

Коммерсантъ Нижний Новгород

QUALITY

№1(107) ОСЕНЬ 2020



ВОСЕМЬ РАВНЫХ

Лауреаты премии «Иновация»
в Арсенале

| 06 |

РОДНЫЕ ВЫХОДНЫЕ

Пять идей для уикенда
в Нижегородской области

| 28 |

КОСМОС ВОКРУГ

Полнокупольные фильмы
в планетарии

| 48 |

ПОСЛЕВКУСИЕ ЛЕТА

Новинки меню в нижегородских
ресторанах

| 54 |

Большая Покровская. Центр. Ваша новая история.

+7 (831) 215-76-81

КВАРТИРЫ / ПЕНТХАУСЫ

 **ОЙКУМЕНА**
www.oikumena-holding.ru



Застройщик ООО СЗ МСК. Проектная
декларация на сайте нашдом.рф



ШАЛЯПИН

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



афиша

- 06 **Восемь равных**
ЛАУРЕАТЫ ПРЕМИИ «ИННОВАЦИЯ»
В АРСЕНАЛЕ
- 10 **«Про девяностые мы будем говорить до конца своих дней»** ВАЛЕРИЙ ТОДОРОВСКИЙ
О СВОЕМ «ГИПНОЗЕ»
- 12 **«Выцветание красного»**
НОВЫЕ КНИГИ

дорогие удовольствия

- 14 **Творческий вирус**
О ПЕРВЫХ ИТОГАХ ПАНДЕМИИ
- 20 **Ключевая деталь**
О НАСЛЕДИИ AUDEMARS PIGUET
- 25 **Цвет возрождения синий** О СПЕЦИАЛЬНОЙ СЕРИИ ZENITH
- 26 **Игра империй**
ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ CHOPARD
- 28 **Родные выходные**
ПЯТЬ ИДЕЙ ДЛЯ УИКЕНДА
В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

shopping

- 32 **Победа союза над изоляцией**
ПЕРВАЯ СОВМЕСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
МИУЧЧИ ПРАДЫ И РАФА СИМОНСА
- 34 **Булавка на кутюре**
ПАНК В КОЛЛЕКЦИИ DIOR
- 36 **Визитная карточка**
О ФЛАНЕЛИ В ГАРДЕРОБЕ HENDERSON
- 37 **Отцам и детям**
ДЫШАЩИЕ КРОССОВКИ И КУРТКИ GEOX
- 39 **Флакон льда**
О ВОЗДУШНОМ АРОМАТЕ BVLGARI
- 40 **Подмена понятий**
РАСТИТЕЛЬНОЕ МОЛОКО
ПРОТИВ ЖИВОТНОГО
- 41 **Тонкое покрытие**
ТОНАЛЬНЫЕ КРЕМЫ

beauty

интерьеры

- 42 **Разделяй и здравствуй**
ДИЗАЙНЕРЫ ПРОТИВ ПАНДЕМИИ
- 45 **Мастер упаковки**
ДИЗАЙНЕРОМ ГОДА НАЗВАН
ФРАНКЛИН АЗЗИ
- 46 **Изобретатель серебра**
190-ЛЕТИЕ CHRISTOFLE

дети

- 48 **Космос вокруг**
ПОЛНОКУПОЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ
В НИЖЕГОРОДСКОМ ПЛАНЕТАРИИ
- 50 **Почитать и полетать**
ОТПРАВЛЯЕМСЯ В ПУТЕШЕСТВИЕ,
НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

рестораны

- 52 **Начать с себя**
ПЕРВЫЙ РЕСТОРАН КОНЦЕПЦИИ
ZERO WASTE
- 54 **Послевкусие лета** НОВИНКИ
МЕНЮ В НИЖЕГОРОДСКИХ РЕСТОРАНАХ
- 56 **Цыпленок по-грузински**
ЕДА С ЕЛЕНОЙ ЧЕКАЛОВОЙ



37



25



28



48



52

QUALITY-НИЖНИЙ НОВГОРОД. ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР МАРИЯ ОЛАДЫШКИНА, ШЕФ-РЕДАКТОР QUALITY ТАТЬЯНА САЛАХЕТДИНОВА, ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР QUALITY ИННА ПАНКОВА, ДИРЕКТОР ПО РЕКЛАМЕ НАДЕЖДА ЛАСЕНКО, РУКОВОДИТЕЛЬ ФОТОСЛУЖБЫ РОМАН ЯРОВИЦЫН. «КОММЕРСАНТЪ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ». ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР/ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ГАЗЕТЫ «КОММЕРСАНТЪ», СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ «КОММЕРСАНТЪ» ВЛАДИМИР ЖЕЛОНКИН, РУКОВОДИТЕЛЬ ФОТОСЛУЖБЫ СЕРГЕЙ ВИШНЕВСКИЙ. УЧРЕДИТЕЛЬ АО «КОММЕРСАНТЪ». 125080, МОСКВА, РУБЛЕВСКОЕ ШОССЕ, 28, (495) 797 6970. ИЗДАТЕЛЬ ЗАО «КОММЕРСАНТЪ» В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ». 603005, НИЖНИЙ НОВГОРОД, УЛ. АЛЕКСЕЕВСКАЯ, 29/25, 4 ЭТАЖ, (831) 430 13 92, 433 01 63, 433 01 98. СБОР И РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ (831) 430 13 92, 433 01 63, 433 01 98. ОТПЕЧАТАНО В ООО ДД, 603107, Н. НОВГОРОД, ПР. ГАГАРИНА, 178, (831) 220 59 17. ЖУРНАЛ «QUALITY» («КАЧЕСТВО») ЗАРЕГИСТРИРОВАН ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (РОСКОМНАДЗОР) В КАЧЕСТВЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ. СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ ПИ №ФС77-43466 ОТ 14 ЯНВАРЯ 2011 ГОДА. РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ В СОСТАВЕ ГАЗЕТЫ «КОММЕРСАНТЪ» И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ТИРАЖОМ В РЕСТОРАНАХ, ГОСТИНИЦАХ, БУТИКАХ. ТИРАЖ ПО РОССИИ 37500 ЭКЗ. ТИРАЖ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ 6500 ЭКЗ. ОСЕНЬ 2020 (СЕНТЯБРЬ, ОКТЯБРЬ, НОЯБРЬ). НА ОБЛОЖКЕ: ЧАСЫ AUDEMARS PIGUET CODE 11.59. ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ AUDEMARS PIGUET



Подробнее здесь

Ошарская, 1/2

419-44-26

Горячо АЗИЯ



УЖЕ В ОКТЯБРЕ

ОТКРЫТИЕ

IZAKAYA BAR

烫的

АЗИАТСКИЙ
АНДЕГРАУНД

Восемь равных ЛАУРЕАТЫ ПРЕМИИ «ИННОВАЦИЯ» В АРСЕНАЛЕ

Людмила Аристова

ОТКРЫТИЕ ВЫСТАВКИ

«Иновация-2020» в Волго-Вятском филиале Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина (ГМИИ, Арсенал) было приурочено к вручению одноименной премии в области современного искусства. С прошлого года церемония награждения проводится не в Москве, а в Нижнем. В этом году она была особенно волнительной: вручение

премии впервые проходило под крылом ГМИИ, в состав которого вошел Государственный центр современного искусства со всеми филиалами, в том числе Арсеналом. И кроме того, церемония стала первым большим культурным событием в офлайне после долгого карантина. Удивительным оказался не только контекст, но и сами итоги конкурса: впервые за 15-лет-

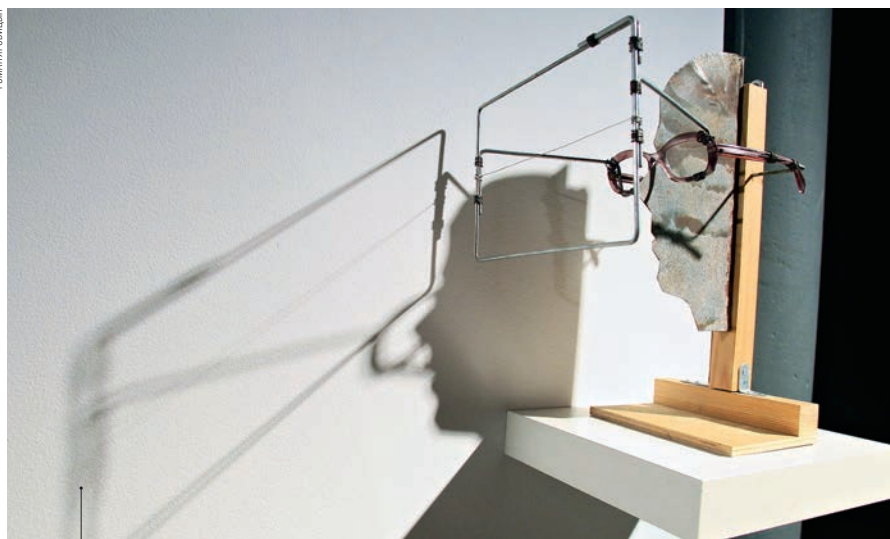
нюю историю «Иновации» лауреатами премии стали все 30 номинантов, которые разделили поровну 3 млн руб. призового фонда. Выставочная программа награжденных в номинациях «Художник года» и «Новая генерация» заняла все 2 тыс. кв. м экспозиционной площади Арсенала. Свои работы представили восемь художников.

Кремль, корпус 6, до 17 января 2021 года



РОМАН ЯВОВИЦКИЙ

РОМАН ЯВОВИЦКИЙ



АРСЕНАЛ

«ФОНТАН ВСЕГО»

Иван Горшков

Масштабная инсталляция художника «воронежской волны», в которой авторские скульптуры и объекты причудливо перемешиваются с бытовыми предметами и игрушками.

Иван Горшков: «Я придумал красноречивое сравнение, как можно воспринимать эту инсталляцию, — как если бы в невообразимо далеком будущем некий внеземной разум нашел бы предметы нашей современности и, абсолютно не понимая их значения, сделал бы из них карнавальные костюмы и устроил бы вечеринку. Это было бы абсолютно бесчеловечно — за рамками человеческой этики и эстетики, зубодробительно бессмысленно. Но это работало бы по каким-то законам, для нас уже непонятным. Думаю, по этим же законам организовано это пространство».

6+

«ДИСК (Д:)»

Данини

Тотальная инсталляция, посвященная 1990-м годам, объединяющая эстетику типовых подъездов с интерфейсами операционных систем Windows.

Данини: «...Мне удалось создать само пространство внутри имеющегося зала и выстроить его таким, каким я его себе представила. Инсталляция состоит из отдельных кусков подъездов наших привычных домов российской действительности, советской и постсоветской. Здесь бело-зеленая краска; привычные странные закутки, которые можно часто в наших домах наблюдать. Например, мне удалось построить совсем абсурдные места. И кроме того колонны, которые были в зале, мы превратили в мусоропроводы — тоже элемент нашей жизни в России».

6+

«ПОЧУВСТВУЙ СЕБЯ ПТИЦЕЙ»

Владимир Козин

Избранные произведения художника из коллекции пермского музея современного искусства PERMM.

Александр Дашевский, один из кураторов выставки: «Владимир Козин — бесспорно, классик современного петербургского и российского искусства, практики которого невероятно разнообразны. По образованию скульптор, в 90-х годах он занимался перформансом, замечен в жанре видео, в жанре монументальной, но не репрессивной пафосной скульптуры, в жанре документации, в жанре рисунка, живописи и в жанре создания различных художественных сообществ. В том числе, что довольно редко для петербургских художников, он весьма политически взволнован, и большой корпус его произведений посвящен политическим реалиям».

6+

«ЛУЧШЕ ХОРОМ»

Екатерина Муромцева

Произведения, созданные художницей совместно с жителями и сотрудниками домов престарелых, а также фото- и видеодокументация этой совместной работы.

Екатерина Муромцева: «Очень хотелось показать работы самих пожилых людей. Например, это прекрасная серия Ольги Rogовой, художницы, которая живет в интернате в доме престарелых в Калининградской области. Она не слышит и не говорит, и рисование — это единственный ее способ общения с реальностью. Когда я приезжала, мы с ней переписывались на бумаге, и это ее автобиографическая серия, где показана изнутри жизнь в больнице в интернате. Здесь очень много ее портретов и портретов врачей, которые с ней работают, ей помогают каждый день».

6+

ГЛАВНАЯ НОЧЬ ГОДА

в отеле Sheraton

NEW YEAR

31|12

Party

Бронь лучшего столика:

+7(831) 214 14 25

sales@sheraton-nn.com



SHERATON

Nizhny Novgorod Kremlin

party



ВАШ КОРПОРАТИВ «ПОД КЛЮЧ»

ПОДБОР ВЕДУЩЕГО • НОВОГОДНИЙ ДЕКОР • ИЗЫСКАННАЯ КУХНЯ

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ФОТОЗОНА & DJ

НЕЗАБЫВАЕМАЯ АТМОСФЕРА ПРАЗДНИКА

УСПЕЙТЕ ЗАБРОНИРОВАТЬ ЛУЧШУЮ ДАТУ!

Tel: +7(831) 214 14 25

Add: пл. Театральная, 1

e-mail: sales@sheraton-nn.com

18+



РОМАН ЯРОВИЦЫН



АНАСТАСИЯ ПОТЕМКИНА



РОМАН ЯРОВИЦЫН

«ИНТЕРФЕЙС ПРОИСХОДЯЩЕГО»

Дмитрий Морозов

Три инсталляции и документация проектов одного из ведущих science-art художников России, созданные на стыке науки, звукового и визуального искусства.

Дмитрий Морозов: «...У этой выставки был один очень важный критерий — те работы, которые я делал за рубежом и очень редко показывал в России или вообще не показывал. Я специально продумал выставку таким образом, чтобы показать то, что минимально было здесь представлено публике, и это был классный критерий для отбора работ».

6+

«ПРОМЗОНА»

Павел Отдельнов

Живопись, фильмы, тексты и найденные объекты, собранные в масштабный проект, рассказывающий историю города Дзержинска глазами художника, его друзей и членов семьи.

Павел Отдельнов: «Это самый большой и важный проект в моей жизни. Дзержинск был столицей советской химической промышленности. Три поколения моих предков жили в этом городе и строили эти заводы, работали на них. В 1990-е годы большая часть производства пришла в упадок, многие заводы закрылись и превратились в руины. Я обратился к этой теме, прежде всего чтобы узнать, чем и как жили мои предки... Мой папа написал воспоминания о заводе, на которых работал около 40 лет, эти воспоминания мы издали для моего проекта, книга называется «Без противозага не входить!». Папа сам проиллюстрировал эту книгу, он не художник, иногда у него получались довольно забавные рисунки. Интересно, что эти воспоминания совмещают в себе страшное и смешное: страшные события — внештатные ситуации на производстве, на которых могли погибнуть (или погибли) люди, и смешное — отношение людей к происходящему, их юмор».

6+

«КОГДА ЦВЕТЫ НЕ ОТБРАСЫВАЮТ ТЕНИ»

Анастасия Потемкина

Графика, объекты и видео, образующие в пространстве единую инсталляцию об отношениях человека и природы.

Андрей Паришков, куратор выставки: «Все работы на этой выставке становятся транскрипциями и переводами на невербальные языки информации, которую главные герои из царства растений сообщают зрителю. Здесь описывается мир после языка как новый шанс, новая надежда и новое будущее общеприродной (а не только лишь западной или общечеловеческой) цивилизации, мир, основанный на равноправии подходов к познанию и взаимному уважению различных видов. Мир, где откровения соседствуют с научным методом, а рисунок перемещения листьев в течение дня равнозначен телесным человеческим жестам и где равны все органы восприятия, а синестезия становится уже не возможностью, а данностью».

16+

«ДОБ-2 — ДОБЫЧА ОБЕЗЬЯН»

Иван Чемакин

Инсталляция, представляющая детские воспоминания художника о 1990-х годах.

Иван Чемакин: «Проект основан на моих впечатлениях о времени перестройки. В то время я был 6–7-летний молодой человек, который проводил очень много времени в овраге со своими друзьями, обмениваясь какими-то фантиками от жвачек, ползая по свалкам, разжигая костры. В общем, мы, как обезьяны, веселились в этих оврагах и свалках, а наверху в городе зарождался бизнес, торгово-рыночные отношения».

6+



FASHION GALLERY

10

ЛЕТ С ЛЮБОВЬЮ



«Про девяностые мы будем говорить до конца своих дней»

ВАЛЕРИЙ ТОДОРОВСКИЙ О СВОЕМ «ГИПНОЗЕ»

Фильм Валерия Тодоровского «Гипноз» — история старшеклассника Миши (Сергей Гиро), страдающего сомнамбулизмом. Родители, перепробовав знакомых психологов, приводят его к профессиональному гипнологу, доктору Волкову (Максим Суханов). Довольно быстро выясняется, что мальчик гипнозу не поддается, но зато неожиданно набивается к доктору в ученики, а «Гипноз» из драмы взросления сворачивает в камерный триллер, где зрители вместе с героем постепенно перестают отличать реальность от грез. О собственном опыте гипноза, страхе потерять контроль над реальностью и будущем фильме про девяностые Валерий Тодоровский рассказал Константину Шавловскому

В титрах «Гипноза» вы указаны как автор идеи — откуда она взялась?

Из детства. Подростком я, в общем-то, довольно случайно попал в лабораторию знаменитого доктора Владимира Райкова, он тогда очень гремел. И провел у него месяц, а может быть, даже полтора. Тут все как в фильме: вначале я ходил к нему как пациент, но потом выяснилось, что я гипнозу не поддаюсь, а меня завоорожил процесс его работы, и я как-то к нему прибил — попросился приходить и смотреть, как он работает. Он мне разрешил остаться, что было, как я теперь понимаю, довольно неожиданно, и я ходил к нему какое-то время, наблюдая за тем, что там происходило. Иногда задавал ему вопросы, мы разговаривали. В общем, я был таким учеником вол-

шебника. Потом, уж не помню почему, он меня все-таки прогнал. Но у меня остались очень яркие воспоминания об этом времени.

А как вы к нему попали?

У меня довольно долго, лет до тринадцати, была клаустрофобия. Я боялся замкнутых пространств, не мог ездить в лифте, но самая большая проблема была в том, что я не мог оставаться один дома. И когда мои родители, к примеру, хотели уйти вечером в гости, я выходил на улицу и ждал там их возвращения. Моя мама, которую это ужасно раздражало, в какой-то момент узнала через подругу про доктора Райкова и отвела меня к нему. И я очень многое оттуда запомнил: например, вся история с крысами, которых доктор Волков в нашем фильме «подбрасывает» пациентам в транс и предлагает убить, — ее я буквально видел своими глазами. Довольно жуткая сцена, надо сказать. Да, и он это делал! Но тут важно оговориться, что, конечно, не все эпизоды фильма являются экранизацией моих детских воспоминаний.

А что стало с вашей клаустрофобией?

Это вот самое интересное: я ходил к доктору Райкову, но ни разу не был в транс, сидел на его сеансах свидетелем. И в какой-то момент просто перестал бояться. О чем я ему рассказывал: «Вы знаете, удивительно — вот вы меня ни разу не загипнотизировали, а проблема ушла». И тогда он мне сказал фразу, которая и явилась для меня толчком к тому, чтобы спустя столько лет сделать этот фильм. Он так улыбнулся, посмотрел на меня и сказал: «А с чего ты взял, что я ни разу тебя не загипнотизировал?» Я удивился: «Ну как же, я бы помнил!» — «Нет-нет-нет, ты бы не помнил. Ты же видишь этих всех людей — они ничего не помнят». И я, помню, потрясенный, от него ушел. И очень много лет крутил все это в своей голове, понимая, что однажды это может стать фильмом. И когда мы разговаривали со сценаристкой Любой Мульменко, с которой мы очень хотели сделать вместе какой-то проект и искали общую тему, я рассказал ей и про доктора Райкова. И она загорелась, сказала: «Да, да, да. Вот это мне интересно, вот это я хочу». Так, в общем-то, и получился «Гипноз».

В последнее время вы снимаете по чужим сценариям, хотя сами начинали как сценарист. Сейчас так почти не носят: большинство режиссеров снимают как раз по своим сценариям. Это какая-то ваша потребность в диалоге?

Диалог тоже, безусловно, важен. Но вообще-то в тот момент, как сценарист начинает снимать фильмы как режиссер, а тем более как продюсер, он перестает быть сценаристом. Потому что сценарист — это определенный образ жизни. Это человек, который может

выключить телефон и уехать за город, сесть и писать месяц сценарий. Я, к счастью или к сожалению, очень много лет живу другой жизнью и для того, чтобы писать сценарии, уже не приспособлен.

Две ваши картины из последних написаны не просто сценаристами, а людьми принципиально другого кинематографического поколения: «Большой» — Настей Пальчиковой, а «Гипноз» — Любой Мульменко.

Они обе очень талантливые и амбициозные. С Любой мы, кстати, сейчас делаем ее первый фильм, который она снимает как режиссер, а я выступаю там в качестве продюсера. А Настя только что на «Кинотавре» показала фильм «Маша» и получила приз за лучший дебют.

Кстати, почему не вы его запустили?

Когда Настя должна была снимать, у меня был в производстве свой собственный фильм «Одесса», и я понял, что могу, конечно, стать ее номинальным продюсером, но в какой-то момент я ее точно заброшу, и она будет биться там одна. В итоге я выступал у нее в качестве друга и советчика, а она меня вывела в титрах «художественным руководителем».

В «Маше» вы не только художественный руководитель, но и, кажется, один из вдохновителей — во всяком случае, роль Крестного в исполнении Максима Суханова кажется почти что цитатой из «Страны глухих».

Я думаю, что, как и у меня в случае с «Гипнозом», Настю на фильм «Маша» вдохновила в первую очередь ее собственная история. А что касается Максима — уверяю вас, это был ее выбор. Она очень долго искала артиста на роль Крестного и в итоге влюбилась в Максима. Но он действительно хорош. Удивительно, что Суханов кажется абсолютно вашим артистом, притом что, с одной стороны, ролей у него много, а с другой, в «Гипнозе» вы работаете с ним всего второй раз в жизни. Во что довольно трудно поверить — я специально по фильмографии сверял.

Да, но на самом деле я редко снимаю одних и тех же артистов. Для меня работа с актером — это всегда вызов. Когда ко мне приходит новый человек и я его не знаю, но при этом знаю, что он талантливый, то выстраивание его роли и отношений с ним — это для меня интрига. Понимаете, я очень боюсь комфортности. Если ты человека снял один раз, два, три раза, то потом ты уже заранее знаешь, как это будет, понимаешь, как он сыграет. Ему с тобой хорошо, тебе с ним хорошо, вам вместе хорошо — и это не всегда хорошо для фильма. Поэтому я стараюсь каждый раз искать новых артистов. Но бывают ситуации, как в «Гипнозе», когда я в какой-то момент сел





и в ужасе признался сам себе, что у меня тут есть только один выход — это Суханов. Про которого я могу добавить, что вообще-то мы учились вместе в 232-й школе на Сухаревской и знакомы, можно сказать, с нашего тинейджерства, так что у нас очень долгая история отношений.

В связи с «Машей» и прошлогодним «Быком» Бориса Аكوпова хочу спросить вас не только как режиссера «Страны глухих», но и как продюсера «Бригады» — почему, как вам кажется, наше кино опять возвращается к девяностым?

Вот это удивительный для меня вопрос. Я-то сижу и поражаюсь, почему у нас так мало фильмов про девяностые! Почему так мало написано романов, почему почти нет попыток художественно осмыслить это время.

Я уверен, что как у моего папы и его поколения главным событием в жизни была война, так и в нашем поколении главное событие — это падение Советского Союза и то, что из этого получилось. И про эти девяностые, как там их ни называй, мы будем говорить до конца своих дней. Время, в котором одна страна уходит, другая страна еще не возникла, и в этом пересменке между двумя странами живет огромный народ, пытающийся как-то выжить, не погибнуть, кем-то стать, состояться, — по-моему, это невероятная, абсолютно грандиозная тема. Так что я бы ваш вопрос переформулировал: почему до сих пор так мало об этом сказано и снято? Лично я, например, лет пять назад пытался запускать какие-то проекты, связанные с девяностыми, и был поражен тем, что их отвергали везде. Люди боялись, не хотели давать на это деньги, не хотели это показывать в кинотеатрах и по телевизору. Это была тема если не запретная, то очень болезненно-непопулярная. И сейчас только-только прорвало.

Тогда переформулирую вопрос: почему про девяностые говорят дети девяностых, такие как Акопов и Пальчикова, а ваше поколение — молчит?

Что касается меня, то я просто готовлюсь. Я еще не осмыслил все до конца. Но то, что я об этом сниму, если бог даст, — это обязательно! И думаю, может быть, не один раз вернусь к этому времени. У меня сейчас как раз один сценарий в работе, и я буду счастлив его снять, как только представится возможность.

А кто настоящие герои девяностых для вас? О ком будет ваш фильм?

Безусловно, это будет фильм не про бандитов. Герой этого времени для меня — самый обычный человек, который познал вкус денег. Человек в тот момент его жизни, когда он вдруг переходит из обычной жизни в жизнь богатую.

«А С ЧЕГО ТЫ ВЗЯЛ, ЧТО Я НИ РАЗУ ТЕБЯ НЕ ЗАГИПНОТИЗИРОВАЛ?» Я УДИВИЛСЯ: «НУ КАК ЖЕ, Я БЫ ПОМНИЛ!» — «НЕТ-НЕТ-НЕТ, ТЫ БЫ НЕ ПОМНИЛ»

Из советской — в несветскую?

