

30 НОЯБРЯ 2020

стиль мужчины

ОТМЕЧАЕМ

50
ЛЕТ

PAUL SMITH

75
ЛЕТ

BRIONI

40
ЛЕТ

HUBLOT

ЖАН-КЛОД БИВЕР
РИКАРДО ГВАДАЛУПЕ

О БОЛЬШОМ ВЗРЫВЕ

Коммерсантъ *Стиль*

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №36





DIOR

FEEL IT*



THE RADO DIFFERENCE.
GET READY TO FEEL IT.

RADO
S W I T Z E R L A N D

ЭКСПЕРТ В МАТЕРИАЛАХ



CAPTAIN COOK

Бутик RADO, ул. Никольская, 10, тел. (499) 450 97 66

Тайм-Авеню, ТК Атриум, Земляной вал, 33, тел. (495) 937 62 05 • Тайм-Авеню, ТРЦ Европейский, пл. Киевского вокзала, 2, тел. (495) 225 73 54
Тайм-Авеню, ТРЦ Метрополис, Ленинградское ш., 16а, стр. 4, тел. (499) 270 04 10 • Тайм-Авеню, ТЦ Авиапарк, Ходынский б-р, 4, тел. (495) 933 70 08

Официальный дистрибьютор ООО «Свотч Груп (РУС)», тел. (495) 580 98 45, факс (495) 580 98 48

| 9 ОДЕТЬСЯ ПО ПОГОДЕ

Натела Поцхверия
В чем пойти на каток,
экскурсию, выставку

| 10, 11 НОВОСТИ

| 12 ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Натела Поцхверия
об индивидуальном
пошиве Henderson

| 13 РУКИ МАСТЕРА

Натела Поцхверия
о ремесленниках
Doucal's

| 14 ВАЖНЫЕ ДАТЫ

Натела Поцхверия
о том, что отмечают
компанияи

| 18 ОСТРОВ ПОРТНЫХ

Натела Поцхверия
о том, как шьют
легенду в Brioni

| 20 СЧАСТЛИВЫЙ

РЫЦАРЬ
Натела Поцхверия
о 50 годах Paul Smith

| 22 ФИЛОСОФИЯ ВЗРЫВА

Натела Поцхверия
о стратегии Hublot

| 25 НЕМНОГО ВЫСОКОЙ

ЧАСТОТЫ
Натела Поцхверия
об ультрафиолете
Zenith

| 26 САГА О FINISSIMO

Натела Поцхверия
О шести рекордах
Bvlgari



COURTESY OF CHRISTIAN DIOR

В Столешниковом переулке в старинном особняке, построенном архитектором Корнеевым в 1874 году, открылся бутик мужской одежды Dior. Интерьерами он напоминает исторический бутик дома Dior на авеню Монтень в Париже, но с яркими деталями. Например, синие ковры создала студия Питера Марино, стулья — дизайнер Герд Кукхут. Рядом с входом размещены аксессуары, в том числе обновленная мужская версия сумки Saddle Bag, чемоданы из совместной коллекции Rimowa & Dior, шерстяные шали и шелковые платки, кроссовки и ботинки, кожаные рюкзаки и сумки на пояс. Внутри — верхняя одежда, костюмы и брюки. В бутике есть и зона с диванами, где можно присесть и не торопясь изучить новинки. В продажу уже поступают вещи из коллекции сезона весна-лето 2021.



WHAT MOVES YOU, MAKES YOU*

Тэрон Эджертон и его часы 1858 Geosphere Titanium.
Выбирая свой путь.

MONTBLANC



* Ты – то, что тобой движет. 1858 Геосфера, титан. Реклама.

