

28 ИЮЛЯ 2020

стиль мужчины

AUDEMARS PIGUET ОТКРЫВАЕТ МУЗЕЙ
МОДНАЯ ИНДУСТРИЯ И ПАНДЕМИЯ
DIOR И КАНТРИ-МУЗЫКА В МАЙАМИ

Коммерсантъ Стиль
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №18



Жизнь разделилась на до и после.
V-Класс. После.

Mercedes-Benz

The best or nothing.



Давно задуманное наконец осуществится. Планы воплотятся.
Границы — как внешние, так и внутренние — исчезнут.
Добро пожаловать на борт Вашего нового V-Класс AMG!
В новой жизни места хватит всем.
Уточняйте подробности у официальных дилеров
и по телефону 8-800-200-02-06.



6 На выход
Как одеться на концерт,
выставку, фестиваль

8, 11, 24 Новости

10 Поколение F
Натела Поцхверия
о танцах с Fendi

12 Ковбои-серферы на море
Натела Поцхверия
о том, как Шон Стусси
разрисовал плавки Dior

14 Творческий вирус
Натела Поцхверия
о первых итогах пандемии

20 Цвет возрождения синий
Натела Поцхверия
о специальной серии Zenith

21 Земля в иллюминаторе
Натела Поцхверия
о Hublot Big Bang e

22 Ключевая деталь
Натела Поцхверия
о наследии Audemars Piguet

25 Дух России
Натела Поцхверия
о новых высотах
Rolls-Royce

26 Имперские радости
Натела Поцхверия
о предложении
Гранд Отеля Европа

27 Тосканские открытия
Светлана Рысева
о Baglioni Resort Cala
del Porto

29 Курс на Narval и Farang
Алексей Пинский
о своем деле

30 Спорт на высоте
Светлана Рысева
о Black Star Fitness

31 P. S.



BACCARAT



LOUIS VUITTON



LOUIS VUITTON

Капсульную коллекцию Louis Vuitton summer 2020 дизайнер посвятил абстрактному искусству 1920-х. На картинах этого периода круги, квадраты, прямоугольники и линии выстраиваются в единый сюжет на однотонном фоне. Абло позавидовал этот прием. В капсульной коллекции гигантские монограммы, огромные буквы напечатаны на атласном нейлоне, вышиты на рубашках и футболках, вплетены в вязку свитера.

САМЫЙ ПРОДУКТИВНЫЙ

При участии Вирджила Абло, основателя марки Off-White, креативного директора мужского направления Louis Vuitton, в этом сезоне появились сразу три необычные коллекции.



Весной в ЦУМ поступила в продажу капсульная коллекция OFF-White в стиле гранжевых 1990-х: вареный деним, спортивные костюмы, фланелевые рубашки, массивные куртки из черной кожи. «ЦУМ с самого начала поддерживал нас и отличался прогрессивным мышлением, поэтому решение о сотрудничестве с ним было логичным. Работая над этой коллекцией, мы старались объединить наши идеи, чтобы создать вещи, которые, надемся, понравятся клиентам ЦУМа», — говорит Вирджил Абло.



BACCARAT



Поработал дизайнер и с французским хрустальным брендом Baccarat. В коллекции, получившей название Crystal Clear, представлены стаканы и вазы из матового и прозрачного хрусталя. В Россию приехало 100 хрустальных стаканов с крышкой и трубочкой, предназначенных для многократного использования. Как ни странно это звучит в отношении хрустальной посуды, стаканы действительно создавались с учетом возможности носить и возить их с собой, поэтому они подходят по размеру к подстаканнику автомобиля.



ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА

АДАМ ЛЕВИН
СОЛИСТ ГРУППЫ MAROON 5*



YVES SAINT LAURENT



НА ВЫХОД

Что надеть
на концерт в оранжерее,
выставки в музеях
и фестиваль на Русском Севере

Вся одежда представлена в бутике Frame Moscow



ДО 31 ОКТЯБРЯ, «ФАБЕРЖЕ И ПРИДВОРНЫЕ ЮВЕЛИРЫ» В ИСТОРИЧЕСКОМ МУЗЕЕ

Небольшая выставка посвящена российскому ювелирному искусству второй половины XIX — начала XX века, произведения которого известны во всем мире красотой и изяществом. Около 300 экспонатов эпохи русского ренессанса, включая предметы из полковых музеев, которые будут показаны впервые, несколько церковных предметов.

Работам Карла Фаберже, официального поставщика Российского императорского двора, посвящена отдельная экспозиция.

Образ: поло Svevo, брюки Atelier Portofino, лоферы Barrett



ДО 1 НОЯБРЯ, «ОТ ДЮРЕРА ДО МАТИССА. ИЗБРАННЫЕ РИСУНКИ ИЗ СОБРАНИЯ ГМИИ ИМ. А. С. ПУШКИНА»

Пять веков истории европейского рисунка с конца XV до середины XX века. Из собрания музея отобраны образцы итальянской, французской, немецкой, голландской, фламандской и русской школ — работы Дюрера, Веронезе, Пуссена, Рембрандта, Рубенса, Брюллова, Дегу, Ренуара, Ван Гога, Врубель, Малевича, Шагала и многих других всемирно известных художников. Некоторые рисунки выставлялись редко.

Образ: пиджак, поло и брюки Atelier Portofino, лоферы Barrett



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



**1-3 АВГУСТА, ФЕСТИВАЛЬ «ДОРОГАМИ ЛОМОНОСОВА.
К СЕРДЦУ СЕВЕРА ОТ ЛАДОГИ ДО ОНЕГИ»**

Второй фестиваль, призванный развивать туризм на севере России, пройдет на территории Нижне-Свирского заповедника, археологического комплекса «Онежские петроглифы» и других охраняемых природных объектов. В программе есть и спортивные мероприятия: можно пройти по маршруту верхом на лошади, на велосипеде или пешком, а можно сосредоточиться на культуре, например, посетить дома семьи Мамонтовых, попробовать блюда местной кухни, оценить выставочный проект «Ленинградская оттепель. Группа Одиннадцать» петербургской KGallery. В программе также показ коллекции Фрола Буримского «Каргополь». Для большинства мероприятий особой экипировки не нужно, разве что захватите ветровку и сапоги. Для светской части подойдет одежда в стиле casual.

Образ: пиджак, поло и брюки Atelier Portofino, мокасины Bally



**2 АВГУСТА, КОНЦЕРТ «СНЫ МИЯДЗАКИ» SIMPLE MUSIC ENSEMBLE
В АПТЕКАРСКОМ ОГОРОДЕ**

Студия камерной музыки Simple Music Ensemble исполнит музыку из самых известных мультипликационных фильмов Хаяо Миядзаки: «Ходячий замок», «Навиская из долины ветров», «Унесенные призраками», «Мой сосед Тоторо», а также несколько произведений, вдохновленных творениями известного японского режиссера. Атмосферу обещают сказочную, ведь концерт пройдет в Субтропической оранжерее с орхидеями и пальмами.

Образ: пиджак и шорты Atelier Portofino, футболка Limitato, лоферы Barrett





В продажу поступила коллекция Il Formale Eccezionale итальянского дома Etro. Это четыре костюма, подчеркивающие эклектичность гардероба современного мужчины и при этом его универсальность. Weekender — меланжевый костюм в трех оттенках синего цвета с накладными карманами и четверть-подкладкой; Etrogram — костюм со светлой жаккардовой полоской с монограммой Etro; Dreamer — полутрадиционный (так в ателье бренда называют классические костюмы с необычными деталями) с принтом пейсли и пиджаком в стиле 80-х с большими лацканами; Peacock — костюм с узором пейсли и тонкими подкладными плечами. Костюмы можно приобрести в официальных магазинах бренда.

Съемки для рекламной кампании формальных костюмов линейки Pal Zileri Cerimonia, предназначенных для торжеств и особых случаев, проходили на вилле деи Вескови XVI века, которая была построена по распоряжению кардинала Франческо Пизани как дом для отдыха писателей и художников. На званые ужины здесь собиралось множество самых именитых гостей, а в наше время на вилле регулярно проводятся свадьбы и вечеринки. Праздновать лучше всего в классическом смокинге черного, синего или серого цвета Pal Zileri Cerimonia — недавно они поступили в продажу в бутики Pal Zileri.



COURTESY OF PAL ZILERI



Boss расширяет ассортимент коллекций экологичного производства Responsible Tailoring. Главная новинка — стопроцентно веганский мужской костюм, в котором отсутствуют материалы животного происхождения. Приталенный костюм облегченного покроя изготавливается в Германии из европейского сертифицированного органического льна и предлагается в трех цветах: светло-бежевом, темно-синем и черном. Другие вещи коллекции шьются на собственном производстве Hugo Boss в Измире. Весь процесс — от получения сырья до пошива изделия — тщательно контролируется: овец-мериносов выращивают и стригут в Новой Зеландии в соответствии со строгими стандартами содержания животных без болезненной травмирующей процедуры мюлесинга. Затем шерсть скручивают в пряжу и уже на фабрике Reda в Италии прядают из нее ткань.

COURTESY OF HUGO BOSS



COURTESY OF BOGGI MILANO

У итальянского бренда Boggi Milano сразу несколько новостей. Расширена линейка B-Aria — одежда из суперлегких тканей для жаркой погоды пополнилась костюмом темно-синего или королевского синего цвета, а также гибкими мокасинами. Появилась линия B-Washable — костюмы, которые можно стирать в машине. Но главная новость — запуск интернет-магазина Boggi Milano с доставкой в Россию. Продажи стартуют 1 августа.



В бутиках «Кашемир и шелк» новые поступления — легкая и удобная одежда Nerno Resort для отдыха и путешествий. В мужской линии представлены бушлаты, блейзеры и дафлкоты, парки, бомберы и свитшоты. Для холодных дней — одежда из тяжелого нейлона, для занятий спортом — модели из легкого немиющегося нейлона. И еще много других вещей из высокотехнологичных органических тканей. Цветовая палитра коллекции — бежевые и коричневые тона, оттенки синего, серого и оранжевые акценты.



Serapien, итальянский бренд кожаных изделий, основанный в 1920-е и выкупленный компанией Richemont в 2018 году, выпускает коллекцию чехлов для защитных масок и санитайзеров. Есть чехлы в виде конвертов, а есть в форме небольших косметичек на молнии. Материалы на выбор — классическая мягкая кожа (бренд называет ее кашемировой за очень нежную текстуру) или веганская кожа, которую делают из переработанной виноградной кожуры. На вид ее трудно отличить от настоящей. Цветовая палитра — от монохрома до легких оттенков желтого и зеленого, а также принты в стиле оп-арт. К чехлу на молнии прилагается набор из 15 одноразовых масок и гель-антисептик в небольшой бутылочке, а к чехлу-конверту — пять одноразовых масок и разовый мини-санитайзер.



Милан, Улица Джезу 9
Москва, Времена года - Крокус Сити Молл - Модный Сезон
Париж, Улица Ду Драгон 4



ПОКОЛЕНИЕ F

О танцах с Fendi

Натела Поцхверия |

КРЫША штаб-квартиры Fendi в Риме — открытое поле для любых арт-экспериментов, которые интересны семье Вентурини Фенди. А взгляды у семьи свободные, надо признать. Для популяризации своего арт-направления команда бренда несколько лет назад придумала пиар-платформу F is For... (F значит...), суть которой в создании сообщества вокруг бренда и нативном, то есть естественном, распространении логотипа с буквой F. В круг друзей и арт-экспериментаторов приглашаются все, кто fearless (бесстрашен), freak (чужаковат) и так далее — подробнее об F-словах можно почитать на сайте марки. В разные годы под эгидой F is For... с брендом сотрудничали совершенно разные художники, музыканты и прочие знаменитости.