Да. Это бизнесмены, которые вчера еще были инженерами, сотрудниками НИИ, а некоторые, как мы знаем, комсомольцами, которые начали с нуля свои бизнесы и вдруг обнаружили, что у них есть вот эти миллионы долларов. Герой этого времени для меня — это маленький человек, который вдруг получил большие возможности.

Пока вы не сняли этот фильм, кто, как вам кажется, точнее всего рассказал про девяностые на экране?

Ну вот тот же «Бык» показался мне очень достойным фильмом. А напомним, что у нас еще было? Балабанов?

Ну конечно. Конечно, да. Но мне кажется, что Леша все-таки делал свое кино изнутри — это не были фильмы, снятые с дистанции. Как и «Страна глухих» — это фильм не про девяностые, а про современность. А «Груз 200», действие которого происходит в 1984 году, но который рассказывает о том, откуда выросли девяностые, — это, конечно, метафора.

Как и ваш «Гипноз» — это ведь тоже метафора?

Это вам, конечно, видней. Но если вы спросите, что для меня было самым интересным в этом фильме, кроме собственно процесса гипноза, который, конечно, очень кинематографичен, — то это история про манипуля-

цию. Про то, как нас пытаются сделать такими, какими нас хотят видеть. Меня интересовали наши отношения с реальностью: что было на самом деле, а что нам внушили? Как мы видим этот мир? Что мы вытесняем, а что нет? Вот все эти вещи меня ужасно увлекали. Ну а кроме того, мне хотелось сделать маленький триллер, потому что я сам очень люблю такое кино. Я себя считаю последователем кинематографа Трюффо, и я всегда хотел сделать такой маленький фильм, где будут несколько героев, напряженная атмосфера — и во всем этом будет какой-то смысл. Так что «Гипноз» для меня — это в первую очередь небольшой жанровой эксперимент, а потом уже метафора. А еще я очень давно не снимал фильмов с подростком в главной роли. С героем, который познает и открывает мир.

У вас есть любимый фильм про гипноз?

Хичкок, «Головокружение». Там нет буквально гипноза — но там все гипноз. Весь фильм — это сеанс гипноза. Причем гипнотизирует нас режиссер. И манипулирует нами, занимаясь тем, что выдает настоящее за сон, а сон за настоящее, и запутывает нас, и доводит до отчаяния в какой-то момент, пока в конце не разрешает нам узнать правду. Вот это, наверное, и есть для меня настоящее кино.

Вы, кстати, поняли, почему не поддается гипнозу?

Мне кажется, что у меня, как и главного героя «Гипноза», есть дикий страх перед тем, чтобы потерять контроль, отпустить себя и оказаться беспомощным, не способным контролировать то, что со мной происходит. Именно поэтому меня так царапнул в свое время вопрос доктора Райкова — а с чего я взял, что я не поддаюсь гипнозу? Возможность поставить реальность под сомнение меня пугает до сих пор — и этот страх, в отличие от клаустрофобии, с годами никуда не делся.

В прокате с 15 октября

«Выцветание красного» ЕЛЕНА И БОЖЕННЫ ГОЩИЛО

Игорь Гулин



ЕЛЕНА ГОЩИЛО — американский литературовед и культуролог, специалист по русской женской прозе. Боженна Гошило — ее сестра, также много лет преподающая русскую культуру в американских и европейских университетах. Их первая совместная книга посвящена любопытной теме — русско-американским кинематографическим отношениям, точнее — изображению русских в американских фильмах и американцев — в российских.

О кино эпохи Холодной войны, его пропагандистских приемах и разнообразных вариантах их подрыва и критики написаны тома. Сестры Гошило начинают там, где они обрываются, — в 1990 году. С американской стороны здесь — два фильма-эпилога к Холодной войне. Первый — простоватая «Охота за „Красным Октябрем“» Джона Мактирнана (режиссера «Крепкого орешка» и «Хищника») по роману рейгановского любимца Тома Клэнси: вроде бы типичное параноидальное повествование об исходящей с востока ядерной угрозе, однако командир советской подлодки здесь дезертирует и передает свое судно американской армии, тем самым символически приравниваясь к народу, готовому перейти из социалистического в капиталистический лагерь. Второй — более интеллектуальный «Русский отдел» Фреда Скепси по книге Джона Ле Карре. В нем перестройка представляется предприятием ненадежным, требующим едва ли не усиления бдительности, однако западные спецслужбы выглядят не менее лицемерными и циничными, чем КГБ (авторы описывают этот мотив как новаторский, хотя вообще-то он настойчиво звучал у Ле Карре с 1960-х годов). В фильмах ранних 1990-х хватка ослабляется, клише Холодной войны устаревают, уходит в прошлое мачизм рейгановской эпохи, русские представляются пусть не очень надежными,

несколько несамостоятельными, требующими постоянного попечения, но все же друзьями и партнерами.

С русской стороны диалог довольно неожиданно открывает лунгинский «Такси-блюз». Именно там впервые возникает ключевой для ранних русских 90-х образ Америки как фантастической страны возможностей, американца — как волшебника, моментально осуществляющего любую мечту и превращающего потертого русского человека в прекрасного принца. (То, что в фильме Лунгина чудесное вознесение героя выглядит одновременно и приговором, тут почти не учитывается.) Затем этот образ капиталистической утопии претерпевает трансформации: становится пустым риторическим противовесом неприглядной российской реальности в чернухе вроде фильма «Америкэн бой», доводится до лубочного бреда в мелодрамах Дмитрия Астрахана. Постепенно идеал теряет свое очарование, Америка разоблачается как фальшивый идол, капиталистический успех — как соблазн для русского человека, дорога к утрате духовности и потере себя, а американцы — как одномерные и лживые разом. Пределом этой логики становится эпос Никиты Михалкова «Сибирский цирюльник». Сюда же сестры Гошило относят и балабановских «Братьев», рассматривая их как триумф великодержавного шовинизма.

В Голливуде меж тем тоже наблюдается охлаждение. Дружественные русские постепенно исчезают с экрана. Их заменяют либо комические простофили, пригодные лишь для патерналистских манипуляций (как в политическом фарсе «Проект „Ельцин“»), либо старомодные злодеи категории Б, реанимирующие штампы 80-х (как в боевиках «Святой» или «Самолет президента»). Американцам это тоже не идет на пользу — в собственных глазах они вновь превращаются в самодовольных мачо, задающих остальному миру законы, а когда те не выполняются — справедливую трепку (особенную нелюбовь авторы питают к героям Харрисона Форда). Главная проблема книги Елены и Боженны Гошило: она разоблачает карикатурные и параноидальные представления русских и американцев друг о друге, но сама представляет собой текст на редкость карикатурный и в чем-то крайне параноидальный. С высоты прошедших двух-трех десятилетий почти все фильмы, о которых пишут Гошило, кажутся достаточно обаятельными и уж точно крайне

любопытными — и сентиментальный китч Астрахана, и черная эксцентрика по сценариям Луцика — Саморядова, и патриотическая вампука Михалкова, и аляповатые голливудские боевики 90-х с их кислотными саундтреками и напыщенными диалогами. В них есть дух времени, масса возможностей для археологии. Авторы все это мало волнует. В их книге нет интереса ни к эстетике, ни к культурному контексту, ни к анализу социальных реалий (он поразительно небрежен — по крайней мере, в отношении русских фильмов), ни даже к технике работы идеологии, ее уловкам и тонкостям. Авторы озабочены исключительно поиском призраков Холодной войны, демонов этнического и гендерного шовинизма — старых знакомых, повадки которых хорошо известны. Они подозрительны, как работники ненавистных им спецслужб, только вместо державной мощи их фетиш — либеральные ценности западной академии.

Причина этих странностей в общем-то понятна. «Выцветание красного» вышло в 2014 году — вскоре после крымских событий. В этот год разговоры о новой Холодной войне захватили умы политических и культурных аналитиков. Написанная в очевидной спешке, книга сестер Гошило буквально и не слишком вдумчиво отвечает на запрос, заполняет брешь между нарративами о двух «больших» противостояниях между США и Россией — прошлым и будущим. Это скорее сиюминутный доклад, попытка застолбить тему, чем добросовестное исследование. Поэтому спустя шесть лет «Выцветание красного» выглядит чтением абсолютно лишним.

Издательство «БиблиоРоссика»

Перевод: Андрей Андреев



**ЛЕГЕНДАРНЫЕ ЗАВТРАКИ
ВОЗВРАЩАЮТСЯ!**

ПО БУДНЯМ: С 08:00 ДО 12:00

**ПО ВЫХОДНЫМ И ПРАЗДНИЧНЫМ ДНЯМ:
С 08:00 ДО 14:00**

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ, 22 | тел.: +7 (831) 210-55-56

📷 papashabilli

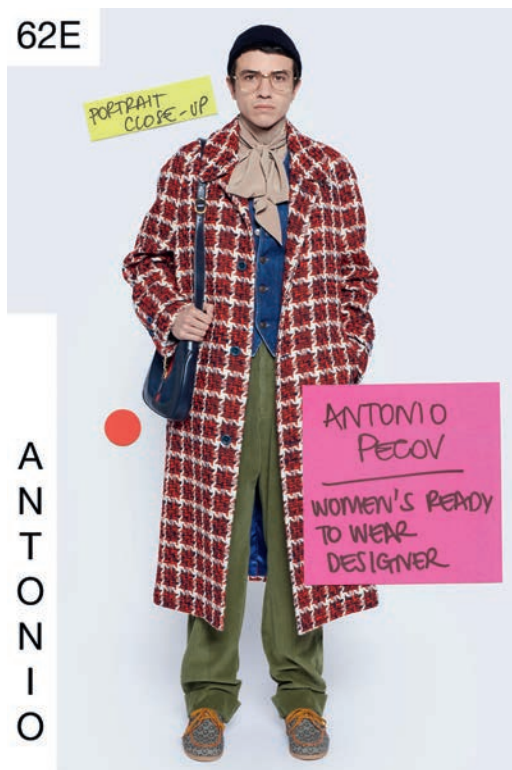
Творческий вирус
О ПЕРВЫХ ИТОГАХ ПАНДЕМИИ

Натела Поцхверия

15E



62E



41E



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

НА РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ И ГЕНЕРАЦИЮ ИДЕЙ ПАНДЕМИЯ ОКАЗАЛА БЛАГОТВОРНОЕ ВЛИЯНИЕ. МОЗГИ ЗАРАБОТАЛИ, ИДЕИ И НАХОДКИ ПОСЫПАЛИСЬ КАК ИЗ РОГА ИЗОБИЛИЯ

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 #InspireWriting



«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

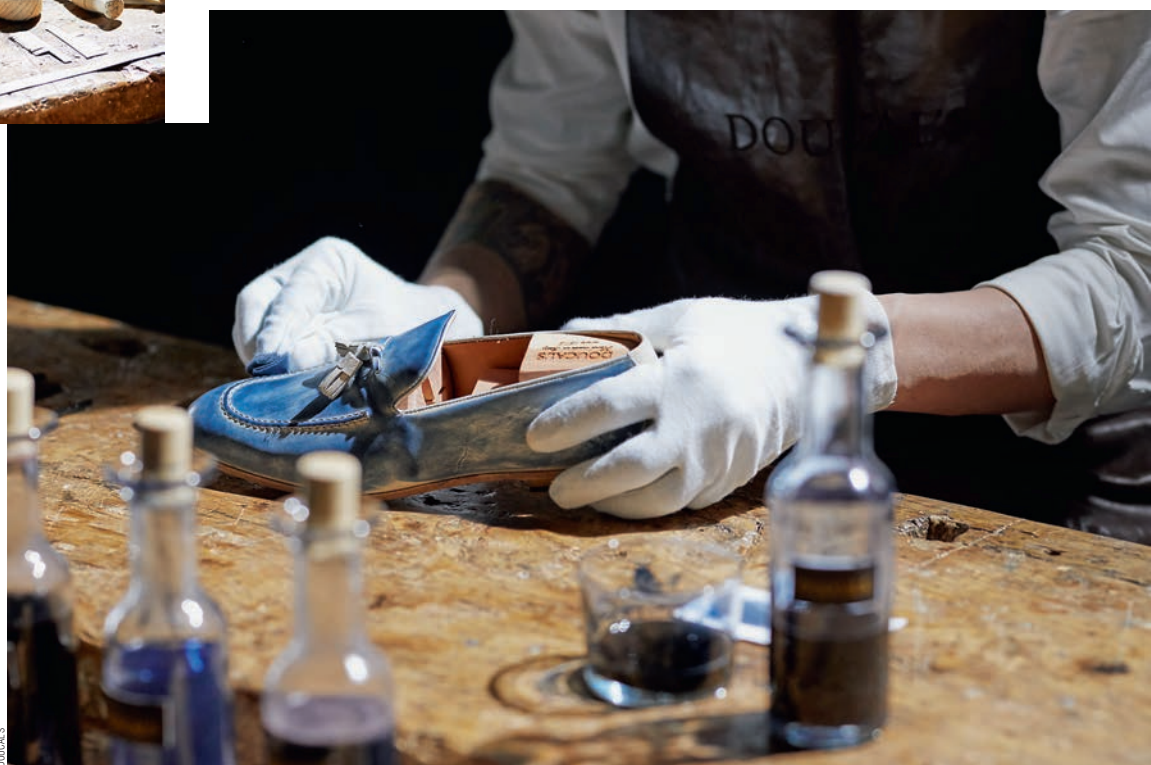
Главное послание, которое компании транслируют (пусть и не всегда открыто), — нам тоже тяжело, но мы вместе с вами прорвемся через этот мрак. Однако между «мы думаем о вас» и «мы хотим, чтобы вы думали, что мы думаем о вас» — пропасть. И перепрыгнуть через нее удалось не всем. В числе удачных примеров 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.

В почту сыпались приглашения то на онлайн-показ новой мужской коллекции Ermengildo 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.



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



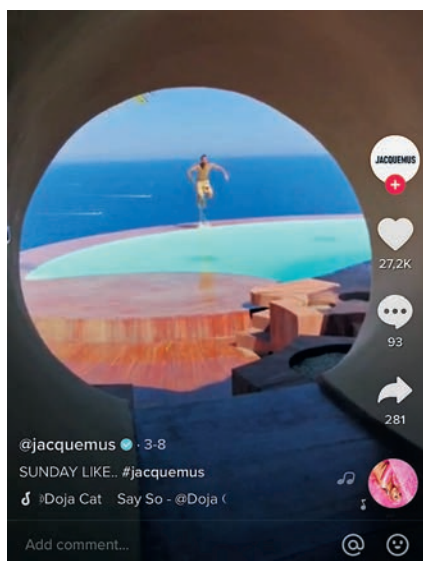
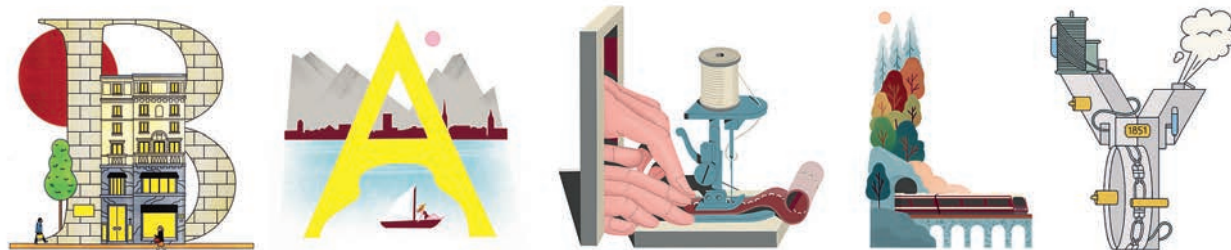
Бренды и TikTok

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. Мы попросили 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

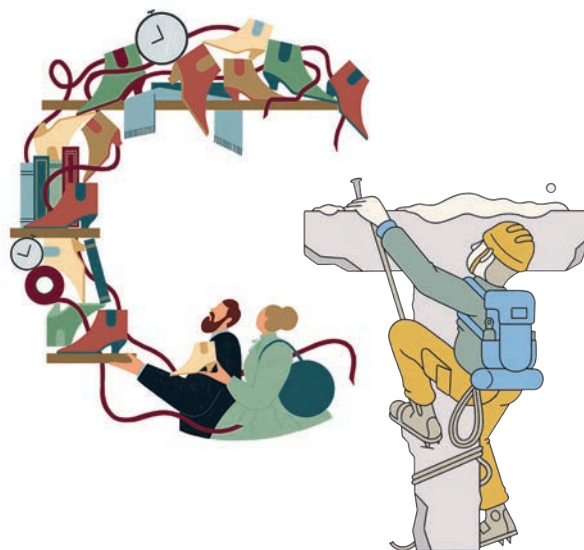
собирает сотни тысяч или даже миллионы просмотров. И мы ожидаем, что в дальнейшем представителей фешен-индустрии будет только больше...» — рассказали в TikTok. Чтобы помочь брендам найти правильный подход к сообществу, компания во время пандемии запустила платформу TikTok for Business, которая помогает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



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 предстает 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
Pal Zileri Марко Санавиа

онлайн-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 Тбилиси, 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 часовом аукционе Watch Auction XI, организованном аукционным



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



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

ШВЕЙЦАРСКАЯ ЧАСОВАЯ КОМПАНИЯ RADO ТОЖЕ ПРОДАЕТ ОНЛАЙН, В ТОМ ЧИСЛЕ И СВОИ НОВИНКИ — ЧАСЫ CAPTAIN COOK

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 нефтедобывающую скважину подставка для перьевой ручки Black Gold.

Онлайн-продажи запустили и на сайте Bosco di Ciliegi — изделий Chaumet, Carrera y Carrera 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 консьерж-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



Patek Philippe Ref. 1518, 1948 год, вечный календарь с хронографом и индикатором фазы Луны в корпусе из розового золота с розовым циферблатом. 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 циферблат с вертикальным сатинированием, накладные цифры и метки с покрытием из розового золота, синий прошитый вручную ремешок из мериносовой шерсти, подкладка из коричневой кожи аллигатора. Часы можно приобрести в интернет-магазине Mercury.ru

Натальи Водяновой 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.

Ключевая деталь

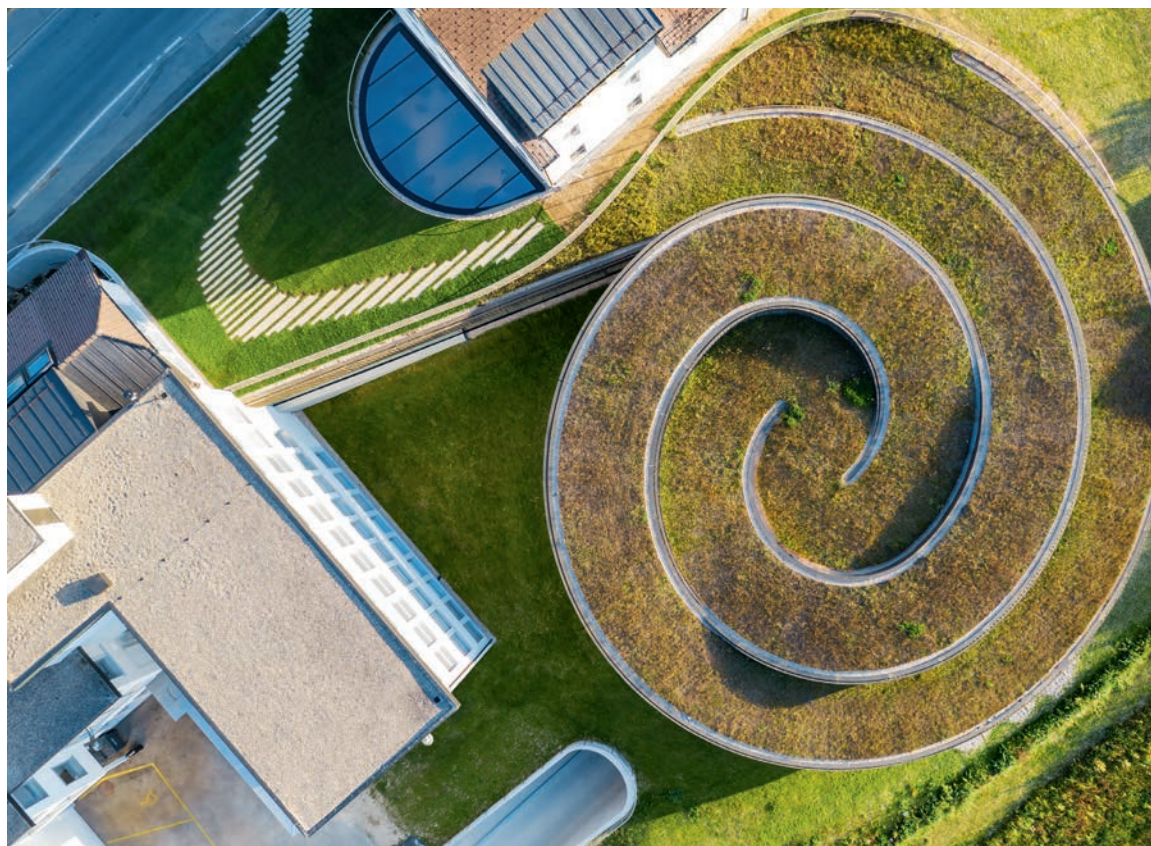
О НАСЛЕДИИ AUDEMARS PIGUET

Натела Поцхверия

Жюль-Луи Одемар
и Эдвард-Огюст Пиге



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ AUDEMARS PIGUET



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 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 Bjarke 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 спираль со стальной крышей не



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ AUDEMARS PIGUET

Мануфактура Audemars Piguet, историческое здание

ходит 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 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 объяснить концепцию музея, — шутит господин Ингельс. — По сути, мы соединили две противоположные вещи, создав



Новое спиралевидное здание Музея-ателье Audemars Piguet

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 старыми 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, точь-в-точь повторяющими старинные, трудятся несколько часовых мастеров. Они восстанавливают антикварные часы с помощью ред-



Гости нового музея пробуют себя в роли часовых мастеров

Зал, где представлены модели класса Grande Complications



ких 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.

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 работают 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 усложнения. Один из главных экспонатов — часы Universelle 1899 года выпуска с 21 усложнением 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 (знако-

вую 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, брезель, 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 дистрибьютору 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. Попасть в музей может любой желающий, забронировав время визита на сайте.



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 стрелки из розового золота, в комплекте ремешок из светло-коричневой теллячьей кожи и ремешок из коричневой кожи аллигатора. Ограниченная серия 500 экземпляров



ювелирный салон
ВИЗАНТИЯ

*Дорогие
ювелирные
украшения*



АЛЕКСЕЙ
ПОМЕЛЬНИКОВ

ул. Б. Покровская, 57,
тел. 8 (831) 434-18-78

ТРК «Фантастика», ул. Родионова, 187 В,
тел. 8 (831) 201-31-27

ТЦ «Республика», пл. Революции, 9,
тел. 8 (831) 277-92-06

ТЦ «Этажи», ул. Белинского, 63,
тел. 8 (831) 220-79-23

Сказочное СТОЛОВОЕ СЕРЕБРО

**Икорница
«По щучьему
велению»**
Серебро 925*,
хрусталь, фианит,
алипинит
Литье, золочение,
оксидирование
Цена 169 100 ₽



**Прибор для завтрака
«Курочка Ряба»:**
подставка «Курочка Ряба»,
ложка «Мышка-Норушка»,
солонка «Золотое яичко»
Серебро 925*
Литье, золочение,
оксидирование

**Солонка
с подставкой**
Цена 52 900 ₽



Ложка
Цена 11 000 ₽



**Заварной чайник
«Репка»**
Серебро 925*,
термостойкое стекло
Литье, золочение,
оксидирование
Цена 229 500 ₽

ИСПОЛНЕНИЕ драгоценных желаний

Кольцо, сапфиры
4,43 ct и 2,68 ct,
розовые сапфиры 1,6 ct,
бриллианты 2,7 ct.



Серьги, сапфиры 6,63 ct
и 1,2 ct, розовые
сапфиры 2,295 ct,
бриллианты 3,0 ct.

Серьги, кварц дымчатый
23,03 ct, бриллианты 0,29 ct,
гранаты 2,23 ct,
хромдиопсид 2,72 ct.



Кольцо, кварц дымчатый
21,58 ct, бриллианты 0,37 ct,
гранаты 4,75 ct,
хромдиопсид 2,61 ct.

Кольцо «Снежинки»,
сапфиры 3,72 ct и 1,245 ct,
вальсирующие бриллианты
0,285 ct.



Серьги «Снежинки»,
сапфиры 5,07 ct и 2,5 ct,
вальсирующие бриллианты
0,58 ct.

реклама

эксклюзивно в салонах Византия

MOISEIKIN

ПОСУДА, создающая настроение

Посуда салона Богемия – это мода вне времени, вдохновлённая идеей семейных традиций и вечных ценностей.



ЧАЙНЫЙ СЕРВИЗ ТЮЛЬПАН КОБАЛЬТОВАЯ СЕТКА
6 ПЕРСОН 20 ПРЕДМЕТОВ
Цена - 60.500 руб.

Чайный сервиз изготовлен на Императорском фарфоровом заводе из твердого фарфора с элементами ручной росписи. Сервиз состоит из 20 предметов на 6 персон.

Изящный и благородный рисунок «Кобальтовая сетка» – фирменный знак Императорского фарфорового завода.

