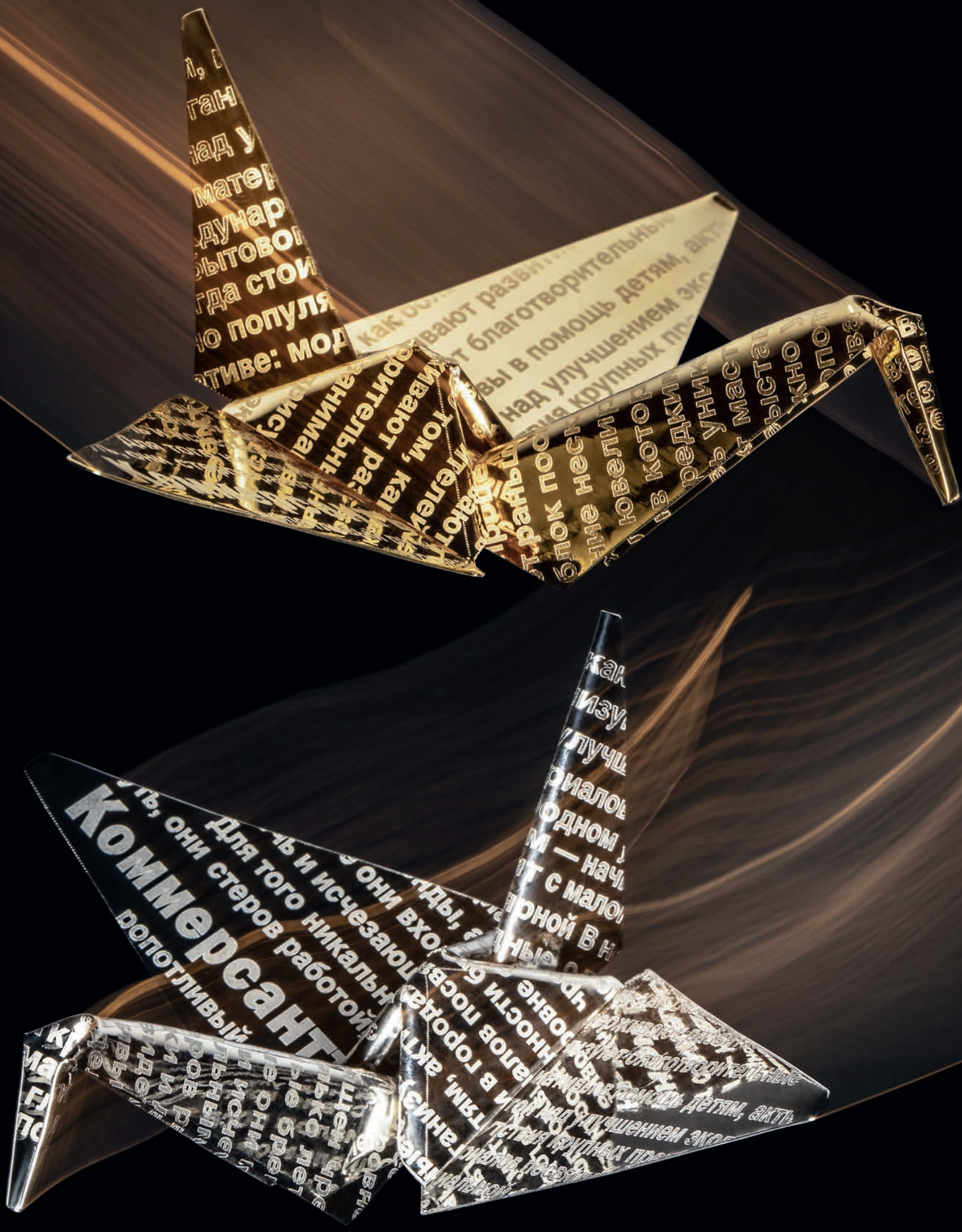




Коммерсантъ **Стиль**

ИНИЦИАТИВЫ

Культура. Экология. Благотворительность



DON'T WEAR JEWELLERY
WEAR ART*

* НЕ НОСИТЕ УКРАШЕНИЯ. НОСИТЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА

The logo for EPIC features the word "EPIC" in a bold, black, sans-serif font. Above and below the letters are two thick, black, curved lines that form a wide smiley face.

EPIC

CONTEMPORARY
ART JEWELLERY

WWW.EPIC.JEWELRY

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ
К ГАЗЕТЕ «КОММЕРСАНТЪ»
СТИЛЬ. ИНИЦИАТИВЫ
ВЛАДИМИР ЖЕЛОНКИН
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
АО «КОММЕРСАНТЪ»,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
ВЛАДИМИР ЛАВИЦКИЙ
РУКОВОДИТЕЛЬ СЛУЖБЫ
«ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СИНДИКАТ»
АО «КОММЕРСАНТЪ»
АНАТОЛИЙ ГУСЕВ
ДИЗАЙН-ПРОЕКТ
АННА МИНАКОВА
АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ
РЕДАКТОРЫ
ФЕДОР РАДЛОВ
ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК
НАТАЛИЯ МОРОЗОВА
ТЕКСТ-РЕДАКТОР
ЕКАТЕРИНА ЕЛИСЕЕВА
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР
ЕЛЕНА ВИЛКОВА
КОРРЕКТУРА
МАРИЯ ЛОБАНОВА
БИЛЬД-РЕДАКТОР
ВИКТОРИЯ МИХАЙЛЕНКО
ФОТОРЕДАКТОР
КОНСТАНТИН ШЕХОВЦЕВ
ЕЛЕНА БОГОПОЛЬСКАЯ
ТАТЬЯНА ЕРЕМЕЕВА
ДМИТРИЙ ШНЫРЕВ
ВЕРСТКА
РЕКЛАМНАЯ СЛУЖБА:
НАДЕЖДА ЕРМОЛЕНКО
ТЕЛ. (495) 797-6996, (495) 926-5262

АДРЕС РЕДАКЦИИ И ИЗДАТЕЛЯ:
121609, Г. МОСКВА,
РУБЛЕВСКОЕ Ш., Д. 28
ТЕЛ. (495) 797-6970, (495) 926-3301
УЧРЕДИТЕЛЬ:
АО «КОММЕРСАНТЪ»
ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ
К ГАЗЕТЕ «КОММЕРСАНТЪ»
ЗАРЕГИСТРИРОВАНО
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ
ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ,
РЕГИСТРАЦИОННЫЙ НОМЕР
И ДАТА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ
О РЕГИСТРАЦИИ:
П/И № ФС77-76923 ОТ 11.10.2019

ОТПЕЧАТАНО В ФИНЛЯНДИИ,
ТИПОГРАФИЯ PUNAMUSTA,
KOSTI AALTOSEN TIE, 9, 80140
JOENSUU, FINLAND
ТИРАЖ 75 000 ЭКЗ.
ЦЕНА СВОБОДНАЯ

16+



НА ОБЛОЖКЕ
ПРИЗЫ ЖУРАВЛИКИ-ОРИГАМИ,
СОЗДАННЫЕ ERIC JEWELLERY
ФОТО
АЛЕКСАНДР ПЛАТОНОВ



___Проект Bulgari
с Фондом Торлония.
О реставрационных
проектах известных
брендов читайте
на с. 14

За что воюем

Как сказал в интервью «Ъ-Инициативы» учредитель фонда «Жизнь как чудо» Борис Мошкович: «Покдаун продемонстрировал, что огромной поддержкой для нас являются небольшие регулярные пожертвования... Кто-то может ежемесячно перечислять 100 рублей, и это серьезный вклад, потому что если у нас есть тысяча, десять тысяч таких дарителей, то они спасают жизни» (стр. 34). Малые дела очень важны, особенно когда времена тяжелые и кажется, что можно отодвинуть на второй план проблемы экологии, социальной сферы или тем более культуры.

«Есть притча о том, как во время Второй мировой войны Уинстону Черчиллю предложили срезать бюджет на культуру в пользу армии, на что британский премьер ответил: „А за что же мы тогда воюем?“» — так начинается материал Марии Сидельниковой об отвоеванных меценатских проектах крупных модных брендов (стр. 10–11). Сложнее всего пришлось даже не культурным проектам, они, как говорят, способны сохранить наше ментальное здоровье в непростые времена и поддержать бодрость духа. И не только зрителя, но и участников. Как вспоминает Александр Филиппенко: «Тут на нас всех обрушился этот карантин — закрылись театры, концертные залы... И честно говоря, подкрадывался страх... несмотря на оптимизм дирекции „Гоголь-центра“ и Театра Моссосвета, где я играю... было не по себе. Тогда неожиданно пришло предложение сняться в проекте „Балкон“». Его рассказ о необычном фестивале, превратившем балконы артистов в театральную сцену, на стр. 38.

Сложнее всего пришлось экологии. И не только из-за выкидываемых перчаток и масок. Почему-то даже иные модные бренды, чтобышний раз напомнить о себе, рассылали печатные приглашения в конвертах онлайн-гостям показов. О тех, кто не забыл об актуальной экологической повестке, читайте в тематическом разделе на стр. 24–33.

Мы тоже о ней решили не забывать. И пересадили наших серебряных журавликов-оригами на подставки eco-friendly из переработанного пластика — результат совместного проекта с Procter & Gamble (стр. 32). Вручим мы их лауреатам премии «Коммерсантъ. Инициативы» 2020 года совсем скоро. Выход этого номера запускает голосование жюри, параллельно с ним пройдет и читательское голосование на сайте. Голосуйте обязательно, нам есть за что воевать.

Анна Минакова, Александр Щуренков,
редакторы



E88° 33' 28.008" N45° 49' 18.6048"
Laminar
HERNO COUTURE ENGINEERING*





—Реставрация картины
Ильи Репина «Иван Грозный
и сын его Иван 16 ноября
1581 года», совместный
проект Третьяковской галереи
и Сбербанка

Новости
8

Культура
10

В лечебных целях
О меценатских программах
модных брендов

Отреставрируй это
О корпоративных спонсорах
проектов

Социальная
ответственность
18

Вечное сияние
Проект Cle de Peau Beaute

Образовательный максимум
Гранты и стипендии для молодежи

Экология
24

Люкс спешит на помощь
на воде, в лесах и горах

Ничто на земле
Концепция «Ноль отходов»

Знаки отличия
Новая этика люкса

Время совместных проектов
«Коммерсантъ. Инициативы»
объединяются с Procter & Gamble

Личный вклад
34

Борис Мошкович
О благотворительных программах
фонда «Жизнь как чудо»

Янина Урусова
Как проходить «Две луны
в твоих мокасинах»

Last Page
38

Александр Филиппенко
читает Сашу Филиппенко

GARNIER

GREEN BEAUTY¹ — ЭКООБЯЗАТЕЛЬСТВА GARNIER

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ДО 2025 ГОДА



800
ОБЩИН БУДЕТ
УЧАСТВОВАТЬ
В ПРОГРАММЕ
СОЛИДАРНЫХ
ЗАКУПОК

Сегодня в программе
ответственных
и этичных закупок сырья
участвует 670 общин.

К 2025 году их число
достигнет 800.



ОБЪЕДИНЕНИЕ
УСИЛИЙ С

**Ocean
Conservancy®**

В 2019 году Garnier и Ocean Conservancy
объединили усилия, организовав
355 сотрудников на борьбу
с загрязнением пластиком в рамках
Международного дня чистоты.



100 %
УГЛЕРОДНО НЕЙТРАЛЬНЫЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ

С 2005 года все наши заводы и распределительные
центры **сократили потребление воды на 45 %**,
а **выбросы углекислого газа — на 72 %⁴.**

К 2025 году 100 % наших производственных
предприятий станут **углеродно нейтральными.**



НА **91 %**
БИОРАЗЛАГАЕМЫЕ²
СОСТАВЫ НОВЫХ
ПРОДУКТОВ УХОДА
ЗА ВОЛОСАМИ

В 2019 году наши новые
и обновленные формулы ухода
за волосами в среднем были на
91 % биоразлагаемы.

К 2025 году «зеленая»
наука и биотехнологии
помогут нам разработать
новые **высокоэффективные
экоформулы.**



УПАКОВКА ИЗ
100 %
ПЕРЕРАБОТАННОГО
ПЛАСТИКА

Благодаря использованию
переработанного пластика
в 2019 году **нам удалось сократить
использование 3670 тонн³**
первичного пластика.

К 2025 году **наши упаковки будут
изготовлены из 100 %**
переработанного
и перерабатываемого пластика.

Подробнее — на **GARNIER.RU**

от **GARNIER,**
Естественно!

¹ «Зеленая» Красота.

² В среднем (минимум 67 %, максимум 99 %). Оценка ОЭСП 301 или эквивалент.

³ По сравнению с 2018 годом.

⁴ По сравнению с 2005 годом.



COURTESY OF MIU MIU

Тюнинг для винтажа

Модный бренд Miu Miu выступил на необычном для себя поприще, выпустив коллекцию Upcycled by Miu Miu. Она представляет собой 80 уникальных винтажных платьев 1930–1970-х годов, переработанных дизайнерами марки в характерном для бренда стиле, а также расшитых вручную итальянскими мастерами. Премьера первых из них состоялась в этом месяце на цифровой красной дорожке экопремии в области моды Green Carpet Fashion Awards. Именно в них появились актрисы Элиза Визари и Чен Ран.



ПРЕДОСТАВЛЕНО PROCTER & GAMBLE

Пришли в каждый дом

В поддержку всероссийского движения #остаюсьдома в начале пандемии бренд Head & Shoulders запустил социальную рекламную кампанию с Василием Вакуленко (рэпер Баста). Первым проектом в рамках кампании стал онлайн-квартирник Басты. В апреле музыкант провел акустический онлайн-концерт на канале в YouTube, пообщался со зрителями трансляции и узнал, как они проводят время дома. Также планируется, что рэпер сможет войти в любой дом посредством технологии дополненной реальности. Не ограничиваясь социальной рекламой, Head & Shoulders задействован в бессрочной благотворительной программе Procter & Gamble «Забота в каждый дом» в партнерстве с фондом продовольствия «Русь». Бренд передал малоимущим семьям и одиноким пенсионерам более 20 тыс. бутылок собственного шампуня и кондиционера.



ПРЕДОСТАВЛЕНО BORJOMI



По кирпичикам

В этом году Borjomi отмечает 130-летний юбилей сотрудничеством с художником и недельной выставкой в московском Музее русского импрессионизма. Экспозиция «Рождение легенды», построенная на размышлении Михаила Цатуряна об истории бренда и его истоках, будет открыта до 28 октября. Специально для нее он «разобрал» знаменитую минеральную воду Borjomi на составные части — они представлены разнообразными абстрактными скульптурами, а также знаковыми для художника расписанными кирпичами. На выставке можно будет увидеть и видеоматериалы с любопытными фактами и подробностями о Borjomi. Здесь рассказано и о развитии упаковки этого бренда: от появления инновационных алюминиевых банок до лимитированных коллекций.



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI

За равные возможности

Проект Chime For Change, поддерживаемый Gucci, и Kering Foundation в мае этого года запустили кампанию #StandWithWomen, цель которой борьба с ростом гендерного насилия и дискриминации во время пандемии. В рамках этой программы было представлено финансирование некоммерческим партнерам, которые посвящают свои усилия тому, чтобы поддерживать и защищать безопасность и здоровье женщин во всем мире, включая женщин из особо уязвимых для дискриминации групп — представительниц цветного и коренного населения, трансгендеров и инвалидов. В число фондов, получивших поддержку, вошли Global Fund for Women, Equality Now, Ms. Foundation for Women, Chayn Italia и другие.



Audemars Piguet



В БЛЕСТКАХ И С БОЕМ

Недавно в швейцарском городе Ла-Шо-де-Фон, родном для независимой часовой марки Audemars Piguet, открылся музей-ателье, рассказывающий об истории часового дела в долине Жу. Просветительский проект — целиком и полностью инициатива бренда. Но думают в Audemars Piguet не только о славном прошлом, бренд уверенно создает часовое будущее, выпуская сложные коллекционные модели. Представленная только что новинка — совместный проект с Анитой Порше. Знаменитый независимый эмалиер была привлечена к изготовлению пяти экземпляров часов-карийонов Grande Sonnerie с боем Supersonnerie. Последний — запатентованное изобретение Audemars Piguet, разработанное мануфактурой для коллекции Royal Oak Concept в 2015 году. Циферблаты от Порше выглядят очень современно — на них изображены сине-золотые геометрические абстракции, при этом они не просто выполнены в старинной технике «пайонне», но и с использованием антикварных, возрастом не меньше века, золотых блесков.

ПЕРЕУПАКОВАЛИ

«Разработав стратегию „экологичной красоты“ — Green Beauty, мы выводим свои обязательства по устойчивому развитию на новый уровень и прилагаем все усилия для достижения самых амбициозных задач. В первую очередь мы планируем использовать в составе наших формул только стопроцентно возобновляемые ингредиенты уже к 2022 году. К 2025 году мы ставим цель производить упаковки из стопроцентно переработанного пластика и сделать все наши упаковки пригодными к переработке. Чтобы свести к минимуму воздействие наших средств на окружающую среду, в течение ближайших пяти лет мы будем поддерживать промышленные объекты, где производится наша продукция, с целью добиться нулевого показателя выбросов углекислого газа и обеспечить переход на стопроцентно возобновляемые источники энергии», — сообщил о ближайших планах глобальный президент Garnier Адриен Коскас в отчете по устойчивому развитию бренда. Компания уже несколько лет придерживается принципа трех R в области ответственного использования упаковки: Respect — уважение потребителей, окружающей среды и биоразнообразия, Reduce — сокращение упаковки по объему и весу, Replace — замена существующих материалов сырьем, которое оказывает меньшее воздействие на окружающую среду. Так, к концу текущего года в Европе и США все флаконы Fructis будут полностью изготовлены из переработанного пластика, что позволит сэкономить до 7 тыс. тонн первичного пластика. Кроме того, в рамках нового партнерства между группой L'Oréal и компанией Albea в этом же году марка запустит первое поколение флаконов для линейки Garnier Bio на основе картона.



