переход к производству коллекций на продажу был медленным, но успешным. Тут важно помнить, что если ты выставляешь на продажу пару штанов, то твоя параштанов должна быть уникальной. Иначе покупатель уйдет к конкурентам.

— Старые клиенты Хесуса все еще с вами?

— Кое-кто остался. Дело в том, что наши цены выше, чем при жизни Хесуса. Уровень производства у нас существенно повысился, поэтому ценовая политика тоже сильно изменилась. Сам не могу такого сказать

БЕСЕДОВАЛ МИХАЭЛЬ АГАФОНОВ

Золотые кружева и бриллиантовые кошки Женские коллекции SIHH 2017

Константин Старцев |

ЖЕНСКИХ коллекций часовые марки выпускают вчетверо меньше, чем мужских, и все же внимание часовщиков, а точнее, маркетологов к женской аудитории растет, что и продемонстрировала прошедшая недавно часовая выставка в Женеве. За последние десять лет покупательная способность женской аудитории, по оценкам британской исследовательской компании Euromonitor International, выросла на 15,2% (тогда как мужская — на 14,8%). Все больше женщин приобретают часы и драгоценности самостоятельно, хотя многие по-прежнему получают их в подарок. Вот что часовщики предлагают женщинам в нынешнем сезоне.



PIAGET

ALTIPLANO 34 MM

**GOLD LACEWORK
DOUBLE JEU**

FEATHER MARQUETRY



В этом году коллекции Altiplano исполняется 60 лет. Женские модели — диаметром 34 мм, ярко-розовых оттенков, которые плавно переходят из более насыщенных в более светлые. Корпус — из полированного белого золота или белого золота с бриллиантовым безелем. В него помещен калибр 430P (толщиной всего 2,1 мм) — наследник механизма Piaget 9P с ручным заводом.

Верхний модуль модели Altiplano Double Jeu, инкрустированный бриллиантами, украшен золотыми кружевами с радиальным орнаментом и бриллиантами огранки «маркиз». Нажатие на кнопку открывает узорчатую решетку, и перед глазами предстают часовая и минутная стрелки, управляемые механизмом 430P с ручным заводом. Для создания кружевного рисунка на пластинке из розового золота ювелир Сара Бран использовала заостренные резцы, контролируя правильность тончайшего узора при помощи циркуля-измерителя.

В 38-миллиметровый корпус из белого золота помещен калибр Piaget 430P с ручным заводом. Циферблат модели выполнен в технике маркетри из птичьих перьев. Мастер Эмили Мутар-Мартен тщательно подбирает их по чистоте цвета, плотности и текстуре. Затем перья промывают в мыльной воде, обрабатывают паром для придания прочности, обрезают вручную и разглаживают. После этого из них выкладывают узоры, чередуя контрастные оттенки. Готовый орнамент переносится на циферблат и дополняется кусочками серебряной фольги.

AUDEMARS PIGUET

DIAMOND OUTRAGE

Марка из Ле-Брасю продолжает свои экстравагантные ювелирно-часовые эксперименты. На этот раз в сегменте высокого ювелирного искусства были показаны две модели из белого золота, украшенные бриллиантами или сапфирами. Ювелирный браслет, напоминающий горную гряду с множеством пиков конической формы, в первом случае инкрустирован бриллиантами классической и багетной огранки общим весом 65,9 карата, а во втором — вес голубых сапфиров составляет 65,47 карата. Высота конусов достигает 40 мм. Механизм часов кварцевый, усложнений нет.



ROYAL OAK QUARTZ

Эти ювелирные часы представлены в двух вариантах — в розовом и белом золоте. Инкрустация образует хаотичный на первый взгляд рельефный узор из бриллиантов, который с циферблата и безеля переходит на браслет. Механизм кварцевый; указатель даты расположен на отметке «3 часа». Диаметр корпуса самый что ни на есть женский — 33 мм.



GIRARD-PERREGAUX

LAUREATO 34 MM

В 2017 году Girard-Perregaux возродил флагманскую коллекцию Laureato, выпустив множество вариантов не только для мужчин, но и для женщин. Модель с усложнением предлагается как с кварцевым, так и с автоматическим механизмом в корпусах четырех размеров, выполненных из стали, золота, комбинации стали и золота, а также с титановыми деталями. Диаметр 34 мм и толщина 7,75 мм придают часам Laureato 34 мм гармонию пропорций; плоский часовой механизм изготовлен на мануфактуре Girard-Perregaux. Именно Girard-Perregaux стала первым брендом, создавшим кварцевый часовой механизм для женских часов.



JAEGER-LECOULTRE

RENDEZ-VOUS
SONATINA LARGE

Коллекция Rendez-Vous появилась в 2012 году, а в этом она изменилась не только внешне, но и конструктивно. К звезде, перемещающейся по циферблату при помощи отдельной заводной головки, добавился удар молоточка. Теперь об отмеченном звездочкой времени, на которое назначено свидание, часы напомнят мелодичным ударом. Корпус Rendez-Vous Sonatina Large представлен в розовом или белом золоте с циферблатом аметистового цвета.



BAUME & MERCIER

PROMESSE

У этих часов синий циферблат и синий гляцевый ремешок из кожи аллигатора. Усложнение — фазы Луны. Корпус стальной, полированный, диаметром 34 мм, с кварцевым калибром Ronda 708. Бриллианты по безелю, а также на четырех часовых метках — 12, 3, 6 и 9. Циферблат защищен стойким к царапинам сапфировым стеклом с антибликовым покрытием.



PETIT PROMESSE

Уменьшенная версия Promise — в стальном корпусе диаметром всего 22 мм. Корпус украшен бриллиантами, еще два расположились на перламутровом циферблате, на 6 и 12 часах. Металлический полированный браслет (или цветной ремешок) дважды оборачивается вокруг запястья.





CARTIER

PANTHERE DE CARTIER

PANTHERE JOUEUSE

В прошлом году марка представила новую мужскую коллекцию Drive de Cartier, а в этом выпустила новую интерпретацию женской Panthere, знаменитой модели 1980-х, в разнообразных вариантах. Есть часы из стали, из желтого, розового и белого золота, биколорные и лимитированные, созданные с применением художественных техник и инкрустированные бриллиантами.

Тему пантеры — символа дома — и часовщики, и ювелиры обыгрывают разными способами. Индикация в этой модели осуществляется довольно замысловато: лапа пантеры указывает минуты, крупный бриллиант — часы. Создается впечатление, что кошка играет с мячом. В 40-миллиметровый корпус из белого золота помещен мануфактурный автоматический калибр 9918 MC с 48-часовым запасом хода. Пантера украшена бриллиантами общим весом 1 карат, ее глаза сделаны из двух изумрудов. Также драгоценными камнями покрыт корпус, ушки крепления ремешка и застежка.



ROGER DUBUIS

EXCALIBUR ESSENTIAL
36 AUTOMATIC

Этот год проходит у бренда под знаком его главной коллекции Excalibur — новинки созданы как для мужчин, так и для женщин. Женская версия выполнена в титановом корпусе с алмазоподобной отделкой диаметром 36 мм и украшена 48 сапфирами, гармонирующими с синим цветом циферблата. Впрочем, на мануфактуре вполне допускают, что часы понравятся и мужчинам, главное — успеть приобрести один из 28 экземпляров, которые будут выпущены.



ULYSSE NARDIN

HOURLSTRIKER PIN-UP

Новая лимитированная коллекция часов с жакемарами (движущимися фигурками на циферблате) в корпусе из розового золота или платины выпущена в 28 экземплярах. Миниатюрная танцовщица бурлеск-шоу обнажается, когда активируется механизм боя, а птица взмахивает крыльями. Движение крыльев синхронизировано с гонгом, отбивающим каждые час и полчаса. Функция движения жакемаров может быть активирована по запросу. Модель в классическом круглом корпусе диаметром 43 мм оснащена калибром UN-610 с функцией автотопозавода и 42-часовым запасом хода.



IWC

DA VINCI AUTOMATIC 36

Часы представлены в четырех вариантах: украшенная бриллиантами модель из 18-каратного розового золота и три модели в корпусе из нержавеющей стали, одна из которых с ободком, инкрустированным бриллиантами. Все часы оснащены калибром 35111, обладают водонепроницаемостью до 3 бар и запасом хода 42 часа.



DA VINCI AUTOMATIC
MOON PHASE 36

На выбор предлагаются три модели с посеребренным циферблатом: в корпусе из розового золота на ремешке из кожи аллигатора цвета бронзы, в корпусе из нержавеющей стали с 54 бриллиантами на ободке и с темно-коричневым ремешком из кожи аллигатора и модель в корпусе из нержавеющей стали на темно-синем ремешке из кожи аллигатора.



VAN CLEEF & ARPELS

**LADY ARPELS PAPILLON
AUTOMATE**

В новинке сложный модуль автомата заставляет бабочку на циферблате взмахивать крылышками в такт движениям руки владельца часов. Время отображается часовой и минутной стрелками малого циферблата, фоном для которого служит пасторальная миниатюра. Создание сцены, запечатленной на циферблате, потребовало применения различных декоративных техник, которыми в совершенстве владеют мастера Van Cleef & Arpels.



A. LANGE & SOHNE

LANGE 1 MOON PHASE

Саксонские часовщики не перегружают женские модели деталями, отдавая явное предпочтение функционалу. Модель Lange 1 интересна своим гильошированным циферблатом, индикатором фаз Луны, который сбалансировал смещенные часовую и минутную стрелки, традиционной большой датой и указателем запаса хода. Все это заключено в корпус диаметром 36,8 мм, изготовленный из розового золота. Астрономическая сложная функция индикации фаз Луны потребует коррекции указателя на один день лишь через 122,6 года.

SAXONIA

Коллекция Saxonia отличается минимализмом. В обновленной линейке циферблаты перламутровые. Корпус 35-миллиметровый, белого и розового золота. Ремешок из кожи аллигатора белого цвета имеет застежку из того же материала, что и корпус.



HEURE MARINE

Часы Heure Marine привлекают внимание двумя цейлонскими сапфирами общим весом 27,34 карата, имеющими огранку «сахарная голова» и насыщенный синий цвет. Два ряда сапфиров с мягкими переходами синего подчеркивают изгибы браслета, облегчающего запястье. Циферблат часов скрыт под бриллиантовой крышечкой, которая открывается нажатием на изумрудный кабошон.



MONTBLANC

**BOHEME
EXOTOURBILLON SLIM**

Montblanc впервые в своей истории представляет патентованный ExoTourbillon в женской коллекции часов Boheme, но не оснастил новые модели механизмом быстрой смены ремешка, позволяющим снять его простым нажатием кнопки без использования вспомогательных инструментов. У ювелирной версии центр циферблата выложен 144 бриллиантами общим весом около 0,531 карата, а bezель инкрустирован еще 58 камнями — 1,39 карата. Корпус диаметром 38 мм и толщиной всего 9,37 мм идеален для женского запястья.



**КОЛЬЕ-ПОДВЕСКА
CERF-VOLANT**

Эту модель с кварцевым механизмом отличает оригинальный способ индикации времени — стрелки движутся в направлении, противоположном привычному. Корпус подвешен на подвижной конструкции из бусин оникса. Цветовая гамма колье — черная шпинель и оникс, бриллианты и культивированный жемчуг с красными рубинами — повторена в декоре корпуса, украшенного ониксом, перламутром и рубинами в невидимой оправе, выложенными в форме воздушного змея. Крышечка в верхней части корпуса, под которой скрыт циферблат, открывается нажатием на рубиновый кабошон. На оборотной ее стороне находится зеркальце, в котором отражается циферблат часов. Только в зеркале можно увидеть движение стрелок в привычном направлении.



Раскрасить серые будни

О ярких Hublot Big Bang Broderie Sugar Skull Fluo

Натела Поцхверия |



НЕОНОВЫЕ цвета, санкт-галленская вышивка, цветные сапфиры, цавориты, керамика, титан и шелк — рецепт успеха новой коллекции Big Bang Broderie Sugar Skull Fluo часовой мануфактуры Hublot.

Вышивка для циферблата и ремешков изготавливалась на предприятии семьи Бишофф в швейцарском городке Санкт-Галлен. В конце XVIII — начале XIX века вышивка из Санкт-Галлена составляла 18% швейцарского экспорта. Сегодня предприятий, которые не оставили традиционное ремесло, не больше десятка. 90-летняя компания Bischoff — одна из самых уважаемых и крупных. Когда-то на зеленых полях перед фабрикой выбеливали лен, но технологии ушли далеко вперед, и выбеливать полотно на солнце уже нет необходимости. Сейчас компания сотрудничает с гигантами мира моды. К слову, именно кружева Bischoff украшали подвенечное платье Oscar de la Renta, в котором Амаль Аламуддин сочеталась браком с Джорджем Клуни. Работа с Hublot несколько лет назад для коллекции Big Bang Broderie стала первым совместным проектом кружевной фабрики с часовой мануфактурой — не только в истории этих двух брендов, но и в истории часового и кружевного дела в целом. Интегрировать вышивки в циферблат и на ремешок стало возможно благодаря особой технологии, которую изобрели на мануфактуре Hublot. Вышивка полностью защищена от любых внешних воздействий.

Корпус часов выполнен из керамики. На циферблате отчетливо видно изображение черепа. Цветочный узор на сагиновом ремешке часов с черепом, к слову, прекрасно сочетается.

«Красивые вещи из моды не выходят. Так же как изящные искусства и профессионализм. Hublot сочетает все эти три компонента» — так коротко и ясно охарактеризовал новые часы Рикардо Гвадалупе, генеральный директор Hublot. Четыре ярких цвета — кобальтовый синий, желтый цвет подсолнуха, яркий розовый и малахитовый зеленый выбрали для новой коллекции дизайнеры Hublot. Получилось ярко. «Это чтобы раскрасить серые будни», — уверяют создатели. Кстати, надо отдать должное мастерам мануфактуры Hublot. Цветовое попадание — в десятку. Ни один камень на циферблате и на безеле не отличается по тону от остальных.

В продажу поступит всего 100 экземпляров этих часов.



