

Тематическое
приложение
к газете
«Коммерсантъ» №43

СТИЛЬ ИНИЦИАТИВЫ

14 Мода
на ответственное
потребление

18 Маурицио
Каттелан
в защиту копий

21 Андрей Бартнев
о конкуренции
в искусстве

24 Кого поддерживают
крупные
компании



Душа Странствий



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON





Cartier

КОЛЛЕКЦИЯ SANTOS DE CARTIER

ОКТАБРЬ 2018

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

К ГАЗЕТЕ «КОММЕРСАНТЪ»

СТИЛЬ. ИНИЦИАТИВЫ

ВЛАДИМИР ЖЕЛОНКИН

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

АО «КОММЕРСАНТЪ»,

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ГАЗЕТЫ

«КОММЕРСАНТЪ»

ВЛАДИМИР ЛАВИЦКИЙ

РУКОВОДИТЕЛЬ СЛУЖБЫ

«ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СИНДИКАТ»

АО «КОММЕРСАНТЪ»

АНАТОЛИЙ ГУСЕВ

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ

АННА МИНАКОВА

АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

ГЛАВНЫЕ РЕДАКТОРЫ

ДЕНИС ЛАНДИН

ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК

НАТАЛИЯ МОРОЗОВА

ТЕКСТ-РЕДАКТОР

ЕКАТЕРИНА ЕЛИСЕЕВА

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР

ЕЛЕНА ВИЛКОВА

КОРРЕКТУРА

МАРИЯ ЛОБАНОВА

БИЛЬД-РЕДАКТОР

ВИКТОРИЯ МИХАЙЛЕНКО

ФОТОРЕДАКТОР

КОНСТАНТИН ШЕХОВЦЕВ

ЕЛЕНА БОГОПОЛЬСКАЯ

ТАТЬЯНА ЕРЕМЕЕВА

ДМИТРИЙ ШНЫРЕВ

ВЕРСТКА

РЕКЛАМНАЯ СЛУЖБА:

НАДЕЖДА ЕРМОЛЕНКО

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

И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(РОСКОМНАДЗОР).

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О РЕГИСТРАЦИИ СМИ —

П/И № ФС77-64419 ОТ 31.12.2015

ТИПОГРАФИЯ

«ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

„ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ“»

109548, МОСКВА,

УЛ. ШОССЕЙНАЯ, Д. 4Д.

ТЕЛ. (495) 276-1606.

ФАКС (495) 276-1607.

PRINT@PKPP.RU, WWW.PKPP.

RU. ТИРАЖ: 75 000

ЦЕНА СВОБОДНАЯ

16+



НА ОБЛОЖКЕ:

КОЛЛАЖ: ДЕНИС ЛАНДИН

ИСПОЛЬЗОВАНЫ ИЗОБРАЖЕНИЯ:

HERMES, HUBLOT, VILLA LENA,

FOUNDATION LOUIS VUITTON,

UNTITLED FOUNDATION

Не забудьте сходить на выборы



— Приз первой премии
«Коммерсантъ Инициативы».
Изготовлен Eric Jewellery

В новом номере «Стиль. Инициативы» — интервью с Маурицио Каттеланом и рассказ о первом всероссийском конкурсе молодых художников. Виртуальная экскурсия по новой выставке Баскья и Шиле в Fondation Louis Vuitton и интервью с Еленой Евстафьевой, основательницей фонда Villa Lena в Тоскане. Также мы рассказываем о том, как большие российские промышленные компании поддерживают развитие современного искусства в регионах, организуют благотворительные марафоны и прочие инициативы в помощь детям, активно занимаются работой над улучшением экологической ситуации в городах присутствия крупных производств. Сразу несколько материалов посвящены экологии: речь идет не только о социальной ответственности брендов на международном уровне, но и о том, что можно сделать на уровне бытового — начинать всегда стоит с малого, каждый сможет внести посильный вклад, просто начав сдавать батарейки, бытовую технику, пластиковые бутылки, старую одежду и постельное белье на переработку. Особый блок посвящен чрезвычайно популярной в последние несколько лет инициативе: модные, часовые и ювелирные бренды, а также целые люксовые концерны, в которые они входят, стараются привлечь внимание к редким и исчезающим ремеслам. Для того чтобы не дать уникальным техникам исчезнуть, они обеспечивают мастеров работой, устраивают масштабные выставки и дни открытых дверей, где можно увидеть кропотливый ручной процесс производства изделий, открывают пространства мастерских, раньше закрытые от глаз посетителей.

Некоторые из тех, о ком мы рассказываем в новом номере, — номинанты на первую премию «Коммерсантъ Инициативы», которая вручается за лучшие в 2018 году проекты компаний и частных лиц в области культуры, экологии и благотворительности. На выбор тех, кто станет лауреатом, можете повлиять и лично вы. Одновременно с выходом этого номера запускается читательское голосование. Выбор читателей в категориях «Культура», «Благотворительность», «Экология» и «Личный вклад» будет объявлен в конце ноября на сайте проекта. Тогда же станет известен выбор жюри. Проголосовать можно до 18 ноября.



ZENITH

SWISS WATCH MANUFACTURE SINCE 1865



DEFY EL PRIMERO 21

ZENITH. БУДУЩЕЕ ШВЕЙЦАРСКОГО ЧАСОВОГО ИСКУССТВА

Новости

8,10

Благотворительность

12
Ставки сделают
Специальные аукционы Phillips

13
Пишите правильно
Montblanc и ЮНИСЕФ

Ответственное потребление

14
Разумное приобретение
Как модные марки осваивают этику

16
Пора сдаваться
Где принимают батарейки, старый мобильный и постельное белье

Реставрация

17
А ларчик просто обновлялся
Cartier в Эрмитаже

Выставка

18
Маурицио Каттелан в защиту копий

20
Мирный воздух
Утопичный проект Томаса Сарацено

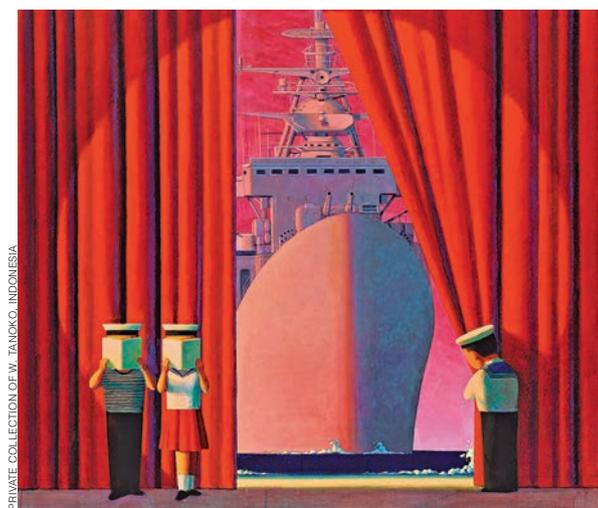
21
Андрей Бартенев о конкуренции в искусстве

22
Свидание вслепую
Жан-Мишель Баскья и Эгон Шиле в Fondation Louis Vuitton

НОВОСТИ



BALENCIAGA СОБИРАЕТ СРЕДСТВА ДЛЯ ГОЛОДНЫХ
Французский модный бренд Balenciaga подписал договор о сотрудничестве с Всемирной продовольственной программой (WFP) до 2030 года. Проект задумывался для информирования модной общественности и потребителей товаров класса люкс о людях, страдающих от голода, которых на данный момент во всем мире насчитывается около 815 млн, а также непосредственно для материальной помощи WFP. Вся одежда и аксессуары из коллекции осень-зима 2018/19, участвующие в программе, отмечены логотипом WFP, а также слоганом «Saving Lives, Changing Lives» («Сохраняя жизни, меняя жизни»). Часть суммы от продажи каждого такого изделия будет перечисляться в пользу Всемирной продовольственной программы. Так, покупка одной только кепки сможет обеспечить нуждающихся в продовольствии двумя сотнями пачек высококалорийных бисквитов. Помимо этой поддержки Balenciaga уже направил \$250 тыс. в помощь WFP. Помимо кепок в корнерах бренда в московском ЦУМе есть также футболки, толстовки и поясные сумки.



НОВАЯ ВЫСТАВКА FONDAZIONE PRADA В ШАНХАЕ

При содействии итальянской компании Prada в 2017 году в Шанхае был открыт для публики отреставрированный особняк Rong Zhai 1918 года. Он представляет собой частную резиденцию с садом, построенную в западном стиле и первоначально созданную по заказу семьи знаменитого магната Юн Цун Кинга. Этот дом и сегодня остается одним из самых роскошных особняков Шанхая. Чтобы полностью восстановить интерьеры Rong Zhai, потребовалось около шести лет кропотливой работы. С момента открытия здесь регулярно проводятся выставки искусства и архитектуры, к которым также иногда добавляется и мода. 10 ноября при поддержке Fondazione Prada в залах исторического здания откроется «Storytelling» — персональная выставка китайского художника Лиу Йе, куратором которой выступил Удо Киттельман.



ZENITH ЗАБОТИТСЯ О МУЖСКОМ ЗДОРОВЬЕ

В конце сентября более 112 тыс. человек в 648 городах 102 стран приняли участие на своих винтажных мотоциклах в заезде Distinguished Gentleman's Ride (DGR), чтобы привлечь внимание к проблемам мужского здоровья, а также собрать средства для фонда Movember, занимающегося исследованиями рака простаты и психических заболеваний среди мужчин. На данный момент DGR собрал более \$13 млн, а до конца этого года организация намерена получить еще \$6 млн. Эту инициативу поддерживает и швейцарская мануфактура Zenith, которая помимо денежных пожертвований также учредила специальный приз — лимитированную версию часов на базе регулярной модели Pilot Type 20 Chronograph Top Up Black в крупном мужском 45-миллиметровом корпусе. Такие часы будут выпущены всего в пяти экземплярах: четыре из них вручат тем, кто привлек больше всего спонсорских средств (один из них — из команды Team Zenith), а пятые стали призом, который достался самому удачливому участнику заезда.



ВСЕ АТЕЛЬЕ CHANEL ПОСЕЛЯТСЯ В ОДНОМ ДОМЕ

Компания Chanel объединяет 22 ателье, мастера которых владеют редкими художественно-прикладными ремеслами, в числе которых вышивка, плиссировка, изготовление пуговиц и другие. Все парижские мастерские марки вскоре будут собраны буквально под одной крышей пятиэтажного здания: в середине сентября на участке земли между 19-м округом Парижа и коммуной Обервилье был заложен первый камень нового дома ремесел Chanel, который откроется в 2020 году. Архитектором здания выступил Руди Риччотти, победитель Национальной архитектурной премии Франции, а также автор проекта Музея цивилизаций Европы и Средиземноморья в Марселе, отдела исламского искусства Лувра и Музея Жана Кокто в Ментоне.

The Breitling Cinema Squad
Кинематографический отряд Breitling
Charlize Theron
Brad Pitt
Adam Driver



ВОЗДУХ

ЗЕМЛЯ

ВОДА

NAVITIMER 8



BREITLING
1884

#SQUADONAMISSION

Личный вклад

23

Елена Евстафьева об арт-резиденции Villa Lena

Меценатство

24

В масштабах страны
Большие компании за искусство, науку и образование

Премия

26

Модно-зелено
В Милане вручили The Green Carpet Fashion Awards

27

Обязательство вдохновлять
O Hublot Design Prize

Ремесла

28

Ручная передача
На пяти континентах

29

Возвращение человека умелого
Экспозиция Homo Faber в Венеции

30

Выставка «Hermès: за кулисами» в цифрах

НОВОСТИ



PAUL STRECKER FOUNDATION

НАСЛЕДИЕ DIOR ПОКАЖУТ В ЛОНДОНЕ

В феврале 2019 года в Музее Виктории и Альберта в Лондоне при поддержке Christian Dior откроется самая большая из когда-либо представленных в Великобритании выставок, посвященных легендарному французскому модельеру и дому моды — «Кристиан Диор: дизайнер мечты». Она будет рассказывать не только про наследие самого Диора, основавшего свой дом моды в 1946 году, но и о шести модельерах и дизайнерах, которые продолжили его дело. Основой этой выставки послужила масштабная экспозиция, показанная ранее в парижском Музее декоративно-прикладных искусств и переработанная куратором Ориоль Куллен. В дополнение к ранее показанным в Музее Виктории и Альберта появится еще один раздел. Он будет посвящен влиянию культуры Великобритании на дизайнеров дома: так, известно, что Диор был влюблен в английские сады, восхищался океанскими лайнерами и портными с Сэвил-Роу — и эти факты не ушли от внимания куратора экспозиции.



ASSOCIATION WILLY MAILLARD ADAGE, PARIS 2018



2013, MARK SHAW



LUNA E PARRASCHOLI/ПРЕДОСТАВЛЕНО BREITLING

BREITLING И КОМАНДА БОРЮТСЯ ЗА ЭКОЛОГИЮ

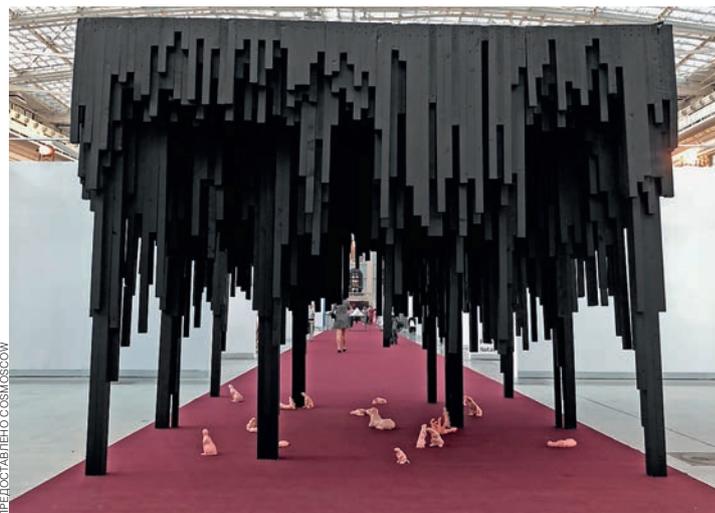
Часовая мануфактура Breitling стремится стать компанией с минимальным балансом выбросов углерода и принимает активное участие в различных проектах по охране окружающей среды. Недавно она начала сотрудничество с неправительственной организацией Ocean Conservancy, которая борется за чистоту океана и морских пляжей. А в этом году была представлена команда Breitling Explorers Squad — Бертран Пиккар, Давид де Ротшильд и Инге Солхейм, задача которых привлечь внимание общественности к экологическим проблемам. Пиккар — исследователь и ученый, который верит в потенциал возобновляемых источников энергии. Его цель — выбор тысячи экономически выгодных решений для защиты природы. Ротшильд (на фото) — защитник окружающей среды, путешественник-экстремал и основатель фонда Sculpt The Future, созданного, чтобы распространять знания о проблемах экологии посредством исследований и путешествий. В 2010 году Давид отправился в плавание на катамаране, построенном из 12,5 тыс. использованных пластиковых бутылок. Со своей командой он преодолел 8 тыс. миль и пересек Тихий океан. Норвежский путешественник Инге Солхейм считается одним из лучших гидов в мире.