GETTY IMAGES



GETTY IMAGES



SHUTTERSTOCK PREMIER / FOTODOM

В ЛЕЧЕБНЫХ ЦЕЛЯХ О МЕЦЕНАТСКИХ ПРОГРАММАХ МОДНЫХ БРЕНДОВ МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА

Есть притча о том, как во время Второй мировой войны Уинстону Черчиллю предложили срезать бюджет на культуру в пользу армии, на что британский премьер ответил: «А за что же мы тогда воюем?»

Бюджеты на поддержку культуры всегда первыми попадают под нож, особенно в кризис. Пандемия COVID-19 спутала все календари и разрушила немало планов — отменялись биеннале, ярмарки, премьеры, выставки, но, к счастью, многое и устояло.



PATRICK Tournès, Bourse de Commerce, Collection of François Pinault, Collection of François Pinault & Associates, NINEY ET MARCA ARCHITECTES

Биржа Франсуа Пино

Музей коллекции Франсуа Пино в здании бывшей парижской Биржи — La Bourse de Commerce — в итоге откроется 23 января 2021 года. Хотя с началом пандемии эту дату перенесли аж на будущую весну. Потом грянула осень, и вот уже вторая волна, а там, чего доброго, и третья, и культура, может, и не знает, как выплыть из этого ковидного шторма, но точно не позволит в нем утонуть. Этой логики придерживался и Франсуа Пино, наказывая закончить стройку к январю: «Я счастлив, что La Bourse de Commerce... после сложного 2020 года, который переживает наша страна и весь мир, внесет свой вклад в возрождение культурной жизни в Париже». Основатель группы компаний Kering (Gucci, Saint Laurent, Boucheron, Bottega Veneta и др.), один из самых крупных коллекционеров современного искусства и хозяин двух венецианских выставочных площадок — палаццо Грасси и Пунта делла Догана — давно положил глаз на Париж, но после неурядиц с городскими властями (в начале 2000-х Пино предлагал построить свой фонд на острове Сеган в парижском пригороде, но ничего не вышло) он перевез свою коллекцию в Венецию. И вот спустя много лет триумфальное возвращение — да не на высылки, а в самый центр столицы, с престижнейшей пропиской в историческом «чреве», районе Ле-Аль, за двумя поворотами от Лувра. Bourse de Commerce — памятник архитектуры XVIII века, стены трогать нельзя, только внутренности, и то ювелирно. Искусством этим владеет японский архитектор, притцкеровский лауреат Тадао Андо. Он последовательно встраивает новую архитектуру в старую, и все венецианские музеи Пино уже прошли через его руки. В центре Биржи он выстроил бетонный цилиндр, который составляет единую ось с куполом и с пространством и демонстрирует таким образом главную идею Андо о том, что архитектура является собой «связующее звено между прошлым, настоящим и будущим».

PATRICK Tournès, Bourse de Commerce, Collection of François Pinault, Collection of François Pinault & Associates, NINEY ET MARCA ARCHITECTES





© HENRY CLARKE, MUSÉE GALLIERA / ADAGP, PARIS 2020



JULIEN T. HAMON



OLIVIER SAILLANT / ПРЕДСТАВИТЕЛИ CHANEL



OLIVIER SAILLANT / ПРЕДСТАВИТЕЛИ CHANEL

Модный долгострой Chanel

В то время как недели моды с переменным успехом дефилируют в Zoom, Chanel вкладывает серьезный бюджет в реставрацию Гран-Пале (Grand Palais) — своей главной площадки для показов. В 2018 году французские газеты называли сумму €25 млн, общий бюджет стройки века — €446 млн. Великий парижский дворец, выстроенный к Всемирной выставке 1900 года, закроется в декабре на три года, чтобы привести в норму неф и несущие конструкции. Вместо него опять же при поддержке Chanel на Марсовом поле стремительно растет временный Большой дворец, размером в треть поля, где уже в феврале должен пройти первый показ. Пандемия пандемией, а в долгосрочной перспективе для Chanel, судя по всему, жизнь непременно должна вернуться на круги своя, и в Париж со всех концов земли вновь полетят редакторы, байеры и клиенты ради десяти минут невероятных шоу в самых красивых декорациях французской столицы. Традицию эту заложил Карл Лагерфельд в 2006 году. Как-то в конце шестидесятых он увидел в Гран-Пале балет Мориса Бежара, который произвел на него такое сильное впечатление, что

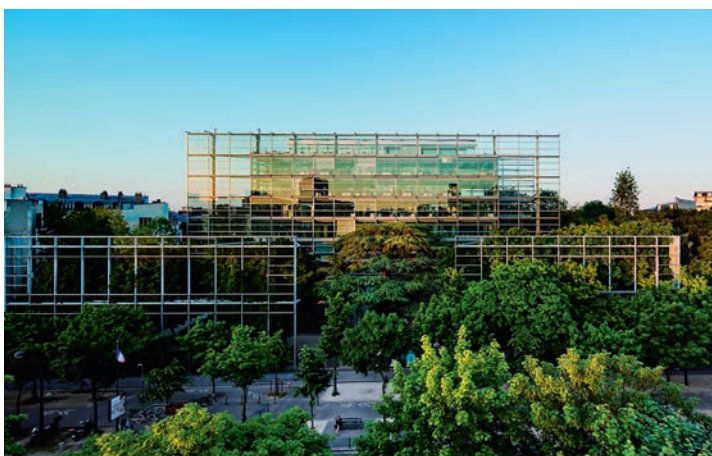
когда пришло время ему самому ставить спектакли — не балетные, правда, а модные, — то никаких других вариантов не было: только Большой дворец. После реставрации именем Габриэль Шанель назовут центральный вход. А этой осенью у другого парижского дворца — Palais Galliera — появился целый этаж, названный Gabrielle Chanel, и тоже неспроста. Французский модный дом выступил эксклюзивным меценатом ремонта в Парижском музее моды, цель которого расширение выставочных площадей. За два года работ цокольный этаж, где раньше располагались технические помещения, переделали в полноценное современное функциональное пространство для выставок. Первой экспозицией в новых стенах стала крупнейшая во Франции ретроспектива «Манифест моды. Габриэль Шанель», посвященная не жизни, а именно творчеству великой основательницы, — очень умная и подробная работа кураторов Музея моды и дома Chanel. И даже несмотря на санитарные ограничения в Париже и на закрытые границы, «Манифест» вырвался в выставочные бестселлеры с первых дней работы.



CLAUDIA ANDUJAR



GIANLUCA DIOGA / TRIENNALE MILANO



LUD BOEGY / FONDATION CARTIER



CLAUDIA ANDUJAR



GIANLUCA DIOGA / TRIENNALE MILANO



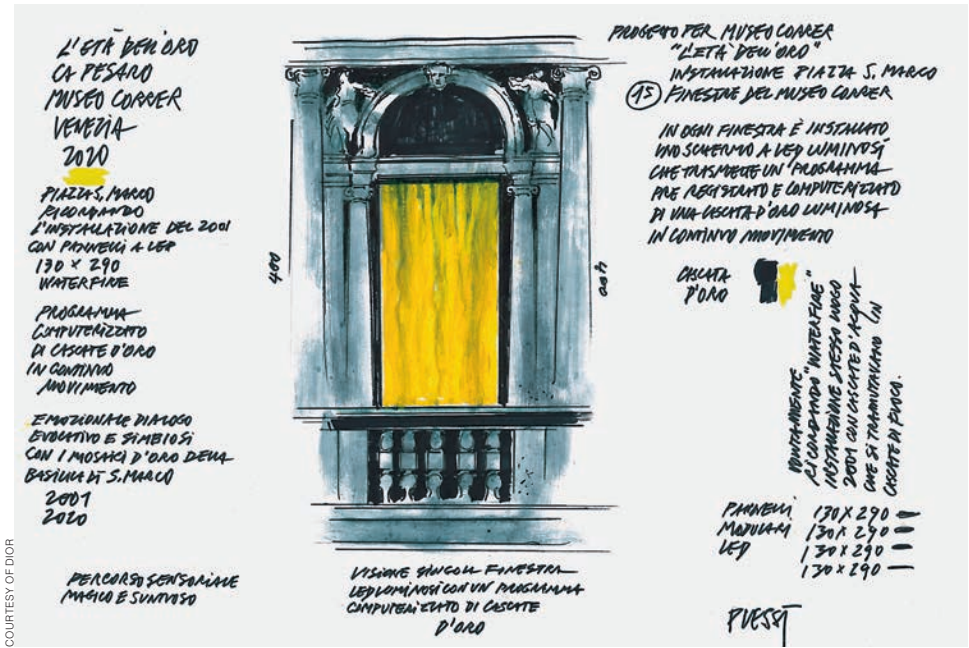
CLAUDIA ANDUJAR



CLAUDIA ANDUJAR

Между Парижем и Миланом

Вопреки всем обстоятельствам и неопределенностям Фонд современного искусства Cartier тоже делает ставку на время. «Сегодня просто необходимо думать о будущем», — уверен директор Фонда Cartier Эрве Шанде, поэтому совместная программа с Музеем дизайна Триеннале в Милане рассчитана на восемь лет, и это совершенно новый тип культурного сотрудничества между частным фондом и государственным музеем. Отправной точкой будет выставочная программа фонда в Париже. Некоторые проекты перемещаются из Парижа в Милан — например, полностью переехала инаугурационная выставка бразильского фотографа Клаудии Андухар, посвященная исчезающему индейскому племени Амазонки. Другие выставки будут специально создаваться для Музея дизайна совместными силами двух команд. И культурная программа не ограничивается только современным искусством, равно как не ограничивается им и программа Фонда Cartier, и Триеннале. Кураторов интересует искусство в самом широком понимании — от архитектуры, дизайна, моды и кино до науки, философии, антропологии и экологии. Эволюция нашего общества и экологическая трансформация — также один из главных векторов франко-итальянского сотрудничества, и с пандемией эти вопросы становятся еще более актуальными.



Сад надежды Diog

Не отказались от своих выставочных планов и в доме Diog. Несмотря на перенос Архитектурной биеннале в Венеции на год (она должна была открыться в мае), приуроченную к ней инсталляцию Фабрицио Пlessи «Золотой век» на площади Сан-Марко решили провести этой осенью. Открытие совпало с началом Венецианского кинофестиваля. 80-летний художник, пионер видео-арта в Италии установил на фасаде городского музея Коррера цифровые золотые экраны — как будто мощные струи воды вырываются из окон и наводняют пустую венецианскую площадь. С наступлением вечера она вся заливается золотым светом. А в окнах читается послание — «Pax Tibi» («Мир тебе»). Это слова из Евангелия, которое держит в лапах лев и на площади Сан-Марко, и на многих других изображениях святого апостола — покровителя Венеции. «В этот мрачный момент нашей жизни я хотел создать сильное позитивное сообщение, которое было бы понятно каждому. Это послание света и надежды», — заявил художник и добавил, что золото для него символизирует не роскошь, а долговечность, неподвластную времени. На будущее рассчитан и большой совместный проект Diog и Лувра в Париже по рекультивации сада Тюильри, где теперь проходят показы дома. Идея пар-

тнерства — сделать так, чтобы детище Андре Ленотра, который преобразовал сад при Людовике XIV в 1664 году, распустилось и зацвело, как во времена «короля-солнца». Для сравнения: в XVII веке деревья занимали 71% всей площади сада. Сегодня — всего 42%, и это в основном каштаны, среди которых немало полуторавековых старцев. Когда 14 млн человек ежегодно топчут твою землю, увядание неизбежно. Соглашение сроком на пять лет Лувр, в чьем управлении находится Тюильри, и дом Diog подписали до пандемии, а уже к сентябрю закончили первый этап программы. В Саду птиц, что на пересечении центральной эспланады Фельянов и аллеи Дианы, высадили первую сотню кустарников и деревьев. Садовники надеются, что с новыми черешнями здесь появятся новые птицы и мы их услышим уже весной.

ОТРЕСТАВРИРУЙ ЭТО О КОРПОРАТИВНЫХ СПОНСОРАХ ПРОЕКТОВ



PHOTO BY LORENZO DE MASI / FOND TORLONIA

В фотопроекте «Ъ-Инициативы» — проекты реставрации произведений искусства, поддержанные компаниями в России и в мире. Представители культурных институций и сами специалисты-реставраторы нередко говорят, что на реставрацию найти деньги корпоративных спонсоров очень сложно. Она долгая, дорогостоящая, а резонанс от проекта не так очевиден, как от открытия выставки или музейного пространства. Но тем не менее именно реставрация наряду с научно-исследовательской деятельностью особенно важна для сохранения и развития культуры. В нашей подборке те, кто это понимает.



PHOTO BY LORENZO DE MASI / FOND TORLONIA

Bulgari и Фонд Торлония

14 октября в Риме открылась выставка произведений древнегреческого и римского искусства, где представлены 92 памятника скульптуры из собранной за два столетия коллекции семьи Торлония — мраморные бюсты, статуи, барельефы и саркофаги. Они отреставрированы Фондом Торлония при спонсорской поддержке Bulgari.



PHOTO BY LORENZO DE MASI / FOND TORLONIA



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ

Cartier и Государственный Эрмитаж

Проект начался несколько лет назад. Партнерство помогло отреставрировать уже несколько ценных предметов декоративно-прикладного искусства из коллекции Эрмитажа. В 2016 году закончилась реставрация лампы из горного хрусталя, в 2017 году отреставрировали ароматник (на фото слева), в 2018 году — ларец Ядвиги Ягеллонки, а в 2019 году — фельдмаршальский жезл. Сейчас приступили к реставрации кабинета с часами, созданного в Германии в самом начале 1700-х (на фото справа).



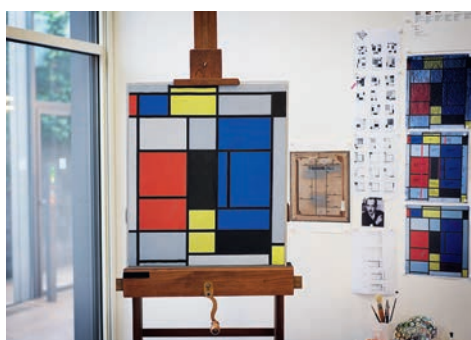
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ. 2020. СЕРГЕЙ СОТОВЫЕВ



LA PRAIRIE X FONDATION BEYELER



LA PRAIRIE X FONDATION BEYELER



LA PRAIRIE X FONDATION BEYELER



LA PRAIRIE X FONDATION BEYELER

La Prairie и Фонд Бейелера

Piet Mondrian Conservation Project — совместный проект швейцарского Фонда Бейелера и бренда La Prairie. Его цель — отреставрировать четыре работы Мондриана из коллекции фонда: «Tableau No. I»; «Composition with Yellow and Blue»; «Composition with Double Line and Blue»; «Lozenge Composition with Eight Lines and Red», созданные в период с 1921 по 1938 год. Реставрация сейчас идет полным ходом, по плану на все шедевры потребуется два года. Следить за процессом можно онлайн — в разделе Art Journal на сайте laprairie.com.

Сбербанк и Третьяковская галерея

Стоимость реставрации пострадавшей от рук вандала в 2018 году картины Ильи Репина «Иван Грозный и сын его Иван 16 ноября 1581 года» предварительно оценивали в 5–10 млн руб. Спонсором дорогостоящей реставрации, а также изготовления современных средств защиты для этого и других наиболее ценных экспонатов Третьяковки стал Сбербанк.

Реставрация не только дорогая, но и долгая — сейчас она все еще в процессе. Конкретной даты ее окончания не называют — времени будет потрачено столько, сколько нужно для идеального результата.



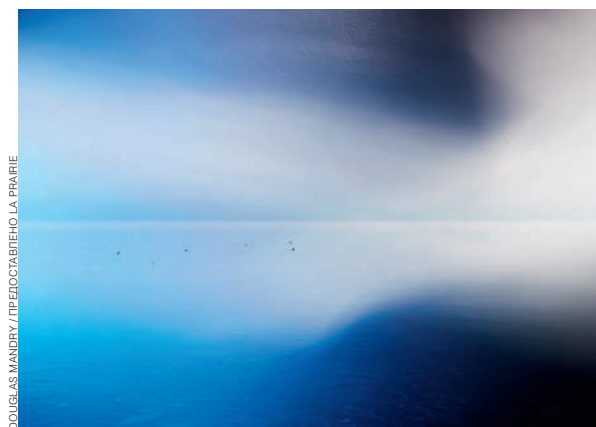
AkzoNobel и Рейксмюсеум

О реставрации одного из самых знаменитых и самых масштабных полотен Рембрандта — «Выступление стрелковой роты капитана Франса Баннинга Кока и лейтенанта Виллема ван Рёйтенбюрга», или «Ночной дозор» (1642), размером 3,79 x 4,53 м и весом 337 кг — было объявлено в 2018 году, а началась она в следующем году. За ходом реставрационных работ в режиме реального времени могут наблюдать посетители амстердамского Рейксмюсеума, где находится картина. Чтобы это стало возможным, ее переместили в другой зал, а перед самым полотном выстроили пло-

щадку для исследователей и реставраторов, которую от зрителей отделяет стеклянный экран. На сегодня проведено полное сканирование картины, изучено ее состояние и составлен план реставрации, которая будет закончена в ближайшие пару лет. Главным партнером проекта стала компания AkzoNobel, занимающаяся производством красок и лакокрасочных покрытий. Помимо нее средства выделили 21 частный фонд и компании, а также меценаты, которые пожелали остаться неизвестными.