Морской характер Harry Ocean в воде и на суше

Константин Старцев |



КОЛЛЕКЦИЯ часов со свободно перемещающимися над циферблатом бриллиантами в исполнении швейцарской ювелирно-часовой марки Chopard получила название Harry Diamonds. Интересно, что в 1976 году — в год запуска коллекции — дизайнер Рональд Куровски посвятил ее мужчинам. Позднее, в 1993-м, директор ювелирного подразделения компании Каролина Шойфеле переосмыслила концепцию и сделала «счастливые бриллианты» фирменной чертой женских коллекций. И вот в 2017 году настал очередной переломный момент: модели Harry Ocean ориентированы на людей спортивных, ценящих элегантность и точность.

В течение почти 25 лет Harry Diamonds подчеркивают женскую элегантность и в часах, и в ювелирных украшениях, являясь одной из самых успешных коллекций. Новые Harry Ocean оценят любители морских путешествий и приключений. Создатели позаботились о том, чтобы часы органично смотрелись и на палубе яхты, и в шезлонге на курорте, и в приморском ресторане.

Стальной 40-миллиметровый корпус оснащен вращающимся в одном направлении рифленным двухцветным безелем, которым удобно пользоваться под водой. Насыщенный синий цвет циферблата напоминает о морских глубинах и контрастирует с белыми стрелками, покрытыми люминесцентным составом. Часовые метки и точка на безеле также светятся в темноте. Пять бриллиантов ассоциируются с пузырьками воздуха.

Модель предлагается в двух вариантах: в первом случае алюминиевый безель окрашен в синий и красный цвета, во втором — в синий и бирюзовый.

Механический калибр 01.01-С с автоматическим заводом для этих часов разработан и собран на мануфактуре Chopard во Флерье. Его диаметр 28,8 мм, толщина 4,95 мм. Корпус, защищенный со стороны циферблата сапфировым стеклом с антибликовым покрытием, а с другой — металлической крышкой с гравировкой, способен выдерживать давление до 30 бар, что означает внушительную степень водозащиты. Запас хода — 60 часов.

Часы Harry Ocean имеют только самый необходимый как на земле, так и под водой функционал: центральные стрелки часов, минут и секунд; апертура даты расположена на отметке «4 часа 30 минут».

Еще одна деталь, выдающая экстремальный характер Harry Ocean: впервые в истории коллекции женские часы оснащены ремешком NATO синего цвета, отлично переносящим неблагоприятные условия эксплуатации — яркое солнце и соленую воду.



CHOPARD
HARRY OCEAN

Любимый камень

О коллекции Dior et d'Opales

Катерина Перез |



2



3



4

ОЧЕНЬ долгое время бытовало поверье: опалы приносят несчастье. Современные ювелиры полагают, что это придумали их предшественники, которые не умели работать с этим относительно хрупким самоцветом. Сейчас ситуация другая, в последние десять лет опалы стали невероятно популярными. Они нашли применение во всех направлениях ювелирного искусства, с ними делают и простые украшения на каждый день, и предметы высокого ювелирного искусства. Именно на последних креативный директор Dior Joaillerie Виктоуар де Кастеллан сделала акцент в своей новейшей коллекции Dior et d'Opales.

Любовь к цвету нашла отражение в большинстве коллекций Виктоуар де Кастеллан, созданных для французского дома начиная с 1998 года. Вспомните безумный коктейль красок в собраниях Cher Dior и Granville, где сапфиры, рубины и изумруды были смешаны с разноцветными корундами, турмалинами, гранатами и бриллиантами. В Soie Dior оттенки были спокойнее, и тем не менее изделия с бесц-

ветными бриллиантами Виктоуар разбавила благородными цветными камнями. Кажется, что креативный директор Dior Joaillerie смешала всю драгоценную палитру своих прошлых коллекций в Dior et d'Opales с многоликим опалом — своим любимым драгоценным камнем.

Коллекция Dior et d'Opales впервые была представлена публике несколько месяцев назад в рамках Недели высокой моды в Париже. В нее вошло 27 ювелирных изделий, центральным элементом которых стали белые и черные опалы разной формы: овальные, каплеобразные, круглые, плоские и выпуклые. Они украсили кольца, браслеты, длинные серьги, кольца и циферблаты нескольких моделей часов. В коллекцию также вошло восемь браслетов, и это неслучайно: восьмерка была любимым числом Кристиана Диора.

Украшения Dior et d'Opales выполнены в белом, розовом и желтом золоте с использованием бриллиантов, сапфиров, рубинов, изумрудов, турмалинов, цаворитов, демантоидов, спессартинов и других драгоценных камней. Все они собраны в еди-



5



6

1. Серьги «Fascinante opale», белое золото, бриллианты и черные опалы
2. Часы Haute Joaillerie «Majestueuse opale», белое золото, бриллианты и светло-коричневый опал
3. Часы Haute Joaillerie «Exquise opale», белое золото, платина, бриллианты и черный опал
4. Кольцо «Etincelante opale», белое золото, бриллианты и черный опал
5. Часы Haute Joaillerie «Exquise opale», белое золото, платина, бриллианты, черные опалы, изумруды, бирюза, сапфиры и турмалины типа Параиба
6. Часы Haute Joaillerie «Captivante opale», желтое и белое золото, бриллианты, гранаты-цавориты, сапфиры, изумруды, черный опал, гранаты-демантиды, турмалины типа Параиба и желтые бриллианты



1



7. Серьги «Fascinante opale», розовое золото, бриллианты и белые опалы
 8. Часы Haute Joaillerie «Majestueuse opale», желтое и белое золото, бриллианты, черный опал, розовые сапфиры, гранаты-спессартины и гранаты-цавориты, изумруды, желтые сапфиры, аметисты, рубины и сапфиры
 9. Часы Haute Joaillerie «Exquise opale», розовое и белое золото, бриллианты, розовые и желтые сапфиры, светлый опал, гранаты-спессартины, фиолетовые сапфиры и рубины
 10. Кольцо «Petit Panache opale», желтое золото, бриллианты и черный опал
 11. Колье «Majestueuse opale», белое золото, платина, бриллианты и черный опал

11

10

ный букет, чтобы подчеркнуть богатство красок, которое впитали в себя опалы — самые таинственные камни на земле.

«Опалы — очень лиричные камни. Она позволяют очутиться в стране сказок и поверить в волшебство. Когда я смотрю на них, мне кажется, что я смотрю на землю из космоса, вижу океаны, архипелаги и отражение звезд в океане», — делится своими ощущениями Виктоар де Кастеллан.

Новые коллекции креативный директор Dior Joaillerie связывает с предыдущими посредством общих декоративных элементов, пока они полностью не исчерпают свой потенциал. Собрание Dior et d'Orales этому подтверждение, поскольку Виктоар де Кастеллан включила в него две подколлекции, которые кажутся знакомыми. Первая состоит из девяти изделий, продолжающих запущенную в 2013 году линейку Cher Dior. Она была похожа на узоры из драгоценных камней, увиденные через глазок калейдоскопа, или драгоценное кружево. Миниатюрный циферблат Dior et d'Orales инкрустирован бриллиантами в технике паве и скрыт под опаловой

крышечкой. Кстати, создательница часов с секретом предпочитает называть их не часами, а браслетами, показывающими время.

«В этой коллекции вы найдете отражение Cher Dior, однако на этот раз я решила включить в нее версию только из бриллиантов. На мой взгляд, отсутствие в них цвета подчеркивает опалы и создает иллюзию того, что они застыли в куске льда. Кажется, что разные его оттенки сосредоточились в капле воды», — рассказывает Виктоар де Кастеллан.

Вторая подколлекция состоит из шести колец и четырех пар серег с золотыми перьями, которые украшали часть изделий прошлогоднего собрания Dior a Versailles. И последние 8 из 27 изделий — это часы в стиле La D de Dior с довольно лаконичным циферблатом, представленным в виде плоского опала, окаймленного дорожкой из бесцветных бриллиантов круглой огранки.

Все украшения Dior et d'Orales выполнены в единственном экземпляре и уже поступили в продажу в разных странах.

Праздник цвета

Высокое ювелирное искусство Mercury

Катерина Перез |

ЧТО такое украшения High Jewellery? Почему выход новой коллекции такого уровня — долгожданное и значимое событие? Прежде всего это виртуозность во всем! Идея, создание эскиза, подбор драгоценных материалов и уникальных техник, мастерское воплощение задуманного в жизнь — штучные драгоценности проходят все эти этапы, благодаря чему каждое из них становится неповторимым. Именно так можно охарактеризовать изделия из новой коллекции Mercury High Jewellery.

История дома Mercury насчитывает 24 года, но его ювелирный бренд существует с 2015 года. Сейчас ювелирные коллекции представлены в четырех направлениях: Classic, Flower, Color и Heart. В своей новой коллекции бренд воплотил накопленный опыт, выпустив обширное собрание класса «Высокое ювелирное искусство». В него вошли кольца-солитеры классического дизайна, кольца и серьги в виде цветов, лаконичные теннисные браслеты с камнями, расположенными один за другим, и более замысловатые их версии, где центральные камни в ряду окружены бриллиантами. Добавьте к ним серьги с подвесными элементами и пусеты, колье в стиле «ривьера» и с кулонами — и получите всю драгоценную линейку высокого ювелирного искусства Mercury.

Как и наступившая наконец-то весна, коллекция восхищает обилием цвета. Для каждого украшения геммологи Mercury отобрали лучшие драгоценные камни, соответствующие высоким международным стандартам. В коллекцию вошли не только алые рубины, насыщенные изумруды, бархатно-синие сапфиры, чистейшие фантазийные и бесцветные бриллианты, но и редкий самоцвет александрит. Он прославился на весь мир редкой способностью менять цвет от зеленого до пурпурного в зависимости от освещения и угла зрения. В коллекции Mercury этот самоцвет овальной огранки и весом 3,38 карата фигурирует в кольце с бриллиантами огранки «груша» общим весом почти 6 карат.

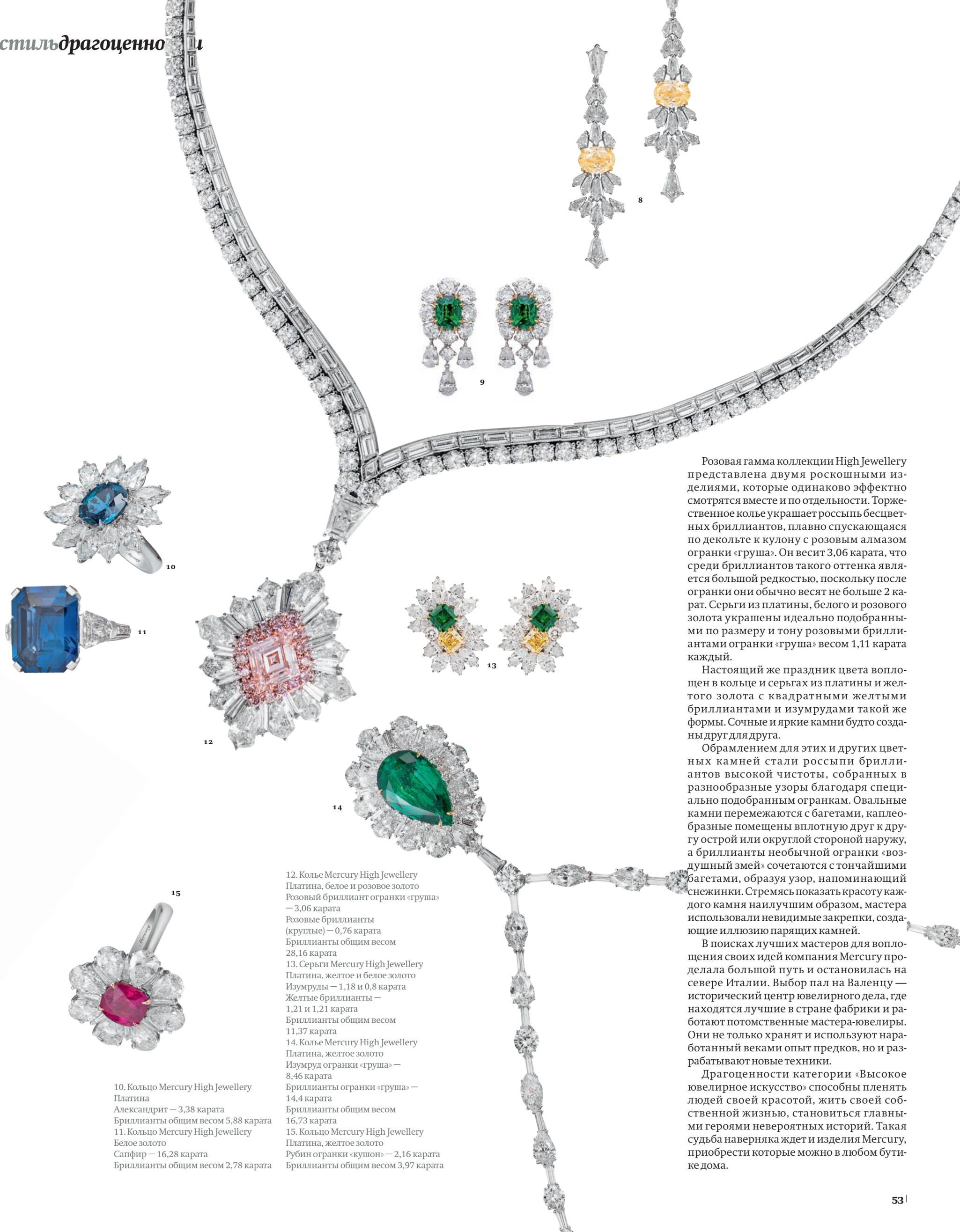
Любителям цветных алмазов хорошо известно, что их доля составляет 0,002% по отношению ко всем бриллиантам, добываемым в мире. А найти среди них действительно крупный, насыщенного цвета и идеальной чистоты бриллиант — настоящая удача. Поэтому стать обладателем такого камня — мечта не только коллекционеров, но и каждого ценителя истинной красоты.

Согласитесь, трудно сдержать восхищение при взгляде на кольцо из платины и желтого золота с желтым бриллиантом огранки «груша» весом 10,49 карата или желтый бриллиант огранки «кушон» 4,02 карата в кольце с белыми бриллиантами общим весом 4,03 карата.

1. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, белое и желтое золото
Желтые бриллианты — 3 и 3 карата
Бриллианты общим весом 6,42 карата
2. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, белое и розовое золото
Розовые бриллианты огранки «груша» — 1,11 и 1,11 карата
Розовые бриллианты — 1,34 карата
Бриллианты общим весом 5,99 карата
3. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, белое и желтое золото
Желтые бриллианты огранки «груша» — 8,02 и 7,02 карата
20 бриллиантов огранки «груша» общим весом 18,73 карата
Бриллианты общим весом 10,11 карата
4. Кольцо Mercury High Jewellery
Платина, желтое золото
Изумруд — 8,39 карата
Бриллианты общим весом 6,96 карата
5. Браслет Mercury High Jewellery
Платина
Сапфиры — 23,61 карата
Бриллианты общим весом 21,61 карата

6. Колье Mercury High Jewellery
Платина, желтое золото
Желтый бриллиант огранки «груша» — 6,01 карата
Желтые бриллианты
общим весом 0,94 карата
Бриллианты огранки «груша»
общим весом 6,58 карата
Бриллианты общим весом 29,49 карата
7. Браслет Mercury High Jewellery
Платина, желтое золото
Изумруды — 9,37 карата
Бриллианты общим весом 21,84 карата
8. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, белое и желтое золото
Желтые бриллианты — 4,65 и 4,04 карата
Бриллианты общим весом 15,38 карата
9. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, белое и желтое золото
Изумруды — 1,76 и 1,7 карата
Бриллианты общим весом 7,33 карата





Розовая гамма коллекции High Jewellery представлена двумя роскошными изделиями, которые одинаково эффектно смотрятся вместе и по отдельности. Торжественное кольцо украшает россыпь бесцветных бриллиантов, плавно спускающаяся по декольте к кулону с розовым алмазом огранки «груша». Он весит 3,06 карата, что среди бриллиантов такого оттенка является большой редкостью, поскольку после огранки они обычно весят не больше 2 карат. Серьги из платины, белого и розового золота украшены идеально подобранными по размеру и тону розовыми бриллиантами огранки «груша» весом 1,11 карата каждый.

Настоящий же праздник цвета воплощен в кольце и серьгах из платины и желтого золота с квадратными желтыми бриллиантами и изумрудами такой же формы. Сочные и яркие камни будто созданы друг для друга.

Обрамлением для этих и других цветных камней стали россыпи бриллиантов высокой чистоты, собранных в разнообразные узоры благодаря специально подобранным огранкам. Овальные камни перемежаются с багетами, каплеобразные помещены вплотную друг к другу острой или округлой стороной наружу, а бриллианты необычной огранки «воздушный змей» сочетаются с тончайшими багетами, образуя узор, напоминающий снежинки. Стремясь показать красоту каждого камня наилучшим образом, мастера использовали невидимые крепления, создающие иллюзию парящих камней.

В поисках лучших мастеров для воплощения своих идей компания Mercury проделала большой путь и остановилась на севере Италии. Выбор пал на Валенцу — исторический центр ювелирного дела, где находятся лучшие в стране фабрики и работают потомственные мастера-ювелиры. Они не только хранят и используют наработанный веками опыт предков, но и разрабатывают новые техники.

Драгоценности категории «Высокое ювелирное искусство» способны пленять людей своей красотой, жить своей собственной жизнью, становиться главными героями невероятных историй. Такая судьба наверняка ждет и изделия Mercury, приобрести которые можно в любом бутике дома.

10. Кольцо Mercury High Jewellery
Платина
Александрит — 3,38 карата
Бриллианты общим весом 5,88 карата
11. Кольцо Mercury High Jewellery
Белое золото
Сапфир — 16,28 карата
Бриллианты общим весом 2,78 карата

12. Кольцо Mercury High Jewellery
Платина, белое и розовое золото
Розовый бриллиант огранки «груша» — 3,06 карата
Розовые бриллианты (круглые) — 0,76 карата
Бриллианты общим весом 28,16 карата
13. Серьги Mercury High Jewellery
Платина, желтое и белое золото
Изумруды — 1,18 и 0,8 карата
Желтые бриллианты — 1,21 и 1,21 карата
Бриллианты общим весом 11,37 карата
14. Кольцо Mercury High Jewellery
Платина, желтое золото
Изумруд огранки «груша» — 8,46 карата
Бриллианты огранки «груша» — 14,4 карата
Бриллианты общим весом 16,73 карата
15. Кольцо Mercury High Jewellery
Платина, желтое золото
Рубин огранки «кушон» — 2,16 карата
Бриллианты общим весом 3,97 карата

История, которая становится будущим

О новой мануфактуре Bulgari

Елена Стафьева |



В ПЬЕМОНТЕ, в крошечном городке Валенца, где уже три века существует ювелирное производство, открылась Manifattura Bulgari. Эта фабрика одного из самых узнаваемых мировых ювелирных брендов должна стать самой большой в Европе: общая площадь трехэтажной мануфактуры с внутренним двором — 6000 кв. м, там уже работают 400 человек, а к 2020 году их будет 700. На новой мануфактуре теперь будут делать главные ювелирные коллекции, включая V.zero1, Serpenti, Diva, Bulgari-Bulgari и Parentesi.

На открытие приехали все — руководство Bulgari, друзья дома, журналисты, представители властей городских, региональных и центральных и даже церковных. Пресс-конференцию открывал CEO Bulgari Жан-Кристоф Бабен, а в конце выступил Никола Булгари, один из двух легендарных братьев Булгари, которые и сделали марку знаменитой.

Новая мануфактура состоит из исторического здания Cascina dell'Orefice и новой части из бетона и стекла, Glass House. Все вместе составляет суперсовременную конструкцию, которая выглядит практически арт-объектом, построена по всем экологическим и этическим правилам и к концу этого года должна получить международный сертификат LEED (Лидерство в энергетическом и экологическом проектировании).

Архитектор Лука Драго, партнер компании Open Project, которая занималась проектом, рассказывает, как создавалась новая мануфактура Bulgari.

— Как Bulgari сформулировала для вас задачу?

— Идея состояла в следующем: найти способ интегрировать архитектуру и производство таким образом, чтобы вы не ощущали себя на фабрике.

— Внутренний двор выглядит как терраса ресторана.

— Да, общая территория должна была иметь характерный итальянский вид. Но это все-таки производственный объект, и в стартовом брифе не было ничего похожего на то, что нас сейчас окружает. Однако мы понимали: это же Bulgari, и если они тратят на это столько денег, то их не устроит «обычная фабрика». И мы решили создать нечто более сложное. Примерно полгода мы провели, обсуждая с командой Bulgari, как здание будет функционировать. Тут есть логистика, есть секьюрити, есть золото, все перемещения которого должны быть минимизированы, а также система контроля, необходимо обеспечить чистоту производства, и в то же время люди, которые здесь работают, должны ощущать себя в комфортной среде. И мы стали развивать идею здания, выстроенного вокруг двора.

— Почему?

— Потому что нужен был естественный свет, естественная вентиляция и общий вид современного здания, а не «производства». Но мы никогда не теряли из виду идею мануфактуры — сразу видно, что это мануфактура, а не офисы. В то же время в



нашем распоряжении было историческое наследие — Cascina dell'Orefice, с которого начиналось ювелирное производство в Валенце в XIX веке. Здание не самое прекрасное сточки зрения архитектуры, но это часть истории, оно типично для этого региона. Кроме того, были еще и градостроительные резоны: это индустриальная зона, и здесь нельзя строить здания выше 7 м, а вокруг Cascina dell'Orefice мы могли построить здание той же высоты, как оно само. Таким образом, у нас были исторические и технологические причины сохранить его.

— Но оно еще эффектно контрастирует с окружающей стеклянной конструкцией.

— Да, Жан-Кристоф Бабен очень четко это сформулировал. Это был двойной концепт — истории, которая становится будущим. Конечно, стекло было выбрано еще и потому, что оно напоминает о гранях драгоценного камня, а также передает идею прозрачности и света. Мы должны были следовать бюджету, который был внушительным, но не безграничным, и нужно было реализовать поставленные задачи самым простым и самым дешевым способом. Мы использовали бетон, но построили вокруг некую оболочку, «кожу», как мы ее называем. Мы не Жан Нувель, Bulgari не строила музей, ей было нужно рабочее, индустриальное здание, но современным образом преобразованное.

— Насколько был важен именно итальянский дизайн?

— Мануфактура должна была стать воплощением нашего образа жизни. Только что я раз-



КОЛЬЦА BVLGARI.
КОЛЛЕКЦИЯ B.ZERO



DAVID ATIANI / L'ESPRESSO / BVLGARI



говаривал с Жан-Кристофом, и он сказал: «Кроме красоты я особенно ценю то, что люди чувствуют себя здесь как дома. На самом деле многие приняли решение работать тут, именно увидев мануфактуру». Так что здание это — маркетинговый инструмент. Оно продвигает бренд Bulgari, оно рекламирует Валенцу, которая не Рим и не Милан, то есть не то место, где все стремятся жить и работать, но эта штука приводит сюда людей. «Кожа» сможет покрыть все, что будет происходить со зданием в течение следующих лет, если нужно будет добавить к нему холлы, лестницы — все, что угодно. Чистые формы, ничего фантазийного, люди могут жить в нем нормальной жизнью и видеть мир вокруг: эта «кожа» прозрачна изнутри, но снаружи не видно то, что внутри. Об этом с самого начала беспокоился муниципалитет: «Как насчет оболочки? Мы не хотим, чтобы люди чувствовали себя как в тюрьме». И они специально приходили сюда с проверкой.

— Какие технологические проблемы вам пришлось решать?

— В самом начале это были подземные воды. Когда здание строится на склоне, вы не

ожидаете проблем с водой, но зимой шли сильные дожди, и мы вынуждены были построить нечто вроде ванны вокруг здания, чтобы полностью изолировать его от подземных вод. Но в основном мы сосредоточились на вентиляции и качестве воздуха, на освещении и на зонах отдыха — если у сотрудников есть 5–10 минут, они могут выйти во двор, но и внутри есть много зон отдыха.

— Какие источники энергии и воды тут задействованы? Они возобновляемые?

— Да. Здесь стоят солнечные батареи. Но вместо того чтобы пытаться получить как можно больше солнечной энергии, что в Пьемонте не так-то просто, мы строили здание, которое будет меньше потреблять. Мы фильтруем использованный воздух, мы очищаем и заново используем воду, в том числе дождевую, — для туалетов, для полива. Это smart building, здесь много современных берегающих технологий.

— На пресс-конференции сказали, что здание в основном сделано из местных материалов.

— Да. Это LEED, который заставляет использовать местные материалы. 90% материалов, использованных при строительстве, добыто в пределах 300 км от мануфактуры. За исключением дерева, которое привезено из Словении. И это тоже требования LEED: нужна была древесина, выращенная и обработанная самым безопасным для окружающей среды способом.

— А как выстраивался интерьер?

— Мы работали вместе с интерьерной студией Bulgari. Это не бутик, средств на интерьер было отведено не так уж много, но мы обсуждали с ними каждую идею. Например, тут, в конференц-зале, сначала должно было быть гораздо больше дерева, но мы отказались от него, чтобы не допустить перерасхода бюджета. И в конце концов мы решили, что он будет перекликаться с одной из комнат магазина на Via Condotti, и нам помогли с этим именно люди из Bulgari. Здесь такая фактура стен, которая создает движение света, таким же образом обработан фасад Cascina dell'Orefice. Мы старались найти компромисс между нашим бюджетом и их дизайном.

Дом духов

О музее парфюма в Париже

Лидия Агеева |



СБОР РОЗ В МАЕ.
ПЕРВАЯ ЧЕТВЕРТЬ
XX ВЕКА

РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ
ПАРФЮМЕРНОЙ МАРКИ
GELLÉ FRÈRES ИЗ
КОЛЛЕКЦИИ МУЗЕЯ



В КОНЦЕ декабря в Париже в особняке XVII века на улице Фобур-Сент-Оноре, прямо напротив гостиницы Bristol и в двух минутах ходьбы от Елисейского

дворца, открылся Большой музей парфюма. Особняк когда-то принадлежал семье графа Пьера Луи Рёдерера (знаменитый производитель шампанского Луи Рёдерер был его кузеном), а до недавнего времени по этому адресу располагался бутик марки Christian Lacroix. Теперь же, а точнее с 22 декабря, здесь находится музей парфюма, который за два месяца работы уже успели посетить 35 тыс. человек.

Но разве можно показать то, что нельзя увидеть? И как сделать постоянную экспозицию из запахов? «Парфюмер — это художник. Наша идея состоит в том, чтобы рассказать историю парфюма его глазами, точнее обонятельными ощущениями, поэтому наша постоянная экспозиция построена вокруг 70 ароматов, и посетители могут почувствовать запах каждого из

них», — рассказывает одна из основательниц музея Сандра Армстронг. Именно ей и ее бизнес-партнеру Гийому де Моссьону два года назад пришла идея подарить Парижу новый музей, где об искусстве парфюмерии будут не скучные лекции читать, а рассказывать интерактивно, то есть где все можно будет не только увидеть, но и понюхать. Найдя финансирование, получив поддержку Французского синдиката парфюмерии и согласие мэра города Анн Идальго, идею, еще недавно казавшуюся безумием, они сумели претворить в жизнь. «От наших конкурентов — музея Fragonard и музея парфюма города Граса — нас отличает то, что мы независимы. Мы не принадлежим ни одной марке, нам не нужно государственное финансирование. К тому же мы предлагаем абсолютно новый под-

ход к рассказу о профессии: наш музей — это гимн парфюмерам и их искусству».

Большой музей парфюма — это три этажа особняка и сад площадью 1,2 тыс. кв. м. Сейчас на зеленой лужайке разместили инсталляцию, посвященную «Ангелам» Mugler. Знаменитый аромат во флаконе в форме звезды отмечает юбилей — в этом году ему исполняется 25 лет. В будущем здесь собираются поставить теплицы с цветами, которые найдутся на грани исчезновения.