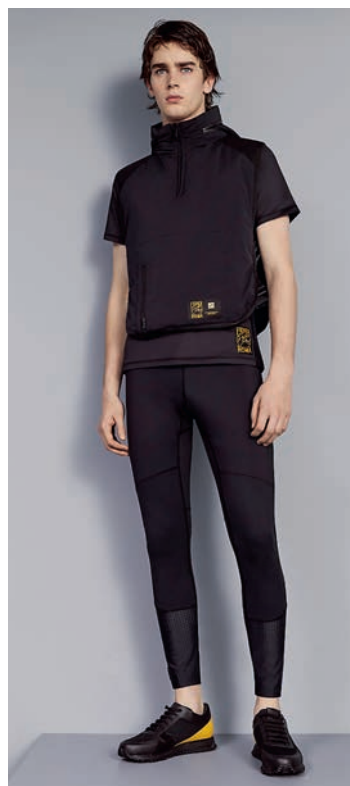
В их числе был и российский стрит-арт художник Покрас Лампас, разрисовавший всю крышу штаб-квартиры своими необычными граффити-узорами. В 2018 году там же, на крыше, прошли съемки фотопроекта с участием атлетов Кэти Макдоннелл и Эрика Мухаметшина. На специально построенной огромной площадке для паркура спортсмены демонстрировали свою ловкость на камеру. Еще раньше свои приемы показывал на крыше звезда баскетбола Джордан Кларксон. Главное, что объединяет этих очень разных людей, — Fendi и коллекция одежды для спорта и отдыха Fendi Leisurewear, в которой они и проделывали все свои трюки. Штаб-квартира Fendi в Риме располагается в историческом месте. Дворец цивилизации был построен в 1937 году по заказу Бенито Муссолини к Всемирной выставке в Риме. Его часто рисовал де Кирико и снимал в своих фильмах Феллини. Жители города прозвали дворец квадратным Коллизеем. Долгие годы он пустовал, пока в 2015 году семья Fendi не арендовала зда-

ние и не отреставрировала. Сейчас здесь штаб-квартира модного дома, выставочное пространство на первом этаже, офисы, а также огромная площадка на крыше. До недавнего времени Fendi организовывали F-эксперименты на своей знаменитой крыше, но в декабре прошлого года задействовали в проекте F is For... крышу музея Garage в Майами, куда пригласили модель и танцора Алтона Мейсона. Мейсон родом из Небраски, когда-то он был у P. Diddy на подтанцовках, пока в 2015 году не получил предложение заключить контракт с известным модельным агентством IMG. Позже его заметил Канье Уэст и позвал в свое шоу Yeezy на арене Медисон-сквер-гарден. Короче говоря, у Мейсона в его 23 большой творческий опыт и несколько заметных достижений: австралийский GQ назвал его лучшей моделью 2019 года, а кроме того, он стал первым чернокожим мужчиной, приглашенным участвовать в показе Chanel. Fendi не мог-

ли не заметить успехов Мейсона и позвали его в свою F-семью. Алтон Мейсон и китайская модель Миа Конг поднялись на крышу Garage, чтобы станцевать и продемонстрировать свою Fendi Power — силу Fendi. Мейсон и Конг были в одежде из специальной коллекции Fendi для занятий спортом и активной жизни. Силуэты свободные, комфортные, ткани легкие и технологичные: нейлон с эффектом шелка, джерси. Коллекция состоит из вещей двух совсем разных силуэтов. Свободная баскетбольная одежда — объемные штаны, широкие топы, свитшоты — и приталенная, облегающая фигуру одежда для бега. Цвета мужской коллекции — белый, черный и фирменный желтый. На одной из баскетбольных маек отпечатан номер 25 — напоминание о годе основания дома Fendi — 1925. Главный аксессуар, продемонстрированный Мейсоном, — новая мужская версия X Lite Fit, знаменитой сумки Peekaboo, с желтой подкладкой. Вместе с этой коллекцией в продажу поступили баскетбольный мяч и скейтборд. Точнее, серф-скейт, доска, позволяющая имитировать движения серфера.



БАСКЕТБОЛИСТ
ДЖОРДАН КЛАРКСОН
ПЕРЕД ШТАБ-
КВАРТИРОЙ FENDI
В РИМЕ, 2017 ГОД



КОЛЛЕКЦИЯ FENDI
ACTIVEWEAR PRE-FALL
2020

В пляжной коллекции Hermes, поступившей в продажу, есть все необходимое для активного отдыха: плавки, купальники, кепки, соломенные шляпы, сандалии, сумки и рюкзаки, а также полотенца, покрывала и набор для игры в пинг-понг.



Первый в России флагманский магазин Diesel открылся на первом этаже ТРК «Атриум». На 110 кв. м собраны все коллекции бренда, в том числе и все актуальные модели джинсов — визитной карточки Diesel. Компания меняет свою розничную модель по всему миру, и открытие флагмана в Москве — часть этих нововведений. Корнеры Diesel в ЦУМе и универмаге «Цветной» по-прежнему будут работать, продолжится и продажа через интернет-магазины.



Обувной бренд Geox пополнил свою коллекцию весна-лето 2020 новой мужской моделью Levita (левитация — преодоление гравитации, парение). Подошва Levita состоит из нескольких функциональных слоев: трехмерная вставка ярко-голубого цвета, видимая через боковую прозрачную панель, усиливает циркуляцию воздуха при движении и тем самым улучшает амортизацию. Слой легкого материала EVA отвечает за удобство, а специальная мембрана препятствует проникновению влаги. Модель представлена в черном, синем и сером цветах, подошва и задник белые. В продаже во флагманском магазине в ТРЦ «Европейский».



К купальному сезону марка Vilebrequin выпустила ограниченную серию плавательных шорт Mistral — не более 299 экземпляров одной модели. Бренд заявляет, что 300-й образец хранится в архивах Vilebrequin, а номер любого из 299 изделий можно найти на вшивном ярлыке модели. Шорты украшены вышивкой, а шнуровка — серебряными наконечниками с фирменной гравировкой. Нити, используемые в производстве, соответствуют стандартам качества и требованиям устойчивости к солнечному излучению, морской соли и хлорированной воде.

**BLACK
STAR
FITNESS**

13
МЕСЯЦЕВ
ФИТНЕСА

+30
дней членства

+30
дней заморозки

фитнес-карта
для друга

blackstar.fit

*Black Star Fitness - Блэк Стар Фитнес

На правах рекламы

КОВБОИ-СЕРФЕРЫ НА МОРЕ

Шон Стусси и Ким Джонс разрисовали плавки

Натела Поцхверия |



ФОТО ДЖЕКИ НИКЕРСОН ДЛЯ DIOR, МАЙАМИ

«УДИВЛЯЙ и властвуй» — даже если Ким Джонс, креативный директор Dior, никогда не произносил этих слов, он наверняка так думает. Новая коллекция — почти всегда шок-контент для клиентов дома и журналистов (не путать с бездумным хайпом или скандальными выходками). Шок по-Джонсовски — это продуманное сплетение сложных посланий, тонкий юмор и чувство такта, недоступное многим современным дизайнерам. Джонс удивлял костюмами нежных пастельных оттенков и романтическими цветочными принтами, стирая границы между мужскими и женскими вещами, использовал в мужской коллекции силуэты, придуманные Кристианом Диором для женских платьев, сохраняя мужественность покроя, переделал знаменитую сумку-седло в мужской аксессуар, соединил уличное с люксовым: то ставил в центр подиума громадную фигуру авторства стрит-арт-художника Брайана Донелли (более известного под псевдонимом Kaws), то приглашал к сотрудничеству талантливому дизайнеру Мэттью Уильямса (основателя криптомарки Alux, недавно назначенного на должность креативного директора Givenchy), и это только несколько штрихов к портрету Джонса.

Очередная интересная работа — капсульная пляжная коллекция, созданная в сотрудничестве с дизайнером Шоном Стусси. Казалось бы, что в этом такого? Кто сейчас не делает узоры вместе с художниками? Но есть нюансы, и в них весь Джонс. Когда-то именно Шон Стусси передел серферов в свою марку Stussy и простых ребят с досками сделал модными. Он же первым придумал писать логотип марки на одежде (до Стусси такой ход использовался только для спортивной формы команд). Стусси же убедил в свое время Джеймса Джеббю основать бренд Supreme (и как тут не вспомнить самую успешную в истории моды коллаборацию Supreme и Louis Vuitton, случившуюся с легкой руки Кима Джонса, который был тогда креативным директором Louis Vuitton). Из собственного бренда Стусси ушел на пике славы и десять лет наслаждался отцовством, живя на деньги, вырученные от продажи своей доли. Ким Джонс признался в интервью журналистке Николь Фелпс, что когда-то откладывал карманные деньги, чтобы купить себе одежду Stussy. И сейчас работа с Шоном для Джонса — возможность сотрудничать с человеком, который олицетворяет собой уличный стиль как отдельный культурный пласт.

Для пляжной коллекции Dior Стусси придумал новое написание логотипа своим узнаваемым почерком и разработал новые узоры, напоминающие рисунки маркером в стиле уличных художников.

Другой важный нюанс — для демонстрации коллекции пригласили квин-кантри-певца Орвилла Пека (он, кстати, выступал на мужском показе Dior в Майами в декабре). О Пеке известно мало, только то, что он из Канады и ратует за разнообразие в кантри-музыке. Певец носит ковбойские костюмы смелых расцветок, никогда не снимает маску, скрывающую его лицо. Говорит мало, намекая на то, что все важное скажет своей музыкой.

Впрочем, небольшое интервью Пека, а также кадры из специальной съемки, которую для Dior сделала фотограф Джеки Никерсон, попали в распоряжение редакции «Коммерсантъ. Стиль».



JACKIE NICKERSON



JACKIE NICKERSON



JACKIE NICKERSON

Пляжную коллекцию Dior с рисунками Шона Стусси демонстрирует кантри-певец Орвилл Пек



JACKIE NICKERSON

«Думаю, она станет культовой»

Кантри-исполнитель Орвилл Пек о пляжной коллекции Dior

Как вы познакомились с Кимом Джонсом?

Ким пригласил меня на ланч в Лондоне летом прошлого года. Он один из самых теплых и приятных людей в модной индустрии. Он умеет ценить уникальность, восхищается увлеченными людьми. Видит неповторимые черты других. К тому же мы оба жили в Южной Африке, любим дикую природу и иногда переписываемся на эту тему. И чувство юмора у нас схожее.

Что думаете о связи моды и музыки?

Они неразделимы. Самые яркие модные образы рождались в сотрудничестве с музыкантами. Помните Дэвида Боуи, Грейс Джонс, Мадонну — это бесконечный список. Музыка не единственный носитель послания. Важен образ, ощущения, да все важно! Хорошее искусство существует вне границ и вовлекает в себя все вокруг.

Помните ваше путешествие в Майами вместе с Dior?

Я прилетел из холодной Европы и уже в машине начал натягивать шорты, предвкушая съемку на пляже под ярким солнцем. Нас снимала Джеки Никерсон — талантливая и очень легкая на подъем. Было весело, хотя у съемки на песке есть свои сложности. Потом мы несколько дней веселились в шикарном отеле, а в один из вечеров были секретными гостями на показе Dior Pre-Fall. Я помню, что сидел в первом ряду весь в одежде с принтом Dior Oblique. Даже моя ковбойская шляпа и маска были с этим узором.

Вам понравилась пляжная коллекция?

Думаю, она станет культовой. Сочетание уличной эстетики Стусси и элегантности Dior — очень динамичная и живая коллекция получилась. Особенно мне понравились пижамные штаны из тонкой ткани.

А сколько у вас ковбойских шляп в гардеробе?

Я не считал, но очень много. Есть две любимые. Старая красная и, пожалуй, та, которую для меня сделали шляпник Стивен Джонс вместе с Кимом — она похожа на голубя. Я был в ней на церемонии Grammy в октябре 2019 года.

Беседовала Натела Поцхверия

ТВОРЧЕСКИЙ ВИРУС

О первых итогах пандемии

| Натела Поцхверия |

15E

S
H
A
N
E



Focus.

SHANE
WILSON
women's ready
to wear
designer

62E

POURTRAIT
CLOSE-UP



A
N
T
O
N
I
O

ANTONIO
PECOV
women's ready
to wear
designer

41E

UNBUTTONED



S
T
E
F
A
N
O

STEFANO
SCARANO
women's shoes
designer

Онлайн-демонстрация новой коллекции Gucci
Epilogue 2021. Слева направо: Шейн Вьюсон,
дизайнер женской линии готовой одежды,
Антонио Пеков, дизайнер женской линии
готовой одежды, Стефано Скарано,
дизайнер женской обувной линии Gucci

ПОСЛЕДСТВИЯ экономического кризиса, вызванного пандемией нового коронавируса, мы будем ощущать как минимум до конца 2021 года — такие прогнозы дает Гита Гопинат, главный экономист Международного валютного фонда. Считать потери сейчас бессмысленно — их еще будет много. Гигант Richemont, которому принадлежат Cartier, Vacheron Constantin и другие люксовые бренды, признался, что в первом квартале 2020 года недополучил 47% прибыли. Примерно те же цифры назвали и в Swatch Group. Множество брендов прекратили существование или обанкротились за эти полгода. Особенно обидно за 113-летнюю сеть универмагов Neiman Marcus и 200-летний бренд одежды Brooks Brothers, чьи рубашки носили американские президенты, включая Авраама Линкольна. Всех потрясло капитально, и многие не выдержали. Но вот парадокс: на развитие творческого мышления и генерацию идей пандемия оказала благотворное влияние. Мозги заработали, идеи и находки посыпались как из рога изобилия. Так что первые итоги пандемии неоднозначны: на фоне колоссальных финансовых потерь из мира моды и люкса медленно, но верно уходят холодный расчет и маркетинг и возвращаются творчество и красота ради красоты, как и мечтал Анжело Флаккавенто в своей мартовской колонке для издания Business of Fashion.

Бренды и запреты

Главная причина такого мощного подъема креатива очевидна. Съемки делать нельзя, собираться в офисах нельзя, передвигаться нельзя, встречаться нельзя, устраивать вечеринки нельзя — но журнал не может выйти с пустыми страницами, контент сам себя не сделает, а товар надо рекламировать и продавать, чтобы хватало хотя бы на зарплаты сотрудникам. Значит, надо искать новые инструменты работы — приглашать иллюстраторов и творцов к сотрудничеству (сразу на ум приходит Vogue Italy и его обложки, нарисованные детьми). Или просить звезд делать селфи — и как тут не вспомнить Роберта Паттинсона на обложке июньского номера американского GQ. Все под рубрикой «креативность в эпоху карантина». То, что раньше было под запретом и казалось неформатным, теперь тренд. А многие бренды пошли дальше и пришли к клиентам домой через экраны смартфонов. В Prada вели прямые эфиры (и продолжают это делать) с лидерами мнений, Levi's устраивал диджей-сеты в инстаграме и так далее. Издательский дом Conde Nast организовал серию zoom-конференций о креативе в индустрии с участием Анны Винтур, Пьерпаоло Пиччоли и других важных спикеров. Все говорили об одном: не надо перепроизводства, давайте сосредоточимся на главном — творчестве и красоте, а также на экологии и любви к природе.