ИСКУССТВО НА СТРАЖЕ ПРИРОДЫ УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ LA PRAIRIE

—Дуглас Мандри, его работы для аукциона Artnet и процесс их создания



Швейцарский La Prairie известен как инновационный бренд в области люксовых бьюти-продуктов. Но новатором он стремится быть не только в этом. В своих инициативах компания тоже исповедует передовой подход. Недавно было объявлено о новом проекте, объединяющем искусство и экологию. «Это новая арт-инициатива бренда, продолжение наших филантропских проектов, и оно напрямую связано с нашей непрерывной деятельностью в защиту экологии Швейцарии», — отметили в La Prairie.

Художником для проекта был выбран Дуглас Мандри. Это довольно молодой швейцарский фотограф — родился в Женеве в 1989 году, — с 2013 года он живет в Цюрихе, и школа немецко-швейцарской фотографии в его работах очень сильна. Он исследует максимы самого медиума фотографии, создавая поэтические работы на тему природы. Мандри сочетает традиционные фотографические техники с передовыми и выходит за рамки фотографии, чтобы создать новую типологию объектов.

Для проекта с La Prairie Мандри отправился в путешествие по родной Швейцарии и запечатлел самые захватывающие дух и гипнотизирующие взгляд ландшафты.

Снимал Дуглас несколько дней, редактировал куда дольше. Как говорит художник, каждый раз, видя завораживающий пейзаж, он уже представляет его более графичную версию, и всегда в работах виден его культурный бэкграунд. La Prairie решила пригласить Дугласа не только по принципу «швейцарскости» или того, что и бьюти-бренд, и художник стремятся «остановить мгновение». Впервые арт-инициативу решили соединить с экологической — сохранением знаменитых ледников Швейцарии. Три работы Мандри будут 4–18 ноября проданы с аукциона Artnet, а все средства от продажи пойдут как пожертвования в ETH Zurich (Швейцарский федеральный институт технологий). Одна из первоочередных задач ETH — проекты в области гляциологии, изучение климатических изменений и связанные с ними природоохранные проекты. Ставки в проекте высоки, таких же хочется ждать и на аукционе.



ВЕЧНОЕ СИЯНИЕ ПРОЕКТ CLE DE PEAU BEAUTE АННА МИНАКОВА



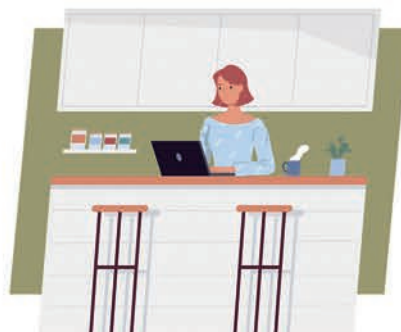
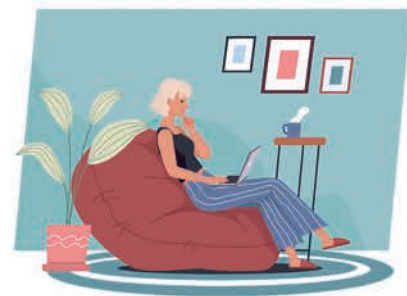
ПРЕДОСТАВЛЕНО SHISEIDO GROUP

Лауреат
премии 2019 года —
активистка из Сирии
Музоон Альмелехан

Power of Radiance («Сила сияния») — такое название получил запущенный в 2019 году проект входящего в группу Shiseido бренда Cle de Peau Beauté. Это программа, нацеленная на развитие женского образования. Как формулируют в компании, цель программы — «отметить заслуги женщин со всего мира, чья деятельность в защиту прав женщин и девочек на получение образования привела к положительным переменам в жизни людей». И всячески подчеркивают, что проект многолетний. Суть программы в том, что каждый год грант на развитие образовательных программ для девочек и женщин вручают активистке, внесшей значительный вклад в дело женского образования. Первым лауреатом стала активистка из Сирии Музоон Альмелехан. Самый молодой посол доброй воли ЮНИСЕФ, Музоон получила это звание в 2017 году, когда ей было 18 лет. Ее деятельность как активистки направлена на поддержку девочек в получении школьного образования. Как рассказывает Музоон, хотя в Сирии несовершеннолетних девушек выдают замуж не так часто, с момента начала гражданской войны в 2011 году доля таких браков существенно возросла. Только в ее классе в иорданском лагере беженцев «Заатар» половина из 40 девочек бросили школу ради замужества. С этим и боролась Альмелехан. В 2015 году ее семья иммигрировала в Великобританию, в 2017 году она впервые вернулась в Иорданию, чтобы продолжить свои образовательные проекты.

«Cle de Peau Beauté верит, что сияние — это сила внутри каждого из нас, которую необходимо выпустить наружу. Когда это сияние выходит на свободу, каждый из нас может достичь великих целей и изменить мир к лучшему», — говорит директор по управлению брендом Cle de Peau Beauté Юкари Сузуки, объясняя не только суть, но и название проекта. «Для меня большая честь иметь возможность поддержать вдохновляющих женщин, которые меняют мир, поддерживая образование», — продолжает она. — Я также горжусь, что могу наблюдать за тем, как их внутреннее сияние озаряет окружающих». Хотя изначально планировали вручать грант одному лауреату в год, в 2020-м его получили сразу две активистки — девушки из Непала Бинита Шрестха и Пратикша Пандей. Отметим их за вклад в образование и расширение возможностей девочек в таких традиционно мужских областях, как научно-технологические, инженерные и математические дисциплины (STEM). «Сила сияния» — не единственный образовательный проект для женщин при поддержке бренда. В этом году Cle de Peau Beauté стал партнером ЮНИСЕФ. По случаю выпущена специальная серия (отличается упаковкой) бестселлера бренда — сыворотки-активатора Le Sérüm. Часть доходов от ее продажи перечислят на поддержку женского образования. В России продажи этой серии стартуют именно сейчас.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МАКСИМУМ ГРАНТЫ И СТИПЕНДИИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ ИВАН СБОРОВ



Как известно, получение диплома не гарантирует получение работы. Впрочем, это не новость, так было во все времена. В России советского периода существовала система распределения после вуза, гарантировавшая рабочие места свежеспеченным специалистам, однако распределить могли куда угодно, и далеко не все выпускники мечтали о карьере сельского учителя за сотни километров от дома или радиста в условиях вечной мерзлоты. У иностранных вузов с многовековой историей немного другой взгляд на будущее своих студентов. Старейшие и престижные университеты планеты разными способами готовят почву для своих будущих выпускников, прокачивая и собственные компетенции, и репутацию. К примеру, Кембридж (University of Cambridge, Великобритания), в котором учились Исаак Ньютон, Фрэнсис Бэкон, Оливер Кромвель и 15 британских премьер-министров, подарил миру самое большое количество нобелевских лауреатов. Более 80 выпускников и преподавателей Кембриджа получили эту престижную академическую награду: 29 — за достижения в физике, 25 — в медицине, 21 — в химии, 9 — в экономике, двое в литературе и один — премия мира. Безусловно, это повод для гордости. Но за ним стоит долгая и кропотливая работа и с преподавательским составом, и с компаниями, желающими заполучить в штат лучшего из студентов престижного вуза. Йельский университет (Yale University, США) вкладывает более \$500 млн в расширение и усовершенствование лабораторий и учебных помещений факультетов точных наук и инженерного профиля, а также финансирует развитие материальной базы для исследований в области медицины и биотехнологии. Всемирная стипендиальная программа университета ежегодно привлекает в Йель будущих выдающихся деятелей со всего мира, которым предстоит внести значительный вклад в развитие своих стран.

Гарвард (Harvard University, США), выпускники которого становятся представителями политической и научной элиты всего мира, в 2008 году запустил программу Common Spaces Programm, цель которой укрепление связей академического сообщества. Кроме того, в Гарварде можно получить материальную поддержку: 20% студентов не платят абсолютно ничего, а 55% студентов получают дополнительное финансирование на обучение. Университет учитывает финансовые возможности каждого учащегося вне зависимости от того, является ли он гражданином США или другой страны, и в случае необходимости готов частично или полностью покрыть расходы, касающиеся обучения и проживания студента. Для получения полного финансирования достаточно предоставить документы, подтверждающие, что годовой доход родителей составляет менее \$65 тыс. При Университете Либерти (Liberty University, США) открыт карьерный центр, где его сотрудники связывают работодателей со студентами. В центре знают, кто обычно интересуется их выпускниками, какие у работодателей требования, каков процесс трудоустройства, чего ожидают от кандидатов, как подготовиться к отбору и так далее. Выпускники Университета Экстера (University of Exeter, Великобритания) находят работу в течение полугода после окончания обучения. Все благодаря тому, что университет имеет связи более чем с 700 компаниями и проводит более 900 мероприятий в год, включая презентации, пробные интервью, ярмарки вакансий. В университете функционирует так называемая Graduate Business Partnership — 20-недельная стажировка для выпускников, в рамках которой молодой специалист попадает в компанию и выполняет проект в определенной области: это могут быть информационные технологии или онлайн-торговля, исследование рынка, развитие продукта или научные разработки.



Таким образом, вузы не просто обучают, а действительно готовят специалистов, способных сразу после получения диплома взяться за конкретное дело. Неудивительно, что у каждого из них стоит очередь из сотен компаний, претендующих на таких выпускников.

В России работодатели из состава главных игроков и лидеров рынка понимают проблему. Сегодня появляется все больше и больше программ, вовлекающих молодежь в различные проекты. То есть компании начинают формировать собственные кадровые резервы: это и именные стипендии, и гранты на проекты и разработки, и оплачиваемые стажировки, которые проводятся как на базе самих компаний, так и в содружестве с ведущими отраслевыми вузами.

Из последних новостей в сфере поощрения молодых талантов — проект «Альфа-шанс», созданный, как несложно догадаться, Альфа-банком. 30 лучших студентов российских вузов получают по 300 тыс. руб., которые смогут потратить на то, что поможет им реализоваться и достичь успеха, например на оплату стажировки, покупку мощного компьютера или на финансирование собственного проекта. В рамках программы стипендиаты «Альфа-шанса» смогут общаться и консультироваться с признанными экспертами — предпринимателями и управленцами. А лучшие из лучших попадут на оплачиваемую стажировку в Альфа-банке с прицелом на дальнейшую постоянную работу, разумеется. «В нашей стране много умных и свободных студентов. Многим для успешного старта в жизни не хватает прозаичных вещей — денег и комфортной среды для обмена опытом», — справедливо отметили представители банка, комментируя программу. Кстати, заявки на участие принимаются до 30 ноября.

Аналогичным проектом отменился в этом году и ВТБ. Более 9 тыс. студентов из 350 отечественных вузов боролись за 50 именных грантов в 100 тыс. руб., которые разрешалось потратить на специализированные курсы или тренинги, участие в конференциях или семинарах, приобретение подписки на профессиональную литературу, книг или доступов к необходимым базам данных. Допускались, впрочем, и расходы на запуск собственного бизнеса, организацию важного социального проекта или подготовку научной статьи. Главной задачей для соискателя было аргументированно обосновать, почему на конкурентном рынке банковских услуг так важно быть всегда на шаг впереди. Авторам наиболее убедительных конкурсных работ предлагалась и возможность присоединиться к команде ВТБ. «Мы рады, что, несмотря на вынужденные изменения в формате данного мероприятия в связи с пандемией коронавируса, нам удалось реализовать этот важный проект и оказать поддержку талантливым ребятам. Надеемся, что наш вклад станет хорошим подспорьем в их дальнейшем профессиональном и личностном развитии», — отметил Глеб Ермаков, руководитель департамента по работе с персоналом — старший вице-президент банка ВТБ.

Поддержать лучших студентов, создав благоприятные условия для их профессионального развития и роста лидерского потенциала, готов и Благотворительный фонд Владимира Потанина. На именную стипендию в 25 тыс. руб. в месяц могут претендовать студенты первого и второго курсов очной магистратуры наиболее динамично развивающихся российских вузов (в списке партнеров стипендиальной программы 2020/21 учебного года их 75). Как сообщают организаторы конкурса, главными критериями отбора станут академический, интеллектуальный, творческий и лидерский потенциал соискателей, а также их мотивация к развитию, социальная активность, готовность брать на себя ответственность, осознание общественной значимости выбранной для учебы специальности. Прием заявок заканчивается 20 ноября.

Впрочем, поддерживать юные дарования можно не только именными стипендиями. Продвижению талантливой молодежи способствуют и такие мероприятия, как Rusbase Young Awards — ежегодная премия в области молодежного предпринимательства от независимого бизнес-издания Rusbase. Школьники, студенты и начинающие предприниматели до 25 лет, у которых уже есть свой собственный бизнес или коммерческий проект, борются здесь за звание лучшего в одной из шести номинаций. Они охватывают едва ли не все направления деятельности, доступные для малого и среднего бизнеса, от производства и продажи товаров и услуг до образовательных и просветительских проектов. Непосредственной финансовой поддержки лауреаты премии, правда, не получают. Зато могут рассчитывать на PR, обогащение новыми знаниями и навыками для развития своего дела (в рамках бесплатного онлайн-курса) и, что немаловажно, на помощь персонального ментора из числа членов жюри. Советы опытного бизнесме-

на могут оказаться для начинающего предпринимателя куда полезнее сухой теории.

Фонд развития теоретической физики и математики «Базис» учрежден в 2016 году Олегом Дерипаской для поддержки фундаментальной физики и математики в России. Теоретическая физика играет ключевую роль в современной науке и является неотъемлемой частью качественного естественно-научного образования. Программы фонда направлены на обеспечение системной и комплексной поддержки теоретической физики и математики в России, повышение конкурентного уровня сообщества российских ученых и преподавателей и укрепление взаимосвязи научной деятельности и системы образования в этой сфере. Поэтому в рамках специальной программы с физическим и механико-математическим факультетами МГУ им. М. В. Ломоносова фонд проводит конкурсы на получение грантов для обучения по магистерской программе Mathematics and Theoretical Physics Part III в Кембриджском университете. Грант «Базиса» можно получить на полную или частичную оплату расходов на обучение. Преимущество при отборе получают заявители, которые имеют дополнительные источники финансирования. Документы можно подать до 10 февраля 2021 года.

Формированием кадровых резервов озабочены разные представители бизнеса. Так, компания СИБУР вот уже несколько лет реализует образовательную программу, направленную на поддержку одаренных детей, достигших успехов в сферах химии и инжиниринга, и их социально-профессиональный рост. Она ориентирована на формирование у старшеклассников развитых компетенций, отвечающих требованиям СИБУРа к «инженеру будущего», и на подготовку к поступлению в вузы на профильные направления. В рамках специальной профориентационной смены в сочинском образовательном центре «Сириус» юным участникам программы предлагается целый комплекс мероприятий: от лекций и мастер-классов до разработки исследовательского или инженерно-технического проекта в сфере аналитической химии или инжиниринга. Совместить профессиональную ориентацию с отдыхом у моря предлагает школьникам компания РЖД, вот уже третий год проводящая в партнерстве с международным детским центром «Артек» тематическую образовательную программу «Страна железных дорог». Обладателями бесплатных путевок стали на этот раз 400 учеников 6–11-х классов, успешно прошедшие конкурсный отбор. В течение трех недель они знакомились с работой ОАО РЖД, с железнодорожными профессиями, IT-технологиями, учились создавать 3D-объекты железных дорог будущего, изучали робототехнику, развивали свои лидерские качества и организаторские способности.

Работу с образовательными учреждениями как важную составляющую в общей системе работы с персоналом рассматривает и ПАО ЛУКОЙЛ. В компании учреждена комплексная программа по взаимодействию организаций группы ЛУКОЙЛ с вузами, в рамках которой предусмотрены стипендии и гранты.

Именные стипендии выплачивает Благотворительный фонд ЛУКОЙЛ. Отбор кандидатов на получение стипендий производится из числа студентов третьего-четвертого курсов бакалавриата и первого-второго курсов магистратуры, а также третьего-пятого курсов специалитета очной формы обучения факультетов (институт) нефтегазового профиля образовательных организаций высшего образования. Стипендии назначаются студентам, средний балл успеваемости которых не ниже 4. При назначении стипендии приоритет отдается учащимся, заключившим договоры с организациями группы ЛУКОЙЛ. Кроме того, студенты, начиная с третьего курса, могут пройти производственную практику на предприятиях.

