

26 СЕНТЯБРЯ 2019

стиль мужчины

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ «КОММЕРСАНТЬ. СТИЛЬ»

ЛИОНЕЛЬ МЕССИ

О ЛЮБВИ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И О СВОИХ ЧАСАХ JACOB & CO__60

СПОРТ И МОДА

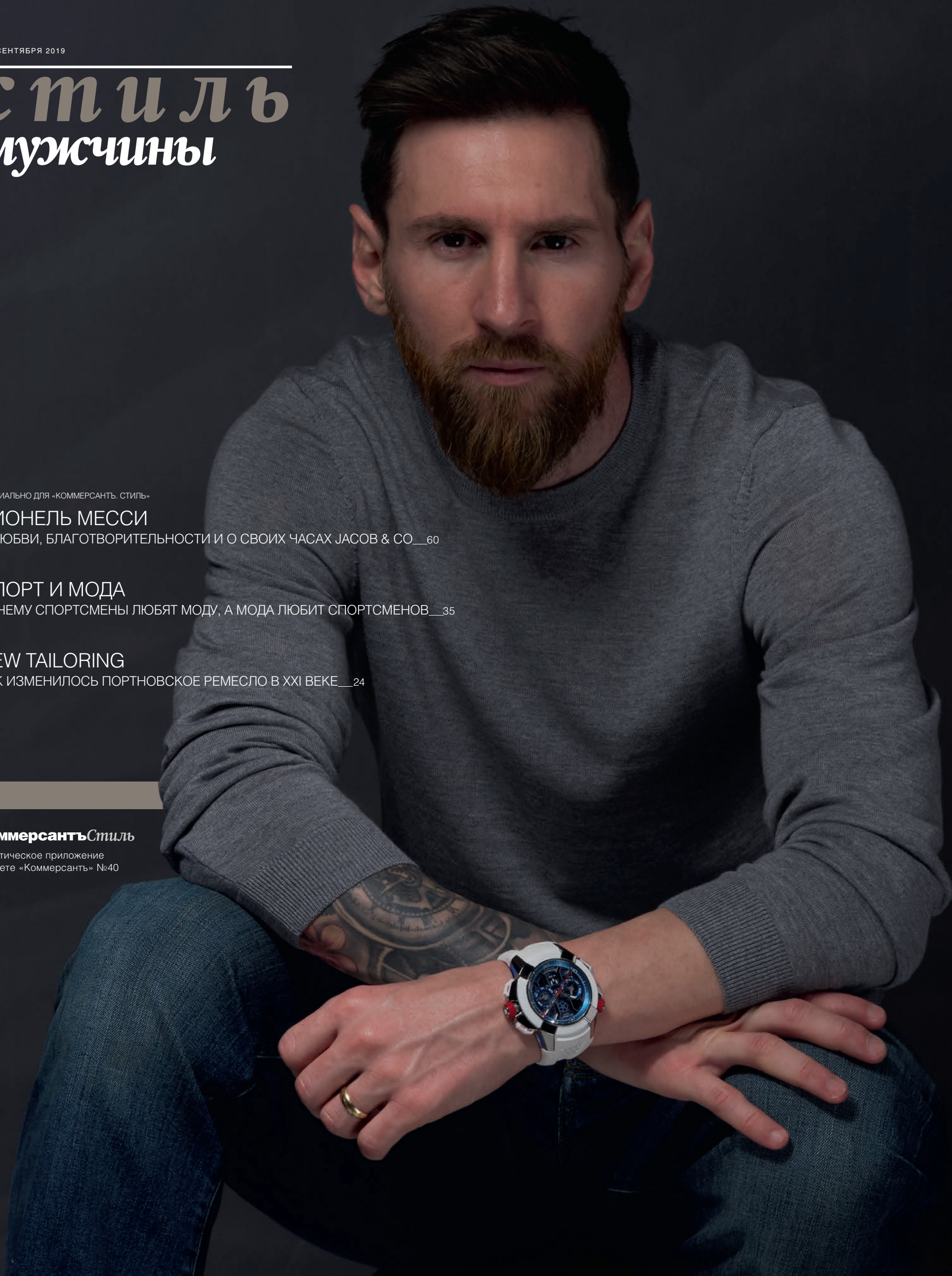
ПОЧЕМУ СПОРТСМЕНЫ ЛЮБЯТ МОДУ, А МОДА ЛЮБИТ СПОРТСМЕНОВ__35

NEW TAILORING

КАК ИЗМЕНИЛОСЬ ПОРТНОВСКОЕ РЕМЕСЛО В XXI ВЕКЕ__24

КоммерсантъСтиль

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №40





все начинается с мечты

*

GENIUS IS BORN CRAZY





Bosco & Liliagi
FAMILY





PRETORO

Товар сертифицирован. Реклама.

ООО «Интернет Бутик», 109012, Москва, Ветошный пер., 17, ОГРН 5087746235760

МОСКВА • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • САМАРА • СОЧИ
ИНТЕРНЕТ-БУТИК: WWW.BOSCO.RU | ☎ 8 (495) 660 0550

| 14 По случаю
Как одеться
на выставку,
концерт, спектакль

| 16 Пятнадцать лет
качества
Владимир Гридин
о партнерстве
Henderson и Reda

| 18 Moda
на блокчейнах
Натела Поцхверия
о дизайнере бренда
1017 Alyx 9SM

| 20 Новости

| 22 Не снимая
Владимир Гридин
о кроссовках Geox
Modual

| 24 Круг замкнулся
Натела Поцхверия
о костюмной моде
Dior Homme

| 26 Триумф перемен
Владимир Гридин
о технологиях
Boggi Milano

| 27 Достаточно Ли
Натела Поцхверия
о широте взглядов
Bottega Veneta

| 28 Итальянские
церемонии
Натела Поцхверия
о классике
с креативом
Pal Zileri

| 29 Не на шпагах
Натела Поцхверия
о портняжном деле
и спорте Fendi

| 30 Магический
вектор
Натела Поцхверия
о мужской моде
2020 года

| 34 Без компромиссов
Евгения Милова
о футболе Филиппа
Плейна

| 35 Сила звезд
Павел Осовцов
о том,
как спортивные
бренды захватили
рынок модной
одежды

| 36 Быстрее.
Выше. Моднее
Евгений Мужиков
о том, что
спортсмены
думают о моде

| 38 «Желание
не проиграть —
лучший драйвер»
Андрей Ватутин
о любимой работе
и любимых вещах

| 40 «Я пробую
на себе все наши
прототипы»
Ролан Эрлори,
генеральный
директор
Vilebrequin

| 41 «Вещь должна
быть со смыслом»
Андреа Кане
о будущем Woolrich

| 42 Клуб красной
сумки
Джанлука Исая
о секрете успеха
в модном бизнесе

| 44 Перезагрузка
кутюра
Лидия Агеева
о сюрпризах
Пьерпаоло Пиччоли

| 46 Рекорды
не для битвы
Алексей Тарханов
о спортивных часах



Экс-директор Парижского Музея Галлера и автор модных перформансов и выставок Оливье Сайяр курировал ретроспективу, посвященную эволюции мужской моды за последние 30 лет «Краткая история мужской моды», в Палаццо Питти во время 96-й выставки Pitti Uomo. На фото одежда из юбилейной коллекции Brooks Brothers сезона осень—зима 2018/19, посвященной 200-летию бренда. Brooks Brothers известна как любимая марка американских президентов.



HERNO

| **48 Диапазон в Осто**
Константин Старцев
о часовых рекордах
Bvlgari

| **50 Один шанс**
Константин Старцев
об экзоскелетоне
Ulysse Nardin

| **51 На гражданке**
Константин Старцев
об эволюции
Radiomir

| **52 Выход на корт**
Константин Старцев
о том, как Rado
играет в теннис

| **53 Путеводная звезда**
Натела Поцхверия
о рекордных
полетах Zenith

| **54 Время старта**
Константин Старцев
о IWC Schaffhausen
и автогонках

| **56 Фестиваль
скорости
и точности**
Константин Старцев
о мануфактурном
хронографе
Montblanc

| **57 «Молодым
интересны
традиционные
ценности»**
Карл-Фридрих
Шойфеле о часах
и гонках

| **58 Спортсмены
нашего времени**
Евгений Мужиков
о Пеле
и Килиане Мбаппе
на церемонии Hublot

| **60 «Без ежедневной
работы и усилий
невозможно достичь
успеха»**
Лионель Месси
о карьере, семье
и особенных часах

| **62 «Моя цель —
кругосветка»**
Дмитрий Игнатов
о трудных вызовах

| **64 Полевой лагерь**
Дарья Казачок
об отеле Terre
Blanche Hotel Spa
Golf Resort

| **65 Вертикальный
город**
Владимир Гридин
об отеле Arts
Barcelona

| **66 Столетний
гедонист**
Мария Романовская
об El Palace
в Барселоне

| **68 Портрет
Флоренции**
Владимир Гридин
об отеле Portrait
Firenze Lungarno
Collection

| **69 С видом на лагуну**
Владимир Гридин
о Baglioni Hotel
Luna

| **70 Ретрит
в большом городе**
Владимир Гридин
о The Ritz-Carlton,
Vienna

| **71 Московские
привилегии**
Владимир Гридин
о предложениях
The Ritz-Carlton,
Moscow

| **72 «Мы старались
не испортить
уникальное место»**
Аугусто Орсини
о гольфе в Монте-
Арджентарио

| **73 «У француза
всегда есть время
на еду»**
Эрик Фрешон
о кулинарных
традициях

| **74 «Важно передать
русский вкус,
сохранить его»**
Владимир Мухин
об эволюции
кухни

В МОСКВЕ В ДОМЕ 12 В СТОЛЕШНИКОВОМ ПЕРЕУЛКЕ ОТКРЫЛСЯ ПОСЛЕ РЕКОНСТРУКЦИИ БУТИК HERMES ПЛОЩАДЬЮ 400 КВ. М. ПРОСТРАНСТВО ДЕЛИТСЯ НА НЕСКОЛЬКО НЕБОЛЬШИХ ЗАЛОВ И БОЛЬШЕ НАПОМИНАЕТ ЧАСТНЫЙ ДОМ, ЧЕМ МАГАЗИН. ЗА ДИЗАЙН ОТВЕЧАЛО АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО RDAI ВО ГЛАВЕ С ДИЗАЙНЕРОМ НАТАЛИ ГОНОК. В МАГАЗИНЕ НЕСКОЛЬКО ТЕМАТИЧЕСКИХ ЗОН, И ЭТО ПЕРВЫЙ ПРОЕКТ HERMES В МИРЕ, ГДЕ ПРИМЕНЕНА ТАКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ДЕЛЕНИЯ ПРОСТРАНСТВА. ПЕРВАЯ ЗОНА ПРИ ВХОДЕ — ШЕЛК. ДАЛЕЕ КОЖАНЫЕ ИЗДЕЛИЯ И МУЖСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ. ЖЕНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ И ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ РАЗМЕЩЕНЫ НА ВТОРОМ ЭТАЖЕ. ТАМ ЖЕ НЕСКОЛЬКО САЛОНОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ И ЗАКРЫТЫЙ САЛОН ДЛЯ VIP-КЛИЕНТОВ. АССОРТИМЕНТ БУТИКА ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ АССОРТИМЕНТА ФЛАГМАНСКОГО МАГАЗИНА В ГУМЕ.



**MONT
BLANC**



**В гармонии
со вселенной.**



Montblanc StarWalker

montblanc.com

| 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.

11:10 утра. Москва.
N 55° 44'30.381" W 37° 34' 0.213".

Коллекция Executive
Представленная модель 1 972 000 руб.



ULYSSE NARDIN
SINCE 1846 LE LOCLE - SUISSE

По случаю Как одеться на выставку, концерт, спектакль

Натела Поцхверия,
Екатерина Дубовик

Вся одежда предоставлена бутиком Frame



ТЕОДОР КУРЕНТЗИС
23 октября, Московская консерватория
им. П. И. Чайковского
Оркестр и хор musicAeterna
под управлением дирижера Теодора Курентзиса
исполнят «Реквием» Моцарта.
Образ: Брюки Pescaraolo, обувь Barrett,
футболка Limitato,
жилет и пиджак Atelier Portofino



ШОУ АЛЕКСЕЯ НЕМОВА
«ЛЕГЕНДЫ СПОРТА»
25–26 октября, МСА «Лужники»
Театрализованное спортивно-гимнастическое шоу,
в котором принимают участие сам Немов
и еще 36 олимпийских призеров из разных стран мира.
Образ: Брюки Pescaraolo, обувь Marmalato,
трикотаж Atelier Portofino



ВЫСТАВКА КОЛЛЕКЦИИ
«FONDATION LOUIS VUITTON. ИЗБРАННОЕ»
До 29 сентября, ГМИИ им. А. С. Пушкина
Работы Альберто Джакометти, Ива Кляйна, Жан-Мишеля
Баския, Энди Уорхола, Герхарда Рихтера, Зигмара Польке,
Кристиана Болтански, Марины Абрамович и других
известных художников. Все произведения выставляются
в России впервые.
Образ: Брюки Atelier Portofino, обувь Barrett,
сорочка Marol, трикотаж и пальто Atelier Portofino



ПРОЕКТЫ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ
«ГОНЧАРОВА, МАЛЕВИЧ, ШИШКИН, МУНК»
До 20 декабря, Новая Третьяковка и главное здание
Третьяковской галереи в Лаврушинском переулке
С помощью очков виртуальной реальности можно
заглянуть в мастерские Казимира Малевича и Натальи
Гончаровой, а после — стать главным героем шишкинского
«Утра в сосновом лесу» и «Крика» Эдварда Мунка.
Образ: Брюки Pescaraolo, обувь Bally, футболка Limitato,
трикотаж Atelier Portofino



ЦИКЛ КАМЕРНЫХ ВЕЧЕРОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ
250-ЛЕТИЮ ЛЮДВИГА ВАН БЕТХОВЕНА
До июня 2020, Аптекарский огород
С сентября по июнь в Аптекарском огороде пройдут
34 концерта, посвященные самым ярким произведениям
Бетховена. Полная программа на сайте проекта.
Не пропустите выступление Бориса Березовского 15 октября.
Образ: Пальто и трикотаж Atelier Portofino, обувь Marmalato,
брюки Atelier Portofino



КОНЦЕРТ «UNKLE.LIVE»
26 октября, клуб «Известия Event-Hall»
Группа, основанная музыкантом, саунд-продюсером
и диджеем Джеймсом Лавеллем, представит в Москве
новое шоу и альбом «The Road». Unkle — родоначальник
стиля трип-хоп и один из самых известных проектов
электронной музыки в мире.
Образ: Футболка Limitato,
брюки Pescaraolo, обувь Bally



ВЫСТАВКА «ХРАНИТЕЛИ ВРЕМЕНИ.
РЕСТАВРАЦИЯ В МУЗЕЯХ МОСКОВСКОГО КРЕМЛЯ»
До 13 октября, Музеи Московского Кремля
Новый выставочный проект раскрывает секреты кремлев-
ских реставраторов. Многие экспонаты впервые представле-
ны широкой аудитории в выставочных залах Успенской
звонницы и Патриаршего дворца.
Образ: Футболка Limitato, брюки Atelier Portofino,
трикотаж и жилет Atelier Portofino, обувь Barrett

PANERAI

LABORATORIO DI IDEE

ГИЙОМ НЕРИ
ЧЕМПИОН МИРА ПО ФРИДАЙВИНГУ
126 МЕТРОВ НА ОДНОМ ДЫХАНИИ



SUBMERSIBLE CHRONO

THE ULTIMATE SURVIVAL INSTRUMENT
FOR BREATHTAKING PERFORMANCES*

Бутик PANERAI – Москва – Берлинский Дом, ул. Петровка 5 / panerai.com / +7 495 662 75 76

Пятнадцать лет качества

О партнерстве Henderson и Reda

Владимир Гридин |



НАСЛЕДНИКИ
КОМПАНИИ REDA —
ЭРКОЛЕ, ФРАНЧЕСКО,
ФАБРИЦИО
И ГУЛЬЕЛМО
БОТТО ПОАЛА



ФАБРИКА REDA
В ИТАЛИИ

ДОМ моды Henderson и итальянская фабрика Reda отмечают 15-летие сотрудничества. История их взаимоотношений долгая и счастливая. Почти все это время Reda создает особую коллекцию тканей только для Henderson, во многом определяющую лицо дома моды. Но не только безусловное качество ткани и ее дизайн интересуют Henderson. В модном доме считают, что мануфактура должна заботиться о снижении негативного воздействия на окружающую среду. Reda в полной мере отвечает этому требованию.

В 1865 году промышленник из Пьемонта Карло Реда создал компанию, которая из небольшого поставщика местных портных быстро превратилась в крупное предприятие по выпуску шерсти, продающее свои ткани по всему миру. Каждый этап производства строго контролируется, начиная от поставки сырья, тщательно ото-

бранного в Новой Зеландии, Австралии и Тасмании, и заканчивая изготовлением тканей на современном предприятии в итальянской провинции Биелла.

Reda — единственное в Европе предприятие по производству тканей с вертикальной интеграцией, сертифицированное EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) — европейской программой экологического управления и аудита. Добровольное сертифицирование позволяет компаниям и организациям прозрачно и публично оценивать, контролировать и постоянно улучшать свои показатели экологичности.

Компания гордится использованием солнечной энергии и станциями очистки воды для ее повторного применения. «Для

производства килограмма шерсти требуется около 300 литров воды», — отмечает Эрколе Ботто Поала, исполнительный директор Reda. — Но нам удалось сократить этот объем вдвое». В Reda считают, что в будущем модная индустрия должна работать по замкнутому циклу. Здесь стремятся к полной переработке сырья. Например, волокна, собранные при повторном прочесывании на этапе прядения нити, собирают и прядут из них нити для тканей других производителей.

В портфеле фабрики три линии тканей. Reda 1865 — это классические ткани, которые обычно используют для пошива на заказ. Но в бутиках Henderson из этой ткани представлены уже готовые костюмы. Линия Reda Active — пример того, что материалы могут быть одновременно высокотехнологичными и экологичными. Так, рубашки Henderson из 100% шерсти меринго быстро сохнут, хорошо пропу-

скают воздух и практически не мнутся. Также эти материалы используют для производства одежды для занятий спортом и в авиакосмической промышленности. А еще из них шьют модную одежду для отдыха. Reda Flexo — это новый тип элегантных эластичных тканей. В осенней коллекции Henderson есть костюм из шерстяной ткани с эластаном Reda Flexo. Он отлично подойдет тем, кто проводит много времени в движении, в командировках и выбирает максимально удобную деловую одежду.

Костюмы Henderson из тканей Reda имеют еще одно важное свойство. Они проходят обработку Dry Sense, которая придает им непромокаемость и грязеотталкивающие свойства, что существенно продлевает срок их службы. Кстати, помимо костюмов в коллекции есть пиджаки в стиле smart casual, брюки, рубашки из шерстяных тканей — также Reda.



ТКАНИ ПРОИЗВОДСТВА ФАБРИКИ REDA



КОСТЮМ HENDERSON ИЗ ТКАНИ REDA

 PIQUADRO



PIQUADRO S.p.A. - Località Sassuriano, 246 - 40041 Silla di Gadjio Montano (Болонья) Италия - Код налогоплательщика 02554531208 - РЕКЛАМА



Макс Ферстаппен
пилот команды Астон Мартин
Ред Булл Рейсинг



1017 ALYX 9SM



1017 ALYX 9SM



1017 ALYX 9SM

Мода на блокчейнах Кто стоит за брендом 1017 Alyx 9SM

Натела Поцхверия |

НИ ОДНА статья о Мэттью Уильямсе — американском дизайнере и основателе бренда 1017 Alyx 9SM (Аликс — имя дочери, 1017 — 17 октября — дата рождения самого Мэттью, а 9SM — адрес первого офиса в Нью-Йорке) — не обходится без упоминания о его бывшей девушке Леди Гаге, для которой в 2009 году дизайнер рисовал все эскизы для шоу. И о Канье Уэсте, который долгие годы возил Уильямса с собой по всему миру как стилиста. А между тем у дизайнера есть куда более важные достижения, чем обслуживание чужого имиджа. В частности, Уильямс прославился своим нетривиальным подходом к одежде: шьет из парашютных тканей парки, наносит на бирки QR-коды, содержащие информацию о полной цепочке производства продукта — от поставщика сырья до швеи на фабрике. «Будущее за вычислительным дизайном и цифровизацией общества», — часто повторяет Мэттью Уильямс, намекая на то, что для следующих поколений одежду будут разрабатывать роботы и искусственный интеллект. А еще дизайнер использует блокчейн: с помощью современных технологий можно загрузить коллекцию на серверы платежной системы Bitcoin и таким образом гарантировать ее аутентичность.

Мэттью Уильямс активно пропагандирует идеи устойчивого развития, популярны среди миллениалов. Он выступает за снижение объемов производства новой одежды, переработку старой, развитие экономики устойчивого развития в индустрии моды.

Его пальто и куртки прочны настолько, что консультанты клянутся: вопрос с верхней одеждой будет закрыт до конца жизни того, кто ее купил. Из общества потребления солнечной Калифорнии дизайнер сбежал в тихую итальянскую глушь, где и производит свои экологически честные, то есть чистые вещи. Еще один штрих к портрету: Ким Джонс пригласил Уильямса поучаствовать в создании своей первой коллекции для Dior Homme, а точнее, адаптировать под Dior застёжки в виде ремней безопасности, которые первым в свое время использовал в одежде — кто? — Уильямс!

Ключевая идея, которую Уильямс формулирует для себя, — делать брендовую одежду для тех, кто не признает брендов как таковых. Дорогие вещи для тех, кто отрицает люкс. Парадоксально, что для совместной работы он выбрал масс-маркет-бренд спортивной одежды и обуви Nike. В первую очередь для того, чтобы, используя опыт работы со спортсменами, который есть у Nike, сделать свою одежду максимально комфортной. Сейчас новую коллекцию Мэттью можно купить в Москве — конечно, в ЦУМе, в концептуальном пространстве ON_TSUM на втором этаже.

К сожалению, Уильямс не любит давать комментарии, а на все вопросы отвечает односложно. Его кредо: «много делай, мало говори». Поэтому «Коммерсант.Стиль» публикует, пожалуй, самое короткое интервью за всю историю существования издания. И на том спасибо.

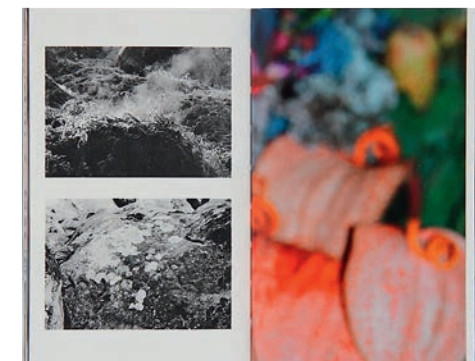
МЭТТЮ УИЛЬЯМС



PIERRE DEBUSSCHERE

- За каким спортом вы следите? У вас есть любимая команда?
- Сейчас я не слежу ни за каким видом спорта. Раньше я увлекался футболом.
- Придерживаетесь ли вы мнения, что спортивная и уличная одежда оказывает сильное влияние на классические костюмы?
- Этот вопрос все еще остается открытым. Лишь в будущем мы увидим настоящее воздействие того, что происходит сейчас.
- Что для вас сейчас является главным вызовом в профессиональной сфере?
- Возможность найти достаточное количество времени в течение дня.
- Какое ваше любимое место на планете?
- Панарей (маленький остров в Италии, рядом с Сицилией).
- Насколько серьезно вы относитесь к самому себе?
- Если отвечать серьезно — не очень серьезно (игра слов в английском).
- Какое определение вы дали бы красоте? Когда вы были ребенком, что для вас было красивым?
- Жизнь, семья, окружающий мир.

1017 ALYX 9SM
ОСЕНЬ—ЗИМА 2019/20



При покупке вещей из осенне-зимней коллекции 1017 Alyx 9SM в ЦУМе клиенты получают в подарок книгу Preparation Book, рассказывающую об основных источниках вдохновения дизайнера при работе над коллекцией Ex Nihilo

Товар сертифицирован. Реклама. ООО «Интернет Бутик», 109012, Москва, Ветошный пер., 17, ОГРН 5087746235760

Bosco & Liliegi
FAMILY

Brooks Brothers
THE ORIGINAL AMERICAN BRAND

МОСКВА: ГУМ, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ, 3 • АВИАПАРК, АВИАКОНСТРУКТОРА МИКОЯНА, 10
ИНТЕРНЕТ-БУТИК: WWW.BOSCO.RU | ☎ 8 (495) 660 0550

*Оригинальный американский бренд



РЕКЛАМА HUGO BOSS RUS LLC ТЕЛЕФОН +7 495 411 6262

BOSS

BOSS
HUGO BOSS

BOSS.COM



В МОСКВЕ НА МАЛОЙ ДМИТРОВКЕ, 15 ЗАРАБОТАЛ САЛОН MR. & MRS. RIGHT — БАРБЕРШОП И ЖЕНСКАЯ СТУДИЯ КРАСОТЫ В ОДНОМ ПРОСТРАНСТВЕ. КРОМЕ КЛАССИЧЕСКИХ УСЛУГ В САЛОНЕ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ УСЛУГИ ВИЗАЖИСТА, ДЕЛАЮТ КОРРЕКЦИЮ БРОВЕЙ, МОДЕЛИРОВАНИЕ УСОВ И БОРОДЫ.

ГАРДА — САМОЕ БОЛЬШОЕ ОЗЕРО ИТАЛИИ. ЛУЧШИЙ СПОСОБ ЗНАКОМСТВА С НИМ — КРУИЗ НА ОДНОЙ ИЗ ЧАСТНЫХ ЯХТ: GRAND HOTEL A VILLA FELTRINELLI, LA CONTESSA ИЛИ АКВАРИВА. ОЗЕРО ЗНАМЕНИТО РАСПОЛОЖЕННЫМИ НА ЕГО БЕРЕГАХ ДЕРЕВУШКАМИ СО СРЕДНЕВЕКОВЫМИ ПОСТРОЙКАМИ, ДВОРЦАМИ, А ТАКЖЕ ИСТОРИЧЕСКИМ И КУЛЬТУРНЫМ ЦЕНТРОМ — ГОРОДОМ СИРМИОНЕ.



КАПСУЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ «PAUL SMITH X MARK MANONEY», РАЗРАБОТАННАЯ БРИТАНСКИМ МОДЕЛЬЕРОМ СОВМЕСТНО С ЭПАТАЖНЫМ АМЕРИКАНСКИМ ТАТУ-МАСТЕРОМ МАРКОМ МАХОНИ, УЖЕ ПОСТУПИЛА В ПРОДАЖУ ВО ВСЕХ БУТИКАХ МАРКИ.

ИТАЛЬЯНСКИЙ БРЕНД RIQUADRO СТАЛ ПАРТНЕРОМ ПФК «ЦСКА МОСКВА» И БУДЕТ ОБЕСПЕЧИВАТЬ ФУТБОЛИСТОВ РЮКЗАКАМИ, ЧЕМОДАНАМИ И АКСЕССУАРАМИ. РЮКЗАКИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ ОСНАЩЕНЫ ТЕХНОЛОГИЕЙ ПОДКЛЮЧЕНИЯ К СМАРТФОНУ ПО КАНАЛУ BLUETOOTH. ЕСЛИ РЮКЗАК ПОТЕРЯЛСЯ ИЛИ БЫЛ ПОХИЩЕН, ОН ПОДАСТ СИГНАЛ ВЛАДЕЛЬЦУ. КРОМЕ ТОГО, В НЕМ ИМЕЕТСЯ КАРМАН POWERBANK ДЛЯ ИНДУКТИВНОЙ ЗАРЯДКИ СМАРТФОНА.



КОЛЛЕКЦИЮ ОСЕНЬ-ЗИМА 2019/20 ИТАЛЬЯНСКИЙ МУЖСКОЙ ОБУВНОЙ БРЕНД MORESCHI ПОСВЯТИЛ ТЕМЕ МОТОЦИКЛОВ И ВЫПУСТИЛ ЛИМИТИРОВАННУЮ СЕРИЮ БОТИНОК, НАПОМИНАЮЩИХ БАЙКЕРСКУЮ ОБУВЬ. В ПРОДОЛЖЕНИЕ ТЕМЫ КОМПАНИЯ ПРЕДСТАВИЛА МОТОЦИКЛ ОГРАНИЧЕННОЙ СЕРИИ. ФУРНИТУРА ТА ЖЕ, ЧТО И НА БОТИНКАХ, И СИДЕНЬЕ ОБЯНУТО ТОЙ ЖЕ КОЖЕЙ, ИЗ КОТОРОЙ СШИТА ОБУВЬ.





АМЕРИКАНСКИЙ БРЕНД DOCKERS В СЕНТЯБРЕ ОБНОВИЛ КОЛЛЕКЦИЮ БРЮК ЧИНОС ИЗ ЛИНЕЙКИ SUPREME FLEX. ТЕПЕРЬ ОНИ ИЗГОТОВЛЕННЫ ИЗ ЭЛАСТИЧНОЙ ТКАНИ, КОТОРАЯ ТЯНЕТСЯ И МОМЕНТАЛЬНО ВОССТАНАВЛИВАЕТ ФОРМУ. КРОМЕ ТОГО, КОМПАНИЯ ПРЕДСТАВИЛА НОВЫЕ КУРТКИ И РУБАШКИ ИЗ ТАКОГО ЖЕ МАТЕРИАЛА.



DOCKERS



КОМПАНИЯ BUBEN & ZORWEG ВЫПУСТИЛА СВЕРХЗАЩИЩЕННЫЕ ШКАТУЛКИ ДЛЯ ЧАСОВ И УКРАШЕНИЙ С ВЫДВИЖНЫМИ МЕХАНИЗМАМИ. БРЕНД, СТАВШИЙ ЗНАМЕНИТЫМ БЛАГОДАРЯ СВОИМ ШКАТУЛКАМ И СЕЙФАМ, РАЗРАБОТАЛ НОВУЮ ТЕХНОЛОГИЮ: ТЕПЕРЬ ШКАТУЛКИ МОЖНО ОТКРЫТЬ С ПОМОЩЬЮ ОТПЕЧАТКА ПАЛЬЦА ИЛИ ЧИПА.



В ЧЕСТЬ ВСЕМИРНОГО ДНЯ ОКЕАНОВ ЕТРО СОЗДАЛ ПУХОВИК #FORTHEOCEANS, ПОЛНОСТЬЮ ИЗГОТОВЛЕННЫЙ ИЗ МАТЕРИАЛОВ, ПОЛУЧЕННЫХ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПЕРЕРАБОТКИ 120 ПЛАСТИКОВЫХ БУТЫЛОК. ТКАНЬ, ПОДКЛАДКА, ЭТИКЕТКИ И НАБИВКА — ВСЕ СДЕЛАНО ИЗ ВТОРИЧНОГО И ПЕРЕРАБОТАННОГО СЫРЬЯ.



КОМПАНИЯ S.T. DUPONT ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОЛЛЕКЦИЮ КОЖАНЫХ СУМОК И ДОРОЖНЫХ АКСЕССУАРОВ DEFI MILLENNIUM В СПОРТИВНОМ СТИЛЕ, СШИТЫХ ИЗ ПРАКТИЧНЫХ И ЛЕГКИХ МАТЕРИАЛОВ. ВСЕ ТОВАРЫ ИЗ НОВОЙ ЛИНЕЙКИ ОТЛИЧНО ПОДОЙДУТ ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА И ДЛИТЕЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ.



ГОЛЛАНДСКИЙ ПРЕМИУМ-БРЕНД SUITSUPPLY РАЗРАБОТАЛ САМЫЙ ЛЕГКИЙ В МИРЕ КЛАССИЧЕСКИЙ КОСТЮМ. ОН ВЕСИТ ВСЕГО 525 Г И СШИТ ИЗ УЛЬТРАТОНКОЙ ШЕРСТИ С ШЕЛКОВЫМИ ВПЛЕТЕНИЯМИ, ИЗГОТОВЛЕННОЙ НА ИТАЛЬЯНСКОЙ МАНУФАКТУРЕ E.THOMAS.



РЕКЛАМА HUGO BOSS RUS LLC ТЕЛЕФОН +7 495 411 6262

BOSS.COM

BOSS
HUGO BOSS

Не снимая О кроссовках Geox Modual

Владимир Гридин |



У КОМПАНИИ GEOX
38 ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ
ПАТЕНТОВ, ЕЩЕ 24
ПЕРЕДАНЫ НА РЕГИСТРАЦИЮ
В ИТАЛИИ

«МЫ не стремимся никого удивить. Мы просто стараемся делать нашу обувь стильной, современной и максимально удобной в носке». Так в офисе итальянского бренда обуви и одежды Geox представляют флагман осенней коллекции — кожаные кроссовки Modual со вставкой-носком.

Geox — крупный специалист по новациям. Визитная карточка бренда — запатентованные инновационные технологии,

обеспечивающие воздухопроницаемость и защиту обуви и одежды от влаги в любых погодных условиях. Инновации компании защищены 38 патентами и 24 патентными заявками. Ключевыми в обуви стали технологии Respira и Amphibiox. Первая — это микропористая мембрана перфорированной резиновой подошвы Geox. Она выводит теплый воздух из обуви и при этом препятствует попаданию воды извне. Вторая обеспечивает наивысший уровень влагонепроницаемости в соответствии с требуемым уровнем погружения в воду и термоизоляции. Другими словами, ноги всегда остаются сухими, какой бы ненастной ни была погода.