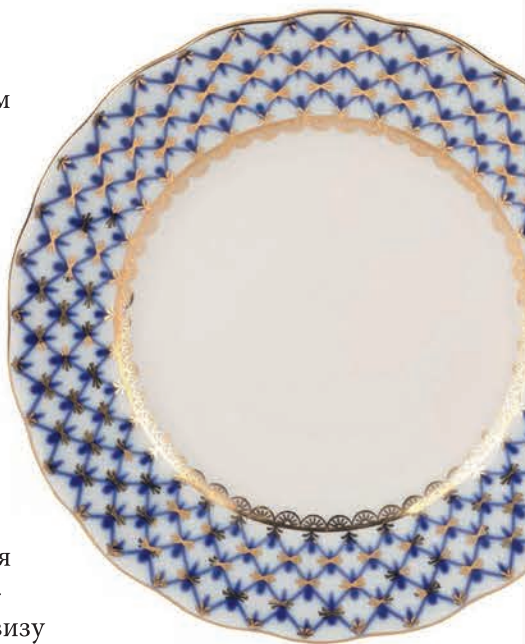
Знаменитый узор создан по мотивам росписи первого русского фарфорового сервиза «Собственный», изготовленного создателем русского фарфора Д.И. Виноградовым в середине XVIII века для Императрицы Елизаветы Петровны.

Геометрическое совершенство и удивительная ритмика пересекающихся синих линий, украшенных золотыми звездочками, придаёт сервизу изысканность и праздничное настроение.

Сервиз «Кобальтовая сетка» представлен в коллекциях Государственного Эрмитажа, Государственного русского музея, Государственного исторического музея и других крупнейших сокровищницах культуры.

Этот сервиз – фаворит сезона, который удивительным образом вписывается в любой антураж. Будь то завтрак на кухне или уютное размеренное чаепитие вместе с самыми любимыми.

Создавайте и сохраняйте тёплые, семейные воспоминания!



Выбирайте посуду для вашей истории
в салонах Богемия.

30
СЕРВИЗОВ
ПО ЦЕНЕ
7990 РУБЛЕЙ
до 30.11.2020 г.

БОГЕМИЯ

салон фарфора и хрусталя ул. Пискунова, 8, тел.: 419-91-19

ювелирный салон
ВИЗАНТИЯ

*Ущекотание
красотой*



Natasha Libelle

FAIRY JEWELLERY

ул. Б. Покровская, 57,

тел. 8 (831) 434-18-78

ТРК «Фантастика», ул. Родионова, 187 В,

тел. 8 (831) 201-31-27

ТЦ «Республика», пл. Революции, 9,

тел. 8 (831) 277-92-06

ТЦ «Этажи», ул. Белинского, 63,

тел. 8 (831) 220-79-23

Jolie

ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ



Кольцо
Бриллианты
Цена 132 616 Р

Серьги
Бриллианты
Цена 204 584 Р



Кольцо
Бриллианты
Цена 73 340 Р

Серьги
Бриллианты
Цена 92 558 Р



Кольцо
Бриллианты
Цена 77 030 Р

Серьги
Бриллианты
Цена 149 416 Р



Кольцо
Бриллианты
Цена 156 682 Р

Серьги
Бриллианты
Цена 167 671 Р



Кольцо
Бриллианты
Цена 68 290 Р

Серьги
Бриллианты
Цена 93 610 Р

SUPER Sale
до
-65%

www.jolie.gold

Акция действует до 30.11.2020 г.

Ул. Б. Покровская, 57, тел.: 430-16-88
ТРЦ "Фантастика", тел.: 438-40-67
ТЦ "Парк Авеню", тел.: 295-47-25
ТЦ "Этажи", тел.: 416-79-59
ТЦ "Республика", тел.: 277-92-06



ЭПЛА
ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ



Кольца с бриллиантами Салон ЭПЛ

МОНОЛОГ сильной и независимой

«Все говорят, что бриллианты прилично носить только после тридцати. О, перестаньте! Прошли те времена, когда нам кто-то диктовал, что можно делать, а что нельзя. Как хорошо, что подобные «приличия» благополучно остались в прошлом. И уже никто не вправе навязывать нам свои установки. Если у тебя есть деньги и ты хочешь, ты идешь и покупаешь себе то, что хочешь.

Супермодная ультра мини-юбка, страшно дорогая дизайнерская сумка или бриллиантовое кольцо. Неужели нужно ждать своего Мистера Очарование, который будет оплачивать все это? (Не состариться бы в процессе ожидания...). Как учила нас Бейонсе: «If you like it, then you should put a ring on it!».

И почему все говорят, что бриллианты женщине должны дарить мужчины? Что за ретро – ерунда? Я работаю, обеспечиваю себя сама, хожу на свидания, путешествую и даже помогаю местной благотворительной организации. Неужели я не могу позволить себе небольшую безделушку для души?

Любовь к себе – самый большой тренд. Влюбиться в себя, принимать себя как есть, баловать себя, потакать своим желаниям – этому сейчас учат женщин во всем мире. Потому что, только излучая внутреннюю любовь, мы сможем привлечь любовь извне. Уход за собой и забота о собственном физическом и душевном здоровье – твоя самая важная инвестиция. Я достойна лучших бриллиантов! Глупо просто сидеть и ждать, пока кто-то додумается преподнести их!

Лично я в первый раз сделала это по заданию своего психолога, он сказал: если хочешь подарков, дари их себе сама. Он дал мне неделю, чтобы обойти все дизайнерские и ювелирные бутики и почувствовать, чего я хочу больше всего. И когда я увидела то нежное колечко с россыпью бриллиантов, я поняла, что это любовь. Тогда мне пришлось не три месяца обедать в кафе, а брать ланч с собой на работу, но потом, когда я вернулась в магазин и отдала сэкономленные деньги за это кольцо, я почувствовала себя такой счастливой! И ведь это была моя первая инвестиция в будущее: я решила, что это кольцо я подарю своей дочери или невесте своего сына. А я всего лишь отказалась от, честно говоря, дорогих (и совсем не стоящих того) обедов в кафе. После этого я регулярно стала делать себе такие подарки. И все знакомые вокруг удивлялись, как я поменялась и стала такой окрыленной. Как приятно, когда за тобой кто-то ухаживает и дарит тебе подарки. Пусть это даже ты сама».

Цвет возрождения синий

О СПЕЦИАЛЬНОЙ МАНУФАКТУРНОЙ СЕРИИ ZENITH

Натела Поцхверия



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, ремень из синей кожи аллигатора на каучуковой подкладке и со стальной застежкой

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

Игра империй

ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ CHOPARD

Екатерина Зиборова

Chopard Imperiale. Традиция создавать ювелирные модели на базе коллекции Imperiale появилась в 2016 году, для этих моделей выделили отдельную категорию Imperiale Joaillerie. С тех пор марка каждый год выпускает роскошные часы в единственном экземпляре или лимитированной серией на базе собственных мануфактурных калибров



С ТЕХ ПОР как в 2010 году Chopard вернулись к часовой линии Imperiale, впервые увидевшей свет в 1994 году, она каждый год пополняется новыми моделями. Доступные в нескольких размерах, снабженные кварцевым или автоматическим механизмом, элегантные вечерние или спортивные хронографы, инкрустированные бриллиантами или идеально отполированные, на стальном браслете или кожаном ремешке — видов Imperiale великое множество. И самые интересные среди них — Imperiale Joaillerie, ювелирные модели ограниченного выпуска.

Ювелирно-часовой дом Chopard знаменит коллекциями драгоценностей. Сопредседатель компании Каролина Шойфеле — давний патрон Каннского кинофестиваля и признанный «звездный ювелир»: украшения Chopard каждый год сверкают на красных ковровых дорожках главных кино- и музыкальных форумов Европы и Америки. Создавать мануфактурные часовые механизмы Chopard начала позже, но несколько Женевских Гран-при закрепили авторитет компании и в этой области. Неудивительно, что уровень доверия поклонников к ювелирным часам марки очень высок.

Традиция создавать ювелирные модели на базе коллекции Imperiale появилась в 2016 году, для этих моделей выделили отдельную категорию Imperiale Joaillerie. С тех пор

марка каждый год выпускает роскошные часы в единственном экземпляре или лимитированной серией на базе собственных мануфактурных калибров. Следуя за названием, каждая модель своим дизайном напоминает об одной из империй прошлого. Все часы объединяет характерный мотив четырех арабесок, вызывающий в памяти то ли вышитые ткани, то ли купола индийских дворцов. Ажурные стрелки часов похожи на королевские кинжалы, дизайн ушек — на античные колонны, а перламутровый циферблат — на шелковые подушки с инициалами монархов. Элегантности добавляют римские цифры и выгнутая заводная головка.

Несколько ювелирных моделей из «королевской» серии Chopard можно увидеть в бутиках Mercury в Москве. В том числе две версии Imperiale Joaillerie Rainbow с 36-миллиметровым корпусом из розового золота и инкрустацией разноцветными сапфирами багетной огранки по безелю. У одной, с белым ремешком, циферблат выполнен из белого перламутра, у другой, с серым, из черного таитянского. Особенно хороша модель Imperiale Joaillerie, в создании которой применялась техника плетения из золотой нити.

Сочетание золота и глубокого синего «королевского» цвета циферблата и ремешка в этих часах должно напоминать роскошь наполеоновских времен. Эмблема коллекции Imperiale — витой силуэт четырехлистника выложен бриллиантами, как и часовые метки, ободок, ушки и заводная коронка из розового золота. Циферблат выполнен в технике, которую иногда называют «ангельский волосок». Проволочные золотые нити, каждая из которых в четыре раза тоньше человеческого волоса, одну за другой накладывают друг на друга, а затем припаивают к перламутровому циферблату, создавая рисунок, напоминающий вышивку золотым шелком по бархату. Часы прекрасны и снаружи, и внутри. Полубоваться работой мануфактурного калибра 96.12-С — с автоматическим подзаводом, 65-часовым запасом хода и сертификатом хронометра COSC, — мосты которого украшены узором Cotes de Geneve, можно через прозрачную заднюю крышку из сапфирового стекла.

Эти часы — альянс роскоши и простоты, изысканности и чувственности. По словам Каролины Шойфеле, Imperiale Joaillerie — «дань тем, кто сегодня добивается успеха».



Chopard
Imperiale Rainbow



Эмоциональный след КАК ДЕЛАТЬ ПОДАРКИ, КОТОРЫЕ ЗАПОМНЯТСЯ

Анна Малышева,
директор ГК FeliciVetta



1. Светильник-ночник «Бульдог»
2. Глобус-бар
3. Подставка для бутылки «Рыбы»
4. Чашка с блюдцем «Миллефиоре»
5. Кортик офицерский малый
6. Лампа с абажуром «Лондон»
7. Модель пиратского корабля «Черная Жемчужина»

1. ЭМОЦИЯ. В своей работе мы руководствуемся тем, что подарок — это эмоциональный след, который хочется оставить в жизни того, кому подарок адресован. Все подарки, врученные без эмоции, как правило, отправляются на полку, передаются — о них забывают, они не несут никакой ценности. Ценность несет посыл, который человек транслирует в момент вручения подарка. Эмоция — это его энергетический заряд. Мы помогаем даже обычное поздравление, короткий тост превратить в такой эмоциональный след. Однажды в салон обратилась женщина, готовящаяся к свадьбе сына. Было видно, что для нее это волнительный момент. Все материальные подарки молодым она уже преподнесла, и требовалось что-то трогательное и символическое на самую торжественную церемонию. Мы вместе стали выбирать открытку, но все варианты с готовым текстом ее не радовали. Тогда мы выбрали открытку ручной работы без текста и вместе написали очень личные стихи, которые она прочитала на свадьбе. Такого творчества нет в наших стандартных прайсах, но мы всегда готовы искать нестандартные решения для любой ситуации.

2. ИДЕЯ И КОНЦЕПЦИЯ. Любой впечатляющий подарок — это большой проект, которому нужна не только идея для вау-эффекта, но и проработанная концепция, учитывающая все нюансы от создания до вручения. Все это особенно важно, когда речь идет о подарках, которые вручаются на высшем уровне. Это очень ответственно, и мы очень любим такие заказы. Например, для холдинга «Оргхим» к наступающему 2018 году, когда Россия принимала чемпионат мира по футболу, мы изготавливали трешотки болельщика и

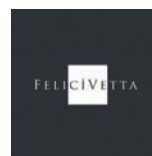
свистки, украшенные хохломской росписью в корпоративных цветах холдинга. Конечно, все это было особым образом упаковано.

3. ПРЕПОДНЕСЕНИЕ. Не меньшее значение, чем сам подарок, имеет то, как он преподнесен. В этом во многом и заключается та самая эмоция. Например, для одной именинницы мы организовывали квест по городу, вроде «12 записок»: девушка ездила по разным символическим для нее местам, в каждом получала цветок или несколько, украшенных бирками с ее качествами или ассоциациями с ней, и таким образом в финале собрала огромный букет с комплиментами и получила итоговый главный подарок. Если бы он был вручен сам по себе, вряд ли бы это произвело то же впечатление. Еще одна интересная история: юбиляру, увлекающемуся яхтами, мы собрали коллекцию символических вещей на корабельную тематику (там была фарфоровая фигурка капитана Врунгеля, судовой колокол — рында, много чего еще), и вручение каждой из них было обыграно в поздравлении.

4. СРОКИ. О знаковых подарках, будь то презенты по особому случаю, подарки для дорогих людей или для тех, кого уже ничем не удивишь, стоит подумать заранее. В нашей практике были случаи, когда на подготовку концепции, согласование и воплощение идеи уходил год. Если в подарок выбрана редкая ценная вещь, вроде бразильского хрусталя, мы просто найдем ее у производителя и организуем оптимальную логистику доставки в Россию. Но ведь бывает и так, что подарок нужно не просто купить и доставить — его нужно создать. Мы работаем со многими мастерами — скульпторами, декораторами, художниками, граверами.

В работе каждого из них есть нюансы, которые важно учитывать, когда речь идет о сроках: например, при создании картины масло сохнет две недели, а скульптору, прежде чем приступить к кропотливой работе, требуется время для набросков и опрессовки материала.

5. УПАКОВКА. Часто бывает так, что интересный подарок готов, но не оформлен. Выбирать упаковку стоит ответственно. Во-первых, упаковка — это первое впечатление о подарке, она должна соответствовать ему. Во-вторых, от того, насколько удобно упакован подарок, зависит комфорт преподнесения. Если речь идет о публичном торжественном мероприятии, то подарок принято открывать и показывать гостям. Чтобы избежать неловкости, все нужно продумать. Например, когда в подарок одному из нижегородских губернаторов мы готовили сет из лефортовского фарфора, в качестве упаковки изготовили специальный сундучок, в котором его было удобно переносить, открывать для показа и закрывать. Возможности нашего собственного производства позволяют изготавливать упаковку любой сложности, в том числе с логотипом, лазерной гравировкой.



ГК FeliciVetta
г. Нижний Новгород, ул. Ошарская, д. 59 а
+7 (831) 421-20-48
FeliciVetta.ru

Родные выходные пять идей для уикенда в Нижегородской области

Инна Панкова

ЛЕТО ЗАКОНЧИЛОСЬ, А ЖАЖДА ПУТЕШЕСТВИЙ ПО ПОНЯТНЫМ ПРИЧИНАМ ЕЩЕ НЕ УТОЛЕНА. ПОКА НЕ СТАЛО СОВСЕМ ХОЛОДНО, МОЖНО ОТПРАВИТЬСЯ В МИНИ-ПУТЕШЕСТВИЕ, НЕ ПОКИДАЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ. УНИКАЛЬНЫЕ ИНЖЕНЕРНЫЕ КОНСТРУКЦИИ, ЗАПОВЕДНАЯ ПРИРОДА И СТАРИННЫЕ УСАДЬБЫ — В НАШЕМ ОБЗОРЕ ПОЕЗДОК НА ВЫХОДНЫЕ.



ШУХОВСКАЯ БАШНЯ

Памятник русского авангардного зодчества, одновременно выполняющий функции инженерного сооружения. Шуховская башня — единственная, сохранившаяся до наших дней, опора линий электропередачи в виде гиперboloиды. Автор новаторской конструкции, построенной в конце XIX века — гениальный русский инженер и изобретатель В. Г. Шухов, прославившийся как проектировщик первых в стране нефтепроводов и нефтеперерабатывающих заводов.

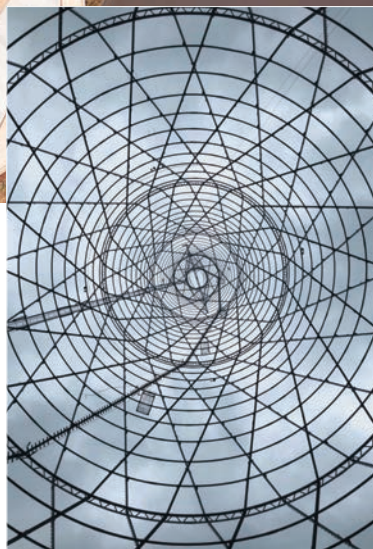
Высота башни — 128 м. Визуально опора отчетливо делится на пять частей, высота каждой — 25 м. Если зайти внутрь самой башни на бетонный фундамент 30-метрового в диаметре основания и посмотреть вверх, то на несколько секунд просто выпадаешь из реальности. Сооружение кажется настолько высоким, как будто цепляет пролетающие мимо облака.

С наступлением темноты башня выглядит просто фантастично: с недавнего времени 23 тыс. светодиодов подсвечивают конструкцию со всех сторон каждый вечер с 18:00 до полуночи. Шуховская башня с одной стороны окружена хвойным лесом, с другой — рекой Окой.

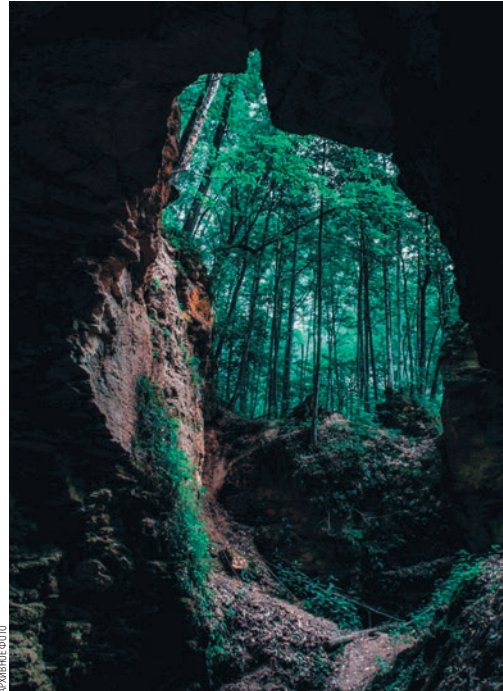
Так что не стоит упускать возможность прогуляться по лесу и пройти по набережной.

Расположение: левый берег Оки за поселком Дачным в окрестностях Дзержинска

Координаты: 56.193422, 43.543819



ПРЕСС-СЛУЖБА КОМПАНИИ РОСНЕФТЬ



АФУМКИНЕ ФОТО

ИЧАЛКОВСКИЕ ПЕЩЕРЫ

В 130 км от Нижнего Новгорода, в южной части области, река Пьяна делает изгиб, а в ее излучине на высоком берегу раскинулся живописный Ичалковский бор. Площадь этого места — более 40 кв. км. Это удивительный мир карстовых пещер и гротов. Кажется, что даже время там бежит по-другому.

Первая пещера находится в паре километров от входа в бор, а всего здесь насчитывается свыше десятка пещер и более 1000 карстовых провалов. Об этих местах сложено множество преданий, да и названия многих пещер — как будто говорящие: Ледяная пещера, «Старцева яма», «Бутыльное горлышко», Тесная пещера, Рождественская пещера, Теплая пещера, «Кулева яма». В некоторых пещерах можно обнаружить маленькие озера с кристально чистой водой.

Нельзя не сказать о разнице температур на поверхности и в пещерах. Это очень необычное ощущение: вот ты находишься в теплом лесу, но стоит сделать пару шагов в Ледяную пещеру, как холодный воздух окутывает все тело. Температура там не выше -3 градусов, а лед и иней в глубине не тает все лето. Поэтому советуем подобрать соответствующую экипировку и позаботиться о надежной и нескользкой обуви.

Расположение: село Ичалки, Перевозский район

Координаты: 55.437669, 44.538650



КЕРЖЕНСКИЙ ЗАПОВЕДНИК

Заповедники — это не только для зоологов и съемочных групп канала ВВС. В 55 км от Нижнего Новгорода, в борском направлении, на левом берегу реки Керженец, расположен первый и единственный в Нижегородской области биосферный заповедник Керженский. Его площадь — 46856,52 га, половину из которых занимает лес, половину — водноболотные угодья.

Керженский заповедник — это волшебное место, куда можно заглянуть на пару часов или остаться на несколько дней. В заповеднике круглогодично проводятся экскурсии, которые пролегают по природным комплексам южной тайги, торфяным болотам, вдоль реки и через «Поляну древностей», на которой встречаются очень древние растения — плауны и папоротники, возникшие около 300 млн лет назад. Чтобы



ПРЕСС-СЛУЖБА ЗАПОВЕДНИКА

УСАДЬБА ПРИКЛОНСКИХ-РУКАВИШНИКОВЫХ

В 40 минутах от Нижнего Новгорода, в селе Подвьязе Богородского района сохранилась старинная дворянская усадьба. Начиная с XVIII века, усадьба принадлежала роду Приклонских. А через столетие перешла во владение нижегородского купца Сергея Михайловича Рукавишникова и по-настоящему расцвела. Именно тогда здесь появились оранжерея, кузница, мастерская, водонапорная башня, храм в стиле ротонда. Несмотря на то, что от многих построек остались лишь руины, усадьба продолжает восхищать мастерством зодчих, умевших строить на века.

Усадьбу окружает огромная живописная территория. Главный дом стоит на крутом берегу. Вид оттуда — захватывающий! Место очень фотогеничное и атмосферное, отличный вариант для романтических съемок.

Вход на территорию усадьбы платный. Деньги идут на сохранение комплекса, а посетители получают возможность неограниченное время исследовать имение, заходить в здания, фотографировать. Можно спуститься по вымощенной булыжниками крутой тропе до удивительных ворот в виде замка. А нагулявшись по территории усадьбы, заглянуть внутрь главного дома купца. Левая часть здания не эксплуатируется и частично заколочена, а в правую можно свободно зайти и погреться. Внутри сохранены некоторые предметы интерьера и быта прежних владельцев.

Расположение: село Подвьязе, Богородский район
Координаты: 56.169652, 43.350778



РОМАН ПРОХИЩИН



АРИВНЕ ФОТО



ПРЕСС-СЛУЖБА ЗАПОВЕДНИКА

задержаться подольше, можно забронировать гостевой домик и переночевать прямо в заповеднике.

Местность очень нравится птицам, кабанам, бобрам, медведям, зайцам, лисицам. Но встреча с лесными обитателями — это скорее большая удача. Зато есть вероятность пообщаться с северными оленями, которых выращивают в самом заповеднике, — они обитают в огромных вольерах.

Так просто приехать сюда не получится: перед поездкой рекомендуется связаться с сотрудниками заповедника по телефону и предупредить о своем приезде. Правила посещения есть на официальном сайте kerzhenskiy.ru.

Расположение: поселок Рустай, левый берег реки Керженец
Координаты: 56.504364, 44.807829



ПРЕСС-СЛУЖБА ООП ГТЗ

ПЕШЕЛАНЬ

В поселке Пешелань Арзамасского района расположена шахта гипсового завода «Декор-1», где добывают гипсовый камень. Эта горная порода считается одной из чистейших в мире: содержание в нем гипса составляет 97%, отсюда и белоснежный цвет. Здесь в нескольких старых штольнях на глубине 70 м находится Музей горного дела, геологии и спелеологии.

Пещера удивляет с самого начала: с трудом верится в то, что можно увидеть такие несвойственные для Нижегородской области места, не выезжая за ее пределы. В ходе экскурсии посетители превращаются в шахтеров с полной экипировкой: всем выдают каски, специальные куртки и шахтерские фонари.

Спуск под землю на глубину 70 м идет по огромному стволу действующей шахты: мимо ходят рабочие, слышен гул проезжающих вагонеток, груженных гипсом. В залах с экспозициями можно потрогать пешеланский гипс, попробовать распилить горную породу и рассмотреть изделия мастеров. Помимо этого, в музее Пешелани оборудована специальная оздоровительная камера: стены в ней покрыты тонким слоем шунгита. Говорят, что полчаса, проведенные в этой комнате, заменяют человеку отдых на море. Детям тоже не будет скучно: для них работает выставка гигантских ящериц и динозавров «Парк Юрского периода».

При посещении музея Пешелани надо учитывать, что круглогодично в ней держится температура +3 градуса, поэтому, несмотря на то, что туристам предлагается экипировка, желательно все же самостоятельно утеплиться заранее.

Расположение: поселок Пешелань, Арзамасский район
Координаты: 55.307225, 43.934183



ПРЕСС-СЛУЖБА ООП ГТЗ



ПРЕСС-СЛУЖБА ООП ГТЗ



Точка общения КАК «ЛИДЕР ГОДА» ПОМОГАЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ РАСШИРИТЬ СВОИ ВНУТРЕННИЕ ГРАНИЦЫ



Тысячи нижегородских предпринимателей стали участниками собственного образовательного проекта НБД-Банка «Лидер года» за годы его существования. С чего начинался и как развивался проект, каких результатов удалось достичь и как «Лидер года» трансформировался, но не остановился на время пандемии, рассказывает директор департамента маркетинга ПАО «НБД-Банк» Олег Корень.

— Проекту «Лидер года» почти 20 лет. С чего он начинался?