Для молодых преподавателей до 35 лет, чтобы оказать им поддержку в повышении квалификации, профессиональном росте и решении социальных вопросов, Благотворительный фонд ЛУКОЙЛ учредил специальные именные гранты. Соискателями грантов могут быть штатные преподаватели и научные сотрудники образовательного учреждения, участвующие в учебном процессе, не старше 35 лет, зарекомендовавшие себя как перспективные преподаватели, стремящиеся к самореализации на педагогическом поприще, активно участвующие в совершенствовании содержания и методического обеспечения учебного процесса, выполняющие научно-исследовательскую работу по тематике, связанной с проблемами повышения эффективности нефтегазового производства в условиях рыночной экономики и его экологической безопасности, а также выполняющие исследования в области менеджмента, информации, политологии, геополитики, связей с общественностью, международных отношений, социологии, культурологии и других общественных наук.

«В нашей стране много умных и свободных студентов. Многим для успешного старта в жизни не хватает прозаичных вещей — денег и комфортной среды для обмена опытом»

В ОДИН КЛИК HUAWEI HONOR CUP



ПРЕДОСТАВЛЕНО HUAWEI

«Российские программисты очень талантливы»
У Сай, вице-президент Huawei в регионе Евразия

Работая в России уже более 20 лет, какие вызовы компания Huawei как ведущий глобальный поставщик ИКТ-решений видит в настоящее время в российской IT-сфере?

Цифровая трансформация шагает семимильными шагами. Но стремительное развитие ИКТ одновременно создает и некоторые барьеры в социальной сфере. По статистике, только каждый четвертый россиянин обладает достаточно высоким уровнем цифровой грамотности. Недостаточный уровень цифровых навыков понижает конкурентоспособность на рынке труда, создает сложности при поиске работы. В частности, во время пандемии стало очевидно, что не все оказались готовы к дистанционным форматам работы из-за нехватки знаний в области технологий.

При этом сегодня цифровая грамотность нужна не только сотрудникам компаний, занятых в сфере высоких технологий. Мы наблюдаем, как цифровизация стремительно захватывает традиционные отрасли, рабочие профессии, которые раньше были связаны исключительно с ручным трудом. Яркий пример тому — недавний совместный проект Huawei с «Билайном». На территории угольного разреза СУЭК развернули пилотную 5G-зону и тестируют беспилотные дистанционно управляемые самосвалы. Если раньше операторы находились за рулем самосвала, то сейчас могут управлять техникой, сидя за компьютером за много километров от карьера. Но для этого нужно понимать и уметь использовать новейшие технологические решения. Это просто, например, для 13–14-летних детей, но для поколения их родителей может стать серьезной проблемой в трудоустройстве. Вспомните, какой сложной задачей было научиться пользоваться персональным компьютером, когда они только появились. Для поколения 50–60 лет выйти в интернет или подготовить презентацию в PowerPoint казалось невыполнимой миссией, некоторые из-за этого даже потеряли работу.

Сегодня мы стоим на пороге нового мира более сложных интеллектуальных технологий. По данным исследования Ассоциации предприятий компьютерных и информационных технологий, проведенного по заказу Минкомсвязи России и при поддержке АНО «Цифровая экономика», численность ИКТ-специалистов в России составляет порядка 1,8 млн человек, а к 2024 году общая годовая потребность в высококвалифицированных кадрах составит до 300 тыс. человек в год.

В России порядка 200 технических вузов, но далеко не во всех учебная программа соответствует самым актуальным направлениям ИКТ. Для родителей сегодняшних школьников встает серьезный выбор: куда ребенок пойдет учиться и какая профессия в будущем обеспечит ему стабильную работу?

Какие основные программы компании Huawei нацелены на образование молодежи и подготовку кадров?

Подготовка кадров — неотъемлемая часть бизнеса Huawei как на глобальном уровне, так на российском рынке. Мы привносим новые технологии и понимаем свою ответственность, стараясь помогать людям разных возрастов и профессий адаптироваться к стремительно меняющемуся миру технологий.

Компания Huawei предлагает стратегию взаимодействия с локальными игроками российского рынка, чтобы совместными усилиями способствовать достижению национальных целей развития России, в том числе цифровой трансформации и подготовке кадров. Сотрудничество — основная идея нашей стратегии построения Сообщества единого цифрового будущего. Вместе с более чем 60 российскими вузами мы создали ИКТ Академии Huawei. Более десяти лет работает международная программа стажировок Seeds for the Future, а с 2012 года она стала доступна и в России. В рамках программы Huawei приглашает студентов пройти обучение в штаб-квартире Huawei в Шэньчжэне, научиться работать на инновационном оборудовании в наших лабораториях. За время действия программы ее участниками стали более 100 российских студентов из 12 вузов. Кроме того, компания поддерживает научные проекты российских студентов и аспирантов, дает возможность стипендий и стажировок. В 2015 году российский офис компании специально для российских студентов организовал соревнования по ИКТ Huawei Honor Cup.

Благодаря этим проектам мы совместно с партнерами подготовили порядка 18 тыс. специалистов в сфере ИКТ. В ближайшие пять лет мы планируем продолжать сотрудничество в этой сфере, наша цель — подготовить свыше 130 тыс. российских кадров в области цифровых технологий.

Какую динамику в России вы прослеживаете за пять лет проведения Huawei Honor Cup — интерес общества и участников, достижения лауреатов предыдущих конкурсов?

В этом году соревнования Huawei Honor Cup проходят в шестой раз, и за эти годы мероприятие стало очень масштабным. Количество участников выросло более чем в десять раз: в 2015 году всего было 1,5 тыс. участников из 70 учебных заведений, а в этом году мы получили уже более 18 тыс. заявок от студентов и выпускников более 1 тыс. вузов. Кроме того, расширилась и география проведения соревнований: с прошлого года Huawei Honor Cup стали евразийскими соревнованиями, в которых могут принять участие студенты и выпускники из России, Белоруссии, Казахстана, Узбекистана и других стран.

Huawei Honor Cup — это не просто олимпиада или соревнования, это образовательный проект, он дает участникам возможность получать новые знания и компетенции, которые затем они смогут применить в новых исследованиях и дальнейшей работе. Для участников на протяжении всего времени проведения соревнований доступны бесплатные вебинары, онлайн-школы по актуальным направлениям ИКТ: 5G, облачные технологии, искусственный интеллект, разработка мобильных приложений. В этом году видео-курс по искусственному интеллекту изучили 1,3 тыс. человек, по облачным вычислениям и большим данным — более 2 тыс. Идея Huawei Honor Cup состоит в том, чтобы мотивировать студентов учиться самостоятельно, и мы рады видеть, что количество участников растет из года в год.

Как меняются сами Huawei Honor Cup?

Технологии меняются очень быстро, вместе с ними меняются и Huawei Honor Cup. С первого года проведения соревнований мы ежегодно меняем список номинаций, чтобы задания охватывали наиболее актуальные вопросы.

Я очень рад, что в этом году мы открыли участникам новую возможность попробовать себя в роли разработчиков. Российские программисты очень талантливы и обладают огромным потенциалом к разработке приложений. Поэтому мы представляем им новую свободную платформу для создания приложений, отличную от App Store и Google Play, — экосистему HMS (Huawei Mobile Service). Среди работ участников номинации App мы видим разработки высокого уровня, и не исключено, что некоторые из них смогут пополнить ряды приложений в галерее приложений APP Gallery для мобильных телефонов Huawei и Honor.

Каков шанс победителей Huawei Honor Cup начать работать и сделать карьеру в Huawei в России и в мире?

За годы проведения соревнований более 15 победителей после финала получили приглашения на работу в различные подразделения Huawei в России. Однако Huawei Honor Cup не нацелены в первую очередь на поиск новых сотрудников для нашей компании. В рамках образовательных проектов компания Huawei предлагает студентам и молодым специалистам разностороннее образование в области ИКТ и готовит кадры для всей отрасли в целом.

Как я уже говорил, в любом деле важную роль играет сотрудничество. Мы рады, что наши партнеры из числа российских компаний разделяют видение Huawei в деле подготовки кадров и поддерживают соревнования Huawei Honor Cup. В рамках финала прошлого года наши партнеры из «Сбера», «Лаборатории Касперского» вместе с экспертами Huawei провели для участников

семинар о перспективах трудоустройства в цифровую эпоху. Также в рамках финала мы организуем ярмарки вакансий, где эксперты HR-департамента компании рассказывают о возможностях трудоустройства и могут рекомендовать для трудоустройства участников, показавших хорошие результаты в финале, нашим партнерам.

В Китае есть поговорка: путь в тысячу ли начинается с первого шага. Каждый раз, стоя на сцене и вручая призы победителям Huawei Honor Cup, я чувствую

гордость за наше общее дело. Все ребята, с которыми мы знакомимся во время соревнований, приехали из разных городов, из разных вузов, но их объединяют общие черты: упорство, вера в свои силы, талант и стремление к совершенству. Конечно, для студентов и выпускников крайне важно иметь возможность применять свои знания на практике, и надеюсь, что победа в Huawei Honor Cup станет для участников лишь первым шагом к их работе мечты.



«Глубокое понимание темы и практический опыт»

Федор Венедиктов, победитель Huawei Honor Cup 2019 в номинации IT

Как вы узнали о Huawei Honor Cup?

Это был 2017 год, второй-третий курс бакалавриата, в это время студенты начинают искать занятия кроме учебы, многие с моего направления подготовки участвовали в конкурсах по робототехнике. Я решил, что это не моя область интересов, искал дальше. Увидел информацию о проведении Huawei Honor Cup 2017 случайно, в новостной ленте на портале своего университета (САФУ).

В какой номинации победили?

Номинация IT охватывает технологии и компоненты, используемые в центрах обработки данных за небольшим исключением сетевой инфраструктуры, для нее существует отдельная номинация IP. К IT можно отнести физические серверы, системы хранения данных, сети хранения и облачную операционную среду, всю продукцию собственной разработки компании. Каждые из этих компонент следует исследовать, чтобы справиться с заданиями отборочных этапов.

Вы участвовали несколько лет. Как менялись соревнования?

С моего первого участия формат улучшился, теперь он подразумевает более глубокое понимание темы и некий практический опыт. Однако участниками по-прежнему являются студенты и аспиранты, находящиеся в относительно равных условиях со свободным доступом к материалу, вопрос лишь в уровне подготовки. Единственным преимуществом может быть живой опыт работы с оборудованием, но другие могут частично компенсировать это, используя эмуляторы пользовательских интерфейсов. Ежегодно в этой номинации выступает пара сотен человек, но реальная конкуренция идет между несколькими десятками.

Что дал вам конкурс?

Благодаря участию в конкурсах я сменил специализацию. Моя программа бакалавриата по автоматизации в промышленности предлагала мне далеко не светлое будущее. Приняв участие в конкурсах Huawei, я заинтересовался сферой системного администрирования и телекоммуникаций серьезнее и уже не сомневаюсь в выборе предметной области для работы. Также многочисленные дипломы призера конкурсов при поддержке компании Huawei помогли мне стать стипендиатом Фонда Владимира Потанина. А выигранный приз Huawei Honor Cup 2019 благополучно материализовался в «даче-мобиль» для родителей.

«Не сомневайтесь в своих силах»

Василь Тапкин, победитель Huawei Honor Cup 2019 в номинации AI

Расскажите о номинации, в которой победили.

Номинация, в которой я участвовал, называется «Модели и методы искусственного интеллекта», она охватывает практические знания языка программирования Python, некоторые разделы высшей математики и широкий спектр теории машинного обучения, включающей в себя задачи классификации, регрессии, компьютерного зрения, обработки естественного языка и многое другое.

Сколько участников было в соревнованиях?

В соревновании принимало участие около 15 тыс. человек, но в финал сражаться за кубок вышли только по 20 сильнейших участников в каждой из номинаций.

Что бы вы посоветовали тем, кто думает об участии в конкурсе? Как правильно подготовиться?

Участникам этого года желаю вложить все свое упорство в подготовку. На сайте Huawei Honor Cup есть ссылка на онлайн-школу Huawei, где можно посмотреть лекции по искусственному интеллекту.

«Победа в конкурсе становится все более престижной»

Александр Богачев, победитель Huawei Honor Cup 2019 в номинации 5G

Как вы узнали о Huawei Honor Cup и почему решили принять участие?

О конкурсе Huawei Honor Cup я узнал в 2016 году, когда учился в университете. С тех пор принимал участие каждый год. В первый раз я не прошел в финальную часть, но затем мои результаты улучшались раз за разом: в 2017 году, во время службы в армии, мне удалось выйти в финал и даже приехать на финальную часть, в 2018-м я занял второе место, а 2019-й принес долгожданную победу.

В какой номинации вы победили?

Я участвовал в номинации 5G, которая посвящена мобильной связи. Темпы развития технологий в области связи очень высокие, поэтому, когда я начинал в 2016 году, эта номинация была посвящена 2G/3G/4G, а в прошлом году она была целиком о пятом поколении сетей.

Насколько высока была конкуренция?

Каждый год количество участников увеличивается, конкуренция растет, и победа в конкурсе становится все более престижной. И если в финале участвует порядка 20 человек, то на первых этапах их число достигает нескольких тысяч.

Как конкурс изменил вашу жизнь?

Благодаря этому конкурсу я устроился в компанию Huawei и переехал из Петербурга в Москву, получил ценные знания в процессе подготовки, приобрел друзей. Поэтому можно сказать, что Huawei Honor Cup оказал очень большое влияние на жизнь в целом, без него она была бы совсем другой. В этом году я не могу принять участие, поэтому немного грустно расставаться с тем, что стало такой значимой частью жизни.

евразийские соревнования в it-сфере huawei honor cup проводятся с 2015 года, организованы они по инициативе huawei. зачем нужны huawei honor cup и что они дают участникам и устроителям? об этом «коммерсантъ. инициативы» узнал и у организаторов, и у победителей прошлого года.

ЛЮКС СПЕШИТ НА ПОМОЩЬ НА ВОДЕ, В ЛЕСАХ И ГОРАХ

ЛУИЗА МЫШКИНА



1__ Cartier — в защиту дикой природы

2__ Сбор мусора на Эвересте в рамках программы Bally Peak Outdoor

Сегодня значение словосочетания «устойчивое развитие» знают даже дети.

Большие и малые корпорации, международные компании, ведущие игроки и лидеры рынков — нет отрасли в мире, где бы главы крупных и влиятельных предприятий остались в стороне от социальных и экологических вопросов, волнующих и обывателей, и общественные организации. Некоторые ограничиваются внедрением зеленых технологий, разработкой новых и переработкой старых материалов, оптимизацией рабочих процессов, а некоторые идут гораздо дальше. В буквальном смысле спасать планету.

Природные и экологические катаклизмы становились причиной миграций народов еще во времена Древнего мира. С тех пор человечество придумало миллион разных способов, как эти катаклизмы вызывать, случайно или специально. Сегодняшние масштабы загрязнений, вызванные в большинстве своем последствиями нашей жизнедеятельности, уже пугают даже «экологических диссидентов».

Как известно, вода питает все живое. Проблема загрязнения Мирового океана входит в тройку лидеров наравне с глобальным потеплением и разрушением озонового слоя. Ученые сообщают как минимум о пяти «мусорных островах», дрейфующих в водах Тихого, Атлантического и Индийского океанов. Этот факт подтверждают основатель фонда EarthEcho International, исследователь и защитник океана Филипп Кусто (внук знаменитого Жак-Ива Кусто) и его жена Ашлан Брок: «У нас есть пять огромных мусорных островов посреди океана. Они образовались из-за особенностей океанических течений... Туда попадает пластик из всех точек мира. Самый большой мусорный остров расположен в Тихом океане. Он больше, чем штат Техас в США, по площади равен Франции».

Фамилия Кусто давно и тесно связана с Мировым океаном. В 1973 году Жак-Ив основал «Общество Кусто», некоммерческую организацию, целью которой стала защита океанической флоры и фауны. Сегодня организация, возглавляемая вдовой легендарного исследователя Франсин Кусто, продолжает заниматься проведением уникальных исследований и наблюдением за экосистемами Мирового океана, в чем ее активно поддерживает IWC Schaffhausen. Также часовой бренд сотрудничает с фондом Чарльза Дарвина и научно-исследовательской станцией имени Чарльза Дарвина на Галапагосских островах, в чьи задачи, кроме исследования уникальных экосистем архипелага, входит также и работа над проектами по сохранению их флоры и фауны.

С именем Кусто связаны и часовщики Blancpain, чьи Fifty Fathoms Жак-Ив неоднократно испытывал. Однако выпуском одной линейки часов интерес марки

к вопросам экологии не ограничился. Увлечшись дайвингом, глава правления Марк А. Хайек озабочился состоянием океана и в 2011 году создал фонд Blancpain Ocean Commitment. Фонд поддержал программу National Geographic Pristine Seas («Нетронутые моря») морского биолога и эколога Энрика Салы, а также с 2013 года сотрудничает с исследовательским проектом Gombessa еще одного энтузиаста — французского морского биолога, дайвера-исследователя Лорана Баллесты, помогает его команде изучать и сохранять уникальную флору и фауну заповедных мест Мирового океана и увеличивать защищенную часть акватории. Название проекту дало «живое ископаемое» — сенсационно обнаруженная в прошлом веке кистеперая рыба латимерия, которая все еще обитает у побережья Восточной и Южной Африки, коренное население называет ее «гомбесса». На сегодняшний день при поддержке Blancpain команда Баллесты совершила четыре масштабные экспедиции, а также несколько дополнительных миссий. К слову, каждый новый владелец часов из ежегодно пополняемой коллекции Fifty Fathoms вносит свой вклад в деятельность фонда Blancpain Ocean Commitment в целом и экспедиции Баллесты в частности: €1000 от стоимости каждого экземпляра часов Blancpain перечисляет на финансирование этих проектов. Вместе с сертификатом о переводе средств на исследования владелец часов получает приглашение стать членом «Круга приверженцев океана» и первым узнавать подробности всех экспедиций, встречаться с их участниками, участвовать в тематических дискуссиях.