Modual — воплощение новой концепции Geox: обувь должна быть универсальной, носиться буквально круглый год и практически в любых климатических условиях. Она состоит из собственно кроссовок и носков-вкладышей. В хорошую погоду Modual можно носить как низкие кроссовки с великолепными дышащими свойствами, в холодную и дождливую — как теплые кроссовки с полной защитой от влаги. Съемный носок, который пристегивается в области задника и в передней части под шнуровкой, выполнен из высокотехнологичного дышащего водонепроницаемого материала. Верх кроссовок создан с использованием запатентованной технологии Amphibiox™, обеспечивающей водоотталкивающие свойства обуви.

В подошву интегрированы эластичные амортизирующие элементы в форме купола, которые прогибаются под давлением стопы и затем восстанавливают форму. Благодаря этой особенности обеспечивается комфорт при длительной ходьбе. При создании Modual дизайнеры Geox использовали и особую внутреннюю подкладку Inner Breathing System™. Эта ткань с воздушными каналами-спейсерами отводит избыточное тепло от стопы, обеспечивая естественный теплообмен.

У Modual на редкость удачный дизайн: синий, темно-коричневый или серый верх прекрасно сочетается с яркой, но неброской трехцветной подошвой. Это оптимальная обувь для города и путешествий, когда не хочется брать в поездку ничего лишнего. Если распогодится, можно извлечь съемные носки и пристегнуть их, когда похолодает. В самолете или поезде носки могут заменить тапочки, их можно не снимать и в загородном доме.



МОНКИ **MORESCHI**



ОБУВЬ И АКСЕССУАРЫ

ОСЕНЬ-ЗИМА 2019/20

NO ONE

МОСКВА: ГУМ (495) 627 3505, АТРИУМ (495) 970 1448, ВЕСНА (495) 970 1455, ЕВРОПЕЙСКИЙ (495) 229 2745, ЕРЕВАН ПЛАЗА (495) 663 8757, КАПИТОЛИЙ ВЕРНАДСКОГО (495) 961 3463
МЕТРОПОЛИС (495) 970 1440, СМОЛЕНСКИЙ ПАССАЖ (495) 909 9904, ЦВЕТНОЙ (495) 737 7773
ВОЛГОГРАД — ЕКАТЕРИНБУРГ — КАЗАНЬ — КРАСНОДАР — КРАСНОЯРСК — НОВОСИБИРСК — РОСТОВ-НА-ДОНУ — САМАРА — УФА
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР: (495) 543 3210

WWW.NOONE.RU
ДОСТАВКА ПО РОССИИ

Круг замкнулся

О костюмной моде Dior Homme

Натела Поцхверия |

ПОЧТИ 50 лет портные Dior шьют мужские костюмы. И если попытаться проследить эволюцию мужского классического костюма дома Dior, то начать нужно с... женщин. Сам Кристиан Диор для мужчин ничего не шил, но при конструировании его знаменитого бар-жакета использовались примерно те же техники, что и при конструировании мужских пиджаков. То есть в женскую моду Диор привнес элементы мужской, при этом женственность никуда не делась. Более того, Кристиан Диор лицензировал мужскую продукцию в 1954 году — готовился к большому запуску. Мужскую коллекцию Dior Monsieur все-таки запустил Марк Боан в 1970-м, используя лекала, выполненные в соответствии с принципами итальянской школы портновства. На протяжении полувека силуэт мужских костюмов менялся, в итоге став одним из самых узнаваемых: приталенные пиджаки, галстуки-селедки и узкие брюки slim fit. Многие шутили, что slim fit надо переименовать в Slimane fit, потому что этот канонический сегодня силуэт когда-то придумал Эди Слиман, креативный директор мужской линии Dior Homme. Кстати, Monsieur на Homme сменил тоже Слиман. Дизайнер вдохновлялся тем, как выглядят завсегдатаи берлинских ночных клубов и рокеры 1980-х. На смену итало-тунисцу Слиману пришел в 2007 году Крис Ван Аш. Бельгиец привнес в бренд много новшеств, вроде новых сочетаний цветов, но самое интересное, что сделал Ван Аш для «тейлоринга» — посвятил мужскую коллекцию 2018 года бар-жакету, напоминая, что теперь мужчины используют в дизайне элементы женской одежды, которые вообще-то появились когда-то из мужского гардероба. «Я решился на такой шаг, потому что мне было важно противостоять повальному увлечению оверсайзом. Это нечто вроде напоминания о том, что в мире есть место портновскому мастерству и утонченным линиям, искусству кро-



Костюмы Dior Homme, получившие название Tailleur Oblique

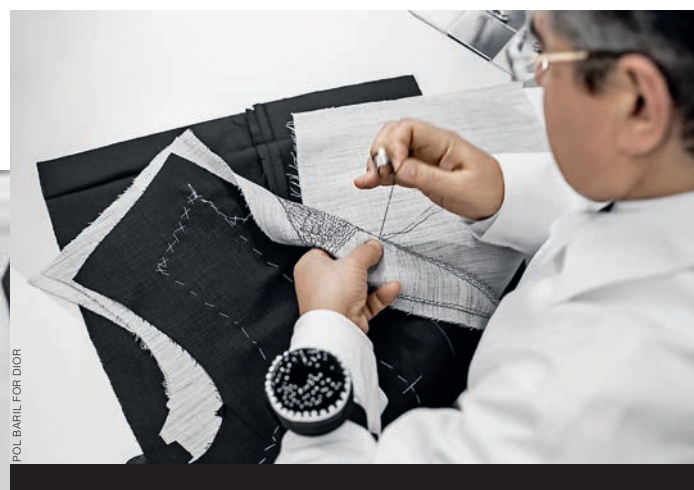


Модели в финале показа Dior Homme сезона осень—зима 2019/20

COURTESY OF CHRISTIAN DIOR



POL BARIL FOR DIOR



POL BARIL FOR DIOR



и конструирования», — объяснял Ван Аш. Такой подход принес плоды. Все больше дизайнеров вставали на путь тейлоринга, и даже отъявленные поклонники хайпа вроде Supreme включили в свои коллекции мужские брюки и пиджаки. За это стоит сказать спасибо Ван Ашу.

Сегодня у руля Dior Homme Ким Джонс. И в первой же коллекции для бренда он дал понять: заигрываний с хайпбистами и прочими уличными модниками не будет, а вот на прочном фундаменте, заложенном Ван Ашем, будет построено здание, где портные займут главное место. Но кое-что все-таки изменится. Для начала Джонс поставил перед портными задачу внедрить кутюрные техники (резка, вышивка и так далее) в мужскую моду. «В основе одежды — портновское наследие дома Dior, навыки и ноу-хау нашего ателье. Я лишь добавил немного спорта и кутюра, чтобы вдохнуть новую жизнь в коллекции», — говорил Джонс после первого показа.

В Dior Homme сохранены классические силуэты пиджака — однобортный, двубортный и смокинг. Однобортный костюм с лацканами — константа. Но собираются и кроются костюмы иначе: талия выше, лацканы и воротники рубашек шире. Так получается нежнее и воздушнее, по мнению Джонса. Плечо пиджака по-прежнему собирается вручную, но линии его плавные, в отличие от жестких и почти квадратных линий пле-

ча, характерных для пиджаков, сшитых на Сэвил Роу. На подкладке — монограмма CD, найденная в архивах мужской вселенной Dior.

У таких костюмов уже появилось название — Tailleur Oblique. Оказалось, что пуговица, передвинутая на несколько сантиметров ближе к шлице, лишний сантиметр в пройме или полсантиметра в подмышечниках дают совершенно новый вид привычному силуэту — тело как будто обернуто в пиджак. Брюки тоже изменились — линия талии чуть завышена, ткань плавно ниспадает по фигуре за счет более свободного покроя.

Интересна и ткань, которую предлагает Джонс. Баратея — шерстяная ткань саржевого плетения с примесью шелка с классическими рисунками «гусиная лапка», «принц Уэльский», клетчатая ткань с бледно-розовыми и синими полосками. Такие были в гардеробе основателя дома Кристиана Диора, который любил хорошие британские костюмы. Впрочем, атлас тоже прекрасно подошел для таких костюмов, тем более что именно атлас наилучшим образом подчеркивает жемчужное сияние серого Dior gray.

Джонс показал костюмы в пастельных тонах или в классическом синем и черном, предложив носить их, завернувшись в шаль или палантин в цвет: идея, которую он подсмотрел в архивах женских коллекций Dior. Круг действительно замкнулся.



BRETT LLOYD FOR DIOR

NEW TAILORING

Триумф перемен О технологиях Boggi Milano

Владимир Гридин |

МУЖСКАЯ мода переживает переломный период. Костюм — краеугольный камень мужского формального стиля — балансирует между традицией и изменениями. Перемены в мужском гардеробе прекрасно демонстрирует основанная в 1939 году марка Boggi Milano.

Этот итальянский модный бренд фокусируется на современном повседневном стиле. В его осенней коллекции можно найти все то, что сегодня действительно определяет передовые дизайнерские производства: и новаторские технологии, и мастерский пошив, и ткани высшего качества. Из шерсти Machine Washable шьют костюмы, которые можно стирать в машине, при этом ткань быстро восстанавливает первоначальную форму и не мнется за счет особой структуры. Фланелевую ткань Smart Flannel с водоотталкивающими и терморегулирующими свойствами используют для пошива курток-бомберов, стеганых пальто, жилетов и кроссовок. Куртка Brezza выполнена из дышащей трехслойной ткани, которая регулирует температуру и защищает от ветра. За «экологичную моду» отвечают блейзеры и пальто, сшитые из шерсти Ecological Wool фабрики Bottoli и Pecora Nera, произведенной компанией Loro Piana. В обоих случаях пряжа не окрашена, что придает ей особую мягкость, легкость и прочность.

Для покупателей «глазами» все это часто остается за границами восприятия. В магазинах Boggi Milano, а их больше 160 в 33 странах мира, все вещи кажутся невероятно стильными и привлекательными. Дизайнеры бренда точно знают, чего хочет их клиент — современный космополит 25–55 лет (точнее, бизнесмен 30–40 лет), который имеет хороший вкус, ценит стиль и качество, а также отлично сидящую одежду. Которому будет комфортно в новых магазинах Boggi Milano. Это просторные гармоничные помещения с яркими оранжевыми элементами и отдельной зоной аксессуаров. Кожаные аксессуары и изделия играют важную роль в создании любимого маркой образа космополитичного бизнесмена.

«Boggi Milano известен современным вкусом, особым сервисом в бутиках и отличным соотношением цены и качества», — отмечает Клаудия Лунати, директор бренда по маркетингу. — Сейчас коллекции состоят из двух макролиний, Formal и Easy Formal, и вторая лидирует по продажам. Она привлекает более молодую аудиторию, предпочитающую повседневную одежду. Boggi Milano — это не только деловые костюмы, но и элегантная одежда на каждый день и универсальная верхняя одежда».

Современный бизнес живет в цифровой среде, и мультимедийная стратегия



ритейла Boggi Milano это подтверждает. Электронная коммерция марки охватывает 205 стран и получила награду RETA (вручается ритейлерам, внедрившим выдающиеся инновационные решения в области ИТ в розничной торговле) в номинации «За лучшую модель магазина и лучшее многоканальное решение». Генеральный директор Boggi Milano Паоло Сельва рассказывает: «Сегодня электронная торговля составляет 4% от общего оборота компании: Италия занимает первое место, за ней следуют Германия и Франция. К 2021 году мы планируем достичь десятипроцентной отметки».

В июне 2018 года компания провела исследование своей аудитории в Италии и выяснила, что 95% покупателей настолько довольны качеством продукции и обслуживанием в магазинах, что готовы стать послами бренда. В мире новой реальности, где больше нет всеобщих авторитетов, а доверие к личным рекомендациям стремительно растет, это очень похоже на триумф.



BOGGI MILANO
ОСЕНЬ—ЗИМА 2019/20

Достаточно Ли О широте взглядов Bottega Veneta

Натела Поцхверия |

ПЕРВАЯ подиумная коллекция, за которую от и до отвечал новый креативный директор Bottega Veneta Дэниел Ли, недавно поступила в продажу. Если бы не дебют уже упомянутого в этом номере Эди Слимана в Celine, коллекцию Ли можно было бы назвать одной из самых ожидаемых. По иронии судьбы Ли пришел в Bottega Veneta именно из Celine, где когда-то работал рука об руку с Фиби Файло.

Биография у 33-летнего англичанина Дэниела Ли богатая: в Celine с 2012 года, а до того — в Maison Margiela, Balenciaga и Donna Karan. Окончил, разумеется, Сент-Мартинс. Но даже такой внушительный послужной список не уберет Ли от скептических высказываний в его адрес со стороны критиков моды, хотя, казалось бы, Микеле и Гвасалия уже проложили неизвестным дизайнерам дорогу в мир большой моды. Например, исполнительный редактор издания WWD Бриджет Фоли рассказывает в своей статье, как после шоу зашла за кулисы, чтобы задать Ли несколько вопросов о коллекции, но дизайнер ответил, что слишком устал. «От чего же он устал в 33 года? У парня главный дебют его жизни в известнейшем доме моды, которым владеет крупнейший люксовый холдинг, а он слишком устал, чтобы сказать два слова о коллекции?» — возмущается Фоли, продолжая свой отчет с показа таким замечанием: «С точки зрения портновства Ли ничего нового не дал мужчинам, кроме минималистичных пальто». Обиду госпожи Фоли можно понять. Она лично знала неугомонного Карла Лагерфельда, готового рассказывать после шоу о коллекции десяткам журналистов, не повторяясь. И дружна с Ральфом Лореном, который выдает несколько коллекций за сезон. Но такова особенность нового поколения дизайнеров — почти все они предпочитают молчать и скрываться за непробиваемой броней пиар-отделов. Да и для молодого дизайнера, которому впервые дали полную свободу, Дэниел постарался на славу. Попробуем разобраться.

На показе осенне-зимней коллекции в феврале Ли объединил мужскую и женскую линии, как уже делал его предшественник Томас Майер, стоявший у руля бренда 17 лет. Всего 11 официально мужских выходов, хотя в условиях современной гендерной амбивалентности коллекцию можно считать и унисекс. Справедливости ради стоит сказать, что протокол о намерениях Ли подал значительно раньше — в коллекции Pre-Fall, которая поступила в продажу до подиумной осенне-зимней. Очень широкие и длинные брюки черного и коричневого цветов соседствовали с брюками укороченными и зауженными песочного и ярко-желтого цветов. Пальто А-силуэта, свитера с драпировками. Особенно интересно было разглядывать детали кожаных вещей. Во-первых, Ли изменил классическое плетение Bottega Veneta «intreccio», значительно расширив кожаные полосы очень



КРЕАТИВНЫЙ
ДИРЕКТОР BOTTEGA
VENETA ДЭНИЕЛ ЛИ



широкими и расположив их не наискосок, а по горизонтали и вертикали. Во-вторых, для парок использовал кожу. В-третьих, предложил кожаные джоггеры, штанины которых внизу собраны на шнурок. В подиумной коллекции Ли эти идеи развил. Вместо белой парки — темно-коричневая кожаная, вместо ультрашироких брюк — свободного покроя галифе. Самым эффектным, пожалуй, был пиджак-пончо с утрированно широкими плечами в сочетании с кожными байкерскими штанами. Еще одна интересная деталь, которую не сразу заметишь, — нагрудные карманы. Точнее ткань, которую Ли сложил, как будто делал фигурку в технике оригами, и нашил на карманы вместо платочков.

Как бы там ни было и кто бы что ни вменял Дэниелу Ли, у него есть свое четкое видение, точное понимание направления и смелость все это выражать на подиуме. Все внимание на Bottega. Скучно не будет.



BOTTEGA VENETA
COURTESY OF BOTTEGA VENETA



Главный аксессуар Bottega Veneta в осенне-зимнем сезоне — сумка Arco, в которой по-новому интерпретировано фирменное плетение intreccio. Модель представлена в четырех размерах, самая большая, Arco 75, — в мужской коллекции. В отличие от классического intreccio, где используются тонкие полоски кожи («фетгучче»), в Arco эти детали очень широкие. Модель выполнена из французской теллячьей кожи. Кожаные полосы соединены замшей, есть варианты, где кожаные и замшевые полосы чередуются. Сумка названа в честь Арки Мира (Arco della Pace) в Милане, и в ее дизайне узнаваемы архитектурные элементы памятника. Каждая сумка собирается более чем из 100 деталей.



COURTESY OF BOTTEGA VENETA



Итальянские церемонии

О классике с креативом Pal Zileri

Натела Поцхверия |

ПОКА одни бренды пытаются догнать уходящий поезд уличной и спортивной моды, другие инвестируют в собственные традиции и ноу-хау, но с оглядкой на современные тенденции. Так поступил бренд Pal Zileri, впервые представив коллекцию Cerimonia — новый взгляд креативного директора Рокко Янноне на классические костюмы и смокинги.

Без исторического экскурса тут не обойтись. В 1980 году Джанфранко Барицца и Аронне Миола основали Pal Zileri как демократичное ателье, благодаря которому красивая одежда должна была стать доступна всем. Название позаимствовали у палаццо Зилери, исторического здания в палладианской эстетике в их родном городе Виченца. Сегодня на фабрике Pal Zileri в Куинто-Вичентино работают сотни портных, и, чтобы сшить один костюм, им нужно произвести от 140 до 180 манипуляций: резка, пошив, глажение, конструирование карманов и плеч, нашивка молний, пуговиц, ярлыков и так далее. Шили по лекалам традиционной школы, но стиль жизни клиентов стремительно менялся, и не всегда портные успевали за темпом изменений.

Три года назад в компанию влились катарские инвестиции люксового холдинга Mayhoola, который также владеет брендом Valentino, и египетские — от Arafat. Инвесторы пригласили нового креативного директора Рокко Янноне, и компания из фабрики по пошиву костюмов стала превращаться в полноценный бренд, который предлагает одежду и аксессуары с учетом всех аспектов жизни своих клиентов.

Первая коллекция Янноне сразу обозначила новый вектор развития: мягкие силуэты, пастельные тона, цветочные принты. Cerimonia выглядит как будто более консервативной, чем основная коллекция, но узнаваемые детали фирменного стиля Янноне сохранены: удлиненные пиджаки, укороченные брюки, цветочные узоры, свободный покрой и цветовые сочетания, выдающие художественное образование дизайнера и любовь к венецианским художникам Беллини, Тинторетто, Веронезе. Чуть короче, чуть свободнее, чуть мягче — но именно эти, казалось бы, небольшие поправки значительно изменили силуэт. Теперь он гармонично вписывается в концепцию «новой» нетоксичной мужественности и спортивной элегантности. Даже если речь идет о смокинге.



КАДРЫ
ИЗ РЕКЛАМНОГО ФИЛЬМА
О КОЛЛЕКЦИИ
PAL ZILERI CERIMONIA

Не на шпагах О портняжном деле и спорте Fendi

Натела Поцхверия |



Музыкант Джексон Ван в одежде из коллекции, сделанной им совместно с Fendi

КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД

ушел, но дело его живет. Похоже, под этим лозунгом продолжают трудиться еще немало домов моды, с которыми сотрудничал дизайнер. В числе главных новостей осенне-зимнего сезона — первая мужская коллекция Fendi, для работы над которой креативный директор линии Сильвия Вентурини Фенди пригласила Карла Лагерфельда. И неясно, почему это решение не пришло в голову раньше. Лагерфельд начал работать над женскими коллекциями Fendi с 1965 года, когда Сильвии было всего пять лет, а вот мужские никогда раньше не делал. Осенне-зимний сезон — посмертный дебют Лагерфельда в мужском Fendi. Для показа построили декорации, повторяющие интерьеры личной библиотеки Карла в Париже, хотя коллекция больше напоминала ретроспективу гардероба дизайнера, разделенную на периоды: любви к семейной компании Sacaseni, которая считается основательницей итальянской школы тейлоринга, увлечения японским портняжным

искусством, преданности приталенным костюмам Dior Homme. Конечно, в некоторых образах представить Карла было бы нелегко: сам Лагерфельд никогда не носил спортивных вещей или вещей с золотым отливом. Что не помешало ему пофантазировать на тему спорта и новых материалов, а классические костюмы интерпретировать на новый лад.

На самом деле вклад этой коллекции в мировую модную индустрию мужской моды не ограничивается данью памяти Лагерфельду. Почти вся одежда отчетливо демонстрирует две важные тенденции: спортивная одежда актуальна и за пределами спортзала, а классические костюмы и смокинги скоро можно будет надевать в спортзал.

О «новом тейлоринге», то есть новом подходе к конструированию и пошиву классических костюмов, в осеннем сезоне будут говорить много: костюмы действительно изменили силуэты, цвета, ткани и из одежды формальной превратились в одежду повседневную. Крой стал свободнее, цвета — смелее и ярче, а на возможность сочетать костюмы со спортивными аксессуарами покупатели давно получили индугенцию от мировых критиков моды.

Кстати, особенно ясно виден этот самый «новый тейлоринг» в совместной коллекции, или, как сейчас говорят, коллаборации, Fendi с Джексон Ваном, 25-летним хип-хоп-артистом, который променял фехтовальную дорожку и место в олимпийской сборной Гонконга на музыкальную сцену. Все аксессуары, кроссовки, спортивные костюмы, пиджаки и брюки с лампасами, майки и другие предметы одежды сшиты из бархата с монограммой FF. Так классическая вечерняя ткань стала повседневной с легкой руки Вана и Вентурини Фенди.

Это не первое появление Вана с семьей Фенди. В 2018 году на вечеринке, которую устроил бренд, артист впервые исполнил свой сингл «Fendiman». Позже был снят клип, нетрудно догадаться где — в штаб-квартире Fendi в Риме.

Сам музыкант, рассказывая о работе с семьей Fendi и о ее результате, отметил, что все эти вещи он будет носить каждый день и что коллекция получилась простая и минималистичная, но красивая. И хотя Лагерфельд в простоте и минимализме замечен не был, коллекцию из бархата наверняка оценил бы высоко.



COURTESY OF FENDI

Показ мужской коллекции Fendi сезона осень—зима 2019/20



COURTESY OF FENDI



COURTESY OF FENDI



Магический вектор

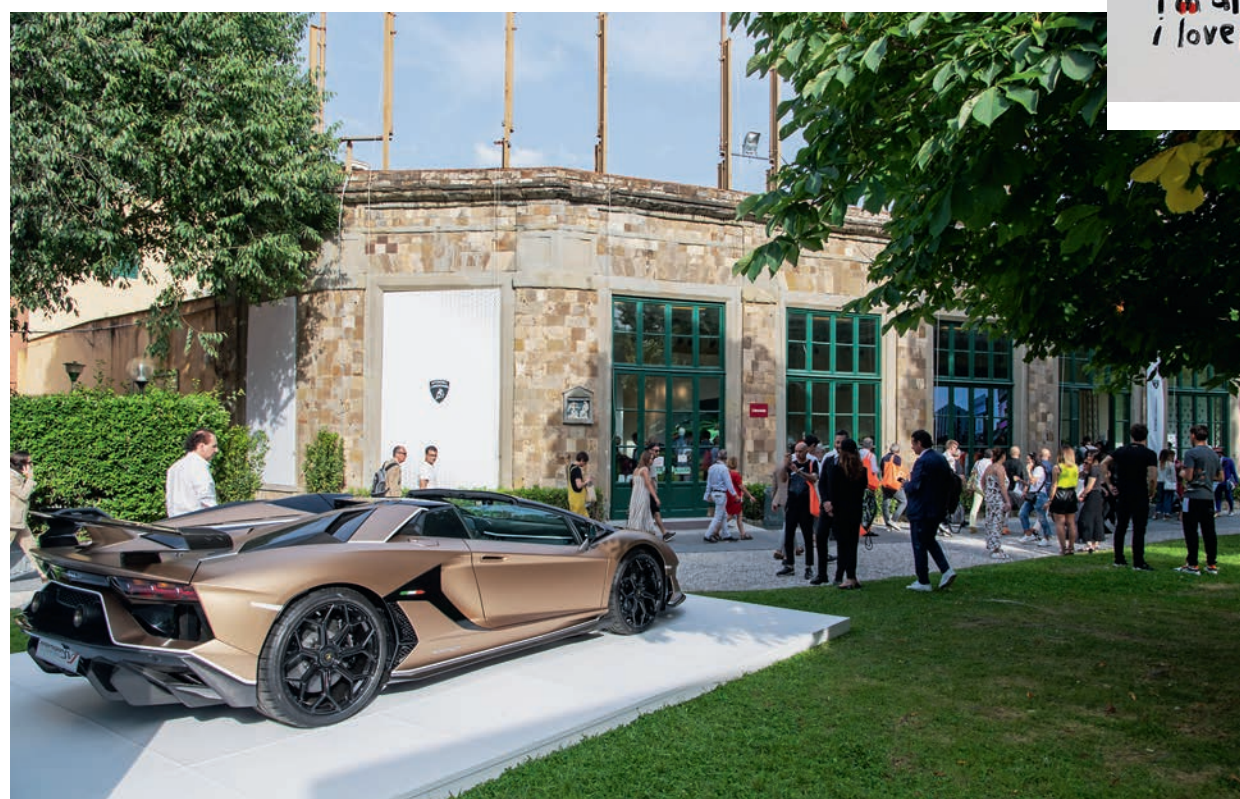
Чем будет жить мужская мода в 2020 году

Натела Поцхверия |

Лондонский уличный художник ENDLESS РИСУЕТ ПОРТРЕТ КАРЛА ЛАГЕРФЕЛЬДА ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ PITTI Uomo 96 НА ЦЕНТРАЛЬНОЙ ПЛОЩАДИ ФОРТЕЦЦА ДА БАССО



i create because i'm self destructive
i know freedom because i've been oppressed
i can forgive because i've messed up i know pain
because i've felt joy i love because i've known
hatred i know what i have because i've lost
everything i'm a genius because i've failed
i have boundaries because i've crossed
i'm at peace because i've lost a war
i love life because i've lost a friend to die +



96-Я ВЫСТАВКА

Pitti Uomo прошла в июне во Флоренции. 30 тыс. посетителей за четыре дня, в том числе 18,5 тыс. байеров более чем из 100 стран и более 2 тыс. журналистов. 3,8 млн взаимодействий в соцсетях (просмотры, комментарии) — так в сухих, но впечатляющих цифрах выглядит главная выставка мужской моды. Что за ними стоит — в отчете «Коммерсантъ. Стиль».

Писать о Питти — это как пытаться уместить «Войну и мир» в один короткий абзац. Содержание передать, может, и удастся, но удовольствие от чтения отсутствует. Pitti Uomo — это процесс. Четыре дня, которые каждый посетитель наполняет по своему вкусу. Одни предпочитают не выходить за пределы павильона итальянской классики, укрепляя дружбу с крупными игроками люксового рынка вроде Stefano Ricci или Brunello Cucinelli. Другие, напротив, ищут сокровища, чтобы потом делиться ими с читателями или продавать в своих концептуальных бутиках по миру. Траектория, по которой движутся байеры и журналисты, во многом определяет их образ мысли и задачи. Траектория не может быть правильной или неправильной, но одна может ни разу не пересечься с другой. Если двух разных редакторов спросить, что им запомнилось, создастся впечатление, что были они на разных выставках. Один собирал самобытные марки высочайшего каче-



НА СТЕНДЕ ARMANI EXCHANGE МОЖНО БЫЛО ПОИГРАТЬ В СТРИТБОЛ, ПОКА МОЛОДЫЕ УЛИЧНЫЕ ХУДОЖНИКИ ГОТОВИЛИ СВОЮ АРТ-ИНСТАЛЛЯЦИЮ

ства вроде трикотажных Knitbrary или Danton, славящихся своей одеждой, напоминающей спецовки, а другой пошел по хайпу и не мог расстаться с брендами в павильоне Urban Panopama, гоняясь за призраками Кайли и Кендалл Дженнер. Кто-то играл в стритбол на стенде Armani Exchange. До павильона с одеждой бренда дойти возможным не представлялось — по дороге гостей встречали соблазны вроде компьютерной приставки, настольных игр и других развлечений поколения Z. Впрочем, для поколения Y, к числу которых относится и автор статьи, аналогом коктейлей и компьютерных игр стала выставка «Краткая история мужской моды» в Палаццо Питти.

Ее куратором выступил историк моды и арт-консультант Оливье Сайяр, который поставил перед собой задачу в нескольких залах Музея моды и костюма показать эволюцию мужской моды за 30 лет существования Pitti. Да, в том виде, в каком мы все знаем и любим Pitti под эгидой Pitti

ИНСТАЛЛЯЦИИ НА ВЫСТАВКЕ
«КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МУЖСКОЙ
МОДЫ» В ПАЛАЦЧО ПИТТИ,
КУРАТОР ОЛИВЬЕ САЙЯР.
ЧЕРНЫЙ КОСТЮМ GIORGIO
ARMANI, 2010; КОСТЮМ ROMEO
GIGLI, 1989

СТЕНД
DOUCAL'S В ЦЕНТРАЛЬНОМ
ПАВИЛЬОНЕ PITTI UOMO 96



МОДЕЛИ НА ПОКАЗЕ
И ЗА КУЛИСАМИ ШОУ
КИТАЙСКОГО БРЕНДА
PRONOUNCE В РАМКАХ
ПРОЕКТА GUEST NATION CHINA



Imagine, выставка отмечала в июне 30-летие. В экспозицию Сайяр включил 150 экспонатов от брендов, которые в разные годы выставлялись здесь. Среди прочих — Haider Ackermann, Giorgio Armani, Neil Barrett, Maison Margiela, Hugo Boss, Antonio Marras, Paul Smith, Versace, Brooks Brothers и еще десятки других крупнейших игроков индустрии, включая «нашего» Гошу Рубчинского. Конечно, никто и не думал, что мужская мода стоит на месте, но вот так концентрированно увидеть все перемены в нескольких залах дорогого стоит. Кажется, что сдвинулись тектонические плиты: «новый тейлоринг», о котором говорят наперебой все издания в этом сезоне (и «Коммерсантъ. Стиль» не исключение), теперь кажется еще более логичным продолжением перемен. Рафаэлло Наполеоне, генеральный директор выставки на протяжении 30 лет, вспоминает, что в начале его работы примерно 80–90% марок занимались классической костюмной модой. Сегодня они в меньшинстве. И даже те, кто

продолжает делать костюмы и классику, меняют расцветки, фасоны, покроя и оглядываются на современные марки, пытаясь сказать: «Мы тоже не отстаем от времени».

Но если в прошлом сезоне классические марки как будто немного испугались перемен и скрылись в закромах центрального павильона, то в июне они гордо выставили свои традиции на пьедестал и громко объявили: «Классика — не синоним скуки».

Например, на стенде обувного дома Doucal's в центре экспозиции стояли кроссовки, а на входе обувщик с аккуратной бородой и цветными татуировками на руках вручную пришивал подошву, используя традиционный станок. Ну и, как выяснилось, у Doucal's и стельки напоминают форму ноги, а кроссовки — гипоаллергенные и дышащие. Перед кругом почета по центральному павильону я всегда иду в павильон Make, спрятанный в глубине крепости Фортецца да Бассо. Именно с него приятно начинать четырехдневный кре-

стовый поход по Pitti. В Make всего около десяти стендов, и каждый представляет собой маленький ремесленный рай. Обувной бренд Zamparini работает по принципам su misura. Из сотен вариантов цвета, формы, фурнитуры можно выбрать любые сочетания. Основатель марки Патрик рисовал обувь для других брендов, а два года назад наконец запустил свой, идею которого вынашивал десять лет. В год около 1 тыс. пар разъезжается по миру с фабрики в Венето. Патрик мечтает довести производство до 4 тыс. пар. Или вот Cappellificio Biellese CB 1935 — головные уборы в стиле британских преппи, сделанные в Италии вручную из льна и соломы. Бренд, надо заметить, существует с 1935 года.