— Сама идея родилась во время нашей стажировки в одном из немецких банков, который разворачивал сеть своих отделений по обслуживанию малого и среднего бизнеса в Болгарии. И вот там, вдали от родного города, когда мыслишь немного по-другому, стало очевидно, что банк не должен быть местом, где просто выдают деньги, принимают средства для сбережения и проводят платежи. Мы поняли, что НБД-Банк должен стать точкой общения предпринимателей. Ведь они нуждаются не только в том, чтобы найти деньги и профинансировать свой бизнес. Им нужны идеи, понимание того, как лучше, эффективнее и профессиональнее этот бизнес вести. На старте проекта мы проводили специальные исследования, в ходе которых выявляли лидеров в различных отраслях нижегородской экономики, и на их примере рассказывали разные истории успеха.

— На кого рассчитан проект?

— Проект рассчитан прежде всего на собственников бизнеса и директоров компаний. Как на тех, кто еще только делает первые шаги на этом

поприще, так и на тех, кто работает уже не первый год и смог добиться определенных успехов. Мы не ставили перед собой задачи брать в проект исключительно стартапы. У всех предпринимателей равные права и возможности на получение информации. Выбор того, какую информацию получать, зависит от зрелости и потребностей самого собственника бизнеса.

— НБД-Банк — не единственная организация, предлагающая предпринимателям различные образовательные программы. Насколько остро на начальном этапе проекта чувствовалась конкуренция?

— Мы изначально не собирались с кем-то соревноваться. В своей области проект «Лидер года» даже был пионером по ряду направлений — например, по выездным мероприятиям. Понятно, что это не уникальный продукт, но в Нижегородской области и в России в целом сравнительно небольшое количество организаций, которые проводят выездные деловые мероприятия. Первыми стали выездные мероприятия в Китай. При организации таких поездок главной задачей было рассказать о том, как грамотно находить себе партнеров за рубежом. Мы договаривались о посещении фабрик, которые рекламируются на центральных китайских телеканалах. Организовывали выезды на осеннюю ярмарку в Гуанчжоу. Рассказывали, как отличать хороших партнеров от тех, кто пытается ввести своих клиентов в заблуждение.

Второй целью было показать нижегородским предпринимателям масштабность. Гуанчжоу хоть и крупный, но региональный центр. И Нижний Новгород — крупный региональный



МЫ НЕ ПРОСТО ПРИВЛЕКАЕМ ДЕНЬГИ И ФИНАНСИРУЕМ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС. МЫ ДАЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ СВОЕОБРАЗНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЗОНТИК

центр. Но в нашем городе живут 1,3 млн человек, а в Гуанчжоу — около 20 млн человек. У предпринимателей, которые на нижегородском уровне открыли по несколько магазинов и стали считать себя весьма успешными людьми, появилась возможность осознать, насколько невелик их бизнес в сравнении с масштабами небольшого по китайским меркам города. Задача была показать, что размеры бизнеса зависят от смелости, широты мысли и амбиций его владельца. Кто-то ограничивает себя открытием нескольких овощных лавок в своем районе, а кто-то — открывает филиалы не только в России, но и по всему миру. На протяжении 17 лет существования проект «Лидер года» ставил и по-прежнему ставит перед собой задачу помочь людям расширить внутренние границы, чтобы они захотели делать бизнес более творческим и масштабным.

— Каким вы видели проект, когда он только затевался? Как быстро он стал соответствовать вашим ожиданиям?

— Проект «Лидер года» постоянно меняется. В 2003 году никто не мог сказать, что через 17 лет он будет именно таким, каким стал сейчас. Все начиналось с четырех мероприятий в год, и это уже было поводом для гордости. Постепенно спектр событий стал расширяться, появились





выездные мероприятия. В последние три года мы проводили по 20–25 мероприятий в год. Два мероприятия в месяц стали обычной нормой. Если бы в 2003 году кто-то сказал, что проект достигнет таких результатов, мы бы подумали, что это фантастика. Но мы каждый раз ищем новые пути развития и варианты изменений.

— Насколько часто вы меняете программы семинаров и тренингов?

— Бывают ситуации, когда мы повторяем наши тренинги, так как видим к ним большой интерес. Так было, когда мы запускали для предпринимателей вебинар о том, как вести себя в кризис во время пандемии. Но в целом мы стараемся постоянно менять или дополнять темы мероприятий, даже когда работаем с одним и тем же спикером по несколько раз. Выездные мероприятия, которые мы проводим в азиатских странах — Таиланде и Вьетнаме, каждый раз называются одинаково — «Дозаправка в воздухе. Идем к цели, набираем высоту». Их цели одинаковые — повышение личной эффективности руководителя. Но программа этих мероприятий постоянно меняется. С нами работают профессиональные тренеры, эксперты-практики. Есть еще выездные тренинги в Стамбуле. Это бизнес-приключение «Новый взгляд в новом месте». Они посвящены организации продаж. Многие до сих пор думают, что продажи — это просто упорно сидеть на телефоне, совершать звонки или отправлять информацию. Но на самом деле это целая наука. И если все делать по технологии, эффективность повышается в разы. Именно эти вопросы мы разбираем на наших мероприятиях, каждый раз привнося в них что-то новое.

— Вы сказали, что в 2003 году в Болгарии зародилась идея о новом формате взаимодействия банка и бизнеса. Эта идея потом и была заложена в основу ваших выездных мероприятий — дать возможность взглянуть на свой бизнес со стороны?

— Совершенно верно. Сама обстановка в таких поездках играет большую роль в восприятии информации. На протяжении года человек большую часть времени находится в своем обычном состоянии, которое специалисты называют состоянием бытового транса. В этих условиях человек действует шаблонами, воспринимая информацию устоявшимися блоками. И если что-то случается, мозг просто вынимает из памяти наиболее подходящий шаблон, который опре-

деляет дальнейший механизм действий. Находясь в необычной для себя обстановке, мозг вынужден больше анализировать. В это время мы мыслим совершенно иначе. Разум открыт, и лучше работает творческая составляющая. Еще один важный аспект наших поездок — это сама команда. Мы приглашаем в поездки собственников бизнеса, близких по ценностям. И когда собирается 20–25 таких предпринимателей, формируется среда, которая стимулирует появление новых мыслей и новых идей. По итогам таких поездок люди постоянно говорят, что их как будто специально подбирали и что они знакомы много лет. На самом деле многие из них познакомились в аэропорту буквально накануне вылета.

— Насколько важен размер бизнеса, собственники которого попадают в группу?

— Нет никаких ограничений. Был случай, когда мы убедили одного из владельцев небольшого автосервиса принять участие в поездке. Он долго сомневался, опасался, что масштаб его бизнеса будет неинтересен всем остальным. На деле все оказалось совершенно иначе. Никто не кичился размерами своих компаний. Работа была выстроена так, что участники все вместе были сконцентрированы на решении общих для всех задач и вопросов, связанных с ведением бизнеса или личной эффективностью. Во время поездок в Китай мы с группой учились вести переговоры. Специально для этого мы ходили тренироваться на большие рынки и делали мелкие покупки, оттачивая навыки ведения переговоров. На этих примерах участники тренинга изучали психологию китайских бизнесменов. И когда ты покупаешь что-то на 150 юаней, не так важно, кто ты — олигарх или владелец небольшого автосервиса. Ты просто отработываешь свои навыки торговли или работы с возражениями. Изучаешь китайский менталитет. Все это может пригодиться как при заключении большого контракта, так и при закупке небольшой партии запчастей.

— А человек, который только начинает свой бизнес, найдет место в этой поездке?

— С нуля даже лучше. Хорошо, когда он сразу попадет в правильную среду. Это как с изучением английского языка — сразу поставить правильное произношение. Переучить всегда сложнее, чем научить сразу правильно. Поэтому, если человек только начинает свой путь предприни-

мателя, важно изначально дать ему системный подход. Дальше он уже сможет самостоятельно добирать новую информацию, узнавать новые приемы и эффективно работать.

— Каким образом трансформировался проект с учетом пандемии коронавируса?

— В феврале 2020 года до появления запретительных мер мы успели провести «Дозаправку в воздухе». Были люди, кто сомневался, стоит ли ехать. Уже на стадии покупки билетов и бронирования отеля пошла первая информация о новом вирусе в азиатском регионе. Были и те, кто отказался от поездки, но мы провели ее очень достойно, с соблюдением всех мер безопасности.

После введения ограничений все мероприятия перешли в онлайн-формат. Мир меняется, какие-то вызовы будут постоянно. Сейчас это вирус, завтра будет что-то другое. Нет смысла останавливать из-за этого работу. Поэтому мы остаемся верны нашим принципам и стараемся дать бизнесу новые полезные знания, возможность получить консультацию у спикеров и экспертов. С начала пандемии была запущена серия коротких вебинаров под названием «БЕЗ воды». Первый знакомил участников с правилами поведения в кризис, когда продажи встали, а количество клиентов резко сократилось. Это была реакция на шок, который бизнес испытал на первом этапе пандемии.

После того, как Правительство РФ начало оказывать поддержку бизнесу в виде субсидий и льготных программ господдержки, предпринимательскому сообществу потребовалась информация о том, как грамотно оформить и использовать эти средства. Этому вопросу был посвящен один из наших вебинаров. Сейчас мы готовим видеоконференцию по работе самозанятых в бизнесе. Как правильно ее организовать и не получить замечаний, и будет посвящено мероприятие 8 октября.

Приглашаем принять участие в бесплатном вебинаре всех, для кого эта тема актуальна. Регистрация по ссылке <https://nbd-bank.timepad.ru/event/1418212/>

В этом одно из главных отличий НБД-Банка от других финансовых организаций. Мы не просто привлекаем деньги и финансируем малый и средний бизнес. Мы даем предпринимателю своеобразный информационный зонтик, рассказывая, как грамотно и безопасно работать, чтобы двигаться чуть быстрее конкурентов.

Победа союза над изоляцией ПЕРВАЯ СОВМЕСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ МИУЧЧИ ПРАДЫ И РАФА СИМОНСА

Елена Стафьева

МИЛАНСКАЯ НЕДЕЛЯ моды в этом сезоне только отдаленно напоминала событие, которое мы знали под этим названием прежде. Азиатские туристы, стайки взмыленных редактрис в кафе, селебрити с охраной, толпы зевак перед показом — всего этого не было. Да и самих показов стало раз в 10 примерно меньше. И если считать атмосферу основным и неотъемлемым признаком моды с того момента, как фэшн-шоу стали способом ее презентации, то можно считать, что и недели моды у нас в этот раз не было.

Что изменилось в коллекциях? На самом деле ничего, потому что некоторые элементы отдельных коллекций — total black в открывающем луке и пр., призванные передать смятение и смирение перед охватившим мир кризисом, — это не более чем декорации. Создание сезонных коллекций, особенно у больших брендов, — это прежде всего перспективное планирование. Ткани, фурнитура, аксессуары — все это заказывается сильно заранее, заранее же определяются основные тренды коллекции. И то, что мы увидели на подиуме, задумывалось еще до начала всякого апокалипсиса. Что стало определяющим в ситуации неопределенности? Цельность и узнаваемость стиля бренда, его наследие, хорошо структурированное и хорошо сохраненное, — самые очевидные, простые и понятные знаки стабильности и оптимизма. Миланская неделя моды обернулась практически сентиментальным путешествием по волнам моей памяти — и тем удивительней, что на этом фоне, где было много чувств и мало моды, в Милане произошло настоящее fashion-событие, причем вполне исторического масштаба, — и речь, конечно, о показе Prada SS 2021.

Первая совместная коллекция Миуччи Прады и Рафа Симонса, ставшего художественным содиректором Prada (и объявившего накануне миланских показов, что его собственный бренд Raf Simons в следующем сезоне покажет первую женскую коллекцию), была самым ожидаемым событием не только миланской недели, но и всего этого сезона. И она не обманула ожиданий. Prada SS 21 стала творческой победой союза этих двух выдающихся мастеров и одновременно возвращением каждого из них к собственным корням. И это оказалось наилучшим новым началом из всех возможных.

Это было торжество минимализма. Минимализма, который Симонс перепридумал во времена своего художественного руководства Jil Sander; минимализма, с которого начинала Миучча Прада в конце 80-х — начале 90-х, который она так блестяще умела делать и который немножко подзабыла в последние годы. Простые, практически базовые силуэты, немногочисленные, но выразительные декора-



COURTESY OF PRADA



тивные элементы и даже принты давнего соавтора Симонса Питера де Поттера очень аскетичны. Это абсолютно современный, даже футуристичный минимализм — модели выглядят как люди будущего в униформе какой-то могучей — и очень прогрессивной и человеческой — корпорации будущего.

«Униформа» — еще одно ключевое слово в словаре и Прады и Симонса. Белый верх + черный низ, юбка + рубашка, брюки + пиджак — все это в коллекции минимализировано и деконструировано одновременно.

Они оба в разные свои периоды практиковали деконструкцию. Коллекция построена вокруг треугольника, который, собственно, и есть логотип Prada. Этот логотип увеличен — нарочитым, полным иронии образом, — деконструирован и помещен прямо на грудь платьев.

Деконструировано очень многое: толстовки превращены в кейпы с болтающимися где-то сбоку капюшонами, классический рюкзак — в юбку, надетую поверх брюк, джерси, идущее обычно на свитшоты, — в ткань для пышных юбок, асимметричные драпировки из похожей на упаковочную бумагу шелковой тафты покрывают строгие рубашки.

Вообще, оборачивание, упаковывание, заматывание и закручивание, то есть создание защитного слоя, барьера, кокона, практически упаковки, оберегающей и отстраняющей, стало еще одной важной идеей коллекции.

В ней четко видно, что идет от Прады, а что — от Симонса. Юбки в сборку, мохеровые свитерочки, прямые шелковые платья без рукавов, спущенное плечо и рукав в две трети — это все Прада, в своих самых основных, самых базовых, самых узнаваемых образах. Брюки-сигареты, плотные рубашки и водолазки под ними, трикотаж в дырках, словно прогрызенных мышами, уже упомянутые принты де Поттера, нейлоновые сумки, превращенные в юбки и топы, — это Симонс, его любимое и главное, такое знакомое нам по прежним местам его работы. И в этом соединении-разделении, видимом и даже подчеркнутом, оказалось так много общего и важного для них обоих, что сразу стала видна внутренняя логика этого творческого союза.

Союз этих двух людей оказался полным сдвигом — они явно поддерживают друг друга: Симонс помогает Праде вернуться к тому, что сделало ее ключевым фэшн-дизайнером конца XX и начала XXI века, и обретает благодаря ей возможности для новых высказываний. Эти живые человеческие отношения, стоявшие за идеально структурированной, абсолютно продуманной и четко выстроенной коллекцией, ужасно трогательны.

«It's a beginning», — сказала Миучча Прада во время их с Симонсом сессии ответов на вопросы (выбранные из инстаграма и присланные онлайн), транслировавшейся после показа. Да, это начало — начало совершенно беспрецедентного союза двух больших дизайнеров внутри одного дома, какого еще не бывало в истории моды. И нам всем — профессионалам, энтузиастам и потребителям моды — есть за чем следить и чего ждать.

ПЕРВАЯ ПОСЛЕ ЛОКДАУНА
МИЛАНСКАЯ НЕДЕЛЯ МОДЫ
И ПЕРВОЕ ВАЖНОЕ FASHION-
СОБЫТИЕ НЕПРЕМЕННО
ВОЙДУТ В ИСТОРИЮ



Булавка на кутюре

ПАНК В КОЛЛЕКЦИИ DIOR

Натела Поцхверия



Джуди Блейм в своей студии на Кертен-роуд в Шордиче, Лондон, 1984 год



Украшения Dior, созданные в честь Джуди Блейма



SHUTTERSTOCK/DIOR



COURTESY OF CHRISTIAN DIOR

КРЕАТИВНЫЙ директор мужской линии Dior британец Ким Джонс делает домашнее задание хорошо: изучает историю, архивы, внимательно читает воспоминания основателя дома Кристиана Диора и его последователей и сотрудников, а потом все полученные знания кидает в воображаемый блендер и обильно заправляет тонким английским юмором, современными технологиями, собственным жизненным опытом и новыми реалиями индустрии. Расшифровать эту модную формулу легко. Достаточно посмотреть на новую осенне-зимнюю коллекцию и разложить ее на ингредиенты.

Основные цвета — диоровский синий и серый, но с вкраплениями узоров пейсли. Главная ткань — любимый Диором плотный шелковый муар, но не для вечерних костюмов, а для спортивной одежды, а также технические ткани из смеси шелка, телье дворе на одежде из джерси и рубашках, ткань с термофиксированным жемчугом. Приемы — кутюрные. На одно только пальто, повторяющее силуэт 1969 года, ушло 900 часов работы вышивальщиц. На одну расшитую узором сумку Dior Oblique — 400 часов. В этой коллекции важнее всего ремесленные традиции и мастерство: от вышивок на одежде до кромочных петель на рукавах, портные во главе с Джонсом использовали даже сложную кутюрную драпировку при конструировании и пошиве. Декорации — прозрачные коробки с цветным дымом — как символ тех, кто рядом лишь метафизически. Как месье Диор. Или любимый учитель Кима Джонса Джуди Блейм, которому и посвящена коллекция. И вот он, английский юмор: великолепные предметы гардероба Dior, бережно хранящие традиции кутюрного дома, щедро дополнены панковскими аксессуарами — брелоками и колье, собранными из булавок, монет и других подручных средств. Так когда-то делал Джуди.

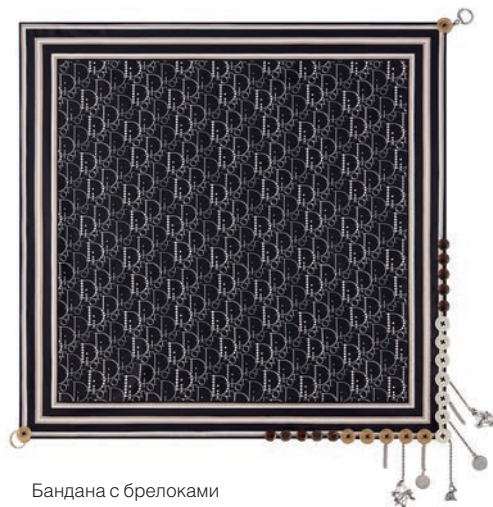
Кто вообще такой этот Джуди Блейм? Одно только имечко, как у актрисы из фильмов категории В. А ведь именно он познакомил певицу Бьорк с дизайнером Мартином Маржелой, привел поп-певицу Кайли Миноуг к Аззедину Алайя и предложил фотографу Юргену Теллеру ее снимать. Придумал самые знаковые сценические образы Боя Джорджа, одевал Нене Черри, стилизовал клипы Massive Attack, был арт-директором нишевых журналов i-D и The Face. Проще говоря, вы знаете работы Блейма, даже если никогда не слышали его имени.

На самом деле никакой он не Блейм и вовсе не Джуди. Настоящее имя — Кристофер Барнс. Родился он в маленьком и тихом городке Лестерхед в графстве Суррей и, предварительно выкрасив волосы в ярко-оранжевый цвет, в 17 лет сбежал от родителей в Лондон — жить полной жизнью в понимании молодежи конца 1970-х, то есть творить самую несусветную дичь. В первый же день в столице Крис рванул в магазин Вивьен Вествуд и купил там обтягивающее трико. А через неделю уехал в Манчестер — бурлящий криминальный город, где зарождался музыкальный стиль нью-вейв, группа Sex Pistols давала свои лучшие концерты и жил писатель Энтони Бёрджесс, автор «Заводного апельсина». В Лондон Крис вернулся через полтора года, пропитанный панком и его эстетикой, которую сохранял до конца жизни. Джуди (в честь Джуди Гарленд) его окрестили в начале 1980-х, когда он работал гардеробщиком в знаменитом лондонском гей-клубе Heaven. Джуди часто рассказывал, что новый владелец Ричард Бренсон даже хотел как-то уволить его за особенно смелый выбор наряда для рабочей смены, но завсегда-таи не позволили. Блейм не просто примкнул к субкультуре buffalo 1980-х, он был одним из тех, кто создал ее вместе с супругами Малкольмом Маклареном и Вивьен Вествуд. Причем создавал буквально руками. «Сделай что-то. Надень это. Создай проблемы», — повторял Блейм. В интервью изданию Numeo он с досадой говорил, что индустрии не хватает людей, которые делают что-то непосредственно пальцами. А Джуди делал — коллажи для обложек i-D, собирал фурнитуру на помойках и на блошиных рынках, а потом структурировал этот хаос в украшения собственного бренда Judy Blame. Собственно, эти украшения и стали отправной точкой для дизайнера мужской ювелирной линии Dior Юн Ан, которая по просьбе Кима Джонса повторила панковские эксперименты Блейма, но в люксовой версии — из родиевых и рутениевых элементов, отлитых специально для Dior, а не из обломков и мусора. В память о Блейме для показа шляпник Стивен Джонс придумал плоскую кепку с молнией, точь-в-точь как та, что носил сам Джуди.

Как написал Пол Флинн, близкий друг Блейма, в некрологе The Guardian, когда ты панк, то смерть — это часть сделки. Но наследие Джуди живет и после его кончины. Семья и близкие основали фонд его имени и обязуются сохранять все то, что создавал Джуди, и по возможности

поддерживать молодых и талантливых художников и дизайнеров. Часть средств от продажи коллекции Dior, к слову, будут перечислены в фонд. Так решили Бернар Арно, владелец LVMH Group, и креативный директор Dior Ким Джонс, который был близко знаком с Джуди и называл его своим учителем.

Они познакомились с Блеймом на концерте в клубе, когда Киму было 16 лет: «Он угостил меня напитком, а я остолбенел, оказавшись рядом со звездой, и ужасно застенялся». Все, что делала команда Dior, визировала команда фонда: «Так мы сохранили ощущение того, что Джуди лично принимал участие в работе над коллекцией». Все образы дополнены длинными перчатками — их любил Джуди. Специально для трикотажных свитеров придумали декоративный мотив «Toile de Judy». Это игра слов — имя Джуди и название набивного хлопка «туаль де жуи», который очень любил Кристиан Диор. Джуди умел создавать красоту из мусора, а его любимым декоративным элементом была булавка. Обычная английская булавка, которая стала символом панк-движения. Такую же на счастье цеплял к своему пиджаку парижский кутюрье Марк Боан, который встал во главе дома Dior в 1960 году. Как раз когда в Британии только-только родился Джуди Блейм.



Бандана с брелоками Dior and Judy Blame и принтом Dior Oblique, шелковая саржа



Брошь-банк из тафты и муара с бахромой



Dior Saddle Bag, вышитый узор Dior Oblique, жаккард

Визитная карточка

О ФЛАНЕЛИ В ГАРДЕРОБЕ HENDERSON

Натела Поцхверия

Костюм Henderson
из синей фланели Drago
(Италия, 100% шерсть)

COURTESY OF HENDERSON



Пабло Пикассо в сером
фланелевом костюме возле
портрета жены,
приблизительно 1935 год



MILTON MARGULIE/GETTY IMAGES

Омар Шариф на съемках фильма
«Смешная девчонка»,
приблизительно 1967 год



ZACHARY FREEMAN/CONDENAST VIA GETTY IMAGES



COURTESY OF HENDERSON



MICHAEL ROUBEN/RETNA LIFE PICTURE COLLECTION VIA GETTY IMAGES

Грегори Пек
на примерке
костюма для съемок
в фильме «Человек
в сером фланелевом
костюме», 1955 год

Костюм Henderson
из серой фланели
Vitale Barberis
Canonico (Италия,
100% шерсть)

ОЧЕРЕДНОЙ виток моды сделал вновь актуальной фланель. Речь не о клетчатых рубашках в стиле Курта Кобейна, а о классических костюмах из мягкой матовой ткани. Эту тенденцию немедленно взяли на вооружение фотогеничные модники и ключевые игроки индустрии, в том числе дом моды Henderson. Особенно трендовым выглядит костюм серого цвета из фланели Vitale Barberis Canonico, фабрики с 350-летней историей. Хотя современная фланель бывает и из хлопка, и с примесью синтетики, на фабрике Vitale Barberis Canonico придерживаются традиционных технологий и ткut фла-

нель из стопроцентно натуральной шерсти. Ее то и закупает Henderson для своих костюмов.

Изобрели фланель в ее сегодняшнем виде на фабрике Fox Brothers в Сомерсете (Англия), существующей с 1772 года. Хотя есть данные, что и в XVI веке ткань, похожую на фланель, уже делали в Уэльсе из чесаной шерсти, которую красили в пряже. Серый цвет создавали переплетенные особым образом и в определенных пропорциях белые, голубые, коричневые и черные нити. Иногда шерсть осветляли с помощью диоксида серы. Массово поставлять фланель из

Уэльса на континент стали в конце XVII века, тогда же в обиходе появилось и слово «flannel» от валлийского «gwالن» — нечто сделанное из шерсти. Сейчас, конечно, фланель окрашивают более щадящими и экологичными способами, а ноу-хау королевства переняли и другие фабрики, в том числе знаменитые REDA и Drago и упомянутая Vitale Barberis Canonico — модели костюмов из этих тканей представлены в ассортименте Henderson.

Кстати, британцы не только придумали фланель, но и ввели ее в моду. В 1924 году принц Уэльский Эдвард посетил США и появился на публике во

фланелевом костюме. Серая фланель — это полноценное явление в поп-культуре наравне с маленьким черным платьем. Серому фланелевому костюму посвятили в 1956 году книгу «Человек в сером фланелевом костюме», а Грегори Пек, знаменитый американский актер, снялся в экранизации романа и носил, к слову, костюмы из ткани Fox Brothers. Фланель в романе символизирует, с одной стороны, универсальный бизнес-стиль того времени, а с другой — это аллюзия на душевную мягкость героя.