Москва: Столешников переулок, 14 | ГУМ | Галереи «Времена Года» | Крокус Сити Молл
Доставка по России (Виртуальный бутик Montblanc) +7 495 796 4810

| 28 КРАСНАЯ ПОБЕДА
КУКА
Натела Поцхверия
о керамике и бронзе
Rado

| 29 ДВИГАТЕЛЬ
ПРОГРЕССА
Евгения Милова
о формах
и содержании
нового Flying Spur

| 30 «НАШ ОТВЕТ
СИТУАЦИИ»
Ресторатор Илья
Тютенков о новых
проектах



НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

СЛОВО РЕДАКТОРА

Когда мир катится в небытие, очень хочется заглянуть в хрустальный шар и увидеть светлое будущее. Кажется, что ощутить под ногами твердую почву можно только так. Но есть и другой способ: оглянуться назад и убедиться — бывало и хуже. И герои этого номера «Стиль. Мужчины» не дадут мне соврать. Мы посвятили его круглым датам и юбилеям компаний, которые прошли через разные, в том числе и очень непростые, времена и выстояли. 285 лет или 40, не имеет значения, каждая история может стать для всех нас напоминанием — и это тоже пройдет. Кто-то пережил две мировые войны, разорение, финансовый кризис, Великую депрессию, у кого-то были личные драмы. Но всех героев номера объединяет не только важная дата, которую они отмечают на виртуальных zoom-вечеринках, но и нескончаемый оптимизм, который они демонстрируют делом: выпускают новые коллекции, открывают новые рестораны, обновляют бутики и верят, что однажды будет лучше. В конце концов, Гаэтано Савини, основатель Bgioni, открыл магазин роскошной одежды сразу после войны, 75 лет назад, когда в Италии был голод, делая ставку на беззаботный характер итальянцев. И не ошибся. А другой герой нашего номера — британский дизайнер сэр Пол Смит любит повторять: «Каждый день — это новое начинание». В этом году его компания празднует 50-летие — настоящий юбилей, по всем канонам словаря Владимира Даля.

20
СТР.

СЭР ПОЛ СМИТ
РАССКАЗЫВАЕТ
ЗАБАВНЫЕ ИСТОРИИ
О СВОИХ ВКУСАХ,
ДОСТИЖЕНИЯХ,
ТИТУЛЕ И ГЕРБЕ
И О ТОМ, ОТКУДА
ОН ЧЕРПАЕТ ИДЕИ



COURTESY OF PAUL SMITH

Одеться
по погоде
На каток,
экскурсию,
выставку
Натела Поцхверия

Вся одежда предоставлена бутиком Frame



ВЫСТАВКА POSPI@PITER.MOS
До 31 января 2021 года
Flor & Lavr Gallery в Гранатном
Куратор галереи Фрол Буримский ездит по стране и ищет самобытных художников, которые в своем творчестве говорят о простых человеческих ценностях. Вторая выставка в новой галерее посвящена работам семьи известных петербургских скульпторов — Александра Позина и Марины Спивак, которые в основе своих произведений всегда используют личные сюжеты и семейные переживания, впечатления, эмоциональные всплески. Позин известен тем, что превращает в арт-объекты любые обломки и самые необычные предметы. Марина Спивак на фоне супруга выглядит строгим академиком, хотя сама не чужда поиска парадоксальных пластических решений.

С целью соблюдения мер безопасности знакомство с экспозицией осуществляется по предварительной записи по номеру +7 (926) 180-30-84

Бомбер из кашемира с мехом бобра Svevo, поло и брюки Atelier Portofino, дерби Barrett



СПЕКТАКЛЬ «ГОРБАЧЕВ»
9, 10, 13, 23, 24 декабря 2020 года, Театр наций
Новый спектакль латвийского режиссера Алвиса Херманиса — размышления о личности Михаила Сергеевича Горбачева и его отношениях с Раисой Максимовной. В ролях Евгений Миронов и Чулпан Хаматова.
Водолазка и брюки Atelier Portofino, дерби Barrett



КОРОТКОМЕТРАЖНЫЙ ФИЛЬМ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ГОЛОС»
С 3 декабря. В «Каро 11 Октябрь» и других кинотеатрах страны
Режиссер фильма Педро Альмадовар. В главной (и единственной) роли Тильда Суинтон. Сценарий по пьесе Жана Кокто. Страдание, как обычно у Альмадовара, рвет душу, но снято красиво и помпезно.
Кашемировый бомбер с мехом бобра Svevo, джемпер Atelier Portofino, джинсы Scissor Scriptor, ботинки Barrett