Иногда жалею, что при Pitti Uomo, не работает магазинчик, чтобы купить что-то сразу и не ждать поставок полгода. Я бы точно привезла всем друзьям пенсне Fassamano. В оправу можно вставить линзы с диоптриями, а можно использовать как симпатичный аксессуар. Запомнились и парни



МОДЕЛИ НА ПОКАЗЕ ПЕРВОЙ ПОДИУМНОЙ МУЖСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ GIVENCHY СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2020» НА ВИЛЕ ПАЛЬМЬЕРИ, ФЛОРЕНЦИЯ

из бренда **Foer**. Кожаные изделия производятся в Сан-Миньято, а придумали бренд два студента. Один изучает робототехнику, другой — архитектуру. Рюкзаки из разноцветной кожи стали шить для собственных нужд — найти подходящий в продаже не удалось. Пришлось сделать самим. На выходе из Make в голову всегда приходит одна и та же мысль — а вдруг однажды ручной труд победит машинный, и мы вернемся во времена, когда объемы производства не превышали спрос в тысячи раз. С другой стороны, любую фабрику можно сделать экологичной, а тема экологии, пожалуй, была одной из ключевых на этой выставке. В павильоне верхней одежды **I Go Out** на стенде **Ecoalf** возвышалась огромная гора пластиковых бутылок, запутавшихся в рыболовных сетях. Испанский бренд, который славится своими достижениями в области переработки мусора в одежду, таким образом привлекает внимание к проблемам загрязнения мирового океана, со дна которого за десять лет компания

достала больше 400 тонн мусора под лозунгом «У нас нет планеты Б». Заодно продемонстрировала, из чего сделаны куртки: один метр ткани получается из 135 переработанных граммов рыболовной сети. А 130 граммов бутылок хватит на одну ветровку. Еще один интересный эко-бренд — **Thalassophy**. Официально бренд запустится в ноябре 2019 года, но основатели выбрали Pitti Uomo, чтобы представить коллекцию весна-лето 2020 за полгода до официального рождения компании. В названии — игра слов. На греческом «thalassophile» — человек, который любит море. Философия компании — любовь к морю. И это не просто слова. Во-первых, это действительно одежда для отдыха на море, в том числе и большая линейка плавок, а во-вторых, вся эта красота шьется из тканей, которые получены из переработанных пластиковых бутылок, извлеченных из моря. На январской Pitti Uomo 95 итальянский **Greenpeace** совместно с Институтом Дизайна (EID)

объявили о новой инициативе. Главная задача — популяризовать среди дизайнеров идеи устойчивого развития (а модная индустрия, как известно, одна из тех, что наносят наибольший вред природе). Был объявлен конкурс на лучшие коллекции из «устойчивого» сырья — то есть из тех материалов, которые были получены из переработанного мусора или добыты с уважением к окружающей среде с соблюдением всех этических и экологических норм. На июньской выставке показали результат работы: 15 студентов представили пять коллекций и пять фильмов, посвященных коллекциям и экологическим проблемам. Защитой окружающей среды озабочены не только будущие дизайнеры, но и производители одежды класса люкс. Например, компания **Herpo**: 84% нейлона, из которого сшиты парки, получено путем переработки пластиковых бутылок. А пигменты для окрашивания использованы абсолютно натуральные: лук — для желтого цвета,



МОДЕЛИ НА ПОКАЗЕ КОЛЛЕКЦИИ SALVATORE FERRAGAMO СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2020» НА ПЛОЩАДИ СИНЬОРИНЫ, ФЛОРЕНЦИЯ



ИЛЛЮСТРАЦИИ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ТЕМЕ ВЫСТАВКИ — PITTI SPECIAL CLICK



РЕКЛАМА 96-й ВЫСТАВКИ PITTI Uomo. ФОТОГРАФ ЭМИЛИО ТИНИ

виноград — для фиолетового, оливки — для зеленого, бамбук — для бежевого. Чем красили — то и нарисовали на бирке, сопроводив заявлением об инициативе Negro Globe — экологических проектах, которые поддерживает бренд.

На стенде **Z Zegna** под ногами песок — как напоминание о том, что скоро на месте прекрасных лесов будут пустыни. Компания ежегодно на протяжении последних восьми лет высаживает деревья на ста квадратных километрах заповедника в Пьемонте. Лес называли Oasi Zegna — Оазисом Зенья. И все ткани в коллекции — из переработанного сырья. А **Moreschi** сообщили, что подошвы на их ботинках также из переработанного пластика.

В этом сезоне специальными гостями стали дизайнеры из Китая. Я свято верю в то, что марки из стран, где мода только зарождается как индустрия, должны строить свой сторителлинг на культурных кодах и наследии. Любые попытки следовать европейским трендам заканчиваются копированием. Поэтому в гостевом

павильоне запомнились не огромные кроссовки и худы, а маленький бренд **The Flocks**, который переложил на европейский лад детали национального китайского костюма. Этому же подходу придерживаются и Юйшань Ли и Джан Чжоу, основатели марки **Pronounce**. Ли учился в Сент-Мартинсе и работал в Yeezy, а Чжоу окончил Марангони и трудился в Ermenegildo Zegna. На выходе получилась идеальная смесь европейских и азиатских мотивов и, в духе времени, полная гендерная амбивалентность. Правда, и показывали свою коллекцию дизайнеры не в павильоне Guest Nation China, а отдельно на полноценном шоу.

Двумя громкими событиями выставки стали показы **Givenchy** на вилле Пальмьери и показ **Salvatore Ferragamo** прямо у ног Давида — на площади Синьорины. Клер Уайт Келлер, креативный директор Givenchy, выбрала Pitti Uomo, чтобы представить свою первую полноценную мужскую коллекцию. Получилось в меру

буржуазно, но, как водится, не без оглядки на вкусы азиатских модников, которые, скорее всего, уже записались в лист ожидания (московским же модникам за мужским Givenchy нужно идти по вполне конкретному адресу — в ЦУМ). Бренд Salvatore Ferragamo использовал шоу как повод показать фонтан Нептуна, реставрацию которого спонсировал модный дом. Изображение фонтана стало принтом на рубашках.

Рассказывать о находках на Pitti можно долго. Здесь много вспоминали Карла Лагерфельда, дискутировали о спаде хайпа и возрождении классики. Но главное, что происходит на Pitti Uomo каждый год, — это алхимия, магия, искра, которую ощущают все участники выставки по обе стороны стендов. Pitti Uomo — тот самый ускоритель, искра, которая — «click!» — и запускает реакцию. Здесь по мановению модной палочки зарождается главный вектор, по которому будет следующие полгода развиваться индустрия. Поэтому и тема выставки звучала так — Pitti Special Click.

Без компромиссов О футбольном празднике Филиппа Плейна

Евгения Милова |



ПРЕДОСТАВЛЕНО PHILIPP PLEIN



ПРЕДОСТАВЛЕНО PHILIPP PLEIN

В АВГУСТЕ Монако превращается в бесконечный праздник жизни: концерты, выставки, спортивные состязания, клубные ночи — только успевай выбирать! Большой поклонник княжества и основатель бренда собственного имени Филипп Плейн в этом году принял в нем участие. И действовал с присущей ему широтой: днем на знаменитом стадионе Louis II состоялся коммерческий футбольный матч Philipp Plein Cup, а поздно вечером в главном ночном клубе княжества и всего побережья Jimmy's была устроена вечеринка Philipp Plein.

Именной вечеринкой здесь трудно удивить, но Филипп Плейн сумел. Он поставил столы для рулетки и блек-джека прямо в клубе. Взять хорошо всем знакомое, добавить туда патетики, блеска и шарма и продавать это с огромным успехом — в этом и состоит модель бизнес-успеха Philipp Plein International Group, которая в этом году отмечает двадцатилетие. В группе, число собственных бутиков которой по всему миру уже превысило 200, помимо головного бренда входят придуманный бизнесменом и джетсеттером Флавио Бриаторе Billionaire — его также можно назвать Philipp Plein для взрослых — и Plein Sport, самая доступная линейка, «Плейн для начинающих». Правда, недавно в компании решили, что даже начало дружбы с брендом должно быть бескомпромиссным. Поэтому магазины Plein Sport будут

Дизайнер Филипп Плейн и вице-президент ФК «Монако» Олег Петров вручают трофей Philipp Plein Cup нападающему Радамелю Фалькао

потихоньку закрывать. «Это процесс деликатный, небезопасный, мы постараемся никого не разочаровать. Но сейчас нам правда важно сосредоточиться на том, чтобы наша одежда была высочайшего качества», — объясняет маркетинг-директор компании Маддалена Бертоли Тедески.

Главное — не думать, что Филипп Плейн уходит со спортивных арен. Еще живы впечатления о сотрудничестве бренда с боксером Василием Ломаченко. Чемпион мира в легком весе по версиям WBA и WBO, названный в мае журналом Ring лучшим боксером мира, Ломаченко появляется на ринге в халате Philipp Plein из крокодиловой кожи. По оценкам экспертов, рыночная стоимость такого изделия составила бы около \$300 тыс. А теперь бренд стал фешен-партнером футбольного клуба «Монако».

Отметить сотрудничество решили дружеским матчем клуба «Монако» против итальянцев из «Сампдории». Трибуны шумно реагировали на происходящее. Особенно преуспели болельщики «Сампдории». Они не переставая скандировали кричалки, пели гимны, настраивая футболистов на победу. Монагаски в фанатском секторе клуба



ПРЕДОСТАВЛЕНО PHILIPP PLEIN

вели себя более сдержанно. Авложе Филиппа Плейна веселились, не забывая следить за игрой. Во втором тайме на поле вышел российский футболист Александр Головин, выступающий за ФК «Монако», и игра сразу пошла живее. Мяч влетел в ворота итальян-

ского клуба. Этот гол оказался единственным. Филипп Плейн вручил игрокам «Монако» Philipp Plein Cup — огромный серебряный кубок в виде черепа, который держит на плечах титан, под неизбежную в таких случаях «We Are The Champions».



из личного архива

Сила звезд

Как спортивные бренды захватили рынок модной одежды

Павел Осовцов |

СЕГОДНЯ любой производитель спортивной одежды не жалеет денег, сил и времени на создание собственной легенды о том, что, помимо непосредственно спорта высоких достижений и активного образа жизни, важной частью ДНК бренда являются современный стиль и мода. В 80-е и 90-е спортивные бренды были заметной частью поп-культуры и важной частью субкультуры, однако в то время музыканты, спортсмены и художники носили спортивную одежду и кроссовки просто потому, что это было функционально и отвечало их профессиональным задачам. В наши дни производители спортивной одежды притворяются брендами класса люкс и претендуют на роль лидеров в индустрии моды, несмотря на то что, по сути, продолжают делать одежду преимущественно практичную, используя технологичные материалы и функциональные формы. Важный инструмент взаимодействия люкса и спорта — коллаборации: Comme des Garçons сделали серию совместных работ с Nike, Junya Watanabe успел сотрудничать с New Balance, а Vetements выпустили вместе с Reebok уже больше десятка моделей кроссовок с ценником \$990. Кроме того, Nike и Adidas сотрудничают с теми же дизайнерами, что Louis Vuitton и Moschino, и это не рядовые дизайнеры, а Вирджил Абло и Джереми Скотт, каждый из которых, занимая должность креативного директора модного дома, одновременно разрабатывал капсульную коллекцию для спортивного бренда.

Мода и спорт не всегда были столь тесно связаны между собой, однако их отношения уже довольно давние. Именно производители спортивной одежды первыми поняли, насколько важно работать со звездами. Началось все с теннисистов Рене Лакоста и Фреда Перри, которые основали собственное производство одежды и продавали теннисные поло «с себя», выступая в них на кортах. Коммерческие результаты, достигнутые благодаря сотрудничеству с Пеле, Диего Марадоной, Уолтом «Клайдом» Фрейзером, Майклом Джорданом и многими другими атлетами и сборными командами, позволили брендам делать правильные выводы, поэтому сегодня каждая новая звезда мирового спорта быстро обзаводится собственной коллекцией одежды, которая успешно продается! Поворотным моментом в истории отношений производителей спортивной одежды и известных спортсменов стало сотрудничество Дэвида Бекхэма и Adidas: за пожизненный контракт с немецким брендом

футболист выручил более \$160 млн — отличный гонорар для 2003 года. Став амбассадором бренда, Бекхем не просто сделал Adidas хорошую рекламу и помог продать бутсы, но и, будучи участником светской тусовки Лондона, Мадрида, Лос-Анджелеса, Парижа и Милана, создал модный имидж линейки Originals.

Это произвело должное впечатление, и к середине 2000-х все без исключения спортивные марки стали активно инвестировать в создание и продвижение lifestyle-сегментов. Nike занялся производством городской технологичной одежды и назвал эту линию Nike Lab; Asics запустил программу Family & Friends: бренд сотрудничал с дружественными магазинами по всему миру и выпускал лимитированные совместные коллекции. New Balance создавал уникальные модели исключительно для азиатского рынка. Также началась активная работа с закрытыми нишевыми сообществами и звездами, которая чем-то напоминала соперничество Puma и Adidas за футболистов в 70-е, когда бренды сражались друг с другом буквально за каждого спортсмена, выступавшего на чемпионате мира. В наши дни битва развернулась за музыкантов, актеров, моделей и, конечно, спортсменов, которые, массово последовав примеру Бекхэма, успели приобрести широкую известность вне сферы спорта и благодаря этому неплохо развили свои социальные сети, включая главный инструмент продаж — инстаграм. Спорт стал одним из важнейших факторов продвижения модной одежды, и такие бренды, как Uniqlo, Tommy Hilfiger, Stone Island приглашают модных профессиональных и известных, разумеется, спортсменов для рекламы своего продукта, который, отвечая требованиям рынка, тоже дрейфует в сторону функциональности.

Еще один фронт атаки спортивного стиля на моду — небывало возросшая популярность характерных спортивных атрибутов в линейках люксовых марок: велосипедки, шлепанцы и сумки через плечо сегодня присутствуют в коллекциях Balenciaga, Gucci, Prada и Burberry, а спортивный стиль становится «новым люксом», хотя на самом деле остается самим собой и как раз люкс пытается занять нишу спортивной одежды. Это вполне вписывается в мировой тренд глобализации и уничтожает разницу между люксом и масс-маркетом, мужским и женским, предназначенным для взрослых и для юных. Что и стало главной причиной успеха спортивной одежды — границ почти не осталось.



Кроссовки SHOX TL из совместной коллекции COMME des GARÇONS x Nike, в продаже в ЦУМЕ

Быстрее. Выше. Моднее

Что спортсмены думают о моде

Евгений Мужиков |



АЛЕКСАНДР КЕРЖАКОВ
В РЕКЛАМЕ PUMA



КОЛЛЕКЦИЯ
DSQUARED2
ДЛЯ СБОРНОЙ
КАНАДЫ, 2016 ГОД

КРИСТИАН ЛУБУТЕН
И СПОРТСМЕНЫ
ОЛИМПИЙСКОЙ
СБОРНОЙ КУБЫ,
2016 ГОД



DAVID KOLODIN FOR PUMA

RENE HABERMACHER

ЕЩЕ лет 15–20 назад спорт и мода шли параллельными, непересекающимися курсами. И тогда этому находилось объяснение: спорт — это что-то массовое, демократичное, доступное всем, а мода — удел избранных. Тренд на удобство и демократичность, а также огромные средства, которые тратились на производство одежды для активного образа жизни, изменили расстановку сил, а стиль sport chic стер грани между приземленным и высоким. Кроссовки под костюм давно уже не китч, герои футбольных полей и хоккейных площадок с их миллионными инстаграммами — желанные клиенты модных домов, а известные дизайнеры считают за честь сотрудничать со спортивными брендами.

Спорт дал моде многое. Например, самый торжественный элемент мужской одежды фрак пришел из конного спорта. Цилиндры, брюки галифе, рейтузы, перчатки — тоже из верховой езды. Многие привычные элементы гардероба обязаны своим появлением именно спорту. Шорты и короткие юбки в складку пришли из тенниса. За платье без рукавов девушки говорят спасибо французской теннисистке

Сюзанн Ленглен, именем которой назван корт в Париже, где проходит знаменитый турнир Roland Garros. А главный популяризатор поло, француз Рене Лакост, выпускал одежду для тенниса и гольфа. Именно благодаря спорту в fashion-индустрии появился трикотаж, ранее считавшийся второсортной тканью. Надо ли говорить, каким видам спорта мы обязаны появлению бейсболок и велосипедок?

Сейчас дань моде отдает уже спорт: главные футбольные, баскетбольные и хоккейные лиги мира тщательно следят за тем, чтобы их спортсмены выглядели достойно. Мотивация проста: каждый матч — это праздник, и действующие лица обязаны этому соответствовать. Едва ли не самый строгий и регламентированный дресс-код — в спортивных лигах США. Особенно в Национальной баскетбольной ассоциации. Требования к внешнему виду спортсменов там настолько жесткие, что им запрещено появляться на публичных мероприятиях лиги с цепочками, кулонами, браслетами, наушниками, а также в шортах и бейсболках — то есть был на корню изведен хип-хоп-стиль, свой-

РЕНЕ ЛАКОСТ НА US OPEN,
1926 ГОД



COLLECTION ROGER-VOLLET / AFP

ственный баскетболистам. До введения в НБА дресс-кода в 2005 году участники матчей больше походили на гангста-рэперов из клипов 50 Cent.

По правилам другой американской лиги, НХЛ, игроки должны приезжать на все матчи в одинаковых костюмах и галстуках. No jeans rule в Америке соблюдают неукоснительно. При этом главную надзорную функцию часто выполняет даже не лига, а сами тренеры. Так, наставник «Виннипега» Пол Морис не выставил на матч своего

основного нападающего Эвандера Кейна из-за того, что тот прибыл в расположение команды не в костюме, а в свитере.

С этого сезона аналогичные правила введены и в российской Континентальной хоккейной лиге (КХЛ). Новый документ требует, чтобы хоккеисты приезжали на домашние встречи в костюмах единого образца: пиджаке, брюках, рубашке и галстуке. На гостевых встречах игрокам позволено появляться в спортивной форме с символикой клуба. Перед сезоном в клубах КХЛ помимо традиционных сборов и медосмотров прошла еще одна процедура — снятие мерок. Расположение команд посетили портные (из-за особенностей фигуры спортсмены, как правило, шьют костюмы на заказ).

Но самые большие модники в мире спорта, конечно, футболисты. Кого сейчас считают иконой стиля номер один? Не Криштиану Роналду или Дэвида Бекхема, это было бы слишком просто. А защитника лондонского «Арсенала» Эктора Бельерина. Пожалуй, это самый увлеченный модой футболист. Просмотр матча своей же команды он предпочитает посещение Лондонской недели моды. Испанец в юном возрасте переехал в британскую столицу, что, по его словам, оказало сильное влияние



ЛИОНЕЛЬ МЕССИ
В РЕКЛАМЕ ADIDAS

БУТСЫ
ИЗ СОВМЕСТНОЙ
КОЛЛЕКЦИИ ПЕЛЕ
И PUMA С АВТОГРАФОМ
ФУТБОЛИСТА



на формирование его вкуса. При этом Бельерин заявляет, что футболисты одеваются ужасно. «Я видел множество футболистов в спортивных костюмах Gucci с принтом GG повсюду, тонны рваных джинсов скинни, блестящие или шипованные хай-топ-лубутены на ногах. Скинни — джинсы не для мужчин с большими икрами. До многих футболистов это с трудом доходит», — отмечает Бельерин. По его мнению, для футболистов главными критериями при выборе одежды часто бывают высокая цена и крупный логотип. В интервью Vogue Эктор назвал три любимых бренда: A-Cold-Wall, Liam Hodges и Christopher Raeburn.

Бельерин перенял любовь к моде от бабушки, у которой была своя швейная мастерская. А недавно игрок выступил в качестве модели на парижском показе коллекции Louis Vuitton весна-лето 2020. Лучшей вещью в своем гардеробе Бельерин называет виниловый плащ Maison Margiela.

Куда более демократичных взглядов на стиль придерживается Александр Кержаков. «Профессиональный футбол довольно тесно связан с модой. Раньше, например, ты не мог надеть к костюму кроссовки — туфли были обязательны. А теперь считается модным надеть пиджак и кроссовки, — говорит экс-форвард сборной России и «Зенита». — Вообще, спортивные бренды, как мне кажется, сделали большой шаг — перестали позиционировать свой продукт как исключительно спортивный. Кроссовки, футболки и другие вещи прочно вошли в повседневную жизнь. Думаю, это связано с общим трендом на отказ от лишнего пафоса и излишеств ради комфорта. Ритм жизни стал настолько быстрым, что все больше начинаешь ценить удобство, особенно в одежде».

Если говорить о российском футболе, то здесь ближе всего к моде игрок московского «Локомотива» Гжегож Крыховяк. В столичный клуб поляк перешел из «Пари Сен-Жермена». Жизнь в Париже сформировала его вкусы: Гжегож обожает пиджаки, шляпы и ботинки, а любимым брендом называет Yves Saint Laurent. Свое увлечение модой Крыховяк превратил в бизнес: открыл в Варшаве бутик Balamonte, где шьет костюмы на заказ.

А хоккеист Александр Овечкин к стилю и моде подходит показательно небрежно, словно подчеркивая: важно не то, что на тебе, а то, что ты умеешь. Его отношение к дресс-коду характеризует одиозный поступок после победы на чемпионате мира в 2008 году: на прием в Кремль к президенту Овечкин пришел в пляжных тапках на босу ногу.

Партнер Овечкина по сборной и НХЛ Евгений Малкин, живущий в Питсбурге, отмечает в интервью, что в США мода для большинства людей дело десятое. Дорого не одеваются даже те, кто может себе это позволить. А у хоккеистов, по словам Малкина, есть другие сложности: из-за накачанных ног и ягодиц им очень трудно подобрать джинсы.

«Брендам выгодно привлекать кроме привычных селебрити и звезд спорта, — рассказывает дизайнер Даниил Анциферов. — И все чаще персонажи светских хроник появляются на пробежках, марафонах и массовых тренировках. Это актуально и востребованно, это продается, и это модно. Спорт генерирует ультрасовременные материалы. Дизайнеры любят экспериментировать и внедрять их в свои коллекции. Вещи становятся интереснее, они более удобные, за ними легче ухаживать, они несут больший функционал. Каждый год появляются модные бренды, одежда которых не предназначена для занятий спортом, но концепция базируется на спортивных материалах и формах».

Понимая ценность спортсменов как инфлюенсеров, модные бренды стараются заполучить право одевать лучших представителей индустрии. Главные smotры достижений в мире спортивной моды случаются раз в два года — во время зимних и летних Олимпийских игр. Парад стран-участниц — это своего рода дефиле, на котором во всей красе предстают не только атлеты, но и дизайнеры. Олимпийскую сборную США одевает Ralph Lauren, время от времени давая повод для скандала: то форму с российским триколором сошьет, то журналисты заметят на звездно-полосатой экипировке бирку с надписью Made in China.

Братья Дэн и Дин Кейтены из бренда Dsquared2 одевают сборную Канады — выглядит свежо и молодежно. Высоко оцене-

МОДЕЛЬ В ОДЕЖДЕ
A-COLD-WALL,
ЛЮБИМОГО
БРЕНДА
ФУТБОЛИСТА
ЭКТОРА
БЕЛЬЕРИНА



МОДЕЛЬ В ОДЕЖДЕ
CHRISTOPHER
RAEBURN, ЛЮБИМОГО
БРЕНДА ФУТБОЛИСТА
ЭКТОРА БЕЛЬЕРИНА

на критиками работа Christian Louboutin со сборной Кубы. Красные пиджаки в стиле милитари для мужчин и бежевые для женщин — тут и отсылка к идеалам кубинской революции, и просто очень стильная одежда, подчеркивающая индивидуальные особенности фигур атлетов. Из этого ряда выбивается, пожалуй, только Швеция, парадную олимпийскую форму для которой создает из переработанного пластика демократичная марка H&M.

Олимпийская чемпионка по фигурному катанию Алина Загитова рассказала «Коммерсантъ. Стиль», что в одежде прежде всего ценит универсальность: «Я стараюсь тщательно подходить к выбору одежды. Мне очень важно, чтобы повседневная одежда была удобной и стильной, и я рада, что сейчас есть большой выбор красивой спортивной одежды, которую можно носить как в спортзале, так и в повседневной жизни. Я получаю огромное эстетическое удовольствие от посещения спортивных магазинов, которые зачастую стали диктовать тенденции моды. Например, кроссовки уже давно превратились из спортивной обуви в повседневную, их покупают и продают абсолютно все. Что касается тренировок, красивая форма поднимает настроение, заряжает

дополнительной энергией, что помогает мне преодолевать сложности и идти к поставленной цели. Мне кажется, бренды делают все, чтобы не приходилось жертвовать своим стилем ради результата. Спорт сейчас в моде — и это ярко проявляется в одежде».

Стиль athleisure, когда спортивная одежда переходит в разряд повседневной, — заметный тренд. Толстовки, кроссовки, легинсы — все это можно носить как в тренажерном зале, на пробежке, так и на прогулке в парке.

«С популяризацией спорта в базовом наборе одежды первые места заняли свитшоты, футболки, худи, брюки спортивного кроя, — отмечает дизайнер Даниил Анциферов. — Спорт проник в субкультуры. Он объединил моду улиц и подиум. Уличные субкультуры вдохновляют дизайнеров на создание новых форм и элементов с опорой на современный спорт. Огромное влияние оказывает диджитал. Мы видим идеальную картинку современного человека. Это модно, на улице все больше красивых подтянутых людей. Одежда должна подчеркивать достижения и сохранять при этом свой функционал и одновременно выглядеть стильно. Этот образ транслируется везде, и он неразрывно связан с активным стилем жизни».

Многие спортсмены на протяжении многих лет демонстрируют привязанность к определенному бренду. Например, Криштиану Роналду играет исключительно в бутсах Nike, а Месси многие годы является лицом Adidas. Но случаются и громкие «разводы». Так, теннисист Роджер Федерер после 20-летнего сотрудничества с Nike подписал контракт с брендом Uniqlo, который в глобальном смысле со спортом ассоциируется пока слабо. Швейцарец зарекомендовал себя как спортсмен, работающий исключительно со статусными брендами: Mercedes, Rolex, Moët & Chandon. А тут масс-маркет. Впрочем, все вопросы о престижности совместного проекта снимает сумма контракта, предложенная Федереру японской маркой: \$100 млн за десять лет. Известный теннисист, а по совместительству самый стильный мужчина 2016 года по версии GQ, сам принимает участие в создании дизайнера наборов для игры — сейчас это более спокойные тона, чем во времена работы с Nike.

Hugo Boss традиционно одевает футболистов сборной Германии. Лучшей рекламой бренду не придумать: два десятка статных красавцев в лакированных дерби, под которых идеально подогнаны приталенные костюмы с зауженными брюками, символизируют мощь, стиль и класс. Знаменитая BundesMachine во всей красе.

А самое изысканное рекламное партнерство на все времена провернули легендарный бразилец Пеле и Puma. В 1970 году перед финальным матчем чемпионата мира лучший футболист в истории демонстративно присел в центре поля и начал завязывать бутсы. Внимание многомиллионной аудитории было обращено к главному действующему лицу — и камеры, естественно, брали крупный план Пеле, в который попадали бутсы Puma. Так немецкий бренд включился в острую конкуренцию с Adidas, которая продолжается до сих пор. А в этом сезоне те самые легендарные бутсы Puma King были перепущены и вновь появились в продаже. Маркетинговый успех модели во многом связан с Пеле.

«Желание не проиграть — лучший драйвер»

Андрей Ватутин

о любимой работе и любимых вещах

ПРЕЗИДЕНТ ПБК ЦСКА Андрей Ватутин — один из самых успешных управленцев в российском баскетболе. В ЦСКА он с 2002 года, за это время армейский клуб четыре раза выигрывал главный континентальный трофей — Евролигу, закрепился в числе грандов европейского баскетбола, регулярно участвуя в «Финале четырех». «Коммерсантъ. Стиль» расспросил Андрея Ватутина о его методах управления командой и собственными эмоциями, о выборе костюмов и разумном потреблении. Интервью проходило в офисе Ватутина, расположенном в здании Универсального спортивного комплекса ЦСКА. Оказалось, весь свой деловой гардероб он держит тут и при необходимости переодевается прямо в кабинете.

— **Самый жесткий регламент, касающийся внешнего вида и дресс-кода игроков, — в НБА. На публичные мероприятия лиги нельзя надевать цепочки, серьги, перстни. В России все проще. Почему?**
— НБА — это не только спорт, скорее шоу-бизнес. Не один результат матчей на первом плане. Игроки — часть шоу. Отсюда и много внимания к внешности игроков. В Европе профессиональный баскетбол — во многом энтузиазм владельцев клубов и меценатство. Здесь баскетбол не зарабатывает, клубы могут покрыть собственный бюджет только на 25–30%, а тратят гораздо больше. Тем не менее Евролига в плане имиджа движется вперед, все тренеры на матчах в костюмах, есть клубный стиль, на «Финал четырех» команды прилетают одетые в одном стиле, иногда в классических костюмах. Но пока все это далеко от американской культуры. В США большие контракты с брендами одежды, часов. Все хотят выделяться. Отсюда так много татуированных. В ЦСКА все игроки подписывают клубный регламент, но в нем почти ни слова о том, как должен выглядеть баскетболист. Там больше о дисциплине, о том, чего делать нельзя.
— **Кто самый стильный баскетболист в ЦСКА?**
— Чем старше становятся ребята, тем они элегантнее, тщательнее следят за прическами, бородой. Из русских игроков самый стильный — Никита Курбанов. Причем, как мне кажется, пришел к этому не сразу, а после женитьбы.
— **На всех публичных мероприятиях вы появляетесь в классических костюмах. Сколько их у вас?**
— За 20 лет в баскетболе вопрос об одежде — впервые. У меня около десяти

костюмов, но носить их в офисе нет необходимости — они для встреч, официальных мероприятий, матчей, дней рождений. Дома в шкафу нет ни одного костюма. Цветовая гамма — серый и темно-синий. Есть пара черных, смокинг. Все костюмы либо сшиты на заказ, либо перешиты, фигура нестандартная. Всегда покупаю рукав Long, потом портной подгоняет. Ботинки, ремни — все в шкафу разложено отдельно. Рубашек больше, чем костюмов. Предпочитаю Kiton. Галстуков очень много, это моя слабость. 90% одной фирмы — Brioni, обязательно Long. Большинство из них подарены мамой, она стала настоящим спецом по галстукам для меня.
— **Духи тоже ваша слабость?**
— Да. Предпочитаю селективные. Вот Miller Harris, а в деревянной упаковке — Filippo Sorcinelli, на полке — Julien Rasquenet и Noble Royale.
— **Вы сами покупаете одежду?**
— Почти всегда сам, но советуюсь с супругой. Правда, в последнее время почти ничего не покупаю. Очень привыкаю к вещам. Для меня проще много лет носить одну вещь, чем постоянно покупать новое, а старое отдавать. Купил и тут же надел — это не про меня.
— **То есть вы за разумное потребление?**
— Да, это с детства. Я вырос в советское время, мы жили хорошо, но без излишеств. Отец имел возможность два-три раза в год выезжать за границу, поэтому у меня были модные красивые вещи и даже джинсы. В середине 1980-х это было очень круто. Бережное отношение к вещам осталось с тех пор.
— **У вас есть любимые бренды одежды?**
— Обувь — Gucci или Salvatore Ferragamo. Костюмы — Tom Ford, нравятся костюмы Corneliani. А из повседневной одежды — тоже Tom Ford, Dolce & Gabbana, Zegna.
— **Покупаете все в офлайне?**
— Да, мне надо мерить. Помню времена, когда большим ребятам негде было купить вещи. Это конец 1990-х — начало 2000-х. Не то что в России, даже в Европе. В Болонье был магазин специально для баскетболистов. Настоящая Мекка. Когда играли там, всегда старались зайти. Сейчас баскетболисты в основном шьют костюмы на заказ. У меня есть список размеров по любимым брендам. Он у меня в телефоне. Не очень люблю мерить. Допустим, прихожу в магазин Dolce & Gabbana и, зная свой размер у этой марки, выбираю, по сути, только цвет или фасон. Но мне хочется иметь больше воображения, чтобы выглядеть элегантнее. Есть люди, которые сами

могут сделать из себя конфетку. Мне это дается непросто. Сочетания классической одежды подобрать самому не проблема, уже набил руку. А когда организаторы мероприятий заявляют дресс-код smart casual или sport chic, это иногда ставит меня в тупик, современный стиль из серии классический костюм — кроссовки понимаю с трудом. Но всегда стараюсь придерживаться старого правила: у мужчины должны быть чистые ботинки, хороший запах и хорошие часы.
— **Хорошие часы в вашем понимании какие?**
— Часы как символ времени уже в прошлом. Это дополнение гардероба. Когда хотят посмотреть, который час, берут телефон. У меня несколько часов, но ежедневно ношу Hublot. Они удобные, в них можно плавать и нырять.
— **Вам, как президенту клуба, наверняка приходилось решать бытовые и личные проблемы игроков. Какие самые необычные?**
— Был такой знаменитый грек у нас, Теодорос Папалукас. Я не раз принимал участие в его дискуссиях с ГАИ. Он любил быстро ездить, правила, мягко говоря, соблюдал не всегда. По-русски говорил плохо, поэтому у нас с ним была договоренность: если какой-то инцидент на дороге — звонить мне. Раз в месяц такие ситуации повторялись. Апофеозом его езды стал случай на Ходынке: он по встрече обогнал милицкий кортеж, который перевозил служебных лошадей.
Был еще Траджан Лэнгдон, знаменитый американский «дальнобойщик». У него в Москве рожала жена. Он, естественно, отпросился с вечерней тренировки. А в полночь мне позвонили с охраны баскетбольного комплекса: приехал Лэнгдон, хочет тренироваться. У нас же как принято: родился ребенок, значит, иди в ресторан и празднуй. А Траджан приехал в 12 ночи в спортзал побросать мяч в кольцо. Это другая ментальность. Сейчас он генеральный менеджер клуба НБА «Нью-Орлеан Пеликанс». В свое время выучил русский, читал Набокова и Пастернака в оригинале. Большой интеллект.
— **А вы что читаете по управлению? Может, что-то из психологии? Работа у вас нервная.**
— В этом плане больше доверяю своему опыту и инстинктам. Спорт — это вечный адреналин. Не столько люблю выигрывать, сколько не люблю проигрывать. Желание не проиграть — лучший драйвер. Что касается психологии, здорово об этом

говорит один знаменитый игрок, Василис Спанулис из «Олимпиакоса». Человек с железными нервами, мы проиграли ему два финала Евролиги. Просто хоронил нас. Как-то я спросил у него: «Может быть, нам взять в команду психолога, чтобы в ключевые моменты ребята были увереннее?» Ответил он коротко. Показал на причинное место: «Это либо есть, либо нет».
— **У вас имидж бесконфликтного человека. Как это возможно на высокой управленческой должности?**
— Зачастую хотел бы быть менее добрым, чем я есть. Мне очень повезло с коллегами. Они адекватно оценивают мое к ним отношение. Мой принцип: сначала быть товарищем, а потом руководителем. Нужно уметь слышать собеседника. Я не навязываю своего мнения, больше слушаю, чем говорю. Если надо наорать — могу, но это бывает очень редко, под настроение. Я в ЦСКА почти 20 лет. Уже не так много историй, где мы можем конфликтовать. Лучше обыграть кого-то вдолгую, чем вступать в клинч с неясными последствиями. Предпочитаю мыслить стратегически. А конфликтный я или нет, надо спрашивать у родственников и близких. Вероятно, они вполне справедливо считают, что во время или после игр я, скажем мягко, не всегда в себе. Спорт — это такая черно-белая история. Ты или выиграл, или проиграл. Я не могу к этому спокойно относиться. Каждая игра — большой стресс. Очень переживаю. После «Финала четырех» ко мне подошел знакомый, говорит: «Ты дважды молодец. Первый — потому, что выиграл, второй — что не получил инфаркта».
— **Как управляете эмоциями?**
— Переживаю, но на людях стараюсь не забывать, что представляю большой клуб и страну. Везде же камеры, надо об этом помнить. Было дело, вынес пару дверей в раздевалках. Но это в прошлом. Сейчас снимаю стресс через тренажерный зал. Мой принцип: если что-то пошло не так — ничего сразу не решаю. С поражением нужно переспать. То, что ты думаешь сразу после проигранного матча, и то, что наутро, — диаметрально противоположные вещи. Родные уже знают, в какие моменты меня лучше не трогать. Мне очень жаль, что, приходя домой, я не умею оставлять свои эмоции и переживания за порогом. Недавно понял, что ресурс организма не бесконечен, надо меньше расходовать себя. Не получится, ли, не знаю.
— **Вы в ЦСКА с 2002 года. Есть такой термин — «профессиональное выгорание». Как вы этого избегаете? Почему**



АНДРЕЙ ВАТУТИН И ГЛАВНЫЙ ТРЕНЕР ЦСКА ДИМИТРИС ИТУДИС (СПРАВА) ВО ВРЕМЯ ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ НА «ФИНАЛЕ ЧЕТЫРЕХ» ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ ПО БАСКЕТБОЛУ, ИЮНЬ, 2018 ГОД

одни выгорают за три года, а других и на двадцать хватает?