Голливудские стилисты сходятся во мнении, что фланель — изысканный и утонченный материал, а Пека в серой фланели называют самым стильным героем в истории кино. Правда, с этим утверждением наверняка поспорил бы Омар Шариф, который увековечил серые фланелевые костюмы в фильме «Смешная девчонка». И Фред Астер, который считал серые фланелевые брюки своей визитной карточкой. У Одри Хепберн была памятная фотография знаменитого танцора и хореографа с его автографом, которую она поставила в сделанную на заказ рамку, обшитую серой фланелью.

У легендарного материала даже есть свой аромат. Так и называется — «Grey Flannel», его составил в 1975 году американский парфюмер Андре Фроментин. В его интерпретации фланель имеет восточный древесный аромат с нотами бергамота, мимозы и ветивера.

Костюмы Henderson, впрочем, не ароматизируют, но обрабатывают составами, отталкивающими грязь и воду. В коллекции Henderson есть фланелевые костюмы разного покроя — приталенные, свободные — все сшиты по технологии Half Canvas. В мужской моде это синоним деми-кютюра, то есть технология, объединяющая ручной и машинный пошив. Любую модель можно с помощью портных бренда быстро скорректировать с учетом особенностей фигуры — бесплатно подшить брюки, укоротить рукава.

Отцам и детям ДЫШАЩИЕ КРОССОВКИ И КУРТКИ GEOX

Натела Поцхверия



ИТАЛЬЯНСКАЯ компания одежды и обуви Geox относится к своим разработкам так же серьезно, как ученые к поиску вакцины от коронавируса. Ноу-хау марки защищают почти 40 патентов и 24 патентные заявки (а компании нет и 30 лет). Очередная новинка — легкий утеплитель из переработанного пластика EcologicWarm. Его использовали как наполнитель в верхней одежде. В продажу поступят три почти невесомые модели курток алого, синего и черного цветов из ткани с глянцевой фактурой. К подкладке пришиты ремни-ленты, которые позволяют носить куртку как рюкзак — удобно в путешествиях и в городе. Манипуляции минимальные — просто расстегнуть куртку и вынуть руки из рукавов.

Другая новинка сезона — коллекция кроссовок Phonica. Внешне они напоминают популярные в 1990-е модели, но сделаны из технологичного текстиля. Расцветки разные: есть черно-белые кроссовки, а есть более яркие со

вставками из кожи и замши. По замыслу дизайнеров марки эти кроссовки подростки будут носить на пару с отцами. Первые — чтобы быть «как папа», а вторые — чтобы примерить на себя сумасшедший и эклектичный стиль 1990-х. Перфорированная подошва и водонепроницаемая дышащая мембрана сохраняют тепло и сухость.

Напомним, что история компании Geox началась в 1992 году, когда основатель марки Марио Моретти Полегато, потомственный винодел, приехал на конференцию в жаркую Неваду и почувствовал, что ноги буквально плавятся в обуви. Тогда сеньор Полегато сделал в подошве несколько отверстий перочинным ножом и вздохнул с облегчением. Конференция виноделов закончилась, а работа над первой в мире дышащей обувью началась. Первый патент был получен на перфорированную резиновую подошву со встроенной мембраной, пропускаемой для водяного пара, но не для воды.

Кроссовки Geox Phonica





Форма комфорта

ПОЧЕМУ СТОИТ ШИТЬ КОСТЮМЫ НА ЗАКАЗ

Вопреки стереотипу, костюмы, сшитые на заказ, сегодня сопоставимы по стоимости с готовыми. При этом качество индивидуального пошива за счет премиальных европейских тканей и ручной работы потомственных мастеров зачастую гораздо выше. И, конечно, такие изделия отличает идеальная посадка. Как заказать свой костюм в Нижнем Новгороде, рассказывает управляющий салоном «Императорский портной» Нирадж Хемнани.

— Расскажите об истории «Императорского портного».

— Наша компания была основана в Москве более 30 лет назад моим дядей Сэмми Котвани. Он получил образование в одном из лучших индийских вузов — Институте шелка и шелкографии, продолжил образование в Лондоне и там же начал работать у портных, которые специализировались на изготовлении одежды на заказ. У него было много клиентов из разных стран, и один из них рекомендовал начать свое дело в России. Начало 1990-х, очень перспективное время. Сегодня «Императорский портной» — это большое семейное дело. У нас 14 филиалов в России, Украине, Казахстане. Все салоны объединены системно — то есть, если однажды вы заказали костюм у нас, в Нижнем Новгороде, и, например, переехали в Москву, снимать мерки снова не придется, все есть в базе данных.

— Принято считать, что костюм, сшитый на заказ, всегда дороже готового. Так ли это?

— Когда-то так и было, но не сейчас. Сегодня сшитый на заказ костюм сопоставим по стоимости с готовым. При этом качество костюма, пошитого индивидуально, гораздо выше, и главное его преимущество — в идеальной посадке. Ни один купленный в магазине костюм не подарит вам такого ощущения комфорта. В розничных сетях даже самых солидных брендов представлены изделия для сотен тысяч похожих людей, стандартные. Мы же шьем специально для вас.

— Кто сегодня заказывает костюмы индивидуального пошива?

— Если говорить о статусе, то среди наших клиентов есть высокопоставленные чиновники, даже государственные лидеры, влиятельные бизнесмены, известные артисты и спортсмены. А если мы говорим о типе фигуры, то заказать костюм может кто угодно — не только тот, кто не может подобрать размер, но и, например, тот, кого не устраивает выбор тканей, расцветок. Сколько моделей костюмов в магазине? Пять, десять? А в наших каталогах более 10 тыс. вариантов тканей, коллекции меняются каждый сезон.

— С какими тканями работаете?

— Наши поставщики — уважаемые европейские мануфактуры: Scabal, Loro Piana, Holland & Sherry, Ermenegildo Zegna, Charles Clayton, Dormeuil, Мохон. По многим брендам мы являемся эксклюзивными дистрибьюторами в России. Составы — исключительно натуральные: шерсть, шелк, кашемир, их сочетания. В зависимости от сезона мы предлагаем разную плотность полотна.

— Как рождается костюм в вашем салоне?

— Сначала мы определяемся с задачей: что и для какого случая нужно клиенту. Потом выбираем ткани, в том числе для подкладки — раньше она была однотонной, а сейчас очень модно, если она яркая, эффектная. Затем определяемся с фасоном. Многие думают, что классический костюм имеет один фасон, но это не так. Здесь масса нюансов: форма лацканов пиджака, форма и расположение карманов, ширина и длина брюк и так далее. И, наконец, снимаем мерки, их 36. Все эти данные отправляем на производство, у нашей компании есть фабрика в Англии. В Нижний готовый костюм приходит через четыре-пять недель. Подгонка требуется очень редко. Во время карантина наши постоянные клиенты, продолжавшие работать, заказывали костюмы по телефону, выбирая ткань по каталогам, которые мы отправляли онлайн.

— Сколько костюмов должно быть в гардеробе мужчины?

— Если мужчина не носит костюм ежедневно, достаточно двух костюмов — в синем и сером цветах. Почему не в черном? Черный костюм — для особых случаев, это отдельная история. А синий и серый — универсальные цвета, составляющие основу любого делового гардероба. Если же костюм — это ежедневная одежда, то их должно быть минимум пять, на каждый день недели. К каждому костюму полагаются две или три рубашки и два галстука.

— Что еще вы шьете на заказ?

— Все — сорочки, блейзеры, верхнюю одежду: пальто, кожаные или замшевые зимние куртки. На каждый предмет одежды, даже на носки, можно нанести вышитую монограмму владельца. В 2010 году в нашем ассортименте появилась обувь ручной работы, тоже на основе индивидуальных мерок. По ним мастер изготавливает макет, потом примерка и производство уже в коже.

— Есть ли у российских мужчин особые требования к костюмам?

— В России мужчины любят костюмы. Здесь много бизнесменов, которые умеют одеваться и знают цену материалам, качеству пошива. Как клиент российский мужчина не капризен, но точно знает, чего хочет. Если он пришел за костюмом в полоску, я не буду предлагать ему клетку. Я могу только посоветовать, подсказать, какой фасон и рисунок ткани подчеркнет его достоинства и скроет недостатки. Суважением, по-дружески — вне зависимости от его бюджета. В этом заключается моя работа: не просто продать любой костюм любыми средствами, но сделать так, чтобы клиент был доволен готовым изделием. Я знаю свое дело, поэтому все наши клиенты становятся постоянными и возвращаются снова и снова. Мы начали работу в Нижнем в 2012 году с небольшого офиса в гостинице «Ока», а уже в 2015-м открыли салон. Такого развития не было бы без доверия клиентов.

*Салон «Императорский портной»
ул. Рождественская, 41/6. Тел. (831) 211-32-14
Instagram @imperialtailoringnn*



Флакон льда

О ВОЗДУШНОМ АРОМАТЕ BVLGARI

Натела Поцхверия



В МОИХ ЗАПАХАХ НЕТ
НИКАКОГО ЧУДА, НО ЕСТЬ
ЧАСТИЧКА МОЕЙ ДУШИ.
Я ПРОСТО СТАРАЮСЬ
ВДОХНУТЬ В КАЖДЫЙ ИЗ НИХ
ЖИЗНЬ И ЛЮБОВЬ

В СЛОВАРЕ парфюмеров есть очень красивый термин — фужерный аромат. Так называют запахи с горчинкой, вызывающие в памяти лес после дождя, утреннее поле с каплями росы, свежескошенную траву, летний воздух перед надвигающейся грозой. Эти ассоциации для своего нового фужерного аромата Glacial Essence выбрал дом Bvlgari — название можно перевести как «эссенция льда» или «ледяная сущность». Он третий в коллекции мужских парфюмов, посвященных природе и стихиям. Первые два — недревесный Wood Essence и неовосточный Man in Black воплощали дерево и огонь соответственно.

Верхние ноты новинки заряжают свежестью: эссенция ягод можжевельника, экстракт имбиря, эссенция герани. В сердце аромата травянистые ноты: эссенция австралийского сандалового дерева, фиалковый корень и артемизия. В основе — древесные ноты: эссенция кедра, аккорд мускуса и clearwood (клирвуд — мягкая версия пачулей без земляной, кожаной или резиновой составляющей).

Аромат оставляет очень свежий шлейф. Как будто ты стоишь на вершине горы и вдыхаешь ледяной воздух.

Создал очередной ольфакторный шедевр для Bvlgari знаменитый испанский парфюмер Альберто Морильяс. «В моих запахах нет никакого чуда, но есть частичка моей души. Я просто стараюсь вдохнуть в каждый из них жизнь и любовь», — витиевато объясняет секрет успеха своих ароматов парфюмер. Гордиться есть чем — Морильяс буквально сунул свой нос в создание нескольких тысяч ароматов (чуть меньше 7 тыс.), и примерно треть из них —

мировые бестселлеры. Фирменным аккордам древесного мускуса нашлось место и в свежем Bvlgari man Glacial Essence. «Я часто сравниваю запахи с красками, и мне нравится, когда в аромате есть контраст, когда он одновременно бодрящий и холодный». Примечательно, что свои формулы Морильяс до сих пор записывает в блокнот разноцветными ручками. Для кли-

ентов, желающих иметь не только частный самолет, но и собственный неповторимый аромат, Морильяс готов собрать уникальную композицию в ателье Bespoke by Alberto Morillas в лондонском Harrods. Аромат на заказ готовится около года. Но зачем ждать так долго, когда Морильяс уже написал для Bvlgari идеальную формулу сильного мужчины?



Подмена понятий

РАСТИТЕЛЬНОЕ МОЛОКО ПРОТИВ ЖИВОТНОГО

Дарья Богомолова



В прошлом веке единственной альтернативой животному молоку было соевое, сегодня магазины предлагают кокосовое, миндальное, овсяное, рисовое, конопляное и льняное. Все они сильно отличаются друг от друга по вкусу и по-разному производятся. Не только к животному, но и к растительному молоку есть ряд вопросов, однако адепты этичного отношения к природе все чаще делают выбор в пользу последнего.

Коровье молоко и вода

Молочная промышленность наносит огромный ущерб экологии. По данным исследования, которое в 2018 году провели оксфордские ученые, углеродный след от производства одного стакана коровьего молока в три раза больше, чем от такого же объема его растительного аналога. Для выработки литра молока тратится 1 тыс. л воды. Не стоит забывать и про метан (такой же парниковый газ, как CO₂), который выделяют коровы: он в 23 раза сильнее, чем углекислый газ, выделяемый при нагревании атмосферы.

Соевое молоко, леса и пестициды

Соевое молоко — одно из самых высокобелковых. Кроме того, оно обогащено кальцием и витамином B12. Современные исследования показывают, что изофлавоны сои снижают риск развития рака. Есть исследования, подтверждающие высокое содержание гормонов в сое, но гормоны эти в небольшом количестве безвредны для здоровья. Куда хуже глифосат, используемый при выращивании сои. Многие ученые высказываются против этого гербицида и связывают его с развитием рака. Доказательств нет, но это как минимум вызывает вопросы. Еще более очевидная проблема — вырубание лесов вдоль Амазонки под плантации сои.

Миндальное молоко и пчелы

В среднем для одного миндального дерева требуется около 14,5 л воды, но, так как 80% мирового миндаля в настоящее время выращивается в засушливой Калифорнии, расход увеличивается.

Из-за спроса на миндаль производство растет с 2000-х годов: осваиваются новые площади, применяются пестициды, а в итоге исчезают пчелы. Только в 2018–2019 годах погибло 50 млрд пчел. В индустрии таких пчел называют коммерческими, предназначенными исключительно для опыления миндальных плантаций. Пчелы — важнейшие участники экосистемы, а без биоразнообразия в монокультуре они не выживают. Получается, что миндальное молоко совсем не веганское.

Кокосовое молоко и эксплуатация труда

Выращивание кокосовых пальм не требует большого количества воды, они растут на Шри-Ланке, в Таиланде, на Филиппинах и в Индонезии. В этом есть и минус: длительная транспортировка напрямую связана с выбросами углеродного газа. Также, согласно исследованию The New York Times, в период с 2007 по 2014 год леса в Индонезии вырубались со скоростью три акра в минуту, чтобы освободить место для кокосовых пальм.

Сбор кокосов — низкооплачиваемый труд: местные получают меньше доллара в день. А некоторые владельцы рощ и вовсе отказываются от людского труда, прибегая к помощи обезьян. Например, в Таиланде есть целые «школы» обучения свинохвостых макаков.

Рисовое молоко и вода

Рис — растение-рекордсмен по расходу воды: для выращивания 1 кг зерна требуется около 3 тыс. л. Вредят экологии и размножающиеся на рисовых полях бактерии, которые способствуют выбросу метана в атмосферу. Наконец, большое количество удобрений загрязняет водные пути.

Само рисовое молоко водянистое и недостаточно сбалансированное по составу, чтобы конкурировать с другими видами молока. Но это хорошая альтернатива для тех, у кого аллергия на орехи и непереносимость лактозы. Стоить лишь иметь в виду, что некоторые бренды включают в состав сахар, да и у самого риса высокий гликемический индекс.

Овсяное молоко и калории

Овсяное молоко оказывает самое низкое воздействие на окружающую среду: на выращивание овсу требуется в шесть раз меньше воды, чем миндалю: эта культура в основном выращивается как озимая зерновая и насыщается преимущественно дождевой влагой. Помимо прочего на получение 200 мл (стакана) овсяного молока приходится около 0,18 кг CO₂. Это немного больше, чем при изготовлении миндального молока, но меньше, чем при производстве соевого или коровьего.

Овсяное молоко недостаточно питательное, и некоторые производители добавляют в состав загустители и масла для улучшения текстуры. Именно поэтому его так часто используют для приготовления латте: такое молоко хорошо сбивается. По данным Bloomberg Business, продажи овсяного молока в США выросли в 6,5 раза с 2017 по 2019 год.

Конопляное, льняное молоко и новая ниша

Конопляное и льняное молоко пока относятся к нишевому сегменту. Они еще не получили широкого распространения: и конопля, и лен выращиваются ограниченно. Но семена обеих культур богаты белками и полезными жирами, поэтому в ближайшей перспективе могут стать очень популярными.

Конопля — выносливое растение, оно хорошо фильтрует углекислый газ и полностью пригодно для использования (например, для изготовления косметики), поэтому отходов производства практически не остается. В общем, со всей определенностью можно сказать только одно: растительное молоко — прекрасная альтернатива животному в плане экологичности. Какое именно выбирать — решать потребителю. Но в любом случае лучше остановить выбор на брендах, производящих органическую продукцию, частных фермерствах и хозяйствах, которые выступают за устойчивое развитие. Продукция международных марок будет маркирована значком Fair Trade.

Тонкое покрытие ТОНАЛЬНЫЕ КРЕМЫ

ХОРОШЕЕ тонирующее средство пригодится в любых обстоятельствах: если правильно подобрать текстуру и оттенок, его будет более чем достаточно для повседневного макияжа. «Лучше всего тональный крем тестировать на шее и при дневном освещении. Нужный оттенок должен сливаться с цветом вашей кожи. Совсем нежелательно тестировать тон на лице: кожа на шее может быть иного цвета, чем на лице, и тогда разница будет бросаться в глаза», — объясняет независимый визажист Сандра Истомина. Тонирующие средства с каждым годом становятся все более функциональными: увлажняют кожу, защищают от солнца, а главное — создают тонкое, едва заметное покрытие с эффектом «моя кожа, только лучше». Меняются текстуры и форматы. Например, Givenchy выпустил тональный бальзам, Valmont — крем-пудру, Dolce & Gabbana — свой первый кушон, а NARS — сияющий тональный бустер. В составах новинок — антиоксиданты, витамины и растительные экстракты.



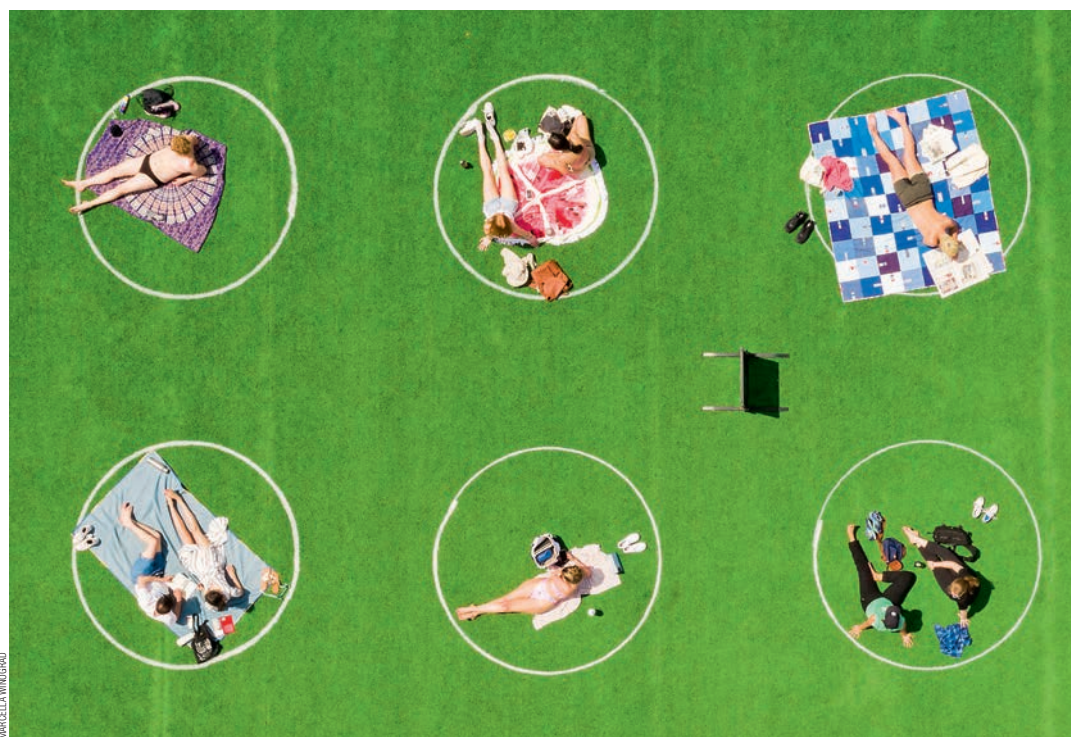
- 1 **Оттеночный флюид Milky Boost**, Clarins
- 2 **Кушон Preciouskin**, Dolce & Gabbana
- 3 **Увлажняющий тинт Phyto**, Sisley
- 4 **Консилер Forever**, Dior
- 5 **Компактная пудра Synchro Skin**, Shiseido
- 6 **Тонирующий бальзам Teint Couture**, Givenchy
- 7 **Тонирующий бустер Tinted Glow**, NARS
- 8 **Крем-пудра Perfection**, Valmont

Разделяй и здравствуй

ДИЗАЙНЕРЫ ПРОТИВ ПАНДЕМИИ

Марина Юшкевич

COVID-19 изменил нашу реальность, привнес в нее новые понятия: самоизоляция, социальная дистанция, средства индивидуальной защиты. В числе первых на изменения отреагировали дизайнеры, которые начали разрабатывать свои варианты борьбы с пандемией и размышляют о том, как обустроить жизнь после нее. Среди идей, рожденных в эпоху кризиса, есть серьезные и практичные, но также встречаются ироничные или эстетские, и это тоже важно: кризис не вечен.



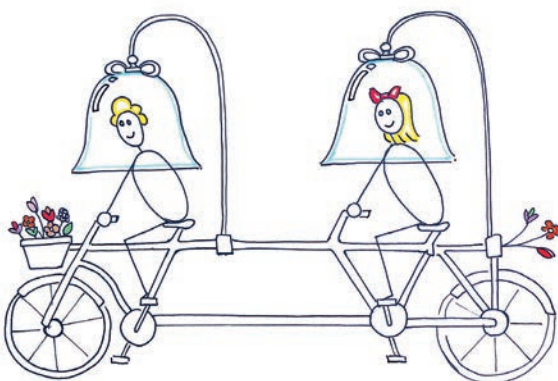
Круги в Dominopark

Парк Domino в Нью-Йорке открылся всего пару лет назад и благодаря расположению на берегу реки быстро стал самым популярным в Бруклине. Чтобы не лишать горожан любимого места отдыха, но помочь им соблюдать необходимую дистанцию, на газоне нарисовали 30 кругов диаметром 2,5 м на расстоянии 2 м друг от друга. Внутри окружности может одновременно находиться один человек или члены семьи, которые живут вместе. Вынужденное решение только украсило парк, ритм кругов на газоне сделал ландшафт необычным и по-своему впечатляющим. А кроме того, идея оказалась совсем не сложной в исполнении. «На все у нас ушло всего четыре часа работы и пара ведер известки», — сказали в администрации парка.

[dominopark.com](https://www.dominopark.com)

Рисунки Марселя Вандерса

Неунывающий даже в тяжелые времена голландский дизайнер Марсель Вандерс выбирает юмор и сейчас. Он публикует у себя в Instagram забавные рисунки о том, как наслаждаться жизнью в период пандемии: вручать подарки с помощью удочки, а ездить на велосипеде-тандеме — с персональным защитным куполом в виде колокольчика над головой. Иллюстрации поднимают настроение и пока, кажется, не претендуют на статус серьезных концептов.

<https://www.instagram.com/marcelwanders/>


CHRISTOPHE GERMIGNON STUDIO

Капсулы Plex'eat

Во многих странах, где пандемия идет на спад, постепенно вновь открываются кафе и рестораны, но практически везде — с условием соблюдения необходимой дистанции. Французский дизайнер Кристоф Гернигон предложил решать проблему с помощью персональных куполов из плексигласа. Они крепятся к потолку и словно колпаки накрывают каждого гостя, позволяя видеть собеседника во время ужина и общаться в полной безопасности. Защитные экраны уже запущены в производство, и кто знает, возможно, они станут привычной частью нашего нового будущего.

<https://www.christophegermignon.com/plex-eat>


FACTORY DESIGN



FACTORY DESIGN

Перегородки для самолетов

Один из самых насущных вопросов — как мы будем летать на самолетах, когда границы откроются, но риск заражения не исчезнет. Расстояния между креслами не дают ни малейших шансов сохранить безопасную дистанцию. Британская студия Factory design предлагает использовать по два сиденья в ряду из трех, а между ними размещать перегородки из прозрачного термопластика. В случае если летит семья, перегородку можно сместить на крайнее сиденье и находиться рядом, закрывшись от прохода.

www.factorydesign.co.uk



Теплицы Serres Separees

Ресторан при художественной галерее Mediamatic в Амстердаме выступил с концептуальной новинкой Serres Separees — «отдельных теплиц» для романтического ужина, которые позволяют посетителям ресторана избежать лишних контактов. Как это часто бывает, удачная идея — результат случайного совпадения. «Теплицы» купили задолго до пандемии для арт-проекта, а потом вспомнили про них в подходящий момент. Еще на стадии согласования с городом все столики были забронированы на месяц вперед. Позже примеру Mediamatic начали следовать рестораны во всем мире.

www.mediamatic.net

Инсталляция StoDistante

Добиться соблюдения социальной дистанции непросто на юге Европы — общительные итальянцы и испанцы привыкли по любому поводу собираться тесной компанией. Дизайнеры Caret Studio в качестве решения предложили инсталляцию StoDistante. На булыжниках площади Джотто в тосканском городке Виккьо нарисована квадратная сетка 1,8 x 1,8 м — именно на таком расстоянии просят держаться друг от друга власти Тосканы. Сетка не выглядит обыденной дорожной разметкой благодаря градиенту, он превращает StoDistante в произведение концептуального искусства. Если придерживаться дистанции, на площади снова можно собираться вместе, например, для занятий спортом на открытом воздухе. Caret Studio рассчитывает, что инсталляция появится и в других городах.