ПРЕДОСТАВЛЕНО COSMOSCOW

COSMOSCOW И RUINART ВЫВОДЯТ ИСКУССТВО В ГОРОД

Конкурс на соискание гранта Ruinart Art Patronat, учрежденный в 2017 году Фондом поддержки современного искусства Cosmoscow и известным производителем шампанских вин, продлен еще на год. В его рамках экспертный совет выбирает проект искусства в городской среде, который затем будет реализован и представлен на арт-ярмарке Cosmoscow. В сентябре этого года там можно было увидеть двухчастную инсталляцию Алексея Мартинса «Черное небо, черный лес», победителя первого конкурса. Одна часть масштабной работы была установлена при входе на ярмарку, а другая — напротив, в другом конце Гостиного Двора. Работа визуализирует реальное состояние воздуха в Сибири, которое обозначается как «режим черного неба», когда в воздухе столько примесей, что жителям не рекомендуется выходить на улицу. Диптих был призван привлечь внимание посетителей Cosmoscow к экологическим проблемам страны и мира. После окончания работы ярмарки одна часть инсталляции, «Черный лес», переехала в парк Горького.



ПРЕДОСТАВЛЕНО COSMOSCOW

FREEDOM*

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



ДОМ ДЛЯ
СВОБОДНЫХ
ЛЮДЕЙ

Долой ежедневную рутину и обыденность –
в жилом комплексе FREEDOM
предусмотрено все, чтобы быть собой!

- Сервис, как в отеле: уборка, стирка, химчистка, глажка
- Спортзал с сауной, не требующий покупки абонемента
- Сервис временного хранения габаритных вещей
- Мастерская для хобби и ремесленного творчества

А еще **FREEDOM** – это 10 минут как от Москва-Сити, так и от Серебряного Бора, первая линия у Москвы-реки и фирменный стандарт бизнес-класса от **ДОНСТРОЙ**: стильная архитектура, закрытый тихий двор, эргономичные планировки и оптимальные площади квартир 24 м²- 103 м². Все квартиры имеют высокие потолки 3.08 м и широкие панорамные окна с модными низкими подоконниками 60 см от пола.

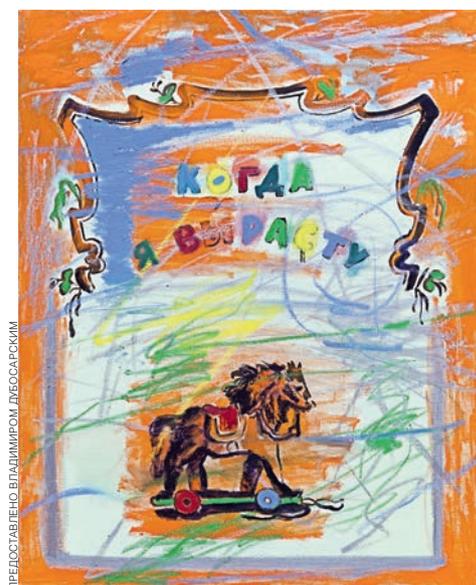


ДОНСТРОЙ 495 **154 78 55**

*СВОБОДА. ЗАСТРОЙЩИК АО «ДОН-СТРОЙ ИНВЕСТ». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ WWW.DONSTROY.COM РЕКЛАМА. 16+

www.donstroy.com

СТАВКИ СДЕЛАЮТ СПЕЦИАЛЬНЫЕ АУКЦИОНЫ PHILLIPS АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ



Владимир Дубосарский
«Когда я вырасту», 2014
Предоставлено художником



"Als ich noch ein Kind war, besuchte ich während der Schulferien meinen Vater, und wenn ich an der kleinen Bahnhofsstation ankam ohne zu wissen, was ich dort tun sollte, pflegte ich zum Bahnhof zu gehen, um den nahenden Zug zu 'treffen', der mit großer Geschwindigkeit an mir vorbeizusaufen würde."

"I had in the fall of this year, while strolling in the park near Freiburg, stood on a little station, and past me, puffing and exhaling billows of smoke, sped the very same 'locomotive of my childhood'. I rushed by at once, without any cars attached to it."

Илья и Эмилия Кабаковы
«I Used to Visit My Father», 1999,
работа №31 из тиража
в 60 экземпляров
Предоставлено художниками



Валерий Кошляков
«Голова воина
(Перикл)», 2017
Предоставлено
Ольгой Головановой
и Валерием
Кошляковым

Привлечение средств для благотворительных фондов и некоммерческих организаций — одна из задач, которая решается не только с помощью пожертвований от частных лиц и компаний, но и на благотворительных аукционах. Помимо специальных аукционов, зачастую совмещенных с ужином и развлекательной программой, которые собираются под конкретный повод, сами аукционные дома часто выступают с инициативой, поддерживая благие начинания. Так, Phillips ежегодно организует несколько благотворительных аукционов не только в Нью-Йорке и Лондоне, но и в Москве. При этом в центре внимания может оказаться как глобальная международная инициатива, так и нишевой, но важный для конкретного рынка проект.

21 сентября 2018 года в Нью-Йорке состоялся благотворительный аукцион «Искусство за одну каплю» в поддержку фонда One Drop, по данным которого более 2 млрд людей не имеют доступа к чистой питьевой воде в своих домах. К благотворительной инициативе присоединились известные художники, которые пожертвовали свои работы. Было продано 100% лотов и собрано почти \$8,8 млн. Пять работ при этом установили аукционные рекорды цены для художников, в их числе — живописная работа Анне Имхоф, перформанс которой в германском павильоне на Венецианской биеннале 2017 года получил «Золотого льва». Картина ушла за \$66 тыс. На дневных и вечерних торгах «Искусство XX века и современное искусство», которые прошли в начале октября в Лондоне, были представлены несколько лотов известных художников, включая работы Генри Мура, Жоана Миро и Дэвида Хокни. Деньги от их продажи пошли на поддержку молодых художников. Эта акция была проведена в партнерстве с Yorkshire Sculpture Park. Из самых значимых московских можно отметить аукцион, посвященный 25-летию Института проблем современного искусства. Он состоялся в конце июня 2017 года в Еврейском музее и центре толерантности. Среди художников, пожертвовавших свои работы, были AES+F, Павел Пепперштейн, Дмитрий Гутов и другие. Аукцион собрал 2,38 млн руб., которые пошли на поддержание учебного процесса и издательской деятельности института.

Также Phillips уже не первый год проводит аукцион Off-White совместно с ярмаркой современного искусства Cosmoscow. Если в 2017 году все вырученные средства направлялись в фонд «Обнаженные сердца» Натальи Водяновой, то с этого года они поступают в Фонд поддержки современного искусства Cosmoscow, помогающий как современным художникам, так и музеям, в частности, приобретать в коллекцию новые работы. В сентябре ГМИИ имени Пушкина были переданы пять видеоработ Таус Махачевой. Аукцион Off-White, который прошел в июне 2018 года, принес £172 тыс. На нем были представлены работы Такаси Мураками, Дэна Флавина, Мариано Виванко, Тимофея Ради, Елены Поповой, Алексея Мартинса и других.

Важный аукцион в этом году состоится 7 ноября — он пройдет в поддержку хосписа «Дом с маяком». Будут выставлены работы Recycle, Ирины Кориной, Валерия Кошлякова, Ильи и Эмилии Кабаковых, AES+F, Марии Агуреевой. Детский хоспис «Дом с маяком» был создан при поддержке фонда помощи хосписам «Вера» и «Подари жизнь» в 2013 году, а фонд «Дом с маяком» — в 2018-м по инициативе Нюты Федермессер и Лиды Мониавы. Последний помогает неизлечимо больным детям и взрослым до 25 лет на территории Москвы и Московской области. Его команда состоит из 250 специалистов и более чем 300 волонтеров. Бюджет фонда на 2018 год — 650 млн руб., 19% расходов берет на себя государство, а 81% складывается из пожертвований. В данный момент «Дом с маяком» предоставляет поддержку детям только на дому, но в конце 2018 года планируется открытие стационара детского хосписа на 15 палат. Регистрация на благотворительный аукцион, а также его механика ничем не отличаются от обычных: принять участие в торгах можно, связавшись с московским представителем Phillips — лично или онлайн.

ПИШИТЕ ПРАВИЛЬНО MONTBLANC И ЮНИСЕФ



PICTURE ALLIANCE VIA GETTY IMAGES



СОБРАНО ЗА ПРОШЛЫЙ ГОД: более \$1 млн

ВСЕГО ЗА ВРЕМЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРОЕКТА: \$11 млн, проект существует с 2004 года

КАКАЯ ПРОБЛЕМА РЕШАЕТСЯ Право на получение образования — одно из базовых прав человека, но, по статистике ЮНИСЕФ, порядка 63 млн детей младшего школьного возраста (от 6 до 11 лет) лишены возможности посещать школу. Даже те, кто формально в школу ходит, не получают соответствующего стандартам образования — так, шесть из десяти детей и подростков в мире не приобретают самых минимальных навыков чтения и не знают основ математики из-за низкого качества обучения. Статистика сурова: 56% детей в мире (а это около 380 млн в абсолютных цифрах) не владеют основами чтения и математики к возрасту окончания начального образования.

СУТЬ Вот уже 14-й год часть средств от продажи специальной коллекции Montblanc for UNICEF передается на различные образовательные программы ЮНИСЕФ. Если точнее и следуя официальным формулировкам благотворительной программы, — «на развитие национальных образовательных стандартов, включая профессиональную подготовку преподавателей, обучение чтению и письму, создание благоприятной психологической атмосферы в ходе обучения, вовлечение населения в совершенствование системы образования, развитие образовательной инфраструктуры и анализ результатов учебной деятельности». Только за прошлый год удалось собрать \$1 млн. Это

впечатляющий результат, учитывая, что ручки Montblanc — не товар массового спроса. Впечатляет и другая цифра: этот миллион помог повысить качество образования для пяти миллионов детей.

ПРОДУКТ Коллекция ручек (или, как принято говорить в Montblanc, «пишущих инструментов»), часов, аксессуаров и изделий из кожи. Выпускается каждый год лимитированными сериями.

Как рассказывает генеральный директор Montblanc Никола Барецки, «разнообразие мировых языков представлено в дизайне коллекции в виде шести рукописных символов, каждый из них — это первая буква одного из шести различных алфавитов, которую дети учатся писать первой в самом начале своего обучения. Таким образом дизайнеры стремились подчеркнуть глобальное значение письменности и напомнить, что доступ к качественному образованию на раннем этапе жизни имеет огромное значение».

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО СТРАНАМ В Китае на собранные Montblanc средства закупают материалы для обучения и преподавания, финансируют школы и различные мероприятия по защите прав на образование. В Бразилии деньги Montblanc помогают предоставить детям в возрасте от 4 до 17 лет равный доступ к начальному образованию, а кроме того — улучшить подготовку преподавательского состава. В Джибути на собранные в рамках программы средства осуществляется адресная поддержка детей из неблагополучных и малоимущих семей.

ЛЮКС В ПОМОЩЬ какие украшения можно купить, чтобы помочь детям

Bulgari и Save The Children

Проект существует с 2009 года. С продажи каждого из украшений специальной серии перечисляется \$100 на помощь улучшения образования и качества жизни детей в 120 странах мира. За период 2009–2017 годов собрано более \$70 млн.



Louis Vuitton и ЮНИСЕФ

Партнерство длится уже три года. Первые серебряные украшения Lock It были представлены в 2016 году. \$200 с продажи каждой подвески на серебряной цепочке и серебряного браслета с шармом и \$100 от продажи каждого браслета с серебряным шармом на яркой веревочке перечисляется в ЮНИСЕФ. По данным на июнь 2018 года, проект помог собрать более \$5 млн.



Epic Jewellery и Meet for Charity

Российский фонд Meet for Charity, сделавший себе имя на продаже необычных аукционных лотов, запускает свой онлайн-магазин. Ранее Meet for Charity «продавал» на онлайн-торгах встречи с авторитетами мира бизнеса, медиа и разных культурных отраслей. Те, за кого торговались, могли выбрать фонд из поддерживаемых Meet for Charity, в который и перечислялась сумма выигравшей ставки на аукционе (большое количество фондов из списка занимается адресной помощью детям). Так за два с половиной года существования фонда было собрано более 52 млн руб. Теперь Meet for Charity решил помочь фондам дополнительно, организовав магазин с товарами, все средства от про-



дажи которых перечисляются в поддерживаемые фонды. Среди товаров — серебряные и золотые ювелирные украшения российской марки Epic Jewellery с фирменным оранжевым цветом фонда.

ответственное потребление

РАЗУМНОЕ ПРИОБРЕТЕНИЕ КАК МОДНЫЕ МАРКИ ОСВАИВАЮТ ЭТИКУ МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА



RACHEL MANN



POLLY PENROSE/РЕДСТАВЛЕНО V&A

— Экспонаты
выставки Fashioned
from Nature в Музее
Виктории и Альберта



MATT BARON/REXSHUTTERS/ТОСК/РЕДСТАВЛЕНО V&A

— Актриса Эмма
Уотсон в платье
Calvin Klein & Eco
Age из перерабо-
танных пластиковых
бутылок

Года четыре назад представитель одного итальянского бренда брутальной мужской моды кичился перед журналистами: мол, вот мы-то — истинный люкс, поэтому никаких распродаж и скидок даже на старые коллекции. «А все непроданное мы сжигаем!» — рычал итальянец, и глаз его горел. Сегодня на таких словах можно и самому погореть, и бизнес спалить. Лучше молчать. А еще лучше говорить об ответственном производстве, экологической устойчивости и этике.

Зеленая мода шагнула в музей

«Хочется верить, что мы подтолкнем посетителей иначе взглянуть на содержимое их гардероба. Если люди начнут задумываться, из чего и каким образом была произведена одежда, которую они носят, то изменят свой подход к ее выбору. Задача внедрить концепцию ответственной и этической моды может показаться слишком амбициозной, но это огромное благо для общества, нашей планеты и для каждого из нас».