ДОМ MONTBLANC ПРИЗВАЛ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПИСАТЬ ВДОХНОВЛЯЮЩИЕ ТЕКСТЫ РУЧКОЙ НА БУМАГЕ И ВЫКЛАДЫВАТЬ С ХЕШТЕГОМ #INSPIREWITING



«ШОУ В КОРОБОЧКЕ» ИСПАНСКОГО МОДНОГО ДОМА LOEWE: НАСТОЛЬНАЯ ИГРА—ПОКАЗ МУЖСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ ВЕСНА—ЛЕТО 2021 И ЖЕНСКОЙ КРУИЗНОЙ ЛИНЕЙКИ

Удивить, поразить, заставить говорить о себе, проникнуть в сердце — развлекательные сервисы, онлайн-кинотеатры и собственные YouTube-шоу — все это бренды делают с такой прытью и остервенением, что даже если поставить себе цель посмотреть и прочитать все, что выпускается в информационное пространство, не хватит не то что трехмесячной самоизоляции, но и половины жизни. Все для того, чтобы оставаться в поле зрения клиентов и прессы.

Бренды и сантименты

Главное послание, которое компании транслируют (пусть и не всегда открыто), — нам тоже тяжело, но мы вместе с вами прорвемся через этот мрак. Однако между «мы думаем о вас» и «мы хотим, чтобы вы думали, что мы думаем о вас» — пропасть. И перепрыгнуть через нее удалось не всем. В числе удачных примеров команда Alexander McQueen, которая объявила творческий конкурс McQueen Creators и каждую неделю в своих социальных сетях выкладывала новые задания: предложить свою интерпретацию эскиза одного из образов коллекции, повторить сложную вышивку и так далее. В качестве приза — публикация на странице марки. Rolls-Royce прислал трогательный плей-лист своим клиентам, флешмоб запустил дом Montblanc — нужно было написать небольшой вдохновляющий текст на листе бумаги,

сфотографировать его и выложить с хештегом #InspireWriting. На сайте Bottega Veneta появился раздел Bottega Residency, где сотрудники компании рассказывают о людях, проектах, историях, которые их вдохновляют.

Сейчас в разгаре показы. Кто и что показывает, уже не разобрать. В почту сыплются приглашения то на онлайн-показ новой мужской коллекции Ermenegildo Zegna, то на фильм о кутюрной женской коллекции Dior, то на мультфильм Louis Vuitton — полноценный показ с гостями и живыми моделями бренд собирается провести 6 августа в Шанхае. Все тот же Анжело Флаккавенто саркастично высказался о показах, задав точный вопрос: «Я так и не понял, я кинокритик или критик моды? Меня просили оценить видеоряд или одежду?» Но и в череде всех этих бесконечных видео на любой вкус отличился Loewe, прислав журналистам и блогерам прямо домой настольный показ — бумажный подиум и несколько картонных кукол, одетых в мини-версию вещей бренда из мужской коллекции весна-лето 2021. Тактильно, трогательно, доходчиво. От Gucci вместо приглашения на онлайн-показ был прислан ящик свежих фруктов и овощей. А вместо моделей коллекцию демонстрировали сотрудники компании — дизайнеры, байеры, маркетологи и ремесленники, подчеркнув тем самым, что сегодня как никогда важно показывать человеческое лицо корпораций.



DOUCAL'S



DOUCAL'S

Обувной бренд Doucal's создал диджитал-энциклопедию Doucal's 4.0, где представляет традиционные ремесленные практики в оцифрованном виде (пока в основном в форматах фото и видео). Такой подход поможет обучать персонал дистанционно, а также сохранить эти знания для потомков



DOUCAL'S

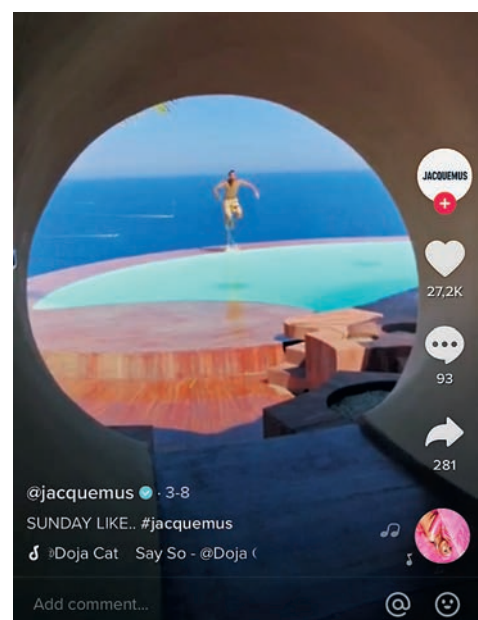
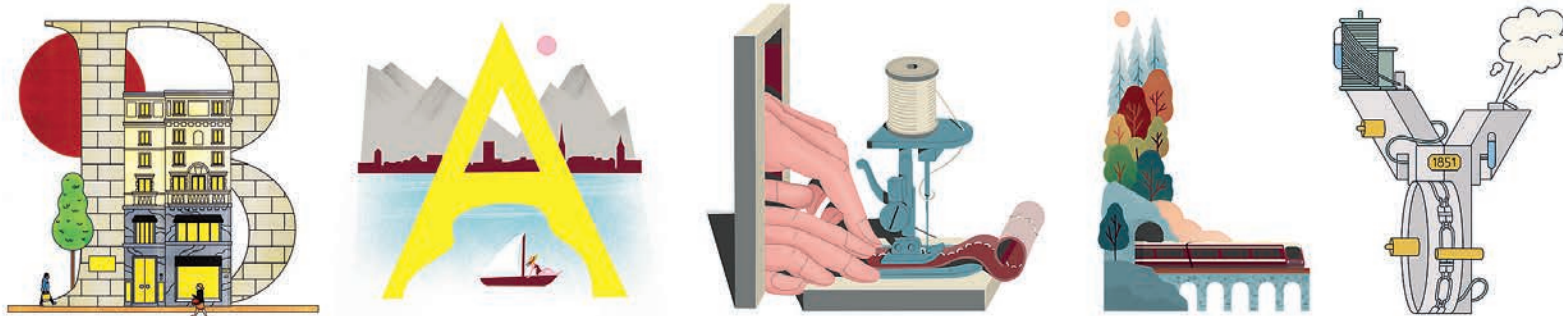
Бренды и TikTok

Социальные сети во время пандемии стали важным способом общения. Но гремела все первое полугодие одна — TikTok, социальная сеть, где можно обрести популярность, выкладывая забавные или трогательные короткие видео или участвуя в челленджах. «Коммерсантъ. Стиль» попросил пресс-службу TikTok прокомментировать феномен успеха. «Поскольку люди проводят все больше времени дома, использование мобильных устройств естественным образом возросло. И сейчас больше, чем когда-либо, стали обращаться к интернет-платформам, таким как TikTok, за развлечениями, новостями и общением. Эта тенденция была, конечно же, и до COVID-19, но во время пандемии она усилилась. В течение последних нескольких месяцев мы запустили образовательные и развлекательные кампании в приложении, несколько инициатив, чтобы «открыть окно во внешний мир» для наших пользователей, — и увидели высокую вовлеченность нашего сообщества. Например, сотрудничая с Комитетом по туризму Москвы, мы поддержали их акцию #Москвастобой, а также в партнерстве с проектом «Культура.РФ» и Министерством культуры запустили в TikTok кампанию в поддержку ежегодной всероссийской акции «Ночь музеев». ... Модные бренды видят в TikTok огромный потенциал. Так, у Gucci более чем 365 тыс. подписчиков, у Оливье Рустена, креативного директора Balmain, — 222 тыс., у Dolce & Gabbana — 151 тыс., у Jacquemus — 139 тыс. Их контент

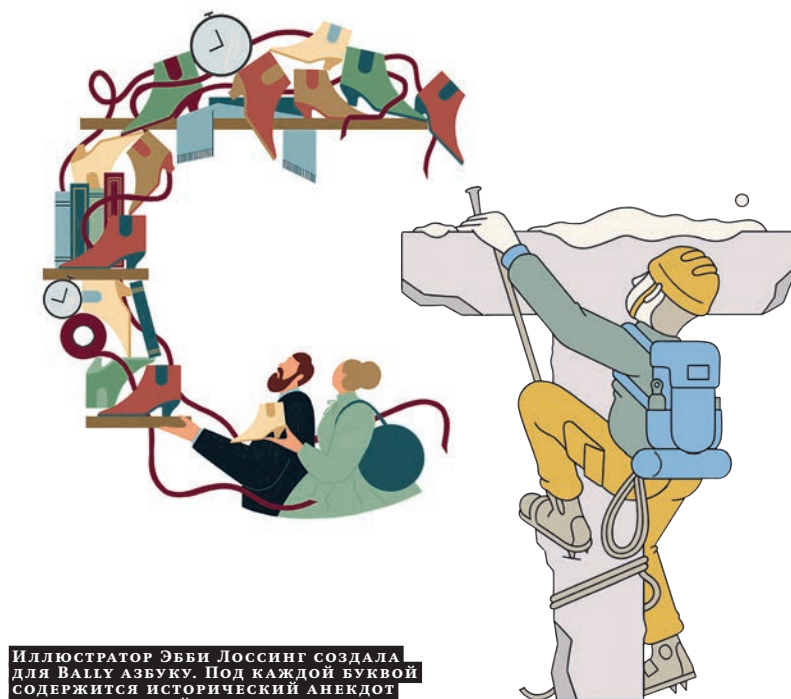
собирает сотни тысяч или даже миллионы просмотров. И мы ожидаем, что в дальнейшем представителей фешен-индустрии будет только больше...» — рассказали в TikTok. Чтобы помочь брендам найти правильный подход к сообществу, компания во время пандемии запустила платформу TikTok for Business, которая помогает использовать креативный формат коротких видеороликов на благо брендов и продаж.

Прошлое в будущем

Помимо обращения к клиентам через соцсети и сентиментального креатива еще одним мощным инструментом общения стала история компаний. Бренды извлекли из своих архивов и предложили публике воспоминания о своем славном прошлом. У многих получилось действительно необычно. Отличный пример — Bally и их иллюстрированный алфавит, который марка представила накануне своего 170-летия. Все буквы нарисованы иллюстраторами, и за каждой скрывается исторический анекдот или необычный и малоизвестный факт о компании. «Традиции станут основой нашего будущего», — сказал Джанни Джаннини, владелец и творческий директор обувного бренда Doucal's, когда 12 месяцев назад совет директоров утверждал направления деятельности компании. В свете последних событий было принято решение оставить выбранный курс как единственно верный в подобной ситуации. Первым шагом в этом направлении стал проект Doucal's 4.0 — библиотека ремесла, то есть онлайн-



Скриншот из социальной сети TikTok дизайнера Симона Порты Жакмюса (<https://www.tiktok.com/@JACQUEMUS>)



Иллюстратор Эбби Лоссинг создала для BALLY азбуку. Под каждой буквой содержится исторический анекдот или интересный факт из жизни компании. Например, буква А представляет символом ART OF LIVING WELL (в переводе «Искусство жить хорошо»); В — символизирует фрагманский бутик бренда в Милане BALLY HAUS, С — инициалы основателей компании Карла Франца Балли и его жены Сесиль



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР PATEK PHILIPPE

библиотека, где будут храниться видео и фотографии процесса работы в традиционных техниках. «Наследие должно быть сохранено и передано, так как это неотъемлемый источник успеха настоящего Made in Italy. Преданность качеству проходит через руки, головы и сердца наших мастеров и всех тех, кто входит в нашу производственную цепочку, и знания — это единственная вакцина для сбалансированной и здоровой жизни», — заключает Джаннини.

Бренды и e-commerce

Но не будем скрывать, все, что было упомянуто выше, — способ удержаться на плаву. Удержались те, кто вовремя начал развивать интернет-магазины. И, надо сказать, дела у них идут неплохо. Пресс-служба ЦУМа сообщает, что за первое полугодие 2020 года компания увеличила объемы продаж на сайте tsum.ru на 200% и даже смогла провести онлайн-запуск эксклюзивной капсульной коллекции Off-White для ЦУМа. Статистика в e-commerce не самая очевидная. К примеру, покупатели помимо одежды для дома и отдыха стали больше интересоваться продукцией streetwear брендов, женщины еще охотнее инвестируют в дорогие сумки. ЦУМ никак не менял своей коммуникации. Да, появились новые бонусы, изменилась система скидок, но в остальном подход остался очень спокойным и профессиональным, без заигрываний и сантиментов. Концепт-стор грузинских дизайнеров IERI, расположенный в Тби-

лиси, запустил во время карантина свой онлайн-магазин Ieristore.com с международной доставкой и даже в такие трудные времена продавал онлайн. «Наибольший спрос был на уникальные товары, те, что есть в единственном экземпляре. Например, перегородчатую эмаль Sofio Gongli, старинные грузинские ковры с необычными сюжетами, домашнюю утварь Tata Naka», — рассказывает София Гугуберидзе, директор IERI store.