ПЕШЕХОДНАЯ ЭКСКУРСИЯ «ВХУТЕМАСОВСКАЯ МОСКВА»
5, 6 декабря. Музей Москвы
Большая выставка, посвященная 100-летию ВХУТЕМАСа — Высших художественно-технических мастерских — проходит в Музее Москвы. В параллельной программе: онлайн-лекции и пешеходные экскурсии по Москве.
Куртка Mooger, свитер и брюки Atelier Portofino, ботинки Bally



КОНЦЕРТ БАСТЫ / НОГГАНО
11 и 12 декабря. Концертный зал «Барвиха Luxury Village»
Василий Вакуленко, он же Баста и хулиган Ноггано, который читает рэп без цензуры. В Барвихе запланированы два концерта, но в разных ипостасях: 11 декабря — Баста, 12 декабря — Ноггано.
Куртка из козьей кожи с подкладкой из кроличьего меха Atelier Portofino, толстовка-худи Ballantyne, джинсы Richard J Brown, ботинки Bally

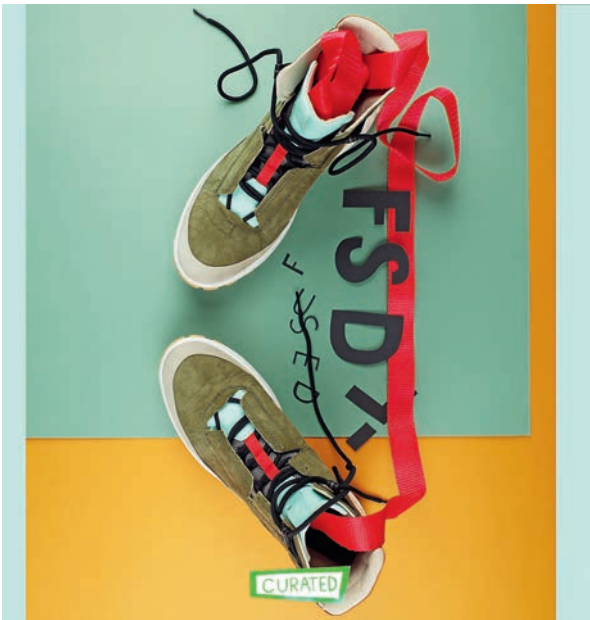


СПЕКТАКЛЬ «БЕСЫ»
25, 26 декабря
Концертный зал «Барвиха Luxury Village»
Режиссер и худрук Театра на Малой Бронной Константин Богомолов представляет премьеру по роману Ф. М. Достоевского «Бесы».
Дафлкот Mooger, джемпер и шерстяной костюм Atelier Portofino, ботинки Barrett



15-Й СЕЗОН ГУМ-КАТКА
до 1 марта. Красная площадь
ГУМ-каток работает при любой погоде и с соблюдением всех мер предосторожности: посетителям выдают одноразовые маски и перчатки, предусмотрена дезинфекция коньков после каждого проката и так далее.
Куртка с воротником-стойкой, утепленным овчиной, Mooger, джемпер Atelier Portofino, брюки Marco Pescarolo, кроссовки Fratelli Rossetti

В конце октября в Москве появилось концептуальное пространство Peak. Это и мультибрендовый бутик ведущих марок уличного стиля, и сайкл-студия, и кафе. Датский бренд Ecco выбрал пространство Peak для презентации своей коллекции кроссовок Curated FSDX. В продажу поступит 100 пар обуви, выполненной из высокотехнологичной тонкой и легкой, как бумага, но прочной кожи FSDX DUNEEMA BONDED. Инженеры Ecco уделили большое внимание не только внешнему виду обуви, но и удобству — трехкомпонентная подошва с пяточным амортизатором Shock Thru делает походку более мягкой и плавной.



ECCO



MOOSE KNUCKLES

Новая коллекция канадского бренда верхней одежды Moose Knuckles названа Gold, поскольку несет на себе эмблему, выполненную из 24-каратного золота. Парки и куртки марки известны тем, что не дают замерзнуть даже при -40°. Создатели бренда проверяют все изделия на себе. В коллекции Gold представлены однотонные парки из непромокаемых материалов и минималистичные бомберы с пуховым наполнителем.



BRUNELLO CUCINELLI

Одежда из обновленной коллекции Brunello Cucinelli для активного образа жизни и комфортных поездок выполнена из тянущегося и сохраняющего форму трикотажного полотна френч-терри. Для мягкости и большего комфорта при носке в ткань добавлены кашемир и хлопок.