Нет, это не манифест зеленых активистов, протестующих где-то на окраине Берлина. Эти слова историк искусств и моды, куратор лондонского Музея Виктории и Альберта Эдвина Эрман произнесла на открытии подготовленной ею выставки. «Fashioned from nature» (продлится до 27 января) — первое масштабное, очень спокойное и очень наглядное музейное высказывание (чего стоит хотя бы вечернее платье Эммы Уотсон, созданное Calvin Klein & Eco Age из переработанных пластиковых бутылок, — и да, это может быть очень красиво) на самую актуальную тему для модной индустрии: что мода делает с природой и не пора ли остановиться?

Факты и цифры хорошо известны. Текстильная промышленность сегодня является второй отраслью по объему загрязнения питьевой воды, уступая только сельскому хозяйству. На производство одной пары джинсов (от выращивания хлопка до финальных процессов обработки) требуется 8 тыс. литров воды. Вреда от модной индустрии больше, чем от всех самолетов и пароходов вместе взятых. Ежегодный выброс парниковых газов от предприятий, работающих на нужды моды, составляет не менее 1,2 млрд тонн. И рост этого производства продолжается. За период с 2000 по 2014 год в мире выпустили вдвое больше одежды, чем за предыдущие 15 лет. И вместе с тем срок службы этой одежды сократился вдвое. Только в Европе ежегодно на свалках оказывается 8,4 млн тонн шмотья, это 18 кг с человека в год. Марки больше выпускают, мы больше покупаем и больше выкидываем. Примерно на \$460 млрд в год. И так по нарастающей.

Трагедия в Бангладеш

Экологи давно бьют тревогу, но fast-fashion учтиво принимал во внимание, божился принять меры и на бешеных скоростях несея к новым финансовым рекордам. Пока не случилась трагедия, не экологическая, а человеческая. Обрушение текстильной фабрики «Рана-Плаза» в Бангладеш в апреле 2013



— Сотрудница
швейной фабрики
в Бангладеш

года стало для модной индустрии точкой невозврата, подобной 11 сентября. Под завалами погибли более 1100 человек — в основном женщины и дети, тысячи пострадали. Катастрофа и последующие беспорядки в Дакке привлекли внимание всего мира к условиям работы в этой беднейшей стране, которая живет за счет текстильной промышленности и обслуживает крупнейшие мировые бренды, такие как Uniqlo, Mark & Spencer, Gap, H&M, Zara, C&A, Massimo Dutti, Mango и многие другие. Делать вид, что ничего не происходит, больше было невозможно.

К проблеме подключились европейские и международные правозащитники и политики на самом высоком уровне. В ООН ответственное потребление и производство вынесли в число главных целей глобальной программы по устойчивому развитию (первые итоги Парижского соглашения будут подводить в 2020 году, поэтому и мода тоже ориентируется на эту дату). Меры для обеспечения безопасности рабочих приняли и сами марки, и власти. Например, во Франции по следам трагедии одобрили закон, обязывающий крупные компании с особым вниманием следить за условиями труда их далеких исполнителей.

Меньше, но покупайте

Одним из пионеров экологического движения стала американская компания по производству одежды для активного отдыха Patagonia. Еще в 2011 году накануне «черной пятницы» они выступили в The New York Times с призывом (или все же рекламой?) «Не покупайте эту куртку!», в роли куртки был представлен их бестселлер. Попутно давалось объяснение, что планета за это производство платит втридорога, поэтому думайте хорошенько, нужна ли куртка, прежде чем ее купить. Стоит ли говорить, что, заботясь о природе, руководство Patagonia ни на секунду не забывало о своем бизнесе. Последовательно агитируют в защиту природы английские дизайнеры Стелла Маккартни и Вивьен Вествуд — о борьбе с загрязнением они заговорили в рекламных кампаниях своих коллекций. Маккартни сняла один из своих недавних роликов на свалке: модели пробираются сквозь вещевые горы. А Вествуд в рекламе новой коллекции призвала к разумному потреблению — «Buy less!», но ключевое слово все равно buy. Надо сказать, Стелла Маккартни действительно одна из немногих, кто производит примерно половину своих вещей из переработанных материалов: среди последних премьер — кроссовки из пластика, полученного из океанических отходов по технологии организации Parley for the Oceans. Дизайнер объявила открытую войну мехам в мире высокой моды. Многие победы уже одержаны — мех стал моветоном, профильные бренды спешно переориентируют свое производство. Но при этом Маккартни делает четыре коллекции в год для всех, от мала до велика, и зеленые взгляды ее не останавливают. К модному движению защитников природы подключились и Vetements — один из самых продаваемых брендов в мире: в рамках своей масштабной рекламной кампании они громкогласно обличали перепроизводство.

Мусор и новые технологии

Уже упомянутая Patagonia приняла участие в основании Sustainable Apparel Coalition — объединения крупнейших мировых брендов (LVMH, M&S, Levi's, H&M, Gap, C&A, Asos и др.) под экологическим флагом. Их главная задача — совершенствование технологических процессов и создание новых материалов. Не первый год выпускает экоклекции и H&M. Вещи шьются из тканей, полученных в результате переработки. Наталья Водянова рекламировала платье из полиэстера, изготовленного из отходов, выброшенных на берег, в основном это пластиковые бутылки. Известная сторонница зеленых взглядов Кристи Тарлингтон снялась в рекламной кампании H&M в кружевном платье из переработанных рыболовных сетей. Вещи из этих коллекций стоят дороже. Шведский концерн на хорошем счету у Greenpeace, в рейтинге организации у H&M одна из лучших позиций среди модных брендов, вставших на

— Рекламная
кампания
Stella McCartney,
осень-зима 2017/18



COURTESY OF STELLA MCCARTNEY

текстильная промышленность является второй отраслью по объему загрязнения питьевой воды, уступая только сельскому хозяйству

— Корнер Go for Good
в Galeries Lafayette

путь исправления. Из своего производства они уже исключили 11 химических элементов и останавливаться на этом не намерены. Зарабатывают баллы от перфторированных соединений, следить за отсутствием токсичных продуктов в их товарах и держат слово. Из люксовых брендов Greenpeace отметил только Valentino Fashion Group, которые ни на шаг не отступают от обещаний использовать лучшие технологии для обнаружения и исключения из своего производства токсичных веществ.

В том, что лидеры текстильной промышленности готовы инвестировать в новые технологии, которые сделают предприятия менее опасными для окружающей среды, сомнений нет. Пример тому — экспериментальная лаборатория Future Tech Lab, основанная Мирославой Думой для привлечения финансирования в разработку технологичных материалов и производств. Это миллионные инвестиции, участие крупных компаний (в том числе LVMH и Kering) и наглядные результаты. Одной из первых инициатив стал выпуск совместной коллекции Salvatore Ferragamo и Orange Fiber — компании, которая делает ткань из апельсиновой кожуры.

Витрина и репутация

«Мы хотим стать витриной ответственной моды, содействовать ее развитию», — заявил генеральный директор Galeries Lafayette Никола Узе на презентации новой инициативы семейной группы «Go for Good». Главный французский универсам не остался в стороне от современных веяний и открыл поп-ап отдел, полностью посвященный экомоду. Это совершенно новый шаг для такого крупного ритейла. На инициативу откликнулись около 500 брендов (одежда, аксессуары, косметика). Критерии отбора — марка должна либо выпускать свою продукцию из «полезных» для природы материалов (иметь специальный лейбл товара, при производстве которого был нанесен минимальный вред окружающей среде), либо быть социально ангажированной (например,

например, деньги от продаж поступают в социальные фонды помощи), либо проявить себя, поддерживая местное производство (лейбл «сделано во Франции» или компания, причисленная к культурному наследию страны, — эти критерии сегодня во Франции набирают все больше популярности и во многом определяют выбор покупателей).



GALERIES LAFAYETTE

выступил с небольшой витриной, где оказались сумка Noe, выполненная из кожи растительного дубления, серебряные украшения, которые продаются в поддержку ЮНИСЕФ, и флакон духов для многократного использования. В остальном же в отделе представлены бренды pret-a-porte.

Новое поколение — новые правила

Говоря о новом понимании ответственности за загрязнение, эксперты сходятся во мнении: в зоне особого риска находятся именно марки сегмента pret-a-porte, так как их основные потребители — миллениалы, а это совершенно другое поколение. Они уделяют гораздо больше внимания тому, где, как и из чего произведена их одежда. Вопросы экологии и этики для них в разы важнее, чем для их родителей. По данным исследования Nielsen, более 73% тридцатилетних готовы потратиться и даже переплатить за бренд, ратующий за экологию, и 81% опрошенных призывают свои любимые марки сделать корпоративную политику более открытой. Выступая на одном из последних саммитов моды в Копенгагене (Copenhagen Fashion Summit) — самом авторитетном форуме, посвященном экологическим проблемам модной индустрии, директор Centre for Sustainable Fashion на базе Университета искусств в Лондоне Дилис Уильямс сказала: «Это первое поколение людей, которые реально осознают проблему глобальных климатических изменений, и последнее, которое что-то может с этим сделать». Это теория помощи природе. На практике можно последовать совету от кумира всех домохозяек японки Мари Кондо: вещь, говорит она, должна всегда радовать. А нет радости — и не надо покупать, чтобы потом не приходилось выбрасывать.

ПОРА СДАВАТЬСЯ ГДЕ ПРИНИМАЮТ БАТАРЕЙКИ, СТАРЫЙ МОБИЛЬНЫЙ И ПОСТЕЛЬНОЕ БЕЛЬЕ МАРИЯ ЛЕДНЕВА



NICOLE DEKSTRAS

Многие крупные компании и ритейлеры озабочены не только тем, как самим стать более ответственными экологически и социально, но и тем, как привлечь к этому потребителей. «Стиль. Инициативы» выяснил, какие товары и куда можно сдать на переработку в Москве.

Текстиль

Uniqlo и одежда. С 2015 года в магазины Uniqlo можно сдавать ношенные предметы одежды. Вещи обязательно должны быть чистыми и в хорошем состоянии. Одежда может быть не только марки Uniqlo, но и от любого другого производителя. Специальные коробки установлены во всех магазинах марки. Никаких ограничений по количеству одежды, которую можно принести, нет. Собранные вещи передают в детские дома и интернаты, в малоимущие семьи и бездомным.

H&M и любой текстиль. Еще дальше в заботе о грамотной утилизации пошел H&M. Одна из глобальных инициатив бренда — сбор одежды и домашнего текстиля для передачи в секонд-хенды, повторного использования (например, в качестве расходных материалов для уборки) или переработки. Пакет с вещами в любом состоянии можно оставить в любом магазине марки. Компания—производитель вещи значения не имеет.

Доходы от утилизации собранных текстильных изделий H&M направляет на исследовательские и социальные проекты. Дополнительный стимул для участия в программе — ваучер на следующую покупку.

ИКЕА и постельное белье. Схожая программа, но касающаяся только постельного белья, в любом состоянии и от любого производителя, запущена в июне этого года во всех московских магазинах ИКЕА. Пригодное для использования белье передадут нуждающимся, а непригодное — переработают. В качестве бонуса предлагается 15-процентная скидка на следующую покупку.

Пластик и алюминий

«ВкусВилл» и одноразовая тара. В магазинах сети установили автоматизированные комплексы приема тары — пандоматы для утилизации ПЭТ-бутылок

___Consume, работа
Николь Декстрас

(кроме тары для воды это бутылки из-под кисломолочных напитков, молока, йогуртов, киселя, соков) и алюминиевых банок любых размеров. Первый пандомат появился в магазине на Ленинском, 79 в конце июня. Ежедневно покупатели отправляли в него полсотни банок и бутылок. Это подтолкнуло «ВкусВилл» продолжить установку — на сегодня функционирует около десятка пандоматов в Москве, еще несколько в Подмосковье и Санкт-Петербурге. За один прием сдать можно до 30 банок или бутылок.

Батарейки и техника

Duracell и элементы питания. Одна «пальчиковая» батарейка, выброшенная в мусор, загрязняет тяжелыми металлами около 20 кв. м почвы. В зависимости от типа и конструкции в батарейках и аккумуляторах могут содержаться ртуть, никель, свинец, цинк, литий, кадмий, марганец. Производитель батареек Duracell совместно с заводом по переработке элементов электропитания (ГК «Мегаполисресурс») решили создать инфраструктуру приема батареек, договорившись с крупными сетями ритейла. Пункты сбора уже установлены в таких сетях, как «Лента», OBI, Metro Cash & Carry.

Samsung и устаревшая электроника. Компания вообще уделяет много внимания программам экологической и социальной ответственности. На производстве Samsung использует альтернативную энергию, сводит к минимуму потребление воды и старается снизить загрязнение сточных вод, да и саму продукцию стремится сделать менее вредной для экологии (насколько это возможно, когда речь идет о технике). Еще одна инициатива — сбор подержанных гаджетов. Любой желающий может сдать портативную технику Samsung — старые телефоны, плееры и аксессуары. В России сейчас действует несколько десятков пунктов приема, найти ближайший можно на сайте компании. Собранную технику сортируют, что-то идет на переработку для повторного использования, что-то — для утилизации отдельно от другого мусора. Также Samsung осуществляет программу по приему и утилизации батареек и аккумуляторов при помощи установленных в разных городах экобоксов.

А ЛАРЧИК ПРОСТО ОБНОВЛЯЛСЯ CARTIER В ЭРМИТАЖЕ МАРИЯ ЛЕДНЕВА



COURTESY OF CARTIER



COURTESY OF CARTIER



COURTESY OF CARTIER

22 ноября ювелирно-часовой дом Cartier представит результат своего нового реставрационного проекта. Отреставрировали редкий экспонат Государственного Эрмитажа, закономерно для Cartier было выбрано произведение ювелирного искусства. Это драгоценный ларец XVI века — он принадлежал дочери Сигизмунда I польской принцессе Ядвиге Ягеллонке и был создан в 1533 году.

История партнерства Cartier и Эрмитажа началась не вчера. Еще в 1992 году в Эрмитаже выставляли редкую коллекцию украшений Tutti Frutti от французского ювелирного дома. Да и реставрационный проект это далеко не первый: Cartier значится в числе главных спонсоров и меценатов Государственного Эрмитажа, и за деньги компании уже было

проведено несколько значимых работ по реставрации. Так, в 2016 году показали восстановленную лампу из горного хрусталя, созданную в X–XI веках на Ближнем Востоке (проект осуществлен в Лаборатории научной реставрации драгоценных металлов под руководством И. К. Малкиеля), а в 2017-м специалисты той же лаборатории провели реставрацию древнего ароматника из сокровищницы Великих Моголов. Как объяснял при представлении ароматника Игорь Малкиель, проект имел еще и исследовательское значение: современные технологии помогли изучить технику создания могольских ювелирных изделий.

