





стильиталия

ноябрь 2017

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ К ГАЗЕТЕ «КОММЕРСАНТЪ» «СТИЛЬ. ИТАЛИЯ»

ВЛАДИМИР ЖЕЛОНКИН ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «КОММЕРСАНТЬ» СЕРГЕЙ ЯКОВЛЕВ ШЕФ-РЕДАКТОР АО «КОММЕРСАНТЬ» АНАТОЛИЙ ГУСЕВ АРТ-ДИРЕКТОР АО, АРТ-ДИРЕКТОР ПРОЕКТА

ВЛАДИМИР ЛАВИЦКИЙ РУКОВОДИТЕЛЬ СЛУЖБЫ «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СИНДИКАТ»

НАТАЛЬЯ ЛУЧАНИНОВА ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ЛЮБОВЬ НЕВЕРОВСКАЯ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА МИХАИЛ РЕШЕТЬКО

ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА
МИХАИЛ РЕШЕТЬКО
ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК
НАТАЛЬЯ МОРОЗОВА
ТЕКСТ-РЕДАКТОР
ЕКАТЕРИНА ЕЛИСЕЕВА
ВЫПУСК
ЕЛЕНА ВИЛКОВА

КОРРЕКТУРА
НАТАЛЬЯ КОНОВАЛОВА
БИЛЬД-РЕДАКТОР
КОНСТАНТИН ШЕХОВЦЕВ
ЕЛЕНА БОГОПОЛЬСКАЯ
ТАТЬЯНА ЕРЕМЕЕВА
ДМИТРИЙ ШНЫРЕВ
ВЕРСТКА
РЕКЛАМНАЯ СЛУЖБА:
ТЕЛ. (495) 797-6996. (495) 926-5262

АДРЕС РЕДАКЦИИ: 121609, Г. МОСКВА, РУБЛЕВСКОЕ Ш., Д. 28 ТЕЛ. (495) 797-6970, (495) 926-3301

УЧРЕДИТЕЛЬ:

АО «КОММЕРСАНТЪ»

АДРЕС: 127055, Г. МОСКВА,
ТИХВИНСКИЙ ПЕР. Д. 11, СТР. 2.

ЖУРНАЛ ЗАРЕГИСТРИРОВАН

ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ

ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

(РОСКОМНАДЗОР).

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О РЕГИСТРАЦИИ СМИ —

ПИ № ФС77-64419 ОТ 31.12.2015

ТИПОГРАФИЯ: PUNAMUSTA AДРЕС: KOSTI AALTOSEN TIE 9, 80141 JOENSUU, ФИНЛЯНДИЯ ТИРАЖ: 75 000

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ: © LEE FROST / ФОТОБАНК ЛОРИ



_Hоминант MaxMara Art Prize for Women Селин Кондорелли за монтажом инсталляции / 14

6_главная тема ВЕЧНОЕ ЧУВСТВО О РОДИНЕ ТВОРЧЕСТВА

10_первые лица БАЛАНС СВОБОДЫ И КЛАССИКИ КРИСТИАНО КОРНЕЛИАНИ О СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

12_инициатива
КАРАВАДЖО ВЫХОДИТ
ИЗ ТЕНИ
ПРОЕКТ FENDI
И ГАЛЕРЕИ БОРГЕЗЕ

14_премия ЗДРАВСТВУЙ, СЕСТРА МАХМАРА ПОДДЕРЖИВАЕТ ЖЕНЩИН В ИСКУССТВЕ

16_персона
«МОЙ ТРЕНД —
ЭМОЦИЯ И БЛИЗОСТЬ»
ЭУДЖЕНИЯ БРУНИ
О СВОИХ ПУТЕШЕСТВИЯХ

17_мануфактура
СВЕТ В ГЛУБИНЕ
ИТАЛЬЯНСКОЕ ПРОШЛОЕ
PANERAI

18_личный опыт ДВА МЭТРА КРАСОТЫ ИТАЛЬЯНЦЫ В МОСКВЕ

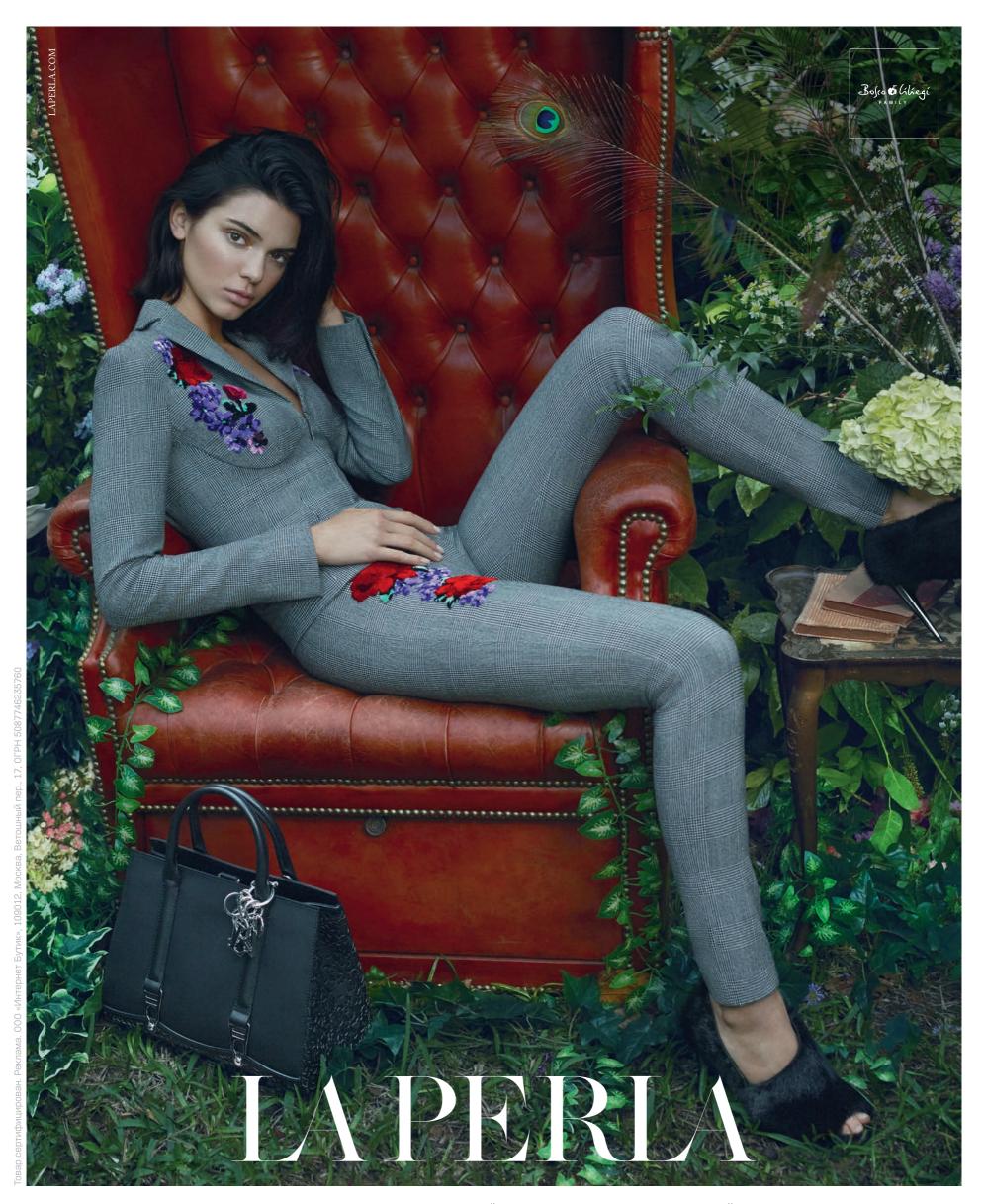
19_красота ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ НОВЫЕ АРОМАТЫ И КОСМЕТИКА ИЗ ИТАЛИИ

20_направление
ИЗБРАННЫЙ МАРШРУТ
FOUR SEASONS В КАП-ФЕРРА,
МИЛАНЕ И ФЛОРЕНЦИИ

22_отель **BEHEЦИАНСКИЙ ИСТОЧНИК**О ПРОГРАММАХ

ABANO GRAND HOTEL

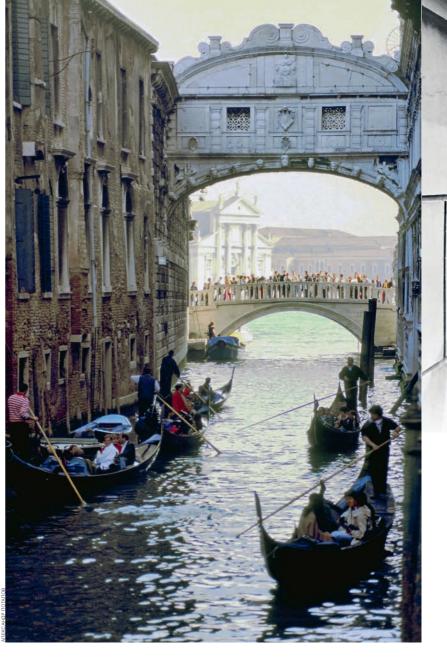
23_спорт АКАДЕМИЯ ДРАЙВА РОССИЙСКИЙ ПИЛОТ БУДЕТ УЧИТЬСЯ В FERRARI



ВЕЧНОЕ ЧУВСТВО О РОДИНЕ ТВОРЧЕСТВА НИКОЛАЙ ЗУБОВ







«Италия для нас не географическое, не национально-государственное поня-

тие. Италия — вечный элемент духа, вечное царство человеческого творчества... Невозможно строить свое отношение к Италии с исключительно политической, государственной, национальной точек зрения. Только варвар не чувствует этого». Николай Бердяев написал это в 1915 году в своей статье «Чувство Италии». Но эти слова были бы верны и за сто лет до их написания, и сейчас, через сто лет после того, как были опубликованы.