Но ирония заключается не в том, что в период пандемии выросли онлайн-продажи, а в том, что в онлайн вышли бренды, которые принято считать тяжелым люксом. В том числе и тяжелым на подъем — ювелирные и часовые. Компания Morgan Stanley провела анализ часового рынка и пришла к выводу, что 90% онлайн-продаж до сих пор обеспечивали независимые ритейлеры. Условно говоря, часы Montblanc можно было купить на сайте Net-a-Porter, а некоторые модели часов Chanel — на Aizel.ru, но сами бренды свои онлайн-магазины почти не развивали. Проходит несколько лет, и старейшая часовая мануфактура Patek Philippe становится первым часовым брендом, запустившим онлайн-продажи в России, да и в целом меняет стратегию и начинает продавать онлайн в тех странах, где позволяет законодательная база (в России есть ограничение — стоимость товара не должна превышать 6 млн руб.). Несмотря на общее падение прибыли и продаж, Patek Philippe остается одним из самых востребованных брендов. Доказательством служит и то, что в конце июля на



RADO

RADO CAPTAIN COOK AUTOMATIC. КОРПУС 42 ММ, НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ С ЗАПАСОМ ХОДА 80 ЧАСОВ, ИНДИКАТОР ДАТЫ, ВРАЩАЮЩИЙСЯ БЕЗЕЛЬ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ СО ВСТАВКОЙ ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ КЕРАМИКИ. ЧАСЫ МОЖНО ПРИОБРЕСТИ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ RADO



RADO



СВЕРХУ ВНИЗ: ЗАПОНКИ MERCURY. ЖЕЛТОЕ ЗОЛОТО, ПЕРЛАМУТР И КРИСТАЛЛ; ЗАПОНКИ MERCURY, РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, ПЕРЛАМУТР; ЗАПОНКИ MERCURY, БЕЛОЕ ЗОЛОТО И ПЕРЛАМУТР. ПРОДАЮТСЯ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ MERCURY.RU

часовом аукционе Watch Auction XI, организованном аукционным домом Phillips в Женеве, абсолютный рекорд поставил лот 1948 года — сложные часы Patek Philippe (Ref.1518) с хронографом и вечным календарем в редком корпусе из розового золота с циферблатом лососевого оттенка. Часы эти когда-то купил на аукционе Жан-Клод Бивер, а сейчас их приобрел неизвестный покупатель по телефону за 3,38 млн швейцарских франков. Среди хитов аукциона были и две другие модели Patek Philippe. По оценке консалтинговой компании Mercury Project, мировые онлайн-продажи часов и украшений составляют меньше 5% от общего числа продаж, но в 2020 году ситуация стала меняться. И снова Mercury в авангарде — в конце марта открылся интернет-магазин украшений собственной марки Mercury, а уже сейчас на сайте mercury.ru и tsum.ru представлены украшения и часы Chopard, украшения Garrard, Jacob & Co, Messika, Stephen Webster, Pasquale Bruni, Roberto Coin, часы Breitling, Hublot, Girard-Perregaux, Zenith, Ulysse Nardin, письменные принадлежности и другие уникальные изделия S.T. Dupont. Доставка осуществляется максимум за три дня, а то и быстрее. Кстати, S.T. Dupont запустил и свой собственный российский онлайн-магазин, www.st-dupont.ru, где продаются эксклюзивные изделия, предназначенные для нашего рынка, например перьевая ручка «Царь-пушка» или имитирующая нефтяную скважину подставка для перьевой ручки Black Gold.

Онлайн-продажи запустили и на сайте Bosco di Ciliegi — изделий Chaumet, Cartier у Cartier и других марок. 30 апреля о начале удаленных продаж ювелирных украшений, часов и аксессуаров на всей территории России объявил и Bvlgari. Профессиональные консультанты могут даже размер кольца определить удаленно. Похожую услугу предоставили и в Longines: на сайте Longines.ru есть вкладка консерж-сервиса, позволяющая клиентам напрямую общаться с консультантами. Швейцарская часовая компания Rado тоже продает онлайн, в том числе и свои новинки — часы Captain Cook. Для этого нужно зайти на сайт www.rado.com/int_ru и выбрать модель или аксессуар. Даже такие независимые концептуальные «малыши», как MB&F, меняют свой онлайн-подход. На сайте представлены редкие механизмы, зачастую последние или уникальные. Продаются их ограниченное количество времени. Более того, MB&F предлагает через свой сайт купить часы у ритейлеров марки, таким образом поддерживая партнеров. Прибыль идет ритейлерам, а сайт MB&F — лишь дополнительный канал продвижения. Некоторые марки перечисляют процент от онлайн-продаж в благотворительные фонды. Stephen Webster, например, сотрудничает с MIND — британским фондом по охране психического здоровья. Но благотворительность в эпоху COVID-19 — отдельная тема, тут можно долго рассказывать. Один только zoom-аукцион Натальи Водяновой



ПАТЕК ФИЛИППЕ REF.1518, 1948 ГОД, ВЕЧНЫЙ КАЛЕНДАРЬ С ХРОНОГРАФОМ И ИНДИКАТОРОМ ФАЗЫ ЛУНЫ В КОРПУСЕ ИЗ РОЗОВОГО ЗОЛОТА С РОЗОВЫМ ЦИФЕРЕЛАТОМ. ЧАСЫ ИЗ ЛИЧНОЙ КОЛЛЕКЦИИ ЖАН-КЛОДА БИВЕРА БЫЛИ ПРОДАНЫ НА АУКЦИОНЕ THE GENEVA WATCH AUCTION XI, ОРГАНИЗОВАННОМ АУКЦИОННЫМ ДОМОМ PHILLIPS, ЗА 3,38 МЛН ШВЕЙЦАРСКИХ ФРАНКОВ 27-28 ИЮНЯ В ЖЕНЕВЕ



CHOPARD L.U.C XP, КОРПУС 40 ММ ИЗ СТАЛИ, МЕХАНИЗМ С АВТОМАТИЧЕСКИМ ЗАВОДОМ L.U.C 96.53-L, ТЕМНО-СИНИЙ ЦИФЕРЕЛАТ С ВЕРТИКАЛЬНЫМ САТИНИРОВАНИЕМ, НАКЛАДНЫЕ ЦИФРЫ И МЕТКИ С ПОКРЫТИЕМ ИЗ РОЗОВОГО ЗОЛОТА, СИНИЙ ПРОШИТЫЙ ВРУЧНУЮ РЕМЕШОК ИЗ МЕРИНСОВОЙ ШЕРСТИ, ПОДКЛАДКА ИЗ КОРИЧНЕВОЙ КОЖИ АЛЛИГАТОРА. ЧАСЫ МОЖНО ПРИОБРЕСТИ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ MERCURY.RU

при поддержке Mercury собрал в разгар карантина 5 млн руб. для фонда «Обнаженные сердца». Все сказанное свидетельствует о том, что люди не отказываются от трат, но тратят с умом.

Бренды и перемены

В индустрии начали происходить тектонические сдвиги. В сети было опубликовано открытое письмо представителей индустрии — байеры, дизайнеры, гендиректора компаний призывали коллег изменить календарь показов и поставок, отказаться от производства ненужных вещей, максимально использовать онлайн-шоурумы, проводить меньше встреч и собраний, минимизировать количество отходов и мусора. К 17 июля 2020 года письмо подписали Крейг Грин, Дрис Ван Нотен, сестры Малливи (Rodarte), Тори Берч, Габриэла Херст, Анджела Миссони, Пьер Арди, Кристоф Лемер, Линда Фарго (Bergdorf Goodman), Вальтер Ван Бейрендонк и сотни других известных и невидимых бойцов фешен-фронта. Затем появился сайт Rewiringfashion.org — здесь уже опубликован подробнейший план действий и конкретные идеи по поводу того, как должна выглядеть индустрия после выздоровления. Инициативу поддержали марки Haider Ackermann, Erdem, Altuzarra, 1017 Alyx 9SM, Oscar de la Renta, а также Совет дизайнеров Великобритании и США. Пока в числе тех, кто кроме подписания писем реально объявил о переменах, — Gucci,

Alexander Wang, Giorgio Armani, Michael Kors, Mugler, Off-White, Ralph Lauren, Saint Laurent. Генеральный директор Pal Zileri Марко Санавиа прокомментировал ситуацию так: «В японском языке слово “кризис” или “опасная ситуация” пишется двумя иероглифами — опасность и возможность. И мы убеждены, что кризис — это всегда еще и возможность. Мы быстро сориентировались и использовали онлайн и диджитал максимально, вплоть до того, что онлайн показали свои новые коллекции клиентам и байерам. К концу года запустим и онлайн-магазин. И сейчас как никогда, несмотря на все трудности, мы понимаем верность выбранной стратегии: шить вещи без времени, которые не потеряют актуальности и через десять лет, и отказываться от быстрой моды. И я убежден, что поведение потребителей докажет правильность наших решений». У всех свои причины для перемен. Алессандро Микеле, креативный директор Gucci, воспользовался случаем, чтобы дать больше воздуха себе и команде, Майкл Корс объяснил изменения сложностями производства и финансовыми затруднениями, в Mugler решили, что формат «увидел-купил» для них самый комфортный, и так далее, но, если не думать о причинах, факты налицо — календарь действительно меняется, язык общения становится честнее и проще, и красота ради красоты снова возвращается в моду.



CHRONOMASTER REVIVAL MANUFACTURE EDITION, корпус 38 мм, сталь, белый лакированный циферблат со счетчиками трех оттенков синего, механизм El Primero 400 с автоматическим подзаводом, запас хода минимум 50 часов, ремешок из синей кожи аллигатора на каучуковой подкладке и со стальной застежкой

ЦВЕТ ВОЗРОЖДЕНИЯ СИНИЙ

О специальной мануфактурной серии Zenith

Натела Поцхверия

ИСТОРИЮ часовой мануфактуры Zenith можно рассказывать детям вместо сказки на ночь — о летчике Луи Блерио, совершившем первый в истории перелет через Ла-Манш с часами Zenith на запястье, об астронавте Феликсе Баумгартнере, известном своим рекордным прыжком в свободном падении из стратосферы с Zenith, о летающем над водой на своем флайборде изобретателе Фрэнки Запате — тоже с часами Zenith. О путешествиях Джона Блешфорда-Снелла по болотам и лесам Колумбии и Панамы на автомобиле Land Rover и, разумеется, с Zenith. И, конечно, о волшебной «Выручай-комнате», где отыскиваются невероятные артефакты, меняющие ход истории и времени. Речь о чердаке старинной мануфактуры Zenith, на котором в кварцевый кризис 1970-х были укрыты от уничтожения инструменты, станки и легендарный механизм El Primero, созданный в 1969 году часовым мастером Шарлем Вермо.

Недавно там же, на чердаке (Grenier), была сделана еще одна неожиданная находка. В коробочке без маркировки или иных опознавательных знаков — два циферблата, хранившиеся там десятки

лет: фирменный трехцветный циферблат хронографа El Primero A386 и другая версия циферблата в трех оттенках синего цвета. Возможно, это был прототип альтернативного циферблата для модели A386, а может, он предназначался для других часов. Никаких записей по этому поводу найти не удалось, поэтому руководство мануфактуры приняло решение запустить циферблат в производство на базе часов Revival («Возрождение»), корпус которых точно воспроизводит дизайн A386 — модели 1969 года. Для сохранения пропорций и дизайна использовали первые чертежи. Часы Chronomaster Revival Manufacture Edition — финальная версия A386 в оригинальном корпусе Revival. Они оснащены высокочастотным автоматическим хронографом El Primero с колонным колесом — легендарным механизмом 1969 года. Особенность серии Revival в том, что она доступна для покупки лишь посетителям мануфактуры Zenith. Но в нынешних обстоятельствах руководство сделало исключение: модели можно приобрести на сайте до открытия мануфактуры.

Часы будут доставляться в специальном футляре, имитирующем книгу.

На обложке — чертежи мануфактуры. В комплекте — комикс о Шарле Вермо, придуманный карикатуристом Кози, и репродукция винтажного циферблата, найденного на чердаке. Тут бы и сказке конец, но не в случае с Zenith. Для мануфактуры со 155-летней историей это больше похоже на начало новой главы.