Ларец под инвентарным номером Э-2627 тоже предмет довольно интересный. Он создан на территории современной Германии (нюрнбергская школа), размеры изделия 42x24x26,2 см. Заказан у мастера, имя которого до нас не дошло, ларец был лично Сигизмундом I и стал частью приданого Ядвиги (в 1535 году она вышла замуж за курфюрста Бранденбургского Иоахима II). В Россию ларец предположительно попал также как часть приданого — принцессы Софии-Шарлотты Волфенбюттельской, которая была прямым потомком Ядвиги Ягеллонки и в 1711 году вступила в брак с сыном Петра I царевичем Алексеем.

Ларец выполнен из серебра с позолотой, декорирован чеканкой и резьбой, а отдельные части отполированы, и инкрустированы алмазами, сапфирами, изумрудами, жемчугом и полудрагоценными камнями. По декору можно многое узнать о ювелирных вкусах Ренессанса — для украшения использованы камеи и переставшие быть модными кольца и подвески. Ручку с кулонами из шпинелей, сапфиров и жемчуга держат два амура, ножки — в виде грифонов, два из них держат щиты с гербами курфюрста Бранденбургского и польского короля. В ходе реставрации восстановили золочение, элементы закрепили, «подлечили» камни и сделали многое другое, чтобы почерневший от времени ларец снова стал ослепительно красивым.

история партнерства
cartier и эрмитажа
началась не вчера



COURTESY OF CARTIER

«ПЕРВЫЙ АКТ КОПИРОВАНИЯ — СОЗДАНИЕ БОГОМ ЧЕЛОВЕКА» МАУРИЦИО КАТТЕЛАН



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI



PIERPAOLO FERRARI

—Маурицио Каттелан
Художник, куратор выставки
The Artist Is Present

В Шанхайском музее Yuz 10 сентября открылась выставка The Artist is Present. «Стиль. Инициативы» поговорил об экспозиции, современном искусстве, о бренде Gucci (в сотрудничестве с которым осуществилась выставка) и, неожиданно, о религии с сокуратором проекта — «великим и ужасным» Маурицио Каттеланом. Для него даже интервью — арт-проект. Тем интереснее.

В пресс-релизе, выпущенном к выставке, вас называют «идеальным соучастником» для креативного директора Gucci Алессандро Микеле в работе над этим проектом. Согласились стать «соучастником»?

Мне кажется, мы долго работали над похожей концепцией, каждый в своей области — так что наша встреча была предопределена. Вопрос только — встретиться как соперники или как партнеры, соучастники. И, к счастью, нам не пришлось бороться, а повезло поработать вместе.

Что вы думаете о Gucci и кодах бренда? Лично у вас этот образ марки находит отклик?

Мне кажется, Gucci разговаривает с самой природой человека, с очень глубинными вещами. Лично я считываю в Gucci основные инстинкты, возможность быть дикарем и одновременно нормальным человеком, глубокую связь с природой, со скрытой и пугающей стороной нашей натуры. Я, может, и небольшой знаток моды, но я же одеваюсь каждый день!

В процессе работы над выставкой сильно ли менялся проект и ваше к нему отношение?

Если честно, я себя чувствую так, как будто только что пробежал последний километр марафона. В начале этого марафона, на его старте, я думал только о том, как сохранить энергию на всю дистанцию и как максимально раскрыть свой потенциал. А вот времени пожалеть о чем-то, передумать что-то у меня не было — когда надо бежать, ты просто бежишь. Все, что я чувствовал, — скорей бы финиш, чтобы посмотреть на результат.

Чьей идеей было назвать выставку The Artist is Present? И откуда вообще эта аллюзия на Марину Абрамович — точнее, прямой повтор названия ее выставки в нью-йоркском MoMA (2010 год)?

Когда мне сказали, что это название уже использовала Марина, я очень расстроился, а потом я понял: оригинальности вообще не существует, после этой выставки тоже будет еще не одна, которую назовут The Artist is Present, и это совершенно нормально. Вы так не думаете?

Да ладно, шучу, «фишка» и была в этой игре со словами, в утверждении того, что копирование может быть оригинальным. И я очень надеюсь, что эта ассоциация сработает.

Выставку решили устроить в Шанхае. Как вам этот город?

Шанхай напоминает мне многие другие места и одновременно ни на что не похож. Удивительно, как он за такой малый срок так сильно изменился — еще лет десять назад это был совершенно другой город. Правда, мне до сих пор очень нравятся элементы из прошлых жизней Шанхая, те, что показывают, что город появился не вчера и не из ничего. Не вырос, как гриб, не был отстроен, как Абу-Даби. Шанхай — это место, в котором чувствуется тысячелетняя история Китая.

Как бы вы сформулировали главную идею The Artist is Present?

Давайте лучше про желания, а не определения. Я бы хотел, чтобы эта выставка откликнулась в каждом посетителе, чтобы в ней не было оставляющей равнодушным сложносочиненности. Эта экспозиция ставит под сомнение

вещи, которые нам кажутся самоочевидными. Она же дает новое о них представление, предлагает новые ответы на хорошо знакомые вопросы. Аудитория — не только зритель, но и судья.

Для выставки вы отобрали больше тридцати художников. Как и почему были выбраны именно эти участники? Могли бы выделить кого-то из них? Или какие-то работы как главные?

Не могу ответить на этот вопрос, это как спросить отца или мать, кого из детей они больше любят. Тут сложно дать ответ и потому, что часто не знаешь, и потому, что самому себе боишься признаться, что кого-то из них и правда любишь больше.

Как была выбрана сценография The Artist is Present и как она резонирует с темой выставки?

Для меня сценография — это весь Шанхай! Со всеми его противоречиями и мультикультурностью. А музей Yuz идеален потому, что каждый куратор мечтает о площадке, где он может выстроить выставку ровно такой, какой хочет. И Yuz позволяет это.

Если бы вы могли сделать инсталляцию в любом месте в мире, то где?

У меня есть мечта установить монумент в каком-нибудь публичном пространстве Нью-Йорка. На площади или в парке. Когда я найду кого-нибудь достаточно безумного для воплощения этой безумной идеи, я обещаю вам позвонить.

В описании выставки говорится: «подлинность сильно переоценена». Почему переоценена?

Да потому, что мы как общество тратим столько энергии, чтобы завладеть чем-либо, и на защиту этого обладания. Причем это может быть и обладание идеями. Мне кажется, нам вообще надо преодолеть идею копирайта и подлинности. Ничто не подлинно в нашей жизни, даже то, что мы испытываем сегодня, это результат прежнего опыта, наша жизнь — результат жизней предыдущих поколений. Не ищите оригинальности — ее нет нигде.

Как акт копирования, по-вашему, становится актом творения?

Ответ на этот вопрос я нашел в Библии: «Бог создал человека по образу и подобию своему». Вот первый акт копирования для христианина! И мне кажется, похожее можно найти во многих религиях. И максимум для копии — стать оригиналом, то есть богом.

Какие копии в истории человечества вы бы назвали более ценными, чем оригиналы?

Давайте расскажу вам историю. С момента своей коронации королева Елизавета II множество раз приветствовала ликующую толпу. Как мы узнаем сейчас из ее биографии, люди не всегда видели ее руку: нередко это была механическая рука, потому что королеве — а ей сейчас 92 — было трудно поднимать руку и столько времени махать ею, а разочаровывать собравшуюся публику не хотели. Но оставим в стороне хитрости, так или иначе — этот жест королевы остается одним из самых знаменитых и самых узнаваемых в мире. И меняет ли что-то в вашем отношении к нему тот факт, что иногда жест был движением механической руки?

Многие кураторы сейчас говорят, что выставки, инициируемые брендами, становятся интереснее иных главных музейных выставок, согласны?

Мне кажется, что бренды, как частные коллекционеры в прошлом, — та плодородная почва, которая дает расти идеям художников.

Есть ли произведение искусства, которое вы бы хотели разрушить как иконоборец?

Иконоборчество — моя любимая тема, и прежде всего потому, что в ней есть противоречие. Желание разрушить говорит о большом внимании к работе, это признание ее важности, силы. Так что, возможно, лучшим ответом на ваш вопрос было бы сказать: я хочу уничтожить свою собственную работу.

Беседовала Анна Минакова



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI

МИРНЫЙ ВОЗДУХ УТОПИЧНЫЙ ПРОЕКТ ТОМАСА САРАЦЕНО АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

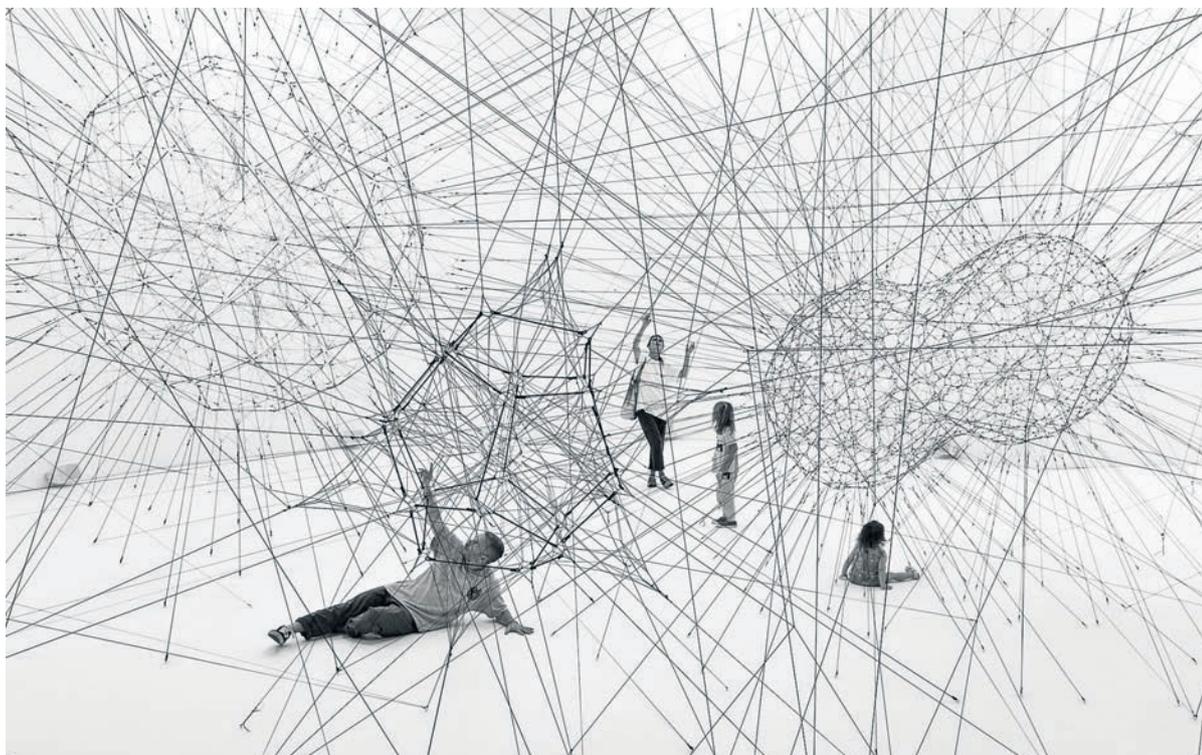


Что если люди смогли бы жить над землей, и их дома парили бы в воздухе? Что если человечеству нефть была бы больше не нужна? Чему стоит научиться у аранеоморфных пауков и сложных структур из паутины, которые они возводят? Что общего у физики этих паутиных структур с мыльной пеной? На все эти вопросы вместе с сотней ассистентов ищет ответ аргентинский художник Томас Сарацено, берлинская мастерская которого занимает территории бывшего завода. Частью этих исследований, к примеру, стали скульптуры в виде соединенных между собой многогранников из стекла, переливающегося пластика или деревянного шпона, подвешенные на металлических тросах. Они получили имя «Город в облаках», и художник надеется, что когда-нибудь в подобных можно будет жить над землей. Такие есть, к примеру, в коллекции нью-йоркского Музея современного искусства. Они возводились и в берлинском музее Hamburger Bahnhof, музее Метрополитен в Нью-Йорке, а вариант в лондонской галерее Hayward представлял собой набор жилых подвесных кабин.

В своих работах Сарацено соединяет инженерию, архитектуру, биологию и антропологию, а его идеи часто носят утопичный характер — он мечтает найти способ для человечества жить в гармонии с природой, не уничтожая все вокруг себя. И один из предложенных им путей совсем не новый: художник предлагает максимально использовать солнечную энергию. Одна из его заметных работ — эксперименты с воздушными шарами, которые способны нагревать воздух, заключенный в их оболочке, без подачи топлива, только за счет солнечного света. Подобные шары часто используются в метеорологии и для изучения загрязнения атмосферы. Сарацено запустил с ними коллективный проект — Aegocene Explorer, где каждый участник вне зависимости от своего местоположения может делиться данными, полученными с помощью таких воздушных лабораторий, в сложенном виде они помещаются в обычный рюкзак. В 2015 году Томас совершил первый и самый длительный полет на воздушном шаре, управляемом благодаря солнечной энергии.

С 17 октября в парижском Palais de Tokyo при поддержке швейцарской часовой мануфактуры Audemars Piguet, активно взаимодействующей с передовыми мировыми художниками, работающими на стыке искусства и науки, открылась новая выставка Сарацено On Air (игра слов — дословного перевода «В воздухе» и радиийного термина «В эфире»). Для нее он преобразовал все предоставленное ему пространство в масштабную инсталляцию, где зритель попадает в новый мир, прообраз воображаемого космического города, созданный из металлических струн — своеобразную огромную паутину, внутри которой находятся его фирменные многогранники. Струны при соприкосновении с проходящими людьми издают звуки, которые становятся неотъемлемой частью инсталляции. С помощью нового проекта Сарацено старается показать новые способы взаимодействия человека и планеты. Экспериментальная часть продолжится уже с 5 по 9 декабря в Майами во время Art Basel Miami Beach, где при поддержке того же часового бренда художник представит серию перформансов и инсталляцию. На пляже будут подняты в воздух метеорологические шары (проект носит название Aegocene), а рядом солнечная энергия будет работать на благо людям — с ее помощью, к примеру, художник и его помощники собираются готовить еду. Сочетание высоких идеалов, технологий и искусства взаимодействия, когда зритель становится полноправным участником процесса, — не только фирменный прием Томаса Сарацено, но и мощная тенденция арт-мира последних лет. Кто знает, возможно за такими художниками-изобретателями шанс на лучшее будущее получит и эта планета, и все, кто на ней будет жить. Хотя, по мнению Сарацено, чтобы выжить, нужно быть, конечно, выше привычного мира — и сначала подняться в воздух.