— Хороший вопрос, часто его себе задаю. У меня было несколько поводов уйти. Например, после «Финала четырех» этого года. Выиграть больше, чем мы на данный момент, невозможно. Только приумножить. Кубки, медали — я получаю от этого удовольствие. Но надо понимать, что следующей победы может не быть год или пять лет. Я получаю удовольствие от ежедневного общения с игроками, тренерами, коллегами. Клуб и забирает энергию, и дает. Мне часто говорят, что я нахожусь в комфортной среде. — **Эту комфортную среду вы сами и создали.**

— Надеюсь, и коллегам хоть немного комфортно работать со мной. Я как электрокар: пришел, разрядился. А когда матч — снова зарядился. Правда, рано или поздно аккумуляторы идут на помойку. Наверное, однажды придет и мое время, но, надеюсь, это произойдет нескоро. Жизнь покажет.

— **Альтернативные источники энергии у вас есть?**

— Я люблю три вещи: работать, тренироваться и вкусно поесть. Вот мои драйверы. Стараюсь каждый день ходить в тренажерный зал. Много лет плавал, вода отлично снимает стресс. Почти каждый день проплывал по два километра. Но потом надоело, в какой-то момент устаешь считать кафельную плитку на дне бассейна. И конечно, меня радует хорошая еда.

— **Куда ходите в Москве?**

— Это мясная кухня. «Шеф», «Бочка», «Воронеж», «Рыбы нет», Piazza Italiana, хотя последнее не совсем про мясо, Palazzo Ducale. «Казбек». Хожу туда, где все знакомо, вкусно, не «гастрономические» или «дизайнерские» порции и хорошее красное вино.

— **У вас шрам на колене (Андрей Ватутин часто находится в офисе в шортах). — «Коммерсантъ. Стиль»), даже два. Крестообразные связки?**

— Да. У меня операции на коленях, на спине. Это все спорт, большей частью баскетбол. Где-то не размялся. Сейчас с мячом стараюсь не бегать. Хочется выплеснуть эмоции, но понимаешь, что риск травмы гораздо больше, чем лет десять назад. Вся моя игра в баскетбол ограничивается сейчас X-Box или Nintendo Switch. В рюкзаке для путешествий всегда iPad с кино, компьютерная игра и книжка. Стандартный джентльменский набор баскетболиста. В самолете я расслабляюсь, но уже знаю, где буду ужинать и какая программа на завтра в спортзале.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ МУЖИКОВ



Фотограф: Богдан Широков
Стилист: София Бурнашева

Свитер Pringle of Scotland
(«Кашемир и шелк»)
Брюки Boss Hugo Boss

«Я пробую на себе все наши прототипы» Ролан Эрлори, генеральный директор Vilebrequin



VILEBREQUIN

СПОРТИВНЫЙ репортер Фред Прискель, чтобы покорить девушку на пляже Сен-Тропе, сшил себе классные шорты-купальник вместо стандартных коротких плавок. Модель сразу привлекла к себе внимание, и в 1971 году Прискель основал компанию, назвав ее Vilebrequin — «поршень» по-французски — в честь главной детали моторов спорткаров. Сейчас, спустя полвека, Vilebrequin — один из главных брендов мировой пляжной моды. По случаю десятилетия присутствия Vilebrequin на российском рынке Лидия Агеева встретила в Париже с генеральным директором бренда Роланом Эрлори.

— В этом году Vilebrequin отмечает юбилей: десять лет в России. В чем, на ваш взгляд, состоит особенность этого региона и почему он важен для вас?
— Десять лет в России — это большое достижение. К тому же теперь наша марка представлена не только в Москве, но и в Сочи. Русские полюбили наш продукт за удобство, качество, яркость и за то удовольствие, которое он доставляет. Я считаю, что русским он идеально подходит по настроению. И что не менее важно, русские клиенты покупают вещи нашей марки не только в России, но и на отдыхе за границей — в Сен-Тропе, в Марбелье, в Форте-дей-Марми и т. д. — в общем, во всех наших бутиках на Средиземноморском побережье. Так что не буду скрывать, вы играете важную роль в нашем товарообороте.
— А вы бывали в России?
— Вы не поверите, но первый раз я приехал в Москву в 1991 году, когда работал

на Hermes и организовывал выставку в Музеях Кремля. Меня сразило наповал ваше отношение к культуре: вы знаете буквально все о литературе, музыке, живописи. В тот переходный период материальные блага были мало кому доступны, но вы нашли им замену в культуре — и так стали самым богатым народом. С тех пор я отношусь к русским с большой нежностью. Кстати, я не говорю по-русски, но могу спеть «Очи черные» и «Вечерний звон»!
— И тем не менее в осенне-зимней коллекции вы решили сотрудничать не с русскими дизайнерами, а с Off-White?

— Это была инициатива Вирджила Абло и его команды. Нам понравился результат. Пример нашей собственной инициативы — совместная коллекция с художником и дизайнером Жан-Шарлем де Кастельбажом. Мне нравятся такие проекты, потому что они позволяют по-новому взглянуть на нашу марку и расширить наши возможности. Это долгий процесс, и интересен не только его результат, но и то, как мы вместе пришли к нему: первая встреча двух абсолютно разных миров, присматриваемся и привыкаем друг к другу и, наконец, создаем что-то вместе.

— В 2013 году вы запустили женскую линию, а в этом году у Vilebrequin появится линия денима. Получается, будущее вашего бренда не за купальниками?

— Марка как дом: у него есть несущие стены. Для нас это купальники, и так будет всегда. В этом мы знатоки, здесь мы лучшие. Это наш позвоночник. Потом мы дополнили наши шорты поло и рубашками — вам же нужно с чем-то их носить. Мы решили запустить женскую линию, потому что знали: нам нет равных в искусстве наслаждаться жизнью на пляже. Это наша территория. Чуть позже появились и аксессуары для пляжа — сумки и полотенца. Но моя главная мечта с первого дня работы на Vilebrequin была делать джинсы. Потому что ничто не символизирует свободу 70-х, эпоху, когда наша марка появилась, так, как джинсы. Я долго искал подходящего партнера и наконец нашел его в Италии — у итальянских мастеров лучший стиль, качество исполнения, и они, как никто другой, знают, что такое средиземноморский дух. Вот увидите, через пару-тройку лет мы станем лучшими и в этой категории.

— И последний, самый главный вопрос: большую часть года вы проводите на острове Сент-Бартс. В купальнике с каким узором вас можно чаще всего встретить на пляже?

— Надеюсь, мой ответ вас не разочарует: я пробую на себе все наши прототипы, перед тем как мы их запускаем в производство. Так что узоры меняются достаточно часто, как и ассортимент в наших магазинах. А сейчас к тому же бархатный сезон — самое время купаться.



VILEBREQUIN X OFF-WHITE



Плавки из совместной капсульной коллекции OFF-WHITE и VILEBREQUIN

«Вещь должна быть со смыслом»

Андреа Кане о будущем Woolrich



ДЖОН РИЧ в 1830 году начал продавать пенсильванским лесорубам шерстяные ткани. Через тридцать лет, во время гражданской войны, компания поставляла шерстяные одеяла для солдат. Предприятие стало градообразующим, и город получил имя Вулрич от wool — «шерсть» на английском и Rich — фамилии владельца. Сейчас у руля компании все та же семья — ее восьмое поколение. Вот только от американской компании осталось одно название. Производства в Штатах закрыли, в том числе и первое, в Вулриче, объясняя такой шаг желанием «зачистить рынок» перед внедрением новой стратегии, чтобы избавиться от имиджа одежды для лесорубов. Последние годы бренд, знаменитый своими ультратеплыми парками, штормило: менялась стратегия развития, бренд существовал на два рынка в разных ипостасях — более демократичная в Штатах и дороже — в Европе. В 2016-м направления объединились. В конце 2018-го пакет акций компании частично выкупили японские и люксембургские инвесторы. А в мае 2019-го она обрела нового генерального директора — Стефано Сакконе. И похоже, теперь бренд точно знает, куда и зачем идет. Об этом «Коммерсантъ. Стиль» и поговорил с Андреа Кане, креативным директором Woolrich, на летней Pitti Uomo во Флоренции.

— Как вы думаете, изменится бренд с приходом нового человека?

— Думаю, он станет более практичным. Стефано долго работал на американские компании в сфере спортивной одежды, разрабатывал и одежду уличного стиля. Сотрудничал с такими компаниями, как Nike, Napapijri, VF и Jansport. Именно это нам и нужно. Как вы знаете, наша компания — семейный бизнес. А у такого рода предприятий совершенно иной темп развития. У Стефано есть четкое представление о том, что происходит на рынке и как с ним взаимодействовать. Более того, для меня важно, что он толковый парень с хорошим образованием.

— Кому пришла в голову идея изменить логотип компании и убрать семейное имя?

— Это был логичный ход. Компания уже давно выросла из семейной лавочки. Мы решили сотрудничать с крупнейшим дизайн-агентством Pentagram, Полой Шер. Она настоящий творец. Создала фирменный стиль нью-йоркской Metropolitan Opera, например. Ее искусство имеет социальную направленность. С учетом истории нашей компании мне показалось, что не стоит привлекать к развитию бренда людей из сферы моды. Pentagram же около ста лет занимается развитием графического дизайна в США.

— У вас есть любимая модель?

— Мы сделали обновленную версию mountain jacket. Мне нравится, что она защищает клиента от воды и холода — это вещь со смыслом. Я преподаю в университетах Рима и Болоньи и вижу, что студенты начинают больше интересоваться историей создания товара, идеями, которые за этим стояли. Каждая наша вещь должна быть «со смыслом».

— Как вы будете отмечать юбилей компании? Почти 200 лет.

— 190. Woolrich отмечает каждые 25 лет, предыдущее празднование было на 175 лет. Я бы хотел сделать что-нибудь необычное. Для нас сейчас в приоритете — открыть большой магазин в Нью-Йорке (на момент подписания номера в печать магазин неделю как открылся. — «Коммерсантъ. Стиль»), где можно будет испытать парки в помещении с минусовой температурой. Обо всем остальном мы подумаем потом.

— Увеличилась ли конкуренция на рынке верхней одежды?

— 10–15 лет назад Woolrich был единственным брендом, о котором слышали все. В Италии, Германии, везде в Европе. Затем появился картель канадских производителей. Это тренд последнего времени. 20 лет назад было так же. Тогда можно было иметь полноценный комплект стильной одежды. Она была доступнее. Сейчас ситуация иная. Изменились погодные условия. Теплая верхняя одежда носится не всегда,

поэтому нашему бренду важно, чтобы цена на продукцию не была завышенной. Посмотрите, сколько стоит продукция других брендов, — мы все в одном диапазоне. Кроме Moncler, конечно. Рынок есть рынок. Приходит множество других компаний. Но у нас еще есть чем удивить наших клиентов.

— Каждый бренд хорошо знает своих клиентов. Знает, что каждый покупатель, его интересы, привычки, музыкальные предпочтения. Когда-то бренд сам диктовал клиенту, что ему нужно. Сейчас иначе. Что вы об этом думаете?

— Я с этим согласен. Если говорить о маркетинге, то мы теперь больше думаем о клиенте, чем о товаре. Все нацелено на удовлетворение его потребностей. Нельзя производить то, что нравится только нам, и продвигать этот товар. Стефано, когда начал работать в компании, сказал, что мы должны стать более клиентоориентированными. Теперь все за нас решает потребитель. Не знаю, как долго это продлится. Нужно время, чтобы реализовать новый план. Ну и работа над устойчивым развитием не стоит на месте. Короче говоря, меняемся к лучшему.

БЕСЕДОВАЛА НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР АНДРЕА КАНЕ ВЕРНУЛ КРАСНУЮ КЛЕТКУ В ДНК-КОД КОМПАНИИ WOOLRICH



МОДЕЛЬ В ОДЕЖДЕ ИЗ СОВМЕСТНОЙ КАПСУЛЬНОЙ КОЛЛЕКЦИИ WOOLRICH И АНГЛИЙСКОЙ ДИЗАЙН-СТУДИИ GRIFFIN

Клуб красной сумки

Джанлука Исайя

о секрете успеха в модном бизнесе



В ПЕТРОВСКОМ пассаже весной прошел дружеский турнир по быстрым шахматам. На вечер в Москву приехал Джанлука Исайя, президент семейной компании Isaia, в том числе и для того, чтобы показать клиентам и друзьям дома новые эксклюзивные ткани. Он рассказал Марии Силадий о том, как важна свобода самовыражения в современной моде, как меняется стиль и вкус мужчин в России и почему клубы в модном бизнесе нужны не меньше, чем в спорте.

— Джанлука, наш новый номер посвящен спорту, спортивному стилю...

— Тогда я сразу могу уходить... Хотя, подождите, а бочке считается? Тогда я остаюсь!

— А как же футбол?

— О да, в детстве и подростковом я с азартом играл в футбол. С самого раннего возраста я страстный поклонник нашей родной футбольной команды «Наполи». У нас в семье было принято играть в теннис, и мы все очень любим горные лыжи. Но я бы скорее назвал эти увлечения активным стилем жизни, тем, что приносит удовольствие. Спорт — это что-то более серьезное.

— Случалось ли вам привносить в модели Isaia «спортивные» элементы?

— Пожалуй, да, многие удачные находки пришли из мира футбола. Например, коллекция маек прошлого летнего сезона: семь моделей, и на каждой изображен хор болельщиков, поющих гимны, кричалки. Настроены фанаты, честно говоря, не всегда дружелюбно, и мне это не очень по душе. Поэтому мы напечатали на майках шуточную надпись, известную итальянскую поговорку: «Мать идиотов всегда беременна» (то есть дураки не переводятся). Немного иронии не помешает.

— Кто в вашей семье отвечает за творческую составляющую бренда?

— Похоже, что я! Открою секрет, самые яркие идеи меня посещают всего в двух местах. Первое — самолет. Я постоянно путешествую, общаюсь с клиентами, партнерами, и сосредоточиться мне легче всего именно в полете: там я один, ничто не отвлекает, и можно пофантазировать. Второе прозвучит банально, но это Капри. Тот, кто хоть раз бывал на этом цветущем, брызжущем красками, светом и жизнью острове, меня поймет.

— Спортивный стиль вошел в повседневную моду, порой в гипертрофированных формах, противоречащих даже правилам этикета. Кроссовки в театре, велосипедки в ресторане, бейсболки и худи на светском рауте уже не удивляют. Как вы к этому относитесь?

— Сочетать, смешивать, действовать смелее — вот мой неизменный совет. Выглядеть и изящно, и элегантно в одежде, обыгрывающей спортивный стиль, без-

условно, можно. Так же, как можно абсолютно безвкусно подобрать классический образ в коллекции самого безупречного бренда. Я по натуре, профессиональной в том числе, хулиган. Возможно, в юности нам не хватало этой нынешней свободы стиля, самовыражения — тогда взгляды на то, как должен выглядеть молодой мужчина, были строгими, каноническими. Теперь все правила отменены, и каждый волен создавать свои — это вдохновляет, сегодня это главный секрет и залог успеха в модном бизнесе. Так что я с радостью хулиганю сам и с удовольствием подзадорирую других.

— Какие изменения в стиле российских клиентов бренда Isaia вы отметили в этот раз?

— Российские клиенты воспитали в себе индивидуальный вкус и подход к выбору гардероба, очень тонко настроили свое восприятие рынка и продукции, которую им предлагают. Ориентация на самую высокую цену, на совет консультанта в бутике, стремление покупать готовые костюмы и уже собранные комплекты — все это в прошлом. Сейчас российские мужчины знают и ткани, и фасоны, и самих себя. Марка Isaia тоже внесла лепту в это развитие — в частности, нам удалось изменить отношение наших клиентов к цвету. Если раньше они отдавали предпочтение однотонным вещам, неброским цветам, то теперь и коралловый, и голубой, и красный, смелые, нестандартные сочетания все чаще привлекают внимание наших клиентов.

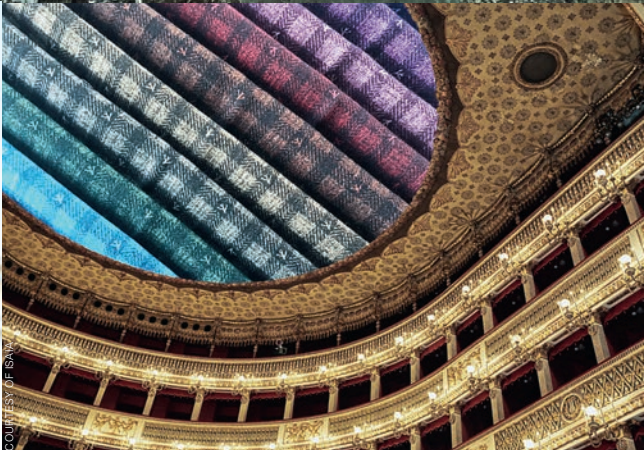
Россия наряду с Америкой и Китаем — самые интересные для нас рынки, и именно те рынки, где наш бизнес динамично растет.

— Вы как-то сказали, что воспринимаете клиентов как клуб друзей и единомышленников и рады быть его частью.

— Да, именно так! Все началось с легендарной красной сумки Isaia, в которой я вожу эксклюзивные, собранные мной лично ткани для наших особых клиентов, друзей дома. Неудивительно, что и клуб получил название Red Bag. Он существует всего год, клиенты общаются не только с нами, но и между собой. Надеемся, что в ближайшее время нам удастся организовать первое мероприятие, которое объединит друзей марки со всего света.

Возить с собой красную сумку и продавать костюмные ткани из этой подборки могу только я, так что всех членов клуба знаю и сам принимаю их в нашу семью.

Red Bag стал символом Isaia: яркий, индивидуальный подход бренда к мужскому стилю и клиентам объединяет вокруг себя похожих, неординарных, людей, и это уже больше, чем просто мода и бизнес.



КОЛЛЕКЦИЯ ISAIА ОСЕНЬ—ЗИМА 2019/20

Перезагрузка кутюра

О сюрпризах Пьерпаоло Пиччоли

Лидия Агеева |

Кроссовки
из совместной коллекции
VALENTINO x UNDERCOVER



Пьерпаоло Пиччоли
в финале показа VALENTINO
сезона осень—зима 2019/20





GREG KESSLER FOR VALENTINO

GREG KESSLER FOR VALENTINO

РИМСКИЙ дизайнер Пьерпаоло Пиччоли в этом году отмечает двадцатилетие работы в Valentino. На протяжении семнадцати лет он трудился вместе со своей напарницей и подругой с университетских времен Марией Грацией Кьюри. Но три года назад ее позвали управлять женским Dior, и дуэт распался. Пиччоли стал единственным креативным директором марки, и многие скептически относились к этому назначению, не верили, что он сможет в одиночку потянуть сложный итальянский дом моды. И оказались неправы. Буквально за два года ему удалось сделать «перезагрузку»: бренд стал одним из самых актуальных в мире моды, а в прошлом декабре Пиччоли получил «Оскар» индустрии — престижнейшую премию Британского модного совета «Дизайнер года», обойдя серьезных конкурентов: Алессандро Микеле из Gucci, Клэр Уэйт Келлер из Givenchy, Кима Джонса из мужского Dior и Вирджила Абло.

Но если с женской коллекцией все вышло легко — Пьерпаоло удалось быстро подобрать ключ к сердцу клиенток домов высокой моды, — то с мужской оказалось намного сложнее. Первые коллекции дизайнера были приняты холодно, и на сей раз в осенне-зимнем сезоне Пиччоли решил сделать ставку на то, что любит носить сам: удобную обувь (кроссовки — один из хитов продаж марки), графичные лого V и VLTN и комфортный покрой. И все в лучших традициях итальянского кутюра: вышивки сделаны вручную в студии марки в Риме, над мужской коллекцией мастера работают также тщательно, как и над женской.

В новом сезоне Пиччоли подготовил для поклонников марки, пожалуй, самый неожиданный сюрприз. По подиуму под звуки лучших хитов Дэвида Боуи, посвященных космосу, прошли модели в вещах из осенне-зимней коллекции, вдохновленной силуэтами 90-х, почти каждую

вещь украшали футуристические рисунки, сделанные художником и дизайнером самой актуальной марки уличной одежды Undercover Дзюном Такахаси. Рисованные портреты Людвиг ван Бетховена и Эдгара Аллана По (считается, что его работы положили начало жанру научной фантастики и вдохновили Герберта Уэллса на его знаменитую «Машину времени») с летающими тарелками вместо лиц, странные воздушные корабли, слоганы, посвященные путешествию во времени — все это на пальто, свитшотах, вязаных кардиганах и свитерах оверсайз бежевого «верблюжьего» и алого цвета, кроссовках и сумках.

Вечером того же дня, буквально через два часа после шоу Valentino, Дзюн на показе своей марки Undercover представил те же рисунки, но в другом исполнении — на парках, пуховиках, тренировочных костюмах и ветровках. Получилось, что два совершенно разных дизайнера на двух разных шоу показали две дополняющие друг друга коллекции. Пожалуй, такого мир моды еще не видел.

«Я давно слежу за Дзюном Такахаси, — объяснил за кулисами Пьерпаоло Пиччоли (они познакомились в прошлом ноябре в Японии, куда дизайнер приезжал показывать пре-коллекцию Valentino). — Ему удалось изменить философию уличной моды, превратив достаточно приземленный концепт в нечто более философское и возвышенное. В общем, вывести ее на новый уровень. Все, даже самые базовые предметы гардероба Undercover — поэтичны и утонченны. Мне нравится вкус Дзюна, его видение моды, то, как он играет и взаимодействует с графикой. В его работах я всегда нахожу что-то новое. И вообще он непредсказуем!»

Как они работали вместе? Пьерпаоло рассказал Дзюну об отправных точках его новой коллекции — путешествии сквозь

эпохи, 90-х и уличной моде — и попросил разработать на основе кодовых слов рисунки. Такахаси сразу подумал о По и его путешествиях во времени. А идея с Бетховеном пришла позже, когда он занялся своей коллекцией, вдохновленной «Заводным апельсином» Стэнли Кубрика, где главный герой Алекс проходил сеансы психотерапии под любимую музыку «старого доброго Людвиг Вана».

В осенне-зимней коллекции Пиччоли главный акцент — на практичность. Здесь есть, например, новая версия «тройки»: сорочка, свободные брюки и блейзер из шерсти цвета мокрого асфальта — такой костюм не помнется и всегда будет отлично выглядеть. Кейпы, тренчи и дождевики, чтобы защитит от ветра и плохой погоды. И удобные аксессуары — сумки-бананы, объемные сумки-мешки, как у моряков, и практичные шоперы с принтами Такахаси.

Еще один сюрприз — совместная работа с Birkenstock, немецким производителем самых удобных сандалий в мире. По словам Пьерпаоло, «это самая универсальная обувь на Земле, потому что у нее нет статуса и пола». Но сандалии в осенне-зимней коллекции? По мнению дизайнера, их стоит носить и зимой, но с носками.

Как Пиччоли решает, с кем будет сотрудничать? «Главный принцип, по которому я выбираю себе партнеров: они должны мне самому очень нравиться, — объясняет Пьерпаоло. — Если я влюблен в бренд или дизайнера и его видение в целом соответствует концепту коллекции, над которой я работаю, — это уже хорошее начало. А вообще я считаю, что уличная мода и высокая дизайнерская должны вести постоянный диалог. Это две реальности, в которых уже давно живут наши клиенты. Так что, объединив усилия, мы, по сути, создаем общее видение современности».



Рекорды не для битья

О спортивных часах

Алексей Тарханов |



ROLEX OYSTER PERPETUAL YACHT-MASTER 42, КОРПУС 42 ММ ИЗ 18-КАРАТНОГО БЕЛОГО ЗОЛОТА, ВОДОНЕПРОНИЦАЕМОСТЬ ДО 100 М, МЕХАНИЗМ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ПОДЗАВОДОМ, РАБОТАЮЩИМ В ДВУХ НАПРАВЛЕНИЯХ С ПОМОЩЬЮ РОТОРА РЕКРЕТУАЛ, ЗАПАС ХОДА 70 ЧАСОВ, БРАСЛЕТ ИЗ ГИБКИХ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ПЛАСТИН, ПОКРЫТЫХ ЭЛАСТОМЕРОМ

LONGINES HYDROCONQUEST, КОРПУС 43 ММ ИЗ МАТОВОЙ ЧЕРНОЙ КЕРАМИКИ, УСТОЙЧИВОЕ К ЦАРАПИНАМ САПФИРОВОЕ СТЕКЛО С МНОГОСЛОЙНЫМ АНТИБЛИКОВЫМ ПОКРЫТИЕМ С ОБЕИХ СТОРОН, МЕХАНИЧЕСКИЙ КАЛИБР С АВТОМАТИЧЕСКИМ ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА 64 ЧАСА, КАУЧУКОВЫЙ РЕМЕШОК

СПОРТИВНЫЕ МОДЕЛИ

есть почти у каждой марки.

Что не отменяет вопроса: а зачем нам вообще нужны спортивные часы? Неужели и вправду для спорта?

Часы для ныряльщиков, которые были когда-то секретным оружием сверхдержав, теперь покупают в магазинах.

Это мода, поскольку дайвингом увлекаются все.

Но сами профессиональные подводные пловцы предпочитают носить на руке не механические часы, как полвека назад, а мини-компьютеры, которые отвечают за их выживание на глубине.

В чем же тогда соревноваться часам, если не в прочности и красоте.

Марка **Longines** усовершенствовала свою «подводную» модель HydroConquest, используя новый для себя материал — черную керамику. Из нее сделаны и сверхпрочный корпус часов, водонепроницаемый до 300 метров, и циферблат, и вращающееся в одном направлении кольцо, отмеряющее время погружения. Но как знак того, что HydroConquest будут носить преимущественно на суше, — механизм с автоматическим подзаводом и окошко даты, не очень-то полезное под водой.

Часы для яхтсменов должны быть безукоризненно точными — вдруг в море откажет GPS и координаты придется высчитывать по секстанту. У них есть и специальные функции. Так, регатные хронографы (их легко узнать по особым указателям на циферблате) должны наглядно отсчитывать те десять минут, которые даны капитану яхты на то, чтобы начать гонку. Таковы знаменитые **Rolex** Perpetual Yacht-Master II, и инженеры Rolex справедливо гордятся этим усложнением, отмечая простоту пользования функцией и удивительную наглядность хронографических шкал. Но это дело капитанское, а в этом году имя Yacht-Master 42 получили часы Rolex без сложной дополнительной функции обратного отсчета. Разметка минут здесь на кольце циферблата. Как и их предшественники, они для яхтсменов, но, несомненно, большая часть тиража предназначена вполне сухопутным коллекционерам.

JAEGER-LECOULTRE REVERSO TRIBUTE SMALL SECONDS, КАЛИБР 822/2, КОРПУС ИЗ СТАЛИ 45,6 X 27,4 ММ, МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ ПОДЗАВОДОМ, КОЖАНЫЙ РЕМЕШОК



JAEGER-LECOULTRE

Reverso **Jaeger-LeCoultre** — единственные в своем роде часы. Нет другой модели, название которой так точно описывало бы ее сущность. «Реверсо» — потому и «реверсо», что поворачивается. Культовая модель — абсолютный хит Jaeger-LeCoultre — родилась в 1931-м. Британский офицер в колониальной Индии с огорчением показал своему давнему приятелю швейцарцу Сезару де Трею часы, разбитые во время игры в поло. Де Трей, друживший с одним из основателей марки Жаком Давидом Ле Культром, тут же изобрел трюк, буквально перевернувший часовой мир. Он придумал часы, которые можно было бы повернуть стеклом внутрь. Мало чего столь же эффектного появилось за последующие десятилетия. Часы Reverso не сходят с рук и верно несут свою службу. За единственным исключением — их перестали считать «часами для поло». Игроки охотно красовались в них на приемах, дарили их женам и подругам, но в какой-то момент идея влезть на лошадь в часах, стоящих столько, сколько стоят две лошади, стала казаться кощунственной — если речь не идет о специальных сверхзащищенных моделях. Лучший тому пример — новые Reverso Tribute Duoface, которые как ни поверни — всюду циферблат.



CHOPARD MILLE MIGLIA 2019 RACE EDITION, КОРПУС 44 ММ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ, МЕХАНИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА 48 ЧАСОВ, РЕМЕШОК ИЗ КОЖИ ТЕЛЕНКА, ОГРАНИЧЕННАЯ СЕРИЯ

Часы могут говорить об автомобильном спорте. С 1988 года марка **Chopard** поддерживает одну из красивейших автомобильных гонок — итальянскую Mille Miglia. Рожденная более 90 лет назад, она закрылась в 1957-м, оставив ностальгию по «La corsa piu bella del mondo». Потом красавицу разбудили, установив правила, которые сделали гонку желанной для всех автомобильных фанатов мира: к участию допускаются только те машины, которые выходили на знаменитую трассу в 1000 миль с 1927 по 1957 год. Создатель часовой программы Chopard Карл-Фридрих Шойфеле не только выпускает посвященные ей часы Mille Miglia, но и сам регулярно участвует в гонке. Новые Chopard Mille Miglia 2019 Race Edition — классические «автомобильные» часы с чуть ностальгическим дизайном.



HUBLOT

Футуризм вместо ностальгии — у **Hublot**. Многие марки работают с производителями современных гоночных авто. Иногда получаются гармоничные пары, иногда — сплошной мезальянс, сватовство майора. Создатель славы Hublot Жан-Клод Бивер уверял меня, что достойной парой для его дитяти может быть только такой зверь, как «Феррари». Hublot Classic Fusion Ferrari GT — очередной плод сотрудничества швейцарских часовщиков с дизайнерами итальянского завода. Мы уже видели удивительные MP-05 LaFerrari Sapphire в корпусе из сапфирового стекла и Hublot Big Bang Ferrari, а теперь вышел хронограф-флайбек с автоподзаводом и мануфактурным механизмом. Материалы корпуса на выбор — углепластик, титан и сплав King Gold, включающий кроме золота медь и платину. Hublot на колесах? Или Ferrari на руке? С какой стороны ни посмотри — плодотворный союз. Когда-то хронографы придумали для фиксирования спортивных рекордов. Но сейчас ни на одном важном соревновании механическим часам, управляемым человеком, уже не доверяют замеры. А доверяют их специальной команде таймкиперов с оптико-электронным оборудованием. Зато есть возможность по этому поводу выпустить часы, поставив и отмерив свой собственный, часовой, рекорд.