ФУТЛЯР ЧАСОВ CHRONOMASTER REVIVAL MANUFACTURE EDITION, ИМИТИРУЮЩИЙ КНИГУ С ИЗОБРАЖЕНИЕМ ЧЕРТЕЖА МАНУФАКТУРЫ ZENITH



ЧЕРТЕЖИ И ИНСТРУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ ШАРЛЬ ВЕРМО СПРЯТАЛ ВО ВРЕМЯ КВАРЦЕВОГО КРИЗИСА 1970-Х ГОДОВ



ПРОТОТИПЫ ТРЕХЦВЕТНОГО ЦИФЕРБЛАТА, НАЙДЕННЫЕ НА ЧЕРДАКЕ МАНУФАКТУРЫ ZENITH

ЗЕМЛЯ В ИЛЛЮМИНАТОРЕ

О Hublot Big Bang e

Натела Поцхверия |

ВЫХОД на поле смарт-часов — это всегда игра ва-банк. Нужно не просто делать часы, напигигованные цифровыми технологиями, а представить целую вселенную — новый мир и революционные функции, которые никто до сих пор не предлагал. В случае со швейцарским гигантом Hublot игра в прямом смысле слова велась на поле: первые смарт-часы мануфактура представила два года назад к чемпионату мира по футболу и взорвала рынок идеей виртуального стадиона, позволяющего в режиме реального времени отслеживать голы и любые острые моменты игры. Модели носили даже судьи, а преданные коллекционеры и поклонники марки забронировали их задолго до поступления в продажу. Хотя «взрывать» часовой мир своими идеями Hublot не привыкать. 15 лет назад, в 2005 году, когда на рынке появилась модель Big Bang («Большой взрыв»), Hublot перекроил правила игры в часовой индустрии и задал новые темпы всем вокруг — выпускал несколько десятков новых моделей каждый год и очень скоро открыл вторую мануфактуру, а на подходе и третья. Через два года после футбольной новинки, в начале июня 2020 года, несмотря на вынужденное временное закрытие ма-

нуфактур из-за пандемии, бренд Hublot представляет новые Big Bang e — смарт-часы в корпусе 42 мм из черной керамики или титана, которые состоят из 42 компонентов, 27 из них относятся к цифровому наполнению. „Б“ не раз писал о том, что часовое направление LVMH — это единый фронт, которым выступают несколько марок, принадлежащих концерну. Лучшие инженеры, химики, технологи работают над изобретениями в департаменте исследований и разработок, а позже на общем совете принимаются решения, какие бренды и как будут внедрять новые идеи. Электронный модуль для Big Bang e был также разработан в сотрудничестве с другими брендами группы, но адаптирован к высоким требованиям Hublot. И на первый взгляд у часов тот же дизайн винтов и кнопок, что и у механических Big Bang. Тот же каучуковый ремешок с системой легкой смены One Click. То же устойчивое к царапинам сапфировое стекло. Но под стеклом — сенсорный экран с активной матрицей на органических светодиодах (AMOLED) и операционная система Wear OS by Google Big Bang e. Касанием пальца обеспечивается доступ к приложениям Google Play и ответам от Google-ассистента. Ци-



BIG BANG E, СОЗДАННЫЕ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ХУДОЖНИКОМ МАРКОМ ФЕРРЕРО, 42 ММ, КОРПУС ИЗ ЧЕРНОЙ КЕРАМИКИ ИЛИ ТИТАНА. КАЖДЫЕ ТРИ ЧАСА ЦИФЕРБЛАТ МЕНЯЕТ ЦВЕТ: СТАНОВИТСЯ ТО ЖЕЛТЫМ, ТО КРАСНЫМ, ТО РАДУЖНЫМ, ТО ЧЕРНЫМ. ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЗА СУТКИ ЦИФЕРБЛАТ МЕНЯЕТСЯ ВОСЕМЬ РАЗ. КАЖДЫЙ ЧАС ОТМЕЧЕН ПЯТИСЕКУНДНОЙ АНИМАЦИЕЙ



BIG BANG E, КОРПУС 42 ММ, ЧЕРНАЯ ПОЛИРОВАННАЯ КЕРАМИКА С ПЕСКОСТРУЙНОЙ ОБРАБОТКОЙ, САПФИРОВОЕ СТЕКЛО, ТЕХНОЛОГИЯ ДИСПЛЕЯ AMOLED, ЧЕТЫРЕХЯДЕРНЫЙ ПРОЦЕССОР ДО 1,094 ГГц, 1 Гб / 8 Гб FLASH-ПАМЯТИ (ЕРОР), РЕМЕШОК ИЗ КАУЧУКА С ПОДКЛАДКОЙ (РАЗНЫЕ ЦВЕТА НА ВЫБОР), ВОДОНЕПРОНИЦАЕМОСТЬ 30 М, ВРЕМЯ РАБОТЫ АККУМУЛЯТОРА — 1 ДЕНЬ

ферблат новинки настраиваемый: можно оставить простую индикацию часов или подключить усложнения в цифровом формате — вечный календарь с высокоточной индикацией фаз Луны и второй часовой пояс GMT. Земля на циферблате изображена так реалистично, будто смотришь на нее из иллюминатора корабля SpaceX. В часы встроен акселерометр (для измерения шагов и получения информации о положении в пространстве и скорости передвижения), гироскоп, определяющий положение кисти и выводящий уведомления под правильным углом, оптический датчик слежения для вращающейся заводной головки, микрофон и электродвигатель постоянного тока для вибрации. Часы совместимы с Android 6.0 и выше и iOS 12.0 и выше, подключение происходит через Bluetooth.

Предполагается, что в будущем владельцы смогут закатать в часы циферблаты, созданные в сотрудничестве, скажем, с Килианом Мбаппе или Усейном Болтом или еще с кем-то из посланников и друзей бренда — семья Hublot большая. Первым к сотрудничеству пригласили художника Марка Ферреро, который уже работал с Hublot над проектом #HublotLovesArt («Hublot любит искусство») и делал часы с фрагментами своих картин. На этот раз для Big Bang e Ферреро предложил меняющиеся цвет циферблаты. Они уже доступны, к ним можно подобрать и разноцветные ремешки. Модель держит заряд сутки, полностью разряженный аккумулятор заряжается за 2,5 часа. При всем при этом часы сохранили функцию водонепроницаемости до 30 м. К тому же это первая модель часов, которую бренд решил продавать и через интернет-магазин, и в обычных магазинах.



BIG BANG E, КОРПУС 42 ММ, САТИНИРОВАННЫЙ И ПОЛИРОВАННЫЙ ТИТАН, САПФИРОВОЕ СТЕКЛО, ТЕХНОЛОГИЯ ДИСПЛЕЯ AMOLED, ЧЕТЫРЕХЯДЕРНЫЙ ПРОЦЕССОР ДО 1,094 ГГц, 1 Гб / 8 Гб FLASH-ПАМЯТИ (ЕРОР), РЕМЕШОК ИЗ КАУЧУКА С ПОДКЛАДКОЙ (РАЗНЫЕ ЦВЕТА НА ВЫБОР), ВОДОНЕПРОНИЦАЕМОСТЬ 30 М, ВРЕМЯ РАБОТЫ АККУМУЛЯТОРА — 1 ДЕНЬ

КЛЮЧЕВАЯ ДЕТАЛЬ

О наследии Audemars Piguet

Натела Поцверия |

СТРЕКОТ сверчков, цикад и кузнечиков, шум ветра в кронах деревьев, птичий щебет — инсталляция, имитирующая звуки живого леса (ее автор — швейцарский художник Александр Жоли), встречает гостей нового музея-ателье Audemars Piguet, который меньше месяца назад открылся на мануфактуре марки в Долине Жу (Валле-де-Жу). Швейцарская Сибирь — так долину называют из-за суровых зим и неразвитой транспортной системы — стратегическая точка часовой индустрии. В XV веке здесь в скалах было найдено железо. Жители начали выплавлять металл. Абсолютная тишина и идиллические пейзажи, длинные, шесть—восемь месяцев, зимы — все это располагало к тому, чтобы обстоятельно и неспешно придумывать и собирать сложнейшие механизмы. Здесь среди лесов и скал до сих пор находятся мануфактуры крупнейших часовых брендов — Jaeger LeCoultre, Vacheron Constantin, Blancpain, Breguet и, разумеется, Audemars Piguet. Семья Одемар давно хотела расширить музей истории марки, который располагался в небольшом старинном здании мануфактуры и был закрыт для широкой публики, и в 2013 году объявила архитектурный конкурс на лучший дизайн будущего музея. Проект спиралевидного стеклянного павильона датского бюро Vjarke Ingels Group (BIG) выиграл его неожиданно для многих. «Мы не рассчитывали на победу, — признается Бьярке Ингельс, глава BIG, — в Швейцарии очень строгие законы, любые новые постройки должны соответствовать общему архитектурному стилю, а речь идет о старинном городке с треугольными острыми крышами и каменными зданиями. Стеклянная



Жюль-Луи Одемар и Эдвард-Огюст Пиге

спираль со стальной крышей не подходит под это описание совсем. И тем не менее наш проект выиграл, а местный совет кантона согласовал дизайн». Строительство началось в марте 2017 года. Жасмин Одемар, председатель совета директоров Audemars Piguet, поделилась своим взглядом на проект: «Мы мечтали о здании, которое отражало бы нашу привязанность к корням, а также устремленность в будущее. Проект спирали был



МАНУФАКТУРА AUDEMARS PIGUET, ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗДАНИЕ



НОВОЕ СПИРАЛЕВИДНОЕ ЗДАНИЕ МУЗЕЯ-АТЕЛЬЕ AUDEMARS PIGUET

необычным не только для нашей долины, но и для Швейцарии в целом». Возможно, местная администрация согласовала дизайн еще и потому, что спираль баланса — одна из ключевых деталей в часах, а здание в виде спирали, заметное и с высоты птичьего полета, красноречиво напоминает об истории всей Долины Жу. Так появился павильон площадью 2500 кв. м, построенный из гнутых стеклянных плит и двухфрагментной стальной крыши.

«Мне пришлось выучить новое слово — оксюморон, чтобы объяснять концепцию музея, — шутит господин Ингельс. — По сути, мы соединили две противоположные вещи, создав новый гибрид форм. И через это соприкосновение возникает новизна и красота. Задачи шокировать у нас не было, а вот построить современное здание, которое вписалось бы в ландшафт с уважением к традициям — да. По сути, нам нужно было вклинить незнакомца между двумя ста-

рыми друзьями». Господин Ингельс имеет в виду старинные здания мануфактуры, в том числе и то, где в 1875 году Жюль-Луи Одемар и Эдвард-Огюст Пиге устроили свою мастерскую, стартап того времени по нынешним меркам. Сейчас в историческом здании хранятся реестры, архивы, располагаются отдел наследия, фонд Audemars Piguet и реставрационная мастерская. Реновацию делали с уважением к истории и после тщательного изучения архивных материалов. Даже для обшивки стен использовали подлинные фрагменты деревянной отделки из близлежащих домов. В такой обстановке — за верстаками, точно повторяющими старинные, трудятся несколько часовых мастеров. Они восстанавливают антикварные часы с помощью редких традиционных техник. В историческом здании тоже есть свой небольшой музей с иммерсивными выставками. Но все главные материальные ценности все же хранятся в спирали, куда из старого здания ведет дверь.

ГОСТИ НОВОГО МУЗЕЯ ПРОБУЮТ СЕБЯ В РОЛИ ЧАСОВЫХ МАСТЕРОВ



тают за своими верстаками, то не было бы Audemars Piguet. Они создают будущее компании», — напоминает Майкл Фридман, руководитель отдела Grande Complications. Кульминация выставки — зал с часами класса Grande Complications, где находятся модели с самыми сложными функциями: бой, хронографы, астрономические осложнения. Один из главных экспонатов — часы Universelle 1899 года выпуска с 21 осложнением и механизмом из 1168 деталей. В этом зале модели выставлены в сферических витринах, напоминающих объекты Солнечной системы. В музее больше 300 экспонатов: шедевры миниатюризации, часы необычного дизайна и, конечно, самые сложные модели с невероятными механизмами. Экспозиция завершается богатым собранием моделей Royal Oak — Royal Oak Offshore и Royal Oak Concept (знаковую модель Royal Oak создал в 1971 году Джеральд Джента). Еще одни редкие часы в музее — хронограф 1943 года. С 1930-х по 1950-е годы было выпущено лишь 307 экземпляров наручных хронографов Audemars Piguet. Именно эта модель и ее дизайн вдохновили мастеров на очередное произведение часового искусства. Новые часы получили название [Re]master01 — «переиздание», «перевыпуск». В продажу поступит всего 500 экземпляров нового автоматического хронографа с функцией Flyback. Некоторые элементы дизайна воспроизведены в точности, другие же получили современное прочтение. Круглый корпус из нержавеющей стали, безель, заводная головка и кнопки из розового золота 750-й пробы, синяя тахиметрическая шкала на золотистом циферблате, а также часовая, минутная и секундная стрелки из розового золота и синие стрелки хронографа — точь-в-точь как у часов 1943 года. Важно напомнить, что до 1951 года модели часов выпускались в единственном экземпляре, остальные механизмы, произведенные на мануфактуре, бренд продавал другим компаниям. Поэтому модели, выпущенные до 1951 года под брендом Audemars Piguet, представляют музейную ценность. Многие экспонаты музея когда-то принадлежали лондонскому коллекционеру и часовому дистрибютору Маркусу Маргулису. В 2016 году он продал всю свою коллекцию семье Одемар — часы с 1890 по 1990 год выпуска. Стоимость сделки не разглашается, но глядя на экспонаты музея, понимаешь, что, сколько бы ни заплатила компания, она все равно приобрела больше, потому что наследие Audemars Piguet бесценно. «Мы хотели, чтобы посетители знакомились с нашим наследием, мастерством, культурными истоками и открытым взглядом на мир в здании, которое отражало бы как нашу привязанность к корням, так и устремленность в будущее. Но в первую очередь мы хотели отдать дань уважения нашим мастерам, которые поколение за поколением создавали тот Audemars Piguet, каким он предстает сегодня», — резюмирует Жасмин Одемар. Попастъ в музей может любой желающий, забронировав время визита на сайте.