ALBIONE

Российский футбольный союз и бренд мужских костюмов Albione объявили о сотрудничестве — до конца 2022 года компания становится официальным поставщиком деловой одежды для сборных России по футболу (основная команда, молодежная и юношеские сборные). Для спортсменов сшили темно-синие костюмы-тройки из тонкой шерсти с подкладкой из искусственного биоразлагаемого материала Supro, легкого, дышащего и очень приятного на ощупь. В первой съемке, приуроченной к началу сотрудничества, приняли участие Антон Шунин, Роман Зобнин, Марио Фернандес и другие игроки национальной сборной.



JACOB & CO

Бренд часов и украшений Jacob & Co объявил о партнерстве с путешественником Йоханом Эристом Нильсоном — шведским исследователем, альпинистом, рекордсменом Книги рекордов Гиннесса, который побывал в 172 странах и покорил высочайшие вершины мира. Нильсон — экоактивист. Вместе с Jacob & Co он создал часы Astronomia Everest, 10% от продаж которых будет перечисляться организациям, которые занимаются решением проблем загрязнения окружающей среды. Будет выпущено всего 24 экземпляра Astronomia Everest как символ 24 часовых поясов Земли — по 12 экземпляров с изображением черного ночного и голубого дневного неба на циферблате. Часы сделаны из титана, прозрачный противоударный корпус из сапфира. Стоимость — \$884,8 тыс. — символична: 8848 метров — высота Эвереста. Каждый купивший часы сможет вместе с Йоханом подняться на вершину и увидеть своими глазами, насколько загрязнена высочайшая гора мира.



JACOB & CO

HERNO LAMINAR — это линия высокотехнологичной водонепроницаемой одежды в спортивном стиле бренда Herno. Для работы над новыми кроссовками департамент разработок Herno пригласил инженеров итальянского бренда трекинговой и спортивной обуви Scarpa. В результате получились непромокаемые непродуваемые дышащие кроссовки на очень устойчивой и удобной подошве, которые весят всего 320 г. Цвета кроссовок — белый, серый, синий, черный, есть и версия со светоотражающими деталями. Верхняя одежда линии Herno Laminar — кейпы, бомберы, парки, а также куртки, сшитые из классических тканей, с двух- или трехслойной мембраной внутри.



Модель часов Chopard Mille Miglia 2020 Race Edition посвящена очередной гонке раритетных автомобилей Mille Miglia («1000 миль»). К гонке допускаются автомобили, выпущенные до 1957 года. С 1988 года партнером Mille Miglia выступает ювелирно-часовой дом Chopard, сопresident компании Карл-Фридрих Шойфеле тоже принимает в ней участие. Chopard Mille Miglia 2020 Race Edition выпущены ограниченной серией 1000 экземпляров в черном цвете и еще 250 экземпляров — с безелем из «этичного» розового золота с зернистой поверхностью. Механический хронограф с автоматическим заводом удостоен сертификата хронометра COSC и имеет запас хода 42 часа. На заднюю крышку корпуса нанесены логотип гонки и индивидуальный номер часов.



GEOX

ADAM FUSSELL FOR CHOPARD



В осенне-зимней коллекции GEOX — классическая обувь: оксфорды, монки, кожаные и замшевые ботинки в винтажном стиле. Несмотря на традиционный дизайн, они изготовлены с применением высоких технологий, которыми знаменита компания: на перфорированной дышащей подошве с встроенной водонепроницаемой мембраной. Перфорации нет только на ботинках с кожаной подошвой, но и они не промокают.



BAGLIONI

BAGLIONI RESORT MALDIVES на острове Маагау в атолле Дхаалу анонсировал праздничное предложение на период с 22 декабря по 6 января. Гостям обещают мастер-класс песочных скульптур, аперитив по итальянской традиции (отель принадлежит итальянской компании), японские, итальянские и паназиатские блюда от шеф-повара, винные дегустации, новогодний гала-ужин, йогу и другие развлечения, а также праздники и мастер-классы для детей. Мальдивы — одно из немногих направлений, куда сейчас можно легально отправиться отдохнуть без риска для здоровья. На курорте BAGLIONI RESORT MALDIVES 96 вилл, которые идеально вписаны в природное окружение и экологичны.