Когда у нас говорят о влиянии иностранцев на нашу жизнь — культуру, политику, образ мыслей, да все что угодно,— то сразу вспоминают немцев и французов. Помянут татарское иго. Могут с той или иной степенью приязни или нелюбви поговорить об Англии, Америке. Размышляя о реформах Петра, непременно вспомнят приглашенных голландцев и швейцарца Лефорта. А еще припомнят, что Россией правили немцы и курляндцы. А вот об Италии речь зайдет (если зайдет вообще) в самую последнюю очередь. Но это скорее комплимент, чем проявление пренебрежения. Все, что связано с Италией, настолько вплетено в ДНК, что стало, цитируя Бердяева, «элементом русской души». И если немцы, голландцы, французы, англичане и американцы как были, так и остались для нас чужаками, то для того, чтобы признать чужака в итальянце, необходимо небольшое усилие.

Италия — в самых разных своих проявлениях — окружала нас всегда, даже когда самой Италии еще и не было. Главный символ России, узнаваемый во всем мире Московский Кремль, построен итальянскими мастерами. Петербург — город столь же итальянский, сколь и российский. Это если про давно или про всегда. А если про недавнее, то о каких чужаках может идти речь, если символом детства для многих поколений советских людей был Буратино (персонаж или напиток, без разницы). Если с детского сада самой привычной едой были макароны с сыром (самая простая и доступная нам паста). Если наши родители, в зависимости от пола, мечтали быть похожими на Софи Лорен или Марчелло Мастроянни, а из телевизора и радиоприемника не менее раза в неделю неслась «Bella Ciao» в исполнении Муслима Магомаева. Добавьте к этому безусловные символы la dolce vita — плащ из болоньи, отдых в Крыму, где, как не забывали говорить все, климат был





__На съемках
«Подсолнухов»
Витторио Де Сики
своими были все
(на фото София
Лорен, Марчелло
Мастроянни
и Людмила
Савельева)





__BA3-2101 (вверху) — разновидность Fiat 124 (внизу) десятилетиями оставался неотъемлемым элементом советской dolce vita

_Успех «8 1/2»

совершенно средиземноморским, и, наконец, вершина всех признаков достатка и успеха — BA3 2101, в девичестве Fiat 124.

То же и в литературе. Возможно, итальянские авторы не были у нас столь популярны, как французские и немецкие, но, во-первых, даже они часто писали именно об Италии, а во-вторых, столпы нашей литературы — Гоголь, Тургенев, Горький, Толстой — так или иначе прославляли Италию. Что же удивительного в том, что в России веками культивировалось особое чувство — «чувство Италии».

Чувство это настолько же сильно, насколько и иррационально. Удивительно, но к британцам, с которыми были союзниками в самых страшных войнах, мы продолжаем относиться с настороженностью, а итальянцев считаем своими, несмотря на то что за многие века мы часто оказывались по разные стороны. Католики и православные. Третий Рим против собственно Рима, участие итальянцев в Крымской войне (вовсе не на стороне России). Фашизм, дуче. НАТО. Капитализм. Все эти противоречия казались формальными и ни к чему не обязывающими. Мы скорее вспоминали о том, как адмирал Ушаков спасал Италию (хотя тогда такого государства и не было) от Наполеона, о «Bella Ciao», о тех же «фиатах», а католицизм, дуче, капитализм улетучивались как дым.

Италия для России оказалась и символом настоящего стиля. Не преходящей моды (Франция), не постоянно обновляющихся технических достижений (Германия), которыми мы и пользоваться-то не всегда умеем, не непонятного британского аристократизма и не духа предпринимательства и сияющих огней (за этим мы обращаемся к Америке). Но вечного, безупречного, хоть и изменчивого стиля.

Восхищение итальянским стилем, разумеется, не только наше исключительное свойство. Его, этот стиль, ценят везде. Иначе самый большой парк развлечений в Дании не назвали бы «Тиволи». Самая дорогая линия одежды от владельцев испанской Zara не получила бы итальянское имя Massimo Dutti. Компании по всему миру не копировали бы кармашек и резиночку Moleskine, да и к дизайнерам Pininfarina не выстраивались бы в очередь производители автомобилей со всего мира, начиная с General Motors до Citroen, Ford, Jaguar и BMW.

Италия, собственно, и есть стиль жизни. Безупречный, а потому понятный абсолютно всем, даже если и не всем доступный. Отдых в Италии лучше испанского. Итальянские вина уж точно не хуже французских. Большинству швейцарских часовых марок Panerai и U-Boat дадут фору. Итальянскую одежду мы ценим выше, чем французскую, а обувь — выше, чем английскую. Ручки Montegrappa покажут не только достаток, но и чувство стиля их обладателя. По количеству итальянских ресторанов, кафе и пиццерий мы догоняем саму Италию. Что же до Dolce & Gabbana, то они даже в песню попали.

«В Кампании, в окрестностях Рима плоды человеческого творчества приобрели характер вечного величия природы. Но такова вся Италия: в ней человеческое творчество и природа неотрывны. И все в ней навеки остается для всего мира. Она — родина человеческого творчества Европы... Если бы Италии грозила опасность разрушения, защищать ее должен весь мир, ибо красота ее сияет для всего мира»,— писал Бердяев. И, кажется, мы знаем это лучше всех.

В расчете на мороз



Флорентийский модный дом Ermanno Scervino вновь — уже в четвертый раз — создал специальную капсульную коллекцию для российских поклонников бренда. На этот раз в нее вошла только верхняя одежда: шесть удлиненных курток и пальто на пуху выполнены из теплого высокотехнологичного материала, благодаря чему подходят для русской зимы. Каждая модель оторочена лисьим мехом светло-песочного и орехово-золотистого оттенка на капюшоне, по низу, на рукавах или на отворотах. Куртки представлены в трех цветовых вариантах: ледяном. золотом и зеленом.



Фамильная гордость

В московском ГУМе при поддержке Bosco di Ciliegi состоялось открытие монобрендового магазина Frette. Стиль итальянской марки вдохновлен ее более чем 150-летней историей: текстильные изделия Frette создавались еще в ту эпоху, когда течение времени было значительно более медленным, а на качество и комфорт обращали больше внимания, заявляют в компании. На подобный подход дизайнеры марки ориентируются и сегодня. Главным материалом бренда, как и полтора века назад, является жаккард: он присутствует в каждой коллекции. Помимо этого в бутике в ГУМе также будет доступна услуга изготовления изделий Frette на заказ: разработка фамильных гербов является особой гордостью бренда.

Юбилей Barrett в стиле «Твин Пикс»

Одна из старейших обувных марок Италии Barrett в этом году отмечает свое столетие. В честь этого события бренд выпустил смелую коллекцию, где перевернул традиционное представление о классике. Неожиданный для Barrett стиль ретро сочетается с новаторским использованием каучука, полученного из бразильской гевеи. В коллекции преобладают глубокие оттенки — винный, кобальт и изумруд.

Основные модели линии — броги винного оттенка с художественной перфорацией, кобальтовые оксфорды с мягким градиентом, челси с замшевыми вставками и двухцветные монки. По словам дизайнеров марки, внутренняя отделка коллекции вдохновлена сериалом «Твин Пикс» Дэвида Линча — она выполнена в «линчевском» красном цвете. Каждая модель прошита вручную крепким норвежским швом и оснащена выносливой двойной подошвой Goodyear.

Специально для российских покупателей итальянский бренд создал юбилейную модель мужских ботинок на меху, которые можно приобрести во всех бутиках Barrett.



Модные вещи для зимних каникул

В новую линию итальянского бренда мужской одежды Atelier Portofino вошли кашемировые джемперы, брюки из тонкой шерсти, фактурные пуловеры с меховой оторочкой, классические двубортные пиджаки и водолазки насыщенных оттенков. Особого внимания заслуживает куртка насыщенно-синего цвета с кожаными деталями и воротником из меха бобра. Вещи из этой коллекции подойдут как для повседневной жизни, так и для отдыха на альпийских курортах.



Подручные радости

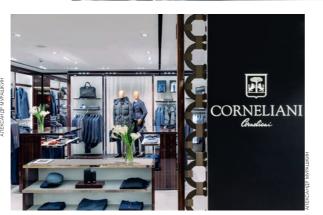
Итальянский бренд Bottega Giotti представил новую коллекцию сумок, по традиции выполненных из высококачественной кожи с подкладкой из натуральной замши. Все сумки бренда изготавливаются вручную мастерами, которые занимаются этим ремеслом много лет: благодаря их высоким профессиональным навыкам появляются легкие и прочные на износ изделия. В коллекции представлен большой выбор моделей: сумки на плечо и через плечо («кроссбоди», на длинном ремне) разных форм и размеров из кожи серого, пудрового, бронзового, белого, черного и красного цвета.



БАЛАНС СВОБОДЫ И КЛАССИКИ КРИСТИАНО КОРНЕ

КРИСТИАНО КОРНЕЛИАНИ О НОВОМ МАГАЗИНЕ В ЦУМЕ





Итальянская марка Corneliani недавно открыла в ЦУМе свой корнер. Директор по международным продажам компании Кристиано Корнелиани рассказал, что изменилось в классической моде за 20 лет и чем российский клиент отличается от китайского.