Экскурсия по музею начинается с самого нижнего, полуподвального этажа. Эта часть экспозиции посвящена роли парфюмов в истории, и Сандра называет ее самой академической. История ароматов рассматривается через призму исторических персонажей. Наполеон Бонапарт расходовал на себя более 4 л парфюма в месяц: им-



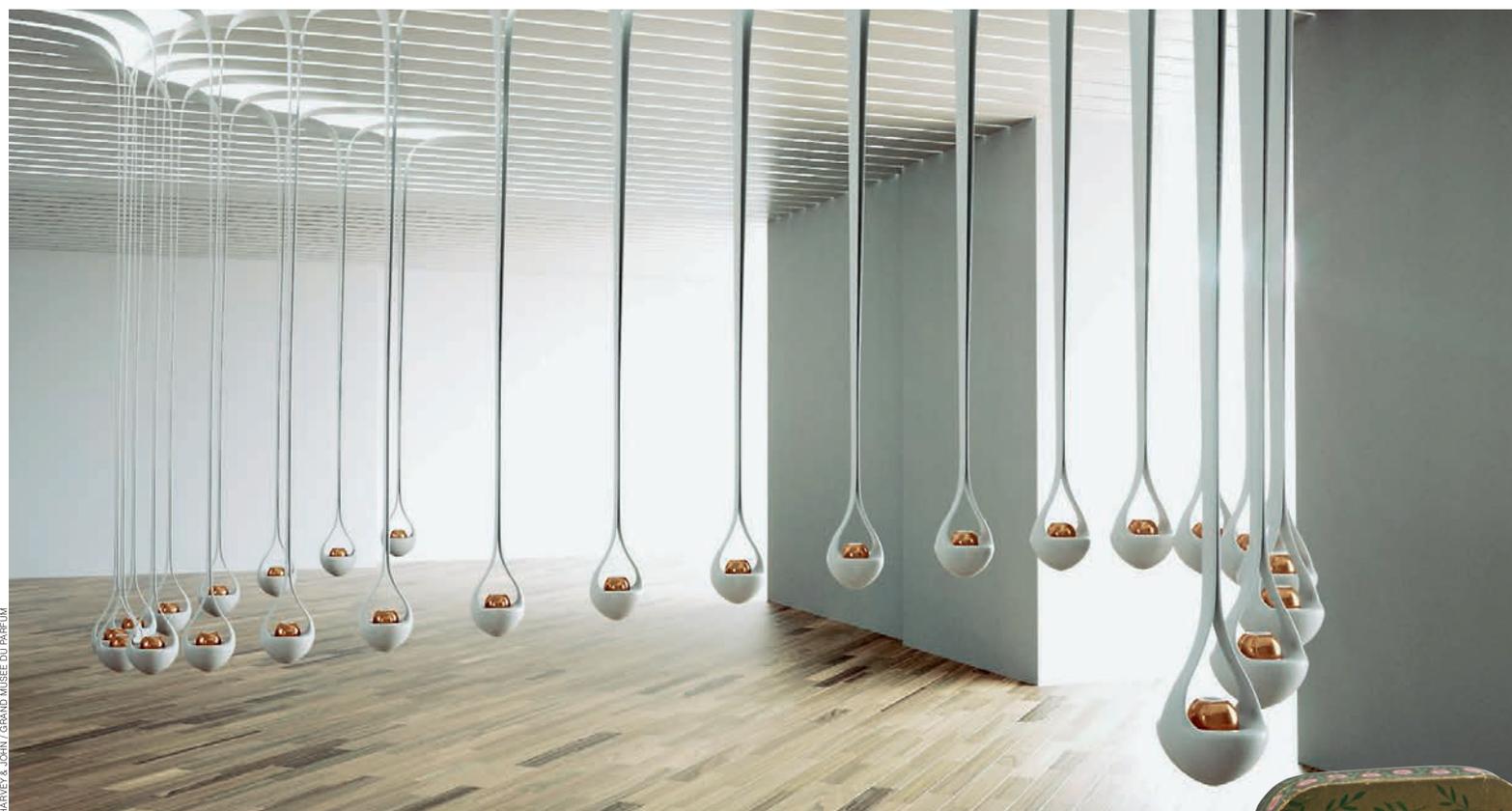
МУЗЕЙ РАСПОЛОЖЕН
В ОСОБНЯКЕ XVII
ВЕКА НА УЛИЦЕ
ФОБУР-СЕНТ-ОНОРЕ

«МЫ ПРЕДЛАГАЕМ
абсолютно новый подход
к рассказу о профессии:
наш музей — это гимн
парфюмерам и их искусству»

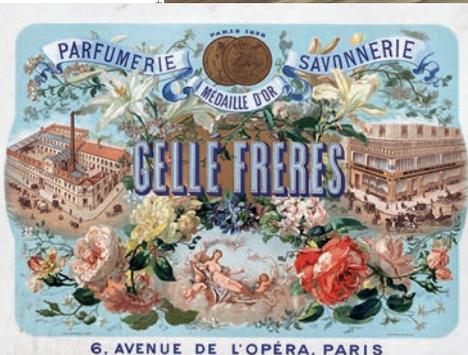
ПАРИЖСКИЙ БУТИК
ЛУИ ТУССЕНА
ПИВЕ, ОДНОГО ИЗ
САМЫХ ПЕРВЫХ
ПАРФЮМЕРОВ



В КОЛЛЕКЦИИ
МУЗЕЯ
БОЛЬШЕ
70 АРОМАТОВ



HARVEY & JONNY / GRAND MUSÉE DU PARFUM



MUSEE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE, GRASSE - FRANCE

РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ
ПАРФЮМЕРНОЙ
МАРКИ CELLE FRERES
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ МУЗЕЯ

ФЛАКОН
И УПАКОВКА
АРОМАТА
LA ROSE DE ROSINE
ПОЛЯ ПУАРЕ,
1912 ГОД



ператор не только душился одеколоном, но и пил его во время военных походов, чтобы защитить организм от инфекций на случай ранения в бою. А Казанова называл главным секретом покорения сердца женщины платок, надушенный его любимым сладким ароматом с нотами ванили и розы.

В соседней комнате — гордость музея: самый первый парфюм в истории человечества, священный аромат под названием «кипи» (в оригинале — *kuphi*). Его изобрели в Древнем Египте и воссоздали через 5 тысяч лет по рецепту, найденному в одной из гробниц во время знаменитой экспедиции Наполеона 1799 года. Чтобы узнать, как пахли священные древние духи, посетителям нужно подойти к большой пластиковой чаше и нажать на кнопку. Аналогичным об-

разом можно перенестись в Версаль эпохи Людовика XIV и узнать, какие ароматы были тогда популярны при дворе.

Еще один важный момент в истории парфюмерии — вклад, который внесли в развитие индустрии великие парижские кутюрье. Это они сделали Париж столицей парфюмеров всего мира. В музее собраны флаконы из-под духов начала XX века: например, от аромата Rosine Поля Пуаре, первого парижского кутюрье, который задумал выпускать духи в 1911 году. Он назвал аромат в честь дочери, но, к сожалению, парфюм не имел должного коммерческого успеха, в отличие от самого знаменитого аромата в мире — Chanel N°5. Мадемуазель первой догадалась: для того чтобы привлечь внимание к духам, на-

деяние — свое собственное. Флакон 1921 года от самой первой версии духов Chanel N°5 тоже можно увидеть в музее.

Экскурсия продолжается, первое, что видишь, поднимаясь на следующий этаж, — букет алых роз. Так начинается погружение в мир обонятельных ощущений. «Что может быть интереснее интерактивных игр, когда все можно попробовать? А если не хочется ничего нюхать, можно просто читать описания или смотреть видео. Мы ни на чем не настаиваем, выбирайте то, что нравится, главное — проводить время с удовольствием и пользой для себя. А мы позаботимся о том, чтобы для каждого посетителя в наших стенах нашлось что-то интересное».

На верхнем этаже — заключительная часть экспозиции: «Искусство парфюме-

ра». Тут можно посмотреть видео, в которых известные парфюмеры раскрывают секреты профессии и детально объясняют, как создаются духи. На этом же этаже есть темная секретная комната, где постоянно играет музыка: ноты парфюма сопоставимы со звуками, поэтому у парфюмеров принято не нюхать, а «слушать» аромат как мелодию.

Напоследок Сандра предлагает зайти в парфюмерный магазин, расположенный на первом этаже особняка. Здесь по результатам ваших наблюдений (на входе в музей каждому посетителю дают электронный дневник — нужно проводить по экрану вправо, если аромат нравится, и влево, если нет) специалисты помогут вам подобрать новый парфюм — тот, который вам совершенно точно понравится.

ФЛАКОН И УПАКОВКА
АРОМАТА FLORAMYE
ПАРФЮМЕРНОГО ДОМА
L.T. PIVER, 1905 ГОД



PROJECTILES ARTE FACTORY / GRAND MUSÉE DU PARFUM



«САД ЗАПАХОВ» —
ГЛАВНАЯ
ИНТЕРАКТИВНАЯ
ЧАСТЬ МУЗЕЯ.
ДИЗАЙН
АРХИТЕКТУРНОГО
БЮРО PROJECTILES

Приют аристократа

О лондонском отеле The Lanesborough

Владимир Гридин |



ОБВЕТШАЛОЕ здание госпиталя XVIII века превратили в гостиницу в 1990 году, но отель получился таким темным, что не снискал популярности у туристов. Закончившееся два года назад масштабное переустройство превратило его в жизнерадостный гимн дендизму и временам Регентства и ввело в число лучших гостиниц Лондона.

Расположенный между Букингемским дворцом, на который можно любоваться из сигарной комнаты и с террасы, и Гайд-парком, отель браво смотрит роскошным белоснежным фасадом на новый век, в котором комфорт и технологичность давно стали насущной необходимостью. Котелок метрдотеля, пятиминутный чай, подлинники Рейнолдса и фарфор Wedgwood отвечают здесь за традиции. К ним же стоит отнести и сочиненный дизайнером Альберто Пинто интерьер.

Итальянец снял темные деревянные панели и выкрасил стены в оптимистические оттенки, вполне отвечающие вкусам знаменитого денди Джорджа «Красавчика» Браммела. Подход эстета и бережное отношение к старому доброму прошлому — вот принципы, согласно которым оформлены 93 роскошных номера, включая 43 сьюта. Классические гардеробные

шкафы, антикварные письменные столы, картины — все это в стиле XIX века, но не исключает присутствия современных технологий. Каждый номер оборудован панелью управления заказом услуг и ночной подсветкой. Ключ от входной двери открывает ее дистанционно. В ванных комнатах, облицованных итальянским мрамором, представлена косметика, разработанная известным английским парфюмером Roja Dove специально для The Lanesborough.

The Lanesborough предоставляет постояльцам услуги личного дворецкого. Это первый отель в Лондоне, где все гости при бронировании номера любой категории могут обращаться за помощью к батлеру 24 часа в сутки.

В 450-метровом The Royal Suite семь спален, семь ванных комнат, две гостиные, столовая и кухня. Через величественные двойные двери The Royal Suite гости попадают в просторный холл и далее в светлую

гостиную, из огромных французских окон которой открывается вид на арку Веллингтона и сады Букингемского дворца. Стол в обеденном зале можно накрыть на 12 гостей. Столовая соединена с кухонным уголком и имеет отдельный вход для батлера. Сьют может быть забронирован с любым количеством спален. При бронировании всего номера с семью спальнями отель предоставляет бесплатные трансферы в аэропорт на Rolls-Royce Phantom.

Ресторан Celeste, которым руководит ученик Эрика Фрешона из парижского Le Bristol Флориан Фаварио, предлагает высокую французскую кухню с тонкими британскими нотками: здесь используют только местные продукты. Ресторан находится в красивой стеклянной оранжерее, которая днем наполнена ярким солнечным светом, а вечером освещение усиливается сиянием хрустальных канделябров.

Бар отеля стилизован под традиционный английский клуб: вдоль стен с дубовыми панелями установлены узкие стеллажи с книгами в кожаных переплетах, помещение обставлено мягкими диванами и каминными креслами. Здесь можно попробовать коньяки из Liquid History — коллекции старейших марочных коньяков, некоторым из них больше 200 лет. Еще одна выдающаяся коллекция ждет дегустации в The Garden Room. В самом первом и самом роскошном сигарном салоне Найтсбриджа собраны лучшие кубинские сигары, в том числе произведенные до эпохи Фиделя Кастро. Если сигары вдруг потребуют подходящего к ним гардероба — знаменитый Harrods рядом, всего в нескольких минутах ходьбы от The Lanesborough.



Исторические ценности О путешествии в Aman Venice

Владимир Гридин |

ЭТОТ отель — настоящая сокровищница, наполненная музейными экспонатами. Он занимает палаццо Пападополи, особняк XVI века на берегу Гранд-канала, в нескольких минутах ходьбы от главных достопримечательностей Серениссимы. От аэропорта сюда 35 минут на лодке, а от железнодорожных станций и вовсе меньше четверти часа. В 2014 году была проведена реновация отеля, и Aman Venice получил премию в области культурного наследия за лучшую реставрационную работу Италии.

Чтобы в полной мере оценить красоту старинного здания, стоит отправиться на ужин в ресторан, за кухню которого отвечает мишленовский лауреат Давид Ольдани. Шеф подает свои блюда в роскошных декорациях: шелковые обои, старинные гобелены, потолок расписан Тьеполо. Последний великий представитель венецианской школы живописи жил в палаццо в XVIII веке, и его фрески украшают не только плафон красного обеденного зала отеля, но и стены некоторых номеров. В хорошую погоду, кстати, стоит ужинать на открытом воздухе. В XIX веке семья Пападополи разбила на месте соседних зданий два сада, которые сегодня входят в число немногих частных озелененных территорий города. Aman Venice приобрел славу лучшего в городе места для ужина на открытом воздухе, где виды на Гранд-канал дополняют блюда от Ольдани, приготовленные из продуктов, которые ежедневно закупаются на рынке Риальто.