ЗАЛ, ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ МОДЕЛИ КЛАССА GRANDE COMPLICATIONS



НАРУЧНЫЙ ХРОНОГРАФ AUDEMARS PIGUET, АРХИВНАЯ МОДЕЛЬ 1943 ГОДА

[RE]MASTER01, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ХРОНОГРАФ С ФУНКЦИЕЙ FLYBACK, КОРПУС ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ, 40 ММ, 18-КАРАТНОЕ РОЗОВОЕ ЗОЛОТО, САПФИРОВОЕ СТЕКЛО, ЧАСОВАЯ, МИНУТНАЯ И СЕКУНДНАЯ СТЕЛКИ ИЗ РОЗОВОГО ЗОЛОТА, В КОМПЛЕКТЕ РЕМЕСШОК ИЗ СВЕТО-КОРИЧНЕВОЙ ТЕЛЯЧЬЕЙ КОЖИ И РЕМЕСШОК ИЗ КОРИЧНЕВОЙ КОЖИ АЛЛИГАТОРА. ОГРАНИЧЕННАЯ СЕРИЯ 500 ЭКЗЕМПЛЯРОВ



Экспозиция музея, к слову, тоже развивается по логике спирали — начинается с истории и короткого обзора эволюции часового дела в Долине Жу, далее концентрируясь на богатом наследии Audemars Piguet. Историю дома рассказывают скульптуры, заводные автоматы, кинетические инсталляции, сложные часовые макеты и сами часы, созданные на мануфактуре за 145 лет ее существования. Ближе к центру спирали — две действующие мастерские, расположенные за стеклом, чтобы гости могли понаблюдать за тонкой работой ремесленников. В первой часовщики занимаются механизмами класса Grande Complications, во второй ювелиры и гравировщики создают произведения высокого ювелирного искусства. Гости, кстати, тоже могут попробовать свои силы в ремесленничестве, например, в сатинировании или круговом зернении. Эти традиционные техники сохранились благодаря мастерам мануфактуры Audemars Piguet. «Если бы не эти невероятные люди, которые сейчас рабо-

стильновости



Bell & Ross представили несколько новинок в коллекции часов BR05, известной своими интегрированными браслетами (корпус часов и браслет представляют собой единое целое). Модель BR05 Bicolor — в корпусе из стали и золота с черным циферблатом. Внутри — калибр BR-CAL.321, который виден сквозь прозрачную заднюю крышку. Вторая новинка, модель BR05 Skeleton Blue, оснащена калибром BR-CAL.322 со свободно вращающимся на 360 градусов ротором автоподзавода синего цвета. Корпус 40-миллиметровый квадратный со скругленными углами, стальной, сатинированный. Сквозь прозрачный тонируемый в синий цвет циферблат с накладными металлическими метками виден скелетонированный механизм. Часы ограниченной серии — 500 экземпляров — предлагаются на стальном браслете, а также на каучуковом ремешке.



Для работы над первыми смарт-наушниками Montblanc MB 01 компания пригласила эксперта в создании акустического оборудования — инженера Алекса Россона, который внес свой вклад в создание «звука Montblanc» и довел его до совершенства. Беспроводные наушники оснащены программным обеспечением «Google Ассистент» с возможностью персонализированного голосового управления на ходу. Благодаря малому весу и складной конструкции наушники удобны в дороге, а система активного шумоподавления (ANC) заглушает даже гул самолета — 20 часов тишины без подзарядки гарантировано. Но если важно слышать, что происходит вокруг, то можно включить режим Live Mode, и тогда, напротив, «звуки жизни» будут проникать в наушники. В продаже три варианта MB 01: хромированные металлические наушники с деталями из черной кожи, золотистый металл и коричневая кожа, светло-серая кожа и полированный металл в отделке.



Часовой бренд Tudor (часовщики называют его младшим братом Rolex) представляет «морскую синюю» версию флагманской модели Black Bay Fifty-Eight — Navy Blue. В 1969 году Tudor представил дайверские часы с синими циферблатом и безелем, и со временем этот цвет стал фирменным — «синий Tudor». Поэтому модель Black Bay Fifty-Eight Navy Blue с синими циферблатом и вставкой безеля — больше дань традиции. В этот же цвет окрашен ремешок, сделанный из синтетического материала, напоминающего фланель. Ремешки изготавливают на старинных ткацких станках XIX века на предприятии Julien Faure во французском регионе Сент-Этьен. В 2020 году Tudor и Julien Faure, компания со 150-летней историей, отмечают десятилетие сотрудничества.



Часовая мануфактура IWC и итальянская компания Solaris Yachts разработали модель 55-футовой парусной яхты по случаю запуска новой часовой коллекции Portugieser. Образцом послужило гоночно-прогулочное судно Solaris 55 для продолжительного плавания небольшой командой. Название «Double Moon» яхте дали в честь указателя фаз Луны в Северном и Южном полушариях одновременно. Корпус, мачта, гик и палубная надстройка выполнены в синем и белом цветах. Главная переборка, переборка в районе лестничного пролета и область иллюминаторов облицованы черным. Руль и перила лестниц отделаны плетеной кожей синего цвета в стиле ремешков часов Boutique Edition. Стопоры, лебедки и другие детали из полированного хрома напоминают полированные металлические корпуса часов Portugieser. А отделку кабины выполнил британский бренд Orlebar Brown.

Швейцарская мануфактура Hublot представила унисекс-модель для мужчин и женщин Big Bang Millennium Pink, разработанную в сотрудничестве с другом бренда Лапо Элканном и его креативным ателье Garage Italia. Главная особенность часов — невероятный цвет. То ли абрикосовый, то ли нежно-розовый с металлическим отливом — особый оттенок, который подходит всем. По замыслу Hublot и Элканна эти часы призваны разрушить стереотипы и изменить подход к традиционным ценностям. Пропорции корпуса гарантируют идеальную посадку на любом запястье. 42-миллиметровый корпус часов изготовлен из легкого алюминия, который в результате анодирования получил уникальный розовый цвет — millennium pink. Механизм хронографа Unico имеет 72-часовой запас хода. В комплекте два ремешка — каучуковый и полиэфирный со спортивной застежкой. Часы выпущены ограниченной партией — всего 200 экземпляров.



Официальный дилер «Bentley Москва» представляет новый Bentley Continental GT V8 — спортивное купе третьего поколения, спроектированное и собранное вручную в городе Крю в Великобритании. Новый Continental GT оснащен модернизированным 4-литровым двигателем (550 л. с.) с двойным турбонаддувом, максимальная скорость — 318 км/ч, а до 100 км/ч автомобиль разгоняется за 4 секунды. Превосходная динамика новой модели с двигателем V8 и 8-ступенчатой коробкой передач сочетается с высокой топливной экономичностью — автомобиль может проехать до 805 км, не заправляясь. Приборная панель цифровая. Салон украшают вставки из древесины редких сортов. Автомобиль можно приобрести дистанционно у официального дилера «Bentley Москва».

ДУХ РОССИИ

О новых высотах Rolls-Royce

Натела Поцхверия |

КРАСОТЫ России вдохновили британскую автомобильную марку Rolls-Royce на создание новой лимитированной коллекции Cullinan «Spirit of Russia» («Дух России»). На декоративных порогах четырех уникальных внедорожников Cullinan выгравировано название той горной вершины, местности или участка гор, в честь которых выпущен автомобиль: Elbrus 5642m, Krasnaya Polyana 2500m, Klyuchevskaya Sopka 4750m, Golden Mountains (Belukha) 4506m. Дизайн пока держится в секрете, но официальный дилерский центр Rolls-Royce Motor Cars АВИЛОН предоставил редакции «Коммерсантъ. Стил» первые изображения новинки. «Нас всегда восхищали многообразие природы России и величественный образ российских гор. Вершины, которым мы посвятили коллекцию, — настоящие места силы для нас», — отметил Александр Залогин, директор направления Rolls-Royce Motor Cars в АВИЛОН. У каждого автомобиля свой дизайн, некоторые привычные детали заменили, чтобы подчеркнуть особенность коллекции. Кузов автомобиля, выпущенного в честь Эльбруса, выполнен в стальном оттенке, в интерьере используется черная кожа с ярко-белыми акцентами Arctic White, напоминая о заснеженных пиках горы. Автомобиль «Красная Поляна» — серебристый, а салон — нежно-серый в сочетании с бирюзовым — как горное небо. «Золотые горы» дизайн-команда Rolls-Royce предложила в сапфировом кузове с салоном в сине-желтых тонах — как будто солнце озаряет лучами горные вершины. «Ключевская сопка» отделана черной кожей с красными контрастными вставками и заключена в кузов черного цвета оттенка Diamond Black — аллюзия на вулкан и лаву. Вместо классической монограммы RR на подголовниках вышиты силуэты заснеженных пиков — символ коллекции. А знаменитое звездное небо на потолке — 1340 светящихся оптико-волоконных нитей — в этой коллекции изображает географическую карту России. Работа над небом занимает около суток, мастер делает все вручную.

Свой первый за 116-летнюю историю внедорожник компания Rolls-Royce представила в 2018 году. Название Cullinan дано автомобилю неспроста — это имя носит крупный алмаз, украшающий корону Британской империи. Тестировали автомобиль в самых тяжелых условиях — в арабских пустынях, Альпийских горах, на британских нагорьях, и везде он показал себя превосходно. Ни песок, ни размытая грунтовая дорога не заставили машину буксовать. По сути, Cullinan — первый люксовый внедорожник, который не только способен преодолеть любые препятствия, но и предлагает комфорт королевского класса. Важная особенность автомобиля — алюминиевый каркас кузова, который называется «Архитектура роскоши». Он разработан эксклюзивно для Rolls-Royce — в отличие от более массовых производителей, Rolls-Royce не делит платформу с другими

марками. В сочетании с обновленной пневматической подвеской он обеспечивает легендарную плавность хода. Внедорожник может опуститься на 40 мм, чтобы пассажирам было удобнее садиться и выходить. В базовой комплектации (если такое понятие применимо к подобному автомобилю) 571 лошадиная сила, а максимальная скорость — 250 км/ч — ограничена электроникой. Но дело не только в выдающихся технических характеристиках, Rolls-Royce всегда отличает внимание к деталям и комфорту. За подголовниками во втором ряду располагается стеклянная перегородка, чтобы отделать салон от багажного отделения. Заднее сиденье можно заказать в двух вариантах — Lounge, то есть единый диван, и Individual — два отдельных кресла. Феноменальная звукоизоляция салона (абсолютная тишина обеспечена), индивидуальная регулировка климата для каждого пассажира, персональное управление медиасистемой, встроенные в двери зонтики, выдвижные столики. Еще один столик, а также два дополнительных кожаных



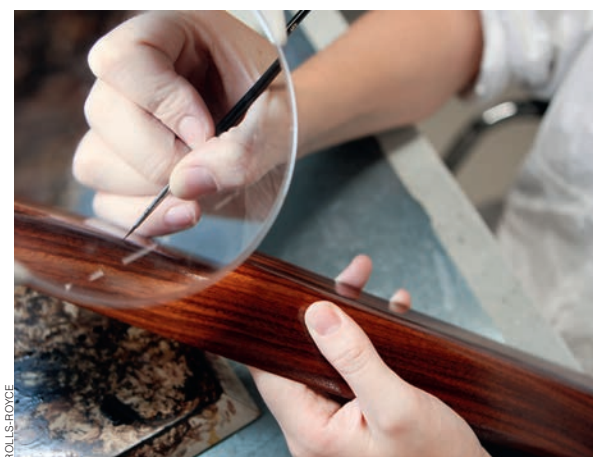
ROLLS-ROYCE

кресла есть и в багажном отделении — они раскладываются, чтобы можно было выпить охлажденного шампанского и насладиться красотой природы (охлаждающий бокс, бар с напитками, подставки для бокалов и сами бокалы — в комплекте). Выдвигается вся конструкция одним нажатием кнопки.

В Rolls-Royce Cullinan позиционируют как семейный автомобиль, который подойдет для путешествий на дальние расстояния; по заверениям представителей бренда, благодаря новому внедорожнику круг клиентов марки пополнили те, кто раньше не покупал Rolls-Royce. На ручную сборку одного автомобиля в среднем ухо-

дит до 400 часов. К слову, заказать Cullinan можно в абсолютно индивидуальном дизайне: вышить фамильный вензель на подголовниках, украсить приборную панель инкрустацией в технике маркетри или вышить художественное полотно на потолке. Менять можно все — в палитре Rolls-Royce 44 тыс. оттенков краски, бесчисленный выбор сортов дерева и материалов. Но кое-что остается неизменным и через 116 лет — зеркально распахивающиеся двери и статуэтка «Дух экстаза» на капоте.

Коллекция Spirit of Russia доступна для заказа эксклюзивно в АВИЛОН, официальном дилерском центре Rolls-Royce Motor Cars.



