

Стиль рождество



Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

Понедельник, 9 декабря 2019 №226/П

(№6706 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–44

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС77-76924 9 октября 2019 года

Елка у Рубинштейна | 18

Сила звезд | 22

Поставщик двора | 26

Наесться с утра | 40

Партнер выпуска

ВТБ

Банк ВТБ (ПАО)

РЕКЛАМА

Тенденции

| 16 На первых ролях

О моде на театр
и театре моды

Подиум

| 24 Смутный силуэт

В моде происходит
поворот к консерватизму

Ручная работа

| 14 Отпечатки пальцев

Один из самых популярных
трендов в дизайне —
ремесленные изделия, craft



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

слово редактора

Золотые яблоки и серебряные нити

Рождество и Новый год — это, конечно, радость, чудеса, подарки и начало какой-то новой жизни с ее «новым счастьем». Но если задуматься, неотвратимость этой временной грани немного страшит. Как неизвестность будущего.

Недаром перед неведомым хочется веселиться. И растягивать праздник надолго, в чем россияне преуспели, как никто другой.

А на Невском уже расцвели волшебные деревья, и над Фонтанкой переливается дождь из серебра.

Золотые яблоки вечной молодости и серебряные пряди времени.

Они прекрасно смотрятся вместе.

И все-таки как это здорово — зажигать огни на елке, садиться за стол в хорошей компании

и провожать «старый» год с легким сердцем. И ждать боя курантов по телевизору — без этого никак.

Кричать ура, целоваться и салютовать шампанским. Как Новый год встретишь...



АНДРЕЙ ШИСТЯКОВ

МАСКИ
из коллекции
дизайнера
Лилии Киселенко
для проекта
«Ассоциации»
в ЦАРСКОМ
СЕЛЕ, 2019



ОЖЕРЕЛЬЕ COLLANA,
ДИЗАЙН ДЖАМПАОЛО БАБЕТТО,
ФИНАЛИСТ LOEWE CRAFT PRIZE 2019

GUSTINO CHEMELLO



ФРАГМЕНТ КОСТЮМА ДЛЯ БАЛЕТА
«ТАНЦЫ СО ВРЕМЕНЕМ» В РАМКАХ
МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ BEARLYMUSIC.
ДИЗАЙНЕР ЛИЛИЯ КИСЕЛЕНКО

МАРИЯ ДЮБРОВЛЬСКАЯ



реклама

ТРИ СЦЕНАРИЯ НОВОГОДНЕЙ НОЧИ

31 декабря 2019

БРОНИРОВАНИЕ БИЛЕТОВ

restaurants.ghe@belmond.com

+7 921 908 9000

Санкт-Петербург,

Михайловская ул., 1/7

BELMOND.COM

◆ ГАЛА-УЖИН «ЗИМНИЕ ЧУДЕСА» ◆
Ресторан «Европа»

◆ УЖИН «СТРАСТИ ПО АЗИИ» ◆
Ресторан AZIA

◆ ГАЛА-УЖИН «РУССКИЕ ЗАБАВЫ» ◆
Ресторан «Икорный бар»



BELMOND
GRAND HOTEL EUROPE
ST PETERSBURG

На первых ролях

О моде на театр и театре моды

Алена Исаева |



КОСТЮМЫ ПЕТЕРБУРГСКОГО ДИЗАЙНЕРА ЛИЛИИ КИСЕЛЕНКО ДЛЯ БАЛЕТА-АЛЛЕГОРИИ «СОЮЗ ВЕТРА И МОРЯ» В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ EARLYMUSIC

АНДРЕЙ ЧИСТЯКОВ



КОСТЮМЫ ПЕТЕРБУРГСКОГО ДИЗАЙНЕРА ЛИЛИИ КИСЕЛЕНКО ДЛЯ БАЛЕТА-АЛЛЕГОРИИ «СОЮЗ ВЕТРА И МОРЯ» В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ EARLYMUSIC

АНДРЕЙ ЧИСТЯКОВ

ТО, ЧТО МОДНЫЕ

дизайнеры время от времени изменяют рет-а-порт с кино или театром, — история известная и не новая. Любой, кто хоть чуть-чуть интересуется модой, с ходу вспомнит Юбера де Живанши с его маленьким черным платьем для Одри Хепберн — Холли Голайтли в «Завтраке у Тиффани» и Ива Сен-Лорана, который придумал для Катрин Денев — Северины в «Дневной красавице» знаменитое приторно-скромное платье с белым воротничком и манжетами.

Только ленивый модный журналист не писал о дуэте Ричарда Гира и Джорджо Армани в «Американском жиголо», принесшем обоим славу и деньги, об «инопланетном» костюме Жан-Поля Готье для Миллы Йовович в «Пятом элементе» и о платьях Prada для свеженького «Великого Гэтсби».

Напомним еще о глухом черном платье Guy Laroche с умопомрачительным вырезом на спине, которое было на Мирей Дарк в «Блондине в черном ботинке», и о металлическом платье Paco Rabanne, которое засветилось в 1967 году в культовых «Искателях приключений» Робера Энрико. Желющие могут этот список легко продолжить.

В театре у модных дизайнеров обычно гораздо больше свободы, но шумихи

гораздо меньше, чем при работе в кино. История любви театра и моды началась больше ста лет назад с дягилевских «Русских сезонов». Как ни странно (а может быть, как раз закономерно), но поначалу театр стал влиять на моду, а не наоборот. В 1910 году специально для Иды Рубинштейн был поставлен балет «Шехеразада» с экзотическими декорациями и костюмами Льва Бакста. Совершенно неожиданно даже для самого Дягилева «Шехеразада» стала главным событием сезона и вызвала сумасшедший интерес к Востоку. Париж охватила настоящая «восточная лихорадка»: светские дамы нарядились в платья а-ля Ориент, шаровары, халаты и цветные тюрбаны. В тот год Бакст писал жене: «Слыхала ли ты про Poiget — портного?.. На днях он мне предложил 12 тысяч франков за 12 рисунков модных туалетов. Художники мне отсоветывают соединять свое имя с его, боятся, что я буду „declassé“. Но будет чудно, если Петербург через 2 года (раньше не докажется) будет носить мои фасоны!» В итоге Бакст не только согласился, но и стал делать эскизы костюмов для Maison Martin Margiela, шляп — для Camille Roger и обуви — для Hellstern. А еще рисунки для тканей по заказу американского промышленника Артура Селига, которые пользовались в Америке невероятным успехом. С тех пор заметных случаев увлечения театрального художника модой не наблюдалось, но влияние Бакста оказалось таким мощным, что до сих пор продолжает сказываться

СЦЕНА ИЗ БАЛЕТА
«ТАНЦЫ СО ВРЕМЕНЕМ»
В РАМКАХ
МЕЖДУНАРОДНОГО
ФЕСТИВАЛЯ EARLYMUSIC.
АВТОР КОСТЮМОВ —
ДИЗАЙНЕР
ЛИЛИЯ КИСЕЛЕНКО

ваться и на моде, и на театре. Достаточно взглянуть на коллекции Christian Dior, созданные Джоном Гальяно (особенно haute couture весна-лето 1998), или на театральные эскизы Ива Сен-Лорана, в которых можно угадать прямые цитаты то из «Шехеразады», то из «Жар-птицы», то из «Карнавала». Конечно, Сен-Лоран не был «модным дизайнером в театре» — для него сценический костюм был, скорее, второй профессией. Многие помнят, как в середине 1980-х в ЦДХ на Крымском Валу прошли одна за другой две его выставки: одна была посвящена моде, а другая — исключительно театру. Он делал костюмы для Жана-Луи Барро и Мадлен Рено, для Рудольфа Нуреева и Зизи Жанмер, Майи Плисецкой и Жерара Депардье.

Дорожку в театр модельерам и кутюрье проложил все тот же Сергей Дягилев, но уже после Первой мировой войны, когда новые времена потребовали новой эстетики и буйная декоративность прежних постановок, которая еще вчера имела бешеный успех, стала казаться неуместной и вычурной в заметном обедневшем и протрезвевшем мире. В 1924 году Дягилев показывает балет «Голубой экспресс» по либретто Жана Кокто. Никакой экзотики, никакой роскоши — современные молодые люди, теннис, джаз и поезд, который мчит их к морю. Декорации Пабло Пикассо, костюмы Коко Шанель. Вместо привычных балетных костюмов — топы и шорты, которые напоминали модные купальные костюмы того времени, полосатые свитеры и гольфы, теннисные туники и юбки. Аксессуары (какая же Шанель без аксессуаров?) были не менее важны, чем костюмы: искусственный жемчуг, купальные шапочки и тапочки, наручные часы, очки и даже кодаковские фотокамеры. Это был первый случай, когда театр стал модным в самом прямом смысле слова. Журнал Vogue писал: «Русские балеты уже не такие русские: холодные, спокойные, сдержанные цвета скорее напоминают о французском стиле». Публика в восторге, балерины в ужасе. Смотрелись костюмы органично и эффектно, однако артисты жаловались, что танцевать в них неудобно: неудобно «держаться» партнершу, одетую в трикотаж; огромные жемчужные серьги мешали движению... Кстати, именно Шанель была автором классической балетной прически, когда волосы гладко зачесаны и собраны в пучок на затылке.

Модный дизайнер требуется в театре всякий раз, когда возникает нужда в остром чувстве момента, когда перспектива побеждает ретроспективу. Помните черную водолазку под расшитым золотом камзолом на Фигаро — Андрее Миронове в знаменитом спектакле Театра сатиры «Безумный день, или Женитьба Фигаро», который был поставлен в 1969 году (и, хвала небу, снят на пленку)? Ровно такая же водолазка, только белая, была на пижоне Лелике из «Бриллиантовой руки» 1968 года. Это привет от модельера Вячеслава Зайцева, который сделал ко-

стюмы к спектаклю. Одной супермодной детали было достаточно, чтобы зрители в зале поняли: персонажи Бомарше в париках и камзолах разговаривают с ними сегодняшними о совершенно сегодняшних вещах.

Тут нельзя не вспомнить и о театральной истории Джанни Версаче. Его первым опытом в 1982 году стал балет Рихарда Штрауса «Легенда об Иосифе» на сцене «Ла Скала» (самые первые костюмы для которого, кстати, сделал Бакст). Но гораздо интереснее его работа для «Балета XX века» Мориса Бежара. В постановке «Мальро, или Метаморфозы богов» Версаче, как когда-то Шанель, одевает танцоров в костюмы с улицы или, вернее, с модного показа. Но разница в том, что сюжет на этот раз не современный (как в «Голубом экспрессе»), а самый что ни на есть мифологический. Дизайнер превращает богов в обычных прохожих (или прохожих — в богов) и этим заставляет зрителей обнаруживать признаки божественного в себе самих... Впрочем, и в его костюмах для «Ла Скала» не обошлось без широких подплечников, годе и «велосипедок». И идея эта не нова: художники XV века тоже изображали библейских персонажей в современной им одежде, просто профессии модного дизайнера тогда не существовало.

Дизайнер Света Тегин, которую Дуня Смирнова пригласила сделать костюмы к ее новому фильму об Александре Вертинском, говорит о своей работе так: «Создавая коллекцию, я так или иначе придумываю для себя идеальную историю, в которой важна не только одежда, но и образы девушек, музыка, свет. И самое большое наслаждение, когда на показе все это на короткое мгновение складывается. А тут я впервые работаю над историей, которая будет длиться долго и никуда не исчезнет, и это огромное удовольствие. Художники в кино обычно слишком дотошно стараются воспроизвести все детали того или иного времени, но мне кажется, этого совершенно не нужно, задача художника — передать главное настроение, дух, а для этого образы можно заострить...»

(«Ъ-Стиль Женщины»,
№41 от 30.09.2019)



И еще немного о кино

Если дизайнер и актер попадают в резонанс, то мы получаем, с одной стороны, образ-икону, который переживает свое время, а с другой — модный тренд, который тиражируется в сотнях, а то и тысячах копий. Так произошло с платьем-халатом Piette Balmain, которое модельер сделал для Брижит Бардо в фильме «И Бог создал женщину», с тем самым платьем Ива Сен-Лорана из «Дневной красавицы», о котором мы говорили, с нарядами Юбера де Живанши для Одри Хепберн из «Завтрака у Тиффани» и «Как украсть миллион» и, конечно же, с костюмами Джорджо Армани к «Американскому жиголо». Недавнее хождение в Голливуд Миуччи Прады, где по ее эскизам были одеты главные герои «Великого Гэтсби», — пример из того же ряда, с той лишь разницей, что вариации платьев Prada и Miu Miu на тему двадцатых не подняли никакой особенной модной волны, кроме волны громкого пиара. Дело здесь не в дизайне, а в том, что в двадцать первом веке кино перестало быть тем глобальным проводником стиля, каким было практически весь двадцатый.

Впрочем, изредка модный дизайнер все-таки берет всю власть в свои руки. Так, в 1996 году Питер Гринуэй пригласил Жан-Поля Готье стать полноценным художником по костюмам для фильма «Повар, вор, его жена и ее любовник». Здесь речь шла уже не о том, чтобы модно одеть главную героиню, а о том, чтобы при помощи костюмов создать художественное полотно, правильно расставив не только смысловые, но и цветовые акценты. Живописец от кинематографа, Питер Гринуэй добивался того, чтобы костюмы героев каждый раз совпадали по цвету с цветом помещения. Например, когда героиня в белом платье выходила из белого туалета в красный зал ресторана, ее платье тоже менялось с белого на красное. Зрители не замечали подмены, но картинка всегда оставалась идеальной. Так что Готье приходилось делать каждый костюм в нескольких цветах.

Но самая яркая работа Жан-Поля Готье в кино — это, конечно, «Пятый элемент» Люка Бессона, который вышел на экраны в 1997 году. Вот где дизайнер получил возможность оторваться без оглядки на тренды и сезоны. Готье создал для фильма более 900 костюмов, предварительно сделав к ним несколько тысяч эскизов. Элементы так любимого им панка, пропущенные через призму фантастики и футуризма, превратились в киберпанк, ставший одним из мощных трендов конца девяностых. А белое боди-бандаж Миллы Йовович — Лилу заслужило такой же культовый статус, как тремя десятилетиями раньше — зеленые латы Барбареллы от Paco Rabanne.

