



мела накануне в Camden Roundhouse, выставка выдержана в золотых тонах. Это отсыл и к золоту люкса, и к горячему песку пустыни. В драгоценном террариуме пахнет зеленым чаем, одним из фирменных ароматов парфюмеров Bvlgari. Украшения чередуются с фотографиями знаменитостей, которые любят (или любили) Bvlgari, с иллюстрациями из Vogue — на случай, если посетители забыли, что имеют дело со змеями, которые «лично знакомы» с самыми модными, красивыми и богатыми женщинами планеты.

Экспонаты выставки — пряником из истории дома Bvlgari: это змеи, усыпанные драгоценными камнями в разных формах и техниках. Здесь и фигуративные витые скульптуры с плетеным хвостом «тубогас» или более абстрактные новейшие часы Bvlgari, форма которых призвана лишь напомнить о змее и ее истории в римском ювелирном деле. Их браслет состоит из сложнейшего узора чешуек. Этим особенно гордится главный дизайнер марки Фабрицио Буонамасса. «Нам потребовалось сделать четыре прототипа чешуи, чтобы составить этот браслет», — говорит он.

По мнению Буонамассы, змея Bvlgari — знак того, что марка верит в древность ремесла, в мифы и предания и вместе с тем остается современной, все время меняя кожу. Это и символ бесконечности змей-уроборос, и знак жизненной силы и ее восстановления, и змея-соблазнительница, которая побуждает Еву вкусить запретный плод. «Огромный архив ювелирных украшений, эскизов, фотографий помогает нам в нашей работе», — говорит Буонамасса. — Но главное, что это пластически очень богатые вещи и интересные формы. С ними я наконец могу заниматься тем, что любил с самого детства, — рисовать. Будь то вертолеты, машины или часы в форме змеек. Ведь главная цель дизайнера — это удивить, поразить и порадовать клиента».

Два этажа лондонского бутика иллюстрируют модель коммуникации Bvlgari, где история ведет прямо по лестнице в современность. Историческая выставка служит тому, что Жан-Кристоф Бабен называет «институционализацией люкса». Люкс подается в формате несколько отдаленном, возвышенном и недоступном, прямо скажем, музеем. А рядом есть современные вещи, созданные современными художниками, которые тоже однажды, как подсказывает выставка, могут стать памятниками культуры.

— Самым сложным при проектировании новой линии часов **Serpenti Seduttori** было рассчитать сочетания золотых чешуек для браслета и найти форму примыкания браслета к корпусу часов



— Золото часов **Serpenti Seduttori** сочеталось с золотой гаммой экспозиции

При этом, как и многие модные дома сейчас, Bvlgari стремится войти в повседневную жизнь — с помощью блогеров и инстаграм-селебрити. В то время как выставка является дворцом всего «высокого», модная вечеринка была микрокосмом модных и влиятельных людей, многие из которых повелевают верными армиями фанатов на просторах интернета.

Жан-Кристоф Бабен утверждает, что дом продолжает верить в традиционную прессу, в знатоков, которые способны на более глубокий, профессиональный анализ такого сложного продукта, как часы Bvlgari. И в то же время не считает активность в социальных сетях чем-то второстепенным. По словам Бабена, Bvlgari не боится конфликта старого и нового.

И все же невольно задумываешься о том, как меняются времена и отношения дома с клиентами и миром. Драгоценности Элизабет Тейлор украшали залы выставок в Китае и Лос-Анджелесе, а продажа украшений итальянской звезды Джини Лоллобриджиدي принесла почти \$5 млн на благотворительность. Какое же наследие оставят после себя современные и будущие модницы? Кому легче угодить? Королеве Нила, царице вечернего и утреннего солнца, или #принцессам из нового мира соцсетей?