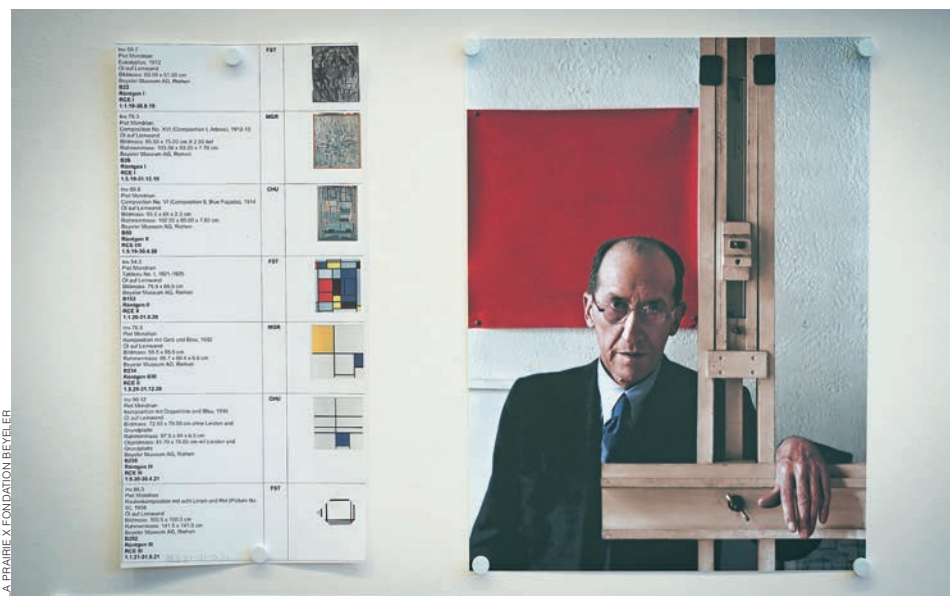
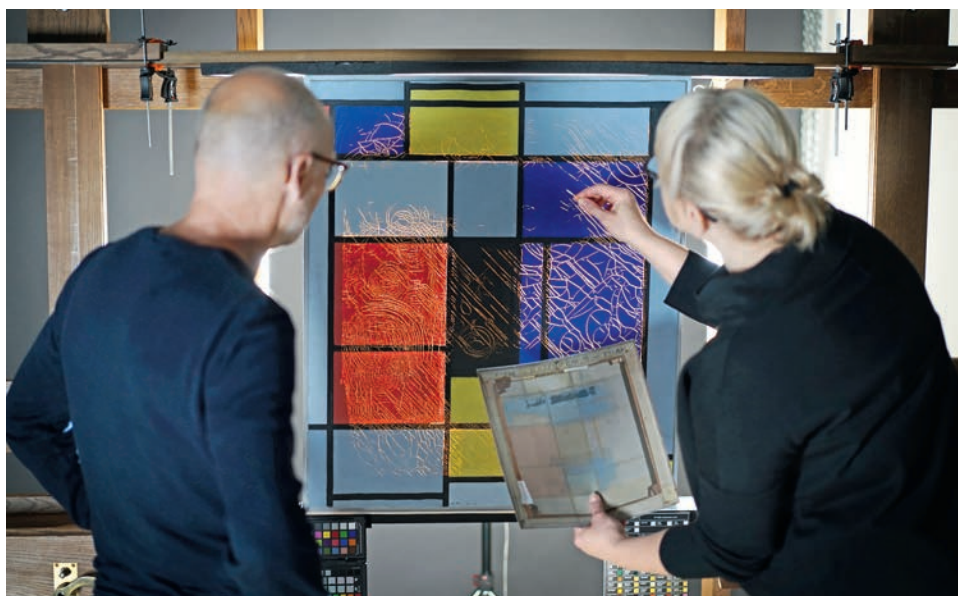


LA PRAIRIE СПАСАЕТ МОНДРИАНА РЕСТАВРАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ С ФОНДОМ БЕЙЕЛЕР



Как писал в книге «Завтрак у Sotheby's» Филип Хук, «существует немало... художников прошлого, являющих яркий бренд в общественном сознании, отчего в цене они отнюдь не теряют. В их числе... Мондриан, Пит: решетки, создаваемые вертикальными и горизонтальными линиями, с пустым пространством между ними, кое-где заполненным цветными четырехугольниками. Чем проще, тем лучше».

И тут не поспоришь: Мондриан — великий бренд.

Еще один знаменитый бренд в этой истории, Фонд Бейелер — музей под швейцарским Базелем, в городе Риен. В здании Ренцо Пьяно хранится невероятная коллекция модернистского и современного искусства, собранная Хильди и Эрнстом Бейелерами. Полвека Бейелеры собирали коллекцию из 250 работ, в числе которых и работы Моне, Сезанна, Ван Гога, Лихтенштейна, Уорхола и — Мондриана.

Новый проект, названный Piet Mondrian Conservation Project, — это инициатива по реставрации работ художника из коллекции фонда.

Невозможным осуществление этой инициативы было бы без еще одного великого бренда в этой истории — La Prairie. Швейцарский высокотехнологичный бренд, выпускающий одни из самых эффективных средств по уходу за кожей, не новичок в мире искусства. На счету компании многочисленные арт-инициативы, включая, например, собственные стенды на Art Basel или Cosmoco.

Инициативы бренда в области социальной ответственности (Corporate social responsibility) объединены под слоганом «Luxury with a higher meaning» («Люкс со смыслом»). И смысл этот компания видит в поддержке культурных проектов, помогающих сохранять и продвигать искусство. Стратегия корпоративной ответственности строится на трех фокусных элементах: Swissness («швейцарскость»), наука как искусство и проекты по культурному патронажу. Последние — не только желание La Prairie быть ответственным перед обществом брендом, в самой компании об этом говорят патриотически: это наш вклад «от Швейцарии — миру».

Новое партнерство с Фондом Бейелер — это тоже «от Швейцарии — миру». Первым проектом партнерства была выбрана реставрация Мондриана. Для будущих поколений сохраняют четыре его произведения.

Реставрационные проекты — не из простых, и речь не только о самой работе. К открытию музея или выставки, театральной премьере или музыкальному фестивалю привлечь внимание куда проще, поэтому бренды, думающие о маркетинговой отдаче от проектов, чаще выбирают именно эти форматы. При этом ни для кого в музейной сфере не секрет, как нужны реставрационные проекты.



—Реставрационные работы в Фонде Бейелер

Как сказала управляющий директор Фонда Бейелер Ульрике Эрбслё во время объявления нового партнерства: «Мы с La Prairie объединили усилия для проекта реставрации работ Пита Мондриана, наша цель — привлечь внимание общества к важности реставрационных проектов».

У основанного в 1997 году фонда свой реставрационный отдел с серьезными специалистами. Они под руководством Маркуса Гросса и будут осуществлять реставрацию.

Толчком для нового проекта стала подготовка выставки Мондриана в фонде, хранящем большую его коллекцию — от ранних работ до поздней классики. Четыре шедевра — «Tableau No. I», «Composition with Yellow and Blue», «Composition with Double Line and Blue», «Lozenge Composition with Eight Lines and Red», созданные в период 1921–1938 годов, планируют реставрировать два года. За ходом реставрации, а это интереснейший мультидисциплинарный процесс, можно будет следить онлайн — в разделе Art Journal на сайте laprairie.com.