Вы открыли первый магазин на виа Монтенаполеоне в Милане в 1997 году. Какие изменения произошли за 20 лет в моде с точки зрения классического костюма?

Перемен много — изменилась посадка костюмов, сильно продвинулись материалы. Шерсть стала куда легче, практичнее и при этом прочнее, что важно, ведь наши клиенты носят костюмы постоянно. Появилась даже водоотталкивающая шерсть. Мы работаем со всеми новыми материалами, чтобы оставаться привлекательными.

А кто вообще покупатели Corneliani?

Это модники, люди, которые понимают, что нужно выбирать. Им важно быть элегантными, они ценят итальянский стиль, качество и детали. В этих людях есть страсть к тому, чем они занимаются, будь то мода, живопись или музыка. Они уделяют время выбору правильного бренда.

И какого возраста эти люди?

Разного. Наши коллекции сшиты с расчетом на взросление покупателя, ведь посадка и стиль костюма с возрастом могут разительно меняться. В 25 лет вы отлично выглядите почти в чем угодно, в 45 лет нужен другой фасон. И у нас есть все для мужчин любого возраста.

В 2005 году была представлена коллекция Corneliani ID. А что вы можете предложить поколению миллениалов?

Наша марка считалась наиболее современной среди итальянских мужских брендов еще в 1970-х и 1980-х. Мы всегда старались привлекать новых покупателей, и та же коллекция ID сшита с учетом ориентированности молодежи на более спортивный стиль. Можно сказать, это и был первый шаг навстречу миллениалам. Так что будем продолжать меняться.

Каковы основные рынки для вашей компании?

Наша одежда есть во всем мире. Мы продаем ее в США, в Китае есть 40 монобрендовых магазинов... Но мы активно ориентированы и на Россию. Мы здесь уже больше пятнадцати лет, здесь живет наш итальянский менеджер, и он следит за эволюцией ваших покупателей.

И каковы планы на Россию?

Открывать больше магазинов. Сейчас мы сосредоточены на продвижении бутиков в крупных торговых центрах, и как раз сотрудничество в ЦУМе с компанией Мегсигу тому пример. Подобные секции есть во многих универмагах, скажем, в парижской Galeries Lafayette. Это немного другой путь привлечения клиентов, чем монобрендовые бутики: в крупных магазинах выбор большой — значит, зашедшим в Corneliani нравится наша одежда.

В корнере в ЦУМе есть VIP-зона для индпошива Su misura. А много ли одежды на заказ сейчас отшивается в мире?

Примерно 15%. Но везде есть особенности. Например, Китай больше ориентирован на спортивный стиль, поэтому там лучше продается коллекция ID. А на русском рынке хорошо уравновешен спрос на классическую одежду и более свободные коллекции, и у нас неплохо идут дела с пошивом на заказ. У вас много бизнесменов, стремящихся выглядеть элегантно, и рынок один из лучших по балансу — его можно сравнить с итальянским.

В 2018 году марка отметит свое 60-летие. Увидим ли мы в продаже что-то юбилейное из ваших архивов?

В наших архивах много оригинальных образцов дизайна, которые невероятно современно смотрятся сейчас. Например, цветные костюмы из 1970-х. Смотришь на них порой и думаешь: «Почему мы не использовали это лет пять назад?» Наши дизайнеры постоянно используют архивы в работе, вводя заново в оборот те или иные детали. Но ретроколлекции к 60-летию не

Вашу компанию еще можно назвать семейной?

Корнелиани — семья, но у нас есть партнер Investcorp Group (вложил в 2016 году в бизнес около \$100 млн.— «Ъ-Стиль»). На наш взгляд, это приятная схема сотрудничества: бренд существует и развивается семьей, инвестор вложил средства, учитывая наше выдающееся прошлое, и вместе с ним мы смотрим в будущее.

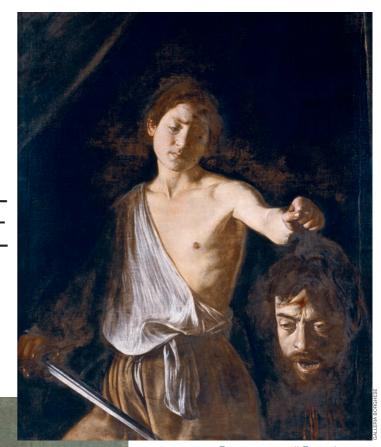
Семейной структурой легче управлять, чем корпорацией? И не поступали ли вам предложения продать бизнес?

В люксовом бизнесе, конечно, нужны серьезные вложения в рекламу и правильную коммуникацию с покупателями. Да, есть формат существования внутри больших компаний, кому-то он кажется правильным, но он явно не единственный. Мы в эти игры не играем. Наш формат управления кажется нам сбалансированным. И продавать марку, скажем, LVMH мы точно не собираемся.

Беседовал Александр Воронов



КАРАВАДЖО ВЫХОДИТ ИЗ ТЕНИ ПРОЕКТ FENDI И ГАЛЕРЕИ БОРГЕЗЕ ОЛЕГ КРАСНОВ



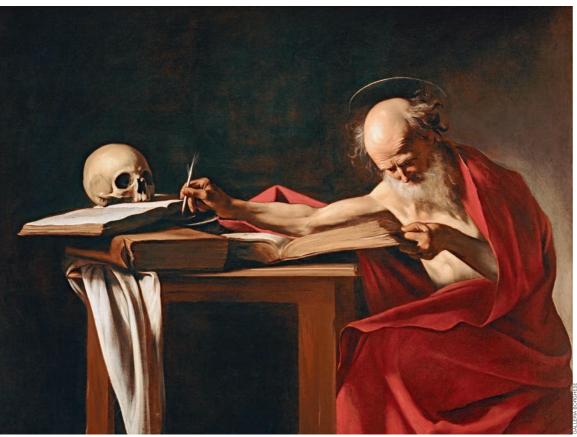
__«Давид с головой Голиафа», 1607–1610, галерея Боргезе



__Директор галереи Боргезе Анна Колива (слева), Сильвия Вентурини Фенди и исполнительный директор модного дома Fendi Пьетро Беккари



__«Мальчик с корзиной фруктов», 1593–1594, галерея Боргезе



__«Пишущий святой Иероним», 1604–1605, галерея Боргезе

__Галерея была основана в XVII веке кардиналом Шипионе Боргезе, известным коллекционером произведений искусства





__Идея создания
Caravaggio Research
Institute принадлежит
директору галереи
Боргезе Анне Коливе

В Центре Гетти в Лос-Анджелесе открылась выставка «Караваджо». Это первая экспозиция, инициированная Caravaggio Research Institute — амбициозным проектом легендарной римской галереи Боргезе и модного дома Fendi.

Лишь в 2015 году галерея Боргезе, наряду с двадцатью другими великими музеями Италии, среди которых и флорентийская галерея Уффици, получила от государства карт-бланш на работу с частными спонсорами. Фантастический по красоте дворец XVII века с парком, как и его невероятные коллекции (Рафаэль, Бернини, Тициан и еще с десяток первостатейных имен

истории искусства), в этом очень нуждались — итальянским властям элементарно не хватало собственного бюджета для реставрации памятника архитектуры и несметных живописных и скульптурных сокровищ на его территории, не говоря о всесторонних исследованиях жизни и наследия знаменитых мастеров, в особенности тех, кто, как Караваджо, оставил после себя важнейшие, но не столь многочисленные работы. И где, как не на территории княжеского семейства Боргезе, обладающего самым крупным в мире собранием Микеланджело Меризи да Караваджо, открывать лабораторию по исследованию его творчества? И кому, как не Fendi, одному из главных на планете посланников итальянской роскоши и dolce vita, ставшему видным арт-патроном в последние годы, ее поддержать?

О начале сотрудничества модный дом и музей объявили в сентябре. Fendi уже потратил за несколько лет более €10 млн на реставрацию знаменитого фонтана Треви и других исторических фонтанов Рима, на открытие выставочного пространства в своей штаб-квартире в Palazzo della Civilta Italiana в итальянской столице и другие проекты. Теперь же €1,3 млн получила и галерея Боргезе на создание Исследовательского института Караваджо (Caravaggio Research Institute) и выставочно-просветительскую деятельность.

Необходимость создания такого института назрела давно: слишком часто в последние годы имя Караваджо и его работы оказывались в центре скандалов, расследований и судебных заседаний — почти как при его жизни, наполненной бурными страстями, криминалом, побегами, возвеличиванием и ниспровержением. И слишком мало специалистов высокого класса по его работам есть за пределами Италии.

Караваджо из тех итальянских художников, чье имя прочно вписано в мировую историю искусства, а работы наперечет. В условной иерархической лестнице национальных гениев ему можно отвести место сразу за титанами Возрождения. Но патроны Леонардо, Рафаэля, Микеланджело уже давно определены в лице Ватикана и крупнейших мировых музеев, а небольшое наследие Караваджо — достоверно атрибутировано около 80 его произведений — хоть на треть и сосредоточено в Италии, в основном же скромными толиками шедевров разбросано по миру. Парижский Лувр, например, как и Национальная галерея Лондона и Венский музей истории искусств, гордится своими тройками работ барочного новатора живописи, а в Эрмитаже она всего одна: томный «Лютнист» недавно с помпой вернулся в залы Зимнего дворца после двухлетней реставрации, что стало едва ли не большим событием, чем открывшаяся там же выставка к 100-летию революции. И оттого то тут, то там начинают рождаться легенды и материализоваться ранее неизвестные картины живописца — дух авантюризма и первооткрывательства живет по обе стороны океана.