В отеле всего 24 номера, в каждом спальня и гостиная зоны. Интерьеры, представляющие историческую ценность, были деликатно меблированы архитектором и дизайнером Жан-Мишелем Гатти. Виды на садовую террасу и Гранд-канал открываются из изысканно декорированного люкса Maddalena Stanza с фресками на потолке. Не меньшее впечатление производит номер Paradoroli, а люкс Sansovino украшают исторический декор



и камин XVI века работы Якопо Сансовино, друга Тициана и главного архитектора Венецианской республики. Оригинальные детали, в том числе камин, позолоченное зеркало, деревянные двери и веерное окно и достойные полотен Каналетто виды на Гранд-канал, — особенности Grand Canal Suite. Больше ста метров занимает Alcova Tiepolo Suite с видом на сад, фресками Тьеполо, позолоченными потолками, камином и расписанной вручную гостиной в китайском стиле.

Такая торжественность и в то же время камерность — залог того, что Aman Venice с его почти домашней атмосферой идеально подойдет для особых случаев. Приватный ужин в зале с золоченым декором галантного века потребует немного, а вот вечеринка в саду на берегу Гранд-канала или банкет в балльном зале возможны только при полной аренде отеля. При этом в распоряжении гостей оказываются все залы главного этажа.

Aman Spa предлагает фирменные процедуры Aman и Salsomaggiore Terme — одного из наиболее знаменитых спа-регионов Италии. Они доступны не только гостям, но и не проживающим в отеле посетителям. Восстановиться после перелета можно в фитнес-студии отеля или на крыше. Терраса с панорамными видами на Светлейшую — идеальное место для медитации и занятий йогой. А в библиотеке, отделанной кожей и сусальным золотом, собраны старинные книги и современные издания, прошлое здесь встречается с настоящим.

Проект «Красота»

Лазерные технологии в Pride Wellness Club

Владимир Гридин |



лет. Каждая процедура длится около часа и состоит из двух этапов: непосредственно лазерного воздействия и лазерного вакуумно-роликового массажа. Это обеспечивает наиболее выраженный и долгосрочный эффект. Вакуумно-роликовый массаж, совмещенный с лазером, улучшает микроциркуляцию, лимфоток, снабжение тканей кислородом, а также стимулирует синтез коллагена. В общем, это мощный инструмент для лимфатического дренажа, выведения жирных кислот, борьбы с целлюлитом и растяжками, восстановления упругости кожи. Результат ощутим после первой же процедуры, и это лучший стимул для обновления организма. Любопытно, что перед началом курса iLipo замеряет соотношение жировой и мышечной массы пациента для последующего интерактивного анализа.

PRIDE Wellness Club на берегу Москвы-реки занимает 7 тыс. кв. м. Тут есть открытый и закрытый бассейны, лужайки для занятий йогой и стретчингом, открытые и закрытые теннисные корты, открытые спортивные площадки, просторные фитнес-зоны, залы индивидуальных тренировок и комплекс Pride Beauty & SPA. Уход за волосами, маникюр и педикюр, эстетическая косметология, инъекционные методики, массаж, термальный комплекс — тут есть все, от новинок и бестселлеров Anne Semonin до таких эксклюзивных услуг, как неинвазивная (не травмирующая кожу) коррекция тела на аппарате iLipo третьего поколения.

Технология iLipo принадлежит британской компании Chromogenex. Это процедура лазерного липолиза. Лазер iLipo действует только на содержимое жировых клеток, запуская процесс расщепления жиров на простые соединения (триглицериды, жирные кислоты и воду). Пores клеточной мембраны расширяются, и продукты расщепления жиров попадают в лимфатическую систему. Она собирает и переносит их в соответствующие ткани, чтобы трансформировать в энергию во время повышенной нагрузки. Дополнительные лазерные диодные датчики во время процедуры устанавливаются на лимфатические узлы обрабатываемой области, чтобы оптимизировать лимфатическую стимуляцию. Другими словами, процесс, запускаемый iLipo, идентичен тому, который включает организм для пополнения запасов энергии.



Лазер воздействует локально только на жировые клетки, для окружающих тканей он безвреден. Лазерный липолиз не вызывает неприятных ощущений, поэтому его часто используют для удаления жира с таких чувствительных областей тела, как лицо или внутренняя сторона бедра. Именно поэтому многие врачи называют iLipo «умной альтернативой липосакции».

Процедура iLipo безболезненна, чувствуется лишь приятное тепло от воздействия лазера. Если вы увлекаетесь йогой, то можете медитировать. Кто-то, пользуясь спокойной обстановкой, разговаривает по телефону, кто-то читает книгу, кто-то дрем-

Специалисты Pride Beauty & SPA рекомендуют проводить процедуры на аппарате iLipo-3 курсом 8–10 процедур. Для улучшения результатов перед процедурой липолиза рекомендуется душ Шарко или гидромассажная ванна, а после назначается двадцатиминутная миостимуляция или часовая спортивная тренировка. Терять сантиметры там, где хочется, с iLipo легко, не зря аппарат награжден главной французской премией в индустрии красоты Les Victoires de la beauté в номинации «Лучшая процедура для похудения» (Best Slimming treatment) за высокую эффективность.



Внимание к деталям Идеальный ужин в Maritozzo

Владимир Гридин |

МАРИТОЦЦО в Италии называют булочку, в которую женихи по традиции прятали кольцо невесты перед помолвкой. В ресторане на Патриарших она появляется на каждом столе в хлебной корзине. Этот большой классический ресторан с винотекой почти на четыре сотни позиций, камином и винным баром стал несимметричным ответом на общую тенденцию к демократизации кухни. Сюда стоит идти, чтобы выгулять важных партнеров по бизнесу или новое платье в лишенных кричащей роскоши интерьерах, достойных настоящего итальянского аристократа.

Акцент в винной карте сделан, конечно же, на Италию, но без Старого и Нового Света не обошлось. Цены начинаются от 2,5 тыс. руб. за бутылку и от 550 руб. за бокал. Меню выглядит сдержанно: четыре раздела, шесть–восемь позиций в каждом. Такая умеренность сообщает о внимании, которое итальянские шефы заведения, а их тут сразу несколько, уделяют качеству ингредиентов и точности приготовления.

Кухня ресторана основана на простых традиционных блюдах Италии, но в каждом из них есть тонкости, ради которых стоит повторить азы. Тартар из говядины сопровождается песто из брокколи и прихваченный во фритюре желток — оболочка у него становится хрустящей, а центр остается жидким. Фаршированная фуа-гра говядина с пастой из трюфеля, чеснока и анчоусов alla Nociа — ремикс знаменитого турнедо Россини, сочиненного знаменитым композитором в перерывах между «Итальянкой в Алжире» и «Севильским цирюльником». Хрустящий канноло начиняют фисташковым муссом вместо рикотты — этот знаменитый сицилийский десерт больше нигде в Москве так не готовят.

Бренд-шеф ресторана Андреа Сантилли на вопрос об идеальном ужине в Maritozzo отвечает обстоятельно: «Мой ужин в ресторане Maritozzo состоял бы из пяти блюд — люблю, когда можно попробовать разные вкусы. И я обязательно взял бы две закуски. Мне вообще очень нравится этот вид блюд — помогает освежить рецепторы и задать настроение всему ужину.



Первым делом — сырые артишоки с лимоном и мятой. У них очень короткий сезон: с декабря по май максимум, и на февраль–март приходится пик этого сезона, его не стоит упускать. Эта закуска очень простая, но вкусная и легкая. Для меня это идеальное начало ужина.

Второй закуской стали бы сырые сицилийские креветки, сладкие, крупные и очень нежные. Мы подаем их с нутто и пеной карбонара — из яиц с сыром пекорино и черным перцем. Сочетание необычное и, конечно, очень вкусное.

На первое — паста. Мне нравится наше новое блюдо, квадруччи, фаршированные сицилийскими анчоусами. Этот вид пасты встречается в ресторанах довольно редко, потому что требует большого труда — это очень маленькие равиоли, размером примерно с ноготь мизинца. Мы придумали им элегантное сопровождение — тартар из устриц и пену из козьего сыра. Они да-

ют “морской вкус” и прекрасный аромат. В качестве основного блюда стоит заказать куропатку. Здесь сразу несколько видов мяса: грудка и открытый равиолло с фаршем из ножки и печени куропатки — отлично сбалансирует ужин, начатый с морепродуктов. Сочетание дичи с кислым зеленым яблоком и пряной пудрой из специй мне кажется очень удачным: одновременно освежающим и сытным.

А на десерт закажите холодный кокосовый суп с маракуйей и шоколадным мороженым. Тут я даже рассказывать ничего не буду — просто попробуйте, и сами все поймете».

Обновленное меню ресторана стало смелее, сложнее и элегантнее. Если полгода назад это была традиционная итальянская кухня из очень хороших продуктов, то сейчас в ней стало больше изобретательности, живости, импровизации, всего того, что понятно повидавшим итальянские виды заведений Maritozzo.



«Хороший шеф — всегда деспот»

Ана Рош и ее кухня

В НАЧАЛЕ марта Ана Рош, названная в этом году лучшим шефом-женщиной в мире (World's Best Female Chef по версии престижного рейтинга The World's 50 Best Restaurants), приехала в Сочи, чтобы выступить на международном гастрономическом фестивале Iкра. Повар-самоучка, Ана пропагандирует кухню нулевого километра. Это значит, что все попадающие на ее кухню продукты растут рядом с рестораном, из окна которого она видит морской порт и лодки знакомых рыбаков. Вместе с мужем, известным сомелье Вальтером Крамаром, она превратила семейный придорожный трактир в одну из мировых кулинарных достопримечательностей, а сама стала звездой гастрономической вселенной.

— Почему на кухне Nisa Franko оказались вы, а не ваш муж, которому ресторан и отель, в котором он находится, достались по наследству?

— Отвечу вам так же прямо, как вы сформулировали вопрос. До того как мы поняли, что одному из нас придется отправиться на кухню, а другому — управлять ре-

стораном, у нас были грандиозные планы развития ресторана, но не было никакого представления о том, как их реализовать. Мы старались изо всех сил, но качество было совсем не таким, каким мы его себе представляли. В общем, Вальтер, как профессиональный повар, отправился на кухню, но ему не хватило концентрации и дисциплины, без которых карьера шефа, нацеленного на долгую жизнь в профессии, невозможна. Может, ему не хватило мотивации — он в то время уже увлекся вином. Мы никогда не обсуждали с ним нашу рокировку, это стало молчаливым соглашением, но я взяла на себя роль шефа.

Я прекрасно помню этот момент в мельчайших деталях. Я вхожу в кухню, закрываю дверь и говорю себе: «Ана, что ты делаешь!» Мне было тогда 30 лет, и я не была профессиональным поваром. Чтобы приобрести нужные знания, мы намотали тысячи километров в поездках по разным ресторанам, от El Buli и El Celler de Can Roca до Fat Duck. Меня мучило понимание того, что мои руки не в силах сделать то, что представлялось таким очевидным и простым уму.

— Как получилось, что повар-самоучка стала одной из самых влиятельных фигур гастрономического мира? Кто вам помогал?

— Первые три года я делала бесконечные ошибки, продвигалась вперед по шажочку, возможно, теряла гостей, потому что мы не могли себе позволить закрыть ресторан на годы моей учебы. Он все время работал, мы должны были поддерживать семейное дело и выплачивать кредиты. Мои дети родились едва ли не на кухне и точно выросли на ней, они там ели, играли, спали. Мне снились кошмары, я тряслась перед каждым ужином и не справилась бы без помощи. Она пришла от Матя Томашича, друга моего мужа. Он был поваром в мишленовском ресторане в Италии, но жена поставила его перед выбором: «Или кухня, или я». Он выбрал любовь, стал преподавать в одной из гастрономических школ Триеста и согласился консультировать нас. Мы оба выиграли от этого. Он потратил жене, но сохранил возможность бывать на кухне, а наконец обрела возможность использовать свои руки как надо.

Я помню один из самых важных его уроков так, словно это было вчера. В то время я готовила еще довольно простые блюда, что-то вроде запеченных баклажанов с соусом беарнез и красными перцами, очень летнее, легкое блюдо. Он попробовал его, вернулся через неделю, застал меня на кухне за готовкой и спросил: «Что ты делаешь?» Я ответила, что те самые баклажаны. И он сказал: «Ты должна делать их ровно так же, как и неделю назад, без каких-либо отклонений. Точность в нашей работе самое важное». С тех пор я сама требую от своего персонала высочайшей точности в приготовлении наших блюд.

— Итак, вы очутились в мужском мире и должны были конкурировать с шефами-мужчинами.

— Те или иные гендерные аспекты, связанные с гастрономией, чаще обсуждают медиа, а не повара. Мои лучшие друзья-шефы — все мужчины. Но добиться признания с их стороны было непросто. В

2012-м я была приглашена в качестве первого шефа-женщины принять участие в проекте Cook It Raw. Это был настоящий мужской клуб. Лучшие шефы со всего мира, и ни одной женщины среди них. Попасть туда было невероятной удачей. Мое сердце металось, как птица в клетке, уже за десять дней до начала поездки. Но я все равно опоздала на самолет. Когда я приехала, опоздав на двенадцать часов, пресс-конференция и интервью уже закончились. Парни сидели в зале и разговаривали. Я вошла, и все разговоры мгновенно прекратились. Все смотрели на меня. Еще бы, я была в мини-платье и босоножках на высоком каблуке, одежда совсем не так, как подобало бы, чтобы соответствовать всем этим серьезным джентльменам. Мне было ужасно неловко. Дальше все пошло еще хуже. Мы должны были эффектно подплыть к берегу на каяках, где нас ждали журналисты и гости гала-ужина. В нашу лодку загрузили ящик водки, ее нужно было передать в бар. На виду у всех каяк перевернулся, и я оказалась в воде. Бутылки водки эффектно обрамляли мое лицо. Мне пришлось сушить платье. Час спустя я резала мясо, чтобы готовить на костре, на стол прыгнула собака и укусила меня. Пришлось вызвать хирурга и наложить швы. На следующий день я готовила с Рене Редзепи и Мауро Колагреко. У них были сладкие ягоды, а у меня свекла. Рене тогда еще пошутил, что если прилетит оса, то она все равно выберет не ягоды, а женские гормоны. Оса прилетела и ужалила меня в палец, который раздулся до невероятных размеров. И снова вызывали врача. Все уже просто смеялись надо мной. Но потом настало время прощального гала-ужина, и мое блюдо оказалось одним из лучших. Я моментально стала одной из них, меня приняли в клуб. Сегодня многие из этих мужчин — мои лучшие друзья.