<https://caretstudio.eu/>



Кресло Cove от Foster+Partners

Считается, что и после того, как пандемия уйдет в прошлое, возможность уединиться и соблюдать дистанцию останется востребованной. И здесь пригодится мебель, образующая уютные защищенные коконы, — как, например, кресло Cove в форме полумесяца с высокой спинкой, которое Foster+Partners разработали для Poltrona Frau. Строго говоря, дизайну этого кресла уже пара лет, но именно сегодня он стал актуален как никогда. Есть шанс, что такого формата сиденья постепенно вытеснят привычные диванчики во всех местах ожидания — от салона красоты до бизнес-зала в аэропорте.

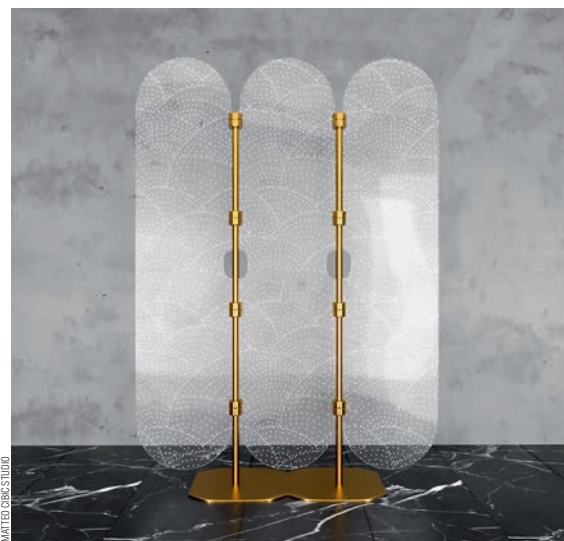
fosterandpartners.com



Парк-лабиринт Parc de la Distance

Одним из самых болезненных запретов в период карантина для многих стало закрытие парков: остаться весной без прогулок на природе почти невыносимо. Поэтому австрийская студия Precht разработала концепт парка, в основу которого легла идея социальной дистанции. Его так и назвали: Parc de la Distance. Ландшафт, построенный как закрученный спиралью лабиринт со множеством дорожек, разделен живыми изгородями шириной 90 см, которые должны создать безопасное расстояние между посетителями. Иногда они полностью скрыты растительностью, иногда видят друг друга, но в любом случае будут отделены преградой. В «мирное время» парк может выглядеть как аттракцион, а в условиях пандемии становится оптимальным местом для прогулок.

www.precht.at



Перегородки COV от Маттео Чибича

Молодой и ироничный Маттео Чибич отнесся к теме безопасной дистанции на редкость серьезно и придумал серию элегантных ширм, которую назвал COV. Ширмы из анодированного алюминия и плексигласа разработаны для FusinaLab и уже запущены в производство. Их можно использовать в кафе, салонах красоты и офисах, разные варианты дизайна позволяют выбрать соответствующий помещению стиль. «Никогда бы не подумал, что ширмы станут инструментом социального дистанцирования», — признался Чибич, который и до карантина всегда любил работать с этим предметом интерьера.

<https://www.matteocibicstudio.com/covid>



Ленд-арт «Вне кризиса»

Недавно на яркой траве альпийского склона в Швейцарии появилась огромная, видимая только с воздуха картина: смотрящая вдаль девочка окружена хороводом нарисованных мелом человечков. Работу под названием «Beyond Crisis» / «Вне кризиса» создал франко-швейцарский мастер ленд-арта Сайпе, который рисует прямо по траве красками из угля и мела. По замыслу художника она должна подбодрить всех, кто находится взаперти из-за пандемии коронавируса. Картина занимает площадь 3 тыс. кв. м, и полностью разглядеть ее можно только с помощью дрона.

www.saype-artiste.com



Цикл иллюстраций Minutes om Dedar

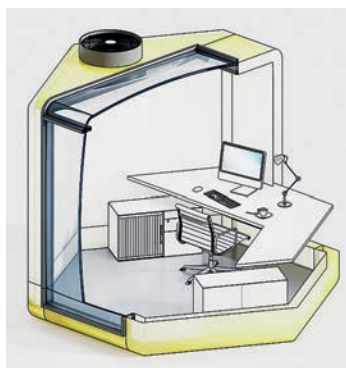
Пока многие размышляют о том, как изменится мир после пандемии, миланский текстильный бренд Dedar вспоминает, каким он был до нее, и надеется на скорое возвращение к привычным будням. В Instagram бренда по субботам и воскресеньям публикуются рисунки художественного дуэта Icinogi о простых, немного позабытых радостях: съездить на пикник, сходить в кино, отправиться в путешествие или музей. Элегантный арт-проект выходит довольно философским: он о том, что обычная жизнь со всем ее несовершенством, например муральями на пикнике, именно то, что нам всем сейчас нужно.

<https://www.instagram.com/dedarmilano/>

Офисы Q.workntine

Даже во время карантина часть компаний по всему миру была вынуждена продолжать работу в офисе. Египетский дизайнер и архитектор Мохамед Радван придумал офисный модуль Q.workntine, позволяющий обеспечить изоляцию сотрудников. Это шестигранный бокс с прозрачной дверью, которая открывается и закрывается бесконтактным способом, с окном верхнего света и вентиляцией с очисткой воздуха. Такой персональный мини-кабинет можно стыковать с другими секциями, а также объединять несколько модулей в один блок — для шефов и топ-менеджеров. Дизайнер уверяет, что с Q.workntine концентрация сотрудников на квадратный метр не изменится, а безопасность и гигиена возрастут в несколько раз.

<https://mradwan.net>



«Времена стульев»

Многие воспринимают самоизоляцию как отличное время для самообразования. Для них на время пандемии COVID-19 компания Vitra выложила в открытый доступ документальный фильм Хайнца Бютлера «Chair Times», «Времена стульев». Киноочерк позволяет полностью погрузиться в обозначенную тему: в нем показаны 125 моделей стульев из коллекции Vitra Design Museum, от XIX века до наших дней. Любовь к хорошему дизайну после просмотра гарантирована.

www.vitra.com/en-ca/page/chair-times





Мастер упаковки ДИЗАЙНЕРОМ ГОДА НАЗВАН ФРАНКЛИН АЗЗИ

Марина Волкова

Интерьер бутика
Jerome Dreyfuss в
Лондоне по проекту
Франклина Аззи



FRANKLIN AZZI ARCHITECTURE



NOUVEL LEZOM

Студия Franklin
Azzi Architecture
участвует
в разработке
проекта
реконструкции
парижской башни
Монпарнас

АВТОРИТЕТНОЕ жюри выставки Maison & Objet в Париже, одного из главных международных форумов в отрасли, объявило имя дизайнера 2020 года, который будет особо представлен в экспозиции нынешней осенью. Им стал выпускник Ecole Speciale d'Architecture и школы искусств Глазго 45-летний Франклин Аззи. Основатель бюро Franklin Azzi Architecture во 2-м округе Парижа, чьи проекты хорошо известны во Франции, он много строит в Азии и США, однако его имя не так на слуху, как, например, Жана Нувеля. Такое упущение решили исправить организаторы Maison & Objet — звание дизайнера года сразу же привлекло к архитектору всеобщее внимание. На сентябрьской сессии выставки этот титул достается как раз не предметному дизайнеру, а интерьерному — мастеру работы с пространством. Франклин Аззи покажет свою инсталляцию на злобу дня — «Живые картины», в которых будет представлено ретроспектива офисов прошлого в фотографиях и кадрах из фильмов. Как сообщает автор, иммерсивная презентация позволит увидеть возможные варианты развития офисного пространства в новых условиях реальности, которые принесла пандемия.

По меркам большой архитектуры Аззи еще молод, и внешне этот художавый француз с высоким лбом, в очках и аскетичном пуловере больше похож на студента философского факультета, чем на звезду мирового масштаба. А между тем у него обширная практика, охватывающая и коммерческий сектор (гостиницы, бутики модных марок), и мощные градостроительные проекты. В Париже он построил несколько офисных башен, жилых комплексов, а также по заказу мэрии переделал в променад бывшую автомагистраль — целый кусок набережной Сены (территориально между музеями Орсе и Бранли). Бюро Аззи участвует в тендерах на знаковые постройки. Так, к середине лета на крыше универмага Galeries Lafayette появится бар по его проекту. Речная конструкция, которая послужит обрамлением для эффектных видов на центр города, напоминает курортные павильоны. И, конечно, особая гордость Аззи — участие в проекте реконструкции башни Монпарнас. Первый парижский небоскреб, возведенный в начале 1970-х, давно требует переделки. Реновация одного из главных городских ориентиров, безусловно, станет для французской столицы стройкой века. На ней заняты пять архитектурных фирм, включая бюро Аззи. Он намерен надеть на бетонный столб башни стеклянный кокон и сколь возможно озеленить его. К тому же здание переоборудуют по новым стандартам энергопотребления и прочих ресурсных затрат. Работы планируют завершить к 2024 году.

Аззи признается, что не любит носить. Как многие архитекторы, он начинал с небольших зака-



USO BUREAU

зов: временное оформление для бутика в Токио, еще один бутик в Париже... и даже стриптиз-клуб. Но его подлинным призванием стала реконструкция промышленных объектов. Он с легкостью превращает заброшенные железнодорожные станции и фабрики в выставочные и рекреационные пространства. Так, самый известный проект Аззи, выдвинувший его в первые ряды французских архитекторов современности, — реконструкция бывших фабричных складов в Нанте под Школу искусств. Аззи сохранил все металлоконструкции, но ликвидировал кирпичные стены. Вместо них он создал для здания прозрачную оболочку, а внутри выстроил своего рода город, с центральной улицей протяженностью с квартал и множеством «упакованных» друг в друга помещений, которые занимают аудитории и мастерские. Аззи удалось добиться главного, он говорит: «Художникам нужно прежде всего хорошее освещение». Приоритетной задачей своей архитектуры Аззи видит функциональность, и в отношении стиля он приверженец минимализма: беря фасад, работает лишь с ритмом, заданным остеклением, строит интерьер на ритме плоскостей. Работать над интерьерами ему помогает арт-директор бюро Нозми Годдар. Он же признается,



ISABEL MARANT

Бутик Isabel Marant
в Лос-Анджелесе

Перестроенная из
складских зданий
Школа изящных
искусств в Нанте

что охотнее всего проводит дни в лаборатории параметрического дизайна, оборудованной по последнему слову техники. Бюро, что неудивительно, также базируется на бывшем складе, который Франклин Аззи превратил в

просторный офис. Сейчас его команда насчитывает сорок человек, помимо архитекторов среди них есть историки искусства и графические дизайнеры.

Опытов в предметном дизайне у Франклина Аззи немного. Он шутит, что всего-то спроектировал дверную ручку. Интерес представляют его работы для швейцарской марки Vitra: для благотворительных аукционов, в которых участвует компания, Аззи (и тут!) «переупаковал» несколько знаменитых предметов дизайна, которые выпускает марка. Он также сделал серию предметов интерьера (своего рода посвящение модернизму в лице Пьера Жаннера) для нишевой линии вещей для дома от модного бренда Isabel Marant, с которым многие годы сотрудничает как главный архитектор бутиков марки по всему миру, от Лос-Анджелеса до Бейрута. У Аззи есть свой пул проектов класса люкс: он работает на отельеров в Дубае, занимается гостиничным проектом Chateau Rothschild и строит демонстрационный зал на винокурнях Ruinart. Среди проектов бюро есть даже коворкинг премиум-класса. Безусловно, 45-летний Аззи принадлежит к плеяде новых творцов, у которых есть амбиции в отношении облика новой Франции.

www.franklinazzi.fr

Изобретатель серебра

190-ЛЕТИЕ CHRISTOFLE

Антонина Плахина



Посеребрение Christofle — 80 микрон, это значит, что такая посуда способна прослужить более 60 лет

ОДИН из самых знаменитых в мире производителей столового серебра отмечает в этом году 190-летие. Молодой парижский ювелир Шарль Кристофль, чье имя носит компания, был одним из основателей небольшой ювелирной мастерской. Он не стал ограничиваться только ювелирными украшениями, расширив производство до аксессуаров для сервировки и декора стола. Поворотным моментом, определившим судьбу предприятия, стала революционная технология. Кристофль интересовался новейшими достижениями науки и первым во Франции освоил технологию гальванопластического золочения и серебрения. Это позволило открыть массовое производство, в то же время не нанося ущерба художественной ценности изделий.

С самого начала мануфактура регулярно участвовала в многочисленных выставках и ярмарках, неизменно получая награды. В 1855 году на Всемирной выставке в Париже можно было увидеть, насколько расширился ассортимент Christofle: здесь были представ-

лены статуэтки людей и животных, сервизы и разнообразный декор. Все предметы, выполненные на высоком художественном уровне, были выставлены в центральном павильоне на 40-метровом столе. Компания была удостоена сразу двух медалей, многие спешили заказать ее изделия, в том числе Наполеон III. Часть той экспозиции сегодня можно увидеть в Музее декоративного искусства в Париже. В 1854 году Christofle открывает новый завод в немецком Карлсруэ. Это позволяет компании выйти на рынки Германии, Австро-Венгрии и России. Когда город в 1857 году решает сделать подарок принцессе баденской Цецилии (в православии Ольге Федоровне) по случаю ее брака с великим князем Михаилом



Подсвечник Jardin d'Eden, дизайн Марселя Вандерса



Набор Mood Party для сервировки закусок на шесть персон

Скульптура Panther, коллаборация Christofle с Ришаром Орлински



Николаевичем, изготовить его поручается мастерам Christofle. Аллегорическое творение немецкого скульптора Байдера, представляющее принца, который уносит на своем коне принцессу, было выполнено методом гальванического серебрения. В 1862 году



Поднос из коллекции Constellation, дизайн студии Nendo. Узор напоминает о цветении сакуры



Лимитированная версия набора столовых приборов Mood от музыканта Фаррелла Уильямса и шеф-повара Жана Имбера



Шкатулка из коллекции Perles, ручка из обсидиана, изнутри обита замшей



Скульптура King Kong, коллаборация Christofle с Ришаром Орлински

Christofle сегодня сотрудничает с художниками, дизайнерами и скульпторами, выпуская коллекции ограниченными сериями. Все изделия сделаны вручную



В работе над историческими репликами мастера используют инструменты и техники, применявшиеся почти 180 лет назад



скульптура экспонировалась на Всемирной выставке в Лондоне. Затем последовали другие «русские» заказы. В XX веке столовые приборы, посуду и аксессуары бренда Christofle используют для сервировки в барах и ресторанах пятизвездных трансатлантических лайнеров, таких как легендарная «Нормандия», люксовых поездов, например Восточного экспресса, роскошных отелей, среди которых парижский «Ритц». Сегодня Christofle — официальный поставщик Французской Республики. Это значит, что изделия с клеймом бренда можно видеть в Елисейском дворце, Палате депутатов, в Сенате, во всех французских посольствах, а также в первом и бизнес-классах лайнеров Airfrance. С 1970 года и по сей день Christofle выпускает все свои изделия на мануфактуре в Нормандии в местечке Яэнвиль, где трудятся лучшие мастера Франции — всего около 170 сотрудников.

В марте 2018 года первым лицом в руководстве компании впервые в истории бренда стала женщина — CEO Натали Реми, до этого момента работавшая в McKinsey & Co. Она привнесла много изменений, которые коснулись даже логотипа и герба компании, а также фирменного цвета: теперь вместо серебристого он стал эксклюзивным оттенком зеленого Christofle green. В то же время, продолжая традиции бренда, новый руководитель ориентируется на сотрудничество со знаменитыми дизайнерами, скульпторами, художниками, чьи коллекции выпускаются ограниченными тиражами. С компанией успешно работали Андре Путман, Марсель Вандерс, Ора-Ито, Карим Рашид, Карл Лагерфельд. Среди недавних примеров такого партнерства — коллекция фигурок животных скульптора Ришара Орлински. Примечательна также коллаборация американского продюсера и музыканта Фарелла Уильямса с обладателем

звезды Michelin шеф-поваром Жаном Имбером, которые предложили свою версию популярной коллекции Mood, а также Mood Coffee.

Christofle традиционно не забывает и своих клиентов из России, выпуская лимитированные тематические линии. В частности, были выполнены специальные версии коллекции MOOD Skyline, посвященные Москве и Петербургу. Московская часть представлена 125 экземплярами, петербургская — 25. Московские наборы оформлены гравировками силуэтов Кремля, Большого театра, ЦУМа, небоскребов «Москва-Сити» и основного здания МГУ. Для Петербурга гравировка включает силуэты Петропавловской крепости, Казанского и Исаакиевского соборов, Медного всадника, храма Спаса-на-Крови, Адмиралтейства, Эрмитажа и разводных мостов.

www.christofle.com, www.tsum.ru

Космос вокруг ПОЛНОКУПОЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ В НИЖЕГОРОДСКОМ ПЛАНЕТАРИИ



ПЛАНЕТАРИЙ — ОДНО ИЗ НЕМНОГИХ МЕСТ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ, КУДА МОЖНО ОТПРАВИТЬСЯ ВМЕСТЕ СО ШКОЛЬНИКАМИ, ЧТОБЫ НЕ ТОЛЬКО РАЗВЛЕЧЬСЯ, НО И ПРОВЕСТИ ВРЕМЯ С ПОЛЬЗОЙ. КРОМЕ ЭКСКУРСИЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ НА КРЫШЕ, ПРЯМО ПОД ЗВЕЗДНЫМ НЕБОМ), НАБЛЮДЕНИЙ В ТЕЛЕСКОП И СЕАНСОВ НА КОСМИЧЕСКОМ ТРЕНАЖЕРЕ В ПЛАНЕТАРИИ ЕСТЬ ПОКАЗЫ ПОЛНОКУПОЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ О ВСЕЛЕННОЙ.

КУПОЛ Нижегородского планетария — один из самых больших в стране, 16-метровый. Трансляцию на него изображения обеспечивает шестипроекторная цифровая система (в свое время она была первой в стране), за объемный звук отвечает мощная акустическая установка. Благодаря круговому обзору, создается эффект полного погружения в видеопространство. В планетарии показывают как собственные полнокупольные программы, так и зарубежные фильмы, предоставленные прокатчиками.



«Фантом Вселенной. В поисках темной материи»

Фильм об исследованиях самого таинственного вещества во Вселенной: от возникновения во время Большого взрыва до будущих открытий благодаря Большому адронному коллайдеру. Роль

темной материи в формировании галактик и даже нас самих, ее влияние на движения звезд и галактик — в захватывающем путешествии сквозь пространство и время. Какие эксперименты проводятся в подземных научных лабораториях, в Европейском центре ядерных исследований и почему ученые со всего мира объединились, чтобы «выследить» компоненты темной материи? Фильм удостоен награды Международного фестиваля полнокупольных фильмов за выдающееся инновационное производство.

Производство: Национальная лаборатория им. Лоуренса в Беркли, Университет Техаса в Арлингтоне, Университет штата Мичиган, а также Институт физики элементарных частиц Валенси. США, Испания, 2017

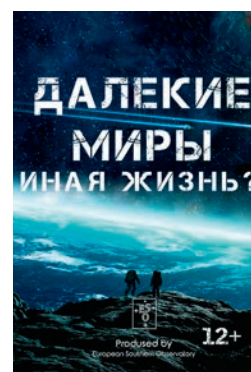
Продолжительность сеанса: 40 мин.

Стоимость билета: 300 руб.

Возрастное ограничение: 12+

«Далекie миры. Иная жизнь?»

Захватывающая попытка ответить на один из самых значимых вопросов человечества: «Одиноки ли мы во Вселенной?». Последние технологические достижения позволяют



астрономам регулярно открывать планеты, вращающиеся вокруг других звезд, так называемые «экзопланеты». Могут ли некоторые из них находиться в схожих с Землей условиях и даже иметь формы жизни? Как может выглядеть жизнь в этих далеких мирах? Каковы

шансы встретить разумную жизнь и как ее обнаружить? В фильме рассматриваются условия, необходимые для жизни, как на планетах и их спутниках в нашей Солнечной системе, так и на некоторых недавно обнаруженных экзопланетах, расположенных около других звезд Млечного Пути.

Производство: консорциум планетариев в Мюнстере, Бохуме, Киле, Мангейме, Оснабрюке и Вольфсбурге. Германия, 2019

Продолжительность сеанса: 53 мин.

Стоимость билета: 300 руб.

Возрастное ограничение: 12+



«Два стеклышка: удивительный телескоп»

Впечатляющая история о том, как 400 лет назад небольшая настройка подзорной трубы открыла людям бесконечную и полную загадок Вселенную. Кроме рассказа о создании телескопа, принципах его работы и выдающихся открытиях, в фильме есть кадры из крупнейших современных обсерваторий мира. Фильм создан в рамках Международного года астрономии-2009 при финансировании Национального научного фонда США (NSF). Важный нюанс: саундтрек исполняет Лондонский симфонический оркестр.

Производство: Imiloa Astronomy Center, Interstellar Studios, Carnegie Science Center. США, 2009
Продолжительность сеанса: 45 мин.
Стоимость билета: 300 руб.
Возрастное ограничение: 12+



«В глубины Вселенной»

Путешествие сквозь пространство и время в глубины космического познания: от теорий древнегреческих и средневековых астрономов до возможностей огромных современных телескопов. Компьютерные технологии позволят

ощутить мощь пылающего Солнца и побывать в различных уголках Солнечной системы, перенестись в колыбели звезд и даже за пределы Млечного Пути.

Производство: European Southern Observatory — ESO Supernova Planetarium. Германия, 2015
Продолжительность сеанса: 45 мин.
Стоимость: 300 руб.
Возрастное ограничение: 12+



«Рассвет космической эры»

Историческая реконструкция развития космонавтики в XX веке. Как запускали первый советский космический спутник? А Международную космическую станцию? Кто были те смельчаки, бросившие вызов смертельной опасности и отправившиеся в неизведанное космическое пространство? Каковы перспективы развития космонавтики в современном мире?

Производство: Mirage3D. Нидерланды, 2008
Продолжительность сеанса: 45 мин.
Стоимость билета: 300 руб.
Возрастное ограничение: 12+

Ближе к звездам ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ В ПЛАНЕТАРИИ



Нижегородский планетарий имени Г. М. Гречко в свое время первым в России освоил цифровые технологии для демонстрации звездного неба. Какие образовательные и технические возможности есть у планетария сегодня, рассказывают его директор Галина Муромцева и заведующий сектором методической работы Николай Лапин.

Как сегодня оснащен планетарий?

Галина Муромцева: Большой звездный зал с цифровой проекцией, открывшийся в 2007 году, был первым в России. А в зале «Астрономия» у нас установлен еще один редкий прибор — оптико-механический аппарат производства знаменитой фирмы Carl Zeiss. Он позволяет демонстрировать на куполе очень реалистичную картину звездного неба. Еще один интересный прибор в нашем планетарии — тренажер-кабина корабля «Союз». Это не макет и не аттракцион, а настоящий тренажер, на котором отрабатывают навыки управления кораблем и стыковки с МКС. Ручки нашего тренажера, кстати, сняты с настоящего корабля, побывавшего в космосе. И, конечно, у нас есть различные телескопы, в том числе 16-дюймовый телескоп системы Ньютона на автоматической монтировке Добсона. Подобных больших инструментов, доступных широкой публике, в нашем городе нет. Одним из любимых и эффектных объектов для наблюдения у нас всегда была Луна. Наш инструментарий позволяет наблюдать ее в разных фазах и рассматривать детали рельефа. Смотрим и на планеты — у Юпитера видны полосы в атмосфере и четыре Галилеевых спутника, у Сатурна различаются кольца, Венера предстает в виде серпа, а у Марса хорошо виден диск. Особенно красиво в телескоп выглядят звездные скопления: шаровые и рассеянные.

Кто занимается производством фильмов для полнокупольных программ?

Г.М.: После того, как в 2005 году планетарий переехал в новое, специально для него построенное здание, было принято решение, что здесь будет собственный отдел производства. Конечно, мы не тянем на звание киностудии, но по одному фильму в год стараемся выпускать. Особенно это актуально для наших мобильных планетариев, оборудованных на базе микроавтобусов, которые ездят по районам области. Они оснащены хорошей аппаратурой, позволяющей в высоком качестве транслировать эти фильмы. Но основная наша задача в таких поездках — это лекции. Мы стараемся организовать интеллектуальный досуг. Это очень важно. Народ по такому отдыху очень истосковался, и в этом мы видим свою главную миссию.

Как проходят занятия в астрокосмическом центре «Притяжение»? Кто туда ходит и насколько вообще популярны такие занятия?

Г.М.: АКЦ «Притяжение» работает в планетарии с 2008 года, в нем занимаются школьники с 1 по 11 класс. В начале работы АКЦ его посещали 40–50 человек. Сейчас в «Притяжении» занимаются уже порядка 150 детей. Некоторые из них ходят в центр годами. Занятия проходят в малых залах, при этом используются различные формы работы: беседы, лекции, практические задания, командные интеллектуальные игры, работа с про-



ектором-планетарием, занятия на тренажере, наблюдения в телескопы. Ребята изучают звездное небо в зале «Астрономия», решают задачи, готовятся к олимпиадам. **Николай Лапин:** Изначально у нас не было задачи готовить олимпиадников. Просто было желание популяризировать астрономию. Принимали всех, начиная с первого класса, не ждали, когда ребенок пойдет в седьмой и у него астрономия появится в школьной программе. И так получилось, что из наших стен вышли уже три победителя всероссийских олимпиад.