Елка у Рубинштейна

19 декабря в кафе «Рубинштейн» пройдет благотворительная новогодняя елка в пользу фонда «Дети-бабочки»

АРТИСТЫ театра и кино, балерины и музыканты проведут праздник по сценарию, написанному для ленинградского детского сада в 1973–1974 годах. Будут «Елочка, гори!», Дед Мороз со Снегурочкой, Щелкунчик, снежинки, лебеди и зайцы. Роль хозяйки дома исполнит Ксения Раппопорт, а в гости к ней заглянут Полина Маликова, Груша Петровская, Карина Разумовская, Марат Шемиунов, Владимир Варнава и другие артисты. И детям, и взрослым разрешается петь песни и читать стихи с табуреточки, играть в снежный бой, получать призы за лучшие выступления и костюмы (это обязательно!). А оркестр Дедов Морозов под управлением актера и режиссера Семена Александровского пройдет по улице Рубинштейна — в общем, ожидается веселье по полной программе.



КСЕНИЯ
РАППОПОРТ

Сезон в «Европе» уже начался



Свой 145-й Новый год петербургский «Гранд Отель Европа» отмечать уже начал: в начале декабря в кафе «Мезонин» установили семиметровую ель и пряничный домик.

В преддверии Рождества (15 и 22 декабря) в балльном зале «Крыша» пройдут детские елки с Дедом Морозом, песнями, танцами, праздничным столом, шоколадным фонтаном и подарками. В ресторане «Европа» 22 и 29 декабря (а также 1 и 5 января) планируются праздничные бранчи. А в новогоднюю ночь каждый ресторан отеля устроит торжество по собственному сценарию.

В ресторане «Европа» пройдет гала-ужин «Зимние чудеса» — театрализованное действо с участием артистов оперы и балета, героями которого станут Щелкунчик и Снежная Королева. Гостей ждет приветственный коктейль и гастрономический ужин из пяти блюд с подборкой благородных вин. На память о сказочном празднике — новогодние открытки, подписанные каллиграфом.

В ресторане «Икорный бар» будет править бал черная икра. Причем не только на тарелках. Икорный мастер Александр Дмитриев приготовил для гала-ужина «Русские забавы» впечатляющее икорное шоу «с участием» свежего осетра внушительных размеров. Ужин из пяти блюд с русскими винами пройдет под аккомпанемент струнного квартета.

Меню ужина «Страсти по Азии» в ресторане AZIA обещает виртуальное путешествие по Японии, Китаю, Таиланду и Индонезии: каждое из блюд воплощает философию одной из стран. Веселый праздник с пряными нотками украсят горячие диджей-сетты и индонезийский театр теней.

Кстати, домик в «Мезонине», украшенный имбирным печеньем, цветной и шоколадной глазурью и карамелью, — это не просто элемент декора. В нем можно купить подарки: фирменные торты и гастрономические корзины.

«Ночной писатель» Яна Фабра

Российская премьера спектакля «Ночной писатель», сделанного специально для сцены Фанерного театра в БДТ имени Товстоногова — первая репертуарная работа Фабра в России. Премьерные показы состоятся 14, 15 и 16 декабря.

В основу спектакля легли личные дневники, полные провокационных и интимных автобиографических подробностей о художнике. Это путешествие из юности Фабра в его сегодняшнее состояние в потоке размышлений о творчестве, жизни, физическом и ментальном существовании. В спектакле заняты актеры Александр Молочников и Андрей Феськов. Премьера «Ночного писателя» состоится в рамках фестиваля Яна Фабра — Love is the Power Supreme («Любовь — высшая сила»), который входит в проект «Фанерный театр. Программа современного искусства в БДТ», которым Большой драматический театр завершает празднование своего 100-летия.



ЯНА
ФАБРА



laboratory_stpetersburg

Подписаться

2 069 публикаций

3 212 подписчиков

Подписки: 2 272

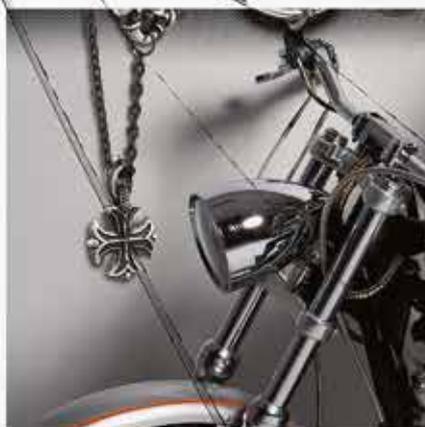
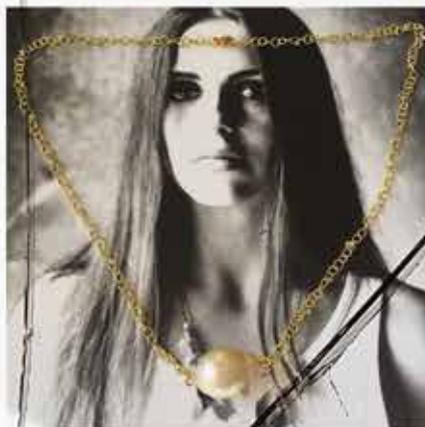
Laboratory

Contemporary jewelry gallery / Галерея современных ювелирных украшений

Санкт-Петербург, ул. Ленина 8

8 (921) 907 57 20

laboratory.spb.ru



LABORATORY
галерея концептуальных ювелирных украшений

РЕКЛАМА

Дайте шесть

Павел Осовцов о лучших концепт-сторах мира

ЗА ПОСЛЕДНИЕ годы рынок люкса рос так стремительно, что многие бренды и модные дома перестали восприниматься аудиторией как что-то уникальное и доступное действительно избранному кругу лиц. Продукт, обладающий качествами, синонимичными классическому люксу — эксклюзивностью, вниманием к деталям и ярким собственным почерком, — стоит поискать в других местах. Концепт-сторы — понятие не новое, первые из них открылись еще в 80-е годы там, где им и должно, в Париже и Милане. По «официальной» версии

КОНЦЕПТ-СТОР IERI
в ТБИЛИСИ в ЗДАНИИ
СТАРИННОГО ВИНЗАВОДА № 1
1896 ГОДА ПОСТРОЙКИ



ЕВГЕНИЙ АЛЕПКО



IERI

считается, что само понятие concept store появилось в 1991 году, когда Карла Соццани (родная сестра Франки Соццани, в то время главного редактора итальянского Vogue) открыла небольшой магазин одежды по адресу 10 Corso Como. У магазина не было названия как такового, только красивый адрес. С тех пор под вывеской 10 Corso Como появились концепт-сторы в Нью-Йорке, Шанхае и Сеуле. Парижский Colette, классический образец концепт-стора, реальный эталон, увы, закрывшийся пару лет назад, появился в 1997 году. Там же, в Париже, здравствует нуарный бутик Leclaireur, успевший за 30 лет работы превратиться в небольшую сеть с филиалом в Лос-Анджелесе.

После того как законы жанра были сформулированы, стало понятно, что законов никаких и нет: бренд-листы разные, категории товаров разные, как следствие, концепции тоже разные. Однако эти магазины отличались от всех остальных своей непохожестью и, главное, яркостью подхода — эдакие «субкультурщики» от ритейла. Можно утверждать, что инвестируемые владельцами собственные время и силы определяют лицо каждого концепт-стора, делают его уникальным бизнесом и, как и все уникальное, они притягивают наиболее требовательных покупателей. Конечно, product first и всем маркам в концепт-сторе важно иметь прочное портфо-



10 CORSO COMO

лио и создавать лимитированные серии своего продукта, иначе эта игра быстро перестанет быть для клиентов интересной и мотивирующей тратить немалые деньги.

Чтобы отличаться от классического и уже многим наскучившего формата department store, концепт-стор должен также иметь свой собственный подход к формированию предложения, а не быть очередной торговой площадкой. Байерам магазина нужно раз за разом, сезон за сезоном безошибочно чувствовать потребности клиентов и закупать коллекции таким образом, чтобы магазин начинал в каком-то смысле отдельную от брендов производителей жизнь, он должен предлагать собственную гарантию качества для своих клиентов. «Если это пальто продается у нас, значит, мы со всей тщательностью искали именно его» — вот формула успешного концепт-стора, которой придерживается владелец московского «3,14» Александр Моисеенков. Отдельно стоит сказать о том, что сам потребительский опыт в случае с концепт-стором — это тоже продукт. Беседа с хорошо знакомыми продавцами, свежий кофе, которым они вас угостили, искренность и персональный подход — все это делает концепт-стор тем местом, куда хочется возвращаться не только за покупками, но и за настроением.

(«Б-Стиль Женщины»,
№ 41 от 30.09.2019)



«ГАЛЕРИ ЛАФАЙЕТ»
В ПАРИЖЕ

Surf и fashion объединились

Компания Anker открыла первый в России мультибрендовый серфшоп Surf Shop Deluxe в ТРЦ «Галерея».

Anker Company — российская компания, объединившая друзей, клиентов, единомышленников страстью к серфингу, винтажным мотоциклам и машинам, jet set путешествиям и основанная друзьями детства Петром Тюшкевичем и Егором Степанижовым.

В концепции проекта — соединение surf и fashion направлений. Surf включает сезонные мужскую и женскую линии гидроодежды Anker, серфборды для любого уровня катания Haydenshapes, Catch Surf, Lost Surfboards, Almond Surfboards и аксессуары для серфинга Creatures of Leisure, Octorpus is Real и FCS. Fashion — коллекции мужской и женской одежды американских и европейских премиум-марок: Local Authority, MISBHV, Filles A Papa и Tomboy Original.

IF Soho New York

94 Grand Street

Нью-йоркский бутик расположен в Сохо в достаточно банальном для концепт-стора помещении, в Нижнем Манхэттене, зато женская селекция здесь, пожалуй, лучшая в городе: Elena Dawson и Archivio J.M. Ribot соседствуют с Sagittaire A и Ann Demeulemeester. Очень аскетичная подборка брендов кому-то покажется скучной, а кому-то идеальной для того, чтобы начать знакомство с миром авангардной моды.

Leclaireur

40 Rue de Sevigne, Paris

Попасть в один из самых известных концепт-сторов мира, парижский Leclaireur, будет проблематично, ведь вывески у этого магазина нет. Придя на Rue de Sevigne, нужно будет отворить тяжелую черную дверь, единственной приметой которой является ее насыщенный черный цвет. Свет в магазине приглушен, и эта мрачная атмосфера средневекового поместья всецело соответствует авангардной, асимметричной одежде черного цвета, которая тут продается. Искать стоит Rick Owens и Guidi.

10 Corso Como

Corso Como, 10, Milan

Светлый и просторный магазин одежды и домашней утвари с небольшим кафе и террасой на крыше походит на особняк аристократа-холостяка, увлекшегося современным искусством, произведения которого здесь также можно купить. В последние годы Corso Como стал особенно активно делать коллаборации, практически все товары в магазине продаются со специальной маркировкой «x Corso Como» — они, конечно, самые интересные и есть.

Couverture & The Garbstore

188 Kensington Park Rd, London

В лондонском Ноттинг-Хилле такой магазин просто обязан был быть. Начинать он скорее как мужской бутик, но сегодня женской одежды, аксессуаров и украшений там не меньше. Обратите внимание на отдел с предметами домашнего обихода: если вам нужно обустроить быт в Лондоне, то приятные мелочи вроде японской керамики и пледов из натуральной шерсти стоит поискать именно здесь.

Tiina The Store

216 Main St, Amagansett, NY 11930, США

Представьте, что вы поехали в пригород Нью-Йорка Хемпстед, тот самый, куда направляются в жаркие выходные все модницы Манхэттена. Так вот, вам надо проехать еще сотню миль по побережью, и вы окажетесь в Tiina The Store. Как люди туда попадают — загадка, но этот чисто женский концепт-стор, безусловно, заслуживает внимания. Основатель магазина Тиина Лаакконен, стилист и в прошлом модель, сумела создать отличный проект, в котором уникальным образом сочетаются японский Visvim, тирольский Bergfabel и парижский Casey Casey. А здание, в котором расположен магазин, постройки XIX века.

IERI store

1 Vasil Petriashvili Street, Ghvinis Karkhana N1

Светлый и просторный концепт-стор, которого так не хватало Тбилиси. IERI отличается тем, что продает продукцию исключительно грузинских дизайнеров, которые используют в своих коллекциях элементы национального костюма. В том числе здесь можно найти бренд Situationist, который не очень хорошо знают в России, но отлично приняли в Париже и Токио.



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 посотрудничать 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

Кроссовки SHOX TL из совместной коллекции COMME DES GARÇONS X NIKE



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 сделать 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 Бекхема 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 Бекхема, успели приобрести широкую известность вне сферы спорта и благодаря этому неплохо развили свои социальные сети, включая главный инструмент продаж — Instagram. 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.

(«Ъ-Стиль Мужчины», № 40 от 26.09.2019)

СЕГОДНЯ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

спортивной одежды притворяются брендами класса люкс и претендуют на роль лидеров в индустрии моды

ЛЕГКИЙ СПОСОБ ДАРИТЬ ПОДАРКИ!

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ
И E-CARDS RIV ГОШ

БОЛЕЕ 250 ВЕДУЩИХ БРЕНДОВ
ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ



ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ ЛЮБОГО НОМИНАЛА ПО ВАШЕМУ ВЫБОРУ
МОЖНО ПРИОБРЕСТИ В КАЖДОМ МАГАЗИНЕ И НА САЙТЕ RIV ГОШ.
8 800 333 20 20 RIVEGAUCHE.RU



РЕКЛАМА.

Смутный силуэт

Елена Стафьева о сезоне SS 2020

ПОВОРОТ к консерватизму, который мы наблюдаем во всех сферах общественной и политической жизни, происходит и в моде. Были все основания ожидать от сезона SS 20 некоторого драматизма. Однако он оказался умеренным, аккуратным и, скажем честно, довольно скучным.

Перед нами прошли стройные ряды аккуратных пиджаков, платьев в талию, блузок с бантами и прочих 70-х, которые стали важнейшим референсом сезона.

Уже весной было стойкое ощущение, что маркетинговые возможности ugly fashion почти исчерпаны и что клиенты, несколько сезонов радостно носившие покрытые логотипами гротескно стилизованные вещи, потеряли остроту ощущений и хотят чего-то другого. То, что этим другим, вернее, другой оказалась лошенная буржуазная мадам в дорогом костюме, то, что нам явили скромное обаяние буржуазии, — ну это маркетинг, ничего особенного, бог бы с ним, если б только это все не было скучным эпигонством.

Сами по себе 70-е — это не плохо и не хорошо, их можно любить или нет (я вот, например, люблю), но суть происходящего не в выборе референтной декады, а в том, насколько и каким образом она переработана. И этот результат сильно разочаровывает: собственно дизайнерская работа — изменение пропорций, реконтекстуализация винтажных патчей, создание новых форм, — она оказалась минимальной практически у всех.