В 2007-м, например, два полотна, которые, считаясь подделками несколько веков, пылились в закромах британской короны в Хэмптон-корте — «Призвание святых апостолов Петра и Андрея» и «Мальчик, чистящий фрукты», были расчищены и признаны работами Караваджо. До сих пор покрыта мраком судьба похищенного сицилийской мафией еще в 1969 году шедевра «Рождества со святым Франциском и святым Лаврентием» из часовни Сан-Лоренцо в Палермо. А одна из последних сенсаций явилась миру с французского чердака и буквально расколола лагерь экспертов надвое — совсем как в случае с недавно проданным за \$450 млн на Christie's «Спасителем мира» Леонардо да Винчи. Трагически-напряженная «Юдифь, отсекающая голову Олоферну» была обнаружена владельцами особняка в Тулузе, когда они устраняли течь в потолке в 2014 году. После двух лет изучения часть экспертов признали картину подлинником Караваджо, другие — лишь копией голландского каравалжиста Луи Финсона. Лаже исследователи Лувра однозначного ответа не дали, но тем не менее запретили работе покидать пределы Франции до 2018 года, после чего она либо выйдет на торги, либо будет признана французскими экспертами и выкуплена в пользу государства за

Разрешать подобные споры и противоречия, проводить диагностику полотен (не существует ни одного эскиза или рисунка, приписываемого художнику) и составить наиболее полную онлайн-базу по Караваджо с библиографической, документальной, филологической, иконографической информацией призван Caravaggio Research Institute, придуманный директором галереи Боргезе Анной Коливой. «Мы хотим вновь ввести в музеи самые передовые исследования, чтобы они в полной мере были производителями культуры, а не просто выставочных блокбастеров» — с этими ее словами, процитированными всеми мировыми медиа, трудно не согласиться в век технологий, задающий бесконечную гонку и бессмысленную борьбу за зрителя.

Ради этого масштабного проекта, для его популяризации во всем мире галерея пошла и на невиданные меры: выпустила из-под дворцовых сводов три своих караваджиевских шедевра — «Давида с головой Голиафа», «Святого Иеронима» и «Мальчика с корзиной фруктов». Ради них паломники со всего света едут в этот римский музей. Теперь полюбоваться на произведения основателя реализма в живописи, которого наш современник, знаменитый британский художник Дэвид Хокни даже назвал праотцом фотошопа, смогут посетители Музея Гетти в Лос-Анджелесе, где они пробудут до 18 февраля будущего года. А позже — и миллионы зрителей по всему миру, от самых престижных музеев США до Восточной Азии, куда отправится это просветительское турне.

ЗДРАВСТВУЙ, CECTPA MAXMARA ПОДДЕРЖИВАЕТ ЖЕНЩИН В ИСКУССТВЕ

ЕЛЕНА КРАВЦУН



Открытие выставки

__Открытие выставки «Mamma mia!» в Collezione Maramotti, Реджо-Эмилия



__Элен Каммок Moveable Bridge



Maramotti

ется от других небольших и уютных итальянских городов. Однако за внешним спокойствием скрывается бурная история восстаний и борьбы за независимость — именно здесь впервые был вывешен новый флаг объединенной Италии (о чем с удовольствием расскажут в музее Триколора). Только на такой славной земле и мог родиться Акилле Марамотти, основатель МахМага,дальновидный предприниматель, предугадавший наступление эры pret-aporter, меценат и крупный инвестор-патриот. В конце прошлого века его прабабушка шила одежду для женщин в Реджо-Эмилии, а в 1951 году Акилле Марамотти открыл здесь первый магазин МахМага. Логично, что на исторической родине основателя в здании бывшей фабрики разместилась и его феноменальная коллекция современного искусства, выдающая тонкий вкус вдумчивого ценителя. В фонд Collezione Maramotti вошли как современники-итальянцы (и их больше всего, например Лучо Фонтана, Яннис Кунеллис), так и зарубежные гранды (Герхард Рихтер, Жан-Мишель Баскья и другие). Для широкой публики галерею открыли после смерти коллекционера, в 2007 году. Сегодня уже дети Акилле управляют семейной империей (одной из самых успешных итальянских компаний в области моды) и продолжают дело отца.

Реджо-Эмилия, расположенный между Моденой и Пармой, мало чем отлича-

Так, раз в два года MaxMara и галерея Whitechapel вручают премию MaxMara Art Prize for Women. Она появилась в 2005-м, это совместный проект итальянского дома моды и влиятельной британской галереи современного искусства. Соучредительницей стала Ивона Блазвик, мощная артфигура и борец за права женщин в искусстве, на посту директора лондонской Whitechapel Gallery она пребывает уже 15 лет. Цель MaxMara Art Prize поддержать молодых британских художниц. Победительницы получают возможность жить полгода в арт-резиденции в Италии и провести свои первые персональные выставки в Whitechapel и в Реджо-Эмилии, по итогам которых отобранные работы попадут в коллекцию фонда Maramotti.

__Победительница MaxMara Art Prize for Women Эмма Харт в своей мастерской



__Лиз Роудс, номинант MaxMara Art Prize

__Лиз Роудс, Film still from Journal of Disbelief (2)



__Менди Эль-Саеф, номинант MaxMara Art Prize



_Афина Пападопу-

__Афина Пападопулос (в сотрудничестве с Monster Coat Club), The Amorous Alcoholic

Выставляться в таких местах не просто престижно, для дебютанта это означает встать со своими работами в один ряд с признанными мастерами. В стенах галереи Whitechapel в свое время проходили важнейшие для истории искусства выставки: «Герника» Пабло Пикассо, выставки Джексона Поллока и Марка Ротко, первая ретроспектива Дэвида Хокни.

Директор Collezione Maramotti Марина Даччи объясняет: «Жюри отбирает победителя, но потом начинается самый важный этап — во время пребывания в резиденции мы поддерживаем художника, чтобы дать ему возможность подготовить проект, который будет представлен в Италии. Иногда работы делались на этом подготовительном этапе, иногда нет». Так, например, обладательница нынешней премии Эмма Харт во время артрезидентуры училась мастерству керамики в Фаэнце, потом у нее была сессия в Милане. «Очень интересно, что работа Эммы стала первой, сделанной непосредственно в Италии,— говорит Марина Даччи.— Она провела шесть месяцев с итальянской семьей и решила делать работу в Фаэнце, с местными мастерами и ассистентами, которые ей помогали. Я очень горжусь этим, так как ей удалось действительно установить прочную связь и срегионом, и с людьми, живущими здесь, и стать частью всего процесса. Это стало для нее не только профессиональным, но и личным, человеческим опытом».

Эмма создала серию керамических кувшинов, украшенных изнутри изображениями с фрейдистским смыслом (например, богиня Венера, запутавшаяся в лозе ревности). Свои работы, в которых сочетаются юмор и концептуальная сложность, она уже показала в Лондоне, и теперь их можно будет

увидеть до 18 февраля 2018 года на выставке под названием «Матта Mia!» в Реджо-Эмилии. Как люди могут сосуществовать в паре и взаимодействовать, не разрушая отношений? Как избежать психологических травм и отчуждения в семье? Такими вопросами задавалась художница, чьи интересы в арт-резиденции керамикой не ограничивались: во время своего пребывания в Италии Эмма Харт также изучила миланскую модель системной семейной психотерапии. Так что уровней интерпретации у этих работ действительно много.

Жюри премии тоже состоит из женщин: в этом году помимо председателя Ивоны Блазвик в него вошли галеристка Ванесса Карлос (галерея Carlos / Ishikawa), коллекционер Марсель Джозеф, художница Лора Прувост и критик Financial Times Рейчел Спенс. Коллективным решением был создан шорт-лист номинантов на получение следующей премии. В него вошли Элен Каммок, Селин Кондорелли, Элоиза Хаузер, Афина Пападопулос, Лиз Роудс и Менди Эль-Саеф. Победительницу мы узнаем в начале 2018 года.

Эмма Харт уверена, что специальный приз для женщин-художниц необходим индустрии. «На арт-рынке и в художественных институциях равенства по-прежнему нет»,— сетует она. Ей вторит и Марина Даччи: «Женщины смотрят на мир с особой чувствительностью, отсюда способность сочетать искусство и жизнь. Мне кажется важным, чтобы голос женщин звучал так же громко, как и мужчин, на арт-рынке и в арт-институциях. В Италии, например, сейчас множество проектов, которыми руководят женщины. Мы не делаем это специально, так получается».

«МОЙ ТРЕНД— ЭМОЦИЯ И БЛИЗОСТЬ» ЭУДЖЕНИЯ БРУНИ О СВОИХ ПУТЕШЕСТВИЯХ

__Эскиз украшений Giardini Segreti

__Браслет Bon Ton, розовое золото, хризопраз, бриллианты

__Паскуале, Эуджения и Даниэле Бруни



__Серьги Ton Joli, розовое золото, крас-



__Серьги Petite Secret, розовое золото, бриллианты



__Kольцо Tramonti Segreti, белое золото, танзаниты, брилли-



__Kолье Giardini Segreti, розовое и белое золото, бриллианты

__Колье-чокер Ton Joli, розовое золото оникс, бриллианты



Креативный директор семейной марки Pasquale Bruni и дочь ее основателя Эуджения Бруни родилась в Валенце, ювелирной Мекке итальянцев, и с детства готовилась стать ювелирным дизайнером. Ее украшения воплощают женственность и чувственность. Увлечения — йога. Место работы и отдыха — Италия. «Ъ-Стиль» расспросил Эуджению о том, где искать вдохновения в ее родной стране.

Где находится производство Pasquale Bruni?