Вы же еще свои олимпиады по астрономии и космонавтике проводите?

Н.Л.: Проводим, в заочной форме. Принять участие в нашей олимпиаде может любая желающая. В начале февраля задачи появляются в открытом доступе и до 12 апреля у участников есть время на решение. Единственно верного решения, кстати, может и не быть — задачи больше заточены на то, чтобы участники олимпиады могли найти какую-то новую информацию, покопаться и узнать что-то, о чем раньше не знали. После этого в мае мы оглашаем результаты и собираем победителей у нас в планетарии для торжественного награждения. **Г.М.:** Некоторые наши сегодняшние лекторы буквально «выросли» на таких олимпиадах, и это даже определило для них выбор профессии. Теперь они сами придумывают увлекательные задания для ребят. В наших заданиях мы стараемся синтезировать знания из разных областей: не только астрономии и космонавтики, но и искусства, литературы, архитектуры. Например, у нас были задания, связанные с текстом книги про Гарри Поттера и с окулосом римского Пантеона. Есть задачи в стихах, с отрывками из интересных книг, расчетные задания. Но самое интересное — задания практические. Ребята сами наблюдают за астрономическими объектами и явлениями, описывают процесс, делают рисунки, фото и расчеты.

В планетарии существует еще и астронавигационный центр «Компас»? Чем он занимается?

Г.М.: Мы решили организовать кружок, в котором дети могли бы изучать основы морской навигации, научиться ориентироваться по звездному небу, как наши предки. Дети учатся, как читать карты, проложить маршрут и многому другому. Пока практические занятия проводим прямо на берегу у планетария, но есть желание организовать настоящий речной поход на лодках, где можно будет в реальной ситуации использовать полученные знания.

В холле планетария стоят стенды с космическим питанием. Насколько оно популярно?

Н.Л.: Популярно, особенно у иногородних туристов. В первую очередь приобретают питание с подогревом, борщ, творог. Правда, нужно уточнить: в таком виде питание космонавты уже давно не используют. То, что стоит у нас на стендах, это скорее дань прошлому, память о временах Юрия Гагарина и первых длительных космических полетах, когда вся еда действительно была в тюбиках. Сейчас на орбите ничего такого не едят. Часть еды идет в виде сухих порошков, часть — в банках, похожих на консервные.

Беседовал Андрей Репин

Почитать и полетать ОТПРАВЛЯЕМСЯ В ПУТЕШЕСТВИЕ, НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

Людмила Аристова

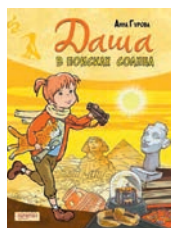


«Волшебная книга динозавров. Путешествие в Юрский период»

Анастасия Галкина
(3–6 лет)

ОДНА ИЗ КНИГ серии «В гостях у динозавров» — о приключениях Риты и Никиты в доисторическом мире. Приключения начинаются, когда ребята попадают в волшебную книгу, которая переносит их в мир динозавров. Дружелюбные брахиозавры, малыши-диплодок, гигантские аллозавры — здесь все по-настоящему, но без перегруженности деталями. Легкий слог, яркие иллюстрации и доступные научные факты — то, что нужно, трехлетним любителям динозавров. А в конце — мини-энциклопедия с информацией о каждом из видов.

Иллюстрации: Екатерина Ладатко
Издательство: Clever, 2019

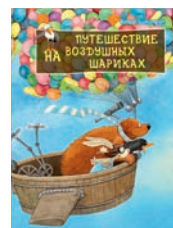


«Даша в поисках солнца»

Анна Гурова
(6–12 лет)

ЗАХВАТЫВАЮЩАЯ история открывает серию книг о путешествиях во времени по мифам и легендам разных стран. Девочка Даша в Эрмитаже случайно выпускает на волю египетского злого бога Апопа, который всегда мечтал проглотить солнце и наконец сделал это. Чтобы спасти солнце, Даша отправляется в миф Древнего Египта, где встречается с древними богами и мумиями, разгадывает загадки и проходит разные испытания на смелость. Такие детективные сюжеты — отличная возможность увлечь ребенка мировой мифологией. В других книгах серии Даша пройдет лабиринт Минотавра, встретится с викингами и побывает за столом короля Артура.

Иллюстрации: Анна Ходыревская
Издательство: «Качели», 2020

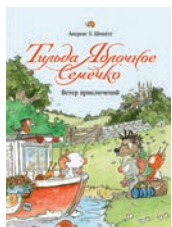


«Путешествие на воздушных шариках»

Антъе Бонштедт
(3–6 лет)

ОСТРОСЮЖЕТНОЕ воздушное приключение от автора книжки «Дружить — это весело!», в которой заяц Потеша, пингвин Дока и медведь Лапа, что живут в старом вагончике на лесной опушке, учатся дружить и делиться. Новая сказка — еще один повод поговорить с детьми о дружбе, взаимовыручке и работе в команде. Лесные друзья планируют путешествие на летучем корабле, который придумал изобретательный Дока, — в корзинке с воздушными шариками. Но веселый заяц решает отправиться в полет самостоятельно, и Дока с Лапой еле успевают спасти незадачливого пилота... Крушение, незнакомый остров, волк и скунс — впереди много всего интересного.

Иллюстрации: Антъе Бонштедт
Перевод: Галина Эрли
Издательство: «Энас-Книга», 2017



«Тильда Яблочное Семечко. Ветер приключений»

Андреас Х. Шмахтл
(3–6 лет)

НОВАЯ ИСТОРИЯ о мышке Тильде и ее друзьях: ежике Руперте, белке Эдне, Улитике и серой мышке Молли. Если вы еще не знакомы, то можно начать с любой сказки: в серии уже вышли несколько книг. А на этот раз зверята все вместе отправляются в путешествие на старой лодке «Шиповник». Это простая, добрая, но захватывающая история: лодка едва не садится на мель, бельчата убегают в лес, путь преграждает бобровая плотина... Но ни одно из этих происшествий не расстраивает команду «Шиповника». Даже проливной дождь не испортит настроение — ведь это прекрасная возможность провести на лодке генеральную уборку. И, конечно, какое приключение без поисков сокровищ по таинственной карте! Книжка удобно сделана для совместного чтения вслух: слева текст, справа — большая иллюстрация, которую малыши могут рассматривать, пока слушают. При этом история о путешествии поделена на 12 небольших глав — удобно читать перед сном.

Иллюстрации: Андреас Х. Шмахтл
Перевод: Анна Торгашина
Издательство: «Манн, Иванов и Фербер», 2020



«Линдберг. Невзоятные приключения летающего мышонка»

Торбен Кульманн
(6–12 лет)

ЭТА ИСТОРИЯ про мышонка, который любит пропадать в библиотеках, — дипломный проект графического дизайнера Торбена Кульманна. С этой книжки-картинки началась серия книг с атмосферными иллюстрациями, ради которых издания Кульманна покупают не только для чтения детям, но и для собственного эстетического удовольствия. Официально истории про мышонка рекомендованы школьникам, но впечатляют и тех, кто помладше. Книжки очень кинематографичны, как и сам сюжет: однажды мышонки замечают, что мышей в городе почти не осталось — все разбежались подальше от голодных кошек, хищных сов и зловещих мышеловок. Искать сородичей отважный мышонки решает в Америке, а для этого надо пересечь Атлантический океан — и не просто так, а на настоящем самодельном самолете с широкими крыльями и паровым мотором. Для увлеченных романтикой воздухоплавания в книжке есть краткая история покорения человеком воздушного пространства.

Иллюстрации: Торбен Кульманн
Перевод: Татьяна Зборовская
Издательство: «Поляндрия», 2019



«А дома лучше!»

Ютта Лангройтер
(3–6 лет)

А ЭТО «ПРИКЛЮЧЕНИЕ» — из тех, что в детстве переживал каждый, кто решался уйти из дома, обидевшись на родителей. Зайчик Джоси поссорился со своей мамой зайчихой. «Самая противная мама на свете» все время заставляла его заниматься уборкой, мыться по утрам и делать зарядку. Джоси подумал, что у друзей будет гораздо лучше — и ушел из дома. Путешествуя по лесным домикам (они, кстати, детально прорисованы, их хочется разглядывать), зайчонок быстро понимает, что в гостях все иначе и ужасно не хватает маминого тепла и ласки. Эта история — урок не только для таких же малолетних зайцев, но и для мам: когда Джоси заявил о своем решении, мудрая зайчиха, не задрожав усами, только спокойно уточнила, где именно зайчик собирается жить. А потом просто ждала возвращения блудного сына.

Иллюстрации: Штефани Дале
Перевод: Владимир Фербинов
Издательство: «Поляндрия», 2018

«Светское воспитание придает блеск, который выделяет ребенка из толпы его сверстников»

КАК И ЗАЧЕМ УЧИТЬ ДЕТЕЙ ЭТИКЕТУ

В Нижнем Новгороде появились курсы хороших манер для детей. О том, как проходили первые занятия, рассказывает создательница курса — специалист по светскому и деловому этикету, выпускница лондонской школы этикета и протокола The English Manner Анастасия Киреева.

— Какие задачи вы ставили перед собой, создавая курс европейского этикета для детей?

— Моей задачей минимум было сформировать у детей понимание хороших манер и пользы от обладания ими. Задача максимум заключалась в подготовке детей к успешному взаимодействию в обществе и выработке уверенности в своих поступках в различных жизненных ситуациях. Надеюсь, если даже задачи не были полностью решены, то благоприятный фундамент для дальнейшего изучения этикета был заложен прочно.

— На какой возраст рассчитан курс?

— Курс «Европейский этикет. Базовый курс» был рассчитан на младших школьников, ребят 7–10 лет — это как раз тот возраст, когда интерес и любопытство уже удачно сочетаются с умением внимательно слушать и воспринимать новую информацию.

— Детская аудитория действительно самая любознательная, но в то же время наименее усидчивая и дисциплинированная — в любом возрасте. Как проходили ваши занятия?

— Все занятия проходили в игровой форме — свободно, без напряжения, так, что дети сами приходили к правильному паттерну поведения. Я показывала фото и видео с различными этикетными кейсами, мы вместе их обсуждали,



после чего дети сами вырабатывали собственное мнение на те или иные жизненные ситуации. Занятия проходили в отеле Sheraton, и его сотрудники любезно помогли участникам курса потренироваться и отработать полученные знания в непосредственном общении. Посещение ресторана и общественных зон отеля стали отличными практическими уроками для детей.

— Что из курса больше всего понравилось детям?

— Дети были в восторге от практического занятия «Этикет путешествий». Экскурсия по отелю, интересные особенности из жизни отеля и его сотрудников, культура общения «персонал-гость» — все это захватывало дух у детей. Также дети вышли счастливые с занятия «Столовый этикет. Afternoon tea», где мы воспроизвели традиционное английское чаепитие, поговорили о хороших манерах за столом, научились вести себя во время чаепития и употребления различных закусок. Естественно, дети были особенно благодарны за сладости, подаваемые к чаю.

— Какие темы курса дались детям не так легко?

— Ожидаемо сложной была тема дресс-кодов: далеко не все взрослые люди в ней хорошо ориентируются и умеют правильно трактовать и формировать тот или иной дресс-код. Однако к концу занятия дети уже достаточно уверенно распределяли наряды на различные мероприятия — от похода в школу до светского бала. Главное, что мы вынесли с занятия «Этикет в одежде и дресс-коды», — критерий уместности играет ключевую роль при выборе наряда.

— Было ли понимание у детей, чему они учатся и зачем? Ведь тема этикета и работа над манерами далеко не всеми воспринимается и оценивается как нечто обязательное в современном мире.

— Скажу так: детей ко мне привели родители, которые прекрасно осознают, что светское воспитание, хорошие манеры и понимание пра-

МОЕЙ ЗАДАЧЕЙ МИНИМУМ БЫЛО СФОРМИРОВАТЬ У ДЕТЕЙ ПОНИМАНИЕ ХОРОШИХ МАНЕР И ПОЛЬЗЫ ОТ ОБЛАДАНИЯ ИМИ

вил уважительного общения между людьми так же важны, как и знания иностранного языка и математики. Поэтому дети на подсознательном уровне понимали, что им дают знания, полезные для жизни, что так, а не иначе, вести себя в какой-либо ситуации правильно и хорошо, а есть также еще и недостойное поведение. Детям очень нравилось вести себя, как истинные леди и джентльмены.

— Будете ли проводить еще подобные курсы?

— Несмотря на то, что работа в направлении этикета и светского воспитания с детьми довольно непростая — в силу раннего возраста сложно понять все преимущества такого образования, я обязательно продолжу вести курсы по этикету для детей разных возрастов. И, конечно же, буду продолжать проводить мероприятия для взрослых, так как, что бы я ни говорила детям на занятиях, какие бы великосветские манеры им ни демонстрировала, если дома делают не так, то эффективность от этих занятий может сводиться к нулю. К сожалению, светское воспитание детей сегодня — это такая же роскошь, как отсутствие зависимости от соцсетей и чужого мнения. Но, благо, с каждым разом все больше и больше взрослых людей интересуются вопросами имиджа и этикета, понимая, что управлять впечатлением о себе и уметь выстраивать эффективную коммуникацию в светской и деловой средах — совсем не лишний навык.

Instagram @anastasia_etiquette
www.upclass.ru



52 рестораны

Начать с себя в Нижнем Новгороде открылся первый ресторан концепции ZERO WASTE



ЕКАТЕРИНА БАЛАНДИНА

Локальные продукты, натуральные составы, философия zero waste («ноль отходов») — все эти тренды европейского ресторанного рынка, наконец, пришли и в Россию. В Нижнем Новгороде первопроходцами этого пути стали основатели нового ресторана Red Wall. Пока в городе это единственное место, где все принципы осознанного и безопасного для планеты питания начали воплощать со всей серьезностью и педантичностью. О том, как обойтись на кухне без пластика, где искать честных поставщиков и реально ли разделить лосося без отходов, мы поговорили с командой, управляющей Red Wall.

Quality: Концепция ресторана — zero waste, «ноль отходов». Почему вы решили пойти по этому пути?

Екатерина Зайдес, управляющая Red Wall: Об осознанном потреблении, необходимости сортировки мусора и защите экологии говорят во всем мире. Для меня это единственный верный путь. Я верю в то, что мы — это то, что мы едим, причем в широком смысле: не только что это за еда, но и откуда она, как приготовлена... На мой взгляд, любому здравомыслящему человеку достаточно посмотреть на несколько цифр, иллюстрирующих последствия нашей жизнедеятельности для планеты, — и понять, что, продолжая в том же духе, мы движемся не туда. Да, в Нижнем Новгороде, к сожалению, пока далеко не все понимают значение этих слов — zero waste. Но нужно начинать с себя, и мы начали.

Ксения Кузнецова, PR-директор: Я несколько лет прожила в Азии, на Бали и Самуи. Рядом с океаном очень хорошо удается прочувствовать эту тему: сколько мусора оставляют туристы на пляжах, сколько сил приходится прикладывать, чтобы ежедневно очищать берег... А стимулом принять предложение о работе в Red Wall и распространить философию дома, в Нижнем, стала история в одном балийском ресторанчике. Я наблюдала, как австралийка устроила владельцам заведения скандал из-за того, что у них были пластиковые трубочки. Перед ней извинялись! Я поняла, что и у нее, и у рестораторов совершенно другой уровень осознанности и что бывает по-другому.

Илья Русских, шеф-повар: Я задумался, когда у меня появились дети. Что я оставлю им? Хлам использованных батареек и всего остального? У меня все началось с этого.

Q: Как эта концепция буквально воплощается в ресторане — в зале, на кухне, в баре?

Екатерина: Мы сортируем мусор и сдаем его на переработку. У нас есть компания-подрядчик, котораяставляет контейнеры для раздельного сбора стекла, пластика и бумаги и отдельно пищевых отходов. В ближайшее время планируем установить стеклодробильную машину и компостер, который будет перерабатывать органические отходы и превращать их в удобрения для почвы. У нас много картона — думаем, как его использовать или перерабатывать.

Отдельная тема — пластик. Мы полностью решили от него отказаться как в упаковке, так и на кухне. Наша команда давно работает в общепите и понимает, что рестораны — это одни из крупнейших генераторов пластика. Поэтому вся посуда для доставки еды и для take-away сделана из кукурузного крахмала либо переработанного картона, а приборы для доставки — из березовых щепок. На кухне все хранится в многоразовых металлических контейнерах. Кроме того, в зале мы полностью отказались от рекламной полиграфии, всевозможных буклетов и наклеек и даже меню у нас без ламинации, из переработанной бумаги, сертифицированной FSC, а бумажные салфетки и полотенца заменены тканевыми.

Илья: На кухне сложнее, чем в зале, — необходимо соблюдать технологии хранения продуктов. Но в 80% случаев можно отказаться от фольги, пищевой пленки, пластиковых пакетов. Сложно, но можно. Кроме того, прежде чем готовить, мы оцениваем любой продукт: а как его использовать целиком, без отходов? Вот, допустим, лосось. Обычно при его приготовлении получается до 56% отходов — по сути, на тарелке гостя оказывается только филе. А у нас ноль отходов: кости, брюшки идут на бульон, и даже кожу мы зачищаем, снимаем, сушим в дегидраторе — и получаются чипсы. Та же тема с овощами и зеленью: например, шкурки томатов высушиваем, измельчаем, и получается ароматная специя. А мясные кости и нереализованное мясо используем при приготовлении еды для приютов животных. Мы согласовали с ними меню, учли все запрещенные продукты, вроде куриных костей. Готовим супы-пюре, замораживаем их и отвозим. А там все разогревают и кормят животных.

Эльвин Аласкяров, бар-менеджер: Бар тоже следует концепции zero waste. По максимуму стараемся перерабатывать все фрукты, зелень, которую используем в горячих напитках, коктейлях и фрешах. Допустим, все листочки шалфея, мяты, розмарина уходят в чай, а все веточки высушиваем в дегидраторе, и они превращаются в крафтовые шпакки. Если делаем фреш из цитрусовых, жмых используем при приготовлении сиропов (они все у нас свои, натуральные) и крусты — для украшения кромки бокала. Измельчаем и флаведо цитрусовых. А недавно один из поставщиков сообщил, что у них появился кокосовый сахар, поэтому готовимся трансформировать наши кордиалы и сиропы в более полезные.

Q: Как вы ищете поставщиков экологичной продукции?

Ксения: Это сложная тема. Мониторим весь мир — от США до Китая. Ведь нужно соблюсти баланс цены и качества. Конечно, мы были готовы к тому, что биоразлагаемые аналоги будут дороже — трубочки из стеблей пшеницы, например, на порядок дороже пластиковых. Но выяснилось, что кроме фактора цены,



Екатерина Зайдес,
управляющая Red Wall

Илья Русских,
шеф-повар

Ксения Кузнецова,
PR-директор

Эльвин Аласкаров,
бар-менеджер

есть еще один риск — честность поставщиков. Многие выдают свою продукцию за биоразлагаемую, хотя это не так. Например, мы нашли стаканчики для кофе «с собой» из кукурузного крахмала, а таких же крышек для них нет — они везде пластиковые! Мы заказывали разные образцы, которые нам выдавали за биоразлагаемые, но на деле оказывалось, что они не перегнивают — я специально закапывала их, потом откапывала и проверяла. Теперь всех новых поставщиков предупреждаем, что будем проверять.

Екатерина: Пока мы чувствуем, что чаще идем против течения. В России проще и дешевле купить пластик. Но радует, что многие поставщики, даже в Нижнем Новгороде, поддерживают наши инициативы, идут навстречу, тоже начинают искать и даже задумываются об организации соответствующих производств в регионе.

Q: Как формировалось меню?

Илья: Во-первых, в нашем меню нестандартное разделение блюд: «Только овощи» и «Не только овощи». Дело в том, что изначально мне была поставлена задача готовить овощи так, чтобы они были самостоятельным блюдом. Традиционно их воспринимают как гарнир. «Возьму кусок мяса и овощной салатик» — распространенный запрос. Люди не воспринимают овощи как полноценный продукт, из которого кроме витаминов и клетчатки можно получить еще и максимум вкуса. Мы решили это показать. Ведь овощи — это наши, локальные продукты, наша сильная сторона. Многие не знают, насколько разнообразны в нашей полосе, например, сорта картофеля — есть даже фиолетовый, который часто принимают за иностранную экзотику. Подобрать подходящие рецепты так, чтобы овощное блюдо было одновременно самодостаточным, сытным и впечатляющим, было непросто: информации мало, приходилось экспериментировать с каждым овощем, оценивая его консистенцию, плотность, вкус... Так, капусту для самого популярного у нас блюда — стейка из капусты — я начинал мариновать с двух часов, а в итоге пришел к тому, что необходимо двое суток, чтобы она пропиталась вкусами и ароматами белого вина, соевого соуса, кориандра, кумина и трюфельного масла, и после запекания обрела идеальное сочетание сочности и al dente. И так с остальными блюдами — их попаданию в меню предшествовали сотни дегустаций. Поэтому меню не очень большое, но все максимально выверено, продумано. Во-вторых, мы решили отказаться от сезонных предложений — меню само по себе должно быть всегда актуальным. Как в прибрежных

ресторанчиках в Европе: какую рыбу сегодня поймали, та и будет в меню. То есть наступят холода — уберем блюда из томатов, но добавим из тыквы, потом из хурмы. Придет весна — добавим зелень, озимые плоды, лето — ягоды, фрукты и все остальное изобилие. Понятно, что есть продукты, которые сложно заменить, вроде авокадо. Но в других случаях можно играть со вкусами — например, если летом свежесть придает арбуз, то зимой это может быть яблоко.

В-третьих, мы сделали пометки в меню с просчетом всех калорий, белков, жиров и углеводов — это очень удобно для тех, кто на диете или просто следит за своим питанием. Особые отметки есть и рядом с блюдами, которые подходят вегетарианцам и веганам. Мы хотим накормить всех. Хотим, чтобы к нам приходили люди разных взглядов и чтобы все чувствовали себя комфортно. В ближайшее время в ресторане появится стейк-меню, а для любителей морепродуктов планируем поставить аквариум, в котором будут несколько видов устриц, ежи, крабы.

Q: Что стоит попробовать в первую очередь?

Екатерина: Кроме любимого всеми стейка из капусты мне нравится глазированная морковь с фенхелем, тыквенные ньокки с креветками, суп-пюре из лесных грибов, пряный тыквенный суп-пюре. Еще у нас впечатляющие десерты, которые тоже долго прорабатывались шеф-поваром и шефом-кондитером, самый популярный — шоколадный брауни с нугатином, солевой карамелью и эстрагоновым мороженым.

Q: Как вы подбираете напитки для гостей?

Екатерина: Наш основной поставщик — тосканская винодельня Dodici владельца ресторана Константина Тувькина, где работают потомственные итальянские энологи. Подобрать напиток гостям может профессиональный сомелье Алексей Иванов, и скоро в меню появится специальный сет под обновленную линейку напитков. Кроме того, у нас есть дегустационный зал, где планируем проводить мероприятия для ценителей. А сам бар, благодаря подбору напитков и подаче с вау-эффектами, похоже, превращается в самодостаточный — гости приходят именно сюда, а это большая редкость для ресторана.

Эльвин: Наше кардинальное отличие от конкурентов в том, что мы не работаем с большинством топовых поставщиков масс-маркета. Мы заключили контракты с четырьмя московскими дистрибуторами, которые привозят в Россию только эксклюзивные вещи. Нетривиальный подбор позволяет нам претендовать на профессиональную премию Wagroof Awards в соответствующей номинации. Смотр перенесли на будущий год, но мы обязательно будем в нем участвовать.

Q: В Нижнем есть распространенное мнение, что новые рестораны недолго держат марку и надо спешить туда сразу после открытия. Вы согласны с этим и что планируете делать, чтобы этого не допустить?

Екатерина: Многие проходят через это — износ, выгорание... У нас перед открытием полный штат работал круглосуточно, без выходных. И по истечении месяца после того, как мы запустились, появилось ощущение натянутой струны. Но в итоге нам удалось грамотно выстроить работу — помог правильный выбор ответственных в каждом подразделении. Вообще, у нас собралась особенная команда — мы подошли друг другу по темпераменту, характеру, лидерским качествам, у нас совпадают цели. Все понимают, что расслабляться нельзя никогда — ресторанный бизнес надо контролировать ежедневно. И даже первые два-три месяца после запуска — это не показатель успешности. Успех — это когда гости возвращаются к нам снова и снова. Вот к чему мы стремимся.



Послевкусие лета НОВИНКИ МЕНЮ В НИЖЕГОРОДСКИХ РЕСТОРАНАХ



Александр Журкин,
шеф-повар паба-ресторана
«Английское посольство»

Мидии в марокканском стиле

Будем честны: это лето многие из нас, если не все, хотели провести по-другому. Море, легкий бриз, свежие морепродукты, приятная компания...

Предлагаю не отчаиваться, потому что последние две составляющие абсолютно реальны и дома.

На мой вкус, мидии, приготовленные в сливочном соусе с карри, — одно из тех блюд, которые отлично погружают в атмосферу городка на берегу океана где-нибудь в Южной Африке. Запахи восточного базара, теплые нотки специй... Рецепт несложный, но всех секретов раскрывать не буду — приходите лучше пробовать.

Есть несколько принципиальных моментов.