HUBLOT CLASSIC FUSION FERRARI GT, КОРПУС 45 ММ ИЗ ТИТАНА С ПЕСКОСТРУЙНОЙ ОБРАБОТКОЙ, МАНУФАКТУРНЫЙ АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ХРОНОГРАФА UNICO, ЗАПАС ХОДА 72 ЧАСА

BVLGARI OCTO FINISSIMO CHRONO GMT, КОРПУС 42 ММ ИЗ ТИТАНА С ПЕСКОСТРУЙНОЙ ОТДЕЛКОЙ, МЕХАНИЗМ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ЗАВОДОМ И МИКРОРОТОР ИЗ ПЛАТИНЫ, ЗАПАС ХОДА 55 ЧАСОВ



BVLGARI

Часовщики **Bulgari** в своей главной мужской линии Octo после самых тонких в мире часов с автоподзаводом и самых тонких часов с турбийоном выпустили самый тонкий в мире автоматический хронограф. К тому же — со вторым часовым поясом GMT. Новые Octo Finissimo Chronograph GMT Automatic в корпусе 42 мм имеют всего 6,9 мм высоты. Вот это вполне спортивное достижение.



BVLGARI OCTO FINISSIMO CHRONOGRAPH GMT.
КОРПУС 42 ММ ИЗ ТИТАНА
С ПЕСКОСТРУЙНОЙ
ОТДЕЛКОЙ, МЕХАНИЗМ
С АВТОМАТИЧЕСКИМ ЗАВОДОМ
И МИКРОРОТОР ИЗ ПЛАТИНЫ,
ЗАПАС ХОДА 55 ЧАСОВ



Диапазон в Octo О часовых рекордах Bvlgari

Константин Старцев

В МОСКОВСКОЙ галерее «Времена года» в сентябре открылся один из первых в мире и первый в России часовой бутик Bvlgari. Почетное место на его витрине займут мужские часы коллекции Octo Finissimo, установившие и удерживающие мировые рекорды тонкости механизма и корпуса.

Ювелирный бренд Bvlgari занимает высокие позиции в мире часового искусства. Часы под своей маркой компания выпускала еще в 30-х годах прошлого столетия, но только в 1982 году открыла собственное производство в Швейцарии. Важным шагом в развитии часового направления бренда стала покупка в 2000-м двух производителей — Daniel Roth SA и Gerald Genta SA. Строительство мануфактуры Bvlgari Haute Horlogerie SA в Ле-Сентье было завершено в 2010 году, тогда же состоялись премьеры первого собственного калибра марки BVL 168 и открытие собственной фабрики корпусов в Сен-Леже. Следующей заметной вехой в истории компании стало ее вхождение в группу LVMH восемь лет назад. Начиная с 2014-го Bvlgari практически каждый год выпускает мужские часы, устанавливающие новые рекорды толщины механизма и корпуса. За эти годы были выпущены ультратонкий турбийон, репетир, часы с автоматическим калибром, турбийон с автоматическим подзаводом и последняя новинка — сверхтонкий автоматический хронограф с функцией GMT.

Коллекция Octo Finissimo, представленная в 2014 году, была задумана и соз-

дана как квинтэссенция современных мужских часов. Мануфактурные инновационные калибры, узнаваемый дизайн сложного корпуса от Джеральда Дженты, разнообразие функций и материалов — благодаря этим качествам продукт приобрел множество почитателей. Первый рекорд установил Octo Finissimo Tourbillon. Это самые тонкие часы с турбийоном. Толщина платинового корпуса диаметром 40 мм всего 5 мм. Механизм виден с обеих сторон сквозь сапфировое стекло. Модель показывает часы и минуты.

Следующим рекордом (2016 год) стало появление самого тонкого в мире репетира. При разработке Octo Finissimo Minute Repeater целью было получение превосходного звучания в пространстве возможно меньшего объема. Цифры говорят сами за себя: толщина разработанного и собранного в мастерских Bvlgari мануфактурного калибра BVL 362 составляет всего 3,12 мм, а общая толщина корпуса не превышает 6,85 мм. Корпус изготовлен из титана, этот металл не только легкий, но и имеет свойства, гарантирующие наилучшее распространение звука. Часовые метки на циферблате, тоже титановом, прорезаны, как и на циферблате секундной стрелки, расположенном в нижней части основного циферблата, у 6-часовой метки. Прорезы способствуют усилению резонанса внутри корпуса, что оптимизирует прохождение звука. Гонги устройства боя круглого поперечного сечения прикреплены непосредственно к корпусу.

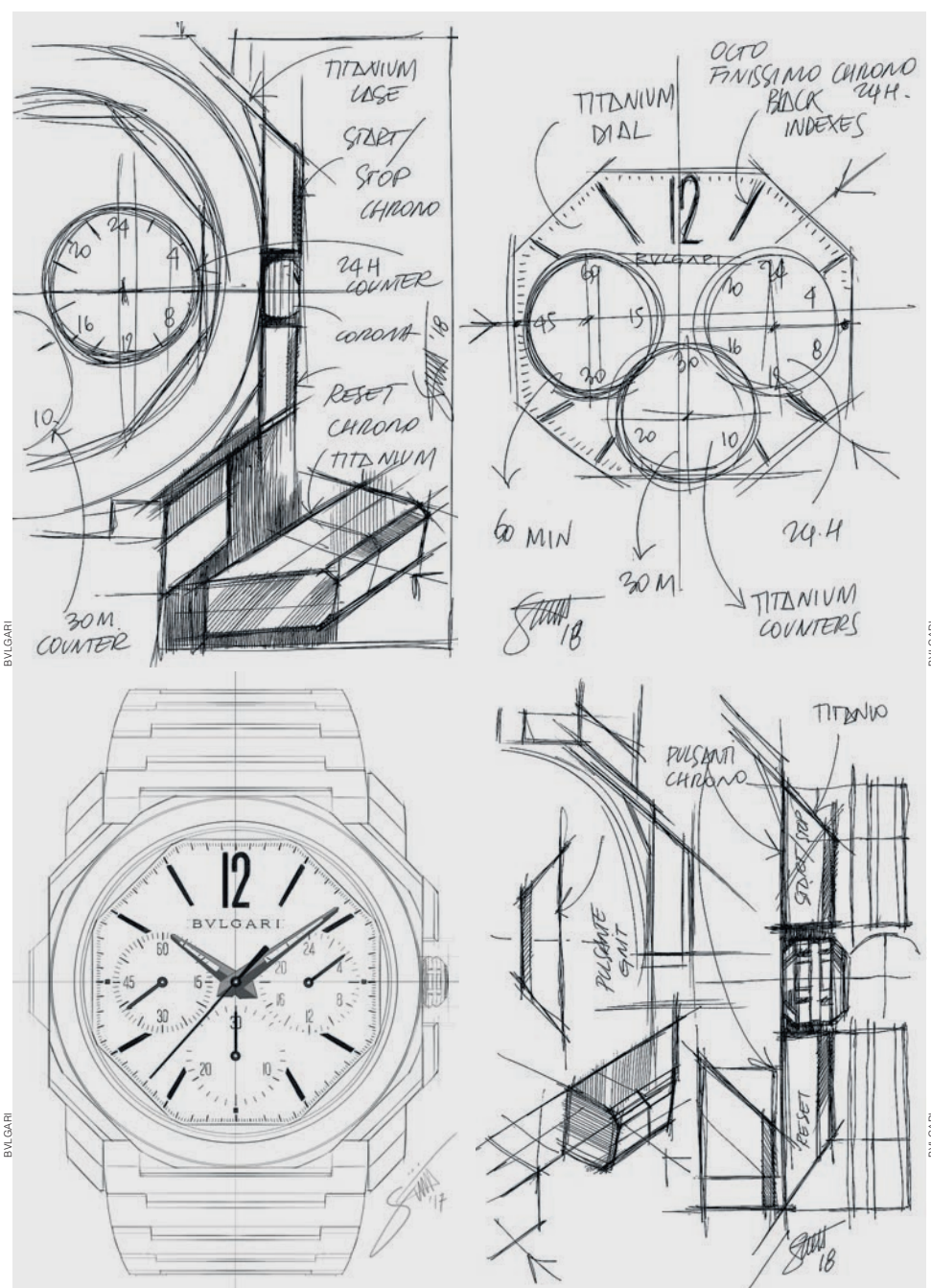
су, они изготавливались индивидуально, все операции по приданию гонгам формы и окончательной отделке производились исключительно вручную. Два молоточка устройства боя изготавливались столь же тщательно. Часы выпущены всего в 50 экземплярах.

2017 год принес новый рекорд: для часов Octo Finissimo Automatic мануфактурой Bvlgari был разработан новый калибр BVL 138. Его толщина всего 2,23 мм, это самый тонкий автоматический механизм из имеющихся на рынке. Чтобы обеспечить плавное перетекание механической энергии, мастера бренда настроили баланс на функционирование на частоте 21 600 полуколебаний в час, запас хода составляет 60 часов. Платиновый мини-ротор гарантирует эффективный автоматический завод. Несмотря на то что калибр ультратонкий, его детали декорированы фактурной шлифовкой «женевские полоски» и циркулярной шлифовкой. Механизм с малой секундной стрелкой помещен в 40-миллиметровый корпус из титана с абразивно-струйной отделкой.

Год назад самый тонкий турбийон получил новое воплощение. Часы Octo Finissimo Tourbillon Automatic, толщина корпуса которых составляет всего 3,95 мм, поставили новый рекорд в часовой индустрии: это самые тонкие в мире часы с турбийоном и с автоподзаводом. Калибр BVL 288 Finissimo толщиной всего 1,95 мм и с запасом хода 52 часа помещен в корпус, изготовленный из титана и отделанный с применением струйно-абра-

зивной обработки. Механизм полностью скелетонирован, все его детали открыты для обзора. У часов имеются часовая и минутная стрелки, окно задней крышки корпуса, выполненное в виде стилизованной входной двери бутика бренда на виа Кондотти в Риме, дает возможность наблюдать за работой турбийона и периферийного ротора системы автоподзавода.

Пятый мировой рекорд был показан на выставке в Базеле в марте этого года. Bvlgari Octo Finissimo Chronograph GMT Automatic — самый тонкий механический хронограф за всю историю часового дела. В мануфактурном механизме интегрированной конструкции реализованы классические хронографические функции, дополненные индикацией поясного времени с кнопкой настройки, установленной в положении «9 часов». Указатели времени домашнего часового пояса находятся на дополнительном циферблате в положении «3 часа», который отградуирован в 24-часовом формате, что позволяет использовать его также в качестве индикатора времени суток «день/ночь». Минутный счетчик хронографа расположен у 6-часовой отметки, а циферблат маленькой секундной стрелки — в положении «9 часов». Механизм заводится автоматически посредством периферийного ротора. 42-миллиметровый ультратонкий корпус изготовлен из титана. Толщина его составляет 6,90 мм. Титановая заводная головка декорирована керамической вставкой. Водостойкость часов — 30 м.



Один шанс

Об экзоскелетоне Ulysse Nardin

Константин Старцев

ЕХО-SKELETON X,
КОРПУС 42 ММ ИЗ ТИТАНА
С ЧЕРНЫМ PVD-ПОКРЫТИЕМ,
МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ
ЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА
96 ЧАСОВ, ТКАНЕВЫЙ
РЕМЕШОК



9 НОЯБРЯ в Женеве в отеле Four Seasons Hotel des Bergues в восьмой раз пройдет благотворительный аукцион Only Watch, в котором принимают участие 50 часовых компаний. Цель мероприятия — собрать деньги на исследования мышечной дистрофии Дюшенна. Швейцарская часовая мануфактура Ulysse Nardin разработала уникальную модель Echo-Skeleton X, выпущенную, согласно правилам аукциона, в единственном экземпляре.

Аукцион Only Watch учрежден Монагаской ассоциацией против мышечной дистрофии и находится под патронажем князя Монако Альбера II. Он проводится раз в два года. С 2005 года от продажи выставленных на аукцион часов собрано на исследования около 40 млн швейцарских франков.

Аукционные лоты 2019 года впервые будут представлены публике в Монако с 25 по 28 сентября во время проведения Монако Яхт-шоу, чьим партнером вот уже 11 лет является Ulysse Nardin. Далее выставка отправится в Дубай, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Токио, Сингапур, Гонконг и Тайбэй. Торги состоятся 9 ноября в Женеве в отеле Four Seasons Hotel des Bergues, проведет их аукционный дом Christie's.

Идея создания Echo-Skeleton X возникла под впечатлением от аппарата Autoпозом — разработанного в области моторизованных устройств будущего. Исследовательская кафедра REHAssist Федеральной политехнической школы Ло-

занны в сотрудничестве с лабораториями, занимающимися вопросами трансляционной нейронной инженерии и внедрением адаптивных функциональных аппаратов, сконструировала экзоскелет для людей, страдающих миодистрофией. Это ортопедический каркас, имитирующий скелет человека, который может определять и прогнозировать предполагаемое движение: сгибание и разгибание сустава, отведение ноги и ряд других действий, позволяя больному полноценно ходить.

Шесть моторизованных креплений в области бедер и коленей и шесть стационарных креплений в области лодыжек дают возможность совершать ряд более сложных движений, чем механическая ходьба. Команда разработчиков Autoпозом ведет исследования в области распознавания намерения движения и стабилизации баланса, которые помогут синхронизировать движения и тем самым увеличить уровень безопасности. Многочисленные датчики силы, инерции и движения обрабатывают до 500 импульсов в секунду. Экзоскелет весит 25 кг, это значит, что человек практически не ощущает веса устройства. Его можно отрегулировать по росту пользователя — от 160 до 200 см.

Разработкой часового экзоскелетона команда Ulysse Nardin хотела выразить поддержку людям, страдающим серьезным заболеванием. У этих часов особый корпус и эргономичный дизайн. Подвижные ушки укреплены гибкими лезвиями на двух

винтах, что позволяет корпусу плотнее прилегать к запястью. Прямоугольная белая вставка на циферблате с узором, похожим на молекулярную структуру, напоминает о цели, ради которой проводится аукцион Only Watch. Текстильный легко подгоняемый съемный ремешок часов схож с эластичными ремнями, которые используются в экзоскелете для облегчения работы запястья. Безель покрыт PVD серого цвета, а оранжевые индексы на циферблате — люминесцентным составом Super-LumiNova для максимальной видимости. Диаметр корпуса — 42 мм. Внутри установлен мануфактурный калибр UN-371 с кремниевой технологией, в его основе — облегченное балансовое колесо увеличенного диаметра с никелевыми наконечниками и стабилизирующими микролопастями. Сбоку на корпусе есть шильдик со словами Only Watch, а на обратной стороне — надпись pièce unique, гарантирующая эксклюзивность часов.



На гражданке

Об эволюции Radiomir

Константин Старцев |



RADIOMIR, ЧЕРНЫЙ МАТОВЫЙ КОРПУС 48 ММ ИЗ КЕРАМИКИ С ПЕСКОСТРУЙНОЙ ОБРАБОТКОЙ, МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ ЗАВОДОМ, КАЛИБР P.3000, РЕМЕШОК ИЗ ТЕЛЯЧЬЕЙ КОЖИ PONTE VECCHIO

RADIOMIR GMT, КОРПУС 45 ММ ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ СТАЛИ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ, КАЛИБР P.4001, РЕМЕШОК ИЗ ЗАМШЕВОЙ ТЕЛЯЧЬЕЙ КОЖИ



PANERAI



RADIOMIR, КОРПУС 45 ММ ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ СТАЛИ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ, КАЛИБР P.4000, РЕМЕШОК ИЗ ТЕЛЯЧЬЕЙ КОЖИ PONTE VECCHIO

PANERAI



RADIOMIR GMT POWER RESERVE, КОРПУС 45 ММ ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ СТАЛИ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ, КАЛИБР P.4002, РЕМЕШОК ИЗ ТЕЛЯЧЬЕЙ КОЖИ PONTE VECCHIO

ДОЛГОЕ время марка Officine Panerai была известна лишь очень узкому кругу людей. Это связано с тем, что в течение многих десятилетий компания снабжала Королевские ВМС Италии и их специалистов-подводников своими часами и другими измерительными приборами. Военная тайна окружала две основные коллекции — Luminor и Radiomir. Сегодня тайн никаких не осталось, и бренд завоевал популярность во всем мире. Однако Panerai не забывает о своем прошлом и выпускает коллекции, в которых легко читается милитаристский стиль.

Четыре новинки обладают общими чертами, объединенными в коллекции Radiomir: характерным корпусом подушкообразной формы и «ушками», составляющими единое целое с корпусом. Эта отличительная особенность усовершенствованной модели Radiomir 1940-х годов. Еще одна общая черта — циферблат насыщенного зеленого цвета. В этих часах приглушенный оттенок зеленого, как и остальные детали — слегка выпуклое сапфировое стекло, люминесцентное бежевое покрытие меток и цифр, итальянского производства ремешок из телячьей кожи с бежевой строчкой, — это неизменные и легко узнаваемые эстетические коды коллекции.

Но несмотря на стилистическое единство, в техническом плане новые часы Radiomir существенно отличаются друг от друга. Прежде всего калибрами, которые целиком произведены на часовой мануфактуре Panerai в Невшателе, а также функциональностью. Три модели выпущены в 45-миллиметровых корпусах из стали AISI 316L и одна модель в 48-миллиметровом корпусе из черной керамики с пескоструйной обработкой. Модель Radiomir 45 мм оснащена калибром P.4000, утонченным автоматическим механизмом, у этих часов две стрелки и малый секундный счетчик.

У калибра P.4001 расширенные функции: индикаторы AM/PM и времени второго часового, а также индикация запаса хода на задней крышке часов. Калибр P.4001 получила модель Radiomir GMT 45 мм.

Этот механизм был модифицирован, и в результате появилась новая версия, калибр P.4002 с дополнительной функцией — индикацией запаса хода на циферблате. Ее имеют часы Radiomir GMT Power Reserve 45 мм. Каждый из автоматических механизмов оснащен смещенным от центра микроротором из вольфрамового сплава, вращающимся в обоих направлениях, и имеет трехдневный запас хода. Заводная головка украшена логотипом OP — Officine Panerai.

Единственные часы с ручным заводом — Radiomir 48 мм. Они оснащены калибром P.3000 с индикацией часов, минут и малым секундным счетчиком. И тоже имеют трехдневный запас хода благодаря наличию двух заводных барабанов, обеспечивающих механизм энергией.

У всех моделей задняя крышка из сапфирового стекла.

Новые модели Radiomir обладают водонепроницаемостью до 100 м и продаются в футляре из вишневого дерева зеленого цвета с сатинированной отделкой, к ним прилагается дополнительный ремешок. Для моделей из стали этот ремешок бежевого цвета, а для керамической версии — черного.

Выход на корт Как Rado играет в теннис

Константин Старцев



HYPERCHROME TENNIS CHRONOGRAPH LIMITED EDITION, КЕРАМИЧЕСКИЙ КОРПУС, 45 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ, ЗАПАС ХОДА 42 ЧАСА, ЧЕРНЫЙ РОТОР, ДЕКОРИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ, КЕРАМИЧЕСКИЙ БРАСЛЕТ С ЗАСТЕЖКОЙ ИЗ ТИТАНА



HYPERCHROME TENNIS CHRONOGRAPH LIMITED EDITION, КЕРАМИЧЕСКИЙ КОРПУС, 45 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ, ЗАПАС ХОДА 42 ЧАСА, ЧЕРНЫЙ РОТОР, ДЕКОРИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ, КОЖАНЫЙ ВИНТАЖНЫЙ РЕМЕШОК С ЗАСТЕЖКОЙ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

С 12 ПО 20 октября на арене ледового дворца «Крылатское» пройдет 30-й теннисный турнир «ВТБ Кубок Кремля», официальным хронометристом которого выступит швейцарский часовой бренд Rado. Бренд активно поддерживает теннис, только в этом году он станет партнером свыше десяти международных соревнований — в Австралии, Мексике, Германии, Франции, Великобритании и ряде других стран.

Юбилейный турнир «ВТБ Кубок Кремля» впервые проводится на арене ледового дворца «Крылатское». Минувший год запомнился, во-первых, победами россиян Дарьи Касаткиной и Карена Хачанова, который за это время успел войти в десятку лучших теннисистов планеты, во-вторых, рекордами посещаемости: в 2018 году на турнире побывали более 81,5 тыс. зрителей.

Турнир пройдет на игровых покрытиях типа хард, время на корте будет отсчитывать система хронометража Rado. Высокоточное оборудование, предоставленное брендом, также фиксирует скорость подачи мяча профессиональными теннисистами. А болельщики смогут измерить скорость своей подачи в Rado Smash Corner.

В этом году бренд Rado представляет новую лимитированную версию коллекции HyperChrome Tennis. Спортивные часы с автоматическим заводом будут смотреться одинаково эффектно и на трибунах, и на теннисном корте. Циферблат хронографа диаметром 45 мм цветом напоминает тот или иной вид покрытия теннисного корта: модель с зеленым циферблатом на керамическом браслете — травяной корт, а часы с коричневым циферблатом и на коричневом кожаном ремешке — грунтовый. Часы с синим циферблатом представляют корт с твердым покрытием и имеют кожаный ремешок в винтажном стиле. Циферблат защищен выпуклым сапфировым стеклом с двусторонним антибликовым покрытием. Задняя крышка изготовлена из глянцевой плазменной высокотехнологичной керамики с сапфировым стеклом, заводная головка и кнопки — из нержавеющей стали. Трехрядный браслет имеет сложное строение: внешние звенья сделаны из матовой керамики, средние — из глянцевой, тройная застежка — из титана с фиксаторами из фирменного материала Segamos. А кожаный винтажный ремешок коричневого цвета получил застежку из нержавеющей стали с регулируемой длиной вставки.

Корпус конструкции моноблок целиком выполнен из матовой плазменной высокотехнологичной керамики и оснащен швейцарским часовым механизмом с хронографом ETA 2894-2. Механизм дополнен функцией даты: указатель расположен на отметке «4 часа 30 минут». Его запас хода составляет 42 часа. Часы водонепроница-



КАРЕН ХАЧАНОВ ВО ВРЕМЯ МАТЧА С ФРАНЦУЗСКИМ ТЕННИСИСТОМ АДРИАНОМ МАННАРИНО В ФИНАЛЕ XXIX МЕЖДУНАРОДНОГО ТЕННИСНОГО ТУРНИРА «ВТБ КУБОК КРЕМЛЯ»

емы на глубине до 100 метров. Каждая модель выпущена в 999 экземплярах, о чем свидетельствует гравировка на задней части корпуса.

Плазменная высокотехнологичная керамика отличается легкостью, устойчивостью к появлению царапин и гипоаллергенностью. Благодаря естественному сиянию керамики, которое не поблекнет со временем, часы из коллекции HyperChrome Tennis сохраняют внешний вид на долгие годы.



HYPERCHROME TENNIS CHRONOGRAPH LIMITED EDITION, КЕРАМИЧЕСКИЙ КОРПУС, 45 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ, ЗАПАС ХОДА 42 ЧАСА, ЧЕРНЫЙ РОТОР, ДЕКОРИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ, КОЖАНЫЙ ВИНТАЖНЫЙ РЕМЕШОК С ЗАСТЕЖКОЙ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

Путеводная звезда О рекордных полетах Zenith

Натела Поцхверия |

«Ты не имеешь права на боль, наслаждайся», — говорил себе Фрэнки Запата, пока летел на флайборде 35 километров через Ла-Манш 4 августа 2019 года. Флайборд, кстати, он сам когда-то изобрел и сконструировал. Это была вторая попытка гонщика, экс-чемпиона мира по аквабайку, изобретателя и инженера, пересечь Ла-Манш на «летающей доске» (в первый раз, 25 июля 2019-го, технические сложности возникли при дозаправке). Оба раза в полете на руке Запата был Zenith Pilot Type 20 Chronograph Adventure. В 45-миллиметровом бронзовом корпусе с натуральной патиной установлен сверхточный механизм El Primero с автоматическим подзаводом, которому в этом году исполняется 50 лет. Арабские цифры на черном матовом циферблате выполнены из люминесцентного материала Super Luminova. Ремешок зеленый, из масляного нубука на каучуковой подложке. На задней крышке из титана гравировка — Zenith Flying Instruments. И выбор Запата не случаен.

Здесь стоит уточнить, что на полет Запата вдохновила история другого изобретателя и первого француза, получившего удостоверение пилота, — Луи Блерио, который 25 июля 1909 года первым пересек Ла-Манш на деревянном моноплане Bleriot XI с пропитанными лаком полотняными крыльями. Вместе с Блерио над Ла-Маншем летели часы Zenith, по образу и подобию которых создана модель Pilot Type 20 Adventure. Через три года после полета Блерио заявил, что чрезвычайно доволен своими часами и очень рекомендует их всем, кому нужна точность. Эти истории разделяет 110 лет. 110 лет точности и вызовов, ведь Запата и Блерио не единственные, кто вместе с Zenith решил бросить вызов здравому смыслу и законам природы.

В 2012 году, например, австриец Феликс Баумгартнер совершил прыжок из стратосферы, поднявшись туда в капсуле, подвешенной к воздушному шару. С высоты 39 045 метров при температуре воздуха минус 62 градуса по Цельсию Баумгартнер летел больше 4 минут и во время свободного падения преодолел звуковой барьер. Через 4 минуты 20 секунд спортсмен открыл парашют и меньше чем через 5 минут приземлился в пустыне Нью-Мексико. На запястье испытателя был хронограф Zenith El Primero Stratos Flyback Striking 10th. Баумгартнер установил тогда три мировых рекорда: высоты полета на пилотируемом воздушном шаре, свободного падения с самой значительной высоты и максимальной скорости, достигнутой в свободном падении.

На эмблеме самых точных в мире часовых механизмов Zenith — звезда. Генеральный директор бренда Жюльен Торнар любит повторять, что Zenith помогает людям найти свою путеводную

звезду, неважно, сколько трудностей придется преодолеть по дороге. Потому и Запата со своей героической историей так быстро вошел в семью Zenith. Изобретатель, которого пытались объявить нарушителем национальной безопасности за его полеты над Парижем, трудностей не боится. В 2005 году он изобрел флайборд. Это что-то вроде летающей доски, какая была у Гоблина в фильме про Человека-паука, индивидуальный летательный аппарат на керосиновых воздушно-реактивных двигателях, которые позволяют взлетать, оттолкнувшись от поверхности воды мощным потоком воздуха. В 2016 году Запата придумал новую конструкцию — хOVERборд. У этой штуковины топливный бак располагается на спине, и этот аппарат может поднимать человека на высоту до 3 тыс. метров. Тогда-то представители Воздушной жандармерии и запретили Запата летать над Парижем. Впрочем, запрет был быстро снят, и уже 14 июля 2019 года Фрэнки летел на хOVERборде над Елисейскими Полями во время парада в честь Дня взятия Бастилии.

А через неделю был тот самый неудачный полет над Ла-Маншем. И еще через неделю — удачный. После полета уставший и вымотанный Запата говорил по телефону. «Ты лучший папа», — услышал он от сына и не смог сдержать слез. Иногда, даже достигнув звезд, лучшую награду получаешь на земле.



PILOT TYPE 20 ADVENTURE, БРОНЗОВЫЙ КОРПУС 45 ММ С НАТУРАЛЬНОЙ ПАТИНОЙ, МЕХАНИЗМ EL PRIMO С АВТОМАТИЧЕСКИМ ПОДЗАВОДОМ, АРАБСКИЕ ЦИФРЫ, ПОЛНОСТЬЮ ВЫПОЛНЕННЫЕ ИЗ ЛЮМИНЕСЦЕНТНОГО МАТЕРИАЛА SUPER LUMINOVA, ЗАПАС ХОДА 50 ЧАСОВ, ТКАНЕВЫЙ РЕМЕШОК ЦВЕТА ХАКИ С КАУЧУКОВОЙ ПОДКЛАДКОЙ



PILOT TYPE 20 CHRONOGRAPH ADVENTURE, БРОНЗОВЫЙ КОРПУС 45 ММ С НАТУРАЛЬНОЙ ПАТИНОЙ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ EL PRIMO С КОЛОННЫМ КОЛЕСОМ, АРАБСКИЕ ЦИФРЫ, ПОЛНОСТЬЮ ВЫПОЛНЕННЫЕ ИЗ ЛЮМИНЕСЦЕНТНОГО МАТЕРИАЛА SUPER LUMINOVA, ЗАПАС ХОДА 50 ЧАСОВ, РЕМЕШОК ИЗ КОЖИ ТЕЛЕНКА С КАУЧУКОВОЙ ПОДКЛАДКОЙ



ФРЭНКИ ЗАПАТА В ПОЛЕТЕ НАД ЛА-МАНШЕМ, 4 АВГУСТА, 2019 ГОДА



ИЗОБРЕТАТЕЛЬ ФРЭНКИ ЗАПАТА В ЧАСАХ ZENITH PILOT TYPE 20 CHRONOGRAPH ADVENTURE

Время старта

О страсти IWC Schaffhausen к автогонкам

Константин Старцев |



ШЕСТОЙ Гран-при России «Формулы-1» пройдет с 26 по 29 сентября в Сочи. Официальным техническим партнером Mercedes-AMG Petronas Motorsport Team — пятикратного обладателя Кубка конструкторов — с 2013 года является швейцарский часовой бренд IWC Schaffhausen.

Гран-при в Сочи

Что же общего у автомобильных гонок и производства механических часов? Потребность в новых высокотехнологичных материалах, инженерное мастерство, возведенное в культ, предельная точность, которая служит гарантией успеха, а новаторство обеспечивает актуальность и востребованность. В обеих сферах большое значение имеют страсть к своему делу и слаженная работа большой команды.

Первый чемпионат мира по автогонкам в классе «Формулы-1» состоялся в 1950 году. В 2019 году он проводится уже в 70-й раз. Сейчас в чемпионате участвуют 10 команд и 20 пилотов. Среди них россиянин Даниил Квят, представляющий команду «Торо Россо». Спортивный уикенд в этом году состоит из трех тренировочных сессий, квалификации и гонки, в которой определится победитель Гран-при России. После финиша гонки тройка призеров и представитель победившей команды поднимутся на подиум для церемонии награждения.

Сочинская трасса, где будут проходить соревнования, — единственный в России автодром, имеющий право принимать гонки такого уровня. Он был спроектирован компанией Tilke GmbH & Co совместно с российскими специалистами и официально открыт в Олимпийском парке 20 сентября 2014 года, а с 9 по 12 октября на нем прошел первый в истории Гран-при России.

Длина трассы — 5848 метров, на ней 18 поворотов: 12 правых и 6 левых. Третий поворот — затяжной, его длина — 650 метров. В гонке Гран-при России 2019 года пилоты проедут 53 круга, протяженность дистанции составит 309,745 км.

Сотрудничать с Mercedes-AMG часовой бренд из Шаффхаузена начал в 2004 году. Активно участвуя в самом популярном автомобильном соревновании, IWC также присоединилась к Goodwood Members, став официальным партнером гонки классических автомобилей. А спустя три года часовщики выставили и свою собственную команду, участвовавшую в заездах на ретрокарах Mercedes-Benz 300 SL Gullwing.

Дружба с Mercedes-AMG Petronas связывает бренд и двух гонщиков команды: пятикратного чемпиона мира Льюиса Хэмилтона и его товарища по команде Валттери Боттаса. На манжетах их гоночных перчаток вышито изображение знаменитых часов IWC Big Pilot's Watch.

**PILOT'S WATCH DOUBLE
CHRONOGRAPH TOP GUN
CERATANIUM, КОРПУС 44 ММ
ИЗ КЕРАТАНИУМА, СПЛАВА
ТИТАНА И КЕРАМИКИ**

Инновационные премьеры

Для часовой компании один из результатов этого партнерства — появление и регулярное обновление популярных линеек Pilot's и Ingenieur. В январе этого года на выставке в Женеве IWC Schaffhausen представила новую линейку Top Gun из коллекции часов для пилотов. Модель Pilot's Watch Double Chronograph Top Gun Ceratanium — это первые пилотские часы в корпусе из запатентованного керамотитанового сплава Ceratanium, легкого, очень прочного, обладающего антикоррозионными свойствами и приятного на ощупь.

Процесс изготовления этого сплава очень сложен, так как требует исключительно чистого сырья. Сначала заготовке придают нужную форму, затем ее обжигают. Если опустить все технические подробности, получается, что титан и керамика превращаются в единый материал — кератаниум. Благодаря спецобработке материал приобретает и характерные для керамики твердость и устойчивость к царапинам, а также матовость и черный цвет.

В отличие от других распространенных сегодня типов покрытия, таких как DLC, которые в процессе использования могут отделяться или отслаиваться от основного материала, Ceratanium очень прочно фиксируется на нем. Кроме того, его отличительными чертами являются уже упомянутые матовость и черный цвет, благодаря которым удалось реализовать желание клиентов — создать часы полностью в цвете jet black. На решение этой задачи у мануфактуры ушло несколько лет.