В самом чистом виде 70-е предстали у Celine — джинсы клеш, жилеты-душегрейки, надетые на шелковые приталенные платья, замшевые жакеты, кейпы и все остальное, что немедленно оживляет в памяти французские и американские фильмы 70-х, от «Клюта» до «Бума». В Эди Слимане, конечно, умер выдающийся художник по костюмам — ему удастся абсолютно достоверно передавать эпоху. Но Слиман в этом качестве нам известен давно, а вотто, что его тактику аккуратного копирования оказались готовы освоить и многие другие деятели индустрии, оказалось пусть не совсем сюрпризом, но, безусловно, источником разнообразных рефлексий.

Последние примерно десять лет ситуация в фэшн была довольно прозрачной: значимые для моды бренды и дизайнеры условно делились на две группы. Были те, кого называли «новая фэшн-волна», — они

двигали новые идеи и новый стайлинг, они откровенно использовали силу хайпа. Свобода гендерная, свобода возрастная, вообще свобода самопрезентации, которую предлагали коллекции «новой волны», — все это отлично резонировало с социокультурной ситуацией, которую называли «новым миром».

И были те, кто от этой волны отстранялся и делал ставку исключительно на дизайн. О первых мы поговорим чуть позже, а вот вторые сейчас, в этот невнятный и переходный момент, имеют вполне сильные позиции, которые подкреплены еще и тем, что ставшая всем заново милой буржуазная эстетика для них — родная, они умеют делать ее круто, интересно и действительно модно.

Самый яркий пример тут Хайдер Акерманн — человек, который сезон за сезоном делает свою декадентскую роскошь, достаточно буржуазную, но несколько не унылую. Незадолго до показов он сделал два костюма для Тимоти Шаламе в двух оттенках серого с изящной игрой «мужское/женское» — и они стали отдельными героями красной дорожки Венецианского фестиваля. Один из них оказался буквально луком из новой коллекции — на



LOUIS VUITTON



CELINE

показе Haider Ackermann были смешаны женские и мужские выходы, — да и все прочие мужские луки были классными настолько, что очевидно затмевали женские. Если женская часть была строгой и вполне классической, то работа с объемами и материалами в мужской стала одной из самых интересных во всем сезоне — сочетание широкого и короткого с узким и длинным, жилетов на голое тело с завязанными вокруг бедер пиджаками из жаккарда, широких мягких кожаных брюк-бананов с широким жестким кожаным поясом на талии. Ну и всегдашние акерманновские рафинированные сочетания цветов — разные оттенки серого с лимонным и фиолетовым, травянисто-зеленый с нежно-розовым, лавандовый с глубоким бордово-коричневым, кляйновский синий с мятым и тонкой оранжевой линией. И все это всего в 40 луках против обычных сейчас минимум 80.

Кто всегда умел обращаться с буржуазностью так, чтобы она выглядела *tres tres chic*, — это, конечно, Hermès. Он никогда особенно не заигрывал с новым дискурсом и, что бы ни происходило вокруг, показывал, показывает и всегда будет показывать сочетание сумасшедшего

мастерства и безумной цены вещи. Например, эту летнюю коллекцию Надеж Ване-Цыбульски сделала почти полностью из кожи. Кожаные юбки с эффектом гофре, наглухо закрытые кожаной манишкой на груди блузы, кожаные платья-передники, обернутые вокруг корпуса и застегнутые сзади на один-единственный ремешок. Те же буквально несколько вещей, что оказались не из кожи, — пальто и пиджак с широкими длинными брюками из тонкой шерсти — сделаны с реверансом в сторону как плоского японского кроя, так и Мартина Марджелы, у которого Надеж начинала. На конкурсе пиджаков, которым обернулись в этот раз сезонные показы, пиджак Надеж точно входит в главную тройку. Свободный пиджак с подчеркнутой талией и волочащимися по полу брюками, надетыми с сандалиями, — в этом действительно бездна шика.

Еще один дизайнер, никогда не стесняющийся буржуазности, но умеющий совмещать ее с актуальной повесткой, Мария Грация Кьюри показала тот Dior, который она четко выстраивала все это время, — жесткого кроя бар-жакеты, платья с разлетающимися прозрачны-



DIOR



GUCCI



BALENCIAGA



GUCCI

ми юбками, сложно обработанный ден-ним, вышивки по мотивам любимых диоровских символов. В этот раз вместо феминистских призывов тут были натурософия и экология: коллекция посвящена сестре Диора Катрин и ее увлечению садоводством, а шоу проходило в волшебном лесу из живых деревьев, каждое из которых имело этикетку с указанием сада или парка, куда оно отправится после показа. Это шоу совпало с бурным обсуждением выступления Греты Тунберг в ООН, и такое совпадение только подтвердило известный факт: Мария Грация понимает современные социокультурные тренды и умеет заставить их работать на себя.

Николя Гескьер и Louis Vuitton, которые ни порознь, ни вместе никогда не были замечены в каких-то особенных идеологических поисках, сделали самое эффектное шоу сезона, которое неожиданно оказалась и достаточно идеологичным. В квадратном дворе Лувра, посреди простого деревянного амфитеатра, на экране во всю стену показывали клип «It's Okay To Cry» музыканта и артиста Sophie. Она сделала специальную кавер-версию на свой трек 2017 года, именно

этот клип стал тогда фактически ее каминг-аутом как трансгендерной женщины. И вот сейчас ангельской красоты рыжеволосое создание, похожее одновременно и на юношу, и на девушку, пропело гимн той новой гендерной свободе, про которую мода говорила последние пять лет. Под этот гимн буквально из ее груди (то есть из той самой стены, где был экран) выходили девушки-модели в брючных костюмах-тройках, в которых можно было увидеть и эдвардианских денди, и молодого Мика Джаггера, в узеньких курточках до талии, в коротких платьях с длинными пышными рукавами, как если бы 1870-е укоротили по моде 1970-х, а в финале было два абсолютно белых наряда, одновременно и ренессансных, и прерафаэлитских. Гескьера всегда интересовали сугубо дизайнерские поиски, он строит свой дизайнерский футуризм на чистом крое и силуэте, и в причудливом мире будущего Никола Гескьера встречается, смешивается и взаимопроникает все — гендеры, стили, эпохи.

Ну и о главных героях «новой фэшн-волны», от которых мода повернулась к традиционной элегантности. Меняю-

щуюся маркетинговую ситуацию они переживают не без некоторой напряженности, но пока без особых содержательных потерь. У Balenciaga все было как прежде, как последние восемь сезонов: Демна Гвасалия иронически расчленил power dressing: привычно показывал нам типажи повседневной жизни, модели были привычно некрасивыми, в финале было несколько привычных гипертрофированных платьев. Были и, как всегда у Гвасалии, спецэффекты — в частности, выход Ренаты Литвиновой в черном полупрозрачном пеньюаре и жестком макияже «смытое лицо». Это не самая сильная коллекция Гвасалии для Balenciaga, но она ни разу не провальна, и вообще посмотреть, как он будет маневрировать и реагировать на изменения, насколько гибким окажется, — это как раз интересно.

Самым стойким оказался Алессандро Микеле — вот кто совершенно не проявляет признаков усталости, не сдает позиций, но чутко реагирует на изменения общих настроений. В этот раз у Gucci не было прежнего накрученного стайлинга — никаких отрезанных голов, никаких драконов, не было игры

с апроприацией, за которую он уже пострадал (и пытался на это пожаловаться, выведя в начале шоу на подиум моделей в смиренных рубашках, но и тут был обвинен в эксплуатации ментальных болезней). Вместо этого была легкая, чистая и ясная коллекция, в которой видны не только винтажные референсы, не только кэмповая техника, но и работа с цветом и силуэтом. У него по-прежнему были парни в розовом пальто с отрезной талией, странные девушки, экстравагантные цветосочетания, неожиданные объемы и совершенно не было ничего похожего на традиционную элегантность. Коллекция получилась очень жизнеутверждающей, и в ней внятно воплотилось важнейшее свойство «новой фэшн-волны» — освобождение современного человека от давления стереотипов, включение в пространство моды всех и каждого. Очевидно, что идеологически для Микеле это важно также, как стилистически для него важно смешение всего со всем, это действительно его принципы, а не только маркетинг. Хочется сказать только одно: дорогой Алессандро, для нас это тоже очень важно.

(«Ъ-WEEKEND», № 35 ОТ 18.10.2019)

Поставщик двора Легендарный ИФЗ отмечает 275-летие

Марина Волкова |



ИФЗ



ИФЗ



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВСКИЙ

ИМПЕРАТОРСКИЙ

наказ гласил: «Удовольствовать всю Россию фарфором», и основанный на берегах Невы завод выполняет его уже без малого три века. В 1744 году, в царствование Елизаветы Петровны, Невскую фарфоровую мануфактуру запускает и развивает выдающийся горный инженер Дмитрий Иванович Виноградов. План привлечь датчанина-«арканиста» Христофора Гунера, якобы владевшего тайным знанием (арканом) по изготовлению фарфора, провалился: тот оказался попросту шарлатаном. После неудачной работы с ним Виноградов уже самостоятельно придумывает состав фарфоровой массы, используя, как сейчас говорят, местные ингредиенты, проектирует печи и разрабатывает технологии формовки и обжига изделий.

Первые опыты реализованы в малых формах: от табакерок до фарфоровых пуговиц, украшавших камзолы придворных модников елизаветинской эпохи. Середина XVIII века ознаменована новым

этапом в развитии мануфактуры: завод начинает выпускать сервизы и переходит к производству ваз, а затем и крупных скульптурных композиций. При Екатерине II, в 1779 году, модельмейстером мануфактуры становится скульптор-классицист Жан-Доминик Рашетт. Завод переименовывается в Императорский и с каждым годом наращивает мощности. Оттачивается стиль, формируется базовый модельный ряд, задаются стандарты качества. На протяжении эпох предпринятие то превозносится (Павлу I настолько нравились произведения ИФЗ, что он мог, не сдержав эмоций, расцеловать понравившуюся ему вещь), то впадает в немилость.

Завод всегда сохранял особый статус и отвечал за крупные государственные заказы, до революции прославлявшие деяния императоров и процветание царской России, после смены эпох — утверждение новой власти и 70 лет истории СССР. Крупные заказы воплощали в жизнь выдающиеся художники своей эпохи: например, в начале XX века это были представители объединения «Мир искусства» Константин Сомов и Евгений Лансере. В 1920–1930-е годы на заводе созданы замечательные образцы агитационного фарфора. Жанровые миниатюры скульптора Натальи Данько, модели по эскизам Бориса Кустодиева и Кузьмы Петрова-Водкина, абстракции Василия Кандинско-



го, авангардный дизайн супрематистов Казимира Малевича, Ильи Чашника и Николая Суетина составили славу уже Государственного фарфорового завода.

В этом году помимо 275-летия завод отмечает 75-летие рисунка «кобальтовая сетка» — визитной карточки мануфактуры — и 50-летие запуска в производство костяного фарфора. И то и другое — достижения уже советской эпохи. Тонкостенный фарфор начали выпускать в 1969 году. Коллектив завода получил за эту разработку Государственную премию. Предприятие до сих пор держит марку самого крупного в стране поставщика костяного фарфора. Его необыкновенная тонкость и белизна достигаются благодаря тому, что в фарфоровую массу подмешивают костяную золу — природный фосфат кальция, который получают из перемолотых костей животных (преимущественно рогатого скота).

«Кобальтовую сетку» придумала художница Анна Яцкевич, взяв за основу узор, украшавший когда-то первый сервиз завода, созданный для императрицы Елизаветы Петровны (носил название «Собственный Ея Величества»). Первоначальный орнамент, так называемая трельяжная сетка, был похож на переплетения тонкой садовой решетки для вьющихся растений (из таких конструкций в XVIII веке возводили беседки). Яцкевич выполнила его в технике росписи кобальтом с характерной ярко-синей расцветкой. В 1958 году первый сервиз, украшенный этим рисунком, вывезли на международную выставку в Европу, где он получил сразу две премии: за форму и роспись — и прославил ленинградский фарфор на многие годы вперед.

Императорский фарфоровый завод (историческое имя возвращено предприятию в 2005 году) в наши дни возрождает



традиции, продолжая сотрудничать с современными художниками, — так, многим запомнилась коллекция, созданная для ИФЗ Михаилом Шемякиным. У завода богатая история индивидуальных заказов, будь то первые лица государства или известные деятели искусств. налажен выпуск предметов интерьера по авторским эскизам: это и мелкая пластика (аксессуары или декор), и предметы мебели с фарфоровыми вставками, панно и элементы отделки. Как в XVIII веке, когда создавались целые фарфоровые кабинеты, во множестве украшенные вазами, фигурками, вензелями, консолями из этого сколь хрупкого, столь и ценного материала. www.ipm.ru

(«Б-Стиль Интерьеры», №44 от 09.10.2019)

Рафаэлевский салатник

Восьмой предмет из единственного парадного Рафаэлевского сервиза времени Александра III, созданного на Императорском фарфоровом заводе в конце XIX — начале XX века, появился в собрании фарфора музея-заповедника «Царское Село»

Альбина Самойлова |

«ЕЩЕ несколько лет назад мы даже помыслить не могли о том, что будем обладать целым комплектом предметов из Рафаэлевского сервиза. Этот великолепный ансамбль, задуманный и изготовленный для Царского Села, до недавнего времени не был представлен у нас ни одним изделием. Предметы из Рафаэлевского сервиза редко выставляются на аукционах. Но звезды так сошлись, что в последнее время разные аукционные дома выставили их один за другим. Мы приобрели их и продолжили поиски новых форм этого фарфорового шедевра. И вот еще одно обретение — на этот раз из частной коллекции», — говорит заместитель директора по научной работе ГМЗ «Царское Село» Ираида Ботт.

Кроме обретенного салатника, в коллекции музея — чашка, блюдо, десертная тарелка и четыре икорницы из этого сервиза. По словам хранителя фонда «Фарфор» ГМЗ «Царское Село» Елены Еремеевой, все предметы будут экспонироваться на выставках и в интерьерах Екатерининского дворца.

Рафаэлевский сервиз — самый значительный парадный ансамбль конца XIX — начала XX века. Его создавали на Императорском фарфоровом заводе специально для Царского Села по заказу императора Александра III. Мастера приступили к работе в 1883 году, а завершили ее двадцать лет спустя, в царствование Николая II. Ежегодно, по мере изготовления сервиза, новые изделия представляли императорам в числе подарков к Рождеству. Предметы украшены композициями по мотивам Лоджий Рафаэля, состоящими из арабесок, листовых гирлянд и изображений мифологических персонажей. Красочная роспись сервиза — типичный образец историзма в художественном фарфоре и одна из наиболее мастерских стилизаций орнаментов Возрождения. Каждый предмет уникален. Варьируются лишь цветные фоны, орнаментальные композиции и сюжеты. Индивидуальность отдельной вещи отмечена особой маркой, разработанной специально для Рафаэлевского сервиза. Это золоченый вензель императора, украшенный геометрическим узором.