За сохранение чистоты океана и пляжей борется и неправительственная организация Ocean Conservancy. За последние 30 лет она организовала десятки тысяч операций по очистке прибрежных территорий от мусора в 153 странах. В них приняли участие около 12 млн человек, которые собрали более 230 тонн мусора. В делах и стремлениях Ocean Conservancy активно помогает Breitling. Сотрудничество анонсировали весной 2018 года, а уже через год вышла лимитированная коллекция Superocean Heritage, часть средств от продажи которой идет на финансирование проектов «безопасности океана». В рамках сотрудничества Breitling тесно работает с экспертами по вопросам переработки и утилизации собранного мусора наиболее эффективным и экологическим способом, а также приглашает детей участвовать в очистке прибрежных территорий, параллельно обучая их тому, как они могут помочь восстановить экологию и предотвратить загрязнение пляжей и Мирового океана в будущем.

Prada Group тоже не осталась в стороне от проблем Мирового океана. Совместно с Межправительственной океанографической комиссией ЮНЕСКО марка провела всемирную образовательную программу Sea Beyond, в которой при-



BREITLING



COURTESY OF PRADA



HUBLOT



Audemars Piguet Foundation



HUBLOT

няли участие учебные заведения в Берлине, Мехико, Йоханнесбурге, Лиссабоне, Лондоне, Милане, Нью-Йорке, Париже, Шанхае и Венеции. Для учителей были разработаны специальные вебинары, позволяющие самостоятельно подготовить учебный модуль из четырех уроков. В ходе занятий ученики узнавали о значимости Мирового океана и сохранении его богатств, проблемах загрязнения и возможных путях их решения. Результатом обучения стали придуманные ребятами стратегии по сохранению океана.

Летом прошлого года Prada запустила проект Re-Nylon. Теперь знаменитые нейлоновые сумки выпускаются из переработанного нейлона EcoNyl, а часть доходов от продажи коллекции Prada Re-Nylon как раз пошла на финансирование океанической программы марки. 8 июня, ко Всемирному дню океанов, Межправительственная океанографическая комиссия ЮНЕСКО провела первый в истории виртуальный саммит по вопросам знаний об океане, в котором приняли участие более 1600 человек, в том числе главы государств, министры, художники, ученые, активисты, представители спорта и бизнеса. Глава департамента маркетинга Prada Group Лоренцо Бертелли представил на суд комиссии результаты обоих проектов, подтвердив, что потребительский интерес к экологически чистым продуктам стал универсальным.

Проблемы на суше тоже не дают покоя. «Зеленые легкие» планеты — леса — активно страдают как из-за климатических изменений, так и от вырубки. В Audemars Piguet озаботились этой проблемой еще в 1992 году, создав одноименный фонд, участвующий в программах по защите окружающей среды и просвещения молодежи и вносящий вклад в сохранение лесов по всему миру. Фонд основал Жак-Луи Одемар, отец Жасмин Одемар, нынешнего президента совета директоров. Сегодня фонд активно сотрудничает с Международным союзом охраны природы, в состав которого входят около тысячи правительственных и неправительственных природоохранных организаций. Например, фонд Audemars Piguet внес значительный вклад в крупную программу, инициированную в Эль-Сальвадоре неправительственной организацией One Drop, которую учредил Ги Лалиберте, основатель Cirque du Soleil. Фонд посадил 12 тыс. деревьев, чтобы замедлить эрозию почвы — причину исчезновения источников пресной воды, снабдил семьи местных жителей свежими продуктами, а также построил 200 энергосберегающих печей и организовал курс обучения для 500 молодых людей. Другой проект под названием «Деревья — мои лучшие друзья» прошел в Индии. Инициированный НПО Humana People to People, он начался с создания питомников в десяти городах штатов Харьяна и Мадхья-Прадеш. Более тысячи детей, участвовавших в про-

3__Breitling Superocean Heritage Ocean Conservancy Edition — за чистые пляжи и безопасность океана

4__Мужские ботинки Prada из коллекции Re-Nylon, модель Gabardine combat boots

5__Йохан Эрнст Нильсон в часах Jacob & Co Astronomia Tourbillon

6__Audemars Piguet — часы на службе лесу. Проект по спасению амазонских лесов

7__Hublot и SORAI на защите носорогов

екте, посадили деревья и прошли образовательную программу, проведенную специально подготовленными в рамках проекта учителями. Также по просьбе ассоциации рыболовов и торговцев рыбой «Балантакунда» фонд Audemars Piguet финансировал пересадку мангровых деревьев в реке Казаманс (Сенегал), для того чтобы восстановить в ней ихтиофауну. Принимая большое участие в спасении лесов и восстановлении биосферы во всех уголках планеты, организация проводит различные просветительские программы, некоторые из них направлены на сохранение малочисленных племен. Сам фонд располагается в недавно открытом музее-ателье Audemars Piguet, залы которого знакомят с богатым наследием марки и ее устремленностью в будущее. Экспозиция музея насчитывает более 300 часовых моделей, среди них — самые сложные из когда-либо создававшихся, а также шедевры миниатюризации и нестандартного дизайна. Вопрос с экспозицией, посвященной работе фонда, решили небанально и рационально: в открытом атриуме музея посадили дерево, иргу круглолистную (*Amelanchier rotundifolia*). Через два года его пересадят в рамках программы фонда.

Ювелирный дом Cartier присоединился к The Lion's Share Fund — экологической инициативе, объединившей бренды, защитников природы и потребителей с целью совместного преодоления глобального кризиса окружающей среды. Цель фонда — инвестировать более \$100 млн в год в течение следующих пяти лет, чтобы остановить утрату биоразнообразия планеты. Данный вклад финансируется брендами-участниками, направляющими 0,5% своих медиаинвестиций каждый раз, когда образ животного фигурирует в их рекламе. «Красота мира природы всегда была источником вдохновения и творчества для вневременных вещей Cartier, — сказал Сирил Виньерон, президент и генеральный директор Cartier International. — Как граждане этого мира мы считаем своим долгом защищать его биоразнообразие и оказывать влияние на сохранение дикой природы».

Американский ювелирно-часовой дом Tiffany & Co. еще в 2000 году создал собственный фонд Tiffany & Co. Foundation, среди программ которого — защита морских экосистем и переселение черных носорогов. В 2016 году фонд совместно с Американским союзом по борьбе с незаконной торговлей дикими животными (U.S. Wildlife Trafficking Alliance) вошел в коалицию из 16 компаний, деятельность которой направлена на сокращение спроса на нелегальные ресурсы дикой природы. В рамках этого сотрудничества в том же 2016 году Tiffany & Co. впервые оказала поддержку фонду Elephant Crisis Fund (ECF), запустив социальную кампанию #KnotOnMyPlanet: тогда десятки героев мод-



ISTOCK PHOTO/ПРЕДОСТАВЛЕНО TIFFANY & CO.

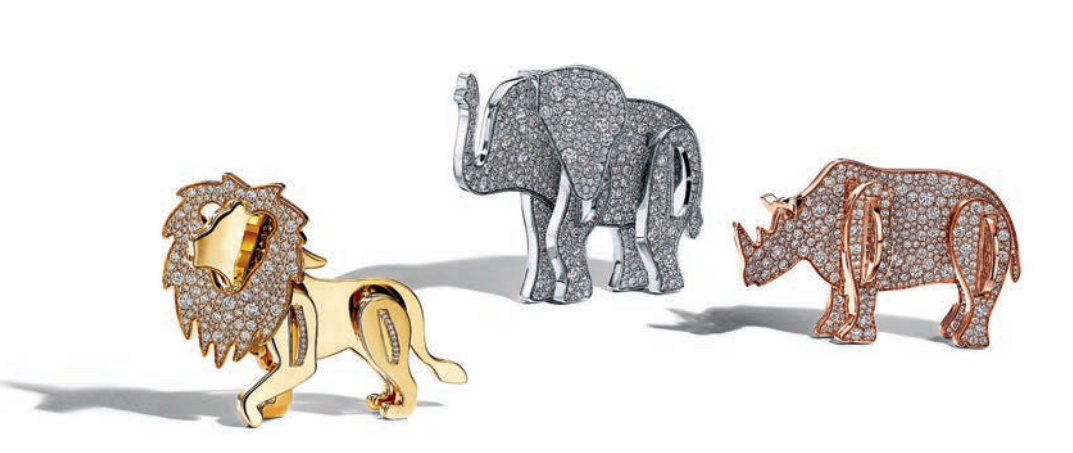
LAURENT BALLESTA / ПРЕДОСТАВЛЕНО BLANCPAIN



9



LAURENT BALLESTA / ПРЕДОСТАВЛЕНО BLANCPAIN



11

8__Лоран Баллеста во время V экспедиции Gombessa «Планета Средиземноморья»

9__Фонд Tiffany & Co. на страже красоты подводного мира

10__Blancpain Ocean Commitment с исследователями проекта Gombessa

11__Броши в виде фигурок льва, слона и носорога из коллекции Tiffany & Co. «Save the Wild»

ной индустрии и шоу-бизнеса завязали символический узел как напоминание о существующей проблеме и своем обязательстве вносить пожертвования в проекты ECF. В следующем году марка запустила линейку украшений Save the Wild. Всю прибыль от продажи этих изделий (да, все 100%) Tiffany & Co. перечисляет на программы ECF. Elephant Crisis Fund — результат объединения инициативы Save the Elephants и некоммерческой организации Wildlife Conservation Network при поддержке фонда актера Леонардо Ди Каприо (Leonardo DiCaprio Foundation). Главная задача фонда — положить конец охоте на слонов, сократить контрабанду и спрос на слоновую кость, что ведет к катастрофическому снижению их популяции: в результате браконьерских набегов ежегодно погибает до 30 тыс. особей.

Другой вид, активно страдающий от браконьеров — это носороги. Две трети популяции носорогов, населяющих планету, могут исчезнуть еще при нашей жизни. Организация Save Our Rhino Africa India (SORAI), которую основал экс-игрок в крикет Кевин Питерсен, взяла курс на защиту этих животных, в чем нашла поддержку у компании Hublot. «Быть впереди браконьеров — это каждый раз гонка на опережение времени. Мы гордимся и рады поддержать организацию SORAI Кевина Питерсена в достижении этой цели для наших будущих поколений и глобальной биоразнообразия», — заявил генеральный директор Hublot Рикардо Гвадалупе. По этому случаю марка Hublot выпустила часы Big Bang Unico SORAI, на циферблат которых помещен символ SORAI и Hublot — белый носорог. Значительная часть средств от продажи модели перечисляется организации Care for Wild, заботящейся об осиротевших детенышах носорогов, и южноафриканскому агентству национальных парков — на усиление возможностей ночного наблюдения с использованием бортовых средств тепловой разведки, которая поможет быстрее обнаруживать носорогов и защищать их в случае опасной для животных ситуации.

«Мы рождаемся, страдаем, умираем, а горы стоят непоколебимо», — писал Пауло Коэльо. Бренд Bally связывает с горами давняя дружба: спонсирование экспедиций, создание культовых оленьих ботинок, которые носил Тенцинг Норгей во время первого в истории восхождения на Эверест в 1953 году с сэром Эдмундом Хиллари, и вообще пристальное внимание к Гималаям. Этот горный массив является третьим по величине в мире месторождением льда и снега после Антарктиды и Арктики. За последние 40 лет были потеряны миллиарды тонн льда, что угрожает жизненно важному источнику воды для 800 млн человек, которые используют его для повседневного орошения, гидроэнергетики и питья.

В 2019 году Bally представил инициативу Bally Peak Outlook, которая заключалась в очистке от мусора базового лагеря и маршрута до вершины Эвереста. Под руководством экологического активиста и альпиниста Давы Стивена Шерпы и его команды с «крыши мира» было удалено две тонны мусора, более половины из которых собрано в «зоне смерти». В этом году инициатива уже стала одноименным фондом, а в планах Bally глобальная очистка от мусора уже не только Гималаев — помимо повторной уборки Эвереста намечены работы в семи базовых лагерях, включая Чо-Ойю, Дхаулагери I, Канченджангу, Лхоцзе и Макалу, — но и горы Фудзи. Известное место паломничества японцев приберут совместно с клубом Fujisan.

Ювелирно-часовой дом Jacob & Co давно и плодотворно сотрудничает с фондами принца Альберта и Леонардо Ди Каприо. Деятельность обоих фондов направлена на улучшение экологической ситуации в мире. С Ди Каприо марку связывает старая дружба: она давно и активно поддерживает экологические проекты актера. В этом году марка Jacob & Co представила часы Astronomia Everest.

В 2014 году Jacob & Co уже выпустила Astronomia Tourbillon, в которых шведский путешественник-исследователь и посол Международного союза охраны природы Йохан Эрнст Нильсон отправился в Гималаи. «Я носил эти часы во время моего последнего восхождения, где я поднялся на 6200 м, при температуре минус 30°C, в экстремальных условиях», — говорит Нильсон. — Я использовал Astronomia на подъеме, взбираясь на ледяные стены и работая ледорубом. Часы отлично работают в любых условиях». Нильсон покорил все семь вершин (высочайшие горы всех частей света), посетил 172 страны и некоторые из самых в отдаленных уголках Земли. За экспедицию Pole to Pole, которая длилась 18 месяцев и проходила с Южного на Северный полюс, он занесен в Книгу рекордов Гиннесса. Название экспедиции дало имя благотворительному фонду Нильсона — Pole2Pole. «Знать об опасностях, с которыми сталкивается наша планета из-за изменения климата, очень важно», — говорит Джейкоб Арабо, основатель компании Jacob & Co. — Работа с известным исследователем Йоханом Эрнстом для нас отличный способ присоединиться к проектам по охране окружающей среды». Модель Astronomia Everest изготовлена в количестве 24 экземпляров — по количеству часовых поясов. Стоимость каждого экземпляра составляет \$884 800, как высота Эвереста (8848 м), и помимо самого изделия в покупку включены экспедиция на вертолете по маршрутам Нильсона и участие в благотворительных проектах компании. С продажи каждой пары часов 10% от стоимости будут перечислены на благотворительность.