В Валенце, главном ювелирном центре Италии. В процессе работы я бываю там ежедневно, для меня очень важно присутствовать при каждом этапе создания украшений. Ателье — мой дом с раннего детства, но иногда мне нужно бывать в Милане, где находится наш шоу-рум.

А гле вы живете?

В Милане, который я люблю за его космополитичность. Дорога от дома до работы занимает у меня около часа, и это время медитации и спокойствия. Как только я переступаю порог ателье или офиса, то полностью погружаюсь в рабочий круговорот.

Влияют ли пейзажи, которые вы проезжаете по дороге, на стиль Pasquale

Конечно! Италия — неисчерпаемый источник вдохновения для меня, это красота, и мы создаем красоту.

Что вы думаете о состоянии ювелирного дела в Италии сегодня?

Италия всегда была и остается сердцем творческой энергии, вот поэтому у вещей с маркировкой Made in Italy такая добавочная стоимость. Я мечтаю создавать великолепные ювелирные изделия для молодого поколения. Мой главный тренд — эмоция, интимная близость ювелирного украшения, возвеличивающая женскую красоту и власть.

Есть ли у вас любимый драгоценный камень?

Тот, к которому я испытываю вечную привязанность? Розовый кварц, я его называю «любовный кварц».

Где вы любите отдыхать?

На выходные я езжу в места неподалеку, например, осенью хорошо отправиться в Пьемонт и насладиться ароматом трюфелей в местечках Альба и Ланге. Еще мне очень нравятся зеленые пейзажи и чистый воздух Трентино — это идеальное место для занятий йогой и пранаямой. На каникулы в последнее время я езжу на Пантеллерию (остров рядом с Сицилией.— «Ъ-Стиль»), там чувствуешь себя землей, небом и морем одновременно.

А куда вы бы посоветовали отправиться в поисках роскоши и уединения?

Портофино! Его живописные домики — сочетание красоты и спокойствия, можно прогуливаться по берегу или в лесу, наслаждаться захватывающими морскими видами Лигурийской Ривьеры, а потом идти обедать на площадь и по-настоящему почувствовать итальянскую «дольче вита».

Вы много путешествуете?

Поскольку здесь моя работа, большую часть времени я, конечно, провожу в Италии, хотя у меня свободная натура, и я как будто родилась с чемоданом. К счастью, я часто путешествую к клиентам и через них узнаю о других странах, городах и культурах. Мне особенно нравится Восток. Познавать мир чрезвычайно важно в общечеловеческом смысле и креативном, это делает нас лучше. Расстояния мысленно освобождают и очищают.

Какое ваше любимое итальянское блюдо?

Спагетти с томатами и базиликом, острые, очень острые, как любят делать на юге Италии! И я фанат томатного соуса, свежеприготовленного, с молодыми помидорами и черри... Это очень вкусно.

Вы сами готовите?

Очень простые и быстрые блюда, в основном пасту и рыбу. Мой любимый рецепт такой: беру тонкую лапшу «волосы ангела», готовлю аль-денте, обмываю холодной водой, перемешиваю с оливками, лимонным соком, икрой и лимонной цедрой. Немного сметаны на донышке тарелки придает особый вкус.

Беседовала Екатерина Зиборова

CBET В ГЛУБИНЕ ОБ ИТАЛЬЯНСКИХ КОРНЯХ PANERAI

__Обновленный исторический бутик Panerai во Флоренции, реконструкцию которого вела дизайнер Патрисия Уркиола

ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА



__Генеральный директор Panerai Анджело Бонати и дизайнер Патрисия Уркиола





__Основатель часовой марки Panerai

Джованни Панераи

__Открытие часовой мастерской и магазина Panerai во Флоренции, 1860 год

Часы Panerai проделали путь от военного секрета итальянского флота до одного из самых желанных наручных механизмов современности. Сегодня это крупный международный бренд, часть люксовой империи группы Richemont, представленный на всех континентах далеко за пределами родной Флоренции. Компания была основана Джованни Панераи в 1860 году, но решающим этапом в истории часовой марки стало изготовление высокоточных измерительных приборов для военно-морского флота в начале XX века.

В 1916 году сын основателя мастерской Гвидо Панераи разрабатывает люминесцентный порошок Radiomir на основе радия и получает на него патент. Он делает индикаторы на циферблате часов, которые Panerai производит для итальянского флота, видимыми ночью и глубоко под водой. Это изобретение оказалось очень востребованным, и в 1940 году компания создает для ВМС Италии улучшенную версию на основе прототипа. Часы Radiomir 1940 обладали характерными чертами дизайна, впоследствии прославившего марку: внушительный размер корпуса 47 мм, светящиеся часовые метки, крупные цифры, водонепроницаемость, усиленные крепления ремешка.

В годы Второй мировой войны часы использовали итальянские подводные группы специального назначения. В условиях ночного подводного боя вопрос точности и видимости показателей часового механизма был вопросом выживания, а метки на приборах Panerai, покрытые радием, светились так ярко, что аквалангистам приходилось маскировать циферблат. Итальянский флот хранил секрет разработки Radiomir как военную тайну.

К концу 1940-х годов в компании был разработан новый светящийся состав покрытия часовых меток — на основе трития (изотоп водорода). Новые часы получают название Luminor, и это вторая знаменитая модель Panerai. В 1956 году компания патентует защитное устройство заводной головки, которое впоследствии становится еще одной характерной деталью стиля Panerai. В 1972 году компания теряет статус семейной и получает новое название Officine Panerai, а в 1993-м представляет первую коллекцию часов, доступную для широкой публики. Дизайн этих новых моделей напоминал знаменитые первые часы, созданные для итальянского флота. С при-





__Часы Radiomir Firenze 3 Days Acciaio, сталь, 47 мм, механизм с ручным подзаводом

обретением марки Richemont Group в 1996 году началась коммерческая экспансия бренда сперва в родной Италии, а затем и за ее пределами. Например, Panerai можно было увидеть на запястье Сильвестра Сталлоне в фильме «Дневной свет». Сегодня мануфактура Officine Panerai располагается в швейцарском городке Невшатель, имеет в своем портфолио несколько собственных калибров, но всегда остается верной первоначальному дизайну военных наручных часов, придуманному в флорентийской мастерской.

В 2014 году Officine Panerai обновила исторический бутик марки во Флоренции, призвав к сотрудничеству известного итальянского дизайнера Патрисию Уркиолу. Это один из двух магазинов марки во Флоренции и пяти в Италии: точки продаж есть в Венеции, Портофино и Милане. Площадь помещения на площади Сан-Джованни увеличилась с 58 до 285 кв. м. В оформлении бутика использованы детали из орехового дерева, а пол покрыт мрамором «стриато олимпико». Латунь, характерный материал для морских судов и для всех остальных 64 бутиков Panerai в мире, в этом магазине искусственно состарена, напоминая об историческом наследии марки. Помимо собственно магазина в бутике размещается отдел Bottega d'arte e archivio storico, в котором открываются экспозиции, посвященные истории бренда, и работает часовая мастерская.

Два года назад бренд выпустил лимитированную серию часов Radiomir Firenze 3 Days Acciaio, все 99 экземпляров которой были представлены эксклюзивно во флорентийском бутике. Стальной корпус диаметром 47 мм покрыт гравировкой, выполненной вручную итальянскими мастерами. Геометрические и флористические мотивы, среди которых особенно выделяется лилия — символ тосканской столицы с XI века, вдохновлены мраморными фасадами флорентийских церквей. Техника трудоемкая и ответственная, так как наносится уже на полностью готовый корпус. Вначале рисунок переносится на сталь с помощью мела и порошка магнезии, а затем прорабатывается гравировальным инструментом. На черном циферблате с сатинированной отделкой выгравирована надпись Firenze. Благодаря системе наложения двух дисков циферблата друг на друга, нижнего с люминесцентным покрытием и верхнего с прорезями для цифр и индексов, часовые метки, как и сто лет назад, отлично видны в темноте. Внутри часов работает собственный калибр Р.3000, полностью собранный на мануфактуре Panerai в Невшателе. Механизм совершает 21,6 тыс. полуколебаний в час и оснащен устройством быстрой корректировки времени, с помощью которого часовую стрелку легко перевести на час вперед или назад, не изменяя при этом движение минутной. Ремешок из коричневой кожи с тиснением в виде флорентийской лилии, в отличие от швейцарского механизма, по-прежнему изготовлен в Италии.

ДВА МЭТРА КРАСОТЫ ИТАЛЬЯНЦЫ В МОСКВЕ

Они приехали в Москву работать и остались здесь жить. Каково это — поменять солнечную Италию на холодную Россию, выясняла Ирина Кириенко.

доменико кастелло, владелец салона красоты domenico castello



Как долго вы живете в Москве?

Я в Москве 11 лет и могу смело назвать этот город своим вторым домом. Тут много моих друзей, здесь моя семья и любимое дело. А вообще, город как любовь, не замечаешь, как течет время! Здесь такие теплые люди!

Почему ваш выбор пал именно на Россию?

Я приехал сюда по приглашению известной сети салонов красоты, в которой долгое время проработал арт-директором. И мне здесь действительно понравилось, настолько, что захотелось задержаться.

Откуда вы родом?

Я неаполитанец и очень горжусь этим. Там живет моя семья, и я просто обожаю этот город — солнечный, шумный, непринужденный. У меня в Неаполе два любимых ресторана: пиццерия моей мамы Luna Rossa и моего брата — Fratello Castello. Заказывайте фирменную «Маргариту»! Ну и обязательно из Неаполя нужно ехать на Искью и Капри — это удивительные места.