Впервые материал Ceratanium используется в часах новой коллекции Top Gun, и впервые он пошел в серийное производство. Все компоненты корпуса, включая кнопки хронографа и пряжку, часов Pilot's Watch Double Chronograph Top Gun Ceratanium изготовлены из нового материала. Двойной хронограф оснащен встроенным механизмом со сплит-стрелкой для мгновенного измерения двух коротких промежутков времени. Отвечает за работу всех функций калибр 79420 с автоматическим подзаводом, который обеспечивает запас хода до 44 часов. У часов черный текстильный ремешок на каучуковой основе.

Другая модель, Pilot's Watch Chronograph Top Gun Edition «Mojave Desert», — это первые часы марки в корпусе из керамики песочного цвета. Они выпускаются ограниченной серией — всего в 500 экземпляров. Модель получила такое название, потому что ее цвет идеально подходит к форме американских военных пилотов, а крупнейшая наземная авиабаза ВМС США Чайна-Лейк базируется в пустыне Мохава. Песочный цвет получен в результате сочетания оксида циркония с другими оксидами металлов. Хронограф оснащен мануфактурным калибром IWC 69380 собственного производства с колонным колесом классической конструкции. Механизм дополнен указателем даты и дня недели, расположенным на отметке «3 часа». Система подзавода обеспечивает запас хода до 46 часов. Часы укомплектованы текстильным ремешком песочного цвета на каучуковой основе.



WOLFGANG WILHELM FOR DAMLIER AG



IWC



IWC

**ВСЕ ДЕТАЛИ КОРПУСА ЧАСОВ
PILOT'S WATCH DOUBLE
CHRONOGRAPH TOP GUN
CERATANIUM, ВКЛЮЧАЯ
КНОПКИ ХРОНОГРАФА,
А ТАКЖЕ ПРЯЖКА РЕМЕШКА
ИЗГОТОВЛЕНЫ ИЗ МАТЕРИАЛА
CERATANIUM®**



COURTESY OF IWC

Фестиваль скорости и точности

О мануфактурном хронографе Montblanc

Константин Старцев |



MONTBLANC TIMEWALKER
MANUFACTURE CHRONOGRAPH
LIMITED EDITION 1500



ТРЕТИЙ год подряд Montblanc выступает официальным хронометристом Goodwood Festival of Speed — гонки ретроавтомобилей в Гудвуде. В честь этого события бренд представил мануфактурный хронограф из коллекции TimeWalker, выпущенный ограниченной серией 1500 экземпляров.

В начале июля в поместье Гудвуд-Хаус, расположенном в Западном Суссексе, прошел очередной Фестиваль скорости: в мероприятии было задействовано больше 600 автомобилей и мотоциклов, представляющих разные периоды истории автомобилестроения и автоспорта, в нем приняли участие легендарные спортсмены и мировые знаменитости. Фестиваль учрежден лордом Ричмондом 26 лет тому назад и является важным событием общественной жизни Великобритании.

В открытом на фестивале поп-ап-бутике Montblanc выставил на продажу последние коллекции часов. Особое место среди них заняла коллекция TimeWalker, посвященная наследию принадлежащей Montblanc мануфактуры Minerva, основанной в Вильере (Швейцария) в 1858 году. Она была широко известна как производитель профессиональных часов и заслужила признание как мастерская, где создавались приборы, позволявшие замерять короткие временные интервалы с очень высокой точностью. Например, в 1916 году мануфак-

тура изготовила механизм, измерявший сотые доли секунды, что для того времени стало серьезным техническим достижением. В поп-ап-бутике были также представлены классические пишущие инструменты Montblanc, изделия из кожи и коллекция мужских и женских очков.

Как хронометрист фестиваля компания Montblanc использовала свои часовые механизмы на многочисленных гонках, которые прошли в рамках четырехдневного мероприятия. Его кульминацией стал заезд Hillclimb Shootout на 1,16 мили, который определил чемпиона Фестиваля скорости в этом году и обладателя часов лимитированной серии Montblanc TimeWalker Manufacture Chronograph.

Часы выполнены из состаренной стали. На нержавеющей сталь наносится покрытие черного цвета, затем она вручную отмывается и шлифуется. У часов чернотенный циферблат (черный фон, серые счетчики), черный керамический безель, стрелки с родиевым покрытием черного цвета и ремешок обновленного дизайна из черного нубука с раскладной застежкой из нержавеющей стали, изготовленный во флорентийской мастерской Richemont Pelletteria.

В корпус размером 43 мм помещен мануфактурный калибр Montblanc с хронографом MB 25.10 с запасом хода около 46 часов. Мосты и платины украшены тра-



ГОНКА
РЕТРОАВТОМОБИЛЕЙ
GOODWOOD FESTIVAL
OF SPEED, 2019 ГОД

диционным узором «жневские волны», круговым зернением, дополнительную красоту калибру придают вороненные винты. Цельнолитой ротор часов из вольфрама с родиевым покрытием выполнен в виде рулевого колеса автомобиля. Калибр оснащен классическим колонным колесом, горизонтальной муфтой и механизмом быстрой блокировки секундной стрелки, с помощью которого можно легко и точно настроить время. Данные хронографа фиксируются с помощью центральной стрелки и счетчиков в положении «3 часа» и «9 часов». Окошко даты разместилось между 4 и 5 часами. Водонепроницаемость часов — до глубины 100 м.

«Молодым интересны традиционные ценности»

Карл-Фридрих Шойфеле о часах и гонках



ПРЕДОСТАВЛЕНО CHOPARD

БРЕНД Chopard уже больше тридцати лет поддерживает автомобильные ралли. Чаще всего это гонки олдкаров, но в некоторых соревнованиях участвуют современные спортивные машины. Президент компании Карл-Фридрих Шойфеле — страстный коллекционер и ценитель редчайших автомобилей. Каждый год он приезжает в Москву, чтобы принять участие в L.U.C Chopard Classic Weekend Rally, которое в этом году прошло уже 16-й раз.

— Первый и важный вопрос — о Baselworld: ваши личные оценки и прогнозы?

— Мы остались вполне довольны выставкой, итоги превзошли ожидания. Встречи с клиентами были весьма результативны. Пресса отлично осветила наши новинки. Понравилась организация: заметно, что Baselworld меняется. Однако вряд ли кто-то вам точно скажет, какой будет выставка после 2020 года. Мне ясно одно: такие мероприятия, как Baselworld и SIHH, важны и нужны как для индустрии, ее имиджа, так и для клиентов.

— В этом году вы представили новинку в новом материале — титалите. Этот эксперимент для вас громкий информационный повод или последовательный поиск идеального материала для часов?

— Компания всегда вела исследования в области материалов. Много лет назад мы представили титановый корпус и с тех пор продолжаем работать с этим материалом, используя разные сплавы и комбинации. В свое время мы экспериментировали с сапфиром, делая корпуса для коллекции Harry Diamonds, когда это не было еще модным трендом. В минутном репетире



CHOPARD

Chopard L.U.C Full Strike мы использовали гонки из сапфира. Получились очень необычные часы.

— Чем Chopard отличается от других брендов?

— Первое отличие — мы независимая семейная компания. Второе: мы одна из немногих компаний, обладающих уникальным опытом в производстве часов и ювелирных украшений и вертикальной интеграцией всех процессов. Таких компаний, поверьте, совсем немного. Третье: мы имеем долгосрочное видение нашего пути. На нас не давят акционеры, все решения мы принимаем в кругу семьи.

— Ювелирным направлением в компании занимается ваша сестра, Гарри Даймондс ее идея. А вы не пробовали реализовать ее в мужских часах?

— В 1993 году Каролина представила коллекцию Harry Sport, которая стала пользо-

ваться огромной популярностью. Однако сама идея родилась значительно раньше. В 1976 году эта концепция была разработана для международного дизайнерского конкурса. Жюри ею заинтересовалось, и нужно было реализовать ее в часах. Сейчас это кажется удивительным, но первыми часами Harry Diamonds была мужская модель с 30 бриллиантами в корпусе формы «телевизор». Она находится в нашем музее. Знаете, многие часы того периода были раскуплены, и мы сейчас ищем их на аукционах, чтобы пополнять фонды музея.

— Исторически Chopard никогда не ассоциировался с автоспортом. Как ваше отцом увлечение стало лицом часовой марки? Какие виды спорта вас еще интересуют и какие хотелось бы поддержать?

— В 1988 году у меня возникла идея стать спонсорами известной гонки Mille Miglia, и в нынешнем году я участвую в ней уже



ALEXANDRA PAULI FOR CHOPARD

MILLE MIGLIA 2019 RACE EDITION, ХРОНОГРАФ, КОРПУС ИЗ 18-КАРАТНОГО РОЗОВОГО ЗОЛОТА, ВЫПУЩЕН ОГРАНИЧЕННОЙ СЕРИЕЙ 250 ЭКЗЕМПЛЯРОВ, СОЗДАН В ЧЕСТЬ 30-ЛЕТИЯ ПАРТНЕРСТВА CHOPARD С ГОНКОЙ MILLE MIGLIA

тридцатый раз. То есть в 1988-м Chopard стал партнером, а год спустя я лично начал соревноваться наравне со всеми. В свое время мы поддерживали и яхтенные регаты, и турниры по спорту, теннисные чемпионаты, но затем сосредоточились только на классических автомобильных гонках.

— А вы сами какой вид спорта любите?

— Я люблю спорт, развивающий выносливость: зимой это лыжи, летом велогонки. Соревнования как таковые меня привлекают скорее необходимостью работать головой, а не просто играть мышцами. Отключиться от мыслей о работе, полюбоваться пейзажем.

— Участвуя в Mille Miglia, вы выступаете приверженцем традиционных ценностей. Но чем вы заинтересуете молодое поколение?

— В этом году в Mille Miglia я участвовал с дочерью. Ей 24 года. Она была в совершенном восторге от всего — от вождения классического автомобиля, от общей атмосферы. И я видел, что гонка интересует молодежь — и как участников, и как зрителей. Mille Miglia — это важная часть культуры и истории Европы. Молодым людям интересен этот опыт, им интересны традиционные ценности. Их интересуют и механические часы, чья ценность не меняется с годами в отличие от гаджетов, которые нужно постоянно обновлять и покупать новые через год-два.

— В прошлом году Chopard ралли не состоялось из-за чемпионата мира по футболу. За какую команду вы болели?

— Поскольку я родился в Германии, то и продолжаю болеть за немцев.

— В этом году ралли проводилось уже 16-й раз. Что, на ваш взгляд, изменилось за прошедшие годы?

— В первую очередь хочу отметить качество участников ралли. Помимо увеличения числа автомобилей подавляющее большинство из них соответствует строгим требованиям, предъявляемым к коллекционным машинам. Уровень московского ралли вполне соответствует уровню европейских гонок. Это фантастика, и мы наблюдали эту эволюцию. Первые ралли собирали всего несколько олдкаров, затем стало расти их количество, а с ним и качество. Мы также приглашаем молодых коллекционеров на спорткарах — Lamborghini, Ferrari, Maserati. Нельзя игнорировать эту аудиторию, она достаточно многочисленна. Опыт организаторов Mille Miglia демонстрирует успешность такого подхода. Так что L.U.C Chopard Classic Weekend Rally растет и развивается в разных направлениях.

БЕСЕДОВАЛ КОНСТАНТИН СТАРЦЕВ

Спортсмены нашего времени

Пеле и Килиан Мбаппе на церемонии Hublot

Евгений Мужиков |



ФРАНЦУЗСКИЙ

вундеркинд Килиан Мбаппе — самый дорогой футболист планеты по оценкам авторитетного портала Transfermarkt. Если он решит покинуть Париж, сумма трансфера может быть астрономической. Ценообразование в футболе давно вызывает скепсис и непонимание: как обычный человек, пусть и классный футболист, может стоять таких денег? Это не завод, не самолет, не готовый бизнес. Но в случае с Мбаппе мировые гранды готовы рисковать и рассматривают вложения в 20-летнюю звезду с 34 млн подписчиков в инстаграме как венчурную инвестицию. Чемпиона мира в составе французской сборной называют новым Пеле, и вполне возможно, что после завершения карьеры Месси и Роналду именно Мбаппе станет главным футболистом планеты.

Мбаппе и Пеле впервые встретились face to face весной этого года. Знаковую встречу организовал часовой бренд Hublot, амбассадором которого с 2013 года является лучший футболист XX века по версии FIFA. А сотрудничество Мбаппе со швейцарской маркой только начинается. К этому, собственно, и была приурочена встреча двух мастеров, прошлого и настоящего. Событие сопровождал немалый ажиотаж — где именно оно состоится, организаторы дер-

жали в секрете до последнего. Лишь за четыре часа до него журналистам и гостям сообщили адрес и время начала.

Килиан Мбаппе пробивался в конференц-зал одного известного парижского отеля сквозь толпы фанатов, гостей и журналистов. Когда-то здесь проводил медовый месяц Шарль де Голль, останавливались Анри Матисс, Пабло Пикассо, Эрнест Хемингуэй, Антуан де Сент-Экзюпери и многие другие. Где как не здесь встретиться легенде прошлого Пеле и лучшему молодому футболисту мира Мбаппе? Посмотреть на это собрались сотни журналистов со всего мира — только телекамер было около полусотни. Сцена, скрытая черным занавесом, приглушенный свет винтажных люстр добавляли происходящему театральности.

За пару минут до начала церемонии места в первом ряду заняли мама Килиана и его младший брат. Кстати, все финансовые дела футболиста, в том числе переговоры с клубами, ведут его родители — отец Уилфрид и мать Файза — и ограждают сына от излишнего внимания прессы.

Открыл вечер генеральный директор Hublot Рикардо Гваделупе, в короткой приветственной речи подчеркнув уникальную формулу встречи: «Пеле и Мбаппе вдохновляют новые поколения футболистов и пишут историю футбола, они не только звезды спорта, но прежде

всего великие люди, которые заслуживают уважения».

Это был вечер комплиментов. Пеле не скупился на похвалы Мбаппе, а Килиан держался скромно, как бы давая понять: находясь рядом с трехкратным чемпионом мира, в ответ на сравнения с великими правильнее всего будет смущенно улыбаться.

«Я знаю, что самые большие звезды — скромные люди. Они твердо стоят на ногах. Уважение и смирение — ценности, которые мои родители передали мне. Пеле же для меня наглядный пример того, чему учили меня отец и мать: чтобы быть великим футболистом, ты должен в первую очередь быть человеком, внушающим уважение», — сказал молодой спортсмен.

Так станет ли Мбаппе вторым Пеле, о чем сейчас так много спорят? Этот вопрос мы задали самому королю футбола.

«Второго Пеле больше никогда не будет: мои родители закрыли производство», — отшутился великий бразилец.

Пеле, кстати, выглядел бодро — много улыбался и шутил. И тем неожиданнее были новости, которые распространили мировые агентства в тот вечер: Эдсон Арантис ду Насименту госпитализирован с приступом тетании (мышечные спазмы). К счастью, все обошлось.

В ходе часовой беседы много говорили о сходстве и различиях футбола сорока-

летней давности и современного, а также о том, что объединяет Пеле и Мбаппе. Можно искать сходства в стиле игры, технике и бомбардирских качествах, но это взгляд субъективный, а вот юный возраст, в котором футболисты стали звездами, — их общая черта. Пеле — самый молодой игрок, который забивал в финале чемпионатов мира. В 1958 году бразильцу было 17. А Мбаппе в московском финале-2018 забил в ворота хорватов в возрасте 19 лет.

Эти события разделяют 60 лет и целая историческая эпоха, а объединяет большая любовь к футболу часового бренда Hublot, который в рамках концепции Hublot Loves Football проводит множество



HUBLOT CLASSIC FUSION AEROFUSION CHRONOGRAPH PELE SPECIAL PIECE, ЧАСЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ПЕЛЕ, 45-МИЛЛИМЕТРОВЫЙ КОРПУС ИЗ ЧЕРНОЙ КЕРАМИКИ. ОГРАНИЧЕННАЯ СЕРИЯ 500 ЭКЗЕМПЛЯРОВ

HUBLOT KM BIG BANG UNICO TITANIUM, ТИТАНОВЫЙ КОРПУС 42 ММ. НА ЧАСАХ ВЫГРАВИРОВАНЫ ДАТА, 2 АПРЕЛЯ 2019 ГОДА, И ГОРОД, ПАРИЖ. РЕМЕШОК — В ЦВЕТАХ ФРАНЦУЗСКОГО ФЛАГА

мероприятий с участием легендарных спортсменов. Официальный хронометрист FIFA, эта швейцарская марка прочно ассоциируется с игрой, любимой миллионами. Как же получилось, что футбол, к которому люксовые бренды долго относились с осторожностью в силу его массовости и демократичности, стал инструментом успешного продвижения в сегменте hard luxury?

Оказывается, все дело в личной страсти Рикардо Гваделупе, которая сформировалась еще в детстве.

«Я родился в небольшом швейцарском городке Невшателе. Там есть местная команда, она называется “Ксамакс”. И однажды наш маленький клуб играл против мадридского “Реала” и победил. Это было незабываемо», — вспоминает CEO Hublot.

С тех пор Рикардо Гваделупе — большой поклонник футбола. Что во многом и предопределило имидж Hublot как главного часового бренда в спорте №1. Решение прийти в футбол было принято отчасти случайно: идеолог Hublot Жан-Клод Бивер, нынешний глава часового подразделения LVMH Group, пригласил Рикардо Гваделупе на обед со своим другом, тренером сборной Швейцарии по футболу Мишелем Понтом. Спортсмен предложил часовому бренду стать партнером национальной команды. Так началась футбольная история Hublot, спустя некоторое время выросшая в глобальную маркетинговую стратегию.

На память о встрече в Париже Пеле и Мбаппе обменялись символическими подарками. Бразильский мэтр вручил французскому таланту эксклюзивные часы, произведенные в единственном экземпляре: Classic Fusion Aerofusion Chronograph Pele Special Piece с гравировкой даты и места встречи и собственным лого на задней крышке. В ответ Килиан преподнес Пеле хронометр Big Bang Unico Titanium с аналогичной гравировкой, своим лого и ремешком в цветах французского флага.

Вопрос о новом Пеле открыт. Сам Мбаппе признается, что согласен быть вторым после великого бразильца.





ЛИОНЕЛЬ МЕССИ
В ЧАСАХ JACOB & CO
EPIC X CHRONO MESSI
TITANIUM, ТИТАНОВЫЙ
КОРПУС, 47 ММ,
СКЕЛЕТОН, ХРОНОГРАФ

«Без ежедневной работы и усилий невозможно достичь успеха»

Лионель Месси о карьере, семье и особенных часах

КАПИТАН ФК «Барселона», капитан сборной Аргентины по футболу, семейный человек, отец троих сыновей, филантроп — в свои 32 года Лионель Месси один из самых известных людей на планете. Его портреты висят в комнатах мальчиков, наверное, всех стран мира. В то же время Лео, по словам его коллег и знакомых, — один из самых скромных и простых людей, которых только можно себе представить. О том, как быть мегазвездой и простым парнем одновременно, а также о контракте с ювелирно-часовым домом

Jacob & Co — в ответах Лео Месси на вопросы «Коммерсантъ. Стиль».

Самая любимая вещь в моем гардеробе — это часы. Свои Jacob & Messi я ношу почти всегда. Понятное дело, когда я собираюсь на серьезную тренировку, где надо будет много двигаться, бегать и потеть, то одеваюсь максимально комфортно и не ношу аксессуаров. Но если речь не идет о тренировках и матчах, то часы из ограниченной коллекции Jacob & Messi всегда на мне. Остальное зависит от ситуации: было бы нелепо идти на гала-ужин в трени-

ровочных штанах или на демократичное мероприятие в смокинге. Я чувствую себя хорошо и в неформальной одежде, занимаясь повседневными делами, и в более нарядной и элегантной. Любимые вещи в моем гардеробе — это некоторые из очень хороших костюмов, которые я надеваю по особым случаям, на важные мероприятия. Хорошие удобные ботинки. Мне кажется, у всех так.

Принимая решение о сотрудничестве с брендом, я не обращаю особого внимания на то, элитный он или нет, мне интерес-

нее, что он может дать мне, а я — ему. Важнее, чтобы предлагаемый проект вызвал у меня энтузиазм. Мы должны быть способны дать друг другу что-то важное в процессе сотрудничества. И с первого взгляда на продукцию Jacob & Co я понял, что речь идет о чем-то особенном. Участие в создании ограниченной серии часов Messi от Jacob & Co стало опытом, которым я горжусь. Я не специалист, но постарался внести свой небольшой вклад в создание часов Epic X Chrono Messi, сообщая Jacob & Co о том, что нравится или не нравится лично

мне. Но настоящие герои этой истории — Джейкоб и его команда, ведь они создали действительно невероятные часы.

Когда процессом управляют такие гении, как Джейкоб, все, что вам нужно делать, — это расслабиться и получать удовольствие, способствуя работе профессионалов.

В начале карьеры меня удивляла необходимость находиться в центре внимания. Но после одного благотворительного визита в больницу много лет назад я ощутил силу, которую несет с собой известность. Я понял, что для больных детей общение с известным футболистом может стать отдушиной. Ты поддерживаешь их своим присутствием и порой можешь добиться, чтобы они улыбнулись. Для детей это особая радость, потому что у них появляются новые силы бороться, новая вера в то, что они победят болезнь и воплотят свои мечты. Этот опыт открыл мне глаза, и у меня возникла идея создать фонд, начать работать над тем, чтобы помочь наиболее нуждающимся детям. Так родилась благотворительная организация Leo Messi Foundation.

Я научился жить с тем, что для меня приготовила жизнь, и, кажется, хорошо справ-

ляюсь. Я стараюсь держать семью и друзей вне поля зрения СМИ, хотя и понимаю, что стопроцентная закрытость от общественного внимания невозможна. Тем не менее я стараюсь, чтобы им было комфортно.

Я счастлив в «Барсе». Были моменты, когда я мог уйти в другие клубы, но для меня всегда большее значение имели любовь и благодарность, с которыми меня приняли и поддерживают здесь, в «Барселоне». Когда ты счастлив, тебе не очень хочется что-то менять.

Без ежедневной работы и усилий невозможно достичь успеха. Талант, конечно, помогает, но это не главное. Мои профессиональные обязательства перед клубом, национальной командой и спонсорами диктуют очень жесткий распорядок дня, мне надо часто ездить и проводить много часов вне дома. Я амбициозный человек и усердно работаю, чтобы добиться максимальных результатов. Всегда можно достичь чего-то большего!

Рождение сына Тьяго для меня ценнее всего остального. Это одна из самых важных, нет, даже самая важная вещь, которая произошла в моей жизни. Мои дети и моя семья значат для меня все. И быть отцом

означает для меня огромную ответственность. То свободное время, что у меня есть, я предпочитаю проводить с семьей, как делает, как мне кажется, всякий любящий отец. У настроенных сыновей, и мы наслаждаемся общением с ними, наблюдаем за тем, как они растут, и помогаем им делать это в атмосфере, где царят порядок и здоровье.

Мы уже потихоньку учим детей английскому, чтобы они умели говорить и писать на этом языке с самого раннего возраста. Уверен, что в будущем это им очень поможет.

Неважно, будут ли мои сыновья играть в футбол. Я хочу, чтобы они занимались тем, что им нравится, без всякого давления — они сами должны выбрать свой жизненный путь. Я их не то чтобы учу футболу, я с ними скорее играю. Сейчас это именно игра, такая же, как игра в карты или на видеопроставке, или совместное чтение книг. Речь всегда идет о веселье, я хочу, чтобы им было интересно и комфортно и они учились новому легко, в процессе игры.

Я не любитель давать много советов и много размышлять о прошлом. Оно ушло, важно думать о настоящем и получать от него удовольствие. Если есть на то воля Бо-

жья, у меня остается еще несколько лет в качестве игрока. И я сосредоточен на игре на 100% и не строю планов на будущее.

Я пользуюсь инстаграмом, мне нравится наблюдать за друзьями и семьей, тем более что многих из них я вижу нечасто, потому что мы живем в разных концах света. Когда выдается свободная минута, мне нравится загружать в инстаграм снимки, делиться деталями своей повседневной жизни.

Мы с женой большие фанаты современных сериалов. Трудно даже выбрать самый любимый. Но если бы пришлось выбирать из всего, то это была бы «Игра престолов», очень захватывающе.

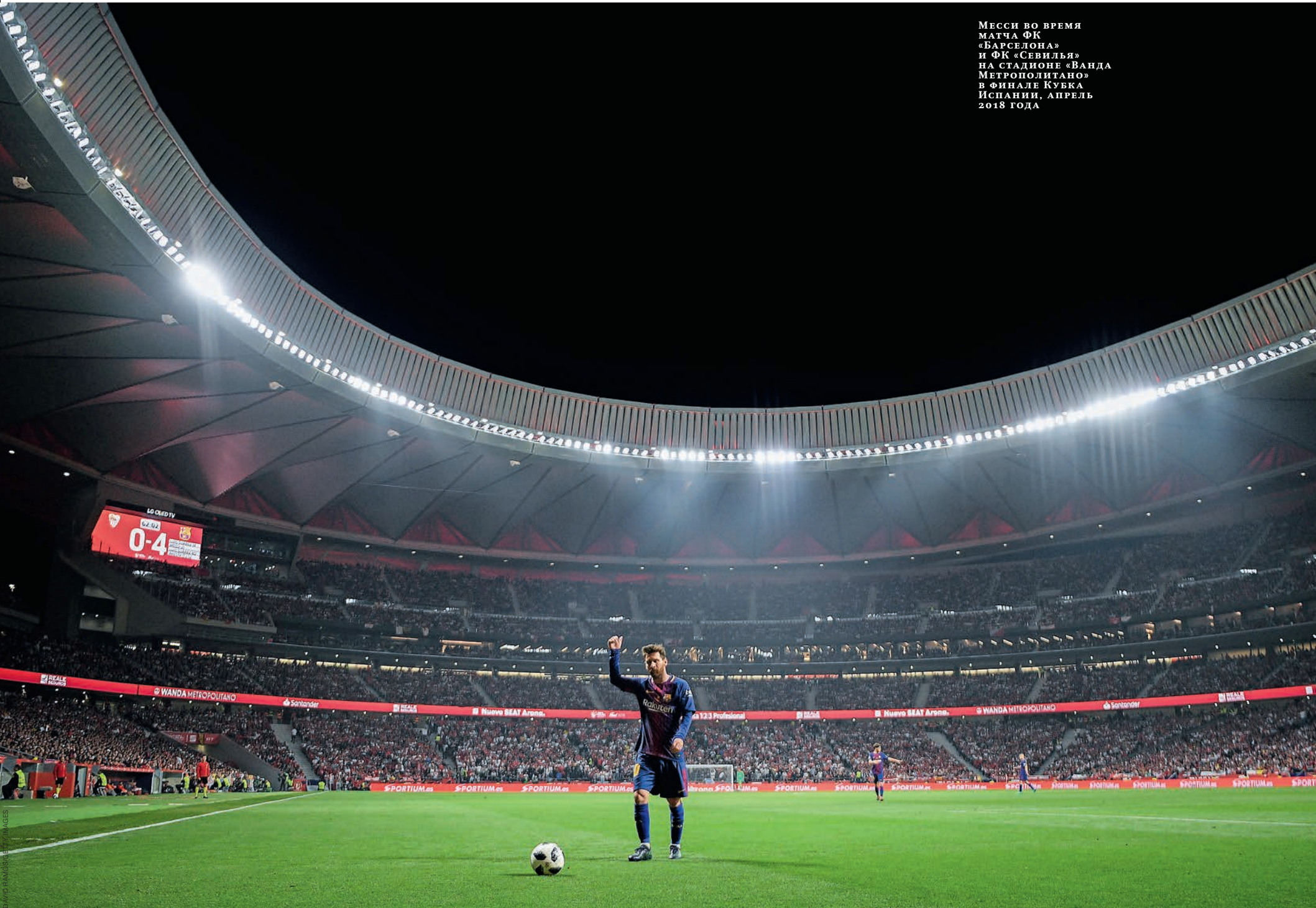
Без успеха команды невозможно достичь личного успеха. Когда выигрывает команда, выигрывают все, а когда проигрывает, то проигрывают тоже все, каждый из нас. Футбол — это командный спорт.

Записала Дарья Гаврилова

Интервью и фото специально для «Коммерсантъ. Стиль»

Редакция благодарит компанию Mercury за помощь в организации съемок

МЕССИ ВО ВРЕМЯ
МАТЧА ФК
«БАРСЕЛОНА»
И ФК «СЕВИЛЬЯ»
НА СТАДИОНЕ «ВАНДА
МЕТРОПОЛИТАНО»
В ФИНАЛЕ КУБКА
ИСПАНИИ, АПРЕЛЬ
2018 ГОДА



«Моя цель — кругосветка»

Дмитрий Игнатов о черном юморе и рискованных вызовах

ШУТИТЬ на тему своей инвалидности известный паратлет и блогер Дмитрий Игнатов (киборг, как он себя называет) не стесняется. Ногу он потерял в результате несчастного случая в армии, но, по его признанию, «не сильно расстроился». В резюме — работа ведущим на каналах РЕН ТВ, «Москва 24» и «Матч ТВ», в списке достижений — переход через Адриатику. Его громадная сила воли мотивирует даже тех, кто незнаком с Димой лично. Чтобы узнать, каково это — быть первым паратлетом из России, переплывшим Босфор, с Дмитрием Игнатовым встретился Евгений Мужиков.

— Первый вопрос, конечно, про Босфор. Что тебе дал этот челлендж?

— Давно хотел сделать что-то большое. До Олимпиады не дотягиваю, до Паралимпиады — тоже, чемпионат Москвы — окей. Но хотелось чего-то хайпового, того, что мотивирует тебя и других. Ко мне часто подходят люди и говорят: «Чувак, благодаря тебе я сделал то-то и то-то, похудел и занялся собой». Сегодня четыре девчонки сказали, что благодаря мне стали заниматься спортом.

— Часто узнают?

— Часто. Я не то чтобы получаю удовольствие, мне просто приятно, когда подходят в элэктричке и говорят: «Можно тебя обнять?»

— Окей, всех обнял, Босфор переплыл. Что дальше?

— Теперь я знаю, что могу. Гештальт закрыт. Я ушел из бассейна в открытую воду в надежде, что все будет по-другому. Сначала я проплыл дистанцию в Сочи. Неделью назад плыл в Москве. Но это не челлендж. Может, стоит подготовиться к чему-то большому, где ты будешь первым: Гибралтар или Ла-Манш. Когда оказался в воде Босфора — ничего такого, плыви и плыви. Дальше моя цель — кругосветка. И вот Босфор в этом помогает. В случае ЧП важно, чтобы я мог куда-то доплыть. Я как-то прочитал книгу Конохова, хоть и не большой его фанат. Он рассказывает, почему детям важно учить математику, и приводит пример: он всегда хотел путешествовать, но, чтобы построить маршрут и прийти в нужную точку, необходима математика. Вот и я пытаюсь плавание подвести под кругосветку, это моя мотивация. Уверенность в том, что, если что-то пойдет не так, я смогу кого-то спасти или выжить сам. Кроме того, читаю Беллинсгаузена и Кука. Познавательное.

— То есть ты готов все бросить и уехать в кругосветку месяцев на шесть? В Москве разве нет «якорей»?

— Кругосветка — это большая рекламная история. Из российских инвалидов никто ничего подобного не делал, и наверня-

ка найдутся компании, которым это будет интересно, и они поделятся товарами или деньгами.

— В плане рекламных контрактов у тебя хороший бэкграунд. В 2017 году ты снялся в ролике Apple Watch. Что открыл для тебя этот опыт?

— Во-первых, этот ролик показал, что есть инвалиды, они классные и модные, с ними можно дружить и снимать в рекламе. Наше общество очень консервативно. Все привыкли, что инвалид — это чувак с площади трех вокзалов, и когда им показывают абсолютно других людей — умных, работающих, путешествующих, занимающихся сексом — это выбивает общество из колеи.

— Часы для многих скорее аксессуар, чем реальная необходимость. Не твой случай, да?

— Конечно, это мой компьютер, который всегда со мной. Пользуюсь всеми функциями, которые есть в Apple Watch. Считаю калории, пульс. Для тренировок это важно. Часы говорят, когда нужно поест, а когда — расслабиться и подышать. Более того, они подсказывают, когда надо взять старт. Яхтенные часы стоят сумасшедших денег, но из всех функций в них только обратный отсчет. А я купил программку за семь рублей — и таймер всегда на руке. На часы можно вывести навигационные программы, которые нужны для путешествия в лодке и даже для гонки по Пироговке, компас, он показывает магнитный курс. Это важно, чтобы гоняться. Можно отслеживать свою активность. Кроме того, надиктовываю сообщения, когда занят.

— Давно подписан на тебя в Instagram, и сложилось впечатление, что ты с юмором относишься к своей инвалидности, называешь себя киборгом. А в шапке профиля у тебя написано: «Моя левая нога с края соскользнула ту-лу-ла». Когда эта тема для тебя перестала быть больной?

— Сразу. Это что, тема, над которой нельзя шутить? В нашей стране табуировано то, что в цивилизованном мире считается нормой. Шутить над инвалидами и своей инвалидностью — это нормально. Черный юмор объединяет людей, у них пропадает неловкость в общении.