Интересно, что этот сервиз на 50 персон никогда не был в царско-сельской летней резиденции. В 1903 году его сдали на хранение в сервизные кладовые Императорских дворцов и Дворцового управления. Спустя год его передали в Аничков дворец в распоряжение императрицы Марии Федоровны. Предметы, заказанные специально для Царского Села, появились здесь только спустя 100 с лишним лет после их создания.



Новое открытие

Банк ВТБ стал генеральным спонсором выставки Ильи Репина в Русском музее

Вера Кочеткова |

НА ПЕРВОМ этаже корпуса Бенуа вот уже два месяца работает масштабная выставка работ Ильи Репина, посвященная 175-летию со дня рождения художника. И каждый день у входа выстраиваются очереди.

Желающих познакомиться с творчеством художника оказалось так много, что Русский музей устроил в его честь «Культурный променад»: в один из выходных дней посетители с распечатанным билетом могли пройти в корпус Бенуа, минуя очереди. Специально для них музейные специалисты провели экскурсию, а камерный струнный оркестр Chambergies исполнил любимые музыкальные произведения художника.

В прошлый раз Русский музей показывал работы основоположника и лидера русского реалистического искусства к его 150-летию (в начале 1995 года). Выставка «Илья Репин. К 175-летию со дня рождения» открылась 3 октября, и на ее открытии присутствовала Зельфира Трегулова, директор Третьяковской галереи, где похожая (но не такая же) выставка прошла весной и летом 2019 года и собрала более 600 тыс. человек. Госпожа Трегулова объяснила, что юбилей — это лишь повод.

«Мы устраиваем эти выставки не только потому, что художнику исполняется 175 лет, — пояснила она на церемонии в Петербурге. — Просто прошло 25 лет, выросли несколько поколений людей, для которых Репин — это нечто официальное, реалистическое, навязанное и малоинтересное по большому счету. И нас ждет новое открытие Репина».

В экспозиции, в которую вошли работы из Русского музея, Третьяковской га-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

лерей, ГМИИ имени Пушкина, других российских и зарубежных музеев и частных коллекций, хрестоматийный Репин предстанет, особенно в своих поздних произведениях, сложным, противоречивым и весьма интересным художником и личностью.

Более 250 живописных и графических работ скомпонованы в хронологическом порядке: от обучения автора в Академии художеств до его вынужденной эмиграции. Представлены как полотна из учебников («Бурлаки на Волге», «Садко», «Крестный ход в Курской губернии», «Неждали», «Запо-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ВТБ выступил генеральным спонсором проекта, банк и раньше устраивал экспозиции русских художников (Николая Рериха, Льва Бакста, Василия Верещагина, Кузьмы Петрова-Водкина, Константина Сомова и других) в Русском музее. Выставка в Третьяковской галерее в Москве также прошла при поддержке банка ВТБ.

Одну из картин можно назвать особенной для Русского музея, это работа «Николай Мирликийский избавляет от смерти трех невинно осужденных». Покупая ее, российский самодержец Александр III впервые публично объявил о своем намерении создать музей национального искусства.

Среди экспонатов не только картины: представлена, например, декоративная тарелка «Иванушка-дурачок», созданная Репиным в Русской керамической мастерской в Париже. И, конечно, подлинные вещи Репина, относящиеся к периоду его жизни в усадьбе «Пенаты»: кисти, берет, халат и кресло, в котором позировали живописцу его модели. Нет только «Ивана Грозного», который находится на реставрации после нашумевшего акта вандализма. Но есть этюд и рисунок к картине, а также интерактивная и мультимедийная программа Третьяковки.

После Петербурга (где выставка продлится до 9 марта 2020 года) эстафету примут зарубежные музеи: парижский Пти-Пале и хельсинкский Атенеум.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

«Эрарта» выбирает свой цвет

О первой книге основательницы музея современного искусства Марины Варвариной и других проектах

Наталья Лавринович |

В «ЭРАРТЕ» проходит выставка, посвященная выходу в свет «Долины Красок». Это первая книга основательницы музея Марины Варвариной: много цвета, иллюстрации Николая Копейкина, тираж в 10 тыс. экземпляров и экскурсионная программа, построенная вокруг нее.

Марина Варварина говорит, что написанием книги обязана своему сыну Вадиму, который был первым ее читателем и критиком, но адресована «Долина Красок», скорее, будущим внукам, а за кажущейся веселостью здесь можно разглядеть глубину содержания. «Каждого из нас и из вас регулирует такое количество всяких правил, что от самоконтроля временами стоит отказаться хотя бы для того, чтобы почувствовать, что от тебя в жизни хоть что-то зависит», — говорит героиня произведения майор Багрянец в подтверждение тому.

Марина Варварина писала сама, без соавторов, как нынче принято: соавторов она не выносит и, несмотря на существование Ильфа и Петрова, ей кажется, что

высказывание должно быть глубоко индивидуальным. На написание ушло около трех месяцев.

По словам автора, наши цветовые предпочтения определяются не столько эстетическими запросами, сколько соответствием особенностей характера особенностям цвета. Слишком серьезно к этому относиться не стоит, но и игнорировать не надо. Меняются колористические пристрастия и отдельного человека, и, бывает, целых стран. Зеленый в качестве цвета государственного флага был когда-то выбран Ирландией ровно в пик «протестантскому» оранжевому, но сейчас на полотнище три полосы — зеленый, белый и оранжевый.

«За каждым из больших народов есть определенное цветовое клише, — рассказывает Марина. — Например, считается, что русские — это страсть, стремление развернуться, оторваться, для русских важна победа и какие-то другие характеристики, которые в психологии восприятия цвета закреплены за красным. Но каждый человек — это целый мир, и

государство тоже — целый мир. Любые простые ассоциации никогда не бывают верными».

Что касается художника книги, то выбор был сделан быстро. «Николая я знаю сто лет, — говорит Марина Варварина. — Иллюстрации очень нехарактерны для его основного стиля, здесь нет ничего ужасного, саркастического, никакого „Свиного рыла“ и „Невзоровских сред“. Они милые, позитивные... Но самое главное, что для меня Копейкин соответствует духу книги. Во-первых, он человек очень разносторонний: по образованию филолог, даже лингвист, и философ, при этом стал известен как художник, музыкант и режиссер — это человек-оркестр. И плюс это человек мира, он очень много путешествует: с группой гастролирует по разным странам, совершает мотокроссы по пустыне с друзьями. Он как раз живет в этом богатом, открытом, разноцветном, ярком мире».

В продолжение выставки музей подготовил взрослую и детскую экскурсии «Выбери свой цвет». На детской ждут целыми



ОСНОВАТЕЛЬНИЦА МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ЭРАРТА» МАРИНА ВАРВАРИНА И ХУДОЖНИК НИКОЛАЙ КОПЕЙКИН

классами, каждый участник получит в подарок книгу: несколько тысяч экземпляров тиража запланировано под эти цели.

По большим выставочным проектам «Эрарта» заключила договоры на три года вперед: «Когда вы работаете с крупными именами, нельзя работать с колес. 2020 год — юбилейный, музею исполняется 10 лет. Из наиболее ударных: вначале будет выставка Рассела Джеймса, это официальный фотограф Victoria's Secret, и мы постараемся подать ее так, чтобы удивить публику. А закончится год выставкой Филипа Трейси, которого представлять не надо».

«Долина Красок» будет открыта до 9 февраля 2020 года.

Неведомые пространства

В гранд-отеле «Европа» открылась выставка художников Владимира и Алисы Духовлиновых, представителей двух поколений одной петербургской семьи.

Владимира Духовлинова сегодня называют художником абстракционистом.

В начале 1970-х годов он увлекался Сезанном, позднее — сюрреалистами и абстракционистами. В 1990-е годы основным направлением его творчества становится постабстракционизм.

Работы Владимира Духовлинова находятся в собраниях Государственного Русского музея, ЦВЗ «Манеж», Музея нонконформистского искусства, коллекции Центра искусств имени Дягилева, Музея современного искусства «Эрарта», музеях Самары, Даугавпилса, США и Австралии. Кроме того, работы художника представлены в частных коллекциях России, Украины, США, Великобритании, Австрии, Франции, Голлан-



ХУДОЖНИКИ ВЛАДИМИР ДУХОВЛИНОВ И АНАТОЛИЙ БЕЛКИН, ИСКУССТВОВЕД НИКОЛАЙ СУВОРОВ НА ВЕРНИСАЖЕ

дии, Италии, Японии и других стран.

Дочь Владимира Духовлинова Алиса пришла к живописи через музыку. Выпускница Петербургской государственной консерватории, она с 2004 года завоевывала призы на международных музыкальных конкурсах и фестивалях. Специальным дипломом жюри XIII Международного конкурса пианистов Ile-de-France (Франция, Мезон-Лаффит,

2011) отмечено ее исполнение произведений современных композиторов. Свою первую живописную выставку Алиса представила в 2015 году. По словам искусствоведа, доктора наук, профессора СПбГИК Николая Суворова, «другие сады, другие миры — другое, нездешнее предстает в работах, уверенно ведущих в неведомые пространства Алисы Духовлиновой».

Альбина Самойлова

«Мадонна Литта» отправилась в Милан

Банк ВТБ поддержал выставку «Леонардо и „Мадонна Литта“» в миланском музее Польши-Пеццоли.

Экспозиция приурочена к 500-й годовщине со дня смерти Леонардо да Винчи и стала частью культурной программы, которую в рамках проекта «Милан — Леонардо — 500» подготовило правительство Италии. Официальным спонсором проекта выступил банк ВТБ. Также на выставке представлены более 20 картин и рисунков Леонардо да Винчи и его учеников, которые были созданы в конце XV века, когда мастер работал при дворе герцога миланского Лодовико Сфорца.

«Банк ВТБ как социально-ответственная компания в соответствии со своей стратегией реализует целевые программы по нескольким направлениям. Одна из наших программ — „Культурная страна“, в рамках которой банк выступил официальным спонсором выставки в Милане, — отмечает Наталия Германова, советник президента — председателя правления банка ВТБ. — „Мадонна Литта“ является одним из самых ценных экспонатов давнего партнера ВТБ — Эрмитажа — и крайне редко покидает музей. Последний раз полотно выставлялось в Милане почти 30 лет назад, в 1990 году. Выставка в Милане является одним из событий, символизирующих партнерство двух стран — Италии и России. Мы, как банк, гордимся, что помогаем сохранять мировое культурное наследие».

В 2019 году ВТБ поддержал открытие экспозиции «Гости из Неаполя. Артемизия Джентилески и современники» в ГМИИ имени Пушкина. А в 2020 году в рамках сотрудничества банка с Пушкинским музеем откроется масштабная выставка картин, доставленных в Москву из Музея Каподимонте в Неаполе. Выставка в музее Польши-Пеццоли продлится до 10 февраля 2020 года, после чего «Мадонна Литта» вернется в Эрмитаж.

ПРОЕКТ «МЕТАМОРФОЗЫ» В БОЛЬШОМ ДРАМАТИЧЕСКОМ ТЕАТРЕ

МИР ПОЧТИ ИСЧЕЗНУВШИХ ДЕКОРАЦИЙ



Президент инвестиционно-строительного холдинга RVI Эдуард Тиктинский, председатель наблюдательного совета ПАО «Банк „Санкт-Петербург“» Елена Иванникова, художник Михаил Шемякин и писатель Ирада Вовненко

В БДТ им. Г. А. Товстоногова под занавес Года театра открылась выставка знаковых для отечественного театра сценографов. «Метаморфозы» – это работы Александра Бенуа, Эдуарда Кочергина, Юрия Купера и Михаила Шемякина, которые публика сможет посмотреть до спектаклей и в антрактах.

Организатором выступил благотворительный фонд «Ренессанс» при участии банка «Санкт-Петербург» и группы RVI. Экспонаты для выставки были предоставлены художниками, а также партнерами проекта, в числе которых Центр Михаила Шемякина, аукционный дом «Кабинет», и Императорским фарфоровым заводом. Фото для выставки передали хранители архива БДТ.

«Задача показать в полном объеме многообразие мира театральных художников в камерном пространстве очень непростая, поэтому наш проект – это своего рода эксперимент, –



Юрий Купер



Директор БДТ имени Г. А. Товстоногова Татьяна Архипова



Директор Государственного Эрмитажа Михаил Пиотровский

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ МЕТАМОРФОЗЫ



Михаил Шемякин, Юрий Купер и Эдуард Кочергин

говорит глава БФ «Ренессанс» Ирада Вовненко. – Мы назвали проект „Метаморфозы“, и название во многом повлияло на процесс его реализации. Тем не менее мы счастливы, что проект состоялся».

Ирада не рассказывает подробно, какие именно превращения претерпела выставка. Но очевидно, что разместить работы на третьем ярусе, в круглом коридоре шириной 1,6 метра с несколькими тупиковыми ответвлениями – задача не из простых. Архитектурным воплоще-

нием занимался Андрей Воронов, в марте построивший в БДТ концептуальный фанерный театр.

Не все художники согласны с визуальными решениями. Например, Юрий Купер предпочел бы, чтобы его работы висели чуть менее плотно и на белом фоне. Но зритель наверняка будет благодарен за возможность увидеть еще один дивный тюльпан, написанный в перерывах между книгой воспоминаний, сборником стихов, записью альбома с Александром Маршалом и «просто»

сценографическим бытом. 79-летний Купер – фигура, масштабная во всех смыслах.

«Мы живем в мире, в котором (вы наверняка заметили это) декорации почти исчезают, – говорит Юрий Леонидович. – Не потому, что мы их не умеем делать. А просто не осталось мастеров, которые могут их воспроизвести, ни столяров, ни бутафорщиков. Так же как постепенно исчезают такие техники, как литография, офорт. То, что мы называем артизанальной частью (от французского l'artisan – «мастер», «ремесленник». – Прим. ред.), сейчас не обязательно. Главным кредо художника и в живописи, и в театре становится эпатаж, и без этого никто ничего даже смотреть не будет».

Не менее масштабны и остающийся на протяжении почти полувека главным художником БДТ 82-летний Эдуард Кочергин; и неизменно ироничный 76-летний Михаил Шемякин.

Эдуард Степанович, автор этапных «Крещеных крестами» и «Ангеловой куклы», продолжает писать. В девятом номере журнала «Звезда» за этот год вышло его «региональное повествование» «Житие Лидки Петроградской», «знаменитой питерской проститутки», кото-

рое войдет в новую книгу. Дописать ее он планирует к Новому году, свет она увидит весной.