Насколько Россия отличается от Ита пии?

Мне кажется, мы сильно похожи характерами. Люди в России не менее темпераментны, чем в Италии. Ну, конечно, Россия такая огромная в сравнении с Италией. Но Москва — это совсем отдельный мир. Сложно судить о всей стране — я далеко не везде был.

Что в России продолжает вас уливлять?

Начиная ужин, никогда не знаешь, чем закончится вечер, здесь не скучно! Каждый день что-то происходит, всегда есть динамика. Ну и красота наших клиенток, конечно! Попадали ли вы в курьезные ситуации в начале вашей жизни в Москве? Все мои курьезы связаны разве что с

трудностями перевода. А вообще,

Москва мне подарила семью, дру-

зей — это большое счастье для меня. Когда у меня есть свободное время, обожаю проводить его на свежем воздухе — часто ездим гулять в парк Сетунь. Зелень, природа — самое мое любимое. Когда тепло, устраиваем барбекю и пикники. Если идем в ресторан — часто выбираем Rico, тут потрясающе вкусно!

Скучаете ли вы по Италии и как часто туда возвращаетесь?

Скучаю, но по-особому. Скучаешь — это когда на новом месте чем-то недоволен, а мне в Москве нравится. Я навещаю семью не меньше трехчетырех раз в год, всегда помню о своих корнях, традициях.

Чем, по-вашему, прекрасна Италия? Чего вам не хватает вдали от ролины?

Италия прекрасна тем, что, в отличие от России, там есть солнце, и довольно постоянно — вот его мне здесь очень не хватает. В остальном мне совершенно комфортно, я не чувствую себя иностранцем здесь. Трудно ли вести здесь бизнес?

По-моему, трудно может быть везде, если не любишь то, чем занимаешься, а если вкладываешь всю душу — все получается. Поэтому нет, не трудно, я не жалуюсь!

джанпаоло марини, топ-стилист, центр красоты «aldo coppola весна»



Как давно вы живете в Москве? И как получилось, что вы приехали в Россию?

Я в Москве с 2004 года. У меня всегда было желание жить за границей: выучить новый язык, почувствовать другой менталитет. А в Москве нужен был арт-директор для нового салона, который занимался бы обучением сотрудников. Сначала мне предложили контракт на два года, а потом мне понравилось, и я решил здесь жить. Откуда вы родом?

Я родился в Кремоне, это небольшой городок в 90 км к югу от Милана. Там родились Страдивари, Кабрини—чемпион мира по футболу 1982 года, Джанлука Виалли— он играл в «Кремонезе», «Сампдории», «Ювентусе», «Челси»... А еще певица Мина и актер Уго Тоньяцци.

Насколько Россия отличается от Италии?

Здесь женщины всегда очень аккуратны, обязательно найдут время сделать маникюр, брови, регулярно ходят к косметологу. Европейские женщины в этом плане в целом... меньше радуют.

Семья в России очень сильно инвестирует в развитие ребенка, откладывает деньги, а в Италии дети растут в основном за счет государственных программ. Еще в Италии дети начинают жить отдельно в возрасте около 30–40 лет, а в России в 18 лет дети уже живут отдельно. Ну и климат здесь другой, конечно.

У людей здесь очень сильное желание жить и быть позитивными. Это очень заметно: я работаю на Арбате, я чувствую здесь эту атмосферу, эту энергетику. Особенно летом — лето у вас очень короткое, так что люди гуляют до шести-семи утра. Люди очень эмоциональные, и, наверное, русский менталитет можно назвать самым близким к итальянскому.

Что было самое сложное в начале вашей жизни в Москве?

Заниматься документами. Иммиграционное УФМС... (Смеется.) Это не только сложно, это с ума можно сойти.

Что касается клиентов... Сейчас я считаю Москву очень развитым городом, а когда я приехал, люди еще предпочитали старый стиль: хотели красить волосы в белый, делать начесы, гигантский объем и чтобы укладка держалась неделю. Было непросто в такой ситуации продвигать идею натурального стиля Aldo Coppola.

Скучаете ли вы по Италии, насколько часто туда ездите?

Раньше я летал в Италию раз в тричетыре года, теперь стараюсь минимум раз в год. Во-первых, у меня там родители, а во-вторых, мы всегда следим за новыми тенденциями, поэтому всегда полезно пройтись по улице, посмотреть, как люди одеваются, какие прически носят, как интерпретируют модные новинки. По чему я скучаю... по футболу. Очень не хватает атмосферы на стадионе, я туда ходил каждое воскресенье и болел за любимую команду. Насколько сложно вести здесь

Здесь менталитет такой... Ближе к американскому. Больше учат руководить, учат вести бизнес. Если говорить о мегаполисе, как Москва, то здесь можно очень быстро начать свое дело и так же быстро закрыться. В Италии человек открывает свой бизнес и закрывает его лет в 60, перед пенсией, это на всю жизнь. Но вообще, любой бизнес — это нелегко. Но когда человек любит свое дело, старается, выкладывается на сто процентов с утра до вечера каждый день — рано или поздно результат будет.





Итальянские бренды составляют серьезную конкуренцию признанным

гигантам в мире косметического производства вроде Франции и Швейцарии. Как представители более импульсивной и чувствительной нации, чем северные соседи, итальянцы делают ставку не только на эффективное действие кремов и сывороток, но и на впечатляющую подачу своего товара: изысканные упаковки, сложная отделка, необычные цвета флаконов и их содержимого. Но при этом итальянцы больше думают и о бюджете — экстремально высокие цены на косметику в этой стране не приветствуются. Самые интересные новинки осени, пожалуй, представляют собой то самое, идеальное с итальянской точки зрения сочетание цены и качества.

Kiko Milano

Марка популярной в Италии косметики выпускает яркие, необычные, доступные по цене средства. После нескольких запоминающихся коллекций Kiko Milano завершает год лимитированной новогодней коллекцией макияжа Arctic Holiday, вдохновленной сказочными мотивами скандинавских пейзажей. Ее разработал известный английский промышленный дизайнер Росс Лавгроув. В коллекцию вошли средства для создания эффектного праздничного образа и аксессуары: декоративная косметика, кремы и косметички, спонжи, зеркала, дорожные наборы кисти для макияжа. Из хитов — пудра с ароматом имбиря и пряностей, голографический хайлайтер, сывороткапраймер, жидкая помада и лаки для ногтей с матовым или металли-

ческим покрытием.

Bottega Veneta

В переводе с итальянского название марки означает «венешианский магазин» — бренд был основан в 1996 году и сначала производил дорогие и качественные изделия из кожи Чуть позже появилась и своя линия ароматов. гелей для душа, скрабов для тела и парфюмиро ванного мыла В каж дом из продуктов косметической линии есть намек на специализанию марки: в парфюмах всегда присутству ют ноты кожи, а фирменное плетение intrecciato украшает флаконы. Этой осенью Bottega Veneta выпускает коллекцию ароматизированных свечей для дома Parco Palladiano, посвященную садам в регионе Венето. Рагсо Palladiano II — это свежий аромат с нотами шипра и розового перца, Parco Palladiano IV — довольно редкий в парфюмерии запах цветов азалии, а Parco Palladiano VI посвящен традиционной розе.

Giorgio Armani Beauty

Дизайнер из города Пьяченца, один из немногих ныне здравствующих признанных гениев в мире моды. Прежде чем начать заниматься дизайном одежды, он два года проучился на медицинском факультете Университета Болоньи, потом неожиданно сменил сферу деятельности и с 1961 года стал работать подмастерьем в бюро Нино Черрути. В сфере красоты он начал свою деятельность с производства ароматов а потом появились и своя линия средств по уходу за кожей, и декоративная косметика. Новинка ноября, аромат Si Nacre с золотыми частицами, наделен яркими чертами стиля Armani — он посвящен сильной женщине, в образе которой предстала актриса Кейт Бланшетт, а его главными нотами стали классические итальянские ноты бергамота, фрезии, груши, мандарина

ani Beauty Blumarine

Марка была основана в 1977 году Анной Молинари и ее супру гом Джанпаоло Тараби ни и постепенно из простого ателье олежды превратилась в отдельную модную планету с платьями в стиле 1950-х годов, обувью, собственной линией детской одежды, аксессуарами в виде платков. очков, сумок и своей парфюмерией. Арома ты Blumarine выпускает несколько раз в год. и, как правило, они очень женственные как и одежда марки. Автором последней новинки, чувственного аромата Dange-Rose, является Пьер-Константин Герос — он создал композицию на основе версальской розы, которую смещал с ароматом цветов базилика. Флакон выполнен в стекле черного цвета и своей формой напоминает самые популярные косметические средства — футляр помады или классиче ской подводки для глаз

Trussardi Один из старейших

молных ломов Италии который начал работу в 1911 году с производства кожаных перчаток. Это семейный бизнес, который до сих пор ведется потомками основателя марки, Данте Труссарди. В парфюмерно-косметическую отрасль компания пришла в 1980 году. начав с выпуска классинеских ароматов Trussardi и Trussardi Uomo. Этой осенью Trussardi представил женский аромат, посвяшенный киноливам 20-х годов прошлого столетия. Goccia a Goccia (в переводе с итальянского «капля за каплей») заключен в оригинальный фла кон с крышкой, в которую помещен специальный механизм, позволяющий набирать аромат и по капле нано сить на кожу. В основе ранж, ваниль, пачули и сандаловое дерево.