JOAQUIN EZCURRA/STUDIO TOMAS SARACENO



ANDREA ROSSETTI/PALAIS DE TOKYO

«ХУДОЖНИКИ НЕ КОНКУРЕНТЫ ДРУГ ДРУГУ»

АНДРЕЙ БАРТЕНЕВ

В начале ноября объявят результаты Untitled Prize — первого общероссийского конкурса молодых художников, тогда же откроется выставка победителей во Всероссийском музее декоративно-прикладного искусства и благотворительный аукцион при поддержке Sotheby's. Председателем жюри Untitled Prize стал Андрей Бартенев. «Стиль. Инициативы» поговорил с художником о том, что получилось и что не получилось у организаторов конкурса, как жюри выбирало победителей, какие удалось выявить тенденции в масштабе страны, увидев творчество молодых художников во всем его многообразии.

Как для тебя началась история с Untitled? Почему ты согласился стать председателем жюри?

Это было весной. Я открывал выставку в моей галерее «Здесь на Таганке», туда пришла команда фонда Untitled, они посмотрели экспозицию, а потом сказали: «Андрей, у нас для вас предложение». И рассказали про планируемую премию, цель которой открывать новые таланты. Это совпало с моими жизненными установками. Ведь одна из моих целей и целей «Здесь на Таганке» — находить новые имена, раскрывать их потенциал. Это невероятно интересно, и можно выполнять эту задачу по-разному — становиться куратором выставки или создавать прецеденты конкурса и премии.

Вы с другими членами жюри просмотрели немало работ: из 200 прошедших по условиям конкурса вы отобрали 30 финалистов. Лично у тебя были фавориты? Были ли сюрпризы?

Для меня еще одной причиной участия было желание посмотреть на ту визуальную перспективу, которая откроется в финале конкурса. Мне интересно, когда за хаотичными творческими процессами стоят графики, статистика, когда они могут стать предметом исследования.

Сначала мы думали о технических сложностях сравнения работ: вот как сопоставить графику с живописью и как мы будем сравнивать их с инсталляцией, если таковая появится на конкурсе? Но когда я получил огромный каталог страниц в связке с анкетой, описанием, оценочной таблицей и изображением самой работы, то я понял, что наши опасения не полностью оправдались. Инсталляций не было, только в эскизном состоянии. Общая тенденция — традиционная живопись на холсте разного формата и разного качества технического исполнения. Были и работы, которые явно носили психиатрический характер. Были и те, кто был замучен знаниями, академизмом. Меня, как человека, который любит разные жанры и любит совмещать несовместимое, это немного печалило. Ведь несмотря на прогрессивный лозунг Untitled — некое обращение к неизвестности, конкурс без границ, — тенденцией стало представление традиционной живописи на холсте маслом или акрилом, в крайнем случае в смешанной технике, а также огромное количество графики.

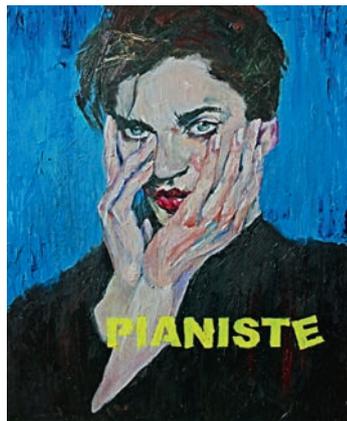
И как сравнивать графику с живописью?

Вот тут как раз наши опасения про жанры оправдались! Но тут помогла наша европейская коллега — художник, профессор Мюнхенской академии искусств Антуанетта фон Суарма. Она стала разбирать произведения по их смысловому наполнению, она же создала таблицу оценки работ, которая помогла выявить финалистов. И это было интересно. Особенно с таким составом жюри — ведь это авторитеты в разных практиках, люди с разным творческим вкусом (в жюри кроме Бартенева и Суармы — глава российского представительства Sotheby's Ирина Степанова, арт-критик, куратор и историк искусств Сергей Хачатуров, руководитель отдела новейших течений Государственной Третьяковской галереи Ирина Горлова, директор Музея Москвы Алина Сапрыкина, коллекционер и меценат Оксана Бондаренко. — «Стиль. Инициативы»). Мнение каждого было невероятно интересно слушать.

Разногласия на этапе выбора финалистов были?



— Дмитрий Колистратов, «Спутники»



— Алина Грехова, «Пианист»



— Художник Андрей Бартенев, председатель жюри Untitled Prize



— Анастасия Кузнецова-Руф, «Пока растет»

Мы еще не дошли до этапа разногласий! Мы определили тот объем, который нам интересен, но мы отбирали работы по их фото и описаниям. Победителей мы выберем по оригиналам (ведь только они дают полное впечатление, эмоциональный опыт), то есть непосредственно перед объявлением результатов и открытием выставки.

Какая картина мира вообще открылась? Есть что-то общее между работами кроме уже сказанного? Можно ли сложить какой-то собирательный образ этого молодого художника?

Большинство художников пытаются работать с красотой. Сейчас попробую объяснить, что я имею в виду. Будто бы есть струна красоты, и она издает звук, который искажает ее. Кто-то пыгается закрутить эту струну, кто-то порвать, кто-то отрицать ее вообще. И ты видишь этот конфликт между естественным стремлением к красоте и ее отрицанием. Еще есть некая самоцензура. Желание понравиться. Кроме того, можно сказать, что все художники работают в рамках устоявшихся галерейных традиций, никакого шока, взрыва не было.

А ты ждал?

Конечно, я ждал! Из финалистов получится отличная выставка, но ты всегда надеешься на чудо, на сокровище, которое найдешь.

Мы можем сказать, что это проблема роста проекта? Что сейчас о нем узнает куда больше людей и вот в следующем году мы увидим и взрыв, и чудо?

Я совершенно согласен. Более того — это первый опыт, не только участники и наблюдатели, но и сам фонд нащупывает ту дорогу, по которой ему двигаться. В России, в Москве очень много премий в области современного искусства — надо запомниться, надо сформировать свое лицо, быть отличающимся от всего вокруг. Нужно то, что будет вызывать любопытство и ожидание от премии. И тогда, я надеюсь, будет несколько иной состав участников. И жанрово тогда

это станет шире и, возможно, более экспериментально. Важно и другое — художник может написать одну хорошую картину, но это не значит, что он способен на большее, что с этой личностью можно будет работать год, два, три, четыре... Что талант, личность будет развиваться. Это тоже покажет будущее. Но как бы то ни было — открывать новые имена необходимо, от этого изобразительная жизнь становится богаче. Ведь даже если мы сталкиваемся с художником одной картины, он остается в памяти и практике других авторов, которые более сильны, и тем самым влияет на развитие искусства. И тем более удивительно, что нередко художники негативно относятся к конкурентам. Я стараюсь своим ученикам объяснить одно: нет одного конкурента, другого, всех нет! Что будет? Ты умрешь от скуки, начнешь себя издевать. Жизнь художника без ландшафта культурной жизни вокруг куда сложнее, только вот эта окружающая художественная действительность и дает свободу. Художнику необходима культурная среда.

Среди молодых художников на современной арт-сцене кого бы ты выделил, кто ее формирует? За кем стоит следить особенно пристально?

В России и Москве художнику сложно быть постоянно практикующим, мало поддержки искусства, а от этого страдают все. Не только творцы, но и зрители. Недостаток фондов, спонсоров, тех, кто просто выделит деньги на создание работы. Данила Поляков для меня блестящий современный художник, продолжатель дела Влада Монро. Но есть полтора человека, кому в нашей стране нужно такое искусство. Вот что чудовищно. Кроме Полякова я бы выделил Катю Щеглову, Андрея Илюшкина, Вову Перкина, которому мы помогли развиваться с Игорем Маркиным, мы вложили в него свои средства и внимание. Сделали ему персональную выставку, показали его работы на Cosmoscow. И за год мы увидели не только его личный рост, но и качественный рост его кружка «перкинистов». И это еще одна очень важная вещь — умение художника делиться, отдавать.

Ты начинал в конце 1980-х. Если можно сравнить, то когда было легче начинать путь художника — тогда или сейчас? И когда интереснее?

В конце 1980-х люди были счастливые и открытые. 90-е были фантастическим временем для любого начинания. Все, что ты придумывал, встречалось на ура. Был голод. Художники вдруг стали поп-звездами. И мы с другими художниками, с которыми мы начинали тогда, были одной семьей. Сейчас этого нет. И я бы желал молодым художникам иметь эту внутреннюю спайку, чтобы они поняли, что они не конкуренты друг другу, они конкуренты той среде, которая отрицает творчество как таковое.

Беседавала Анна Минакова

СВИДАНИЕ ВСЛЕПУЮ ЖАН-МИШЕЛЬ БАСКЬЯ И ЭГОН ШИЛЕ В FONDATION LOUIS VUITTON МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА

У откровенных портретов Эгона Шиле и дикой мазни Жан-Мишеля Баскья общее примерно столько же, сколько у маленького черного платья Коко Шанель и конусовидных корсетов Жан-Поля Готье. Лидер австрийского экспрессионизма и эротоман против американского неоэкспрессиониста и уличного хулигана. У одного за окном — одержимая Фрейдом Вена начала XX века. У второго — андерграундный Нью-Йорк 1980-х. Художников настолько непохожих надо еще поискать. Но Fondation Louis Vuitton рискнул и устроил им свидание вслепую. Кто выиграл от этого соседства, вопрос спорный, но выставка — точнее, две выставки, — бесспорный хит этого года.

«Не одна выставка на двоих, а две бок о бок под стеклянными сводами здания Фрэнка Гери», — настаивает Жан-Поль Клавери, советник президента LVMH Бернара Арно. «Я не считаю, что мы вправе форсировать этот альянс», — добавляет директор Fondation Louis Vuitton Сюзанна Паже. И даже приглашенный куратор Дитер Бучхарт, усматривая родство Шиле и Баскья по линии экзистенциализма, соглашается, что показывать их нужно отдельно: «Это два больших художника, но их разделяют 70 лет. Несопоставимы и форматы: у одного — интимная живопись и графика, требующие пытливого взгляда; у второго — монументальные полотна, в которые нужно вчитываться».

Жан-Мишель Баскья (1960–1988) в коллекции Fondation Louis Vuitton занимает привилегированное положение, он один из любимых художников Бернара Арно. Президент LVMH открыл его для себя в 80-х годах, когда Баскья еще был жив, и не просто коллекционирует его картины, а живет с ними. Они висят в каждом доме Арно, не говоря уже про собрание Fondation Louis Vuitton, в котором работ Баскья много и они участвуют во всех коллективных выставках фонда. Ретроспектива Баскья — а до него ни один художник из коллекции не удостоивался сольной экспозиции, — как раз идея Бернара Арно.

Выставка занимает четыре уровня музея и в 135 картинах, расположенных в хронологическом порядке, рассказывает о ключевых этапах короткой карьеры художника с 1980 по 1988 год. Исключая «уличную» главу жизни Баскья-граффитчика, когда он вместе с приятелем под единым псевдонимом SAMO расписывал стены нью-йоркского Сохо странными протестными фразами, ее кураторы опускают. Среди премьер стена с рисунками, около тридцати листов — этюды «Голов», сделанные в 1982 году и выставленные впервые галеристом Робертом Миллером.

С тех пор их нигде не показывали. В Fondation Louis Vuitton стену воспроизвели в точности как у Миллера. Из невиданного и картина с солирующей Эйфелевой башней. Оказывается, Баскья, как и все американцы, обожал Париж. Есть залы с кумирами-афроамериканцами. Боксеры Мохаммед Али, Шугар Рэй Робинсон и Джо Луис учили держать удар: их агрессию на ринге Баскья понимал как никто другой и всегда говорил, что 80% его картин — это чистая злость. Музыка — отдельная глава в жизни художника и на выставке. Здесь речь идет еще об одном кумире — американском джазмене, саксофонисте Чарльзе Паркере: Баскья его боготворил и считал своим альтер эго.

Кульминацией этой галереи кумиров стал зал, посвященный Энди Уорхолу, их совместным с Баскья работам. В четыре руки художники трудились с 1984 года. Баскья давно ходил вокруг да около своего кумира, но все как-то не складывалось. В итоге их познакомил влиятельный галерист Бруно Бишофбергер. Привел юного художника с собой на обед. Пообедали, и понеслось. Вчерашний парень с тротуара в Гринвич-Виллидж, где он расписывал футболки, стал суперзвездой арт-рынка, которому завидовал даже Уорхол.

Баскья мечтал о славе — и он ее получил. Хотя титуловал он себя сам, задолго до всех почестей — просто рисовал себе повсюду корону. Какие могут быть

сомнения? Молодой художник стал не только «золотым ребенком» арт-мира, но и поп-иконой, законодателем мод, звездой нью-йоркской тусовки. Одна из его первых выставок прошла в магазине модного дизайнера Патриции Филд, он встречался то с Мадонной, то с Китом Харингом, позировал для журнальных обложек, не расставался со своим костюмом Armani, обожал пиджаки

Issey Miyake и участвовал в дефиле Comme des Garçons. Про монетизацию имиджа Баскья все понял задолго до рождения сегодняшних инфлюенсеров. Простая парикмахерская «на районе», где он стриг свою непослушную копну, вдвое повысила цены — от запросов «как вот у этого парня-художника» не было отбоя.

О выставке Эгона Шиле давно мечтала директор Fondation Louis Vuitton Сюзанна Паже. И если в Москву Шиле привозили в прошлом году в ГМИИ имени Пушкина, то в Париже австрийского экспрессиониста не видели лет двадцать пять. Замечательно и то, что в Fondation Louis Vuitton привезли не хрестоматийную классику (в столетнюю годовщину смерти художника венские музеи оставили «сливки» себе — тем лучше), а редкую графику из частных собраний. Собрать 120 работ помогли связи Сюзанны Паже, похлопотал и сам Бернар Арно.