Во-первых, мы используем только лучшие чилийские мидии — это продукт со знаком качества, отлично себя зарекомендовавший. Во-вторых, важно не переборщить со специями, но выбрать те из них, что деликатно подчеркнут нежный и сладковатый вкус мидий — например, карри. Соус готовится на основе креветочного бульона и сливок, в которых тушатся мидии. Третье важное правило — нужно обязательно удалять моллюсков с нераскрывшимися створками. Дурной тон предлагать гостю пытаться их открыть. В конце добавляем нарезанные кубиком томаты. Вот так — легко и сытно.



ЧТО ЕЩЕ

Наши постоянные гости знают, что меню в «Английском посольстве» — это выверенный микс классических семейных блюд и модных кулинарных тенденций. У нас всегда есть сочный ростбиф в классическом исполнении, стейки на гриле со степенью прожарки по выбору гостя. Осенью очень

популярны согревающие супы — например, сливочный чаудер с поджаренной треской и морепродуктами (тоже, кстати, отпускная история для ностальгирующих по несбывшемуся). Еще из классического — ирландский пастуший пирог с бараниной, чикен-пай с овощами и мясом цыпленка,

фиш & чипс, ирландское рагу, индейка, тушенная в грибном соусе... Особая наша страсть — десерты, за которыми гости возвращаются именно к нам. Чизкейк, лимонный тарт, яблочный и вишневый штрудели, мороженое с ягодами — все очень легкое и вкусное, можно не беспокоиться за фигуру.



Ирина Гравшина
шеф-повар галереи вкуса
«Парк Культуры»

Альбом коктейлей

Бартендеры Галереи вкуса «Парк Культуры» и V bar создали концептуальное меню — Альбом коктейлей, в котором напитки «говорят красками». При создании сборника бармены вдохновлялись всемирно известными полотнами различных направлений живописи — от сюрреализма до русской классики, не обошлось и без картин, находящихся в частной коллекции проекта. Особое внимание привлекли коктейли, созданные по мотивам полотен, хранящихся в коллекции Нижегородского государственного художественного музея.

Каждый напиток передает настроение и красоту картины, особенность жанра. Бартендеры рекомендуют выбрать картину, близкую по духу, затем смаковать напиток и вдохновляться. Бестселлер — твист на знаменитый «Белини», авторская версия создавалась по мотивам картины «Девочка с персиками». Приятный напиток на основе пюре из белых персиков, подается с конфетой, повторяющей его вкус.



ЧТО ЕЩЕ

В зале ресторана с картинной галереей мы запустили обновленное меню. Особого внимания заслуживает обжаренное филе волжского судака с полбой в сливочном соусе на основе пармезана и с кабачком на гриле. Если хотите продлить настроение, подаренное этой теплой и атмосферной осенью, обязательно закажите крем-суп из тыквы с сыром гор-

гонзола и тыквенными семечками. В зале кафе с видом на Волгу обязательно попробуйте бесспорный хит всех сезонов — трио паштетов с маринованными яблоками и пшеничными тостами с цукатами. Магия трех паштетов раскрывается через паштет из печени индейки в свекольной глазури, паштет из печени кролика в молочной глазу-

ри и паштет из утки в апельсиновой глазури. V bar радует новыми гастрономическими находками. Например, в меню закусок красуются «огуречные хрусты» с икрой лосося, палтуса и щуки, внутри сметанный соус с луком шалот и каперсами, декорируются шпинатом, слайсом редиса и кружевными чипсами.



Иван Кузнецов,
бренд-шеф ресторана
Ribs

Перепелка с пшенной кашей на топленом молоке

Поддерживая тренд развития новой русской кухни, или, как я это называю, Russian Fusion, я придумал интересное сочетание традиционной русской птицы перепелки с пшенной кашей в качестве гарнира. Но это не та сладенькая пшенка, которую многие из нас помнят с детства. Мало кто знает, но изначально в русской кухне каша была мясной, на мясном бульоне. Помните, тот солдат, что в сказке варил кашу из топора: прежде чем закинуть в нее топор, он сварил все, что взял у зажиточного крестьянина, в том числе курицу. Моя каша тоже интересная, не сладкая — я готовлю ее на топленом молоке с добавлением соли и перца. В результате получается очень осенний, теплый гарнир с ароматом русской печи, глины, дерева... А перепелку я сначала мариную в чабреце и можжевельных ягодах, с перцем и солью, потом томлю методом конфи — в сливочном масле, и уже в конце смазываю квасным суслом — уваренным квасом, тоже очень русская тема. В качестве декора и для поддержания общего оттенка блюда добавляю карамелизованный, тоже томленный в квасе красный лук и красивый срез шампиньона, маринованный в смеси двух масел — чесночного и ароматного подсолнечного, опаленный живым огнем. Блюдо подается под клоше, и уже непосредственно на столе официант добавляет почти невесомый пенный соус, который я готовлю на основе топленого молока, предварительно настоянного на шалфее, и яичных желтков, разогревая на водяной бане. Что еще нужно

в сезон наступающих холодов? Аромат леса, копчения, тепла — и дым рассеивается, буквально как в нашем блюде.



ЧТО ЕЩЕ

В разделе **русской кухни** рекомендую также попробовать салат с копченым сомом. Мы нашли нижегородских поставщиков, которые в экологически чистых условиях разводят африканских клариновых сомов. Особенность этой рыбы в том, что такие сомы абсолютно не пахнут илом и имеют отличное по текстуре и вкусовым качествам мясо. Для любителей **паназиатской кухни** в новом меню есть японский суп рамэн, рецепт которого я долго дорабатывал. Бульон пять часов при 120 гра-

дусах готовится из целой курицы и свиного позвоночника с добавлением лука, чеснока и моркови, и в итоге получается белым. В него добавляем собственную лапшу рамэн, приготовленную на пару свинину, особым образом приготовленные куриное яйцо (сваренное всмятку и замаринованное на сутки в японском бульоне даси, а затем — еще на четыре часа в соевом соусе), соевый соус, настоянный на анчоусах, водорослях и мирине, и два ароматных масла — овощное и масло креветочных

панцирей, которое настаиваем сами. Поклонникам **Средиземноморья** рекомендую карпаччо из говядины. Порезанное на тончайшие слайсы мясо я мариную в пикантных вустерском и устричном соусах со смесью средиземноморских трав, потом подмораживаю и распиливаю на ровные квадраты. Блюдо, декорированное землей из красного лука, подается с дуэтом соусов — из пармезана и из красного лука и красного вина, который по вкусу очень напоминает вишневый соус.



Дмитрий Степанов,
шеф-повар и один из создателей
проекта «Горячо. Азия»

Кушияки

Наиболее показательным и аутентичным блюдом в меню нашей кухни я считаю японские «шашлычки» — кушияки. При кажущейся простоте на самом деле их приготовление связано со множеством важных деталей, которые играют решающую роль в создании идеального вкуса. Это, в свою очередь, концептуально отражает главные особенности японской гастрономии: минимализм и фокус на качестве продукта. Из Японии через Владивосток нам поставляют уникальный соус с соком листьев шисо, юдзу и настоящий тертый корень васаби, — все это мы используем для маринада. Кушияки обжариваем на специальном гриле, при подаче добавляем соусы из водорослей и соевых слив, ферментированных оливок и бобов. Формат нашего заведения — изакая-бар — предполагает несколько видов кушияки в меню: сейчас это лосось, кальмар, мини-осьминоги, цыпленок, спаржа, грибы и авокадо. Но кушияки в Японии — это, скорее, стиль жизни, нежели просто еда, поэтому в будущем мы планируем расширять раздел и делать варианты из сезонных продуктов.



ЧТО ЕЩЕ

Формат «Горячо. Азия» необычен для нашего города. Само слово «изакая» в переводе с японского дословно означает «отдыхать с вином» и подразумевает демократичное место, в котором можно расслабиться и выпить, а блюда обычно заказываются «в стол» и делятся на компанию. Среди традиционных для изакая-бара позиций в меню, кроме

кушияки, прежде всего раздел небольших закусок — яцу. Кроме того, у нас можно попробовать такие азиатские блюда, как роллы — большие (например, «Тунец татаки» и «Супер Филадельфия») и популярные сейчас ручные роллы («хенд роллы») — жареный рис с томленным брикетом, цыпленком или креветками; япон-

ские пельмени с разными начинками и уже полюбопытствовавшим нижегородцам гавайский боул — поке. Особого внимания заслуживает раздел под названием «Всем тунец»: каждую неделю нам привозят свежего тунца, которого мы готовим так, как хотите вы, на выбор — сашими, татаки, тартар, ручной ролл или «тунец в огне».

Цыпленок по-грузински

ЕДА С ЕЛЕНОЙ ЧЕКАЛОВОЙ



КОГДА У НАС ГОВОРЯТ

и в особенности пишут про ресторан, что еда в нем «как дома», — это чаще всего не комплимент. Имеется в виду в целом неплохая, но простоватая, тяжеловатая и поданная без изысков еда — так, мол, и у тещи на кухне можно поесть, а в заведения ходят за другими блюдами. Совсем иной подход в Италии. Про самую лучшую ресторанный пасту скажут: ну, она почти, как у бабушки, — в том смысле, что дома, разумеется, лучше, но эта приближается. Похожая картина во Франции: сколько там ресторанов Chez Maman или Chez Grand Maman. И это на самом деле, как и в Италии, семейные заведения, которые переходят от бабушек к внукам. Самая знаменитая «мамаша» — Эжени Бразье, первая и главная учительница Поля Бокюза, которая получила шесть мишленовских звезд, то есть каждый из двух ее ресторанов обладал тремя. Разумеется, наряду с семейными заведениями во Франции огромное количество ресторанов высокой кухни, но многие звездные шефы вышли из харчевен с домашней едой. В России все сложилось иначе. Почти весь XX век большей части населения СССР было не до изысков. В начале 70-х говядина вообще исчезла из свободной торговли, свинина состояла почти только из сала, а баранина — из костей и жил. А знаменитые куры советских времен — синие «птицы счастья»? Сколько анекдотов родилось от одного их вида. Или вот еще советская народная мудрость: лучшая рыба — это колбаса. Многие до сих пор готовят дома по тетрадка своим мам и бабушек, живших в эпоху тотального дефицита. Скажем, набивают перцы вареным рисом, смешанным с обжаренным мясным фаршем, а потом все это еще целый час тушат. Когда-то переваренный рис был нужен, чтобы увеличить объем и смягчить текстуру жилистого мяса. Фаршированные перцы традиционно готовят на юге Франции совсем иначе. Их разрезают пополам, слегка обмазывают оливковым маслом, выкладывают на противень срезом вниз и немного обжигают в духовке. Затем фаршируют сырым или слегка припущенным фаршем из прекрасной говядины или баранины, смешанным с обжаренным луком, чесноком, мелко порубленными томатами и небольшим количеством сахарной крошки.

Выкладывают на противень, поливают оливковым маслом и быстро подрумянивают в горячей духовке. Мясо остается сочным, а перцы не теряют цвета и не расползаются. Они просто великолепны на вкус с острым домашним томатным соусом, приправленным свежей зеленью.

Советская Грузия всегда была одной из немногих республик на пространстве СССР, где сохранялся культ хорошей повседневной еды. Здесь и сейчас, как в Италии, про лучшие рестораны говорят: почти как дома. Даже в самые несытые времена здесь готовили вкуснейшие блюда с большим количеством свежей зелени. Она испокон веков лежит на столе просто пучками, и в каждом блюде есть или тархун, или мята, или риган, кинза, базилик. Сложные и богатые традиционные грузинские соусы, которые можно подбедать, вытирая тарелку хлебом, напоминают не советские подливы, а индийские карри. Душа этих соусов — знаменитая сухая приправа уцхо-сунели. Это вовсе не смесь, как думают многие, а одна лишь травка с ярким, сильным ароматом — голубой пажитник. Вообще пажитник — частый гость в индийской кухне, но там используют желтый вариант (другие его названия — фенугрек и шамбала). Без уцхо-сунели не приготовить любимого у нас дома цыпленка по-грузински.

Это моя вариация на тему двух грузинских блюд — цыпленка тапака и цыпленка чкмерули. Раньше по выходным я часто готовила тапака (от слова «тапа» — по-грузински сковорода, то есть цыпленок, жаренный на сковороде). Вкусно — но уж очень невыгодная вещь (мясо даже в лучших тбилисских ресторанах подсушивается по всем краям, и остаются одни куриные «семечки»). Поэтому я стала готовить ближайших «родственников» тапака — чкмерули (чкмерули значит «из Чкмери», есть такое село в Грузии): после быстрой обжарки цыпленка-корнишона на глиняных сковородках кеци на углях (прекрасно получается и на сковороде с тяжелым дном на обычной плите) его немного томят в соусе — он доходит и не пересушивается. В соус традиционно кладут только чеснок и воду, иногда зеленый перец и кинзу. Но блюдо выходит еще насыщеннее, если заменить воду нежирным куриным бульоном и влить немного

Рецепт

- 1 Фермерский цыпленок весом до 800г (2–3 штуки)
- 2 Чеснок (4–5 зубчиков)
- 3 Нежирный куриный бульон (1 литр)
- 4 Сливки жирные (2/3 стакана)
- 5 Кинза и тархун (по 1 среднему пучку)
- 6 Уцхо-сунели, соль, черный и красный перец, оливковое масло

сливок. И еще я добавляю много кинзы и тархуна, которые дают поразительно свежий, даже пьянящий аромат. И готовка — просто элементарная.

Цыплят надо разрезать по линии хребта или по линии груди и расплющить так, чтобы каждая птичка целиком укладывалась в сковородку. Через пищевую пленку неагрессивно отбить (чтобы кожа хорошо зарумянилась, тушку надо сделать как можно более плоской). Подсушить бумажным полотенцем и обмазать смесью из перца красного, перца черного, соли и оливкового масла. Оставить на 20 минут, чтобы цыплята подмариновались. Разогреть в сковороде постное масло, выложить первого цыпленка кожей вверх и закрыть тарелкой. Жарить, прижимая тарелку грузом на среднем-сильном огне, до румяной корочки минут 7–10 (очень удобно на пресс-гриле). Перевернуть, опять накрыть, поставить гнет, уменьшить огонь и готовить еще столько же. Точно так же подготовить оставшихся цыплят. Тем временем нарежьте кинзу и тархун (в нем используйте только листочки). В ступке разотрите чеснок с солью и уцхо-сунели, переложите получившуюся пасту в широкий сотейник, влейте бульон и немного сливок, добавьте половину зелени, все размешайте. Поджаренных цыплят разрежьте пополам, опустите в соус и прикройте крышкой — на среднем огне нужно довести до кипения, снизить огонь и потомить 10 минут. В конце добавьте оставшуюся зелень и подавайте с подсушенными лепешками типа армянского лаваша.

Я очень люблю рестораны, но вот такой цыпленок по-настоящему выходит только на домашней кухне. В ресторане его нужно готовить заранее, охлаждать, делить на порции, вакуумировать, разогревать при поступлении заказа — получается не совсем то. К тому же хорошая свежая зелень и настоящий фермерский цыпленок так увеличивают себестоимость, а значит, и цену блюда в меню, что его вряд ли станут заказывать. Дома вы можете себе это позволить. Тем более что на дворе осень, вирус опять атакует, веселых вечеринок не предвидится. А цыпленок по-грузински — зеленый духоподъемный праздник в вашей тарелке.

chekalova.ru



*Приходите к "Веселой Куме" -
накормить, напоить, обогреть!*

РЕСТОРАН УКРАИНСКОЙ КУХНИ

ул. Костина 3, тел.: +7 (831) 282-13-95,

© korchmakuma

Магазины, салоны, бутики, ателье

Berezka Store

ш. Казанское, 11 (ТРК «Индиго Life»), 8-909-283-35-69

Belfaso

ул. Ильинская, 87, 280-83-03

Bridal Gallery

ул. Пожарского, 10/7, 414-69-14

Intermoda

ул. Б. Покровская, 25, 8-800-100-87-17

Jolie

ул. Б. Покровская, 57, 430-16-88

L'Atelier

ул. Рождественская, 32д, 8-910-797-53-32

LIU JO

ул. Родионова, 187в, 2 этаж, 424-22-75

PurPur

ул. Б. Покровская, 2, 291-62-62

«Женева»

ул. Белинского, 34, 4-216-555

«Византия»

ул. Б. Покровская, 57, 434-18-78

«Императорский портной»

ул. Рождественская, 41/6, 211-32-14

«Кенгуру»

ул. Горького, 151, 421-21-21

«Классика»

пл. Свободы, 2, 416-75-97

«Обувь и кофе»

ул. Невзоровых, 49, 438-27-00

«Регард»

ул. Белинского, 102, 428-70-21

«Санетта»

ул. М. Рокоссовского, 1, 467-48-66

Рестораны, кафе, бары, клубы

Andrea's Fish Cafe

ул. Белинского, 15, 282-04-00

BerĖzka Bar

ул. Б. Покровская, 51а, 430-55-25

Bosconcino

ул. Алексеевская, 10, 296-55-75

Chef's

ул. Минина, 33, 415-88-33

Coffee Cake

ул. Б. Покровская, 2, 423-59-75

ул. Ковалихинская, 8, 413-19-17

ул. Рождественская, 24, 413-36-88

Elleven

пр. Гагарина, 27, 469-80-80

Franky Bar

ул. Звездинка, 10б, 434-01-66

Il Tempo

ш. Казанское, 6 (ТЦ «Фестиваль»), 423-97-09

Le Grill

ул. Белинского, 11, 415-76-76

Mitch

ул. Ковалихинская, 8, 215-08-12

Mitrich

ул. Ковалихинская, 8, 233-30-10

Monet

наб. Нижневолжская, 1в, 423-06-09

Negroni

ул. Грузинская, 30, 433-69-80

Penthouse

ул. Б. Покровская, 21, 5-й этаж, 4-373-373

Per.se

ул. Алексеевская, 10, 3-й этаж, 233-30-40

RIBS ресторан трех кухонь мира

ул. Белинского, 61, 410-11-10

Seafoodbar «Рыба и Крабы»

ул. Б. Печерская, 26, 435-23-50

Tiffani Bar

наб. Верхневолжская, 8, 419-41-01

Trattoria Fettuccine

ул. Студеная, 7, 439-42-63

Union Jack

ул. Горького, 150, 433-07-34

ул. Рождественская, 8, 428-05-25

«Английское посольство»

ул. Звездинка, 12, 210-77-78

«БаклаДжан»

ул. Рождественская, 19, 424-51-55

«Баренц» Seafoodbar

ул. Костина, 3, 210-77-76

«Безухов»

ул. Рождественская, 6, 433-87-63

«Брынза»

ул. Родионова, 187в, 218-75-15

«Веселая кума»

ул. Костина, 3, 210-30-04

«Виталич»

ул. Б. Покровская, 35, 433-16-91

«Волконский»

ул. Семашко, 30, 8-951-909-16-19,

ул. Пискунова, 36

«Горячо» гриль-бар

ул. Ошарская, 1/2, 419-44-26

«Горячо. Азия» izakaya bar

ул. Ошарская, 1/2, 419-44-26

«Джани ресторани»

ул. Пискунова, 40/3, 230-53-25

ДК

пл. Минина и Пожарского, 2, 439-06-66

Кулинария

Ирины Князевой

ул. Горького, 158, 282-02-81

«Купеческий»

ул. Красная Слобода, 9, 432-01-08

«Куркума»

ул. Б. Покровская, 82 (ТРК «Небо»)

«МакКафе»

пл. Горького, 2, 430-10-79

ул. Революции, 5а, 246-39-59

«Наршараб»

ул. Рождественская, 30, 433-04-44

«Парк культуры»

наб. Верхневолжская, 10а, 215-12-12

«Папаша Билли»

ул. Рождественская, 22, 210-55-56

«Пастарама»

ул. Пискунова, 15, 8-800-550-06-56

«Пяткин»

ул. Рождественская, 25, 430-91-83

«Роберто»

ул. Рождественская, д. 45в, 210-88-89

«Синдбад»

наб. Верхневолжская, 9/1, 424-29-92

«Совок»

ул. Б. Покровская, 2, 8-910-131-49-94

«Сыроварня»

пл. Октябрьская, 1, 215-19-19

«ТЕМП» кофейня

ул. Пискунова, 24, 216-01-00

«Три апельсина»

наб. Верхневолжская, 9/1, 424-07-40

«Феста»

ул. Родионова, 165, корп. 13, 412-91-12

«Хачапури»

наб. Волжская, 23а, 423-49-97

ул. Рождественская, 39, 291-15-15

«Хачапурия»

ул. Б. Покровская, 6, 424-77-07

«Хурма»

ул. Б. Печерская, 26, 435-23-46

«Хуторок»

ул. Алексеевская, 15, 213-77-20

«Экспедиция.

Северная кухня»

ул. Рождественская, 1, 282-09-11

Салоны красоты, медицинские центры, стоматологические клиники

Birdie

ул. Звездинка, 24, 414-89-21

Chop-Chop

ул. Ошарская, 1, 411-84-09

Dental Studio

ул. Ильинская, 47а, 278-68-65

If

ул. Варварская, 40а, 419-35-30

ул. Минина, 155, 419-35-19

O'live Институт

красоты

ул. Тимирязева, д. 31а,

2-000-077

POP'S

ул. Семашко, 30, 410-28-81

пр. Молодежный, 28а, 410-43-83

Promoltalia Anti Aging Center

ул. Горького, 77, 216-45-45

Redken Loft

ул. Добролюбова, 8, 422-01-90

Sebastian&Nikol

ул. Новая, 28, 220-77-49

Spa More

ул. Белинского, 64, 437-21-25

«Александрия»

пр. Гагарина, 50, 465-00-07

ул. М. Покровская, 2а/61, 433-52-22

ул. Ошарская, 65, корп. 1, 3-й этаж,

216-22-20

«Академия VIP»

ул. Студеная, 57, 270-00-00

«Академия Красоты

Le Grand»

ул. Ошарская, 1/2, 291-40-07

«Анастасия»

пр. Ленина, 1, 240-39-59

ул. Грузинская, 46, 433-66-93

«Бали»

ш. Казанское, 11 (ТРК «Индиго Life»),

261-37-29

ул. Коминтерна, 105 (ТРК «Золотая миля»),

211-86-57

«Волготрансгаз»

ул. Горького, 113/30, 423-21-21

«Доктор Дент»

ул. Деловая, 22, 438-48-28

ш. Казанское, 10/4, 278-25-07

«ИмиджЛаб»

ш. Казанское, 7, корп. 1, 200-00-50

«Китайский центр здоровья»

ул. Октябрьская, 23д, 419-95-00

«Тай.ру»

ул. Белинского, 60а, 281-60-85

«Персона»

ул. Б. Печерская, 26, 416-20-80

«Руки-Ножницы»

ул. Пискунова, 21, 410-47-80

«Сливки в шоколаде»

ул. Костина, 6, корп. 1, 262-12-22

«Трюфель»

наб. Волжская, 23, 213-77-72

ул. Родионова, 195/1, 201-20-00

Спортивные клубы и велнес-центры

Verba Club

ул. Нижегородская, д. 15а, 4-222-747

«World Class Пушкинский»

ул. Тимирязева, 31а, 2-200-305

«Пушкинский. Избранное»

ул. Тимирязева, 31а, 2-200-330

Автосалоны

«Cadillac на Московском»

ш. Московское, 247, 200-00-70

«KIA на Комсомольском»

ш. Комсомольское, 5, 279-40-40

«Автолига Афонино»

(Peugeot)

д. Афонино, ул. Магистральная,3,

20-20-700

«Автолига Восток»

(Honda)

ш. Московское, 302г, 220-00-10

«Автолига Юг»

(Land Rover/Jaguar)

ул. Бринского, 10/11, 220-00-80

«АГАТ в Афонино» —

официальный дилер

Mitsubishi

д. Афонино, ул. Зеленая, 70, 2-000-000

«Артан» (Volkswagen)

ул. Бринского, 17, 422-02-20

пр. Гагарина, 59а, 296-00-96

«Ауди Центр на Московском»

ш. Московское, 243, 202-00-90

«БЦР Моторс» (Mazda)

ул. Новикова-Прибоя, 4в, 299-99-91

«ИнтерАвтоЦентр»

ш. Южное, 1, 429-20-20

«Лексус-Нижний Новгород»

ш. Казанское, 1, 299-97-77

«Луидор Трейд»

(Suzuki)

ул. Ларина, 30, 422-22-22

«Нижегородец» (Ford)

ш. Московское, 34, 275-99-11

«Нижегородец» (Kia)

ул. Ларина, 28 Б, 290-07-00

«Нижегородец» (Nissan)



AZIMUT
ЕДИНЫЕ
СТАНДАРТЫ
ГОСТЕПРИИМСТВА



azimut
Отель • Нижний Новгород

AZIMUT Отель Нижний Новгород 4*.

Отель в центре города с панорамным видом на Оку и Волгу



Соседство с Кремлём,
Нижегородской ярмаркой
и улицей Рождественская



Ресторан / 2 конференц-зала
Подземная охраняемая парковка
Тренажерный зал AZIMUT Sport



Бесплатный
высокоскоростной
Wi-Fi

Нижний Новгород, ул. Заломова, д. 2,
+7-831-461-92-42, +7-800-200-00-48

www.azimuthotels.com



RENAISSANCE

жилой комплекс
премиум-класса

СТАРТ ПРОДАЖ КВАРТИР

ЖК "Ренессанс" - идеальная гармония ощущений!



+7 (831) 282-73-49

Проектная декларация на сайте нашдом.рф

Застройщик ООО СЗ "Добрострой"