По словам Кочергина, главное достоинство эскизов, представленных на выставке, в том, что они сделаны руками, а у таких работ совершенно другая энергетика, нежели чем у отрисованных с помощью компьютера, и она считается даже не очень восприимчивым зрителем. «Я думаю, что через какое-то время, когда компьютер станет могущественным и всем надоест, народ вернется к ручным делам», – резюмирует художник.

Как и его коллеги, Михаил Шемякин многозадачен. В данный момент, например, он работает над мюзиклом, главный герой которого – крысенок. Работает и в Москве, и у себя во Франции, музыка написана американскими композиторами. Условное название будущего мюзикла – «Крысенок Фредди» или «Машенька и Щелкунчик».

«Мне, когда я смотрю на таких художников, вспоминаются слова Фета: „Если немец Шульц будет создавать срамную газету из трех букв, я все равно отдам свои стихи: стихи все очистят“, – говорит куратор выставки искусствовед Александр Боровский. – Даже в таких закутках вещи смотрятся в полную силу. Я очень рад, что ввязался в эту историю, мне просто очень приятно быть в этой компании».

Боровский написал вступительную статью к каталогу «Метаморфоз». Кроме того, выпущен документальный фильм: участники выставки худрук БДТ Андрей Могучий и Никита Михалков (что, в общем, неудивительно, учитывая долгое сотрудничество Михалкова с Купером) рассказывают о том, какие премьеры считают главными в своей жизни.

Стены всего пространства окрашены черным цветом, и только рисунки Александра Бенуа развешены на красном: 1910-й, 1913 год, декорации к «Жизели» и «Мнимому больному», лакуна – и 1943-й, переход к театру Пигаль, 1951-й, «Амур и Психея». Отец современной российской сценографии, Александр Бенуа последний спектакль в БДТ (а заодно и в СССР) – «Женитьбу Фигаро» – отрисовал в 1926 году, и постановка эта, к слову, провалилась.

«Метаморфозы» же продлятся до 17 декабря 2019 года.



Михаил Шемякин и Эдуард Кочергин

ПАРА УТОК
АМАРАНТ,
ДИЗАЙН
ЛАРСА БЕЛЛЕРА
ФЬЕТЛАНДА,
БОТТЕГА
GHIANDA.
В КАЖДОЙ
ФИГУРКЕ
СПРЯТАНО
ОТДЕЛЕНИЕ
ДЛЯ ХРАНЕНИЯ
ДРАГОЦЕННОСТЕЙ,
РУЧНАЯ РАБОТА



BOTTEGA GHIANDA



АРХИВЫ ДАТСКОГО
ТЕКСТИЛЬНОГО БРЕНДА
KVADRAT

ТОТАЛЬНАЯ виртуализация жизни не слишком затронула дизайн. А один из самых популярных трендов последнего времени — ремесленные изделия, craft. Современным технологиям дизайнеры противопоставляют традиционные техники и материалы. На ярмарках дизайна вроде London Design Festival и Maison & Objet гораздо чаще встречаются вещи, словно позаимствованные из музеев ремесел, чем напечатанные на 3D-принтере. Керамика ручной работы, тканые вручную ковры, резное дерево, плетенка и другие подобные вещи дарят ощущение надежности в этом быстро меняющемся мире.

Одним из пионеров возвращения к ремеслам стала итальянская марка Moroso. Десять лет назад ее арт-директор Патрисия Морозо запустила коллекцию M'Artique, в которой используется традиционная африканская техника плетения. Вещи изготавливают в сенегальских ателье марки, а вот за дизайн отвечают европейцы: Торд Бунтье, Патрисия Уркиола, Мартино Гампер и другие. Бренд Magni уже не первый год сотрудничает с ремесленниками из Колумбии, которые по ее заказу к каждой Миланской неделе дизайна плетут новую коллекцию мебели или аксессуаров. Деньги от продажи идут в благотворительный фонд Only The Brave Foundation, активно поддерживаемый Magni и еще несколькими фэшн-марками. Испанская ковровая марка Nanimaquina выбрала своим девизом «современный дизайн в традиционной технике». Ковры для нее производят ремесленники из Марокко, Индии, Пакистана и Непала, которые до знакомства с Нани вовсе не помышляли ни о каком ди-

Отпечатки пальцев Юлия Пешкова о возвращении к ремеслам

зайне. От таких коллабораций выигрывают все: компании получают недорогую рабочую силу, а местные умельцы — достойную по тамошним меркам оплату и хорошие условия труда. Ручная работа встречается не только в люксовом сегменте. Даже такой гигант масс-маркета, как ИКЕА, в последние годы сотрудничает с мастерами разных стран для создания лимитированных серий. Последнее дополнение — коллекция Overallt. Деревянная мебель, керамическая посуда, плетеные аксессуары и текстиль были изготовлены в разных странах Африки в традиционных техниках и отражают местные обычаи.

Впрочем, ремесла не обязательно искать за тремя морями. Они сохранились и в Европе и переживают сейчас второе рождение. Именно так произошло с семьей мастеров по дереву из Брианцы. Мастерская Bottega Ghianda делала мебель и аксессуары для проектов итальянских архитекторов (среди них Джо Понти, Гае Ауленти, братья Кастильони, Этторе Соттсасс) и была совершенно не извест-

на широкой публике. Несколько лет назад ее выкупил Ромео Соцци, владелец фабрики Protemoia. Он назначил арт-директором Микеле Де Лукки, скомпоновал из вещей разных лет коллекцию, наладил регулярное производство и открыл бутик в модном миланском квартале Брера. Теперь уникальные изделия потомственных краснодеревщиков может купить каждый.

Ручная работа и, как следствие, неповторимость предметов принесли всемирную славу миланскому дизайнеру Винченцо Де Котису. Его вещи никак не назовешь традиционными, однако работает он по старинке: кует, обжигает, льет, полирует, отдавая предпочтение старому металлу и камню. Кто он — художник, дизайнер или ремесленник, сказать сложно, как и о многих других молодых дизайнерах. Рисованию эскизов на компьютере и ожиданию заказов от крупных фабрик они предпочитают работу в мастерской и воплощенный в материале результат.

В России обращение к ремеслам зачастую вынужденное: ввиду почти тотального отсутствия производства дизайнеры делают ставку на ручную работу. Время от времени случаются попытки возродить старинные промыслы, самая удачная из которых всем известна — «Дымов керамика». Сотрудничество дизайнеров с традиционными производствами, ставшее обычным делом в Европе, у нас идет со скрипом. Коллабораций мало, и редкая из них доходит до конечного потребителя. Автор этой статьи несколько лет назад курировала проект «Новая жизнь старых промыслов», где пять молодых дизайнеров: Катерина Копытина, Максим Максимов, Ярослав Мисонжников, Ярослав Рассадин и Аня Кулачек — должны были по-новому взглянуть на гусевский хрусталь, жостовскую роспись, вологодские кружева, хохлому и гжельский фарфор. Идея оказалась настоящим вызовом для всех, особенно для фабрик, но в итоге по-

лучилось пять отличных дизайнерских проектов. Увы, реально выпускается только один — тарелки Ани Кулачек на объединении «Гжель», да и то потребовались инвестиции русской марки Half & Half. Что говорит о том, что без посторонней помощи ремеслам иногда не справиться.

Одна из компаний, которая поддерживает ремесленное производство, — испанский модный бренд Loewe. И не только тем, что использует техники ручного изготовления в своих коллекциях. Три года назад креативный директор марки Джонатан Андерсон запустил ежегодный Loewe Foundation Craft Prize. Конкурс открыт для дизайнеров всех возрастов и национальностей — главное, чтобы их работы соответствовали понятию craft. Заявка оказалась очень востребованной (что неудивительно, учитывая приз в €50 тыс. и всемирную рекламу), каждый раз компания получает тысячи заявок, из которых жюри выбирает около 30. В этом году в состав жюри кроме Андерсона входят дизайнер и директор токийского музея ремесел Наото Фукасава, директор парижского Музея декоративных искусств Оливье Габэ, дизайнер Патрисия Уркиола, директор лондонского Музея дизайна Деян Суджич и прочие достойные представители дизайн-сообщества. Выставка работ финалистов пройдет в Музее декоративных искусств в Париже, заявки принимаются до 30 октября. В прошлом году был признан лучшим японец Гента Исидзука, мастер лаковой техники уруси. В традиционное японское искусство он вносит современные элементы. Например, победившая на конкурсе скульптура по форме напоминает сетку апельсинов из супермаркета, а за основу вместо дерева или папье-маше взяты пенопластовые шары. В этом и суть конкурса: показать, что ремесла — это не пыльные экспонаты музеев, а такая же часть современной жизни, как покупки в интернете и электрические самодкаты.

(«Ъ-ИНТЕРЬЕРЫ», № 44 ОТ 09.10.2019)



МЕБЕЛЬ
ЛИНИИ
OUTDOOR
ОТ MARNI

MARNI

Перед Новым годом мы с друзьями ходим в «Баню»

В Александринском театре на Основной сцене 13, 14 и 15 декабря состоится премьера спектакля «Маяковский. Баня» по одной из самых футуристических пьес русского репертуара.

Мария Иванова |

ПОСТАВИТЬ «Баню» Маяковского на большой сцене — давний творческий замысел главного режиссера Александринского театра Николая Рощина. «Баня» писалась для ГосТИМа и по заказу Мейерхольда. Выступая в 1929 году на обсуждении «Бани», Мейерхольд дал пьесе очень высокую оценку, сравнив ее с произведениями Мольера, Пушкина, Гоголя: «Эта пьеса — крупнейшее событие в истории русского театра, это величайшее событие, и нужно прежде всего приветствовать поэта Маяковского, кото-

рый ухитрился дать нам образец прозы, сделанный с таким же мастерством, как и стихи... Конечно, Маяковский начинает собой новую эпоху». На вопрос, почему пьеса называется «Баня», сам Маяковский отвечал двояко. Первый вариант: «Баня моет (просто стирает) бюрократов» — остался определением простодушного и прямолинейного «обличительного» восприятия пьесы. Второй — «Потому что это единственное, что там не попадается».

Маяковский определил жанр «Бани» как «сатирическая пьеса с цирком и фей-

ерверком». Сатирический посыл спектакля Николая Рощина лишен конкретики, определенных и легко считываемых социальных или бытовых деталей. Он едва ли привязан к какому-то времени и имеет очевидный макабрический оттенок. Однако совершенно не случайно режиссер начинает спектакль с хода, который максимально приближает пьесу, написанную в конце 1920-х, к нашему времени, — с художественной приемки спектакля, интермедии с худсоветом и непонятым и непринятым художником.

Новый спектакль — второе обращение Николая Рощина к этой пьесе Владимира Маяковского после выпущенного в январе 2017 года спектакля на Новой сцене Александринского театра. На Основной сцене спектакль выходит в новом пространственном и сценографическом решении. Но сохраняет переосмысленные в соответствии с современным чувством сцены образы мейерхольдовского театра с его прозодеждой, цирком и трагическим карнавалом.



AMASTASIA BLUR

Коммерсантъ. В лучших местах Петербурга.

Рестораны

КРЕМЛЬ	Выборгская наб., 55 БЦ Gregory's Palace
ВЕСЕЛИДЗЕ	Восстания ул., 20
МАРКЕТ ПЛЕЙС	Малоохтинский пр., 64
РИБАЙ	Казанская ул., 3А
РУССКАЯ РЮМОЧНАЯ №1	Конногвардейский бул., 4
СТРОГАНОВФ	Конногвардейский бул., 4
СТЕЙК ХАУС	
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр. В.О., 20
Ресторан-гостиница ШТАКЕНШНЕЙДЕР	Миллионная ул., 10
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
SARULETTI	Большой пр. П.С., 74
FIT FASHION	Казанская ул., 3
FRANCESCO	Суворовский пр., 47
GINZA	Аптекарский пр., 16
TOSCANA GRILL BAR & RESTAURANT	наб. канала Грибоедова, 64/ Садовая ул., 47 вход с наб. канала Грибоедова
НЕВСКАЯ ЖЕМЧУЖИНА	Обуховской Обороны пр., 26
СКАЗКА ВОСТОКА 1001 НОЧЬ	Лесной пр., 48
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	Суворовский пр., д. 62

Пироговые

ЛИНДФОРС	Полтавская ул., 3
	Московский пр., 128
	Декабристов ул., 33
	Ленинский пр., 151

ШТОЛЛЕ

	1-я Красноармейская ул., 4
	Гражданский пр., 114, к. 1
	Медиков пр., 10, к. 1
	Комсомола ул., 35
	Московский пр., 105
	Стачек пр., 74
	Просвещения пр., 34
	Садовая ул., 8
	1-я линия В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Владимирский пр., 15
	Савушкина ул., 3

Кафе

КРОО САФЕ	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11
РУБИНШТЕЙН	Рубинштейна ул., 20

Кофейни

БАРИСТОКРАТ	Киевская ул., 6, корп. 2
--------------------	--------------------------

Интерьерные магазины

САЛОН «СЕНТЯБРЕВЬ»	Каменноостровский пр., 19
---------------------------	---------------------------

Автосалоны

НЕВА-АВТОКОМ ДИЛЕР VOLKSWAGEN	Московский пр., 154
АВТОДОМ ПУЛКОВО ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР MERCEDES-BENZ	Пулковское ш., 14, лит. А

Авиакомпании

ЦБА «ПУЛКОВО-3»	
ГТК «РОССИЯ»	

Бизнес-центры

GREGORY'S PALACE	Выборгская наб., 55
GUSTAF	Средний пр. В.О., 36/40
MAGNUS	9-я линия В.О., 34
ОСКАР	наб. р. Фонтанки, 13 А
Деловой центр NEVKA	Гельсингфорсская ул., 3 корп. 11, лит. Д вход с Выборгской наб., 45-47

Разное

ЕДИНЬИ ЦЕНТР ДОКУМЕНТОВ	Красного Текстильщика ул., 10/12
САПСАН	Бизнес-класс

Газета «Коммерсантъ» издательством бесплатно не распространяется.

Узнайте подробную информацию о корпоративной подписке по телефону (812) 335-1766 www.spb.kommersant.ru



РЕКЛАМА «16»

Гранатовая лихорадка

О национальном символе Азербайджана

Азербайджанцы считают, что самый вкусный в мире гранат растет у них в Геокчайском районе примерно в пяти часах езды от Баку.

