

| 75 «Мы сделали ставку на новизну идей и исполнение»
Братья Березуцкие
о еде как культурном коде

| 76 Мягкие ноты
Роксана Киселева
о парфюмерных новинках осени

| 78 Любовь и космос
Наталья Брянцева,
Андрей Лыников
о коллекции Avgvst и Дельфина



НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

СЛОВО РЕДАКТОРА

Самая громкая новость недели — Демна Гвасалия ушел из Vetements. Бренда — символа эпохи хайпа и уродливой моды. Бренда, который сам Демна и придумал. Почему? Официальная версия — устал. А бренды, которые творятся на кураже, один маркетинговый отдел не вытянет. Бренды-вспышки очень нужны. Они озаряют все вокруг, заставляют людей по-новому посмотреть на устоявшиеся традиции, но они обязательно уходят, гаснут.

Такие бренды, как Vetements, должны оставаться в истории веками. Пришел—увидел—победил—ушел. На нерве, быстро, резво, лихо. А другие, «вечные», вроде Dior, Balenciaga или Fendi, должны реагировать на такие пришествия живо и бодро. Официально писать некролог хайпу рано, конечно. Эта тенденция будет умирать долго и мучительно. Зато очень радостно писать панегирик классической моде — видоизменившейся, помолодевшей, но сохранившей традиции и ремесленничество. Такой, какую показывают все те же Dior, Fendi и еще сотня завсегдатаев Pitti Uomo. Впрочем, не только о гардеробе и вещах в «Коммерсантъ. Стиль» пойдет речь. Сразу несколько известных спортсменов стали героями этого номера. Во-первых, потому, что они идеальная иллюстрация тенденции на демократизацию классической моды и смешение ее со спортивной эстетикой, а во-вторых, потому, что очень многие дома моды решили поддерживать спорт и выбирают спортсменов своими амбассадорами.



РОССИЙСКИЙ БРЕНД АКСЕССУАРОВ RADICAL CHIC ВЫПУСТИЛ ПЕРВУЮ МУЖСКУЮ КОЛЛЕКЦИЮ. В НЕЕ ВОШЛИ КАРМАННЫЕ ПЛАТКИ ПАШЕ, ШАРФЫ, ГАЛСТУКИ И ШЕЙНЫЕ ПЛАТКИ.