— Видите ли вы разницу во вкусовом подходе шефов-мужчин и женщин?

— Для гурмана не так уж и важно, кто ему готовил — мужчина или женщина. Вне за-





висимости от пола шефа еда должна быть превосходной. Женщина может тренировать тело и быть сильной, как мужчина, женщина может развивать интеллект и быть умнее мужчины. Но что на самом деле важно, так это традиционное восприятие роли женщины в семье. В большинстве мировых сообществ мать остается матерью, и именно она центр семьи. Дав жизнь детям, женщина абсолютно меняется. Ее все время преследует чувство ответственности и вины. Я на кухне и не провожу время с детьми, а когда я с ними, я обделяю вниманием ресторан, я отменяю ради семьи деловые поездки и теряю важные контакты, которые в будущем смогут поддержать мое дело и моих близких. Мужчины думают иначе. Мой муж иногда ворчит, что я не очень много времени отдаю дому, но будь он на моем месте, он наверняка не отказался бы ни от одного приглашения. Просто потому, что не задавал бы себе вопросов, которые всегда подсознательно задает себе женщина. В этом смысле премия World's Best Female

У ЖЕНЩИНЫ на кухне два лица. Одно — лицо нежной матери и доброй жены, другое — генералиссимуса кухни

Chef, которую я получила, не дискриминация, как могут подумать некоторые, а знак отличия.

Другой важный аспект существования женщины в нашей профессии — это необходимость проявить свою сильную, мужскую сторону. Хороший шеф — всегда деспот, он держит все нити в своих и только в своих руках и не допускает даже намека на демократию на своей кухне. Так что у женщины на кухне два лица. Одно из них — лицо нежной матери и доброй жены, другое — генералиссимуса кухни. Это требует большого напряжения сил.

— Вы получили поддержку лучших профессионалов, встали с ними в один ряд. Поддерживает ли вас так же, как они, ваша семья?

— Мои дети очень мной гордятся, но часто скучают, поэтому если есть возможность, я беру их с собой, как сейчас, когда мы приехали в Сочи на гастрономический фестиваль Ikgа. В Австралию на 15-ю церемонию The World's 50 Best Restaurants мы тоже поедем вместе. Пока они не пошли в школу, я всюду возила их с собой. Они сидели на полу, а я готовила гала-ужины. Надо мной посмеивались, но у меня была кухня и дети — все, что нужно для счастья. Сейчас они подросли, но мы очень близки. Ева Клара (ей 12 лет) даже спрашивала, не буду ли я возражать против того, чтобы она стала поваром, но я настаиваю на том, чтобы она сначала окончила университет, а потом уже решала, пойдет ли она на кухню.

Отец очень тяжело принял мое решение променять дипломатическую карьеру, к которой меня готовили, на гастрономию. Ему потребовалось много времени, чтобы простить меня. Сейчас, я думаю, он один из самых горячих моих сторонников. Вальтеру пришлось несладко, прежде чем он понял, что дело не в моих амбициях, а в нашем общем деле, в ресторане. Я иногда забывалась и приходила домой, все еще не отрыв от ресторанных баталий, пыталась раздавать указания, но вовремя опомнилась и сдала назад. У нас сейчас есть лист

ожидания, и это очень хорошо для простого деревенского ресторанчика на горе, который может потерять деньги только потому, что пошел дождь, и никто не пришел на ужин.

Мама — отдельная история. Ее оценка моей деятельности весьма цинична. Мы были в Шри-Ланке на йога-курорте, и меня там узнала одна пара. Они подошли, чтобы выразить мне свое восхищение, и спросили ее, гордится ли она такой дочерью. Мама подняла брови и заявила, что не уверена в том, что я действительно умею готовить. По ее мнению, то, что я делаю, это скорее нечто философское, чем собственно готовка.

— Возможно, не так уж она и не права. Шефов вашего уровня интересует не только кухня, но и более сложные, комплексные вопросы. Политика, экономика, философия, искусство, социальные проекты — почему все это вас волнует?

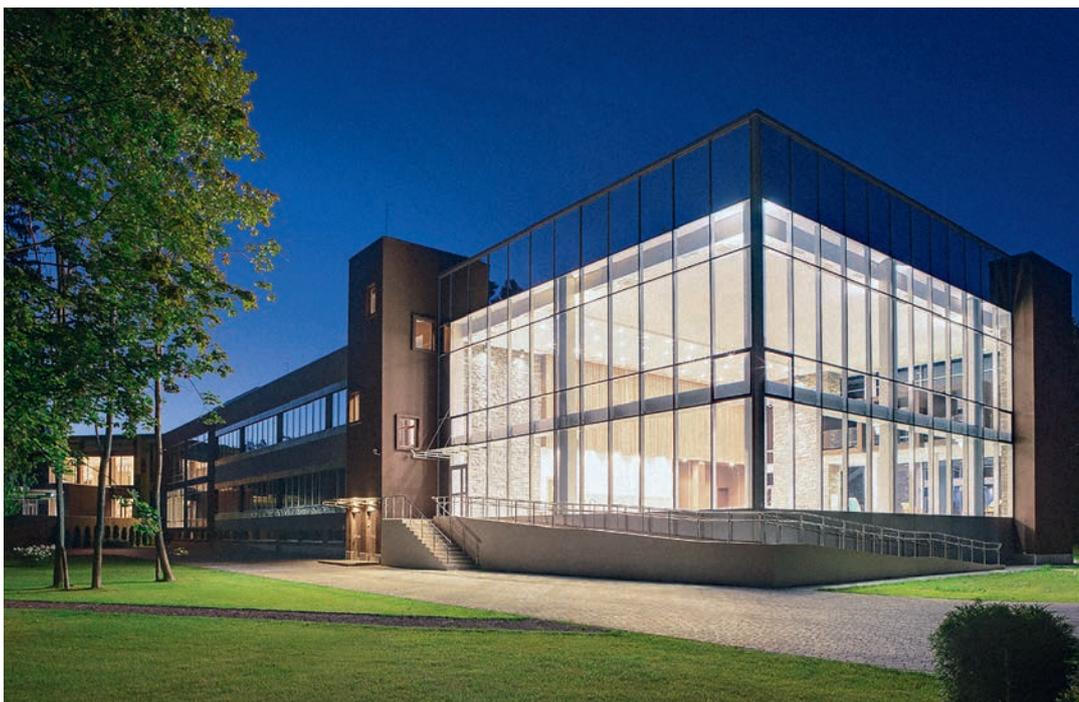
— Я считаю, что мы все должны делиться. Это могут быть социальные проекты, это может быть популяризация страны, это может быть, как в случае с Владимиром Мухиным (шеф-повар московского ресторана White Rabbit, один из инициаторов международного гастрономического фестиваля Ikgа в Сочи. — Прим. ред.), пробуждение национальной гордости за новую гастрономическую реальность страны. Массимо Боттура (ключевая фигура итальянской гастрономической сцены, шеф ресторана Osteria Francescana, занимающего первую строчку в рейтинге The World's 50 Best Restaurants. — Прим. ред.) готовит не для признания, он делает это потому, что хочет поделиться со всеми своим видением. У него есть известность, деньги, прекрасная жена, но он рвется на части, чтобы всем и каждому отдать часть себя. Я сама работала с педиатрической клиникой в Любляне над книгой о детях с диабетом и правильном питании для них, и скоро мы выпустим вторую на эту же тему. Мы все хотим изменить что-то вокруг себя.

Беседовал Владимир Гридин

Австрия близко

О методике доктора Майера

Ирина Кириенко |



ВСЕГО в 18 км от МКАД по Ярославскому шоссе расположена клиника Verba Maug. Суперсовременное здание клиники гармонично вписано в лесной массив. Ее создатели стремились к тому, чтобы гости с первой же минуты пребывания здесь погружались в атмосферу уюта и спокойствия, которая является непременным условием успешного лечения.

«Близость к мегаполису определила местонахождение центра, ведь именно жители крупных городов подвержены стрессам и «болезням цивилизации». Строительство и подготовка к открытию продолжались около трех лет, — рассказывает главный врач Verba Maug Любовь Андреева. — Проект создавала великолепный дизайнер и художник Мария Куныкина. Основная идея была в том, чтобы подчеркнуть красоту места, не мешать наслаждаться ею, но в то же время создать современное пространство».

В клинике применяется методика, которая основана на системе оздоровления,

разработанной австрийским врачом-исследователем Францем Ксавьером Майером. Она рассматривает кишечник и пищеварительную систему в целом как основу полноценной жизнедеятельности организма, в том числе поддержания иммунитета. Здесь предлагаются диеты, очищающие и омолаживающие процедуры, которые действуют на клеточном уровне и не только улучшают общее состояние организма, но и обновляют лимфу, состав крови, нормализуют обмен веществ.

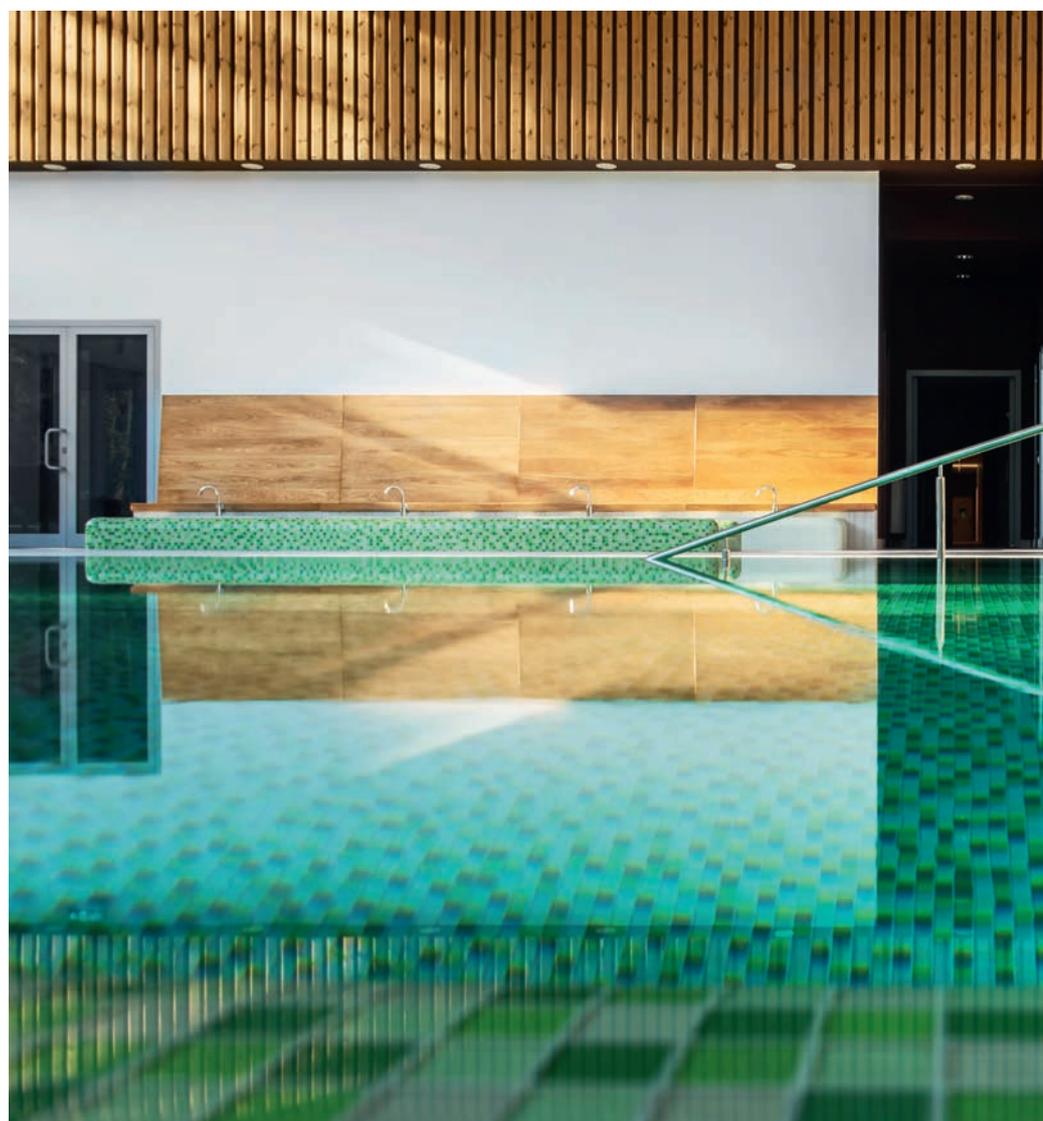
В основе методики — четыре главных принципа:

щадящая диета (для уменьшения нагрузки на кишечник),

орошение кишечника горькой солью и обильное потребление жидкости (очистка),

обучение правильному питанию и составлению суточного рациона,

дополнительный прием витаминов и микроэлементов.





Те, кто обратился в Verba Maug с жалобами на проблемы с эндокринной системой, боли в суставах, хроническую усталость, плохой сон, нарушения работы ЖКТ (вздутия, изжогу, отрыжку, запоры и другие неприятные явления), сексуальные дисфункции разного рода, после недели-другой в центре чувствуют явное улучшение состояния здоровья.

Программа оздоровления выбирается на консультации с врачом, но есть общие правила начала лечения. «Для более эффективного вхождения в лечебный процесс примерно за две недели до приезда к нам желательно отказаться от приема спиртных напитков, натурального кофе и сократить курение», — советует доктор Андреева. Также нужно будет заполнить медицинскую анкету и за две недели до предполагаемого прибытия выслать ее в центр.

В клинике есть базовые, лечебные, спа-программы, диагностические check-up программы, специально подобранные комплексы для мужчин и для женщин, возможность провести в центре выходные дни (программа с пятницы по воскресенье).

В число базовых программ входят детокс, омоложение, снижение веса, оздоровление опорно-двигательного аппарата (от 8 дней / 7 ночей до 15 дней / 14 ночей). Из лечебных программ предлагаются «Восстановление кожи» (с прессотерапией, обертываниями, процедурами на косметике St. Barth и Cellcosmet-инфузиями с витамином С и лазерным пилингом), «Здоровая печень» (с УЗИ, дюбажом печени, прессотерапией и сеансом в кислородной камере), «Коррекция фигуры» (с липоскульптурным массажем, подбором идеальной тренировки по пульсу, дюбажом печени и спа-уходами и инфузиями), «Антистресс» (с рефлексотерапией, спа-ригуналами, массажем стоп, инфузиями).