ROLLS-ROYCE

ROLLS-ROYCE CULLINAN «SPIRIT OF RUSSIA»

ROLLS-ROYCE



ИМПЕРСКИЕ РАДОСТИ

Летнее предложение Гранд Отеля Европа

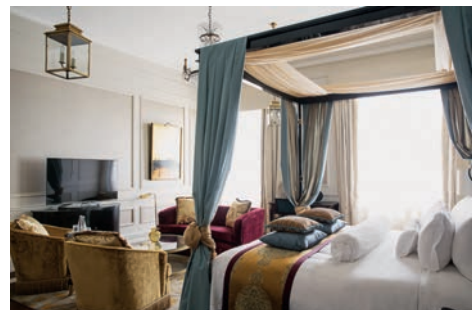
Натела Поцхверия |

ПОКА одни фрахтуют джеты, чтобы вырваться на пляж Verde в Сен-Тропе и пить «Кристалл», другие арендуют катера и катаются по Неве с шампанским и блинами с черной икрой. Этим летом на бережные Мойки и Фонтанки для многих стали альтернативой Английской и Круазетт, и кому повезло больше — тем, кто вырвался, или тем, кто остался, — серьезный вопрос. В Северную Венецию — так город назвал писатель и путешественник Теофиль Готье, отдавая должное красоте каналов и архитектуры Петербурга, — нужно ехать именно сейчас по нескольким причинам. Это и интересные гастрономические находки нескольких известных рестораторов, и небольшое количество туристов. Таким немногочисленным Петербург, надо надеяться, мы не увидим больше никогда (все-таки экономические потери от отсутствия туризма велики), но, с другой стороны, как не воспользоваться возможностью буквально в одиночестве гулять вдоль каналов?

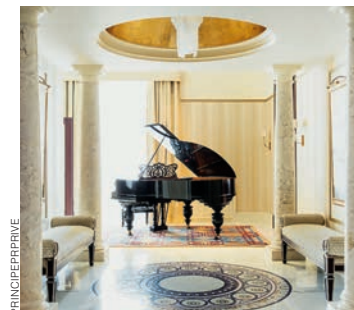
Однако радость будет неполной, если не выбрать правильный отель. В Петербурге их много, но такой, где явственно ощущаешь наследие Российской империи и глубину ее культуры, один. Гранд Отель Европа — старейшая гостиница города. Здесь обсуждали важные государственные дела и дипломатические вопросы, решали судьбы родины и отдельных личностей. Николай II чувствовал принца Сиам, бывал Петр Ильич Чайковский, жили Анна Павлова, Игорь Стравинский, останавливался Лучано Паваротти. Перечисление всех знаменитых



гостей может затянуться, а для отеля все гости — особенные. К сезону белых ночей в Гранд Отеле Европа приготовили специальное предложение, которое будет действовать до конца лета: размещение в люкс-апартаментах «Империял» площадью 350 кв. м, с двумя спальнями, гостиной, библиотекой, кабинетом, музыкальным залом, столовой, лаунж-баром с видом на город, тренажерным залом, кухней и двумя ванными комнатами. При прямом бронировании минимум на три ночи отель предлагает специальную цену — 300 000 руб. в сутки. Дворецкий, консьерж, водитель — к услугам гостей. Консьержи могут организовать прогулку на катере, частные визиты на закрытые выставки, частные занятия с личным тренером, пригласить шеф-повара для проведения мастер-класса на оборудованной в номере кухне. Можно устроить и камерный фортепианный концерт —



в люксе стоит антикварный рояль 1905 года фирмы Карла Шрёдера. А после ужина и концерта — икорно-водочная дегустация с единственным в России икорным сомелье. Не так давно расширили свое меню обновленные рестораны «Мезонин» и Delizie by Cipriani. Концепцию шеф-повар Сергей Андреев разрабатывал вместе с сицилийским коллегой — звездным шеф-поваром Роберто Торо, который прибыл в Петербург в феврале специально для работы над новым меню. Две недели Андреев и Торо колдовали на кухне и в итоге приняли решение добавить в меню несколько классических сицилийских блюд: вителло тоннато с салатом из печеной паприки, пасту с утиным рагу с овощами и грибами, баклажановую меланзанью с пармезаном и несколько других. Так что поездка в Петербург обернется и гастрономическим путешествием.



ТОСКАНСКИЕ ОТКРЫТИЯ

О курорте Baglioni Resort Cala del Porto

Светлана Рысева



ИТАЛИЯ открывается для гостей. Аккуратно, со всеми возможными предосторожностями, но радушно и щедро. Самое интересное предложение — у сети Baglioni. В пакете Baglioni Collection Tour объединены три курорта — в Риме, Венеции и Тоскане. Если бронировать сразу два или три отеля минимум на шесть ночей, то стоимость номера категории Double Deluxe Room за ночь составит €2100, а гости получат дополнительные бонусы — например, пикник на Вилле Боргезе в Риме или мастер-класс по приготовлению напитка «Спритц» под руководством миксолога венецианского Baglioni Hotel Luna. Отели можно комбинировать в любом виде, но логичнее провести несколько дней в Венеции или Риме, а затем уехать в Тоскану. Точнее, в бухту Пунта-Ала к сосновым лесам, белым песчаным пляжам и пологому дну Тирренского моря — в отель Baglioni Resort Cala del Porto, чтобы с террасы у бассейна обозреть виды Тосканского архипелага и пить апероль днем и вино вечером. Собеспечением социальной дистанции в отеле (и на курорте) проблем нет. Тут всего 37 номеров, поэтому гостей даже при высокой загруженности курорта немного. Чтобы развлечься, можно заняться верховой ездой, совершить морскую прогулку к близлежащим островам (например, на Эльбу, место первой ссылки Наполеона), поиграть в теннис, покататься на горных велосипедах по тосканским холмам или

понырять с аквалангом. Но главная гордость курорта — гольф-поле на 18 лунок, одно из самых известных в Европе, с потрясающим панорамным видом на море. В отеле два ресторана — открытый La Spiaggia на пляже и Belvedere. И там и там подают морепродукты и рыбу на гриле, а также блюда итальянской кухни и к ним лучшие вина. Хотя за настоящим эно-приключением стоит отправиться в Rocca di Frassinello. Винодельня построена по проекту итальянского архитектора Ренцо Пиано (одного из авторов Центра Помпиду в Париже, Музея Уитни в Нью-Йорке и Культурного центра Ставроса Ниархоса в Афинах), и это настоящий памятник архитектуры — нигде больше не найти погреба в виде перевернутой пирамиды. На 500 га винодельческого хозяйства производят вина, известные как супертоскана. Стиль появился в конце 1960-х, а в 1978 году во время слепой дегустации влиятельного журнала Decanter супертоскана победила классические вина бордо и прославилась на весь мир. Особенность ее в том, что вина делают из винограда французских сортов «мерло», «каберне-совиньон», «пти-вердо» и «сира», но выращенных в Тоскане. Поэтому на винодельне Rocca di Frassinello растет не только ожидаемый «санджовезе», но и все перечисленные выше сорта. Если вы слышали о винах Masseto и они вам нравятся, рекомендуем попробовать Baffonego 2009 года — это главный кон-

курент Masseto, и производят его именно здесь, на Rocca di Frassinello. Винодельню основал итальянский медиамагнат и владелец нескольких виноделен Паоло Панерай в партнерстве с бароном Эриком де Ротшильдом, управляющим винодельческим хозяйством Шато Лафит-Ротшильд. Еще одна винодельня, которую очень рекомендуется посетить, — Le Mortelle, то есть «Мирт», в честь самого распространенного растения в Маремме. Когда-то часть усадьбы принадлежала Габсбург-Лотарингской династии, что было с ней после 1918 года — неясно, но в 1999 году земли выкупила семья Антинори и основала винодельню. Своей красотой и дизайном винодельня вполне может соперничать с Rocca di Frassinello. Консьержи Baglioni рекомендуют приезжать сюда на велосипеде, чтобы ощутить всю красоту тосканской природы. Гольф на одном из лучших гольф-курортов Европы, винные дегустации в памятниках архитектуры, проживание в элегантных интерьерах Baglioni Resort Cala del Porto и нежное тосканское солнце. Если и этих аргументов недостаточно, то вот козырь — бухты Мартина и Виолина на территории природного заповедника Bandite di Scralino. Добраться туда можно только пешком или на велосипеде. Этот маршрут совершают немногие, поэтому на белоснежных пляжах почти всегда пустынно. А ведь аскетичная роскошь в изоляции стала цениться особенно высоко.





ПРЕСС-СПУЖБА NOVIKOV SCHOOL



COURTESY OF LOUIS VUITTON

Кулинарная школа Novikov School вернулась к привычным живым урокам, но с обновленными в связи с нынешней ситуацией правилами: группы стали меньше — не более 8 человек, чтобы расстояние между рабочими местами составляло 1,5 м, на входе всем гостям и сотрудникам станут измерять температуру, будет применяться обработка антисептиками и другие меры безопасности.

ДАТЫ БЛИЖАЙШИХ МАСТЕР-КЛАССОВ:

30 июля, 19:30–22:30
Изысканный ужин без мяса

3 августа, 19:30–22:30
Кухни мира: Франция

9 августа, 10:00–13:00
Завтраки для любимых

Расписание занятий постоянно дополняется. Ознакомиться с актуальным списком мастер-классов и курсов можно на сайте школы.



ПРЕСС-СПУЖБА NOVIKOV SCHOOL



С новыми рюкзаками-кофрами Louis Vuitton можно и в поход, и в разведку. В коллекции две модели: Monogram Cloud, синие рюкзаки-сундуки, расписанные облаками, и сундуки Monogram Miroir с зеркальной поверхностью. Модель Monogram Miroir можно заказать в комплекте с двухместной палаткой.



ПРЕСС-СПУЖБА BOSCO



ПРЕДОСТАВЛЕНО BVLGARI

Рор-уп-бутик Bvlgari в «Крокус Сити Молл» получил название Roma Everywhere («Рим повсюду»). Павильон, расположившийся перед главным входом, выполнен в римском стиле с концептуальными элементами, созданными для Bvlgari дизайнером Питером Марино. В рор-уп-пространстве присутствуют все знаковые коллекции ювелирных украшений, часов и аксессуаров, включая последние новинки и капсульные линии, например Bvlgari x Alexander Wang. И конечно, мужские часы коллекции Octo Finissimo, модели Serpenti Spiga на браслете в пять витков и многие другие. Специальное внимание будет уделено показам выставочных произведений высокого ювелирного и часового искусства. Рор-уп-пространство Bvlgari открыто до 15 апреля 2021 года.

«Секция» открыла рор-уп-пространство в Петровском пассаже. Два года назад в ГУМе, который, как и Петровский пассаж, находится под управлением Bosco, открылся флагманский трехэтажный концепт-стор. Основатели «Секции» предпочитают называть ее витриной российской моды, призванной разрушить стереотипное представление о том, что наследие СССР — единственное, что Россия может дать модной индустрии. Это и магазин одежды, аксессуаров и сувениров, и платформа для взаимодействия брендов, профессионалов и потребителей. Уже сейчас в «Секции» можно будет приобрести предметы искусства молодых российских художников из галереи Sample. В рор-уп-пространстве в Петровском пассаже представлены марки Baum und Pferdgarten, MM6, SJYP, Holzweiler, Shrimps, Isabel Marant, AMI, Drole de Monsieur, а также российские Natalya Derbyshire, Yana Besfamilnaya, Husky Wear, MUUS. Также «Секция» представляет подборку винтажных коллекций: Jean Paul Gaultier, Marc Jacobs, Maison Martin Margiela, Marni и других, подчеркивая, что покупка винтажных аксессуаров и одежды — не просто проявление индивидуальности, а один из способов разумного, осознанного потребления.

КУРС НА NARVAL И FARANG

Ресторатор Алексей Пинский о своем деле



ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА

ВЛАДЕЛЕЦ, бренд-шеф и шеф-сомелье ресторана Regent by Rico Алексей Пинский свое детище называет лучшим в мире московским рестораном и не лукавит. Здесь действительно собрано все, что любят в Москве: заслужившая одобрение экспертов винная карта, премиальное мясо и лучшая японская рыба — все в интерьере, достойном обложек архитектурных альманахов. Сразу после снятия связанных с эпидемией ограничений Пинский намерен открыть еще несколько ресторанов. О чем и рассказал редакции «Коммерсантъ. Стиль».

Мы сумасшедшие, открываем два новых проекта одновременно, третий в стадии проектирования. Первый запустится уже через три недели, он будет называться Narval. Это будет рыбный ресторан со свежайшими ингредиентами, минимальной обработкой, сохраняющей вкус продуктов. Расположится он в здании V Hotel в Малом Палашевском переулке. Его достоинство — терраса на крыше, где мы планируем устроить raw bar и маленькое барбекю. Шефом станет Артем Медяник. Он долгое время был сушефом Глена Баллиса (австралийский шеф-повар, который открыл в Москве несколько известных заведений, в том числе Avocado Queen, Glenuill и другие. — «Коммерсантъ.Стиль»), многому у него научился, но в своем меню он не делает вообще ничего гленовского, и это очень ценно. Считают, что рестораны при отелях в России не слишком успешны, но опыт Regent by Rico говорит об обратном. Нужно просто абстрагироваться от того, что ресторан физически расположен в отельном здании, и верить в себя. Narval будет работать на завтраки и для отеля, и для улицы, там довольно оживленный жилой трафик. Само меню в современном ключе будет на 90% состоять из рыбы с довольно демократичным ценником, что важно в наше время. При том качестве продуктов, которые мы выбираем, средний чек будет примерно 2–2,5 тыс. рублей. В нижних помещениях ресторана есть план организовать маленький японский resto-

ранчик в стиле омакасэ, всего на шесть-семь человек. Он будет работать всего три дня в неделю, на только что доставленных продуктах. В этом омакасэ будет неприлично дорого, но все сделано на высшем уровне. Омакасэ в переводе с японского значит «доверься», в нем нет меню, а подают то, что считает нужным приготовить шеф. И это всегда лучшая еда из самых свежих продуктов высочайшего качества.