Куратор Дитер Бучхарт по-немецки строго, но исчерпывающе представил Эгона Шиле (1890–1918) как превосходно рисовальщика. Его краткую творческую жизнь он разделил на этапы по типу линии и контура. «Редкий художник прорабатывает линию и рисунок с виртуозностью и напряженностью, присущими руке Эгона Шиле», — объясняет куратор. — Орнаментальная плавная линия заимствована у учителя Густава Климта, поэтому их обнаженные Данаи и похожи как сестры. Дальше — разрыв с традицией и обращение к экспрессионизму; угловатые портреты и автопортреты в изогнутых позах и слишком смелых для Шиле цветовых сочетаниях. Накануне Первой

мировой войны его почерк колеблется между классикой и новаторством. При сложно-очиненных линиях рисунок становится все более прозрачным. И наконец, завершающий этап с ампутированными фрагментарными линиями, которые разбирают тело на части.

Руки — отдельная страсть Эгона Шиле. Эту странную, неест-

полную версию материала читайте в разделе «инициативы» сайта kommersant.ru

ественную жестикуляцию (вы попробуйте так же сложить пальцы — не выйдет) художник подсмотрел в альбомах с изображениями умалишенных французского психиатра Жан-Мартена Шарко, учителя Фрейда, и вкладывал ее в руки своим моделям. На рубеже веков истерички становятся идеалом декадансной женственности — ими вдохновляется театр (Сара Бернар тоже не расставалась с альбомами Шарко), ими вдохновляется искусство. К слову, помните Дэвида Боуи на черно-белой обложке его культового альбома «Герои» (1977)? Так вот, он там в образе Эгона Шиле — скопировал позы с автопортрета любимого художника-экспрессиониста.

Австриец был очень плодovit — создал не менее трехсот картин и тысячи рисунков. На них его любимые модели: Вали Нойциль, Эдит Хармс и младшая сестра Гертруда. Шиле писал даже в тюрьме, где провел пару недель за «аморальное поведение». В своем домике в австрийской деревне Нойленгбах он жил фривольной жизнью. Здесь же располагалась его мастерская, двери которой всегда были открыты для юных натурщиц. Странное соседство с художником обитатели терпели ровно до тех пор, пока его кисть не коснулась их детей. Судья публично жег его рисунки, а Шиле его потом проклинал со страниц своего дневника: «Инквизиция! Средневековье! Кастрация! Лицемерие! Человек, отрицающий секс, и есть настоящий развратник». А не отрицающий — есть гений. И об этом тоже говорит выставка в Fondation Louis Vuitton.



— Жан-Мишель Баскья, «Энтони Кларк», 1985



— Эгон Шиле, «Моа», 1912

«МОЕЙ МЕЧТОЙ БЫЛО СОЗДАТЬ ДЕМОКРАТИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО»

ЕЛЕНА ЕВСТАФЬЕВА

Сооснователь фонда и отеля Villa Lena в Тоскане рассказала о том, как работает одна из самых известных и уважаемых в международном сообществе художников арт-резиденций.

Почему вы решили открыть художественную резиденцию, а не просто ограничиться отелем?

Моя жизнь всегда так или иначе была связана с этой сферой: прежде чем заняться гостиничным бизнесом, я работала в лондонском офисе тогда еще центра современного искусства «Гараж», каждый месяц приезжала на неделю в Москву, а потом перешла в галерею Pace (наряду с David Zwirner и Hauser & Wirth считается одной из ведущих галерей современного искусства. — «Стиль. Инициативы»). В Тоскане много красивых поместий, которые располагаются в прекрасной местности, но их не так просто содержать, отреставрировать постройки, наладить логистику для туристов, получить все необходимые разрешения. У моей семьи оказалось одно из них — комплекс домов вместе с территорией в 500 га был приобретен до кризиса, в 2007 году. Я была влюблена в искусство, мой муж занимался музыкой — так вместе у нас родилась идея открыть не

только отель в формате агротуризма, но и художественные мастерские и музыкальную студию. Все это получилось чрезвычайно естественно. При этом мы решили не ограничиваться лишь изобразительными искусствами, но и приглашаем подавать заявки писателей, художников, занимающихся перформансом, а также модных дизайнеров, флористов и всех тех, кто считает, что пять-шесть недель среди тосканских холмов смогут дать им новый виток вдохновения. Моей мечтой было создать мультидисциплинарное демократичное пространство для творческих людей из различных сфер, которые смогли бы обмениваться между собой идеями и энергией. Одновременно на территории Villa Lena с апреля по октябрь живет по восемь-десять художников.

Как вы отбираете будущих резидентов?

Ежегодно мы получаем около 300 заявок, и прежде чем они будут представлены нашему жюри, мы проводим первичный отбор. Мы отсеиваем тех, кто не приложил рекомендации или попытался их чем-то заменить (один раз вместо них получили спонсорское письмо для посольства), смотрим на мотивационное письмо и только после этого отправляем шорт-лист с самыми сильными кандидатами экспертам в каждой из областей — от искусства и музыки до литературы и моды. В этом году художник, получивший престижный приз Тернера, к примеру, отбирал у нас писателей. Каждый член экспертного совета несколько раз был на Villa Lena, понимает, как все устроено. Их задача — определить, для кого из соискателей пребывание в резиденции будет максимально полезным.

Какие расходы берет на себя Villa Lena?

Участники резиденции сами оплачивают авиаперелет, но мы их забираем из ближайших к нам городов — Пизы или Флоренции. Жилье предоставляется бесплатно, а питание в формате полупансиона (завтрак и ужин) мы частично субсидируем (оно обходится художникам в €20 в день, также есть возможность покупать продукты на ближайшем рынке и готовить себе самостоятельно). По окончании резиденции мы просим оставить какое-нибудь произведение искусства для нашего фонда. Так, работы художников, сделанные здесь,



EMMA TILLMAN

украшают стены жилых помещений на территории Villa Lena. Раньше у нас также был автомобиль, которым могли пользоваться резиденты, но потом мы отказались от него, так как после каждого сезона приходилось выправлять многочисленные вмятины или вообще менять большую часть кузова.

Как постояльцы отеля относятся к тому, что рядом располагаются художественные мастерские?

Это все часть одной экосистемы, отель не был бы таким без резиденции. Важной частью проекта стала также сельскохозяйственная составляющая, которая отнимает больше всего времени и средств: мы выращиваем овощи и большую часть того, что нам нужно, производим сами — включая оливковое масло, вино, у нас растут и белые трюфели; также мы приглашаем для своеобразной кулинарной резиденции шеф-поваров, здесь они могут экспериментировать с местными органическими продуктами и итальянским контекстом. Шефов привлекает то, что вокруг художники и они погружены здесь в особую атмосферу. Для художников это тоже необычный опыт, вы не представляете, насколько шеф-повара сегодня творческие личности. Постояльцам же нравится, с одной стороны, получать новые впечатления от еды, а с другой — им чрезвычайно интересно встречаться с художниками, наблюдать за их работой, оказаться зрителями и участниками музыкальных концертов

и перформансов.

У вас были сложности при подготовке этого проекта?

Да, много. Если бы я знала о них заранее, то, скорее всего, не стала бы в это ввязываться. Мой муж — француз, но мы большую часть времени прожили в Лондоне. Начинать бизнес в чужой стране, с другими порядками и законами, достаточно сложно. Плюс большую роль играет специфика региона: здесь имеет огромное значение мнение общества вокруг. И пока ты наладишь со всеми отношения, тратится большое количество времени и энергии. Но как только мы открылись (работы начались в 2008 году, Villa Lena открылась в 2013-м), когда увидели первых постояльцев и участников художественной и музыкальной резиденций, то их реакция и первые результаты принесли настоящее внутреннее удовлетворение.

Беседовал Александр Шуренков



NIKILAS ADRIAN VINDELEV



NIKILAS ADRIAN VINDELEV



COKE BARTINA

В МАСШТАБАХ СТРАНЫ БОЛЬШИЕ КОМПАНИИ ЗА ИСКУССТВО, НАУКУ И ОБРАЗОВАНИЕ

МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА,
АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ



АНАТОЛИЙ ЖЕДАНОВ



— Проект «Велобайк» при поддержке ВТБ на улицах Москвы

— Выставка «Видеть невидимое» в ГМИИ имени Пушкина при поддержке Сбербанка

— Выставка «Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо» в ГМИИ имени Пушкина при поддержке «Роснефти»



ПЕТР ЖАСОН

Спонсорская политика крупнейших компаний в России — это не только спортивные мероприятия, которые, несомненно, дают максимальный охват самой широкой аудитории. На какие еще не столь очевидные проекты и почему готовы расщедриться российские компании, выяснял «Стиль. Инициативы».

Сбербанк и инклюзивность

Сбербанк — один из крупнейших игроков в спонсорской сборной российских банков. Но в отличие от других, в его благотворительной деятельности нет спортивного интереса — буквально. «Дети, культура, ветераны, инвалиды — наши приоритеты. Профессиональный спорт в их число не входит», — отмечал президент банка Герман Греф. И все эти интересы сходятся в инклюзивных инициативах Сбербанка.

«Видеть невидимое» — проект для России уникальный. Совместно с ГМИИ имени Пушкина два года назад Сбербанк открыл первую выставку, на которой не просто можно, а нужно трогать картины. И не какие-нибудь, а сплошь шедевры из собрания Пушкинского музея. Тактильные копии «Благовещения» Боттичелли, «Мадонны с младенцем» Кранаха, «Старого еврея с мальчиком» Пикассо и других известных произведений были созданы с учетом особенностей и потребностей людей с нарушением зрения. «По отзывам самих незрячих, именно невозможность получить самостоятельный эмоционально-эстетический опыт лишает их желания ходить в музеи», — комментируют в пресс-службе Сбербанка. — На выставке «Видеть невидимое» у них появилась уникальная возможность получить индивидуальные впечатления. Картины с разной высотой рельефа и фактурой созданы по инновационной технологии объемной многослойной печати в Испании. Например, на портрете кожа человека гладкая, а одежда имеет шершавую текстуру». Инициативу Сбербанка поддержал художник Театра наций Евгений Миронов. Он озвучил аудиогид к основной экспозиции.

«Искусство вслух» — еще одна важная инициатива Сбербанка в том же направлении. Это мобильное приложение с тифлокомментариями (аудио-описанием) для людей с нарушением зрения. Оно комментирует фильмы и спектакли. Идея появилась в 2017 году во время подготовки к театральному фестивалю «Золотая маска», который много лет поддерживает Сбербанк. Как это работает? «Приложение, доступное на устройствах, использующих операционную систему Android, после запуска синхронизируется с картинкой и озвучивает важные для восприятия моменты, описывая происходящее действие», — поясняют в пресс-службе Сбербанка. — По схожему принципу приложение работает и во время театрального представления. В театре на спектакле присутствует тифлокомментатор, его и слышит пользователь в своем наушнике. Но так как спектакль идет в режиме реального времени, возможны отклонения, комментарии могут поступать с небольшой задержкой». И это не беда, если вы смотрите и слушаете спектакль с такими рассказчиками, как Чулпан Хаматова, Юлия Пересильд и Анатолий Белый. Для Сбербанка «Искусство вслух» — проект долгосрочный, и библиотека фильмов, спектаклей и сериалов постоянно пополняется. Из последних прибавлений — сериалы канала TNT.

ВТБ и велосипеды

Одним из главных направлений спонсорской деятельности ВТБ является спорт, и в амбициях банка — способствовать развитию высших спортивных достижений в России. Кроме того, ВТБ старается привлечь к спорту жителей столицы: городские велосипеды напрокат «Велобайк» — его инициатива. «Банк обратил внимание на велосипеды в 2012 году. Тогда в Москве на них

ездили по городу лишь единицы, — напоминает Анна Лебедева, генеральный директор проекта «Велобайк». — Но было очевидно, что нагрузка на транспортную сеть в центре постоянно растет, необходим альтернативный способ передвижения на короткие расстояния. При этом велодвижение уже набрало популярность во многих городах Европы. Прокат велосипедов успешно заработал в Париже и Лондоне. Поэтому у администрации Москвы и банка возникла идея попробовать реализовать аналогичный проект и в столице России».

На старте проекта в 2013 году «Велобайк» обкатывали в пределах Садового кольца и в Хамовниках — 30 станций и 300 велосипедов. Сегодня эти показатели увеличены более чем в десять раз — 430 станций и 4300 велосипедов (с 2016 года появился и электровелопрокат), и стоянки теперь есть во всех округах Москвы.

«Со временем от желания просто прокатиться люди стали переходить к пониманию того, что на велосипеде можно поехать по делам, — добавляет Лебедева. — Комфортнее и быстрее преодолеть пару километров на велосипеде, чем спускаться в метро или стоять в пробке, а потом искать место для парковки. Доля деловых поездок постоянно растет. Количество москвичей, покупающих сезонные абонементы, ежегодно увеличивается приблизительно на 50%. При этом все больше людей используют велосипед два-три раза в день».

Цифры говорят сами за себя. Если при запуске было зафиксировано 65 тыс. поездок, то в 2017 году их было 2,4 млн, а в этом сезоне их число уже превысило 4 млн. Развивается и городская велоинфраструктура: при планировании транспортных узлов московские власти обязательно закладывают места для велостанций, велодорожек и парковок для частных велосипедов.

Финансирование осуществляется городом и ВТБ на паритетной основе. С банка — оборудование, и это ежегодная статья расходов. С города — операционные расходы. «Поддержка городского велопроката — важная часть социальной ответственности банка перед горожанами», — заключает генеральный директор «Велобайка».

«Роснефть» и шедевры

«Спонсорская и рекламная политика компании очень консервативная, мы не хотим разбрасываться на мелкие проекты, — объясняет вице-президент и пресс-секретарь компании «Роснефть» Михаил Леонтьев. — Так как у спонсорской деятельности во многом характер корпоративный, в первую очередь мы выбираем проекты в тех странах, где у нас есть свои интересы и отношения — либо завязывающиеся, либо уже сложившиеся. Например, мы спонсировали год китайской поэзии, потому что это в контексте наших плотных отношений с Китаем. С Италией у нас было серьезное партнерство долгие годы. Конечно, сейчас есть проблемы, связанные с обстоятельствами, не зависящими от наших партнеров, но мы все равно стараемся сохранять отношения. И второе — это выбор проектов: нас интересуют только уникальные, перфекционистские проекты».

Выставка «Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо» в ГМИИ имени Пушкина стопроцентно соответствует таким критериям. В любом музейном учреждении мира мечтали бы показать в своих стенах уникальные произведения из Токийского музея. Но гравюры и живопись на ширмах и раздвижных перегородках XVII–XIX веков слишком хрупки и восприимчивы к дневному свету: многие из них не то что никогда не выезжали за границы Японии, но и в принципе редко покидают музейные запасники, где для них созданы идеальные условия хранения. Как говорит директор Пушкинского музея Марина Лошак, мечты о такой выставке так и остались бы мечтами, если бы не поддержка «Роснефти», которая выступила генеральным партнером экспозиции.