Яна Войцеховская |



АНАРА ЗАКИРЛИ — ИЗВЕСТНЫЙ ДИЗАЙНЕР ОДЕЖДЫ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ — ПРЕДСТАВИЛА СВОЮ КОЛЛЕКЦИЮ ПОД БРЕНДОМ ANARA ZAKIRLI

В СТРАНЕ трепетно относятся не только к фрукту, но и к прекрасной половине человечества, поэтому, видимо, на ежегодном ноябрьском празднике граната в Геокчае дамы изображаются в виде спелого красного граната с короной на верхушке головы.

Пылкий нрав восточной части Закавказья ощущается уже в самолете «Азербайджанских авиалиний»: пространство между сидящими рядом пассажирами сводится к нулю — будьте готовы к тому, что ваша зона комфорта сузится, а соседи станут такими же близкими, как гранатовые косточки в ядре фрукта. Открытость,

дружелюбность и любвеобильность страны поражает — но и быстро затягивает.

Если будете в Азербайджане в начале ноября, не оставайтесь только среди башен Баку, причудливого центра Захи Хаидид, зеленого базара и мест из кинофильма «Бриллиантовая рука» — в 275 км от столицы проходит праздник граната. Его проводит один из крупнейших заводов по производству гранатового сока в Азербайджане — «Азнар». Завод — это наследие Азербайджанской ССР, основанный в 60-х годах XX века, он ныне принадлежит бизнесмену Фархаду Ахмедову, уроженцу Баку, отец которого был директором предприятия в советские времена. Первоначально завод начал свою деятельность с выработки привычных яблочных и томатных соков, но в 1969 году предложил использовать в качестве сырья гранат и айву.

Наг как национальный символ

Отношение к гранату (паг по-азербайджански) святое: отчасти это помогает продвигать товар на зарубежных рынках, признаются маркетологи. Гранат — самый упоминаемый фрукт в Коране. Его целебные свойства вместе с мусульманской традицией позволяют «Азнару» существенно расширить экспорт фруктов в Малайзию, Индонезию и Филиппины. Богатый нефтью и газом край за 2018 год произвел 155 тыс. тонн граната, ожидается, что в 2019 году производство вырастет на 10–12%, сообщил ранее председатель Ассоциации производителей и экспортеров граната Фархад Гарашов. По оценке организации, в прошлом году Азербайджан продал за рубеж 9,3 тыс. тонн граната за \$12,3 млн. В основном, Азербайджан экспортирует гранаты в Россию, Украину, Польшу и Латвию.

Геокчай, в котором проживают более 40 тыс. человек, называют центром гранатоводчества Азербайджана. Площадь территории района составляет приблизительно 4 тыс. гектаров, где каждый год выращивается около 50 тыс. тонн гранатов. Секрет, по словам местных жителей, — в солнце и плодородии почвы. Ехать сюда удобнее всего на машине. На центральной аллее города выставляют ярмарочную зону с палатками и ларьками, в которых продают сувениры, еду, гранаты, тут же их выжимают и делают сок. На узких тротуарах организуют танцы и конкурсы для молодежи, народное



ДИЗАЙНЕР КЮБРА
НУРИЕВА (В ЦЕНТРЕ)
ОСНОВАЛА В БАКУ
ДОМ МОДЫ K.FABUEL



гуляние варится в еще жарком, по петербургским меркам, ноябрьском азербайджанском солнце.

Пробираясь через толпы танцующих, останавливаясь около палаток с забавными статуэтками женщин в виде граната, я вслушиваюсь в слова моего бакинско-го знакомого, который говорит с ярко выраженным азербайджанским акцентом: «Женщина — это как полярная звезда, мужчина одной частью мозга должен доверять себе, а другой — женщине; жена — она как птичка, — продолжает он, — и сжать в руке нельзя, и отпустить нельзя; девушка — белая футболка, а мужчина — черная, на темной ткани пятна не заметишь». Наслушавшись мыслей о женщинах и мужчинах в этом мире, поддаюсь и покупаю сувенир — женщину-гранат с короной на голове. Все-таки умеют они рассказывать сладко.

Миллионы литров

Одно из центральных мест на празднике граната отдано спонсору мероприятия — местному заводу «Азнар». Предприятие выпускает как соки под торговой маркой Grante, так и СТМ для ритейлеров в России и Канаде. По словам директора по продажам компании Аскара Надыршина, в год к регионам, где продают соки, добавляется около пяти стран, но и как минимум два рынка, куда выходит «Азнар», уходит. Всего продукция предприятия поставляется примерно в 30 стран.

По его словам, пять лет назад доля России в общей структуре продаж составляла около 40%, примерно такой же объем приходился на Польшу, остальные доли делили между собой еще три-четыре страны. Однако доля России постоянно снижается (сейчас она составляет 21%, но производитель прогнозирует снижение

до 16%), это связано и с падением платежеспособности населения (упаковка гранатового сока «Азнара» стоит около 350 рублей), и со снижением потребления соков в целом. Около 5% произведенного сока остается в Азербайджане. Австралия, где «Азнар» занимает первое место по доле рынка, генерирует около 7–10% продаж, также как и Малайзия, Тайвань и страны Европы. Компания осваивает новые рынки и выходит на США, Саудовскую Аравию, Канаду, Германию, Израиль, Южную Корею, Новую Зеландию.

На заводе в Геокчае — он раскрашен в цвета радуги, а резные двери в цеха украшены маленькими гранатами — уверя-

ют, что предприятие загружено только на 50%. За 2018 год компания произвела 3 млн литров сока. В основном он продается в стеклянных бутылках, что позволяет хранить его два года, но компания рассматривает запуск ПЭТ-производства — это сократит срок годности до одного года, но поможет в дистрибуции, ведь такой материал легче и дешевле.

Говорят, зубчики на верхушке граната стали прообразом королевской короны. А в мифологии разных народов гранат — символ любви, брака, плодородия и даже вечной жизни. И первое гранатовое дерево посадила богиня Афродита. Такой вот божественный фрукт.

КОСМЕТОЛОГИЯ БИЗНЕС-КЛАССА

ВРАЧИ-КОСМЕТОЛОГИ GMTCLINIC НА ПЕТРОГРАДСКОЙ О ТОМ, КАКОЙ МОЖЕТ И ДОЛЖНА БЫТЬ КОСМЕТОЛОГИЯ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ И УСПЕШНЫХ



ГОЛУБЕВА Марина Сергеевна — главный врач GMTCLINIC на Петроградской, врач-косметолог, дерматолог, специализируется на комплексных антивозрастных программах.

Косметология меняется в сторону деликатного поддержания красоты и молодости, в тренде натуральные лица без признаков вмешательства. Особенно это важно для людей публичных, руководителей,

бизнесменов, политиков. Наряду с безопасностью косметологических услуг важным является отсутствие или легкое течение периода реабилитации. Есть ряд процедур, отвечающих всем этим качествам:

1. Коррекция морщин с помощью ботулотоксина. Занимает 15 минут и практически не оставляет следов. Ее можно назвать процедурой обеденного перерыва.

2. Биоревитализация для увлажнения и улучшения цвета лица. Сейчас есть препараты, которые вводятся за 10 минут и всего в 10 точек, они не оставляют следов, дают естественный эффект сияния и молодости кожи.

3. Безоперационный SMAS-лифтинг (альтеротерапия). Современная процедура нехирургической подтяжки кожи, проводится один раз в 1-1.5 года. Реабилитации нет, можно в день процедуры отправиться на важное мероприятие. Эффект выражается в стойком лифтинге: подтягивается овал лица, подбородок, взгляд становится более открытым.

4. Контурная коррекция разных зон лица при помощи инъекций гиалуроновой кислоты. Корректируем объем скулы, подбородка, губ, углы нижней челюсти, можно исправлять несовершенства и менять пропорции. Отличные результаты достигаются в устранении

уставшего вида в области глаз. Мужчинам помимо избавления от морщин данная методика позволяет подчеркнуть гендерные особенности: выделить подбородок, лобные бугры, придать лицу более мужественный вид.

СЁМОВА Александра Михайловна — врач-косметолог, дерматолог, эксперт по инъекционным, аппаратным методикам и нитевому лифтингу.

В современной жизни показателем статуса и успеха является не только марка машины, бренд одежды и наполненность банковского счета, но и состояние лица и кожи. Многие в силу сферы своей деятель-

ности, а также в силу публичности своей жизни просто не могут позволить себе игнорировать достижения современной косметологии.

Именно по этой причине пациентами GMTCLINIC на Петроградской часто становятся первые лица и топ-менеджмент компаний Санкт-Петербурга. В арсенале Клиники немецких медицинских технологий целый спектр современных процедур, направленных на удовлетворение основных потребностей пациента: быстро, результативно, с минимальным периодом реабилитации или без него. Самыми популярными являются пилинги, процедуры «на выход», которые обеспечивают



мгновенное получение максимального эффекта, процедуры по подтяжке лица (альтеротерапия), лазерная шлифовка, которая обеспечивает гладкость кожного покрова и выравнивает его тон, ботулинотерапия и инъекции гиалуроновой кислоты.

Сегодня мир диктует тренд на здоровый и активный образ жизни. Современная профессиональная косметология отвечает этому тренду — не требует внесения изменений в привычный уклад жизни ради результативности процедур, а напротив, подстраивается под вас.



ДОВЕРЯЙТЕ ПРОФЕССИОНАЛАМ И БУДЬТЕ МОЛОДЫ И ПРЕКРАСНЫ!

КЛИНИКА НЕМЕЦКИХ МЕДИЦИНСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ GMTCLINIC

Санкт-Петербург, ул. Льва Толстого, 2а, тел. +7(812)701-08-30, gmtspb.ru

Москва, Новинский б-р, 20, стр. 9, тел. +7(499)29-000-29, gmt-clinic.ru

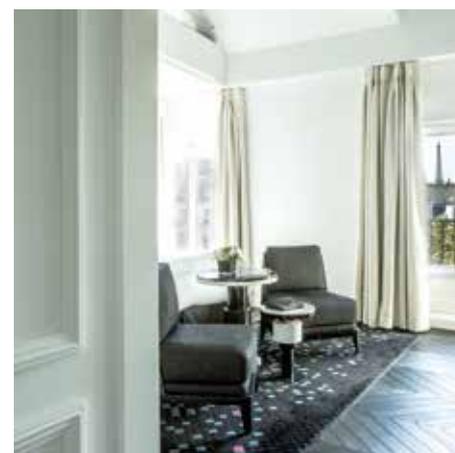


ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ С ВРАЧОМ

Fauchon L'Hotel: в стиле гурманского бренда

Первый парижский отель под брендом Fauchon соединил две составляющие знаменитого французского *l'art de vivre* — искусства жить: гастрономию и гостеприимство

Елена Федотова |



СПА-САЛОН



РЕСТОРАН GRAND CAFE

ПЯТИЗВЕЗДОЧНОМУ

отелю Fauchon всего год, а знаменитому бутику деликатесов под этой маркой — уже больше 130 лет. Сам бренд стал национальным достоянием Франции и поднялся на один пьедестал с Chanel, Christian Dior, Citroene, Louis Roederer... Конечно, концепция нового парижского отеля связана с гастрономией — тем не менее, он имеет свой особенный стиль, в чем-то новаторский, и без сомнения, остроумный. Но положила начало всему любовь французов к хорошей еде.

В 1880 году на площади Мадлен в Париже появился молодой бакалейщик Огюст Фошон (Fauchon) — он торговал прямо на улице со своей тележки, нагруженной свежими овощами, зеленью и фруктами. Уличная торговля шла бойко, жители не только этой части Парижа его знали и привечали. И в 1886 году Фошон уже смог открыть магазинчик, сделав ставку на деликатесы и редкие продукты. Четыре года спустя Огюст Фошон откры-

вает свои винные погреба — они быстро стали известными, благодаря тщательно продуманному ассортименту (к 1908 году в них насчитывалось 800 тыс. бутылок). В 1898-м начинает работать чайный салон, который и сегодня знаменит многочисленными сортами чая. Считается, что именно его хозяин познакомил французов с английским обычаем *five-o'clock*. Огюст Фошон умер глубоким стариком в 1945 году, а в 1952 году его дети продали компанию.

Потом у компании были разные владельцы, она приобрела мировую известность, благодаря собственному производству продуктов высочайшего ка-

чества и работе с авторитетными поставщиками. Компания переживала разные времена, взлеты и падения, расширяла свой бизнес, меняла концепцию и налаживала партнерские отношения — у нее большая история. Сегодня Fauchon — это настоящая империя: бутики изысканных продуктов под этим брендом работают в 23 странах и представляют целую философию качества жизни. А главный бутик на площади Мадлен, признанный меккой изысканной французской гастрономии, до сих пор поражает изобилием продуктов и вин со всего мира, своими знаменитыми пирожными и шоколадом, а еще фирменной цветовой гаммой — со-

четанием черного, мадженты, розового и белого.

На площадь Мадлен выходит и часть здания Fauchon L'Hotel. (В 2015 году компания приняла новую стратегию и намерена развивать Fauchon Hospitality — сеть бутик-отелей и сферу роскошного гостеприимства). Трудно вообразить, что скрывается за классическим фасадом эпохи барона Османа! Внутренней перестройкой здания и дизайном интерьеров занимался знаменитый французский архитектор Ришар Мартине — он также руководил работами по реновации и восстановлению Hotel de Paris в Монте-Карло, Hotel de Crillon и Shangri-La Hotel в Париже.