— Когда говорят об инвалидах, часто используют термины «с особенностями развития», «особенный» и т. д. Твоя позиция по этому поводу?

— Мне все равно. Надо идти от личности: человек с инвалидностью, человек с ампутацией, человек с нарушением слуха.

— Ты очень позитивный человек, у которого, кажется, нет никаких обид — ни на жизнь, ни на ситуацию.

— Есть обида. На государство, которое делает проблемным получение протеза.



из личного архива Дмитрия Игнатова



из личного архива Дмитрия Игнатова

«Это фото сделано перед соревнованиями по плаванию в Имеретинской бухте в мае. Я очень боялся глубины и решил перед стартом ознакомиться с акваторией. Взяли с другом лодку и походили в этом районе. Видели дельфинов, изучал глубину. Спокойнее не стало». Сочи, Имеретинская бухта, 18 мая 2019 года

«Фото сделано после гонок, при заходе в марину, в этом старте я был четвертым. Очень запомнилось, это мои первые выездные соревнования по парусу. И с погодой было хорошо — ветер дул как надо». Псков, соревнования по парусному спорту, один из этапов Кубка России, 14 июля 2019 года

Я свои вопросы решаю, но мне много пишут люди из регионов, которые не могут получить протез, слуховой аппарат или чертову коляску. Мне-то одобрили протез, но с приключениями, документы потеряли при этом. Протез нужно менять раз в два года. И надо еще доказать, что тебе необходима эта сложная электронная штука. Например, в Чехии инвалиду сначала дают простенький протез и смотрят, сколько он на нем передвигается. На основании этого предоставляют либо классный протез с высокой функциональностью, либо что-то попроще. Например, мой протез не подойдет бабушке, которая сидит дома и иногда выходит погулять. Она просто не раскроет весь его потенциал. В деревне не нужна гоночная машина, а нужен вездеход.

— Твой протез как раз как гоночная машина. Я про цену.

— Да, он стоит около четырех миллионов рублей. Но мне надо было доказать государству, что я его заслуживаю. Это очень долгий и нудный процесс, который ненавидят все инвалиды. Мы все платим налоги, поэтому эти деньги идут на доброе дело. У меня же военная травма, государство обязано обеспечить.

— Ты в крутой физической форме. Я в этом убедился, когда ты меня обогнал на благотворительном «Зеленом марафоне». Сколько времени уделяешь спорту?

— Если есть конкретная цель, может быть и по две тренировки в день. Сейчас — каждый день, у меня есть челлендж с фитнес-тренером Дмитрием Яшанькиным, скоро мне надо будет выйти на сцену в шортах, показать мускулы. Сяхтами чуть проще, раз в три недели.

— Как питаешься? Чуть ли не 80% отличной фигуры — это еда.

— Заказываю контейнеры с готовой едой. Выбираю калорийность, ставлю таймер, который напоминает, что есть нужно каждые три часа. Я хоть и люблю сам готовить, но, когда есть цель, лучше питаться системно. В боксе ровно столько еды, сколько надо, и нет никаких соблазнов.

— Как спорт помогает в реальной жизни? Для инвалидов городская жизнь похожа на полосу препятствий.

— Очень помогает. Меньше прихрамываю. Плавание полезно для позвоночника, делает корпус крепче, благодаря этому я более уверенно хожу. Круто, конечно, заниматься сексом с любимым человеком. Но большинство хотят с красивым. Если мечтаешь о принце или Золушке, он или она отдаст тебе руку и сердце. Это работает.

— Твой пример многих вдохновляет. А сам ты чем и кем вдохновляешься?

— 2012 год, я лежал в госпитале, шли Паралимпийские игры в Лондоне, соревнования бегунов и пловцов. Мне захотелось познакомиться с парнями и девчонками, которые плавают. И через некоторое время в бассейне «Олимпийского» посмотрел на дорожку и понял, что рядом со мной — те самые ребята, которые плавали в «ящичке» в 2012-м. Меня вдохновляет Анастасия Диодорова, красивая девчонка из Якутии, паралимпийская чемпионка по плаванию. Подписан в Instagram на американских инвалидов, смотрю, как они живут. Круто живут. Делают все, что обычные люди, и даже больше. Равняюсь на них.



ЧАСЫ APPLE WATCH
SERIES 5



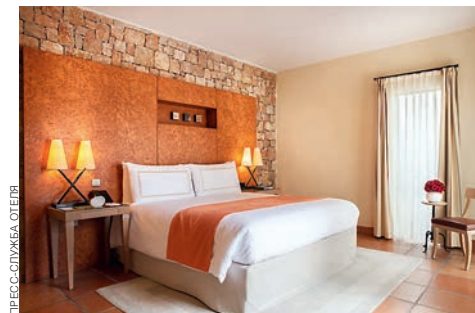
Фотограф: Георгий Кардава
Стилист: София Бурнашева
Сорочка Boss Hugo Boss
Джоггеры Avant Toi («Кашемир и шелк»)
Ботинки Marsell («Кашемир и шелк»)
Часы Apple Watch

Полевой лагерь

Об отеле

Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort

Дарья Казачок |



ТРЕНД на путешествия с конкретной целью и отдых в специализированных отелях набирает обороты. В затерянный в Провансе Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort, к примеру, стоит приехать тому, кто давно мечтал научиться играть в гольф или больше — сразиться на поле с профессионалом.

Для тех, кто выбрал Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort местом для отдыха, вопрос, что лучше — курорты Лазурного берега или тихое очарование французской глуши, давно решен. Из аэропортов Канна или Ниццы они, не задерживаясь на побережье, направляются через залитые солнцем холмы и виноградники Прованса в сторону городка Туррет. Поездка займет не больше получаса. Отель разместился на территории поместья Терр-Бланш, простор трех сотен гектаров позволяет постояльцам вилл, расположенных в удалении друг от друга, в полной мере ощутить, что означает «покой и единение с природой».

Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort носит статус гольф-курорта — несколько раз он возглавлял рейтинг лучших отелей по версии журнала Golf World. Здесь есть

несколько первоклассных полей для гольфистов разного уровня подготовки, тренировочный центр и внушительный штат наставников. В январе 2019 года в отеле открылась академия гольфа Albatros Performance Centre — первый центр во Франции, получивший престижный сертификат Европейской гольф-организации ЕТРП. Одна из причин столь высокой оценки академии — наличие центра биомеханики с огромным арсеналом оборудования, которое позволяет определить, как именно спортсмен привык обращаться с клюшкой во время удара, проанализировать положение его тела, мышечную силу и скорость движений. Такое детальное исследование помогает устранить недостатки, снижающие качество ударов: улучшить стойку, поработать на тренажерах над осанкой и техникой, а потом применить полученные навыки на поле. В гольф-академии Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort могут заниматься дети с четырех лет и взрослые спортсмены любого уровня подготовки. Если он нулевой, то с первого урока тренеры помогут выработать правильную технику удара в разных игровых

ситуациях, если высокий, можно записаться на местные турниры и выбрать себе в соперники одного из наставников.

Когда одометр гольф-кара покажет десяток намотанных по полю километров, а кэдди, помощник игрока, будет падать от усталости — меняйте дислокацию и с поля перемещайтесь в спа-центр. Здесь специализируются на массажах, обертываниях, рефлексологии, стоунтерапии, а недавно центр начал сотрудничать с маркой Valmont и в его меню появилось несколько уходов для лица, разработанных экспертами марки. Их главная особенность — техника массажа butterfly motion: движения рук косметолога напоминают взмахи крыльев бабочки — такие же быстрые, легкие, короткие. Полуторачасовая anti-age процедура Facial Treatment Terre Blanche by Valmont с таким массажем улучшает микроциркуляцию крови и лимфы, расслабляет мышцы, разглаживает мимические морщины и усиливает действие сыроежки, кремов и масок Valmont, которые наносят поочередно.

Для отдыхающих семей, в которой ожидается прибавление: недавно в меню

спа-центра отеля появилось специальное предложение для будущих мам Mother to Be.

Если вы оказались в Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort в сезон цветения лаванды — во второй половине июля, — не упустите возможность увидеть главную достопримечательность Прованса, на время сменив поля для гольфа на другие, лавандовые. Из отеля до них можно добраться на электровелосипеде в сопровождении гида, заказав экскурсию Bikes & Bites. Маршрут велопрогулки проходит через виноградники и сады оливковых деревьев с видом на подножье Альп и старинные французские деревни. Цветущие поля станут только частью мини-путешествия — гости также посетят рынок в крошечном городке Файнс, увидят старую железную дорогу в деревне Сейян, попробуют овечий сыр, вино и оливковое масло на семейной ферме.

Прекрасное завершение дня, посвященного гольфу, поездкам по соседним городам и спа-процедурам, — ужин в ресторане Le Faventia. С бокалом шабли или розе можно отправиться к бассейну, посмотреть, как на темной глади воды отражаются звезды, и вспомнить лучшие моменты игры.

Вертикальный город

Об отеле Arts Barcelona

Владимир Гридин |



САМОЕ высокое здание каталонской столицы. 44 этажа из бетона и стекла в эффектной стальной оплетке уходят под облака прямо с песчаного пляжа. Hotel Arts Barcelona построен по проекту Брюса Грэма. Этому архитектору обязан своими небоскребами Чикаго. Башни Inland Steel Building, Willis Tower, более известная как Sears Tower, и John Hancock Center — его рук дело. Они не только сформировали современный архитектурный облик Чикаго, но и вошли в учебники как эталоны небоскребостроения. Секрет в том, что Грэм сумел перенести элементы высокого искусства в условия городской среды.

Его барселонский проект искусством буквально нашпигован. Перед ним установлена колоссальных размеров скульптура рыбы, плывущей по волнам, работы Фрэнка Гери, знаменитого архитектора-новатора (Музей Гуггенхайма в Бильбао, Walt Disney Concert Hall в Лос-Анджелесе и Танцующий дом в Праге). Став символом и отеля, и набережной перед ним, скульптура является отражением стиля Брюса Грэма и явно с ним перекликается. Ее видно издалека, но сам Гери считает, что в лучшем свете его творение раскрывается при ближайшем рассмотрении. Архитектор предлагал назвать

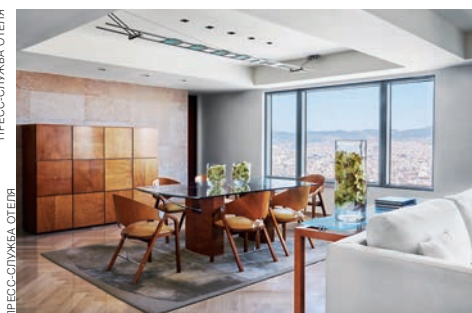
скульптуру «Сардана» в честь национального каталонского танца, исполняемого у дверей кафедрального собора, ассоциируя рыбу с танцем, а отель — с величием собора.

Интерьеры 455 номеров и 28 эксклюзивных двухуровневых пентхаусов в элегантном современном стиле украшены работами каталонских и испанских художников XX века. Среди них ключевая фигура испанского абстрактного экспрессионизма Луис Фейто, постэкспрессионист Альберт Рафолс Касамада, неоабстракционист 1970-х годов Хосе Мануэль Брото, работающий в технике чертежа художник и иллюстратор Перико Пастор, один из немногих барселонцев с мировым именем Хавьер Корберо.

Если коллекция отеля делает его очень похожим на музей, то прочая инфраструктура готова заменить весь окружающий город. Ресторан Enoteca Paso Perez с двумя звездами гордится выбором ингредиентов исключительного качества, простотой и элегантностью подачи, а также креативностью в создании каждого блюда. Бар P41 & Costelarium более демократичен. Названа ему дала 41-я параллель, которая проходит не только через Барселону, но через Нью-Йорк, Рим, Стамбул, китайский ре-

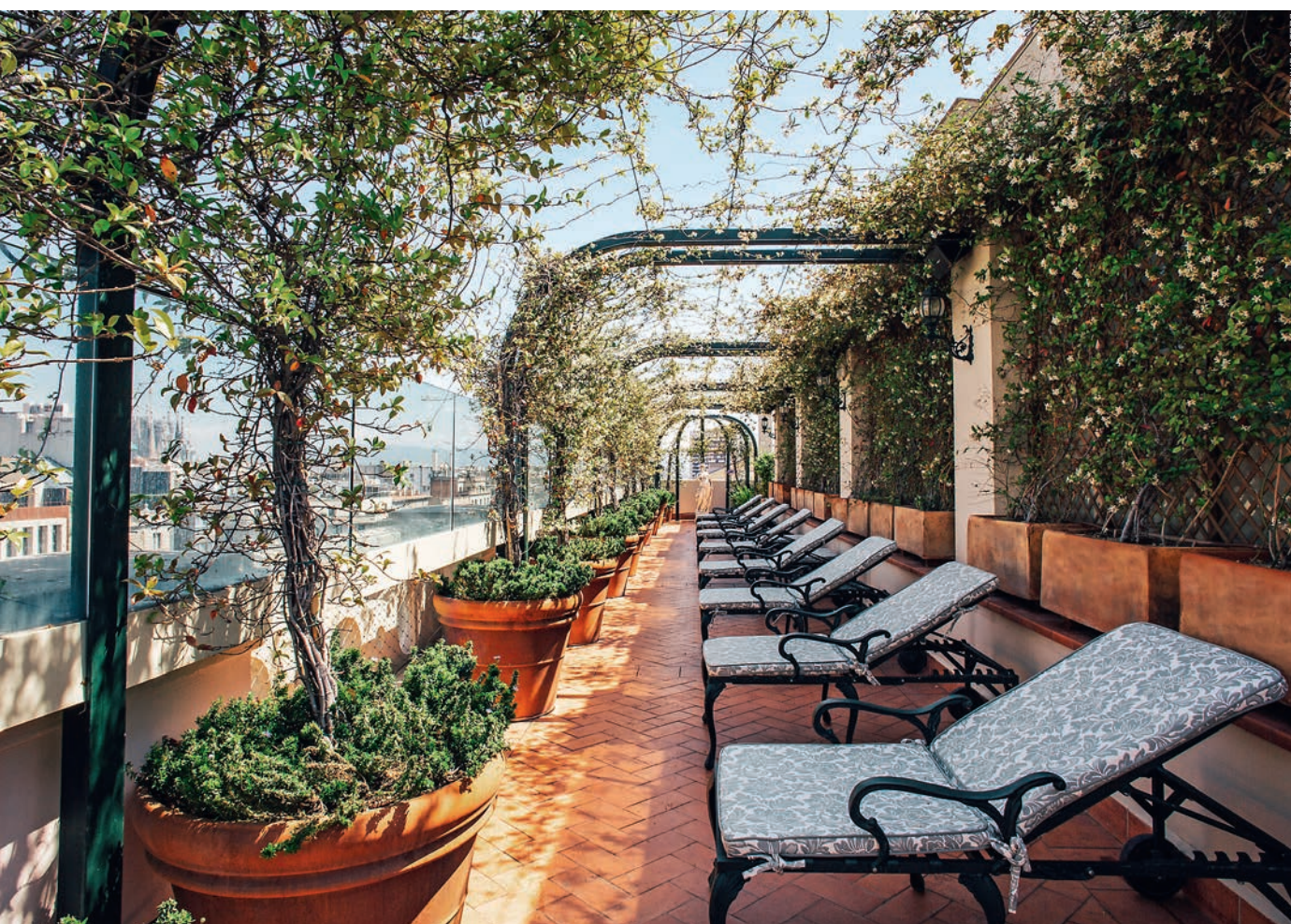
гион Синьцзян и японскую провинцию Муцу. Один глоток — и вы в кругосветном путешествии по вкусам и ароматам мира. Лучший кофе подают в лобби-ресторане Bites. Сюда его присылают небольшие фермы со всего мира. Летом по утрам гости отправляются сначала на бесплатные занятия йогой в саду, а потом на завтраки в Lokal с обширным шведским столом в каталонском стиле.

Особыми привилегиями пользуются постояльцы клубных номеров. The Club — это отель в отеле с собственным лаунжем на 33-м этаже с зоной для отдыха и чтения, гостевой зоной, где подаются блюда, закуски и напитки по пяти особым меню, отдельной стойкой регистрации и консьерж-службой. Однако ничто ни в прямом, ни в переносном смысле не может сравниться с вершиной отеля, его пентхаусами. Их гости действительно свысока взирают на город и Средиземное море, пользуясь уникальными предложениями — от мастер-классов по приготовлению коктейлей под руководством миксолога Диего Бауда до сеансов массажа «на небесной высоте». Приятное дополнение — кабриолет Mini Cooper для путешествий по городу.



Столетний гедонист Об El Palace в Барселоне

Мария Романовская



В ЭТОМ ГОДУ самый парадный отель Барселоны, мини-Версаль, как его часто называют журналисты, El Palace отмечает столетие. Открытый через год после смерти всемогущего Сезара Рица, отель стал городской легендой. Свидетель многих мировых политических и культурных событий, дерзких выходок знаменитостей, отель до сих пор бережно хранит тайны прошлого века.

Интерьеры отеля — все возможные обличья европейской Belle Époque: ориентальные вазы, вручную расписанные обои, чугунные фонари и греческие статуи — все, чтобы входящий сразу почувствовал себя то ли королевской особой, то ли рок-звездой, а их здесь останавливалось немало. Бурные 1970-е ворвались в жизнь El Palace вместе с забойными jam session Ронни Вуда, гитариста Rolling Stones, в баре Bluesman смешали не одну сотню dry martini и следовали завету Ритца: «Слышать все и не запоминать ничего».

Вуд, кстати, время от времени выступает в баре Bluesman, который к тому же украсил собственной картиной.

Во время масштабной реновации, которую провели к столетию, номера и лобби

обновили полностью, используя нереализованные идеи Сезара Рица, а исторический фасад сохранили. Мелочи — то, что делает отель по-настоящему роскошным, повторял Риц. Он первым в свое время придумал оснастить номера ванными комнатами. Он же велел своим подопечным вести строгий учет предпочтений высокопоставленных гостей, чтобы и через пять лет полотенце в номере висело так, как его вешал сам гость. Потому в отеле мягкий рассеянный свет (крайне комплементарный для дам). Когда в ресторанах обсуждали схему расстановки столов, помимо прочего учитывали то, как свет будет отражаться в бриллиантовых колье, брошах и тиаарах гостей. Жена Рица по просьбе мужа надевала свои лучшие украшения и пересаживалась со стула на стул, чтобы помочь обнаружить наиболее выгодные для бриллиантов позиции.

Для настоящих гедонистов два года назад отреставрировали и шесть президентских номеров. Один из них носит имя Сальвадора Дали, и это не просто дань уважения, а память о бурных эскападах яркой личности — один фортель с чучелом белой лошади чего стоит. Как утверж-

дает старейший из консьержей отеля (а он, скорее всего, услышал эту историю от своего предшественника), Дали решил преподнести жене подарок — Гала любила чучела животных. Дали заказал для нее чучело белой лошади и попросил доставить в их номер на шестом этаже. Это событие запечатлено на фотографиях, находящихся в номере.

Есть номер, названный в честь Жозефины Бейкер — отчаянной женщины, танцовщицы, темнокожей Венеры, му-

норамный вид на город и полторы тысячи квадратных метров райского сада с прудами, беседками, журчанием воды, греческими скульптурами, экзотическими растениями. Терраса тоже появилась в результате реновации.

Днем — бассейн и солярий, а вечером — настоящий свинг из шампанского, местной кавы, вида на шпили собора Саграда Фамилия, Dj-сеты, и все это окутано ароматом цветов померанцевого дерева. Музыка, кстати, отдельная важная деталь



зы Ле Корбюзье. Отель стал ее пристанищем во время выступлений в Барселоне, а впоследствии один из номеров получил ее имя. Здесь можно найти не только портреты и картины, посвященные Жозефине Бейкер, но и ее личные вещи и фотографии. Приключениям госпожи Бейкер даже посвятили необычный тур по Барселоне, который можно заказать у консьержей отеля.

В основе империи Ritz лежит союз безупречного отельера Рица и блестящего ресторатора Огюста Эскофье, а значит, кухня во всех отелях знаменитой сети заслуживает отдельного внимания. В ресторане Caelis шеф-повар Роман Форнель, вошедший в историю как самый молодой обладатель звезды Мишлен и в Испании (2005), и во Франции (2001), разделяется с охлажденными омарами и гребешками и взбивает эмульсию из пармезана. В винной карте больше 400 каталонских и французских наименований. Метрдотель в Caelis напоминает, что особенный вечер требует особенного наряда и без костюма вход в ресторан запрещен.

Более непринужденная атмосфера на крыше отеля, откуда открывается па-

в отеле. Помимо диджеев с Ибицы, которые выступают по пятницам на террасе, в лобби играет тапер, а в Bluesman Bar с четверга по субботу живые концерты. Музыкантов подбирает Жан Карадак, куратор джазового фестиваля в Барселоне.

Еще одно место в отеле, куда следует заглянуть, — спа-центр Mayan Luxury Spa, где гостям предлагаются традиционные ритуалы майя в сочетании с французскими косметическими средствами Anne Semonin, оздоровительные и расслабляющие процедуры, уход за лицом, телом и волосами. Здесь же находится единственная в Барселоне сауна темаскаль — индейская баня, которая, по версии коренных жителей Мезоамерики, очищает не только тело, но и душу.

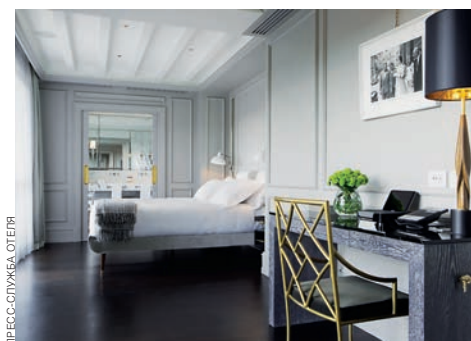
В любом отеле едва ли не самое важное — его персонал. В El Palace многие сотрудники работают по 40 лет. Вся прелесть отеля кроется в чуть церемонном отношении к гостям. И счастье, что старые ключи от номеров так и не заменили пластиковыми картами, а старые патинированные зеркала — новыми. В конце концов, все они безмолвные свидетели меняющегося мира и хранители тех, кто этот мир меняет.



Портрет Флоренции

Об отеле Portrait Firenze Lungarno Collection

Владимир Гридин |



ФЛОРЕНЦИЯ — город ультимативный. В него влюбляются сразу и все без исключения. Однако портрет его у каждого свой. Для кого-то это безупречный купол Брунеллески на фоне нервной кардиограммы кипарисов на тосканских холмах, для кого-то — изысканный рисунок дорожек садов Боболи, для кого-то — сокровища галереи Уффици, для кого-то — последние новинки итальянской моды из бутиков на виа Торнабуони. Совсем рядом с ней, всего в нескольких шагах от вечно переполненного туристами моста Понте-Веккьо, спряталась принадлежащая семье Феррагамо резиденция — отель Portrait Firenze.

На его шести этажах только люксы. Работавший над 37 номерами архитектор и дизайнер Микеле Бонан сумел замешать интеллектуальную простоту классики, современные линии и ювелирной выверенности детали, напоминающие о традициях золотых дел мастеров, издавна обитавших в соседнем Золотом переулке. По заданию Бонана обойщики выбирали оттенки сияющего серого из сотен вариантов, а текстильщики по всему свету охотились за тканями, которые были бы «теплыми» и приятными на ощупь.

На этом фоне словно светятся с огромных фотографий главные звезды 50–60-х годов, оставившие свой след в истории Флоренции: Мария Каллас, Франко Дзеффирелли, Софи Лорен, Элизабет Тейлор с Ричардом Бартоном, маэстро вечерних платьев Роберто Капуччи, примадонна итальянской моды Симонетта Висконти и даже Жанна Ланван, которую некогда привела в такой восторг ляпис-лазурь флорентийских фресок, что именно здесь она придумала свой фирменный цвет — «синий Ланван».

Portrait Firenze, несомненно, отдает дань прошлому и в то же время предлагает своим гостям самим стать частью истории. Огромные кровати, ванны, отделанные «сахарным» каррарским мрамором, просторные гостиные, встроенные кухни и ультрасовременные технологии — в его люксах каждый почувствует себя счастливым жителем Флоренции.

Люксы шестого этажа можно объединить в одни апартаменты площадью 275 кв. м. Легендарный Понте-Веккьо, берега Арно и другие достопримечательности Флоренции окажутся словно на ладони, достаточно выйти на террасу, тянущуюся вдоль здания. Пять спален, шесть ванных

комнат, четыре гостиные станут прекрасной декорацией для званых ужинов, ярких вечеринок или отдыха большой семьи.

Ресторан отеля Caffè dell'Oro не просто напоминает о ювелирах Флоренции (Oro по-итальянски — золото), но и сам во всех смыслах — произведение искусства. Более исчерпывающий сервис трудно себе представить. «Если вы захотите пообедать или поужинать в Caffè dell'Oro, мы не просто забронируем для вас столик, мы забронируем лучший столик», — говорят здесь. Шеф-повар Алессандро Мори создал меню, в котором естественный вкус продуктов безупречного качества стал основой для фантазий на тему традиционной тосканской кухни. Помимо этого здесь лучший во Флоренции вид на Понте-Веккьо.

К портрету вечно меняющейся Флоренции скоро прибавится портрет Милана: шестой отель Lungarno Collection и третий под брендом Portrait откроется там осенью 2020 года. Для него было выбрано место, известное лишь немногим жителям столицы моды: бывшее здание Архиепископской семинарии на Корсо Венеция, построенное в 1564 году, с массивным барочным входом и дополнительным входом с виа Сант-Андреа. Помимо нового отеля Por-

trait Milano в проект реставрации здания семинарии входит открытие ресторанов, торговой галереи и множества необычных пространств для мероприятий. Так что модный центр Милана получит новый центр общественной жизни, а портретная галерея Lungarno Collection — еще один шедевр.



С видом на лагуну

О Baglioni Hotel Luna

Владимир Гридин |



BAGLIONI HOTELS



BAGLIONI HOTELS

островов Лидо к средневековому городу Маламокко. Здесь гостям подадут барбекю с овощами, выращенными местными фермерами. После чего, продолжив лодочную прогулку по маленьким островам Повелья и Сан-Клементе, они смогут полюбоваться видом Сан-Марко на закате.

А кто-то предпочтет попробовать свои силы в стеклодувном деле, ведь поблизости находится знаменитый центр венецианского стекла — Мурано. Увидеть все фазы изготовления стекла, а затем взять трубку стеклодува и самому изготовить классический цветной стакан «Гото». Дети тоже не останутся без дела. Их научат создавать абстрактные квадраты или стеклянные аквариумы, используя уникальные техники.

За тем, чтобы лучше рассмотреть Венецию с ее лабиринтом каналов и переулков, кто-то отправляется на колокольни, а гости Baglioni Hotel Luna — на вертолетную площадку. Совершающие полет над городом увидят его потайные уголки и заветные места, от Лидо до Арсенала, живописно разбросанные по лагуне острова, имеющие статус всемирного наследия ЮНЕСКО. Один из маршрутов проляжет над Кьоджей, городом, известным как Маленькая Венеция, с его многочисленными каналами и мостами, другой — над Езоло, одной из самых любимых итальянских ривьер с более чем десятью милями белоснежных песчаных пляжей.

Впечатлениями от увиденного постояльцы отеля делятся за чашкой кофе или бокалом «Беллини» в кафе Baglioni. Оно выходит на небольшой канал, протекающий вдоль стен отеля. Из кафе открывается вид на знаменитый Королевский сад на площади Сан-Марко. И наблюдая за туристами, которых полно на площади, гости Baglioni Hotel Luna возможно, думают о том, что видели Венецию не такой, как они.

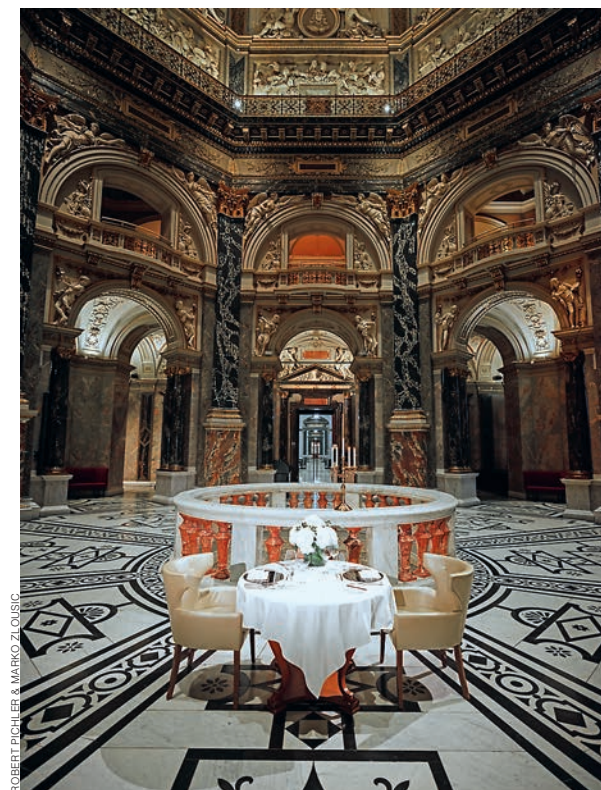
ТАКИЕ места, как венецианский Baglioni Hotel Luna, часто называют «сердцем города». Он расположен неподалеку от площади Сан-Марко, с видом на залив Сан-Марко и остров Сан-Джорджо, в непосредственной близости от самых известных достопримечательностей города. Впрочем, этот старинный венецианский отель, входящий в Ассоциацию ведущих мировых отелей и организацию Fine Hotels & Resorts, и сам достопримечательность. Он не менял своего облика с начала XII века — времен, когда здание гостиницы служило приютом для тамплиеров. В 1574 году он уже был известен как Locanda della Luna. В XVIII веке интерьеры здания были украшены фресками учеников Джамбаттиста Тьеполо. Сейчас ими любуются постояльцы за завтраком в Marco Polo Ballroom.

Размеренную жизнь в отеле его гостям предлагают разнообразить развлечениями в итальянском духе. Например, отправиться с собственной отельной пристани на прогулку по лагуне на деревянной лодке Sweet Molly 1938 года — стильной и комфортной. Лодка винтажная, но ее электромотор суперсовременный и экологичный. Сперва лодка возьмет курс на северо-восток, к острову Виньоле, между Сант-Эрасмо и Ла-Чертоза, затем повернет на юг, вдоль цепочки песчаных

Ретрит в большом городе

О The Ritz-Carlton, Vienna

Владимир Гридин |



МОСКВИЧУ Вена кажется маленькой и уютной, полной чуть старомодной чопорности и шарма. Для венца столицы Австрии — имперский город, средоточие власти, силы и богатства. Но и тот и другой сойдутся во мнении: венский The Ritz-Carlton — отель исключительный. В него превратили четыре дворца XIX века неподалеку от городского парка, концертного зала Musikverein с его знаменитыми рождественскими концертами и великой Венской оперы, только что отметившей свое 150-летие.

Спокойный и элегантный, отель принимает своих гостей в просторных номерах и люксах, часть из которых дает доступ в клубный лаунж на седьмом этаже. Здесь есть отдельный консьерж, в буфете большой выбор еды, шампанское, а детский уголок с книгами и настольными играми займет на пару часов малышей. Presidential Suite отеля — сама респектабельность, а отель в целом — редкий пример удачного размещения в самом центре города, но вдали от суеты.

Это качество ценят и сами венцы. Их часто можно застать в барах и ресторанах отеля. В Dstrikt Steakhouse готовят

на угольном гриле Josper стейки из говядины высочайшего качества от австрийских фермеров. Здесь каждое воскресенье сервируется стейк-бранч с видом на знаменитый бульвар Ringstrasse. Из Atmosphere Rooftop Bar на восьмом этаже отеля открывается прекрасный вид на центральные улицы города, необязательно даже забираться на колокольню собора Святого Стефана. D-Bar выбирают знатоки миксологии: шоу-коктейли, выдержанный в бочках ром, собственный джин с цветочными нотами альпийской розы, бузины и лаванды и возможность выиграть напиток за счет заведения дополняет выбор отличных сигар.

Гордость отеля — новый ресторан Pastamara, который открылся в декабре 2018 года. Шеф-повар Чиччо Султано постарался превратить его в бар с родной для него сицилийской кухней. Пример меню: араничини, фаршированные рисовые шарики, которые можно приобрести практически на каждом углу в Катании и Палермо. Сладкие трубочки канноло с рикоттой и цукатами, ньокки по-рагузски, филе рыбы-меч с томатным соусом, спагетти с боттаргой — все это выглядит ярко и соблазнительно.

Добавьте к этому ежевечерний аперитив, когда в зале появляется тележка с ингредиентами для приготовления негрони, и вам покажется, что вы попали в родной город Султано, Рагузу, где находится его ресторан Duomo, гордящийся двумя звездами Michelin. В Pastamara бронировать столик необязательно, поужинать можно и за барной стойкой, поэтому сюда любят заглянуть перед походом в оперу или после посещения одной из множества художественных галерей.