135 шедевров эпохи Эдо, в том числе два наделенные статусом «национального сокровища Японии» — «Портрет Таками Сэнсэки» Ватанабэ Кадзана и ширма «Бог ветра и бог грома» Огаты Корина, девять «особо ценных объектов культуры» и «особо ценных предметов искусства», побывали в России, в ГМИИ имени Пушкина в сентябре и октябре. Музей брали штурмом — очереди стояли даже в будни в первой половине дня. Выставка проходила в два этапа, каждый — по месяцу, дольше работы гастролировать не могли.

«Это единственная такая выставка в мире, потому что все эти произведения

в одном месте никогда не выставлялись, — продолжает Михаил Леонтьев. — И мы гордимся нашим участием, восхищаемся и ценим работу, проделанную ГМИИ имени Пушкина. Эффективность нашей поддержки мы могли оценить на выставке шедевров Рафаэля Санги в Пушкинском, и это тоже был уникальный проект и для мира искусства, и для нас. В целом экономическая ситуация сегодня сложная, и мы серьезно относимся к тратам. Да, это дорогие выставки, но они того стоят. И мы будем продолжать сотрудничество с Пушкинским музеем, ориентируясь на такие уникальные, штучные проекты».

«Норникель» и наука

Наука — это модно и престижно? «Да!» — говорит «Норильский никель» — крупнейший частный сподвижник науки в России. «Да, мы думаем о том, кто завтра будет работать инженером, — рассказывает Лариса Зелькова, старший вице-президент «Норникеля». — И не только в рамках нашей компании, но и в стране в целом. Мы заинтересованы в создании такой общественной среды, когда изучать математику, биологию и физику становится не просто интересно, а модно».

И слова не расходятся с делом. «Норникель» ежегодно организует фестивали научных открытий Arctic Wave — самое масштабное научно-популярное событие Заполярья; марафон «АрктикРго» — для школьников 7–10-х классов, живущих в регионах присутствия компании и интересующихся наукой и технологиями; конкурс юных изобретателей «I make». С 2015 года компания стала генеральным партнером Всероссийского фестиваля науки, который проводит МГУ имени Ломоносова. Лариса Зелькова отмечает, что это не просто спонсорство, а полноценное участие и в выборе площадки, и в разработке тематики и программы фестиваля. В текущем году финансовая помощь «Норникеля» составляет 35 млн руб.

«Мы, как крупный работодатель, заинтересованы в том, чтобы молодое поколение выбирало для себя сферу деятельности, связанную с наукой. И нам кажется, что наиболее правильный способ вовлечь молодежь в науку — показать, что это большой, увлекательный и очень интересный мир. Интерес к науке в дальнейшем может перерасти в профессию. Мы считаем, что для качественного развития российским компаниям нужны инженеры нового поколения», — заключает Лариса Зелькова.

СИБУР и регионы

Проект межрегионального взаимодействия в области современного искусства «Немосква» рассчитан на 2018–2022 годы, но сама идея живет с 2007-го, когда он был придуман как большая межрегиональная инициатива, направленная на изучение локального культурного опыта городов и регионов России в контексте глобального понимания современности. Если еще десять лет назад фокус деятельности ГЦСИ-РОСИЗО был направлен на осмысление роли центра, то сегодня основной пафос проекта сместился на роль локальных инициатив и глобального контекста для них, чтобы сделать конкретную культурную ситуацию, в которой живут удаленные от столицы города, видимой всему миру. В этом году в 28 городах России прошли региональные исследования и портфолио-ревью для художников с участием 50 ведущих кураторов и специалистов в области современного искусства и гуманитарных наук из России, Бельгии, Швейцарии, США и других стран, а также международный симпозиум, образовательные мероприятия и передвижная выставка «Большая страна — большие идеи». «Проект «Немосква» по-настоящему партнерский, в его создании приняли участие Благотворительный фонд Владимира Потанина, благодаря программам которого переформатировали свою деятельность десятки музеев по всей стране, представительство Европейского союза в РФ, которое реализует программу «Культурная дипломатия» и поддержало лекционную программу симпозиума, и Агентство стратегических инициатив, — отмечает один из организаторов директор по региональной работе ГЦСИ-РОСИЗО Алиса Прудникова. — При этом многолетний партнер РОСИЗО — компания СИБУР, которая поддерживает Уральскую промышленную биеннале, в проекте «Немосква» оказывала всестороннюю помощь в городах присутствия, а еще организовала специальную программу для экспертов в Тобольске».

Поддержка культурных инициатив для СИБУРа — одно из шести направлений благотворительной программы «Формула хороших дел», которую развивает компания. Ее цель — это устойчивое социальное развитие городов, связанных с деятельностью компании, поэтому при отборе любых проектов важна их актуальность для территорий и местных жителей, возможности системного и долгосрочного эффекта. Также проекты рассматриваются с точки зрения их вклада в развитие комфортной городской среды. «В части культуры мы выделяем два приоритетных направления, — поясняет Ирина Бурбо, менеджер благотворительной программы СИБУРа «Формула хороших дел». — Первое — это создание возможностей интересного и разнообразного досуга для жителей городов. Второе — образование и развитие представителей творческих профессий и менеджеров в области культуры. Благодаря нашему статусу официального спонсора в маршрут «Немосквы» попал один из ключевых городов для СИБУРа — Тобольск. Сейчас в нем живет и работает более 5 тыс. сотрудников компании, реализуется крупнейший инвестпроект — строительство нефтехимического комплекса «Запсибнефтехим». Эксперты проекта «Немосква» приняли участие в круглом столе «Культура и территория», где дали множество рекомендаций по развитию культурной среды города, на которые мы будем ориентироваться».



ЭМИН ДЖАФАРОВ

— Всероссийский фестиваль науки НАУКА 0+ при поддержке «Норникеля»

— Одна из лекций в рамках проекта «Немосква» при поддержке СИБУРа



ПРЕДСТАВЛЕНО ГЦСИ-РОСИЗО

МОДНО-ЗЕЛЕНО

В МИЛАНЕ ВРУЧИЛИ THE GREEN CARPET FASHION AWARDS

МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА



GETTY IMAGES FOR ECO-AGE

STEFANIA D'ALESSANDRO/GETTY IMAGES

Создательница премии The Green Carpet Fashion — активистка движения за социально ответственную и экологически сознательную моду Ливия Фёрт (жена Колина Фёрта) уверена, что со временем зеленая дорожка заменит красную. И считает, что революции должны начинаться сверху. «Быстрой моде и этичной — не по пути, — говорит она. — Невозможно придерживаться этических норм, когда ты выпускаешь одежду в таких огромных количествах и по такой низкой цене». А значит, правила должны менять те, кто выпускает не очень много и очень дорого, люксовые бренды. Для поощрения их инициатив Ливия Фёрт совместно с Национальной палатой итальянской моды (Camera Nazionale della Moda Italiana, CNMI) придумали премию The Green Carpet Fashion Awards, которую уже успели окрестить «Оскар» за этичную моду. В этом году ее вручали второй раз под занавес Миланской недели моды. Церемония проходила в «Ла Скала». Среди гостей и единомышленников Ливии Фёрт — лучшие люди Голливуда и мировой моды: Кейт Бланшетт, Джулианна Мур, Арми Хаммер, Синди Кроуфорд, Алессандра Амбросио, Анна Делло Руссо. Победителям в 13 номинациях были вручены драгоценные статуэтки, которые второй год подряд предоставляет Chopard. Флагман зеленого движения среди часовщиков и ювелиров делает их с соблюдением всех экологических и социальных стандартов из так называемого этичного золота. Донателлу Версаче поощрили от имени CNMI за инициативы, утверждающие принципы «устойчивого развития» (sustainable development — развитие без разрушения, сохранение ресурсов для будущих поколений) в производстве. Напомним, в 2018 году дом Versace полностью отказался от использования меха животных, а на бал Института истории костюма Met Gala одел Жизель Бюндхен в платье, представляющее образец технологий eco-friendly (минимального ущерба для природы), из органических шелка и хлопка. Впрочем, вслед за новостью о награде The Green Carpet Fashion последовала другая: наследница Versace продает семейное дело американскому гиганту Michael Kors, а по поводу его взглядов на экологию у сторонников этичной моды есть некоторые сомнения. В другой номинации CNMI, за вклад в развитие общности и социальной справедливости, оказалось два лауреата-бизнесмена: хозяин итальянской марки Tod's Диего Делла Валле и владелец Diesel Ренцо Россо. Первый оплатил реставрацию Колизея, второй — моста Риальто в Венеции.

Главреда Vogue International Сьюзи Менкес отметили за талант предвидения: ей вручили приз Visionary Award, который поощряет защиту ремесленников и производителей, работающих на люксовые компании. Модель Кэмерон Рассел была названа главным проводником перемен (номинация Changemaker) за свою активную деятельность в соцсетях, где она без эффе-мизмов говорит о больных темах в модной индустрии — сексуальном насилии и домогательствах, социальном неравенстве и безответственности брендов. В этом году у премии появилась новая номинация — Wellness Award. Суть ее в том, что никакого этического производства в современном мире не выйдет без внимания к личному здоровью. Лауреатом стала австралийская модель, автор программы WelleCo Эль Макферсон — образец здорового духа в здоровом теле. Лидером в борьбе за инклюзивность (равные возможности для людей с физическими ограничениями) признана британская активистка и писательница Шинейд Бёрк. Тоже модель для подражания: при росте 105 см она заставила обратить на себя внимание самых высоких модных начальников.

В номинации «Лучшие ремесленники» безоговорочную победу одержали башмачники Salvatore Ferragamo. Самой инновационной признали экокожу, созданную из яблочной кожуры (компания Frumat). За разумное руководство статуэтку Chopard из рук Кейт Бланшетт получили фермеры — основатели лейбла качества и этичного производства австралийской шерсти The Woolmark.

Миланскую неделю моды в этом году омрачили американские журналисты. The New York Times провела расследование и выяснила, что итальянские люксовые гиганты используют черный рынок дешевой рабочей силы. Оплата портнихам в провинции Бари считается в метрах: 1 метр — £1. Два пальто MaxMara в день — £10 на руки, а ценник в магазине — от £800 до £2 тыс. Президент CNMI Карло Капаса на открытии церемонии сказал, что «расстроен и озабочен результатами расследования», однако дистанцировался от обвинений, заявив, что проблема нелегальных рабочих в Нью-Йорке стоит острее, чем в Апулии: «Вместо „это Италия“ я бы сказал „это весь мир“». И чтобы мир исправился, надо вручить еще не один десяток The Green Carpet Fashion Awards.

ОБЯЗАТЕЛЬНОСТЬ ВДОХНОВЛЯТЬ О HUBLOT DESIGN PRIZE ЮРИЙ ЯРОЦКИЙ



— Часы Big Bang Unico Red Magic, Hublot



— Победители 2018 года — студия Formafantasma и Дозье Кану

В уютном и достаточно старомодном мире часовщиков марка Hublot смотрится особенным образом. Конечно, веяния времени не обходят никого — всем приходится так или иначе реагировать на все новые и новые требования, которые предъявляет стремительно меняющийся мир. Но кто-то делает это с максимально допустимым с точки зрения бизнеса консерватизмом, а молодая, насчитывающая смешные по часовым меркам тридцать пять лет с момента основания компания Hublot ведет себя максимально молодо, задорно, иногда провокативно. В общем, чуть ли не максимально нагло среди всех своих коллег.

Хотя цены на часы Hublot далеки от демократичных, от рекламы марки спрятать невозможно — к примеру, логотип компании этим летом видели миллиарды людей, ведь марка была официальным таймкипером чемпионата мира по футболу в России, и на всех табло и досках рефери был именно ее логотип, а легендарные часы Big Bang украшали запястья всех арбитров. Среди посланников бренда Hublot — молодые, энергичные и успешные спортсмены, музыканты, от пианиста Лан Лана до легкоатлета Усейна Болта, а также вневременной легендарный Пеле. Именно Hublot в прошлом году взорвала солидную тишину часового салона в Базеле концертом группы Дереше Mode, тоже принадлежащей к числу друзей и партнеров марки.

Тем более удивительно, что в стройной, успешной и логичной стратегии бренда есть на первый взгляд странное исключение — дорогая и при этом довольно камерная премия Hublot Design Prize, которая присуждается с 2015 года.

Ее концепция сама по себе строга, изящна и проста. Компания выбирает жюри, компетентность которого в принципе не может вызвать сомнений; в этом году его главой был Пьер Келлер, экс-президент Школы дизайна Лозанны и Центра современного искусства Женевы, обладатель французского ордена Академических пальм. Не будучи ограниченным какими-либо рамками, оно формирует небольшой список тех, кого считает достойным претендовать на премию. А затем по итогам представленных на экспозиции работ выбирает лучшего, которому немедленно вручается чек на 100 тыс. швейцарских франков.

Резонный вопрос директору по маркетингу Hublot, а также члену жюри Пьеру Тардивелю — зачем компании, которая славится довольно агрессивным маркетингом, оплачивать такой на первый взгляд бесполезный с точки зрения бизнеса проект?

Нет, компания не выделяет средства в расчете на то, что обладатели премии внесут личный вклад в развитие уже прославленных или же новых линеек часов Hublot, говорит господин Тардивель. Но, продолжает он, нам очень важно мотивировать молодых дизайнеров и тратить на их поддержку не такие уж маленькие деньги, получив которые, обладатели приза могут полностью сосредоточиться на своем творчестве, на какое-то время перестав думать о том, как обеспечить необходимые для него условия. И, конечно же, было бы



— «Вигвам», работа Дозье Кану

— Кабинет Ore Streams из переработанных материалов, работа Formafantasma

ЭТИ ДЕНЬГИ ПОМОГУТ СПОКОЙНО ТВОРИТЬ

лицемерием говорить о том, что резонанс от этой премии для нас не важен — еще как важен, но он имеет смысл лишь в тесной связке с успехом наших победителей. «Мы обязаны вдохновлять, ободрять, поддерживать и продвигать таланты, в этом в числе прочего наша миссия», — добавляет гендиректор Hublot Рикардо Гвадалупе.

География церемоний вручения Hublot Design Prize за годы существования премии была максимально широка — от Токио и Майами до штаб-квартиры Hublot

в швейцарском Ньоне. В этом году был выбран Базель, а именно — впервые организованная выставка автомобилей Grand Basel, с невероятным вкусом подобранная огромная экспозиция лучших с точки зрения дизайна когда-либо сделанных машин, занявшая почти все пространство легендарной Messe Basel. Претендентами на премию 2018 года стали шестеро дизайнеров, опытных и не очень, уверенных в себе и застенчивых, работающих в самых разных стилях. То, что их объединяло, — не желание создать конкретные, претендующие на успех объекты, но поиск пути, по которому дизайн в целом может развиваться в будущем. А также фьюжен — важнейшее для Hublot понятие, заложенное абсолютно во все, что делает эта марка.