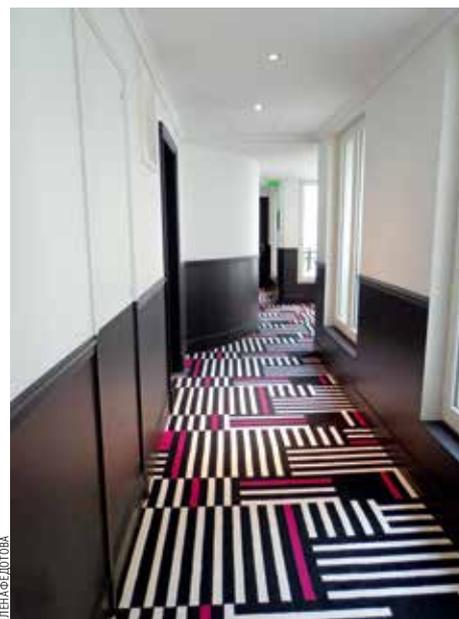
ЕЛЕНА ФЕДотова

Коробки с шоколадом в бутике Fauchon на площади Мадлен — популярный сувенир. Они повторяют форму знаменитого десерта с красными фруктами, мятой и перцем чили, выполненного в виде губ



ЕЛЕНА ФЕДотова

В ЛОББИ ГОСПОДСТВУЕТ ЯРКАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА БРЕНДА



ЕЛЕНА ФЕДотова



КОРИДОР НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ: ЗДЕСЬ ТОЖЕ МАДЖЕНТА И ЧЕРНЫЙ



ЕЛЕНА ФЕДотова



ОРИГИНАЛЬНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ШКАФ — МИНИ-БАР ЕСТЬ В КАЖДОМ НОМЕРЕ ОТЕЛЯ

Лобби «гастрономического» отеля, и правда, удивляет: черная стена, гроздь светильников в виде параллелепипедов, графитово-розовый ковер, яркие панно. Кстати, весь декор в отеле — цветы из бордового стекла на стенах, скульптуры, графика, тонкая сетка с хрустальными каплями под потолком в гостиной, где подают завтрак, — работы французских, в основном парижских дизайнеров и художников. Интерьеры 54-х номеров, 17 из которых — сюты, выглядят очень вкусно, в гамме гастрономического бренда: розовые и серые бархатные кресла напоминают о воздушных пирожных, сливочно-золотые светильники из му-

ранского стекла — о белом шоколаде, шелковые полосатые ковры — о пралине, зеркально-золотистая отделка стен в ресторане — о сотах с медом. Но настоящее открытие — это розовый металлический шкаф Fauchon Gourmet Bar в каждом номере. Уникальная вещь — и по внешнему виду, и по содержанию. В нем расставлены бутылки и бутылочки розового шампанского, разные коробочки и баночки с печеньем, сырными «подушечками», миндальными пирожными, шоколадными трюфелями, террином, фуа-гра — все под брендом Fauchon. Шкаф — изобретение люксовой марки Roche Bobois, известного производителя дизайнерской

мебели. Каждый день в номера доставляются комплименты от отеля — например, фирменные пирожные макарон под стеклянными колпаками. В общем, торжество еды и вкуса!

На первом этаже отеля расположен ресторан Grand Cafe с террасой и видом на площадь Мадлен. Концепция ресторана также связана с маркой Fauchon. Гостям предлагают четыре варианта завтраков, обеды, тематические ужины-дегустации, а также чайные паузы и Glam'Hours с выпечкой от шефа-кондитера ресторана. Барная стойка сложена из зеркальных розовых кубов, на стенах — золотая мозаика. Здесь много естественного света,

и все декоративные элементы отражают его по-разному в зависимости от погоды и времени суток.

В футуристичную концепцию дизайнера вписался и салон Carita Beauty Spa, где тоже много розового, но уже не шокирующего, а спокойного, и серо-белых сочетаний. Небольшой фитнес-центр по соседству с салоном доступен только для гостей отеля. Надо же где-то сжигать калории!

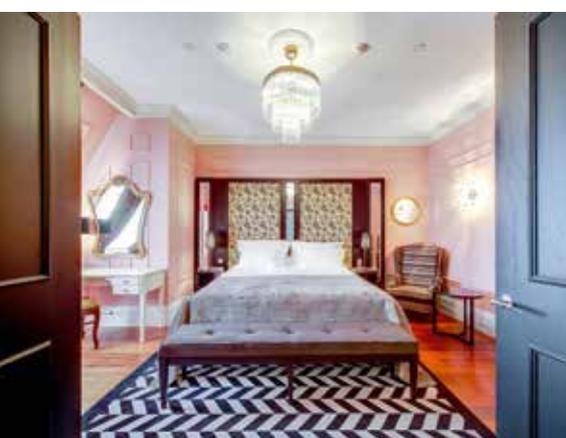
Сегодня Fauchon L'Hotel входит в ассоциацию The Leading Hotels of the World. Второй отель под брендом Fauchon, по планам компании, откроется уже в следующем году в Японии.

Домашние ценности

В тихом и респектабельном квартале в центре Петербурга, в бережно воссозданном историческом здании с ультрасовременной «начинкой», с 2016 года принимает гостей Dom Boutique Hotel

Вера Кочеткова |

ОСНОВНАЯ идея концепции прочитывается уже в самом названии отеля. Во-первых, с эмоциональной точки зрения «дом» — это для любого человека самое приятное и безопасное место, где его в любое время ждут родные и близкие. И это один из трендов индустрии гостеприимства: если раньше туристы хотели получить стандартный сервис и гарантированное качество (читай — отели крупных сетей), то теперь предпочитают домашний уют и уникальность,



«семейное», а не «сетевое» отношение. Поэтому бутик-отели пользуются особым спросом.

Во-вторых, с точки зрения историко-архитектурной этот дом — всем домам дом: старинный, внушительный, с богатой историей и завидной локацией. Рядом — Летний сад, Инженерный замок, Пантелеймоновская церковь, Марсово поле, Троицкий мост, Мраморный дворец, Русский музей, музей Фаберже.

Строительство здания началось в 1833 году по проекту архитектора Ламони, а заканчивал его в 1876 году архитектор Август Жюффри. Вскоре неподалеку открылось Центральное училище рисования барона Штиглица — и район приобрел романтическую богемно-аристократическую ауру (сказалось соседство с улицей Чайковского, где были особняки крупных сановников, финансистов и политических деятелей). В доходном доме на Рыночной, как до 1950 года называлась Гангутская улица, квартировали воспитанники училища Штиглица, работавшие на Императорских стекольном и

фарфоровом заводах, в мастерских Императорских театров и в ювелирной фирме Карла Фаберже. В 1898 году в училище прошла организованная Сергеем Дягилевым выставка русских и финских художников, в которой приняли участие Александр Бенуа, Михаил Врубель, Вяйне Альфред Бломстедт, Аксели Валдемар Галлен-Каллела и другие.

В-третьих, Dom Boutique Hotel — это дом, но «не наш». Скорее, дом английского аристократа. Когда в начале 2000-х годов бывший доходный дом решили перестроить под бутик-отель, проект был поручен лондонскому архитектурному бюро Orange Project. Британские дизайнеры бережно сохранили историческое здание и привнесли в него современный английский колорит. Мраморная лестница, люстра из лимитированной серии Ice Black Stag с экстравагантной хрустальной огранкой, текстиль высокого качества, наборный паркет из редких пород дерева, красный комод в каждом номере, дизайнерские светильники, строгие ваннные комнаты с черной плиткой и золотой фурнитурой Dornbracht — это не просто детали интерьера, а, скорее, произведения

современного искусства. Dom Boutique Hotel первым в России был принят в коллекцию Authentic Hotels & Cruises французского отельера Кристофа Валле, провозгласившего отказ от «стандартизированной и глобализированной роскоши» в пользу аутентичности и «истинных ценностей».

Здесь есть гостиная-библиотека с камином, авторскими столиками, английскими диванами — и книгами по искусству, моде, истории. И даже сад — так переводится с итальянского название гастрономического ресторана Giardino. Ресторан расположен в атриуме со стеклянной крышей, сквозь которую видно небо, а главный элемент интерьера — живое зеленое панно.

В отеле 60 номеров (включая два «семейных», четыре «полулюкса» и четыре «люкса»), большинство имеют вид на Летний сад. При этом Dom Boutique Hotel активно участвует в жизни Петербурга. Здесь проходят деловые встречи, лекции и джазовые концерты, проводятся собственные вечера Delight Of the Moment. И здесь ждут гостей, чтобы вместе встретить новый 2020 год. На праздничный стол подадут фаланги камчатского краба с соусом айоли, севице из тунца с фисташками, тартар из говядины с хрустящими ломтиками ржаного хлеба и каперсами, блинчики с красной икрой, салат «Столичный», запеченные мидии в сливочном соусе. В качестве основного блюда гости смогут выбрать утиную ножку конфи с гратеном из корня сельдерея и апельсиновым соусом, филе морского языка с ломтиками спаржи и соусом чермула или стейк из говядины с печеным картофелем в прованских травах. После бокала игристого можно прогуляться до Троицкого моста, посмотреть салют и вернуться к сладкому столу. Торжественный галаужин Magic Winter будет сопровождаться живой музыкой и танцами до утра. А для тех, кто останется ночевать, в первый день нового года накроют праздничный Long Breakfast с шампанским, икрой, салатами и коктейлями.

Cristal играет гранями

Новый ресторанный проект Cristal на Синопской набережной, по замыслу создателей (уже сделавших имена Bahgoma и «Токио-City»), транслирует в мир многогранность, прозрачность и драгоценность кристалла — от разнообразия блюд, вин и интерьера до хорошего вкуса его гостей.

Одно из проявлений прозрачности — панорамные окна ресторана с круговым обзором, через которые можно наслаждаться видами на город и его исторический центр, в частности на площадь Александра Невского и Александрo-Невскую Лавру. Ресторан общей площадью 1780 кв. м рассчитан на 300 посетителей и имеет (что немаловажно для центра города) парковку более чем на 100 автомобилей. Пока любоваться городом можно лишь сквозь огромные окна-стены, но в теплое время года обещают открытую террасу.

Многогранность явлена в интерьерах дизайнера Игоря Сушкова: яркое пространство с элементами art deco и множеством необычных деталей построено на сочетании художественных и технологических приемов, материалов и фактур — натурального камня и полированного дерева экзотических пород, гипсовых фризов и сложных декоративных покрытий.

Шеф-повар Валерий Порядин (лауреат многочисленных премий, включая GQ-2017) приглашен в Петербург из Сочи. Концепция его гастрономического подхода к меню — авторский фьюжн: любимые традиционные вкусы в новом прочтении и с яркими акцентами. Особое внимание уделено локальным и региональным рыбе и морепродуктам: есть аквариум и raw bar с гребешками, устрицами, крабами, морскими ежами, моллюсками и мидиями. Впрочем, в рейтинге top-5 блюд, заявленном создателями, мяса больше, чем рыбы и морепродуктов. Считайте сами: борщ с копченой уткой и пампушками, вырезка ягненок с капучино из картофеля, севице из красных креветок, говяжьи щечки с кремом из запеченного корня сельдерея, плов с цыпленком. К блюдам сомелье Максим Масько (бренд-бармен



Bahgoma и «Токио-City») предлагает разное: оранжевое и минеральное, популярное и редкое, игристое и крепкое — со всех «граней» земного шара.

«В этот проект мы вложили весь наш опыт и знания, — признается руководитель группы компаний, владеющей брендами, Антон Рейнбах. — И мы надеемся, что гурманы и ценители авторской кухни будут приходить сюда и за главной ценностью — роскошью человеческого общения».

Philibert обновляется

Ресторан французской кухни Philibert за последний год модернизировался полностью. И меню продолжает совершенствоваться.

В частности, кардинально обновилось меню завтраков. Круасаны остались, но изменились самые известные французские горячие бутерброды Croque-monsieur и Croque-madame — их теперь готовят с ростбифом и дижонской горчицей, с лососем и сливочным сыром. Наряду с уже полюбившимся гостям луковым супом с сырными гренками, в обновленном меню появился томатный биск с кальмаром и мидиями. На пятки «хитовому» салату «Паола» (моцарелла, томленная в вине груша, виноград и жареные креветки) наступают «Лионез» с беконом и маринованными опятами, а также руккола с куриной грудкой, апельсинными сегментами и клубничным дрессингом. Альтернативу тартарам из говядины (с вялеными томатами и ржаными лепестками) и лосося (с гуакамоле из спелого авокадо, морской солью и свежим огурцом) составил «коллега» из оленины — с ягодным соусом, маринованными огурцами и яичным желтком. Оленина присутствует и в горячих блюдах — в виде стейка по-дижонски с грушевым чатни. Новинки есть и в горячих закусках (кокиль из запеченных креветок в раковинах устриц; обжаренные на гриле портобелло с тимьяном и соусом винегрет), и в горячих блюдах: телячьи щечки с корнеплодами; пармантье из томленой утки; филе масляной рыбы под голландским соусом с икрой щуки на зеленом перлотто и др.



САЛАТ «ПАОЛА»

ТЕПЛЫЙ ХУМУС С ГРУШЕЙ ГРИЛЬ



Charlie меняется

Шеф-повар гастрономического кафе Charlie Юрий Манчук значительно обновил меню, довольно смело соединив традиции высокой кухни и простоту стрит-фуда.

Новинки выдержаны в трэвел-концепции. Гастропутешественникам предлагается попробовать на вкус тенденции азиатской, испанской, итальянской, французской, русской и даже восточной кухни на основе отечественных специалитетов. В новом меню — тапас с ростбифом, теплый хумус с грушей гриль, утиная грудка с птитимом и вишней, ложный киви со свекольным муссом и другие небанальные сочетания.

Наесться с утра

Эдуард Мурадян о завтраке и своих проектах



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

ОТКРЫВШЕЕСЯ год назад на Фонтанке бистро Le Moujik стало 21-м проектом ресторатора Эдуарда Мурадяна. И первым его «утренним» рестораном: гостей в Le Moujik ждут с восьми часов утра, а подают завтраки — до шести вечера. Половина ранних птишек — посетителей бистро — приезжие, и часто они пешком идут с «Сапсана»: очень петербургское место, вид на воду, хорошая еда, — все это располагает к правильному началу дня.

— **Что за этот год стало для вас открытием, приятным или не слишком?**

— Я рассчитывал, что вечерами в белые ночи в этой части города будет гулять много людей. Этого не произошло. Все остальное я прогнозировал — в частности, что завтраки станут крайне популярными. Если вы придете утром, не факт, что найдете свободное место. Особенно, если мы говорим о пятнице, субботе, воскресенье, периоде с 11 до 15 часов. В это время к нам приходят больше ста человек. Мне это как раз и нравится в Le Moujik: обычно рестораны занимают тем, чтобы позвать людей вечером, а мы фокусируемся на утре. И это стало получаться.

— **Какой процент ваших гостей — москвичи?**

— Я думаю, половина — приезжие, и не только москвичи, а из разных мест. Очень часто приходят семьями, встречаются друзья, здесь регулярно бывают люди, которые изучают французский язык и устраивают разговоры по-французски под бриошь и пашот.

— **Сейчас в меню четыре вида завтраков. Оно меняется?**

— Оно немножко корректировалось в зависимости от продуктов. Пока мы не хотим его глобально менять: гости любят завтраки, им сразу все понятно, есть из чего выбрать. Но те виды джема и варенья, ко-

торые есть сейчас, скоро заменим. Добавятся из фейхоа и айвы. Может быть, это кажется мелочью, но на таких мелочах все и держится.

— **Какой завтрак лично у вас любимый?**

— Я выбираю в зависимости от того, с кем пришел. Наверное, чаще второй: с яйцом бенедикт со шпинатом и креп-сюзетт.