В отеле есть и спа — с сауной и парной, 18-метровым крытым бассейном с подводной музыкой и фитнес-залом, — где прекрасно восстанавливать силы. Здесь придерживаются холистического подхода к оздоровлению, а в процедурах используют органическую косметику премиального австрийского бренда Susanne Kaufmann, ингредиенты для которой собираются в экологически чистой и почти не тронутой человеком местности в Западной Австрии — Bregenz Forest.

Консьерж отеля The Ritz-Carlton, Vienna Филипп Фойт рекомендует этой осенью обязательно посмотреть выставку работ средне-

ОТЕЛЬ THE RITZ-CARLTON, VIENNA ПРЕДЛАГАЕТ СВОИМ ГОСТЯМ ОСОБУЮ УСЛУГУ «ИМПЕРАТОРСКИЙ УЖИН». ПЕРСОНАЛЬНО ДЛЯ НИХ КУРАТОР ВЕНСКОГО МУЗЕЯ ИСТОРИИ ИСКУССТВ ПРОВОДИТ ЭКСКУРСИЮ ПО ОСНОВНЫМ ВЫСТАВКАМ, ПОСЛЕ ЧЕГО В КУПАЛЬНОМ ЗАЛЕ МУЗЕЯ ГОСТЯМ ПОДАЕТСЯ УЖИН ИЗ ПЯТИ БЛЮД. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ ДО 23 ДЕКАБРЯ 2019 ГОДА ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНОМУ ЗАПРОСУ

векового живописца и графика Альбрехта Дюрера в галерее Альбертина (с 20 сентября). К собственному собранию галереи кураторы добавили картины со всего мира, и в итоге на выставке будет представлено более 200 работ мастера. 15 октября в венском Музее истории искусств откроется выставка Caravaggio & Bernini. Выдающиеся произведения раннего римского барокко расскажут, как эмоции стали предметом живописи и скульптуры. Не менее интересным, хоть и менее духовным, станет кулинарный тур с шеф-поваром отеля по продовольственному рынку «Нашмаркт». Вниманием гостей стараются окружать не только в стенах отеля The Ritz-Carlton, Vienna, но и за его пределами, предлагая исключительные развлечения, и это действительно высший пилотаж сервиса.

Московские привилегии

О предложениях The Ritz-Carlton, Moscow

Владимир Гридин |



В РЕСТОРАНАХ O2 LOUNGE и THE RITZ-CARLTON LOUNGE & BAR УЧАСТНИКАМ ПРОГРАММЫ PRIVILEGES BY THE RITZ-CARLTON ДОСТУПНЫ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ И ОСОБЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КОРОЛЬ отельеров и отельер королей Цезарь Ритц основал феенебелные отели в Париже и Лондоне, положив тем самым начало известной всему миру сети. Тринадцатый ребенок в семье фермера, разводившего коз на альпийских пастбищах, объявил, что клиент всегда прав, и превратил свое имя в синоним комфорта, элегантности и люкса. Это при Ритце впервые появились такие кажущиеся ныне обыденными атрибуты, как ванна в каждом номере отеля, легкие и светлые ткани, облегчающие уборку, изобилие свежих цветов, возможность использовать лобби как гостиную. Недаром в английском языке прочно обосновалось прилагательное ritzy — роскошный.

Гости московского The Ritz-Carlton привыкли к фирменному ритцевскому гостеприимству, способному создать для них не иллюзию, а настоящий дом в центре мегаполиса. Однако отель решил предложить им еще больше — программу Privileges by The Ritz-Carlton. Она включает годовой доступ к широкому спектру привилегий отеля, а также эксклюзивные сертификаты на комплиментарные услуги в подарок.

Участники программы могут воспользоваться особыми гастрономическими предложениями, специальными условиями проживания, обслуживания в спа и проведения мероприятий.

«С большим удовольствием объявляем о запуске Privileges by The Ritz-Carlton, первой в своем роде программы привилегий в компании, — говорит Бернд Кулен, генеральный менеджер The Ritz-Carlton, Moscow. — Программа была создана и разработана с учетом потребностей современного путешественника. Она предлагает нашим участникам на выбор четыре уровня с разным набором привилегий и сертификатов».

Программа устроена так, чтобы каждый ее участник мог получить именно то, что ему необходимо, чего он хочет, даже если еще не знает об этом. Например, в ресторанах O2 Lounge и The Ritz-Carlton Lounge & Bar участникам программы доступны специальные цены и особые предложения во время обеда, встречи с друзьями или деловыми партнерами. Кроме того, они смогут заглянуть в историю России путем знакомства с традиционными церемония-

ми чаепития или сабражем — способом открывания бутылки шампанского саблей, который изобрели русские гусары.

Кроме того, программа предлагает посещение клубной гостиной The Ritz-Carlton Club с кулинарными презентациями в течение дня и тематическими ужинами по рецептам разных кухонь мира. К услугам гостей здесь отдельная служба консьержей и летняя терраса с видом на Красную площадь и Кремль. Команда экспертов отеля поможет спланировать и воплотить в деталях любое событие, будь то торжественный гала-ужин, свадебная церемония или небольшое мероприятие.

Privileges by The Ritz-Carlton удобна и бизнесменам. Она включает специальные условия на банкетное меню для частных мероприятий в конференц-залах The Ritz-Carlton, Moscow, специальные цены на проживание в The Ritz-Carlton, Moscow, включая сертификаты на размещение, на услуги The Ritz-Carlton Spa, в том числе на процедуры и посещение бассейна, пространства релаксации и фитнес-студии, на услуги салона красоты Веры Шубич и даже парковку на Тверской, 3.



«Мы старались не испортить уникальное место»

Аугусто Орсини о виллах и гольфе в Монте-Арджентарио

ГИБРИД отеля и кондоминиума — кондотель, клиенты которого могут купить апартаменты, а не только арендовать, пришел в Италию. И сразу в самом дорогом варианте — в виде роскошных вилл, построенных на территории отеля Argentario Golf Resort & Spa на побережье Тосканы в охраняемой природной зоне Монте-Арджентарио. Почти одновременно Профессиональная ассоциация гольфистов (ПАГ) решила разместить там же свою итальянскую штаб-квартиру. О том, что все это значит для страны, спорта и туризма в стиле dolce vita, Алексей Соколов поговорил с владельцем отеля Аугусто Орсини.

— Что, помимо престижа и дополнительного внимания к отелю, дает вам присутствие ПАГ?

— Во-первых, по контракту ближайшие четыре года мы будем принимать финалы старейшего турнира — Открытого чемпионата Англии. Во-вторых, наша академия гольфа будет теперь находиться под эгидой ПАГ, и там будут работать специалисты ассоциации. Сейчас мы как раз начинаем расширять наше тренировочное поле, чтобы оно соответствовало стандартам ПАГ.

— Давайте теперь поговорим о ваших новых виллах. Почему вы решили сделать на них ставку?



— Почему ПАГ решила обосноваться в Италии именно сейчас?

— В 2022 году в Риме пройдет Кубок Райдера, так что ассоциации нужно быть поближе к месту событий. Было несколько вариантов, но выбор пал на нас. По многим причинам. От отеля до Рима — час пятнадцать на машине, а прилетать можно и в Гроссето, это еще ближе. Наши фитнес-центр и спа во многом ориентированы на гольфистов. Но главное — у нас прекрасное чемпионское поле на 18 лунок и площадью более 6 тыс. кв. м, на котором можно играть круглый год.

— А на других итальянских полях нельзя?

— Проблема других полей — ветер, который поздней осенью и зимой бывает достаточно сильным. Наше поле уникальное, оно защищено от ветра холмами, и днем в любой сезон можно играть в майке или рубашке.

— Район Монте-Арджентарио всегда считался престижным. Здесь много прекрасных вилл. Например, долгие годы тут была летняя резиденция королевы Нидерландов. Но содержание недвижимости в Италии — дело весьма обременительное, а мы предлагаем роскошную виллу, рассчитанную на самый взыскательный вкус, всю заботу о которой берем на себя. Плюс клиент может пользоваться всеми услугами лакшери-отеля: консьерж, фитнес-и спа-центры, корты, гольф, рестораны, трансфер на пляж — все, что пожелаете. По моему, такое предложение непременно должно заинтересовать. К тому же, когда вы не планируете жить на вилле, можете сдать ее через нас в аренду и окупить все расходы.

— А какой процент от дохода получает владелец виллы?

— Он получает 50%. Так что для него это выгодная сделка.



— Вы предлагаете уже готовые виллы?

— У нас есть виллы нескольких типов, из которых можно выбрать. И есть три варианта интерьеров, разработанных нашим дизайн-бюро: вы можете комбинировать их по своему усмотрению. Мы уже построили семь вилл, планируем еще 20 или 25, благо территория у нас огромная и позволяет это сделать.

— Ваш отель находится в охраняемой природной зоне, какие ограничения это на вас налагает?

— Мы с самого начала старались ничем не испортить это уникальное место. Отель с садами на крыше так вписан в окружающий ландшафт, что с некоторых точек его вообще не видно. Конечно, мы отказались от химических удобрений, стараемся максимально использовать естественное освещение (поэтому, кстати, на виллах такие большие окна) и натуральные материалы. По сути, мы живем в лесу, делаем свой мед, свое оливковое масло, которое использу-

ется в косметической линии в нашем спа, выращиваем овощи на огороде для нашей кухни. Так что речь не столько об ограничениях, сколько о нормальной, гармоничной жизни. Единственное неудобство, которое доставляет близость природы, — непрошенные гости на поле для гольфа. Обычно — кабаны и косули, хотя заходили и лошади, сбежавшие с соседней площадки для поло.

— Вы всю жизнь занимаетесь тем, что организуете отдых для других. А когда вы отдыхаете сами?

— Когда играю в гольф. В отеле на это, как правило, нет времени, а в поездках захожу поле и иду играть. Мой отец был одним из первых энтузиастов гольфа в Риме, играл за любительскую сборную Италии, стал даже чемпионом Европы. И меня привел на поле в шесть лет. Но если уж быть до конца откровенным, то лучший отдых — это три часа в самолете, когда включен мобильный.



«У француза всегда есть время на еду»

Эрик Фрешон о кулинарных традициях



13-ЛЕТНИМ мальчишкой в родной Нормандии Эрик Фрешон открывал устрицы в сезонном ресторане, чтобы накопить на велосипед. Сегодня ему 55 лет, и он один из лучших поваров своего поколения во Франции: 20 лет в Le Bristol, 10 лет и три звезды Мишлена в Epicure. О том, каково это — готовить современную историю французской кухни, что такое «живой» хлеб и стоит ли вести ребенка в мишленовский ресторан, Эрик Фрешон рассказал Марии Сидельниковой.

— В этом году у вас двойной юбилей.
— 20 лет в Le Bristol — редкость в карьере повара. Так долго никто из моих знакомых-коллег не работал в palace (высшая категория пятизвездных отелей, во Франции всего 25 «дворцов»). — «Коммерсант. Стиль»). Но рабочие условия в Le Bristol — и материальные, и человеческие — мечта любого шефа, поэтому и время летит незаметно. Другое дело три звезды Мишлена у Epicure. Когда я пришел, была одна. Затем в 2001-м дали вторую. Третью ждали восемь лет и дождались. Но в любой момент можем ее лишиться. Звезды нам не принадлежат.
— За эти 20 лет гастрономические вкусы и моды менялись, и не раз. А как менялась ваша кухня?
— 20 лет назад я готовил по-другому. Не так утонченно и креативно, как сегодня. Но основа моей кухни — самый лучший и самый качественный продукт — остается неизменной. Ведь фуа-гра, трюфели и устрицы хороши сами по себе, и, не умаляя их вкуса,

можно сделать фантастические вещи. Моя кухня очень традиционна, но в то же время очень современна. Например, я люблю соусы. Но готовить их по рецептам Эскофье, конечно, сегодня уже нельзя. Вкусы изменились: тяжелые, замешанные на муке соусы, под которыми не разобрать, что в тарелке, остались в прошлом.

— Традиционная французская кухня — это всегда местные продукты.

— Да, и мне это очень нравится...

— Но вы-то в Париже. Здесь нельзя вырастить свою утку и негде выловить гольца.

— И не надо. Пусть их выращивают в Ландах и ловят в альпийских озерах, а привезут их первым делом все равно в Париж. Сегодня все лучшие продукты сначала приезжают в столицу.

— Юбилейное меню Epicure составлено из ваших главных блюд. Расскажите, как повар придумывает свой шедевр?

— Шедевр или нет — это уже клиент решает. Но вот, например, мои макароны, фаршированные трюфелями, артишоками и фуа-гра, уже 20 лет в меню, и их очень любят. Значит, я что-то угадал. Хотя изначально они были не отдельным блюдом, а гарниром к мясу. Я экспериментировал с ними, когда у меня был свой ресторан, до прихода в Le Bristol. Много пробовал вариаций — с сельдереем, с артишоками, с чем-то еще, и в итоге сложилось наилучшее сочетание.

— Многие шефы заводят ферму, сажают свой огород. А у вас своя мельница, которая находится здесь же, в Le Bristol,

и вы делаете свой «живой» хлеб. Такого не было еще ни в одном palace. Зачем?

— Во Франции с хлеба начинается любая трапеза, французы очень любят хлеб, это наша гордость. Где вы видели француза без багета?! (Смеется.) Но качественный хлеб, произведенный не из промышленной муки, а из отборных, редчайших сортов пшеницы, — это роскошь. И я решил, что мы можем и должны ее себе позволить. Я познакомился с Роланом Фойасом, он по всему миру собрал лучшие сорта пшеницы. Привозил их, например, из Ирана. Я слышал, что в России одно время было модно все есть без хлеба. Но хлеб тут ни при чем. Его репутация пострадала из-за плохой муки. Люди просто не переносят ее. Мы же знаем, как и где растет наша пшеница, сами ее мелем и сами печем. Каждый день в десять утра из печи выходит наш «живой» хлеб.

— Французы славятся своим воспитанием, в том числе и гастрономическим. Вкус к еде нужно прививать с пеленок?

— Лучше да. И я даже написал об этом книгу. Наша память очень избирательна, поэтому своему сыну я давал пробовать каждый продукт отдельно и в натуральном виде. Это очень важно. Фрукты отдельно, овощи отдельно. И с момента, когда он хорошо запомнил вкус каждого продукта, я начал вводить усложнения, делать ассоциации. Что-то самое базовое, сельдерей и перец например. Следующий шаг — специи. И так постепенно я повышал мощность и сложность: от простых блюд к более изысканным.

— И что, французские дети не плюются едой?

— Кулинарные традиции французов непоколебимы. Прием пищи для нас — ритуал, это наша культура. Мы уделяем еде время, накрываем на стол, едим за столом, тогда как мировая тенденция иная: люди едят между делом, перекусывают. Сесть и поесть — сегодня роскошь, это время, а современный человек не хочет его терять. Еда уходит из повседневной жизни. Но у нас, французов, всегда есть время для еды. Почему во Франции не приживается уличная еда? Да потому, что мы не приучены и, надеюсь, никогда не приучимся есть на ходу. И дети должны сидеть за столом со взрослыми, смотреть, как едят они, и видеть этот ритуал с пеленок. Вы же не плюетесь за столом, почему они должны?

— А в гастрономический ресторан с какого возраста можно приводить детей?

— В Epicure несколько раз мне доводилось видеть детей шести-семи лет, и это были дети, достойные своих родителей. Я был поражен их манерой держаться, вести диалог, тем, как они воспитаны и как воспитан их вкус. Рядом с таким мальчиком ты сам невольно выпрямляешь спину. Я не ожидал такой гастрономической культуры. Все из семьи. Им с детства объясняют, что они едят и почему это именно так.

— Нельзя ли перекормить?

— Когда вкусно и красиво — нельзя.

«Важно передать русский вкус, сохранить его»

Владимир Мухин об эволюции кухни

РЕСТОРАН White Rabbit поднялся на 13-е место в списке 50 лучших ресторанов мира — The World's 50 Best Restaurants. Шеф-повар ресторана Владимир Мухин рассказал Владимиру Гридину о талантливых поварах, пропасти между fine dining и обычными ресторанами и отношениях гастрономии с политикой.

— В России очень резко сменилось поколение поваров. На кухнях редко встретишь людей за сорок. Почему?

— Мне отец сказал: знаешь, мы в свое время шли в повара ради сытости. Зарплаты были маленькие, приходилось тащить продукты с кухни. А сейчас повара работают за идею, за качественную еду, которую делают. Эта профессия кардинально изменилась. Очень много талантливых шефов появляется. Это люди «укушенные», им не все равно, они хотят изменить мир своей едой. То же происходит и в других странах, но не так быстро.

— Ты много говоришь о популяризации русской кухни, но найти русский ресторан в городе — не самая простая задача.

— Согласен. Популяризовать русскую кухню, говорить о ней как о тренде за границей можно только тогда, когда мы сами начнем это есть. А мы пока не начали. Русская кухня — понятие очень сложное, она же эпохами менялась. Там и средневековье, и Петр I, и дворянский XIX век. Мне кажется, главная задача наша сделать так, чтобы у каждого из регионов нашей страны появилось гастрономическое лицо. Тула — это ведь не только тульский пряник. Там по-особому солят огурцы, например, а недалеко от Тулы есть городок Крапивна, где отмечают праздник крапивы. Устра-



ивают крапивные бои, пекут крапивные пироги, ставят крапивный квас. Россия идет вперед семимильными шагами, при этом у нас свой путь. И, конечно, эмбарго, фактор, которого нет нигде. Не было такого прецедента нигде в мире, когда люди в один день отказались от всех продуктов из-за границы.

— Ты не чувствуешь себя оторванным от реальности?

— Действительно, есть пропасть между московскими ресторанами высокой кухни и всем остальным фуд-ландшафтом, я это

чувствую. Значит ли это, что домохозяйки должны готовить так же, как мы? Наверное, нет. Мы работаем с современной русской кухней и на процесс приготовления еды смотрим как на создание произведения искусства. У нас в «Кролик» можно попробовать и борщ с жареными карасями, и холодец, и окрошку, и бородинский хлеб, но все это приготовлено в обновленном виде. Эта еда понятна всем — и русским, и иностранцам. Последним — за счет современной подачи. Но мы не должны играть настолько, чтобы превратить еду



в пену и желатин. Тут важно передать русский вкус, сохранить его. На фоне бананов и сникерсов русские березки смотрятся очень зыбко, если такая метафора понятна. И даже если ты сидишь под пальмой или в пентхаусе и пробуешь русскую кухню, то и с закрытыми глазами ты должен почувствовать себя в России.

— Политика и кухня связаны?

— Несколько лет назад я составил дегустационное меню с крымскими продуктами, и через два месяца Крым стал частью России. Так совпало. Гастрономия вне политики, но иногда с ней соприкасается. Когда в прошлом году мы заняли 15-е место в рейтинге, ко мне подошел знаменитый шеф Массимо Боттура и сказал: «То, что ты делаешь для России, очень круто на фоне этого скандала в Англии». Там было дело Скрипалей, и все только о нем и говорили. Для меня еда — однозначно вне политики. Наоборот, русский стол — это место, где можно найти что-то общее в людях. Говорят, когда ты с женой в ссоре, но завтракаете вы за одним столом, у вас есть будущее.

— Если не политика, то с чем ты связал бы кухню?

— С искусством. На фестивале Ikra мы делали несколько театральных постановок, где еда встречалась с мифами и историей в пространстве перформанса. Осенью на Ikra Talks к нам приедет масса интересных спикеров, некоторые из них будут как раз говорить об арте. Это реальная магия.

— Есть ли у России потенциал стать фуд-направлением мирового масштаба?

— Не стоит упускать момент. Главная задача сейчас — не растеряться. Я помню, как мы попали на 23-е место сразу после 71-го. Это был самый тяжелый год в нашей жизни. Ресторан у нас был забронирован сразу на несколько месяцев вперед. Вероятно, то же самое происходит и в Twins Garden у Березуцких. Сейчас важно не гнаться за деньгами, а понять, кто мы, зачем пришли в этот мир и что нам нужно сделать для русской кухни.

— Ждешь ли ты государственной поддержки, или White Rabbit Family сам справится с продвижением русской кухни за границей?

— Я перестал верить в это все и не жду поддержки... Хотя гастрономия может оказать влияние на развитие туризма, способствовать росту сельского хозяйства в стране, образованности людей, наконец.

«Мы сделали ставку на новизну идей и исполнение»

Братья Березуцкие о еде как культурном коде



ШЕФ-ПОВАРА Иван и Сергей Березуцкие переехали со своим рестораном с Малой Бронной на Страстной бульвар, переименовали его из Twins в Twins Garden и неожиданно быстро взлетели в мировом рейтинге The World's 50 Best Restaurants на 19-е место. Владимир Гридин поговорил с братьями-шефами о важности нового взгляда на гастрономию и горячем сердце.

— Стал ли для вас подарком результат рейтинга?

Иван: Сразу после объявления результатов начался поток звонков. Люди бронируют места на октябрь, ноябрь, декабрь. Они планируют путешествия, планируют приехать в Москву и прийти к нам. В первые дни было очень сложно с посадкой. Нам пришлось разложить очень сложный пасьянс, чтобы посадить одно из первых лиц, которое неожиданно решило у нас поужинать. **Сергей:** Мы прилетели в семь утра, приехали домой, помылись и в 12 часов уже были на кухне. Подарок 50 Best — еще больше работы, чтобы сделать все лучше. Потому что внимание к нам сейчас такое, что голо-

ву просто срывает. И ты понимаешь: блин, чувак, еще больше надо работать!

— С каждым годом такой взлет становится все сложнее, в «полтиннике» годами стоят одни и те же рестораны. В последнее время рейтинг стали активнее ротировать, чтобы дать ход новой крови. Если не принимать в расчет копенгагенский Noma, который три года подряд был первым, то ваш подъем самый скоростной. Что вы такое готовите, что поднялись в рейтинге с 72-го места сразу на 19-е?

С.: Fine dining во всем мире скатился к 50 одинаковым продуктам. Какое дегустационное меню ни возьми, везде будет черная икра, трюфели, лобстеры, морские ежи, говядина вагю и прочие супердорогие продукты. Ты колесишь по миру в поисках колорита, а получаешь одно и то же. Гурманы подустали от этого. Мы от этого набора ушли и сделали ставку на новизну идей и техническое исполнение. Многие признают, что не видели нигде больше овощей сразу и на тарелке, и в бокале, как это сделано в нашем овощном дегустационном сете. Пэринг из овощных блюд и овощного

вина не делал никто до нас. Жоан Рока прямо сказал, что мы — будущее гастрономии. Мы скромные парни, поэтому не будем спорить с мэтром.

И.: Мы приглашали к себе в гости и шефов, и прессу, хоть и в разы меньше, чем другие рестораны, и все они отмечают новый взгляд на продукты, на технику. Новый взгляд в гастрономии тоже невероятно важен. Мир меняет меньшинство, в этом вся суть. Мы не просто подобрали блюда к напиткам. Под наш сет мы положили научную историю о том, что вкус продукта сконцентрирован. Мы либо убирали жидкость, либо добавляли, выявляя особенности вкуса. Взяли обычную белокочанную капусту с самым маленьким потенциалом вкуса и добавили к ней мозги!

— Что вы думаете по поводу такого модного тренда, как безотходность на кухне?

С.: Это хорошее дело, но должно идти от сердца, а не из головы. Для нас это естественный выбор. Мы берем морковку, моем ее и чистим. Очистки выбрасывать глупо, у нас ведь ферма есть, коз от такого сочного корма не оттащишь. Верхние листья капу-

сты тоже отправляются им, как и сухари. Отходы мы собираем и дважды в неделю отправляем на ферму. И делаем так не потому, что это в моде, а потому, что иначе невозможно, потому что это твоё молоко и вкус молока, которое ты получаешь. Это часть жизни. — Есть ли у России шанс стать привлекательной для международного гастротуризма?

С.: Я уверен, убежден, что повара смогут сделать так, чтобы люди приезжали в Россию не только ради балета и театра, Красной площади и медведей, но и ради еды. Еда — это часть культурного кода страны. И то, что пять ресторанов попало в рейтинг, — огромный прорыв. Чемпионат мира по футболу, на который приехало так много народу со всего света, нам здорово помог. Они увидели, что в России все давно не похоже на стереотипы времен холодной войны. Важно сейчас самим все не упустить, потому что есть хороший шанс всем объединиться и показать свои способности.

И.: Если мы сами не будем популяризировать свою страну в плане гастрономии, никто не поможет. Испанцы, скандинавы, Чили, Перу сделали себя сами, рассказывая о себе миру. У них пошел туристический поток, они стали гастрономическими направлениями. Мы тоже так можем и должны поступить!

— Куда вы советуете идти иностранным гостям, которые интересуются русской кухней, кроме собственного ресторана?

С.: Мы обычно отвечаем вопросом на вопрос: «Чего ты хочешь?» Хочешь пельменей с водкой? Иди в «Живаго». Хочешь понять тонкости старой русской кухни? Пробуй ее в «Матрешке» у Влада Пискунова. Нужен гастрономический уклон? White Rabbit и Selfie ждут. Икры хочешь черной? Иди в «Белугу». Интересна дичь и классика русской кухни? Тогда «Честная кухня» Сергея Ерошенко — правильный выбор. Возможно, русская кухня не массовая, но общаешься с человеком, и оказывается, что в Москве миллион этих ресторанов, которые и нам самим нравятся и куда людей отправить не стыдно, чтобы понять русский вкус.



В ПУТЕШЕСТВИЕ приглашают две недавно появившиеся в продаже серии ароматов. Их изучила и представляет Роксана Киселева.

НОВЫЕ АРОМАТЫ TIZIANA TEREZI

Бренд Tiziana Terenzi, которым уже много лет владеет одна семья, представил в Москве унисекс-аромат Lince, созданный после семейной поездки на Сицилию, в Палермо. Казалось бы, если Сицилия, то духи должны явственно пахнуть цитрусами. Но это другой случай. Хотя бергамот, апельсин, грейпфрут в пирамиде есть, на первый план все же выходят ваниль и пудра.

Кроме Lince в России поступили в продажу еще два аромата марки: восточный Caput Mundi и цветочный Spirito Fiorentino.

Мягкие ноты

О парфюмерных новинках осени



ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА YASER, BVLGARI

Мужской аромат из коллекции Le Gemme, «духов-самоцветов» компании Bvlgari, назван Yaser — в честь кроваво-красной яшмы и ее персидского имени «яшп». Парфюмер Жак Кавалье создал «запах яшмы» из нот индийского сандалового дерева, мускуса, специй и белых цветов. Этот аромат, как и все из линейки Le Gemme, напоминает о «пути самоцветов», по которому с Востока доставлялись не только драгоценные камни, но и парфюмерные ингредиенты.

В серии помимо Yaser еще две новинки, общая база для всех трех ароматов — мускус, но аккорды разные: в «белом опале» Oralon сильна цитрусовая нота, а в «соколином глазе» Falkar — кожаная.

Yaser понравится не только мужчинам, но и женщинам: мускус в нем звучит мягче, чем можно было бы ожидать от мужского парфюма.

Любовь и космос

О коллекции Avgvst и Дельфина



«2001 ГОД: КОСМИЧЕСКАЯ ОДИССЕЯ». РЕЖИССЕР СТЭНЛИ КУБРИК, 1968 ГОД



АНДРЕЙ ЛЫСКОВ И НАТАЛЬЯ БРЯНЦЕВА В БУТИКЕ AVGVST JEWELRY НА ПАТРИАРШИХ ПРУДАХ

26 СЕНТЯБРЯ в продажу поступает унисекс-коллекция украшений J2000.0, которые придумали основатель бренда Avgvst Наталья Брянцева и музыкант Дельфин (Андрей Лысков). Встретившись с ними в разгар съемок клипа к одноименной песне, приуроченного к выходу коллекции, Наташа Поцхверия выяснила, как страхи помогают созидать и при чем здесь любовь.

— Екатеринбург и Москва — вы чувствуете разницу?

Андрей Лысков: Город — это люди. Я не чувствую разницы между людьми. Мне везет на хороших.

Наталья Брянцева: В Екатеринбурге, думаю, люди знают истинную цену вещей. Там больше честности.

— И все-таки что объединяет московского музыканта и екатеринбургский бренд украшений?

А. Л.: Наташа обратилась к моему директору с предложением. Мы встретились в баре. И стало понятно, что мы друг друга слышим очень точно и правильно. Честно говоря, об украшениях Avgvst я ничего не знал до знакомства с Наташей, а вот моя дочь очень живо отреагировала.

Н. Б.: У меня была давняя мечта — сделать мужскую коллекцию. Музыку Дельфина я всегда любила. Андрей — воплощение стиля в музыке, идеальная муза для меня. Решила рискнуть и предложить сотрудничество.

— Как появилась тема космоса?

Н. Б.: В том самом баре я смотрела на украшения Андрея. Он носит кольцо с инопланетянками, у которого интересная история. А мне давно хотелось сделать коллекцию украшений, которые будто бы созданы не на Земле, а прилетели из космоса. Андрей подметил, что многие мои работы похожи на летающие объекты. На этой теме мы и сошлись.

А. Л.: Скорее на теме отображения космических объектов в кино, того, что происходит внутри космического корабля. В Наташиных украшениях тема отлично считывается.

Н. Б.: Мы обсуждали космос, то, как мы его себе представляем. По фильмам, естественно. Единственный человек, ответственный за визуализацию космоса, — художник-футурист и дизайнер Сид Мид. Именно он придумал дизайн всех космических кораблей для фильмов «Космическая одиссея», «Стар Трек», «Бегущий по лезвию» и многих других. И меня всегда волновал вопрос, как будут выглядеть украшения через 100–200 лет, каким вообще будет промышленное производство объемных объектов. С Андреем мы как раз обсуждали «Космическую одиссею», и я провела целое исследование работ Сиды Мида. Его любимая форма — цилиндры с усеченными плоскостями в форме эллипсов. Так появилась идея «заворачивать» их в кольца. Получилось использовать тему космоса, но без прямых ассоциаций со стим-панком и ретро-футуризмом. Мне

хотелось создать что-то вне времени. Координатам небесных тел всегда сопутствует код J2000.0 — этот код выгравирован на каждом украшении. У Андрея, кстати, есть песня о пилоте космического корабля, который пишет жене письмо о том, что он «нигде» и никогда не вернется.

— Люди романтизируют космос, но на самом деле он страшный и опасный. Есть ли у вас ощущение опасности?

А. Л.: Наша коллекция — результаты раздумий, примирения, успокоения, принятия. Может, нам и правда страшно. А делая это, мы становимся спокойнее.

Н. Б.: Мы никогда не сможем представить себе космос таким, какой он есть. И это наша попытка его визуализировать.

— Любый ваш продукт — это результат внутреннего переживания?

А. Л.: Лично для меня это верно. Это пережитые истории, иногда моменты саморазрушения складываются в нечто интересное. Боюсь, что если бы я не предавался саморазрушению, то не был бы тем, кем являюсь, не сделал бы ничего того, что сделал. Я делал бы что-то другое.

Н. Б.: Саморазрушаясь, ты созидашь.

А. Л.: Сам от себя куски отрываешь.

Н. Б.: Закон сохранения энергии.

— Скоро выйдет клип, где украшения из вашей коллекции играют главную роль. Расскажите об этом подробнее.

А. Л.: И песня, и клип — про любовь. История о том, что какие-то странные аппараты прилетают на планету Земля. На самом деле это кольца Avgvst, увеличенные в несколько раз. Они висят в воздухе и распространяют флюиды любви. И все вокруг начинают целоваться.

— Изменилось ли ваше отношение к любви за эти годы? В своих стихах вы говорили, что «любовь страшнее прыжка с крыши»...

А. Л.: Думаю, что я больше теперь про любовь знаю, с каждым годом все лучше понимаю, какая это ответственность и работа. И абсолютная свобода, а не владение человеком.

— Андрей, вы участвовали в процессе работы над украшениями?

А. Л.: На уровне идеи все сделала Наташа. Я ей тут совсем не помощник. У меня с визуализацией беда.

Н. Б.: Андрей был моим внутренним критерием: могу ли я на нем это представить или нет. Соответствует ли это его стилю и контексту. Тут не могли появиться украшения в инди-стиле. Как раз более холодные, выверенные, точные, продуманные. Можно назвать это внутренним фильтром, цензором. Прокручивала в голове, что скажет Андрей. Волновалась, конечно.

А. Л.: Не волнуйся, Андрею понравилось.



ARARAT PARK HYATT MOSCOW™



при бронировании номера категории "люкс"
100\$ ваучер в подарок*

*подробности на сайте www.parkhyattmoscow.com

реклама

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

ул. Неглинная, д.4, Москва, Россия, 109012 | +7 495 783 1234 | parkhyattmoscow.com

[f](#) ParkHyattMoscow

[@](#) ararat_park_hyatt_moscow


Breguet
Depuis 1775*

Breguet La Marine**
Хронограф 5527



БУТИКИ BREGUET: МОСКВА, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ, Д. 3, ГУМ, +7 495 915 83 95; МОСКВА, КУТУЗОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, Д. 48, ГАЛЕРЕИ «ВРЕМЕНА ГОДА», +7 495 287 92 30
ЕКАТЕРИНБУРГ, ПРОСПЕКТ ЛЕНИНА, Д. 25, +7 343 253 70 91 – WWW.BREGUET.COM/RU