В день вручения премии члены жюри выглядели крайне изможденными — было видно, что к выбору победителей они подошли совсем не формально. И выбор в этом дополнительно убедил: обладателями приза и чеков на 50 тыс. швейцарских франков стали два номинанта. Это существующая почти десять лет амстердамская студия Formafantasma — изобретатели малых и крайне изящных форм настольных предметов, — а также совсем юный уроженец Техаса Дозье Кану, ныне проживающий в Лиссабоне, где он осваивает местный мрамор, один из своих любимых материалов. «Я просто буду работать дальше, эти деньги мне помогут спокойно творить», — говорит он, тем самым на сто процентов подтверждая правоту философии Hublot Design Prize.



— Меховая «мозаика», созданная в ателье Fendi

ПРЕДОСТАВЛЕНО LVMH GROUP

РУЧНАЯ ПЕРЕДАЧА НА ПЯТИ КОНТИНЕНТАХ АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

Люксовые гиганты озабочены не только тем, как привлечь к себе молодую аудиторию, но и сохранением уникальных редких ремесел, которые они задействуют в производстве своей продукции. При этом одни скупают ателье и придумывают специальные коллекции одежды, другие нанимают лучших специалистов по огранке камней, созданию эмалей, миниатюрной росписи, чтобы выпускать уникальные украшения и часы; третьи организуют масштабные мероприятия, чтобы больше людей узнало о ремеслах, которые без должного внимания просто исчезнут. Соединением всех трех подходов известен люксовый концерн Louis Vuitton Moët Hennessy. Свой вариант «дней ремесел» — Les Journees Particulieres — сын основателя группы, а также член совета директоров Антуан Арно придумал еще в 2011 году. С тех пор каждый из брендов, входящих в LVMH Group, или так называемых домов, в эти дни представляет традиции мастерства, которые делают их продукцию неповторимой. В этом году мероприятие состоялось в четвертый раз и прошло с 12 по 14 октября. Из 56 домов группы, располагающихся на пяти континентах в 77 городах, 40 впервые открыли свои двери для широкой публики. Любопытнейший мог прийти в ателье, мастерскую или погреб, принадлежащий тому или иному бренду, в числе которых не только производители одежды, аксессуаров, часов, украшений, но и вина. Интересующимся показывали архивы, рассказывали про историю ремесла, проводили мастер-классы по созданию предметов роскоши, демонстрировали обучающие и вдохновляющие фильмы и предоставляли возможность увидеть даже те отделы, которые раньше были скрыты от посторонних глаз. Так, один из передовых домов группы Christian Dior успел показать, как работает ателье высокой моды, как создаются шляпы, а также то, как лепестки цветов, а затем и драгоценные эссенции превращаются в знаменитые ароматы бренда. За три дня мероприятие посетило 180 тыс. человек.

Молодая аудитория, на которую сейчас ставит каждый первый люксовый бренд, не была забыта. Так, во Дворце итальянской цивилизации в Риме, в котором с 2015 года размещается штаб-квартира Fendi, скорняки показывали свое умение создавать настоящие живописные полотна — но только из



— Ателье высокой моды Christian Dior



SOPHIE CARRE / ПРЕДОСТАВЛЕНО DIOR

кусочков меха. В стремлении идти в ногу со временем мастера демонстрировали, как плоский рисунок в стиле граффити превращается в объемный. Своей исключительной работой с мехом этот итальянский модный дом по праву гордится — так, в 2016 году на Неделе высокой моды в Париже были показаны шубы, созданные по эскизам Карла Лагерфельда в единичном экземпляре. На каждую из них уходит по 200–600 часов, то есть практически до полугода кропотливой работы. В ателье за это отвечают 40 мастеров.

В монументальном Palazzo della Civita Italiana, одном из самых примечательных римских зданий 1940-х, были собраны также мастера из ателье Флоренции, Порто Сан Джорджо, Форли и часовых мануфактур Невшателя — все они стали главными действующими лицами живой выставки, которая показывала молодежи, как создаются кожаные аксессуары, сумки, обувь, часы и даже мебель Fendi Casa.

Помимо задачи объяснить всем, что такое настоящий люкс и сколько труда требуется для создания того или иного предмета, Les Journees Particulieres стараются вернуть престиж редким профессиям и вдохновить молодое поколение не только на будущие покупки, но и, возможно, на учебу и последующую работу в одном из ремесленных подразделений известных марок. В годы, когда о разумном потреблении говорят все больше и больше, покупка товаров класса люкс, которые носят долго и с гордостью, потому что знают, какое количество труда и умений в них вложено, приобретает новый смысл. И, возможно, это дает надежду не только на сохранение ремесел с историей в сотни лет, но и на появление новых рабочих мест.

ВОЗВРАЩЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА УМЕЛОГО ЭКСПОЗИЦИЯ НОМО FABER В ВЕНЕЦИИ АННА МИНАКОВА

С 14 по 30 сентября в Венеции в Fondazione Cini проходила выставка Homo Faber. Заняла она чуть ли не весь остров Сан-Джорджо-Маджоре. Для разных частей экспозиции — а всего их было пятнадцать — забрали добрую половину помещений фонда, одну даже поместили в построенном тут в середине прошлого века бассейне. Размах чувствовался не только в этом. Находясь в эти дни в Венеции, просто невозможно было не заметить, что здесь проходит Homo Faber: реклама на зданиях, обращенных фасадом к Гранд-каналу, и на водных маршрутных такси — вапоретто — не давала пройти мимо.

Кто же такой этот homo faber, что по-русски звучало бы как «человек творчий»? По мнению организаторов, то есть основанного группой Richemont Фонда Микеланджело, это тот, кто владеет редкими ремеслами, специалист по прикладному искусству. Как считает куратор огромной экспозиции (чтобы обойти все, нужен был день) Альберто Кавалли, «самой большой угрозой художественным ремеслам является не технический прогресс, а невежество», а потому с ним и надо прежде всего бороться, рассказывая публике о редких декоративных техниках и подчас умирающих профессиях.

Рассказ получился подобным энциклопедии. Затронуть попытались все аспекты темы, а географически — охватить всю Европу.

Экспозиция даже не ограничилась территорией Fondazione Cini — к причалу пришвартовали 22-метровый кеч Eilean, построенный в 1936 году легендарным конструктором лодок Уильямом Файфом III (именно яхты семейного предприятия Файфов считаются лучшими классическими образцами). Лодку привезли как пример реставрационной работы, осуществленной в нулевых, сейчас она принадлежит одному из брендов группы Richemont — Panerai. И конечно, этот итальянский часовой бренд стал не единственной маркой группы Richemont в экспозиции. Привезли всех, у кого есть ремесла, которыми можно похвастаться. Так, в Cartier демонстрировали чудеса глиптики. Главный специалист по ней в мастерских Cartier на рю де ла Пэ Филипп Никола провел для меня экскурсию — он говорил не только о тонкостях работы с камнем, но и о других сложностях профессии. В Cartier Никола меньше десяти лет, до этого сотрудничал с разными марками, но потом столкнулся с тем, что знания ему передавать решительно некому и его ремесло просто умирает. Тогда он и предложил сотрудничество Cartier с условием: он сможет взять учеников. Ученица сидела рядом с ним и на стенде Homo Faber, где было оборудовано два верстака — здесь можно было не только узнать, но и увидеть живую, как создаются украшения в технике глиптики. Мастера работали и на многих других стендах павильона Discovery & Rediscovery — того, где находился Cartier. Ювелиры Van Cleef & Arpels оправляли камни в фирменной технике «невидимой закрепки», часовщики Jaeger-LeCoultre собирали самый маленький в мире механизм «Калибр 101», в Montblanc делали перья для ручек, в Hermes полировали седла, в Smythson ставили штампы золотой фольгой на ежедневники при помощи старинного станка... Чего вообще только не было в этом павильоне: пряли, ткали, гравировали стекло, расписывали фарфоровые черепа и делали ручки ножей из рога буйвола. На стенде флорентий-



— Роспись фарфора
Nymphenburg



— На стенде Cartier

— Работа
Мартина Фроста



— AquaFlor

ской AquaFlor прямо при тебе создавали духи, причем подбирали аромат по вкусу зрителя. Мы, например, выразили любовь к цитрусовым нотам и запаху кожи (причем такой, как в автомобильном гараже). Парфюмер ничуть не удивился. «И немного имбиря», — сказал он, завершая наш аромат. Получилось что-то феерическое.

Самое большое пространство в разделе Discovery & Rediscovery заняла ныне принадлежащая Chanel мастерская вышивки Lesage (бренды Richemont хоть и присутствовали на выставке, но над другими участниками не главенствовали — что очень грамотно со стороны организаторов). На стенде несколько мастериц вышивали карту Венеции, а на втором этаже павильона устроили выставку самых интересных техник вышивки из тех, которыми они владеют.

Discovery & Rediscovery был одним из нескольких «интерактивных» павильонов. Схожим образом был устроен раздел, посвященный

реставрации, в других павильонах мастера или не присутствовали вовсе, или их было совсем мало. Одна из частей выставки получила название Best of Europe, там решили показать одновременно чуть ли не все самое интересное, созданное ремесленниками Европы. Экспозицию, где было представлено огромное количество изделий из стекла, керамики, дерева, дополнили несколькими столами мастеров, правда, не рабочими, а демонстрационными. Хоть увидеть ремесленников за работой было и нельзя, посмотреть на их произведения и поговорить с ними оказалось очень познавательно. В «Лучшем со всей Европы» был, например, художник по боковым обрезах книг Мартин Фрост из пригорода Лондона. Мартин создает на обрезах книг великолепные миниатюры (все рисуется вручную), которые видны под определенным углом. Он едва ли не последний представитель исчезающей профессии. Проблема даже не в учениках — они есть, — а в спросе. Мало кто украшает в такой сложной технике современные подарочные издания. И очень, кстати, зря — выглядит появление картинки на обресе как настоящее волшебство.

Среди интересных «статичных» экспозиций на Homo Faber были посвященная исследованию формы выставка ваз, а также «Двойная подпись» (художника и исполнителя), напоминающая, что ремесленник причастен к работе не меньше, чем дизайнер, и никогда не надо забывать имя мастера.

Самой красивой и одновременно самой спорной частью выставки оказалась та, что была посвящена моде. В бассейне Fondazione Cini создали невероятной красоты инсталляцию с помостами и манекенами. Но вот сама суть происходящего в контексте темы ремесел раскрыта была плохо. То ли организаторам не надо было замахиваться на столь большую и сложную в экспозиции тему, как ремесла и мода, то ли надо было сосредоточиться на haute couture и самых значимых métiers d'art. Но это в сравнении с масштабом Homo Faber мелочи. Работа была проделана огромная, ремесленников отыскали самых виртуозных, ремесла представили редкие и редчайшие. Перед открытием Альберто, волнуясь, сказал мне: «Если понравится, я буду очень рад. Если не понравится — ну, я просто не мог сделать лучше, я отдал этой выставке все». И самоотверженная кураторская работа здесь ощущалась чуть ли не как еще одно редкое ремесло.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES

43 700

Человек посетили выставку.
Вход Hermes сделал свободным.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES

ВЫСТАВКА «HERMES: ЗА КУЛИСАМИ» В ЦИФРАХ КАК ПРОШЛА ВСТРЕЧА С МАСТЕРАМИ ФРАНЦУЗСКОЙ МАРКИ В МУЗЕЕ МОСКВЫ

5–14 сентября в Музее Москвы состоялась выставка «Hermes: за кулисами», на которой можно было понаблюдать, как работают лучшие мастера французского дома. На глазах у публики они расписывали шелк и фарфор, отделяли кожу и создавали ювелирные украшения.

9

галстуков сшил мастер по работе с шелком.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES

11

тарелок расписала художница по фарфору.

4

сумки — две Kelly и две Constance — было сшито кожаных дел мастером за время выставки.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES

43-й

раз экспозицию открыли для публики. До выставки в Москве Hermes устраивал 34 «Фестиваля ремесел» в разных городах мира (с 2011 по 2015 год). В 2016-м название изменили на «Hermes: за кулисами» и провели выставки в Париже, Токио, Нагое, Хакате, Милане, Мельбурне и Лионе.



ПРЕДОСТАВЛЕНО HERMES

ECCO
EXOSTRIKE™
МУЖСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

реклама



PHORENE™
НАША САМАЯ МЯГКАЯ ПОДОШВА

Наша новейшая разработка – материал PHORENE™, который, в сочетании с технологией FLUIDFORM™, позволяет сделать подошву легче, мягче, и устойчивее к сильным морозам. Текстильный стабилизатор, покрывающий пяточную часть, не только гарантирует защиту и поддержку ступни, но и создает лаконичный внешний вид. Модель сделана из премиальной кожи, которая производится в кожевенных мастерских ECCO.

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.*

ДОЛИНА ЖУ. НА ПРОТЯЖЕНИИ ТЫСЯЧЕЛЕТИЙ – ЦАРСТВО СУРОВОЙ, НЕПОКОРЕННОЙ ПРИРОДЫ; В 1875 ГОДУ ЗДЕСЬ, В ДЕРЕВНЕ ЛЕ БРАССЮ, ОБОСНОВАЛАСЬ МАНУФАКТУРА AUDEMARS PIGUET. ЗДЕСЬ ОТТАЧИВАЛОСЬ МАСТЕРСТВО ПЕРВЫХ ЧАСОВЩИКОВ – В ПРЕКЛОНЕНИИ ПЕРЕД СИЛАМИ ПРИРОДЫ И ПОСТИЖЕНИИ ЕЕ ТАИН ПРИ РАБОТЕ НАД СЛОЖНЫМИ МЕХАНИЗМАМИ. ПО СЕЙ ДЕНЬ, ДВИЖИМЫЕ НОВАТОРСКИМ ДУХОМ, МЫ НЕПРЕРСТАННО ИДЕМ НАПЕРЕКОР СЛОЖИВШИМСЯ В ВЫСОКОМ ЧАСОВОМ ИСКУССТВЕ КАНОНАМ.



ROYAL OAK
OFFSHORE
ХРОНОГРАФ
НЕРЖАВЕЮЩАЯ
СТАЛЬ

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

AUDEMARS PIGUET БУТИК:
МОСКВА: ГУМ, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