НИЧТО НА ЗЕМЛЕ

КОНЦЕПЦИЯ «НОЛЬ ОТХОДОВ»

АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

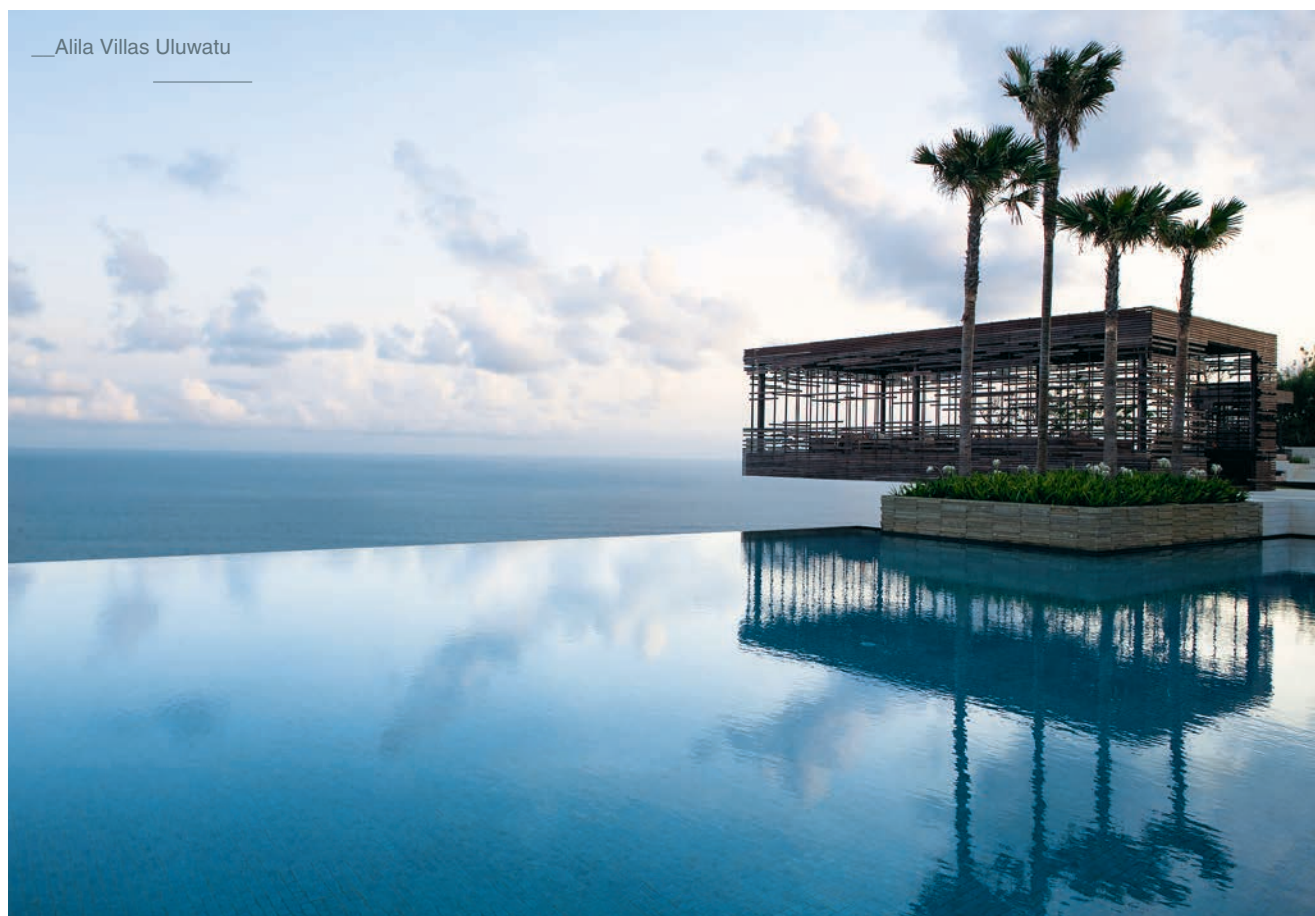


Модная в последние годы концепция Zero Waste («Ноль отходов») фактически ведет свою историю с начала 1970-х — периода расцвета электронной промышленности. Именно тогда японская Toshiba ввела на своем производстве правило Zero Defects, обозначив стремление не только выпускать высококачественный продукт, но и делать его с минимальными потерями. Примерно в то же время идею нулевых отходов заложил в название своей компании — Zero Waste Systems Inc. — американский химик Пол Палмер. Сейчас Zero Waste — это и элемент бизнес-стратегии передовых корпораций, и правило, которым руководствуются наиболее сознательные люди в повседневной жизни. Их пока немного, но они есть и ведут активную пропагандистскую деятельность. Одним из самых ярких активистов, которые на собственном примере показывают, что жить и не производить практически никаких отходов вполне возможно, стала американка Беа Джонсон. Сменив мегаполис на небольшой калифорнийский город, она с мужем пришла к идее безотходной жизни и протестировала ее на себе — это привело к выпуску нашумевшего бестселлера «Zero Waste Home: The Ultimate Guide to Simplifying Your Life», который переведен более чем на 20 языков. В России книга вышла под названием «Дом без отходов: как сделать жизнь проще и не покупать мусор». В ней Беа Джонсон рассказывает о «правиле 5R» — Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, Rot, которые по-русски можно перевести в пять «О»: отказаться от ненужного, ограничить необходимое, опять использовать уже приобретенное, отдавать на переработку то, что нельзя повторно использовать, отправлять в компост остальное. Правила эти просты и очевидны, но выполнение их требует не только дисциплины, но и понимания своей ответственности перед природой.

— Архитектурный проект Zero Waste Bistro (слева) финских дизайнеров Харри Коскинена и Линды Бергрот впервые был показан на ярмарке WantedDesign в 2018 году. Он полностью сделан из переработанных материалов. До 17 января 2021 года его можно увидеть на выставке «Фантастик Пластик» в Новой Третьяковке. Справа — московский ресторан Bjorn

Помимо отдельных активистов в мире существуют целые объединения, пропагандирующие подобный подход, к примеру, альянс Zero Waste International. В 2018 году он дал уточненное определение принципа «Ноль отходов»: это сохранение всех ресурсов посредством ответственного производства, потребления, повторного использования и восстановления продуктов, упаковки и материалов без сжигания и без сбросов в землю, воду или воздух, которые угрожают окружающей среде или здоровью человека. В качестве своих целей эта организация выбрала стремление к безотходности ресурсов (энергии, материалов и человеческих), сокращение до нуля выбросов в атмосферу, воду, а также в виде твердых отходов, безотходную административную и производственную деятельность, установку безотходного жизненного цикла товаров (от транспортировки до утилизации), отказ от использования токсических веществ. Все это планируется достигать путем внедрения на предприятиях безотходных стратегий управления и формирования у людей привычки к ответственному потреблению.

Многим Zero Waste не кажется практически реализуемой концепцией, поэтому стали появляться альтернативы попроще. К примеру, Low Impact, с одной стороны предполагающая развитие экоосознанности у частных лиц и компаний, а с другой — ставящая перед ними более реалистичные задачи. Основная из них — максимальное сокращение экоследа во всех сферах жизнедеятельности человека, но не ультимативная директива свести все отходы к нулю. Другая концепция — Cradle-to-Cradle — предполагает создание промышленных систем с циклическими процессами, в результате которых побочные продукты производства вторично перерабатываются или исполь-



зуются, что положительно должно повлиять на экологический след, оставляемый компанией.

При этом логичным кажется постепенный переход от более «расслабленной» системы к строгой. Именно его придерживаются большинство компаний, которые заявляют о том, что переходят на Zero Waste или стремятся к этому. Так, отели в обычное (до COVID-19) время в силу своей деятельности и частой смены постояльцев являются бизнесом с повышенным количеством отходов, хотя их и нельзя сравнить с промышленными производствами. Самые ответственные из них при этом не обязательно обозначают себя как «экоотели», хотя и делают много для того, чтобы приносить окружающей среде минимальный вред. В число лидеров по борьбе с загрязнением вошел Brenners Park Hotel & Spa в Баден-Бадене, где все отходы сортируются и перерабатываются. Отель также стремится обходиться без пластика и осуществляет закупки только у тех поставщиков, которые научились производить продукцию без него. Помимо этого на территории расположены зарядные станции для электромобилей, а гости отеля могут воспользоваться электромобилем для передвижения по городу. Каждый постоялец может оставить в отеле ненужную одежду, которую затем передадут в благотворительные организации. Еще один пример — L'Apogee Courchevel в Куршевеле. Отель организует дни по сбору мусора, привлекая добровольцев, контролирует количество отходов, связанных с поставками, использует многоразовые коробки, контролирует потребление воды и энергии, постепенно исключает одноразовые пластиковые предметы. К концепции Zero Waste стремится и отель Alila Villas Uluwatu на Бали. Виллы на его территории построены с использованием переработанных материалов, к примеру железнодорожных шпал, и спроектированы с крышами из вулканических пород и бамбуковыми потолками, чтобы увеличить поток воздуха и минимизировать потребность в кондиционировании. Резервуары для дождевой воды и система очистки стоков экономят воду на всей территории. Здесь также построена лаборатория, в которой остатки пищи компостируются, стекло и керамика измельчаются и превращаются в песок для производства экологически чистых строительных материалов, а пластиковые отходы перерабатываются в дизельное топливо, керосин и бензин.

Интересно обратить внимание и на отели из более доступного сегмента. Так, Nomad Le Havre во французском Гавре в общественных зонах и коридорах использует ковры, которые были изготовлены из отслуживших свое рыболовных сетей. Дерево, пошедшее на настил полов и для изготовления мебели, было получено из сертифицированных, ответственно выращиваемых лесов, а средства для ухода за сантехникой на 90% сделаны из мелкодисперсных минеральных составов, полученных из ближайшего карьера, и на 100% безопасно утилизируются. При этом отель предлагает постояльцам заметные скидки, если они решат отказаться на время пребывания в отеле от использования телевизора, кондиционера, не будут потреблять более 100 литров в день на человека в душе, а также откажутся от смены полотенец и постельного белья. По статистике отеля, три четверти постояльцев выбирают как раз такие, экоответственные условия проживания, а 45% выбирают этот отель как раз из-за возможности свести свой экологический след пребывания в нем к минимуму.



COURTESY OF ERMENEGILDO ZEGNA

___Ermenegildo Zegna,
осень—зима 2020/21



Еще один бизнес с большим количеством прежде всего органических отходов — ресторанный. Одним из первых на путь Zero Waste встал теперь уже легендарный ресторан Silo, который в 2014 году открылся в курортном Брайтоне (Великобритания). Местный шеф-повар Блэр Хэммонд стал активно использовать остатки продуктов для приготовления бульонов, вкусовых и декоративных присыпок для различных блюд, а также активно выпускает все новые рецепты и учит всех желающих, как превратить очистки и ранее выбрасываемые части продуктов не только в съедобные, но и вкусные блюда. Подобной концепции придерживается и шеф-повар московского ресторана северной кухни Björn Никита Подерягин. Помимо того что в этом заведении по максимуму используются местные продукты, бумага и салфетки в ресторане сделаны из сданного им же сырья. Больше всего в России ответственных рестораторов приходится на Санкт-Петербург. Около сорока из них, в числе которых Grup и Meal, объединились, чтобы совместными усилиями организовать вывоз на переработку заранее рассортированного мусора. А популярная ресторанная группа Duoband Дмитрия Блинова и Рената Маликова пошла дальше. На сайте их ресторана Harvest есть даже отдельный раздел Zero Waste, где в презентацию сведены все успехи команды по сокращению отходов. Там можно узнать, что изначально философия Harvest (а также других ресторанов группы — Duo и Duo.Asia) предполагает внимательное и бережное отношение к продуктам, только натуральные материалы в оформлении, максимум дневного света, минимум деталей, а также отказ от ресурсоемких продуктов, минимизацию мусорного следа, ответственное потребление во всем и отказ от использования опасных для экологии продуктов. При этом в качестве направлений для снижения потребления были выбраны отказ от бумаги, от вакуумной готовки при низких температурах, бутилированной воды, одноразовых баллонов для сифонов, излишних хозяйственных товаров (пластика, фольги, пергамента, одноразовых перчаток, мусорных мешков, вафельного полотна и одноразовых трубочек). Такой подход дал и положительный экономический эффект: в мае 2019 года, до перехода на ответственное потребление, расходы на сопутствующие материалы составили около 137 тыс. руб., а в октябре 2019-го (после перехода) — 87 тыс. Среди модных марок есть большое количество тех, кто заявляет о том, что их продукция полностью произведена из переработанных материалов, но при этом не раскрывает информацию о том, как они поступают с обрезками тканей и нитей, а также как расходуют воду и электроэнергию. Одной из самых честных можно признать компанию Ermenegildo Zegna, которая известна не только как один из самых больших мировых производителей высококачественных тканей, но и как мужской модный бренд. В рамках проекта #UseTheExisting, который марка активно внедряет в жизнь уже не первый сезон, все обрезки, а также нераспроданные остатки одежды перерабатываются, а полученные ткани используются для создания новых коллекций. Подобным образом такие ткани можно переработать до пяти-восьми раз. Коллекция осень-зима 2020/21 наполовину сшита из таких материалов. В будущем креативный директор Алессандро Сартори хочет выпускать и линию одежды, которая на 100% будет сшита из новых экологичных тканей.



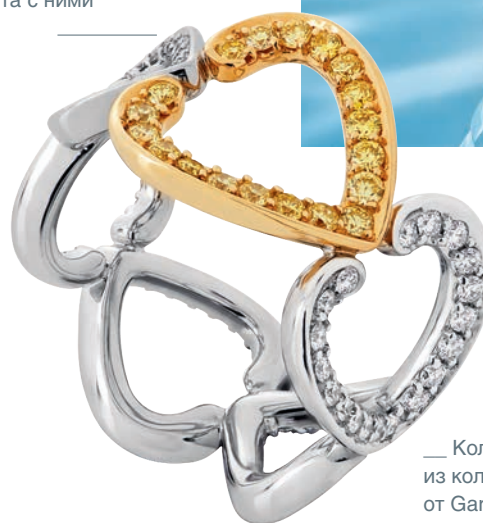
— Беа Джонсон
и ее книга
«Дом без отходов»



ЗНАКИ ОТЛИЧИЯ НОВАЯ ЭТИКА ЛЮКСА АННА МИНАКОВА



— Бриллианты
Tiffany & Co.
и работа с ними



— Кольцо
из коллекции Aloria
от Garrard

STEPHEN WEBSTER



— Украшения из
коллекции CH2 от
Stephen Webster



Модно быть экологически ответственным. Бренды наперебой рассказывают о своих программах, инициативах, пожертвованиях. И, разумеется, многие заявляют о том, что их продукт самый что ни на есть экологически ответственный. Но лучше не только доверять, но и проверять. По этому принципу действуют организации, сертифицирующие hard luxury (часы и украшения) и soft luxury (одежду, обувь, аксессуары, etc.) на предмет соответствия высоким целям и стандартам по защите окружающей среды.

Эффект бабочки

Знак Butterfly Mark выдает брендам независимая организация Positive Luxury (основана в 2011 году). Получить его могут те люксовые марки, которые стремятся к sustainability («устойчивости», что в современном контексте означает сохранение природных ресурсов и планеты в целом для будущих поколений), инновационности и открытости в коммуникации с клиентом. Что значит быть sustainable? Как считают в организации, у каждого бренда свой путь самурая и свои составляющие успеха в неравной битве в защиту экологии,

поэтому Butterfly Mark присуждают, оценивая не какие-то конкретные параметры, а степень экологической ответственности в целом.

Среди тех, кто достоин — Christian Dior, Louis Vuitton, Kenzo, Loewe (высокая мода), Garrard и Stephen Webster (украшения), IWC и TAG Heuer (часы). Полный список можно найти на сайте проекта.

Получить знак отличия в виде бабочки в полете могут не только часовые, ювелирные и модные бренды, но и косметика, премиальные напитки, отели.

Вызвали на ковер

О проекте Eco-Age, основатель которого — жена знаменитого актера и не менее знаменитая активистка экологически ответственного люкса Ливия Ферт, мы не раз рассказывали. Среди ее инициатив — партнерство с Chopard в переходе на стопроцентно этическое золото (осуществили в 2018 году) и призыв сделать то же самое к другим игрокам ювелирно-часового рынка. «Этичное золото» — это золото, добытое с соблюдением всех социальных норм и заботой об экологии региона. Контролировать это помогают про-



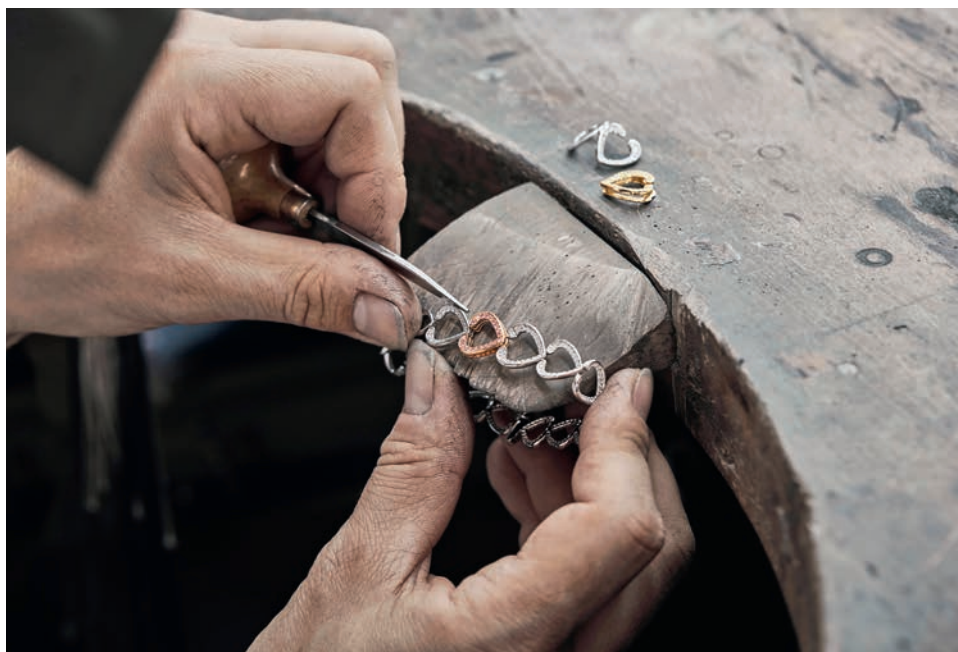
STEPHEN WEBSTER



ПРЕДОСТАВЛЕНО MAX MARA



ПРЕДОСТАВЛЕНО MAX MARA



GARRARD



GARRARD

зрачные каналы закупки — только от тех, кто ведет добычу и сбыт экологически ответственно. Если закупки осуществляются у непосредственных добытчиков золота, то только у тех, кто входит в Swiss Better Gold Association и у кого есть сертификат Fairmined и Fairtrade. Если закупают у поставщиков, то они должны входить в Responsible Jewellery Council (RJC). Кстати, на перечисленные выше сертификаты, особенно RJC, стоит обратить пристальное внимание и вне Eco-Age. Членами того же RJC являются и многие крупные бренды, такие как Cartier.

Еще один, даже более резонансный, чем партнерство с Chopard, проект Ливии Ферг — Green Carpet Challenge и премия Green Carpet Fashion Awards, которую окрестили «Оскаром» экологически ответственной моды.

В 2020 году церемония, как и многие другие, прошла виртуально. На ней привлекли внимание к тому, что в борьбе против загрязнения поможет не только применение переработанных материалов, но и само повторное использование одежды. Так, модный дом Max Mara предоставил для церемонии смокинг, который можно было видеть на показе 1989 года.