Программы check-up позволят в короткий срок получить представление о состоянии сердечно-сосудистой системы, легких и щитовидной железы. Также врачи выявят предрасположенность к избыточному весу и проверят гормональный статус (программы Antiage-woman и Antiage-man).

«Наш бесспорный хит — программа детоксикации Verba 7. Она рассчитана на восемь дней пребывания в центре, в ее составе — сбалансированный комплекс процедур, направленный на очищение организма, общее укрепление и оздоровление», — рассказывает доктор Андреева. — Помимо этого в центре работает отделение косметологии, которое обеспечивает гостей всеми самыми современными (аппаратными и инъекционными) процедурами. Красота идет изнутри — и когда человек здоров, правильно питается и правильно мыслит, внешне это проявляется сиянием и здоровым цветом лица, состоянием тела».

С ее словами готовы согласиться гости центра, среди которых немало известных людей — и они, как это ни удивительно, не скрывают не только своих имен, но и готовы поделиться своими впечатлениями от посещения клиники на сайте центра (www.verbamaug.ru).

Не пора ли ознакомиться с предлагаемыми клиникой методиками оздоровления и привести себя в порядок после утомительной зимы?

Готовы к тому, что на них будут смотреть

О Rolls-Royce и заводе марки в Гудвуде

Ксения Наумова |



и кофе по 70 пенсов, в холле — прилавок с книгами о здоровом образе жизни. Из отдела дизайнера то и дело выскакивают парни с хипстерскими стрижками, рядом на стене — палетка образцов лака разных оттенков, от клубнично-розового до оливково-зеленого.

ЗАВОД Rolls-Royce находится в Западном Сассексе, в местечке под названием Гудвуд. Место выбрано неслучайно: рядом легендарный аэродром легкой авиации, на котором проходит гонка винтажных автомобилей Goodwood Revival. И вообще в этих местах чтят историю автопрома: в окрестностях много мастерских по ремонту винтажных автомобилей, и любой местный дед с удовольствием поддержит разговор о том, что Aston Martin уже не тот. Завод построили недавно, в 2003 году. До этого Rolls-Royce производили вместе с Bentley, но после того как права на производство купила BMW Group, а Bentley отошел к Volkswagen, вчерашних союзников, а ныне конкурентов развели по разным графствам: Bentley остался в Чешире, Rolls-Royce переехал в Сассекс. Граф, который живет по соседству, поставил условие, чтобы завод не было видно с балкона его особняка. Здание по проекту сэра Николаса Гримшоу разместили в аккуратном котловане, а крышу замаскировали кустами. Окрестности Rolls-Royce Motors — Место

Исключительной Природной Красоты (это официальный титул). Таким и осталось. Завод неслучайно расположен в таком месте: многие клиенты, желающие заказать автомобиль, лично приезжают в Гудвуд, чтобы обсудить с дизайнером, как будет выглядеть их будущий «роллс», решить, будет ли салон обит голубым шелком с ручной вышивкой или алым бархатом, будет ли панель отделана березой или эбеновым деревом и в какой оттенок из 44 тыс. предложенных будут покрашены крыша и капот, а в какой — крылья. Затем клиент ждет несколько месяцев, пока подойдет его очередь. Это если он не заказал какую-то особенную модификацию, например, инкрустацию из дерева, растущего во дворе его фамильного имения (реальный пример, кстати). Rolls-Royce в наше время может выглядеть как угодно и быть любого, хоть ядовито-розового, хоть истощно-канареечного цвета. Может показаться, что это сомнительное веяние нового времени, но вообще-то при всей солидности силуэта за Rolls-Royce всегда тянулся шлейф эксцентричности —

начать с того, что это автомобиль, который родился в эпоху джаза. Это машина не скучных диллеров, а рок-звезд и творческих натур, даже если эта звезда — королева Англии. Вы же не усомнитесь в том, что женщина, которая за последние полвека надевала темные костюмы только на похороны, — творческая натура? Путешествие за Rolls-Royce даже для человека, у которого есть все, — событие, сравнимое с поездкой в роддом. Особенно если он первый. Из аэропорта клиента забирают, разумеется, на Rolls-Royce. За рулем обычно сидит уютный английский старикан, мастер деликатного смолл-тока. Можно было бы ожидать, что завод Rolls-Royce — тоже образчик английской консервативности. Но нет. По цеху, в котором собирают машины, снуют люди с бейджами, на которых написано только имя, без фамилии. В столовой — свежевыжатые соки

модный технический стартап и никак не вяжется с моими представлениями о том, как должен выглядеть завод Rolls-Royce. Цех, где собирают машины, залит дневным светом. Поскольку здесь все делается вручную, а двигатели приезжают уже готовыми из Франкфурта, в цеху довольно тихо. В мастерских, где работают мастера по дереву и коже, пахнет лаком и клеем и никто не оборачивается на голоса. Здесь работают люди, которых никто не осмелится топтать, даже если клиент привез грузовик денег, чтобы его Rolls-Royce собрали за неделю. Кожа должна быть натянута с точностью до микрона, дерево для инкрустации подобрано без единого дефекта, слой ла-





ка должны сохнуть ровно столько, сколько положено. Приятное место, где деньги бессильны.

Мало какие два места на земле различаются так радикально, как завод Rolls-Royce и расположенная в двадцати минутах езды литейная мастерская, где делают фигурки «Дух экстаза» — тех самых летящих женщин, которые украшают капот каждого автомобиля.

Крохотная мастерская, заваленная производственным хламом, все покрыто слоем гипсовой пыли. Пожилой мужчина в очках и женщина с перманентом — оба в вытертых синих халатах — заливают воск в формы. Готовые восковые модели совершенно не люксового болотно-зеленого цвета отправляются в еще менее люксовый красный таз. Никаких тебе бейджиков с именами и жалюзи-трансформеров. Зачем? Эти люди сидят бок о бок уже много лет, а захочется свежего воздуха и поговорить — выйдут во двор покурить. Все по старинке. Технологии, по которой отливают фигурки, сотни лет, и «Дух экстаза» делают таким кустарным способом с момента основания

компании. Только так можно добиться того, чтобы каждый пальчик и каждая складка на летящем шлейфе отпечатались в металле.

Отлитые из воска модели насаживают на общую «ветку», погружают в гипсовое тесто, обсыпают песком: получаются конструкции, похожие на кораллы-переростки. Потом воск вытапливают и заливают на его место расплавленный металл. Литейный цех здесь же, за дверью, размером два на три метра: искры во все стороны, два здоровенных литейщика, молодецки ухая, опрокидывают огромные жбаны с расплавленным металлом.

За стенкой от этого инферно заседает дедулька, который полирует статуэтки, перед тем как их отправят на завод. На стене — портрет принца Джорджа, он уже успел выцвести, хотя принц едва выбрался из пеленок. Неотполированные статуэтки ждут своей очереди на газетке. В морщинистых руках происходит волшебство: «Дух экстаза» из невзрачной замарашки превращается в символ неоспоримой крутизны, которую провожают завистливыми взглядами по всему миру.

Все эти инкрустации с видами Нью-Йорка, роспись с цитатами из Корана, вышивка с сакурой и прочие безумные и, что уж там, красивые идеи — это программа Bespoke. Дизайнера программы Bespoke зовут Алекс Иннес. У него мальчишеская улыбка, на вид ему не больше 28. Работа Алекса заключается в том, чтобы встречаться с клиентами в специальной комнате, названной именем Чарльза Ройса, и переводить желания клиента — вроде встроенного мини-бара и хьюмидора — на язык цветов лака, отделки и аксессуаров. Встречи обычно длятся не слишком долго: человек, который заказывает кастомизацию своего Rolls-Royce, как правило, прекрасно знает, чего хочет.

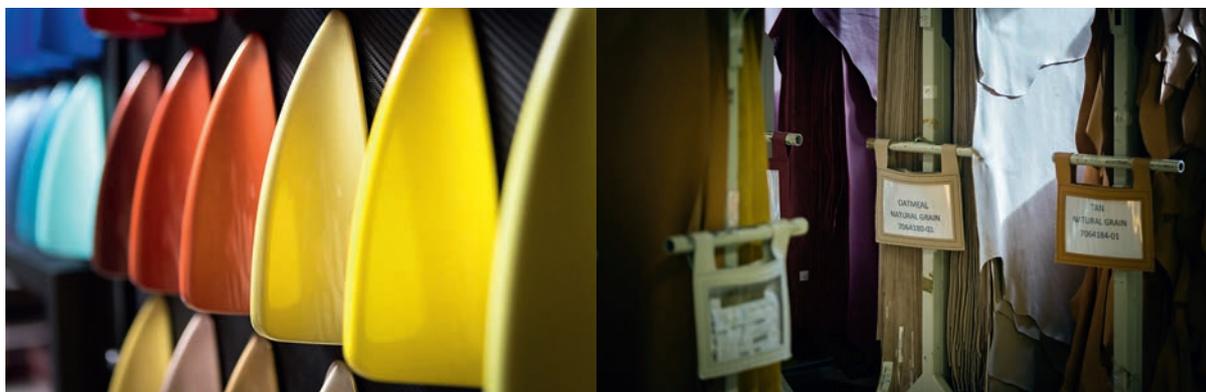
Понятно, что значительную часть прибыли Rolls-Royce сейчас приносит ближневосточный рынок (не так давно подтянулись китайцы — там продажи Rolls-Royce в 2015 году выросли в семь раз, но потом резко упали — в стране кризис). И Ближний Восток — это, конечно, совершенно новая страница в более чем столетней истории марки. В блогах или на улицах Ниццы можно встретить арабские Rolls-Royce модели

«лопни мои глаза». На такое ни у Джона Леннона, ни у русских олигархов никогда не хватало смелости.

Значительная часть работы Алекса — быть модератором этих безумных желаний, деликатно предлагая варианты, которые позволят бренду остаться собой; уговаривать, а иногда и отговаривать клиента, при этом не споря с ним. Что-то можно объяснить с позиций разума: например, если клиент захочет поставить на капот «Дух экстаза» из горного хрусталя, достаточно объяснить ему, что статуэтка разобьется. Сложнее, когда клиент просит обвешать машину золотыми цепями или раскрасить во все цвета радуги. Вечная боль людей, обслуживающих люксовый сегмент: как развести по разным комнатам большие деньги, огромное эго и плохой вкус? Может, и никак, но всегда нужно помнить, что у каждого бренда, особенно если ему больше 100 лет, есть собственные представления о прекрасном.

«Почему шейхов так тянет на крикливые цвета?» — спрашиваю. «Ну, понимаете, — говорит Алекс, — они же выросли в культуре, где все одеты одинаково, где занятия искусством не самый очевидный выбор для отпрыска аристократической семьи, да и пейзаж вокруг особым разнообразием не отличается». В самом деле, как еще в пустыне самовыражаться?

Задаю Алексу вопрос, который меня давно занимает: когда именно человек решает, что пора покупать не что-нибудь, а Rolls-Royce? Когда выходят из кризиса среднего возраста? Алекс смеется: «Нашим клиентам сейчас может быть и 30, хотя все равно это машина не для юнцов. До покупки «роллса» действительно надо дозреть. Мне кажется, человек покупает Rolls-Royce, когда он готов к тому, что на него будут смотреть».



Карусель чудес

Об онлайн-бутике необычных вещей

Владимир Гридин |



СУМКА ИЗ КОЖИ ПИТОНА. MASLOV

СЕРЬГИ «СТРЕКОЗЫ». СЕРЕБРО 925, БЕСЦВЕТНЫЕ ТОПАЗЫ, ЖЕМЧУГ. AXENOFF JEWELLERY

ДЕКОРАТИВНАЯ ТАРЕЛКА ИЗ КОЛЛЕКЦИИ «МОСКОВИЯ DREAM». КЕРАМИКА. МАТЕО

ЗАПОНКИ «КАРАНДАШИ». СЕРЕБРО, КОРАЛЛ, САПФИР. MARKIN

ИСКУССТВО дарить подарки — особый талант, который требует не только точного знания сокровенных желаний одариваемого, но и тонкого вкуса. Создательницы онлайн-бутика подарков Carussel Елена Тельцова и Наталья Горнаева собрали в одном месте яркие, привлекательные и необычные вещицы, созданные руками художников и дизайнеров. В таком изобилии их трудно найти где-то еще.

Carussel сотрудничает только с российскими мастерами, дизайнерами, художниками, ювелирами, полиграфистами, скульпторами. Но это не арт-лавка, а насто-

ящая галерея чудес. Здесь собраны исключительные вещи: скульптуры бурятского Дали Даши Намдакова, золотые кольца и серьги в виде пенне, фарфалле и фузиллы нескучных ювелиров OpenJagt, фантастической красоты шелковые платки Radical Chic, бархатные рюкзаки и вышитые диванные подушки от питерской выдумщицы Татьяны Парфеновой, наручные и настольные часы Константина Чайкина, единственного российского часовщика, создающего собственные часовые калибры и заоблачной виртуозности усложнения. Все это и многое другое по отдельности хо-



Клатч.
Бакст. AL

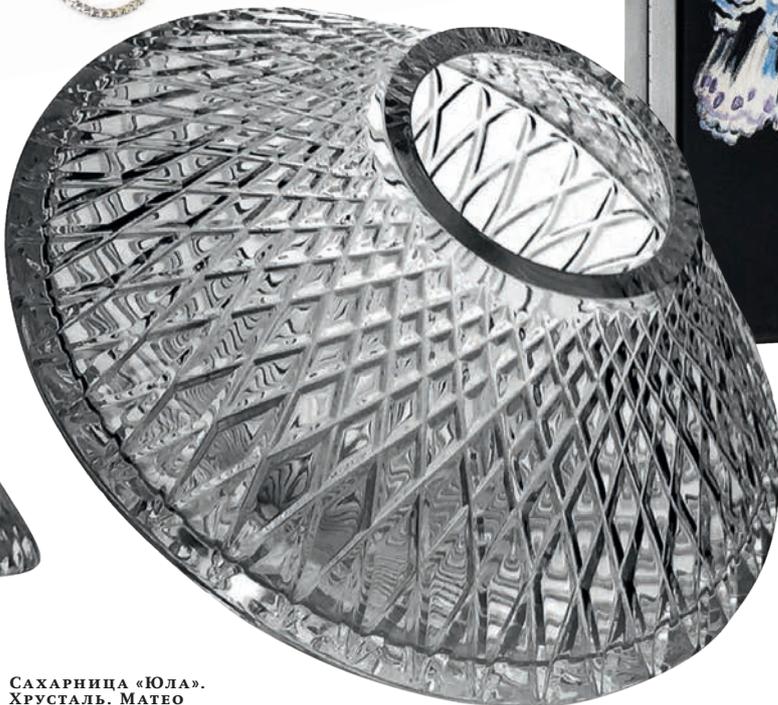
Клатч Вавуемиле.
Перо марабу, вискоза,
металл, стеклярус.
MAISON ESVE



Булавка-
подвеска Пики.
Серебро. AMRA
JEWELLERY



Сахарница «Юла».
Хрусталь. Матео



Ручка «Первый человек
в космосе». ANCORA



рошо известно арт-дилерам и редакторам модных и интерьерных журналов. Чаще всего эти удивительные редкости становились добычей лишь избранных, но теперь сделать их частью своей жизни есть возможность и у нас.