— **Насколько востребован завтрак № 4 с омлетом с крабами, черной икрой и шампанским Dgarrier?**

— Изначально мы его делали в качестве шутки. Конечно, его берут не часто. Но берут. И постоянно заказывают просто по меню: бенедикт и капучино — этого достаточно, чтобы наесться с утра даже крепкому мужчине.

— **Какие блюда за этот год стали хитами?**

— Все завтраки, луковый суп, бёф бургиньон, тартар — стопроцентные хиты, на которые люди приезжают к нам специально. Гостям нравится классическая хорошо сделанная еда.

— **А из какого уголка Прованса прибыли ваши стулья?**

— Из района города Арль. Их собрал архитектор Миша Бархин вместе с дизайнером Андреем Дмитриевым.

— **Вы всегда работаете с Михаилом...**

— На мой взгляд, он самый талантливый архитектор из тех, кого я знаю. Я пробовал работать с другими людьми, и в какой-то момент понял, что мне нельзя менять архитектора. Мы понимаем друг друга с полуслова. У нас одинаковое эстетическое восприятие. Мне с Мишей очень комфортно, он четко воспринимает задачу, знает мой вкус, не тратит лишних денег.

— **Ваш дом тоже обставлен вещами, к выбору которых вы относитесь так же тщательно?**

— Мой дом очень похож на ресторан. Для меня важно, чтобы не было никакого украшения, подделки. Чтобы вещь служила долго и радовала. И в человеческих отношениях для меня важна та же степень искренности и настоящести.

— **Если представить себе ресторан как некий организм, то что в нем будет мозг, что сердце? Кто главный?**

— Мелочей, как известно, в ресторане нет, а главных людей несколько. Для меня самый главный — шеф-повар, здесь это Руслан Агейченко. Все остальное я могу подкорректировать сам, а что касается вкусов, это может сделать только шеф-повар.

— **Умеете делегировать обязанности? Или вы достаточно авторитарный руководитель?**

— Я люблю делегировать, но все равно пытаюсь все сам авторитарно контролировать. Это сложно. Мне кажется, я совсем не жесткий — наоборот, слишком мягкий, хотя и прикрикнуть могу.

— **Как часто вы увольняете людей?**

— Увольнять людей не люблю, сам это делаю очень редко, чужими руками — бывает, но это должно быть идея управляющего или шефа.

— **Какие рестораны вам сейчас нравятся?**

— Я последние полгода хожу по китайским ресторанам. Мне, например, нравится ресторан сычуаньской кухни на Васильевском острове, и не он один. В последний раз я попробовал необычный арахис и зашел к повару спросить, как он это сделал. Я вообще люблю этнические проекты. Но завтракаю, честно говоря, только себя.

— **У вас фоном в Facebook стоит изображение азиатских воинов. Это связано с вашим пристрастием к китайской кухне?**

— Картинка снята в одном из ресторанов Харбина. Мы сейчас с Мишей Бархиным делаем проект в Китае, модернистский русский ресторан, но все это еще на уровне идеи. Да, в Китае бешеная конкуренция. Но она везде бешеная.

— **Несколько открытых вами ресторанов расположены на улице Рубинштейна. Как вы считаете, как должны решаться конфликты между заведениями общепита и местными жителями, подобные тем, что сейчас происходят?**

— С помощью здравого смысла. Я слышал и в свой адрес, когда говорят: «А мы просто не хотим, чтобы здесь был ресторан». А я вот, например, больше ничего не умею делать, только рестораны, и не понимаю, что плохого в них, если они ничего не нарушают. Понятно, что у нас так все устроено, что, нарушаешь ты или нет, к тебе все равно будут претензии. И я могу понять людей, которым мешает шум. Да, действительно, улица превратилась в базар. Но я бы на месте властей сначала ограничил движение машин на ней, парковку со всех сторон, на тротуарах, на головах друг у друга. Жителей Рубинштейна не смущает, что у них на тротуарах в два ряда стоят автомобили, ходят кони, попрошайки и так далее, но наибольшее зло для них — рестораны.

Плюс ко всему Рубинштейна сейчас настолько дорога в плане аренды, что я лично еще подумаю, надо ли там открывать что-то.

— **Скоро исполнится 30 лет с момента, когда вы попали в профессию: вы учились в кулинарном техникуме, а первое место работы — кафе-пиццерия «Сюрприз». Как вы чувствуете себя сегодня?**

— Я и не прекращаю учиться. Просто сейчас еще появился опыт. И интуиция более развитая, чем раньше. Вначале я учился трудиться и много работать. Первый период моей деятельности — все, что связано со словом Decadance, второй — когда у меня была куча проектов, потом — собственный ресторан на Мойке, и эта история продолжается до сих пор.

— **Какой из открытых вами ресторанов вызывает самые теплые чувства? А какой тяжелей всего дался?**

— Они все тяжело даются, хотя и по разным причинам. Лично мой ресторан, наверное, самый любимый. Он как задуман, так и сделан, без всякой корректировки с 2011 года, что для меня очень ценно.

Я пытаюсь играть в долгую. Это тяжело, особенно когда у тебя есть партнеры, которые хотят разбогатеть через год или два. Я бы хотел, чтобы мои рестораны жили по сто лет: я за длинную жизнь. Этот вектор — что заведение будет жить долго — закладывается изначально и влияет на него. Многие мои коллеги планируют проекты на три или пять лет вперед. Я — на 20 или на 30.

— **Стали ли вы с возрастом больше ощущать зов крови? Нет ли у вас идеи открыть армянский ресторан?**

— Есть. Я давно хочу открыть армянский ресторан, эти вкусы у меня в памяти с детства. Но дело это ответственное. Как обычно, должно совпасть множество вещей, чтобы его реализовать. Пока что он существует только в голове, но и это уже немало.

БЕСЕДОВАЛА НАТАЛЬЯ ЛАВРИНОВИЧ



Много рыбы

В историческом здании — особняке русского промышленника и финансиста Алексея Путилова на Крестовском острове — теперь работает ресторан «Рыба моей мечты» с видом на Малую Невку.

Гастрономическая философия нового заведения — подчеркнуть истинный вкус рыбы и морепродуктов, а не преобразить его. Все дары моря поставляются в ресторан с ферм, а лосось — с Фарерских островов.

В аквариуме на первом этаже представлены разные виды устриц, мидии, вонголе и морские ежи. Многие блюда готовятся из целиковой рыбы на гриле, на открытом огне, запеченной в соли или в глине.

Здесь планируется проводить и специальные ужины от шеф-повара Дениса Ионина. Для первого из них шеф, вдохновленный французской кухней, создал специальное сет-меню и привез несколько рецептов, которые уже 20 лет являются хитами реймского ресторана Le Foch со звездой Michelin. Летом станет актуальна терраса с собственным причалом: можно будет прибыть сюда на катере или отчалить на нем после ужина.

«Волконский»: классика и современность



Пирожное «Мадемуазель Павлова»

На Мойке открылась русская тройка

Памятник архитектуры XVIII века — здание Круглого рынка, возведенное по проекту Джакомо Кваренги, — в XXI веке с помощью команды ресторана «Банщики» превратился в ультрасовременное пространство «Мойка 3». Или «тройка» — не только по номеру дома, но и по количеству реализованных концепций: на двух этажах разместились ресторан, бар и концепт-стор.

Интерьер на первый взгляд кажется лаконичным, но привлекает внимание к деталям: резные столешницы, гжель на стенах первого этажа и барельефы по мотивам сказок Салтыкова-Щедрина — на втором. Это результат творчества русско-американской дизайн-студии Crosby Studios, известной своим взглядом на новый авангард и громкими коллаборациями с крупными брендами (Balenciaga, Opening Ceremony, Nike).

На первом этаже расположился концепт-стор 22.13 Gift — витрины с ювелирными изделиями, предметами декора, аксессуарами, книгами, сувенирами и подарками. Не обычными, а, как заверяют создатели, в новом русском стиле, созданными нашими яркими современниками.

Здесь впервые будет представлена неваляшка «Голубая Агата» от скульптора Григория Орехова, а также специально созданная для проекта коллекция украшений от ювелира Петра Аксенова. На втором этаже гостей удивляют «новым русским стилем» уже в гастрономии. В отличие от ностальгического меню «Банщиков», для этого ресторана бренд-шеф Станислав Лехово создал «каверы» на мировые гастрономические хиты, адаптировав их под современные русские тренды. Например, бородинский бао с пастроми и малосольным огурцом или киевские трюфели с грибным пюре и луковым муссом.

Для бара «Синяя лошадь» команда проекта во главе с Эмом Коняхиным разработала коктейли на основе дистиллятов из традиционных русских ягод, фруктов и овощей — малины, вишни, груши и моркови. Сама карта коктейлей — это фотопроjekt Юлдус Бахтиозиной по мотивам сказки Петра Ершова «Конек-горбунок»: каждому из 12 коктейлей посвящен свой эпизод и персонажи.

По пятницам и субботам в пространстве «Мойка 3» еще и «есть где танцевать» — с 22:00 до 01:00, с приглашенными DJ.



«Мы видим наш ресурс для активного развития в общем тренде на экологичность», — говорит генеральный директор сети «Волконский» в Петербурге Марина Норкина.

Новая пекарня сети «Волконский» открылась на пешеходной Малой Садовой. Латте, капучино или раф здесь могут приготовить на альтернативных видах молока, а рецепт безглютенового хлеба на рисовой муке с белым изюмом разрабатывали год. На производство биохлеба уходят сутки, используется только три ингредиента: неотбеленная пшеничная мука, смолотая из органической пшеницы, родниковая вода и соль. Багет делают на натуральной закваске методом длительного брожения при низкой температуре. Выпечку и кондитерские изделия каждый день

рано утром привозят с центрального производства на Обводном канале. Интересно, что все хлеба выпекают в подовой печи под классическую музыку, чтобы создать для процесса положительный эмоциональный фон. Среди десертов — классика жанра: ванильные эклеры, ромовые бабы, венгерские ватрушки, пирожные «Мадемуазель Павлова» и макарон семи вкусов от малинового до лимонного.

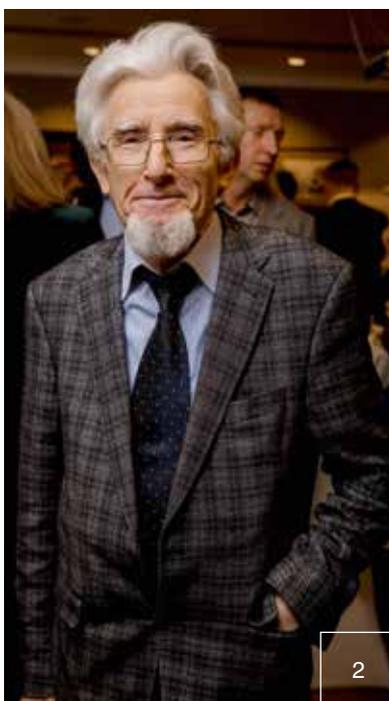
В кафе-пекарне также предлагают полноценное меню: несколько салатов, супы — томатный с моцареллой и куриный с крутонами, говядину по-строгановски и форель с соусом из каперсов. С девяти утра здесь подают завтрак: яичницу и охотничьи колбаски, рисовую кашу с пеканом и круассаны с лососем или пармой.

Время театральных легенд

ИД «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге в рамках проекта «Время театральных легенд» провел вечер встречи с Константином Райкиным в Dom Boutique Hotel

Публике был представлен поэтический моноспектакль «Над балаганом небо...», в котором прозвучали стихи Давида Самойлова, Николая Заболоцкого, Александра Пушкина и других.

Проект поддержали: «Открытие Private Banking», строительная компания «Мегалит — Охта Групп», лизинговая компания «Сименс Финанс», финская компания Нонка, клиника интегративной медицины «Ангелы косметологии», компания ВСС, производитель и дистрибутор алкогольных напитков компания Pernod Ricard Rouss («Перно Рикар Русь»).



1



2

3



6



4

5



1. Актер театра и кино, народный артист Российской Федерации, руководитель московского театра «Сатирикон» Константин Райкин

2. Заместитель генерального директора судостроительного завода «Пелла» Илья Вайсман

3. Валерия Ривлина, заместитель руководителя по экономике и продвижению «Охта-Групп», и Михаил Ривлин, учредитель и заместитель председателя правления компании «Охта-Групп»

4. Владелица Nova gallery Анна Барина

5. Управляющая клиники интегративной медицины «Ангелы косметологии» Елена Соловьева (справа)

6. Генеральный директор Procter & Gamble Дмитрий Лазарчук с супругой Анной

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ, ДМИТРИЙ МНОГОЛЕТ

Квартирник № 13

В частной квартире-студии в Певческом переулке ИД «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге провел музыкальный квартирник «Время легенд» — гостем стал рок-музыкант, поэт, певец и автор песен Найк Борзов

Вечер прошел при поддержке ведущего мобильного оператора связи России компании «Мегафон», компании «Bentley Санкт-Петербург», компании «Арла Фудс», санатория «Сестрорецкий курорт», страховой группы «Капитал Полис» и финансовой группы QBF. Угощение в стиле квартирников 1980-х предоставил ресторан советской и ленинградской кухни «Центральный». Партнерами мероприятия, по традиции, выступили компания «Ладога», пивоваренная компания «Балтика», «Яркий фотомаркет», типография Flyprint.



1. Рок-музыкант, певец и автор песен Найк Борзов
2. Владелец и президент компании NCA Михаил Шурыгин
3. Режиссер-постановщик проекта «Классика на Дворцовой» Екатерина Галанова и тележурналист Александр Малич
4. Генеральный директор СК «Капитал-Полис» Алексей Кузнецов, генеральный директор компании-туроператора «Звезды путешествий» Олег Афрамеев, генеральный директор ЛОЭСК Дмитрий Симонов
5. Директор по маркетингу компании «Арла Фудс» Ольга Шевелева
6. Исполнительный директор «Bentley Санкт-Петербург» Владимир Абрамов
7. Генеральный директор ГК «Еврострой» Оксана Кравцова
8. Член правления группы ЛСР Василий Кострица с супругой Марианной
9. Певец Сергей Рогожин



РЕКЛАМА



LAMBORGHINI URUS

Lamborghini URUS – это первый в мире супер-SUV, в котором роскошь, спортивный дух и высокие эксплуатационные свойства сочетаются с комфортом и универсальностью, обеспечивая наилучшие для данной категории автомобилей динамические характеристики, уникальный дизайн и непревзойденную элегантность. Безупречное воплощение ДНК Lamborghini.

Стоимость от 16 600 000 руб.

Lamborghini Санкт-Петербург
Официальный дилер
196158, Санкт-Петербург
Пулковское шоссе, 14
+7 812 500 500 1
www.lamborghini-avtodom.ru