— По часовой стрелке: модель в кольце Stephen Webster, смокинг Max Mara на показе в 1989 году и на Green Carpet Award в 2020 году, процесс создания украшений Garrard

«С учетом того, какую невероятную работу проводит Eco-Age, продвигая молодые дарования и стимулируя стремление к экологичности в модной индустрии, а также опираясь на сотрудничество с Camera Nazionale della Moda Italiana, бренд Max Mara решил предложить для цифровой версии церемонии 2020 Green Carpet Fashion Awards образ из своего архива. Использование вещей, которые уже носились ранее, сильно снижает воздействие на окружающую среду и позволяет отдать дань наследию марки», — заявили в компании.

Проверь себя сам

Не только сторонние организации могут выдавать знаки экологического качества. Некоторые бренды проверяют себя сами. Проект Tiffany & Co. 2020 года разработан с целью сделать более прозрачными все этапы пути бриллиантов от месторождения до ювелирного украшения. Все вновь приобретаемые бриллианты весом от 0,18 карата будут обладать чем-то вроде паспорта, в котором будет сообщено не только происхождение камня, но и место, где бриллиант был огранен и заключен в оправу.

ВРЕМЯ СОВМЕСТНЫХ ПРОЕКТОВ «КОММЕРСАНТЪ. ИНИЦИАТИВЫ» ОБЪЕДИНЯЮТСЯ С PROCTER & GAMBLE АННА МИНАКОВА

В прошлом году в рамках премии «Коммерсантъ. Инициативы» мы впервые вручили приз в совместной номинации с идейно близким нам партнером — проектом «Такие дела». Вместе мы наградили компанию за лучшую корпоративную социальную политику. Серебряного журавлика в категории «Социальная ответственность» получила группа компаний RCG за программу социальной адаптации воспитанников детского дома совместно с волонтерским проектом «Старшие братья» и за запуск первого в России агентства социально ориентированного маркетинга RedMe. Идея совместной номинации с близкими нам по духу людьми будет воплощена в жизнь и в этом году. На сей раз в разделе «Экология» нашим партнером стала компания Procter & Gamble. Она уделяет очень много внимания актуальной экологической повестке и относится к вопросу более чем серьезно. Во многом компания становится пионером. В 2019 году Procter & Gamble и сама получила нашего журавлика — как производитель товаров массового потребления, присоединившийся к проекту Loop. Напомним, что Loop — это проект по продаже товаров в многоразовой (до 100 циклов) упаковке, который реализует в сотрудничестве с рядом ведущих производителей компания TerraCycle, международный лидер в сфере инновационной переработки отходов.

В нынешнем году мы совместно с Procter & Gamble вручим журавлика блогеру, освещающему тему экологии. Одним из главных критериев для нас в выборе лучшего будет не количество подписчиков в одной из социальных сетей, не известность персонажа, а то, какое влияние его фото, видео, тексты оказали на актуальную экологическую повестку и отношение к ней аудитории.

И нам, и Procter & Gamble привлечение внимания к проблеме и помощь тем самым в ее решении представляется очень важной деятельностью. Мы работаем с экологической проблематикой как СМИ, в Procter & Gamble стараются не только отвечать на различные современные вызовы внутри компании, но и привлекать внимание широкой общественности к проблемам. В том числе и через работу с инфлюенсерами. В нынешнем году, например, начался проект с Димой Биланом. Музыкант стал посланником совместной с сетью «Магнит» инициативы «Вторая жизнь пластика», предполагающей установку 80 фандоматов.

О партнерстве объявили незадолго до локдауна, в феврале, на медиафоруме «Экология бизнеса», инициированном Procter & Gamble. Как рассказала один из спикеров форума, глобальный вице-президент по устойчивому развитию Procter & Gamble Вирджиния Хелиас, по ее убеждению, главное, что изменилось за последние года четыре, — это то, что раньше разнообразные экопроекты были инициативами отдельных компаний, реализовывались их собственными силами, а теперь настало время делать совместные проекты. И многие крупные игроки их делают.

Совсем свежий проект P&G Beauty, о котором было объявлено всего за несколько дней до выхода этого номера на Reuters Business Summit, — запуск первой масштабной системы многоразовых алюминиевых бутылок для брендов Head & Shoulders, Pantene, Herbal Essences и Aussie в Европе. Косметические бренды запускают систему новых многоразовых бутылок для шампуня, на 100% состоящих из алюминия, и сменных блоков (рефиллов).

«Нельзя терять время, когда речь идет о спасении планеты, и пора изменить ситуацию с пластиковыми отходами к лучшему. Поэтому я рад объявить об инновационном решении в области упаковки шампуней — системе пополняемых бутылок и рефиллов. Она позволит потребителям с 2021 года получать любимые шампуни в красивых многоразовых алюминиевых бутылках и дополнительных сменных блоках... Мы понимаем, что это только начало. Нам пред-

— Многоразовая
перезаполняемая
алюминиевая бутылка
и сменный блок
шампуня Aussie



— Артур Литарович,
старший вице-президент
и глава категории
«уход за волосами»
P&G в Европе

стоит еще многое сделать, и меня вдохновляет перспектива этой миссии P&G Beauty в Европе в рамках последовательной реализации целей программы Responsible Beauty 2030», — сказал в своей речи на саммите старший вице-президент и глава категории «уход за волосами» P&G в Европе Артур Литарович.

В приуроченном к саммиту интервью господин Литарович отметил: «Понимая, что действовать нужно уже сейчас, мы представили новую упаковку для продукции Head & Shoulders, Pantene, Herbal Essences и Aussie, которая позволит 200 млн использующих эти товары домохозяйств в Европе сокращать объем использования пластиковой упаковки и применять ее вторично, внося свой вклад в сохранение нашей планеты. Эти ведущие косметические бренды запускают систему многоразовых бутылок, полностью состоящих из алюминия, а также сменных паучей, на изготовление которых идет на 60% меньше пластика, чем обычно (из расчета на миллилитры в сравнении с обычными бутылками этих брендов). Таким образом P&G Beauty планирует к концу 2021 года сократить объем использования первичного пластикового сырья в упаковке шампуней и бальзамов-ополаскивателей на 50%. В результате коллективных усилий по сокращению объема пластиковой упаковки, ее сбору и вторичной переработке ежегодно будет производиться на 300 млн бутылок из первичного пластика меньше».

Наше сотрудничество с Procter & Gamble не ограничивается совместной номинацией. В этом году все наши журавлики приземлятся на постаменты из вторичного пластика, собранного россиянами и переработанного при поддержке компании Procter & Gamble и ее партнеров.

«нельзя терять время,
когда **речь идет**
о спасении планеты,
и пора изменить
ситуацию с пластиковыми
отходами к лучшему»

— Сбор океанического пластика, который был использован для производства упаковки шампуня Head & Shoulders, на берегах Атлантики в 2019 году

«БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ — НЕ ПРО ГРУСТЬ И СТРАДАНИЕ»

БОРИС МОШКОВИЧ, УЧРЕДИТЕЛЬ ФОНДА «ЖИЗНЬ КАК ЧУДО»

Как вообще родилась идея фонда?

Это было много лет назад, когда на рынке благотворительности, по сути, был один яркий фонд — Фонд Чулпан Хаматовой. Многие из тех людей, которые и сейчас занимаются благотворительностью, тогда общались именно с ней, был высокий уровень доверия. Одна из тем, которые мы с Чулпан тогда развивали, — книжки для детей, больных онкологией. Если ребенку говоришь «нельзя», он обязательно попробует это сделать. Поэтому надо было выпустить по международному аналогу сказки-пособия, которые в игровой форме объясняли эти запреты. Потенциальную опасность превращали в игру. Для меня этот проект был важным, так как он показывал, что благотворительность может быть интересной, позитивной. Что можно не давить на жалость, размещая фотографии больного ребенка, но спасать жизни другими способами. И я помню, в одном разговоре тогда Чулпан сказала мне, что онкология — одна из самых важных тем, но есть и много других, не менее важных. Тогда у нас с братом родилась идея создать свой фонд. История была тяжелая, тогда в том, как все работало, было очень много проблем и вопросов. Наш фонд в основном занимается проблемами печени, преимущественно у детей, но вообще с момента его появления в 2009 году фокус внимания шире — это трансплантология, просто печень самый часто пересаживаемый орган.

Почему именно трансплантология?

Есть распространенное убеждение, что человек сталкивается с проблемой сам, а потом решает создать посвященный ей фонд. Вопреки этому, у нас в семье таких проблем не было и, дай бог, не будет. Я даже сейчас не смогу сказать, как появилась именно тема трансплантологии, это произошло как-то само собой. Тогда, в 2009 году, все в этой области решалось за границей. От простого забора крови для анализов до операций. В России врачей практически не было. Их и сейчас немного, но тогда темой не занимался почти никто. Поэтому наша задача была не только помочь детям, но и, например, обучение врачей, развитие технологий — чтобы в будущем можно было помочь большему количеству детей. На сегодняшний день большую часть анализов и часть операций можно производить здесь, что сильно экономит собранные деньги — не надо на них покупать билет на самолет и оплачивать проживание за границей ради одного анализа.

Какие на сегодняшний день у фонда существуют программы?

Их довольно много. Это и прямая помощь — сбор средств на конкретного ребенка, и не менее важные программы, на которые, к сожалению, тяжелее собирать деньги. Например, у государства есть обязательство по обеспечению детей целым рядом лекарств. Есть список, и есть отдельное указание, что если лекарства в списке нет, но в списке нет и альтернативы, то они обязаны обеспечить то лекарство, которое ребенку нужно. Но все до последнего пытаются сказать: этого в списке нет, так что снабжать не будем. В этом случае мы подаем в суд, для того чтобы обязать региональные органы власти обеспечить лекарствами ребенка. И конечно, когда мы объявляем сбор на адвоката, у людей много недоумения, зачем вообще это нужно. На самом деле это очень дорогие лекарства, которые стоят сотни тысяч и иногда миллионы. И получается, что мы можем сэкономить эти миллионы, потратив гораздо меньшую сумму на адвоката. Разумеется, мы не заставляем ребенка ждать решения суда и параллельно собираем средства на начало лечения.

Что показал локдаун, как повлиял на фонд?

Он продемонстрировал, что огромной поддержкой для нас являются небольшие регулярные пожертвования — люди ставят карту на автоплатеж и ежемесячно перечисляют разные суммы. Кто-то может ежемесячно перечислять 100 рублей, и это серьезный вклад, потому что если у нас есть тысяча, десять



ПРЕСС-СЛУЖБА ФОНДА «ЖИЗНЬ КАК ЧУДО»

тысяч таких дарителей, то они спасают жизни. И каждому из них мы всегда напрямую говорим спасибо. Большие компании так регулярно редко помогают. Им надо выделить бюджет, потом они нередко помогают сначала одному фонду, потом другому. И тут важно понимать, что мы сотрудничаем с другими фондами, устраиваем совместные мероприятия. Мы не конкуренты, потому что, несмотря на то что человек или компания может сначала помочь одному фонду, потом другому, в целом очень важно, что они в принципе приходят в благотворительность.

Еще во время самоизоляции мы систематизировали нашу инициативу «Эстафета чудес». Например, у вас день рождения, в карантин собираться нельзя, ну пришлют вам много букетов — и что? Заменой этому может быть взнос в фонд в честь дня рождения от тех, кто хотел прислать эти цветы.

Еще у вас есть проект «Бегу за чудом».

Да, в нем тоже люди перечисляют деньги на доброе дело, формально поддерживая человека с его инициативой пробежать серьезную для него дистанцию. Во время карантина у нас появился проект «Борода для врача». Идея была в том, чтобы не просто собрать деньги для подопечных фонда, но и поддержать врачей в непростое время. Им надо было по очевидным причинам сбрасывать бороды, в нашей акции бородачи предлагали своим подписчикам перечислять деньги в фонд, чтобы — там все выбирали свой вариант — они сбрили или наоборот не сбрили бороду. Это все часть так называемой волонтерской благотворительности, очень популярной в Америке.

Мы вообще с самого начала хотели, чтобы наш фонд занимался проектами, доказывающими, что благотворительность — не про грусть и страдание. Благотворительность бывает вкусная, веселая, музыкальная — какая угодно. Например, мы договариваемся с кафе, что прибыль с определенного напитка или десерта идет в фонд. И человек, просто купив кофе, который он все равно хотел, делает благое дело, а для кафе это работа на имидж.

Вы сделали и магазин благотворительный.

Да, это тяжелый проект, но мы в него верим. Частные предприниматели выставляют свой продукт, часть прибыли или всю прибыль от которого они готовы направлять в поддержку фонда. Вы решили, например, купить подарок, зашли на сайт и купили то, что хотели, но еще и сделали благое дело. Те же цветы можно заказать в одной из наших партнерских компаний.

Чем кроме денег можно помочь фонду?

Это целая экосистема. Есть те, кто дает деньги, есть партнеры, которые отдают часть прибыли или делают изделие, брендированное под фонд. Кроме того, всегда нужны волонтеры. Это может быть и блогер, который захочет о нас рассказать, и профессионал, который готов помочь своей профессиональной экспертизой, а также люди, которые помогают что-то перевезти, установить, к примеру, при подготовке к благотворительному забегу. Когда у нас проходит традиционный уже благотворительный аукцион, мы проводим рождественские чтения. И артисты бесплатно в них участвуют.

Аукцион и рождественские чтения мы устраиваем в The Ritz Carlton, сначала они нам просто сдавали помещение с большой скидкой, а потом решили в этом сами участвовать — и бесплатно предоставлять помещение, и делать кейтеринг. В качестве лотов нам, например, Большой театр давал бесплатно ложу на спектакль.

Нужны и те волонтеры, которые просто готовы помогать на акциях — сортировать вещи для распродажи, которую мы устраиваем ежегодно в «Весне». Для этой акции люди и компании жертвуют вещи и тем самым делают благое дело, а другие люди его совершают, делая покупку.

Мы проводим и благотворительные аукционы. На одном из них произошел интересный случай. У нас был человек, который купил пуанты известной



балерины, оформленные в раму. Я сильно удивился: его образ с этой покупкой у меня совсем не ассоциировался. Он объяснил это тем, что захотел подарить их своему ребенку и тем самым передать ему идею о том, что через 20–30 лет кто-нибудь купит на аукционе и что-нибудь, связанное с ним, если он многого достигнет.

Насколько чаще сейчас люди сами приходят и предлагают помощь?

Намного. Стало проще с волонтерами, помогает и бизнес. Кто-то делает это с точки зрения личного пиара — и мы не против. Никто не говорит, что все в этом мире должно идти исключительно от сердца. Хотя для многих это вполне искренний процесс.

Те, кто не считает нужным помогать деньгами, часто перечисляют нам мили. Благодаря такой помощи ребенок может полететь на обследование или лечение с большой скидкой (за стоимость сборов авиакомпании). При этом мы говорим не только и не столько про полеты за границу, чаще всего это полеты как раз внутри страны. Это чрезвычайно важная поддержка.

Некоторые родители считают правильным привлекать своих детей к волонтерской деятельности и показывать важность социальной ответственности. Внушает оптимизм то, что многие подростки сами принимают решение оказывать посильную помощь. Приходят к родителям и говорят: «Мы хотим».

Конечно, благотворительная помощь должна быть популяризована: обо всем нужно чаще говорить, так как большое количество людей не знает, не понимает или имеет предубеждения насчет этого. Когда люди видят, что это реально работает, а бизнес — что это не несет ущерба репутации, а даже наоборот, то меняют свое отношение к благотворительности и чаще приходят к ней.

За 11 лет, которые работает фонд, появилось ли ощущение, что теперь компании более осознанно подходят к благотворительности, понимают, что это может дать им как в плане пиара, так и поддержки корпоративных ценностей, выстраивания отношений с широкой аудиторией?

На сто процентов. Мы делаем большое количество различных проектов с компаниями. В рамках проекта «Цветы ради жизни» воспитанники детских домов выращивали цветы, прибыль от продажи которых отправлялась на благотворительные цели. И многие компании ставили у себя стол с этими цветами, которые можно было купить. Это пример ситуации win-win, обо-

юдный выигрыш: ребенок, вырастивший цветок, учится помогать другим; человек, который и так бы купил цветы к празднику, помогает детям, а компания выступает с важной инициативой, практически не затрачивая усилий, часто это даже формат некоего тимбилдинга.

Многие сейчас поняли, что социальная ответственность — это не какая-то отдельная нагрузка, а инструмент для реализации большого количества важных задач, от внутрикорпоративных до вопросов внешних коммуникаций. Статус социально ответственной компании при прочих равных условиях дает конкурентные преимущества: всегда приятнее выбрать банк или авиакомпанию, которая с каждой потраченной вами тысячи рублей, к примеру, хотя бы рубль перечисляет на благотворительность.

Многие благотворительные фонды достаточно хорошо организованы. Могут ли они какие-то схемы своей работы «передать» государственным структурам, научить их более эффективным решениям?

Любая государственная структура — это огромное количество регламентов. И это понятно: если есть риск, что хоть кто-нибудь может на этом паразитировать, то пусть лучше будет эта сотня отчетов, которая поможет убедиться в том, что все было сделано во благо.

Директор одного благотворительного фонда рассказывал, что если пропускать все дела фонда — и прежде всего осложнения, которые возникают в работе, количество спасенных детей — через себя, то очень скоро выгоришь. Насколько у вас получается не принимать неизбежное близко к сердцу?