Dolce & Gabbana

Марка начинала свою леятельность в 1985 году с курьеза: на первый показ у начинающих модельеров Доменико Лольче и Стефано Габбаны не нашлось денег на оплату манекенщиков, и одежду демонстрировали их знакомые женшины. Потом это стало хорошей традицией, и сейчас на подиумы выходят не только професси ональные молели, но и клиентки, и просто друзья создателей марки. Первый парфюм D&G выпустили в 1996 голу и с тех пор сильно расширили свой бьютиассортимент: под известным каждому моднику логотипом сейчас выпускаются не только ароматы, но и декоративная косметика, линия по уходу за кожей, нишевая парфюмерия Этой осенью в Velvet Collection вышли две новинки ароматы Amber Skin и Amber Sun с главными нотами сандала, амбры, иланг-иланга и мирры.

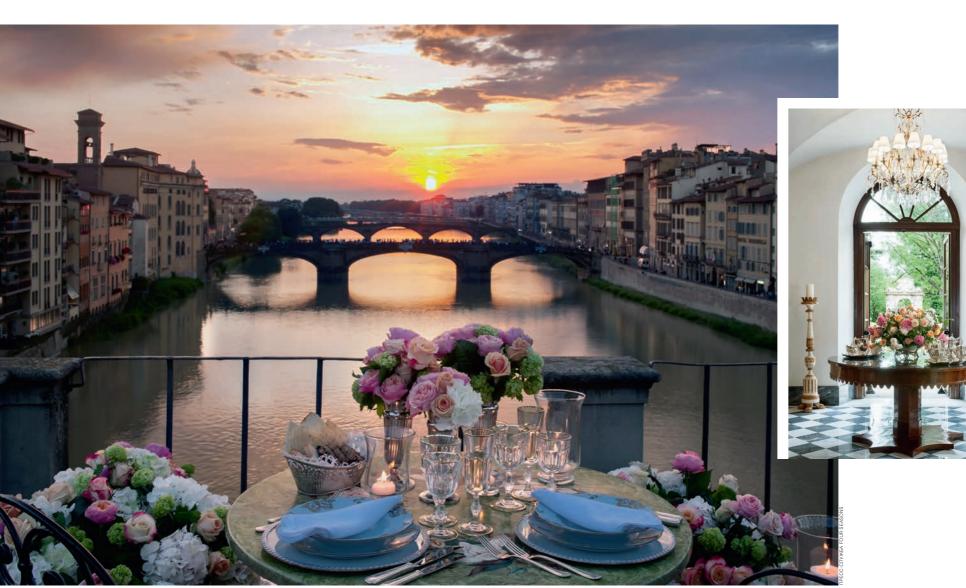
Salvatore Ferragamo

нес начал в 1920-х годах Сальваторе Феррагамо. который придумал высокий клиновидный каблук для туфель, тот самый, который мы теперь называем шпиль кой. Среди его клиентов было много знаменитых голливудских актрис, например, Ава Гарднер, Мэрилин Монро, Грета Гарбо и Одри Хепберн. Парфю мерно-косметическое ответвление марки стар товало с производства одноименного аромата а теперь это отдельное направление бизнеса. Осенью марка запустила очередную версию аромата Signorina – Misteriosa выходит ограниченным тиражом и посвящен теме предновогодних вечеринок. Флакон украшен золоты ми блестками, фирменным бантом марки который можно найти на балетках и сумках Ferragamo, а сам аромат содержит яркие ноты нероли, туберозы, черной ванили и пачулей.

Aldo Coppola

Бренд от Альдо Коппо лы. создателя одноименной международной сети салонов красоты, славится не только своим естественным стилем, оригинальной техникой окрашивания «шатуш» и филигранными стрижками, но и косметикой для волос. Из новинок конца этого года стоит отметить появление линии Infusion Elements, каждое средство из которой обогащено экстрактами трав и ароматических масел. В частности, средства по уходу за волосами из этой линии (шампунь, кондиционер и жидкий крем) восстанавливают и сохраняют цвет волос и их структуру, делая их более мягкими и послушными. Кроме ухаживающих средств влинию Infusion Elements вошли краски для волос Pigmento, созданные на основе натуральных красителей и витамина С.

ИЗБРАННЫЙ МАРШРУТ FOUR SEASONS В КАП-ФЕРРА, МИЛАНЕ И ФЛОРЕНЦИИ ВЛАДИМИР ГРИДИН





Флоренцию многие считают одним из лучших итальянских городов, но не

всем удается открыть ее для себя вне туристических клише. Нетривиальное решение этой задачи возможно благодаря партнерству 11 пятизвездных отелей во главе с Four Seasons и четырех знаменитых жителей города. Онлайн-платформа и мобильное приложение Firenzeyesplease.com выбирает, создает и предлагает маршруты, неочевидные для туриста, но позволяющие по-настоящему полюбить тосканскую столицу. Здесь представлены главные культурные и развлекательные события города, лучшие художественные и ремесленные мастерские и бутики, есть возможность увидеть обычно закрытые для публики палаццо, церкви и прочие достопримечательности. Участниками гостеприимного проекта Firenze Yes Please выступили известные флорентийцы — оперный певец Андреа Бочелли, глава модного дома Етіlio Риссі Лаудомия Пуччи, винодел маркиз Пьеро Антинори и мэр города Дарио Нарделла.

Если вы когда-нибудь представляли себя за рулем родстера Alfa Romeo Giulietta Spider 1961 года, Mercedes-Benz 190 SL Cabrio или Porsche 356 Speedster (ставшего популярным благодаря Джеймсу Дину) в окружении витальных пейзажей южной Франции и Италии, то вам сюда. Три европейских отеля Four Seasons, расположенные в Кап-Ферра, Милане и Флоренции, предлагают своим гостям отправиться в поездку на ретроавтомобиле 60-х —

направление











En Route To La Dolce Vita. Прекрасная возможность совершить путешествие по Французской Ривьере, Лигурии и Тоскане.

По дороге можно сделать остановки в романтических Портофино и Финальборго и в средневековых городах в горах Лигурии — Модене и Парме. Незабываемые впечатления в пути — лазурь Средиземного моря и тосканские холмы, окрашенные в цвета охры и насыщенной зелени.

Путешествие можно начать в любом из трех отелей. В каждом придумано оптимальное сочетание экскурсий в городе и программы в самом отеле. Дополнить ее с учетом индивидуальных пожеланий помогут консьержи. Среди приятных бонусов — машина сопровождения для любой помощи в пути. Ретроавтомобиль можно сменить на современную модель, сотрудники отеля позаботятся о вашем багаже на протяжении всей поездки, а во время переездов гостей всегда будут ждать обеды от шеф-поваров отелей.

Для Four Seasons Hotel Milan знаменитый автор культовых босоножек Маноло Бланик создал модные тапочки. Все правильно: на высоких каблуках нужно отправляться в турне по бутикам квартала моды, а в тапочках из темно-синего бархата с атласом и золотыми вышивками — отдыхать в роскошном номере. Дизайнер не скрывает своего энтузиазма: «Four Seasons в Милане для меня как дом вдали от дома. Я приезжаю сюда с его открытия, и я не могу дождаться своего следующего визита, чтобы примерить тапочки самому!» И это не пустые слова. 74-летний Бланик до сих пор каждый сезон в течение нескольких недель совершает поездки на фабрики в Милане, чтобы руководить выпуском очередной коллекции лично, и в это время он всегда останавливается в Four Seasons. Тапочки Manolo Blahnik достанутся не всем. Они выпущены ограниченным тиражом, так что уже стали объектом охоты коллекционеров.

Grand-Hotel Du Cap-Ferrat, принадлежащий к сети Four Seasons, расположен на полуострове Сен-Жан-Кап-Ферра, между Ниццей и Монако, поэтому здесь множество возможностей для семейного отдыха — от поездки в океанографический музей и морской прогулки под парусами до посещения морского парка развлечений Marineland в Антибе. Если покидать город не хочется, то можно отправиться на велосипедах вдоль живописных берегов Сен-Жан-Кап-Ферра.

В саду отеля произрастает более 600 видов растений. Для детей все летние месяцы работает Kids' Club с играми на свежем воздухе, мультфильмами, видеоиграми, куклами, развивающими мастер-классами. Тут можно научиться готовить свои любимые десерты, смешивать безалкогольные коктейли, научиться плавать или улучшить свои навыки с тренерами в бассейне. Помимо традиционного выбора услуг в спа предлагаются процедуры для детей: шоколадная маска для лица, детский педикюр, расслабляющий массаж.

В нескольких шагах от гранд-отеля можно поселиться в более приватной и не менее комфортной обстановке — на вилле Rose-Pierre. Построенная в стиле ар-деко, она прячется в окружении сосен и благоухающих садов. Из окон четырех спален и с обширных открытых террас открывается великолепный вид на море. В доме есть гостиная, столовая, солярий, кухня, фитнесзал, домашний кинотеатр и сауна, а также терраса на крыше, чтобы пить коктейли на закате или ужинать с видом на сосновую рощу и море. Дворецкий виллы по имени Ромен может рассказать о славном прошлом Кап-Ферра, знаменитых постояльцах, среди которых была Элизабет Тейлор, и организует все, что только может понадобиться.

BEHEЦИАНСКИЙ ИСТОЧНИК О ПРОГРАММАХ ABANO GRAND HOTEL ВЛАДИМИР ГРИДИН













Лететь в Венецию, чтобы веселиться на карнавале или романтично бродить по набережным медленно погружающегося в море города,— дело понятное. Но лететь туда, чтобы самому погрузиться в воду? Это что-то новенькое.