Другой наш новый проект — Rugby Bar. Мы открываем его в конце августа — середине сентября в содружестве с Федерацией регби России на Садовой-Кудринской. Регби сейчас самый быстро развивающийся вид спорта в нашей стране. По всей стране строят или приспособляют для игры стадионы. В российской Регбийной премьер-лиге играет дюжина команд из десяти городов, и в каждом из них со временем откроется филиал Rugby Bar. Регбисты — ребята здоровые и поесть любят. И выпить тоже. В мировом уставе регби даже прописано, что после игры организаторы должны предоставить две пинты пива на каждого игрока.

В баре будет сплошное хулиганство, таких хитросплетенных вещей, как спириты на пиве, я думаю, Москва еще не видела. Меню опирается на кухню Кубка шести наций, лидеров в этом спорте. Кухня довольно разнообразная. Помимо этого мы хотим предлагать и специалитеты из городов команд Регбийной премьер-лиги. Они разбросаны по всей стране, от Владивостока до Калининграда и Северного Кавказа. Я долгое время отказывался от этого проекта, но потом решил, что не обязательно делать картошку фри и гренки с чесноком, к которым все привыкли в спорт-барах, можно сделать что-то гораздо более интересное. При этом Rugby Bar — крупный сетевой проект с четко заданными стандартами. Совсем другим будет ресторан Farang на месте гремевшего когда-то клуба «Министерство» в здании бывшего Дома звукозаписи на Малой Никитской. Потолок там украшает лепнина 1930-х годов. Пару лет назад я прочитал книгу Питера Франкопана «Шелковый путь». Это богатая история,



ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА

РЕСТОРАН REGENT BY RICO

полная неожиданных нырков и отвлечений, с XIII века до наших дней, от Китая до Англии, от Ближнего Востока до россичей. Она вдохновила меня на идею ресторана с едой Шелкового пути и других караванных маршрутов. Такой, как ее видят иностранцы, фаранги, как европейцев называют в Азии. Смесь всего и вся, от Швеции до Израиля, от Индии до Малайзии, смесь гремячая, с индийскими тандырами и самым настоящим костром в центре ресторана. Это, конечно, будет гриль робота, но мы уже придумали, как его модернизировать, чтобы он давал не только низкую температуру, но и эффектное пламя. Если в наши планы не вмешаются обстоятельства непреодолимой силы, то все будет хорошо. Мы занимаемся честным делом, не делаем никаких глупостей, мы долго вынашиваем идеи, продумывая их до мелочей, и верим, что супертщательно продуманные проекты не могут не сработать. К тому же я не сторонник сложных гастрономических вещей, мне ближе простые, общепризнанные, но доведенные до совершенства техники. И, как показывает практика, у людей это находит отклик.

Записал Владимир Гридин

САЛАТ ИЗ ЛЕТНИХ ТОМАТОВ В ГРЕЧЕСКОМ СТИЛЕ ИЗ РЕСТОРАНА REGENT BY RICO



ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА



ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА

ТЕРРАСА НОВОГО РЕСТОРАНА NARVAL

СПОРТ НА ВЫСОТЕ

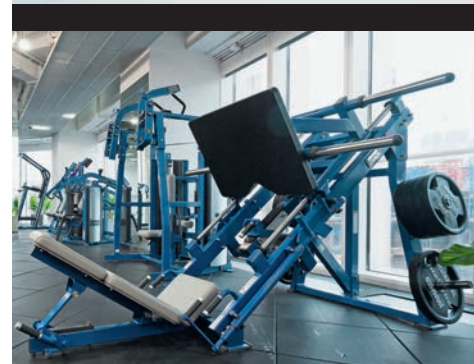
О фитнес-клубе с видом на Москву

Светлана Рысева |



В КОНЦЕ 2019 года на двух этажах башни Mercury Tower в «Москва-Сити» открылся фитнес-клуб Black Star Fitness. Один из его основателей — музыкант и продюсер Тимур Юнусов (Тимати), владелец бренда и объединения Black Star. Собственно, этим связь с рэперской субкультурой ограничивается (напоминают о ней разве что несколько граффити в интерьере). Black Star Fitness — это очень продуманный клуб с правильной эргономикой пространства и футуристическими элементами biotech-стиля в минималистичном интерьере.

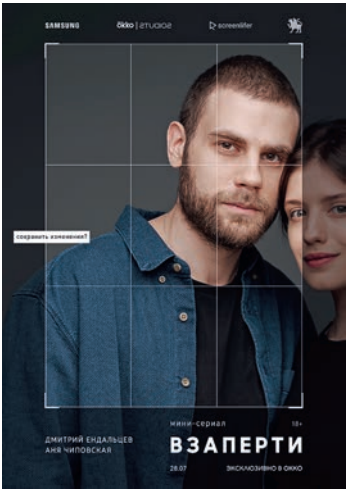
Все члены клуба могут пройти диагностику движений на системе TRX Maps — это короткое (буквально 30 секунд) тестирование осанки и движений. Нужно встать напротив аппарата и три раза присесть. Тут же на монитор выводится 3D-визуализация и вся информация о вашем теле и его «слабые точки». Тренажерный зал на 1 тыс. кв. м (общая площадь клуба 3,5 тыс. кв. м) разделен на зоны. Есть зона свободных весов с полным набором гантелей и штанг; зона блочных тренажеров для комплексной проработки грудных, дельтовидных и трапециевидных мышц; зона кардиотренировок с возможностью участвовать в онлайн-соревнованиях и отслеживать свои достижения благодаря интеллектуальной планшетной консоли Discover HD. Тренажеры для Black Star Fitness — из премиальных линеек брендов Life Fitness и Hammer Strength. Кроссфит-пространство предназначено для функционального тренинга. Гордость клуба — «умная» платформа Reax Balance, которая реагирует на движения находящегося на ней, дестабилизируя положение его тела. Необходимость удерживать равновесие заставляет действовать активно и осознанно, что делает тренировку более эффективной. Заниматься можно и с дополнителными аксессуарами, выбирая интенсивность и тип реакции платформы. Кстати, тренировки именно на этом ком-



болевых и удушающих приемов). Большая зона для таких занятий оборудована октагоном, пневматическими и водными грушами, татами. Всего в клубе 23 программы тренировок, в том числе Body Pump (групповая тренировочная программа со штангой), Body Combat (интенсивные кардиотренировки, разработанные новозеландскими тренерами Les Mills), Body Balance (программа, сочетающая движения из кинезиотерапии, йоги, пилатеса и стретчинга), йога (хатха, виньяса, Айенгара, йога «Здоровая спина»), TRX (система упражнений на подвесных петлях), танцы и многое другое. Жемчужина клуба — 25-метровый бассейн с черной чашей на четыре дорожки, со встроенной системой противотока, с панорамными окнами и тропическим садом по периметру. Вокруг бассейна располагается несколько лаунж-зон, есть хаммам с видом на Москву и сауна. Для всех членов клуба работает фитнес-бар с авторской кухней. Концепция клуба — «все свои», то есть все, кто стремится к высоким достижениям и серьезным результатам. Клуб доступен только для обладателей карт. Это связано в первую очередь с необходимостью обеспечить безопасность гостей, которая из-за высокого их статуса возведена в культ. А сейчас безопасность усилена еще и в связи с эпидемией коронавируса: нанесена социальная разметка, увеличено расстояние между тренажерами, используются маски, перчатки, дезинфекторы и санитайзеры для рук, часто проводится уборка помещений.

плексе советуют тренеры Black Star Fitness для восстановления формы после самоизоляции — так тело быстрее включится в процесс. Здесь же и сайкл-студия с тренажерами IC7. Те, кто хочет не просто развивать мышцы, но и учиться контролировать свое тело, часто выбирают спортивные единоборства: бокс (классический и тайский) MMA, грэпплинг (совмещает в себе все техники борцовских дисциплин с минимальными ограничениями применения

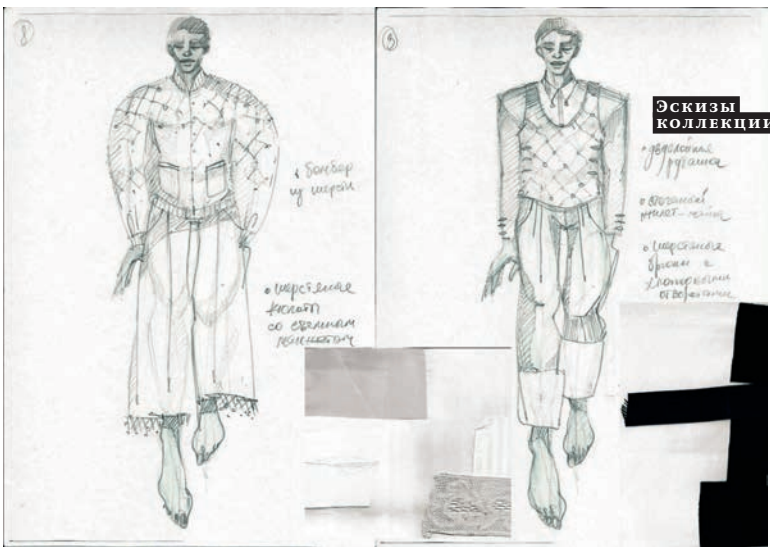
Дом Dior объединился с брендом Jordan, принадлежащим Nike, в работе над капсульной коллекцией спортивной одежды в стиле 1980-х Air Dior и новыми кроссовками Air Jordan 1 OG Dior. В коллекции сочетаются силуэты, знаковые и для Dior, и для Jordan, например блейзеры на пуговицах, куртки-бомберы, шерстяные костюмы. На подкладке одежды — узор Dior Oblique. Он же использован в логотипе Nike на новых кроссовках Air Jordan 1 OG — буквально помещен внутрь знаменитой «галочки» Nike. Есть два варианта кроссовок — высокие и низкие, оба выпущены в ограниченном количестве. Купить кроссовки можно только после регистрации на сайте. Клиент выбирает одну пару, указывает нужный размер и бутик. После чего получает личный QR-код и ждет SMS или сообщения по электронной почте. А капсульная коллекция одежды и аксессуаров Air Dior будет доступна во флагманских бутиках в конце июля — начале августа.



28 июля в онлайн-кинотеатре Okko состоится премьера сериала «Взаперти» с Анной Чиповской и Дмитрием Ендальцевым в главных ролях. Режиссер Тимур Бекмамбетов снял фильм в вертикальном формате screenlife — кадр строится таким образом, будто вы наблюдаете за героями через камеру их смартфонов. Снимали сериал тоже на телефон — Samsung Galaxy S20 Ultra. В нем 10 серий по 5–7 минут — о том, как пара решила расстаться накануне введения режима самоизоляции, но следующие две недели была вынуждена продолжать совместное существование. «Взаперти» — сериал совместного производства кинокомпании Bazelevs Тимура Бекмамбетова и Okko Studios, подразделения мультимедийного сервиса Okko, отвечающего за продюсирование и производство эксклюзивных кино и сериалов для самого онлайн-кинотеатра.



На сайте Nobconcept.com появилось несколько новинок. Мужская линия марки Red September — асимметричные двухцветные свитера, сложно скроенные брюки с накладными карманами, объемные джинсовые куртки, бомберы, куртки из овечьей шерсти и пиджаки. В осенне-зимней коллекции ODOR дизайнер Никита Калмыков рассказывает историю юноши из бедной семьи, живущей в восточноевропейском городке, который вынужден шить себе одежду из подручных тканей или донашивать отцовские вещи. Поэтому в коллекции представлены рубашки оверсайз из двух видов тканей с двусторонними, выворачиваемыми деталями (будто сшитые из пододеяльников и наволочек) и оверсайз костюмы-двойки из шерсти, а также многое другое, как будто с чужого плеча.



Бренд модной медицинской одежды Doctor Zhivago by Mila P. празднует свое пятилетие. Мила Пятницкая, основатель и креативный директор марки, — из семьи врачей, поэтому своей главной миссией считает привлечение внимания к благородству профессии врача и возвращение ей уважения. В том числе путем создания стильной униформы для медиков. Начинали с женской линейки, в том числе и премиальная — Zhivago Prive, созданная по всем канонам портновского искусства; модели дополняют лацканы и манжеты, погоны, аккуратные вырезы, воротники, застежки-паты на рукавах и накладные карманы. Дизайнер вдохновлялась образами героев в экранизации романа «Доктор Живаго» 1965 года — отсюда отсылки к парадной военной форме: брюки, кители с воротниками-стойками и туники со вставками.



BORN IN LE BRASSUS



AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

RAISED AROUND THE WORLD



РОЖДЕНЫ В ЛЕ-БРАССЮ - ИЗВЕСТНЫ ПО ВСЕМУ МИРУ | РЕКЛАМА

AUDEMARS PIGUET БУТИКИ МОСКВА : ГУМ · ПЕТРОВСКИЙ ПАССАЖ