Я здесь даже больше восхищаюсь девушками, которые у нас работают. На мой взгляд, вся существующая благотворительность на 80–90% женская. Наверное, потому что женщины могут пропустить через себя намного больше чужой боли, не нарушив свой внутренний баланс. Мне кажется, что всегда нужно искать выход этой накопленной боли: для кого-то это спорт, для других — йога, медитация, дыхательные упражнения. К сожалению, благотворительность это далеко не всегда победы и спасенные жизни, это и трагедии, это те, кому помощь, к сожалению, не дала должного результата. Ни мы, ни врачи не боги, но тут важна сама попытка изменить ситуацию, надо принять внутри то, что мы стараемся и делаем доброе дело.

Беседовали Анна Минакова и Александр Шуренков

«ВАЖНО, ЧТОБЫ БИЗНЕС ПЕРЕСТАЛ БОЯТЬСЯ СОТРУДНИКОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ» ЯНИНА УРУСОВА

«Ъ-Инициативы» поговорил с экспертом disability business inclusion Яниной Урусовой об изменении в отношении к людям с инвалидностью, в том числе — и у них самих, и ее новом проекте «Две луны в твоих мокасинах».

Вы более десяти лет занимаетесь проектами, связанными с людьми с инвалидностью. Как и почему вы пришли к этому? С чего все началось?

На тему инвалидности мое внимание обратил в 2007 году Тобиас Райзнер, с которым мы проработали вместе почти десять лет, реализовав такие проекты, как Bezgraniz Couture и Dialogue in the Dark. До этого у меня не было опыта общения с людьми с инвалидностью. Мне кажется, это хороший пример того, что занятие, которое станет смыслом твоей жизни, может до поры даже не присутствовать в зоне вероятности.

Если говорить о России, как изменилось отношение общества к инвалидности?

Инклюзия — она как будущее, неравномерно распределена в настоящем. Изменение стереотипов восприятия — долгий процесс, растягивающийся на поколения. По моим наблюдениям за процессами, которые происходят в последние десять лет в гражданском обществе, я могу сказать, что произошел квантовый скачок. Отношение к инвалидности является индикатором развития гражданского общества России.

Стала ли за это время жизнь людей с инвалидностью проще в бытовом плане?

Если сравнивать безбарьерность окружающего мира сейчас и то, как это было 15–20 лет назад, — произошли реально большие изменения, которые не очень видны, если не быть в теме, хотя путь к пространству без ограничений еще очень долгий. И это касается не только России.

Самое главное сегодня, на мой взгляд, находится не в бытовой области, а в сознании молодого поколения людей, живущих с инвалидностью. Они перестают видеть себя «благополучателями» и начинают жить как «налогоплательщики». Профессиональные репортажи «про инвалидов» Дмитрия Игнатова, истории бизнес-успеха Романа Аранина на РБК, выступления Айслу Асан и Дженнет Базаровой на TEDx, карьера и книга Евгении Воскобойниковой; коучинги для людей без инвалидности от Ксении Безугловой, авторский коучинг для людей, переживших травму, от Натальи Каптелининой, фонд помощи людям с ампутацией Елены Волоховой, проект по трудоустройству Ольги Лоевой, «танго на протезе» Александры Одоевской, депутатский мандат Анастасии Немец... И это только малая часть того, что происходит. Инвалидность превращается в life style и «новую норму». «Инвалиды» стали медийными персонажами и ролевыми моделями не только для молодых людей с инвалидностью, но и для нас с вами.

Часть вашей работы — посредничество между людьми с инвалидностью и коммерческими компаниями. Какие проекты из реализованных вы бы выделили как самые интересные и самые значимые?

Я не посредник, а скорее дизайнер, создающий пространство новых смыслов и креативных практик в области инклюзии. Я соединяю клиентов с инвалидностью, дизайнеров, режиссеров, журналистов, визионеров из бизнеса для производства крутых и удобных вещей, нового визуального и текстового контента для нового рынка. Именно медиа сегодня определяют то, как мы видим те или иные культурные и социальные феномены. В том числе и инвалидность. Самым интересным проектом для меня были инновационные кооперации с Mercedes-Benz, SAP и Covestro по созданию технических решений и прототипов одежды для клиентов с инвалидностью в рамках проекта Bezgraniz Couture. Самый значимый — «Акрополь: как я нашел свое тело». Про красоту, принятие «другого» и про открытый интеллектуальный разговор об инвалидно-

сти в сегодняшнем мире. Этот проект был создан при участии компании Boehringer Ingelheim. Именно он лег в основу концепции Re-Branding of Disability, в рамках которой я работаю.

Изменилось ли, и если да, то как изменилось отношение корпоративных благотворителей к проблеме инвалидности?

Самое важное, что происходит на наших глазах в мире и в России, это уход от корпоративной благотворительности. Да, мы еще собираем средства на инвалидные коляски или протезы, операции и реабилитацию. Однако на этом фоне стремительно набирает силу тренд на включение инвалидности в бизнес-процессы компаний: от трудоустройства до создания инклюзивных товаров и безбарьерных сервисов. Люди с инвалидностью постепенно перестают рассматриваться как пассивные благополучатели, нуждающиеся в помощи государства, бизнеса или общества. Они становятся активными участниками рыночных отношений, как сотрудники, как клиенты и покупатели товаров и услуг.

Как родился новый проект «Две луны в твоих мокасинах» и кто предложил его необычное название? Как бы вы кратко описали суть и цель проекта тому, кто о нем впервые слышит?

Когда весной у меня сорвались все намеченные на этот год планы и я оказалась запертой в четырех стенах, я поняла, что лично знаю людей, которые уже сталкивались с такой ситуацией. Это люди, получившие инвалидность после аварии или болезни. Мне стало важно показать экспертизу этих людей, актуальную во время кризиса как для каждого из нас, так и для бизнеса: их гибкость, стрессоустойчивость, инновационность, ориентированность на эффективные решения, внутреннее спокойствие.

«Две луны в твоих мокасинах» — серия видеоподкастов с людьми, которые сумели принять неожиданную и трудную ситуацию, признать собственные физические ограничения, найти мир и спокойствие, отпустить прошлое, создать новый распорядок в работе и повседневной жизни, найти поддержку и выстроить жизнь заново.

Названия моих проектов я не придумываю специально. Они появляются у меня в голове. «Не суди человека, пока не прошел две луны в его мокасинах», — говорит индейская поговорка. Это про эмпатию, про опыт жизни в условиях ограничений, который мы получили во время карантина и который поможет нам понять, как себя чувствуют наши друзья, сотрудники и соседи, живущие с инвалидностью.

Что было самым сложным в реализации?

Проект получил спонсорскую поддержку на очень раннем этапе, когда он еще формировался и формулировался внутри меня. Тизер мы мучительно записывали в несколько подходов в течение месяца. Было очень страшно делать первые интервью: перестать сомневаться в правомерности того, что я делаю, задавать вопросы гостям, начать говорить на камеру и не бояться выглядеть идиотом. И это несмотря на мой огромный опыт выступлений. Разобраться с технической тоже оказалось непросто.

А еще каждый мой проект — это проработка моей личной истории. Не про инвалидность, а через нее. «Мокасина» это про транзит от жизни в одной стране к жизни в другой, из положения известного профессионала в ситуацию человека, начинающего с чистого листа.

Как выбирали героев проекта?

Первый критерий — ситуация моих героев похожа на то, что мы пережили в локдауне: внезапная остановка, пребывание под знаком неопределенности, переоценка себя и окружающего мира, поиск новых путей для жизни и работы. Второй критерий — выбирала героев с точки зрения их человеческой зрело-



сти и профессиональной реализованности. Мне нужен был разговор на равных, без манипуляции зрителем через героизирование или мотивацию. Это как разговор с ментором или коучем.

Большинство моих гостей я знаю лично. Евгения Воскобойникова была лицом проекта Bezgranz Couture, Роман Аранин — соратник по социальному предпринимательству, Кристиану Тифферту я помогала организовывать путешествия по России, Дёрте Маак — коллега в проекте Dialogue in the Dark («Диалог в темноте»). Наталья Каптелинина была гостем модных показов и слушательницей моих лекций о ребрендинге. С другими я познакомилась во время съемок: Айслу Асан — соосновательница партнера «Мокасин» проекта «Эверлэнд», а с Билли Тангом мы вместе участвовали в онлайн-конференции New Norm. Disability in Time of the COVID-19.

Будет ли проект продолжен? Появятся ли новые видеостории?

Проект предполагает десять интервью. Есть продолжение в рамках социальной франшизы, когда все желающие могут попробовать себя в роли видеоблогера и сделать собственные интервью с друзьями и знакомыми, прошедшими через жизненные кризисы — и это не обязательно должны быть люди с инвалидностью, — а мы разместим их на YouTube-канале проекта. Я сейчас готовлю кооперацию между российскими и немецкими вузами для реализации этого проекта студентами-журналистами и медийщиками. Буду очень рада, если к нам присоединятся другие вузы, НКО, сотрудники компаний и все желающие.

И кроме того, все герои готовы подарить час коучинга тому зрителю, который интереснее всех ответит в комментариях к видео на вопрос: в какой компании, на какой должности, с каким кругом обязанностей может работать сегодняшний гость?

Какие проблемы в вопросе людей с инвалидностью вам сейчас представляют главными? Что требует самого немедленного решения?

«Ничего о нас — без нас» — говорит Конвенция ООН о правах инвалидов. Мы стали свидетелями важного движения, когда молодые люди с инвалидностью идут в политику и муниципальное управление с целью профессиональной реализации и улучшения положения людей с инвалидностью и их семей. Сейчас важно, чтобы бизнес перестал бояться сотрудников с инвалидностью. Потому что тогда произойдет улучшение климата в коллективе, появятся не только лояльные сотрудники, но и онлайн-решения для организации бизнес-процессов внутри компании, которые обеспечат гибкость и устойчивость в кризисных ситуациях (смотрите интервью Аранина), будут создаваться удобные товары и сервисы, которые привлекут новых покупателей, будут развиваться новые бизнес-направления, которые позволят вырасти социальным стартапам.

На запрос «трудоустройство инвалидов» мне выпало более 6 млн ссылок на русском языке. В 2009 году их было шесть. Процесс идет в правильном направлении.

Какие фразы героев «Двух лун» вам врезались в память?

«Работать на износ очень характерно для людей с инвалидностью. Потому что это такое замещение. Когда тебе кажется, что общество тебя воспринимает как иждивенца, как человека, может быть, недостаточно квалифицированного, недостаточно хорошо умеющего работать, постоять за себя. Может быть, в каких-то моментах ссылающегося на состояние своего здоровья и говорящего о том, что нет, я не могу этим заняться или не могу это сделать, потому что я инвалид. И вот это сидит так глубоко внутри. Даже у меня. Даже у человека, который, как мне кажется, вполне уверен в себе и прорабатывает все эти вопросы», — Евгения Воскобойникова, Москва, Россия.

«Границы существуют только в голове. Остальное — это способность терпеть боль и хорошая организация», — Кристиан Тифферт, Росток, Германия.

«Я заметила, что чем больше я злюсь, чем больше сетую на ситуацию, тем хуже становится. Когда в такой ситуации начинаешь мыслить позитивно — каким бы безумием это ни казалось, но чем больше у меня позитивных мыслей, тем больше я привлекаю позитивных вещей», — Нина Вортманн, Анрехте, Германия.

Еще из интервью Нины Вортманн: «Я просто прочувствовала на собственной шкуре и поняла, что нужно просто освободить голову и начинать действовать. Иначе ничего не произойдет. Так что, когда закрывается одна дверь, открывается другая — неважно, войдешь ли ты в нее на своих ногах или проедешь на коляске. Но какая-то дверь есть, и всегда можно просто не сдаваться. Нельзя делать одного: нельзя перекладывать ответственность за свое положение на других людей».

«Когда мы начинаем смотреть внутрь себя и искать причину, для чего это нужно, что мне это дает, какое новое знание, какой новый опыт — в принципе вот это и есть тот самый выход из кризисной ситуации», — Айслу Асан, Караганда, Казахстан.

«Инвалидность не влияет на профессионализм человека. Если я эффективна, если я хорошо и качественно делаю свою работу, какая разница, как я ее делаю: руками, или ногами, или лежа». Это тоже слова Айслу Асан.

«Не цепляйся за успехи прошлого, за славу и достижения. Попрощайся с ними и доверься Господу, ибо есть причина, и есть возможности в твоём сегодняшнем состоянии. И спустя годы ты сможешь оглянуться и сказать, что прожил такую жизнь, и на этой земле ты побывал и здоровым, и немощным. Скольким дается такая возможность?» — Билли Танг, Куала-Лумпур, Малайзия.

Беседовала Анна Минакова

АЛЕКСАНДР ФИЛИППЕНКО ЧИТАЕТ САШУ ФИЛИППЕНКО



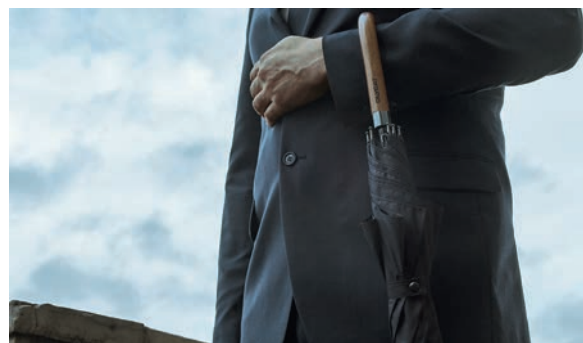
ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



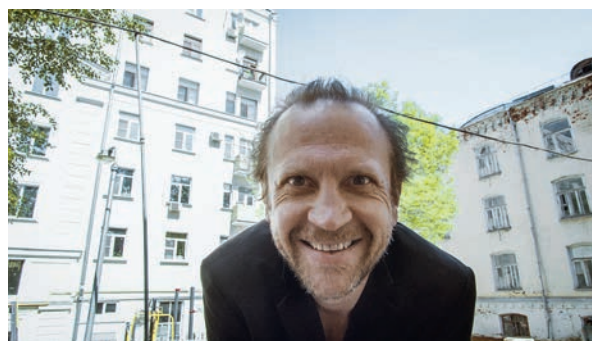
ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ГАЗПРОМБАНКА

О фестивале Balkon, прошедшем при поддержке Газпромбанка, «Ъ-Инициативы» — пользуясь блатом и близостью к великому актеру — попросил рассказать Александра Филиппенко.

Сейчас все бесконечно напоминает про возраст — нельзя на метро и нельзя в театр, нельзя жареного и мучного... Поэтому особенно хочется делать что-то новое, интересное и обязательно с теми, кому можно и в метро, и в театр! Еще в 2019 году (кажется, что это было лет десять назад) я учил новую программу — рассказы молодого белорусского автора Сашу Филиппенко (не родственник и даже не однофамилец — он с одной «П»). Еще до морально-этической революции в Беларуси мы отбирали трогательные и смешные, глубокие и ироничные Сашины тексты про Минск. Тут на нас всех обрушился этот карантин — закрылись театры, концертные залы... И честно говоря, подкрадывался страх... несмотря на оптимизм дирекции «Гоголь-центра» и Театра Моссодета, где я играю... Было не по себе. Тогда неожиданно пришло предложение сняться в проекте «Балкон». Конечно, я оказался там «по благу» — этот проект делала моя дочь Александр со своими чудесными друзьями, Петром Новиковым и Владимиром Фильосым. Они бесстрашно продолжили проект вопреки всему и показали высший пилотаж во всех смыслах, ведь снимали видео дистанционно — на квадрокоптеры! Вот уж действительно новый для меня опыт — сниматься не на

традиционную кинокамеру, а на летающее нечто... И раз уж новое — я решил идти до конца и читать не обычный свой репертуар, а новую программу! Александр Филиппенко читает Сашу Филиппенко. Так и состоялась премьера! Меня снимали на даче в Переделкино. Сначала было очень непривычно — ребята (съемочная группа) все в масках и перчатках, ко мне не подходили, петличку вешали чуть ли не щипцами! Оператор висел на какой-то особенно шаткой лестнице. Собаки носились вокруг квадрокоптера, пытаясь его изловить, — было очень весело и необычно. Сашу снимали в Петербурге, на балконе его дома, и тоже не без приключений — настоящий петербургский балкон какой должен быть? Правильно, по-петербургски шаткий... Так что мало того, что оператору квадрокоптера нужно было изловчиться и не угодить кому-нибудь в окно в узком дворе-колодце, так еще и Сашу чуть ли не за ноги держало все его семейство, чтобы он не угодил вниз вместе с балконом. Что меня более всего поразило — результат! В результате у нас получилось прекрасное произведение! И уже не так страшно, что все вокруг напоминает про возраст — ведь есть такие проекты, как «Балкон». Который, я надеюсь, будет продолжаться и дальше, ведь это радость не только для зрителей, но и для актеров. А что нужно актеру — нужно работать! Актер должен каждый день выходить на сцену, даже если эта сцена — собственный балкон.

Записала Анна Минакова

КоммерсантъFM93.6
слушайте

online

〈 на www.kommersant.ru 〉

BORN IN LE BRASSUS



AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

RAISED AROUND THE WORLD



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

AUDEMARS PIGUET БУТИКИ МОСКВА : ГУМ · ПЕТРОВСКИЙ ПАССАЖ