Скульптурные шахматы, сумки из редкой кожи, посуда с гравировкой, росписью на заказ, пишущие инструменты из ценных пород дерева, золота и камня, инкрустированные драгоценными камнями, наследующие опыт прошлого украшения, стильные аксессуары из тканей, металлов и камней — во всем этом есть и

тонкость формы, и изощренное качество материалов. А еще редкая возможность стать реликвией, которую можно будет передавать из поколения в поколение и гордиться ею.

Подарки из Carussel не только следуют традициям, но и созвучны времени. Интеллектуальные ценности в оформлении лучших художников — так выглядят книги, которые могут и украсить коллекцию редких изданий, и стать основой семейной библиотеки. Их изысканные переплеты передают значимость заключенного в них содержания. Фарфор, стекло и керами-

ка, картины, скульптуры, домашний текстиль, игрушки, книги и прочие вещи дополняют подарки-впечатления, которых нигде больше не найти. Сменить на неделю профессию на ту, о которой мечтал в детстве, отправиться в кругосветное путешествие на частном самолете, узнать родословную — нет никаких пределов, кроме мечты. Бюджет не главное, создательницы проекта стараются найти подход к каждому клиенту и помогают подобрать подарок на любой вкус и кошелек.

Подарок не что иное, как угаданное желание, заключенное в вещную обо-

лочку. В Carussel легко найти нечто уникальное, удивительное и неповторимое, потому что искусство и мастерство по своей природе неповторимы. Рассматривая собранные здесь вещи, понимаешь, что банальности вроде «в каждом предмете заключена частичка души создавшего его мастера» — не пустые слова, а пусть и затертая временем, но истина. Продумано все, от деталей выбора до оригинальной упаковки подарка. Даже простой букет здесь собирают так, что он способен превратить лофт в оранжевую. И это самое настоящее чудо.

Пять покупок весны

Чтобы сезонный шопинг не превратился в приступ покупательской лихорадки, к обновлению гардероба не стоит подходить спонтанно. Знаковые вещи из новых коллекций по лучшим ценам можно найти в ЦУМе и на сайте tsum.ru.

Яна Виндзор

1.

Бархат по-прежнему фаворит сезона. Имитирующая потертость фактура «под старину» создает винтажный эффект — кажется, что это уже не просто удачное коктейльное платье, а почти музейная ценность. Холодный голубой оттенок делает его универсальным — с пастельным кардиганом или пальто оно будет свежо и уместно смотреться днем, а с массивными украшениями станет удачным вариантом для вечернего выхода.



ПЛАТЬЕ
BOTTEGA VENETA

2.

Оранжевый — новый черный, а сменные ремни для сумок и вовсе хит сезона. Этническая вышивка украсит не только этот яркий подвид it-bag Valentino, но и любую из прежних любимиц в классических цветах. Кстати, и другие хиты марки ЦУМ также предлагает по лучшей цене — дешевле, чем в магазинах в любой точке мира.



СУМКА
VALENTINO

3.

70-е стали источником многих тенденций этой весны. Готовитесь ли вы к лету любви на музыкальных фестивалях или к бесконечной вечеринке под сводами современной реинкарциации Studio 54, джинсы клеш — настоящий must have. В зависимости от выбранного стиля они готовы мимикрировать под любой образ.



ДЖИНСЫ
STELLA McCARTNEY



КРОССОВКИ
DOLCE & GABBANA

4.

Неопреновые сникеры в крупный горох — настоящий шедевр пост-модернизма. Микс из повышенной комфортности (эластичный текстильный верх не нуждается в шнурках), самого женственного из принтов и футуристичной подошвы обеспечил паре сверхвостребованность. С ярким однотонным платьем — на вечеринку, с кружевным топом — на свидание, с жакетом и узкими брюками — к победам в офисе.

5.

Март — самое время заняться собой. В идеальном мире походы в спортзал должны быть приятной обыденностью, а не редкими подвигами. Модная спортивная экипировка и полезные мелочи поместятся в объемный рюкзак — с таким можно начать день с тренировки, а закончить на вечеринке.



РЮКЗАК
SAINT LAURENT



Русские традиции

Этой весной бренд Levadnaja Details запускает свой интернет-магазин. Дизайнер Светлана Левадная специально к этому событию разработала несколько новых моделей — парку, свитшот и бомбер с рельефной вышивкой собственного изобретения. Вышивка, которой славится бренд Levadnaja Details, — это синтез разных техник. Не историческая реконструкция русских исконных узоров, а осмысленное продолжение традиций национальной культуры с учетом современных модных тенденций. Левадная вдохновляется русским деревянным зодчеством, символическим орнаментом, костюмами допетровской эпохи. Светлана уже создала 457 образцов вышивки, и каталог продолжает пополняться. На создание каждой вещи под брендом Levadnaja Details, выполненной вручную и украшенной тончайшей вышивкой, у мастеров уходит два-три месяца. Фактически это одежда haute couture, которую можно носить ежедневно. Капсульную коллекцию — от шести до восьми изделий — Светлана выпускает два раза в год. Вещи шьются из итальянских тканей фирмы Logo Piana — кашемира, тонкой шерсти. Единственная



ткань отечественного производства, которая присутствует во всех коллекциях Levadnaja Details, — это натуральный, несколько грубоватый лен. «Уникальная техника производства льна после революции была утеряна, — сетует Левадная. — А ведь раньше делали лен, как вуаль, который был похож на тонкий шелк, и его заказывали у нас со всей Европы». Выбирая ткани для своих моделей, Светлана ориентируется на славянский тип внешности и цветотип, к которому, по словам дизайнера, относится 80% женщин, живущих в России. Для него характерен сероватый цвет кожи, холодный цвет волос. «Нам не идет оранжевый или красно-клубничный. Это не значит, что мы не можем носить красный или синий, просто нужно понимать, какой оттенок выбрать», — объясняет Светлана. Именно поэтому вещи из ее коллекций выполнены в так называемой припыленной гамме, ставшей узнаваемым элементом бренда Levadnaja Details. Одежду этой марки покупают современные женщины, которые живо интересуются русской культурой и гордятся своей национальной идентичностью. Их не пугает то, что вещи носят такие названия, как кафтан, оплечье, ватник, понева. Эти вещи отлично сочетаются с джинсами, юбками и модными грубыми ботинками на рифленой подошве. В своих вышивках Левадная использует жемчуг и полудрагоценные камни, которые выписывает из разных стран. Гранат, аметист, серый опал, лабрадорит, чароит, мексиканский серо-голубой коралл подбираются с учетом фирменной гаммы бренда и расцветают на манжетах, воротниках, манишках и поясах. В будущем Светлана планирует выпустить также ювелирные изделия, продолжающие концептуальную линию марки и напоминающие о роскоши сокровищниц русских царей.

Елена Кравцун



До начала сезона

Петербургский отель «Кемпински Мойка 22» сформировал специальное предложение для гостей, желающих посетить город перед началом туристического сезона, до конца апреля. Помимо выгодной цены на проживание «Кемпински Мойка 22» предлагает воспользоваться услугами арт-консьержа отеля, который поможет приобрести билеты в театр или на концерт.



La Perla по-новому

В ГУМе и «Петровском пассаже» начали работу обновленные бутики La Perla. Изменение их интерьера связано с приходом нового креативного директора — американского дизайнера Джулии Хаарт, которая пообещала «совершить революцию в стиле марки». Перемены коснулись не только коллекций, но и интерьера магазинов La Perla по всему миру.



Хронограф для пилота

Часовой бренд Zenith создал новую модель часов Pilot Extra Special Chronograph. Черный циферблат, бронзовый корпус, кожаный ремешок из нубука цвета хаки и крупные часовые отметки с люминесцентным покрытием напоминают об авиационных корнях модели. Хронограф Pilot Extra Special Chronograph оснащен известным своей точностью механизмом El Primero Calibre 4069.

Цветущий сад Guerlain

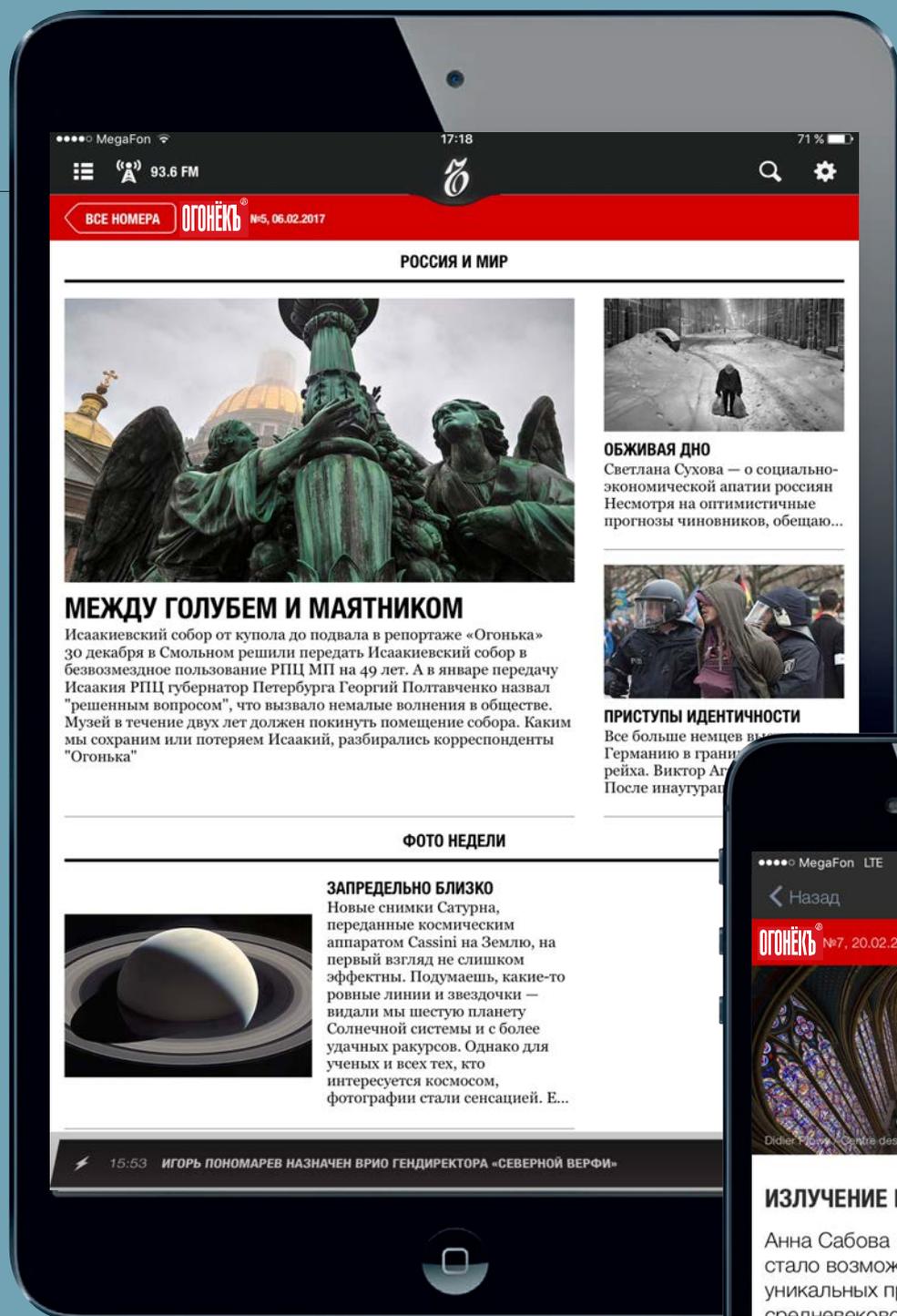
Коллекция ароматов L'Art et la Matière французского дома Guerlain пополнилась духами Joyeuse Tubéreuse. Созданный парфюмером Тьерри Вассером Joyeuse Tubéreuse постепенно раскрывает свой аромат: верхние ноты зелени сменяет аромат туберозы, а также лилии и жасмина. Эти центральные ноты создают аромат цветущего сада.



Девичник в стиле джаз

Гранд Отель Европа в Санкт-Петербурге представляет специальную воскресную программу джаз-бранча для невест, желающих перед свадьбой собрать подруг на девичник. Неторопливая дневная трапеза в ресторане отеля популярна в Петербурге уже более 25 лет благодаря большому выбору блюд, элегантной атмосфере ресторана «Европа», а также аккомпанементу джазового оркестра.

ОГОНЁК В кармане



16+

реклама

Получайте ещё больше новостей в режиме реального времени

Читайте все материалы газеты «Коммерсантъ», журналов «Огонёк», «Автопилот», «Weekend» и «Наука»

Слушайте прямой эфир радиостанции «Коммерсантъ FM»

Смотрите Фотоархив

Оформляйте подписку на журнал «Огонёк» или приобретайте отдельные номера