Впрочем, не для тех, кто знает о Abano Grand Hotel — самом роскошном отеле на термальном курорте Абано-Терме в 45 км от Серениссимы (Светлейшая, исторический титул Венеции). Построенный посреди парка с пальмами, оливковыми деревьями и экзотическими растениями, он буквально окружен водой. Вернее, тремя большими термальными бассейнами с гидромассажем и дорожками Кнейпа (чередующиеся ванны с холодной и горячей водой, влияющие на тонус кожи и мышц ног). Йодобромистая вода в них охлаждена до 29–36°С. Уже она одна активизирует кровообращение, снимает мышечные блокировки, расслабляет и тонизирует тело. Но этого мало для Abano Grand Hotel. Тут построен огромный спа-комплекс, главная цель которого — сопротивление старению.

Как утверждают в отеле, Anti-aging Thermal Spa — единственный в мире, где целебные свойства термальной воды и грязелечение сочетаются с омолаживающими процедурами. Его часть — Venezia Spa. Не только название, но и интерьеры напоминают о Венеции: сначала вы попадете на Глиняную площадь, затем идете по Зимней улице, чтобы попасть в Паровой дворик и расслабиться на островке Сауны. Паровая термальная баня декорирована в традиционном венецианском стиле, а ледяной колодец напоминает колодцы, которые встречаются на маленьких площадях Венеции. Но не антураж, а поиски гармонии, баланса и молодости приводят сюда тех, кто хочет замедлить преждевременное старение и омолодить не только тело, но и душу.

Для начала стоит пройти check-up — обследование, которое поможет узнать о скорости ваших биологических часов. Этот тест раскрывает реальную картину старения организма в целом и помогает определить програм-

му, улучшающую функциональные системы организма и замедляющую в определенных пределах процессы, связанные со старением.

Однако такой основательный подход требует времени. Тем, у кого в распоряжении не больше недели, адресована программа Lifestyle Anti-aging. Она начинается с консультации с врачом (услуги переводчика включены). Она направлена на общую оценку состояния здоровья, выявление факторов риска и выбор персональных процедур. Экспресс-анализ крови выявит уровень концентрации свободных радикалов и антиоксидантов, а диагностика кожи лица поможет определить, какую стоит делать чистку лица — термальную или деликатную, и выбрать процедуры ухода. Так, в арсенале специалистов четыре грязевые аппликации (дренажная, детокс, расслабляющая мышцы, для повышения тонуса) и несколько процедур: антистрессовая, для чувствительной кожи и интенсивная, для мужской кожи. Далее следуют грязевые ванны с питательным, антиоксилантным и детокс-эффектом. Их дополняют термальные ванны и массажи (тут можно выбирать и чередовать оздоровительный, аюрведический, рефлексологический массаж, массаж горячими камнями и массаж глубоких тканей). Пилинг тела и грязевое обертывание, подобранное врачами по результатам диагностики для дренажа, очищения, тонизирования или расслабления мышц, знаменуют финальную стадию программы. Ее венец — интенсивный уход Luxury Treatment. Тут тоже есть выбор, и сделать его непросто. Для Luxury Hematite используются черные кристаллы гематита, насыщенные кислородом растительные экстракты побегов сои и термальная вода Абано, процедура восстанавливает упругость кожи на лице и в зоне декольте, сокращает мимические морщины. Luxury Silver Face — уход за лицом для восстановления плотности и сияния кожи. Belle Epoque — стимулирующий массаж лица с содержащими коллаген средствами, а также уход за телом с нанесением питательного крема с

АКАДЕМИЯ ДРАЙВА РОССИЙСКИЙ ПИЛОТ УЧИТЬСЯ В FERRARI МАРИЯ МЕЛЬНИКОВА



В середине октября в итальянском Маранелло — штаб-квартире Ferrari — произошло событие, которое можно назвать сенсационным для российского автоспорта: впервые в истории наш автогонщик Роберт Шварцман стал студентом гоночной академии Ferrari. Контракт был подписан между российской академией SMP Racing и Ferrari Driver Academy.

Роберт Шварцман — 18-летний спортсмен из Санкт-Петербурга, отлично добился выступавший в этом году в серии Eurocup Formula Renault 2.0. За сезон он семь раз побеждал в квалификации, получая pole position, и 12 раз поднимался на подиум, из них шесть раз — на первое место. По итогам сезона спорта. «Каж

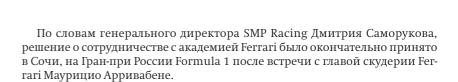
«Сезон был очень непростым, было много побед, но при этом было много и сложных уикендов, например, когда меня дисквалифицировали, как на автодроме Поль-Рикар, где, по сути, лишили возможности соревноваться за победу в чемпионате,— говорит Шварцман.— В любом случае я доказал свою скорость и всегда боролся за подиум. А последний уикенд стал достойным завершением сезона: две победы, второе место, два "поула" и рекорд трассы».

На успехи Роберта обратили внимание сразу несколько команд, которые предложили пилоту занять место в их составе на следующий сезон, однако именно условия Ferrari оказались самыми привлекательными. Безусловно, на заключении контракта сказался и тот факт, что программа SMP Racing является давним партнером Ferrari.

«Контракт с итальянской школой был заключен потому, что на сегодняшний день она является самой прогрессивной из всего, что имеется в мире»,—говорит основатель SMP Racing Борис Ротенберг.

Именно автомобили Ferrari стали точкой отсчета для выступлений российской команды SMP Racing в 2012 году в международных гоночных сериях—от Ferrari Challenge до чемпионата мира по гонкам на выносливость FIA WEC. А в 2016 году при поддержке SMP Racing на автодроме в Сочи прошли Ferrari Racing Days, вместившие целую программу мероприятий, от клиентских тестов до этапа серии Ferrari Challenge.

Что же касается Ferrari Driver Academy, то этот проект был основан в 2009 году для подготовки наиболее талантливых пилотов молодежных серий. Выпускниками академии Ferrari в разное время были Жюль Бьянки, Серхио Перес, Даниэль Зампьери, Рафаэле Марчелло и другие. В нынешнем составе молодых пилотов академии Роберт Шварцман стал восьмым по счету слушателем, присоединившись к Джулиано Алези, Маркусу Армстронгу, Энцо Фиттипальди, Антонио Фуоко, Шарлю Леклеру, Гуану Ю Джоу и Каллуму Илотту. Этим спортсменам от 15 до 21 года, они выступают в различных сериях от Formula 2 и GP3 до Formula 4.



«Мы хотели получить опыт сотрудничества с зарубежной гоночной командой высшего эшелона,— говорит Дмитрий Саморуков,— и предложение Ferrari оказалось наиболее широким по своим возможностям. Важно то, что мы нашли вариант взаимодействия не просто между Ferrari и Робертом Шварцманом, но между Ferrari и SMP Racing».

Академия SMP Racing была образована в 2016 году— с целью подготовки российских пилотов для участия в крупнейших российских и мировых гоночных сериях. На сегодня уже открыты отделения академии в нескольких городах России, а действующие пилоты программы помогают отбирать и обучать юных гонщиков в нескольких регионах страны. Но, как каждому новому проекту, SMP Racing необходимы опыт и знания, которые в академии планируют получить и от зарубежных коллег.

«Для нас также было бы очень полезно, чтобы в порядке обмена опытом к нам в Россию приехали пилоты, преподаватели, тренеры и другие специалисты из академии Ferrari. И это тоже часть наших договоренностей»,— уточнил Лмитрий Саморуков.

Контракт Роберта Шварцмана — лишь первая ласточка в сотрудничестве двух гоночных школ. Своими успехами в молодежных сериях Роберт добился того, что в Ferrari обратили на него внимание как на потенциального пилота команды в Formula 1. Обучение в академии — трудный, но и самый продуктивный и короткий способ попасть на вершину автоспорта.

«Каждый из студентов получает индивидуальную программу занятий, а также все внимание, которое ему потребуется, чтобы достичь своего максимума,— рассказывает руководитель Ferrari Driver Academy Массимо Ривола.— В идеале наши выпускники попадают в F1 каждые два года. Например, в следующем году место в Formula 1 получит Шарль Леклер. Но даже если пилот не попадает в F1, он в любом случае становится прекрасным профессиональным гонщиком, с правильными навыками, правильной психологией и приверженностью Ferrari. То, что мы называем Ferrarista».

Сам же Роберт не скрывает своих амбиций: «Конечно, моя программа максимум — Formula 1». «Но сейчас передо мной стоят более конкретные задачи,— продолжает гонщик.— Следующий год будет очень важным, я буду много и с удовольствием работать, чтобы быть полностью готовым к началу сезона. Я считаю, что я могу справиться, так как уже своими тестами продемонстрировал, что я быстрее своего соперника — Нико Кари, пилота, который ехал за Red Bull в серии GP3,— и доказал, что со мной можно достичь большего результата».

Специалисты Ferrari взяли на заметку Роберта Шварцмана весной этого года, затем высоко оценили его выступления в гонках и результаты его тестов, организованных командой Prema. В ближайшее время будет принято решение по его программе обучения. Он будет учиться взаимодействию с инженерами и командой, но, конечно, самая важная часть программы — гоночный опыт. Весь следующий сезон Роберт проведет в одной из крупнейших молодежных серий, и будет ли это GP3 или Formula 3, станет известно в скором времени.

Что касается самой престижной в мире гоночной серии — Formula 1, то у Роберта Шварцмана есть все шансы оказаться там вслед за Виталием Петровым и Даниилом Квятом и стать гораздо более успешным пилотом, что в некоторой степени может гарантировать поддержка Ferrari и SMP Racing. Так что пожелаем Роберту удачи и будем следить за его карьерой.



NO ONE