Знаменитое высказывание Хамфри Богарта «Никогда не доверяйте человеку, который не пьет» выткано на внутренней ленте шляпы THE BOGART by BORSALINO CUT 5, пятой совместной коллекции итальянского шляпного ателье BORSALINO и фонда имени Хамфри Богарта. Успех пришел к BORSALINO, когда Богарт появился в шляпе-федоре в финальной сцене фильма «Касабланка». Шляпа карамельного цвета с темно-коричневой, расшитой золотым цветочным орнаментом лентой на тulle продается в коллекционной коробке с изображением силуэта Богарта в роли Рика Блейна.



BOGGI MILANO

Специально для России итальянская компания BOGGI MILANO выпустила короткие и удлиненные стеганые пуховики-бушлаты из натуральной кожи. Воротник отделан натуральным стриженным мехом, который можно отстегнуть. Мембранный слой обеспечивает терморегуляцию и препятствует проникновению внутрь влаги.



ПРЕДОСТАВЛЕНО BALY



SERAPIAN

Ателье индивидуальных заказов SERAPIAN возвращается к работе над частными заказами повышенной сложности. В подтверждение этого компания раскрыла детали недавно выполненной работы. Мастера кожаной компании SERAPIAN восстановили интерьер LANCIA DIPAMBRA CABRIOLET CARLTON BS, изготовленного по спецзаказу в 1930 году. Итальянский коллекционер раритетных автомобилей Филиппо Соле обратился с просьбой отреставрировать салон кабриолета к Джованни Нодари Серапьяну, представителю третьего поколения семьи, руководителю ателье индивидуальных заказов SERAPIAN. На выполнение заказа ушло больше года. В этом году кабриолет участвовал в гонке раритетных автомобилей Mille Miglia. Существующий с 1928 года итальянский дом SERAPIAN с 2017 года принадлежит конгломерату RICHMONT, куда входят CARTIER, PIAGET и другие люксовые бренды.

ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Об индивидуальном пошиве Henderson

Натела Поцхверия



COURTESY OF HENDERSON



COURTESY OF HENDERSON



COURTESY OF HENDERSON

ЧЕМ костюм из британской ткани отличается от костюма из итальянской и какой из десяти тысяч отрезков из каталога выбрать, чтобы пальто или костюм сели идеально? Об этом вам подробно расскажет портной-стилист дома Henderson. Su Misura, то есть изготовление вещи на заказ по меркам клиента, доступна в 13 салонах Henderson в десяти городах России. Первый салон, предлагавший эту услугу, открылся три года назад в Москве. Здесь можно заказать не только костюм, но и рубашку, и пальто, и пиджак, и смокинг. Воспользоваться предложением могут и дамы: Henderson шьет на заказ женские рубашки. Для начала нужно записаться на встречу в удобный салон. Это можно сделать онлайн или по телефону. В салоне с помощью портного-стилиста клиент выбирает подходящие ткани — без помощи профессионалов сделать это непросто.

Специалисты объясняют, чем шерсть с индексом Super 110'S отличается от шерсти Super 130'S, какую фланель выбрать для пиджака, какой шелк лучше подойдет для отделки деталей жилета. Довольно часто выбирают продукцию фабрики Drago: клиентам нравится смелый дизайн тканей и рисунков. Другой любимый партнер Henderson — старинная фабрика Reda, отмечающая в этом году 155-летие. Для клиентов Henderson Su Misura мануфактура предлагает капсульную коллекцию тканей с водо- и грязеотталкивающими свойствами. Еще один бестселлер Henderson Su Misura — костюмы из тканей Vitale Barberis Canonico. Мануфактура с 357-летним опытом работы выпускает тонкую шерсть для лета и более плотную для зимы. Желающим заказать рубашки портные предлагают посмотреть каталоги итальянской фабрики

Albini — крупнейшего производителя рубашечных тканей из хлопка (включая египетский), которые не деформируются и при этом очень эластичны. У Henderson Su Misura есть также ткани Loro Piana, Cloth Ermenegildo Zegna, Scabal и других мануфактур, поставляющих материалы брендам класса люкс. Когда ткань выбрана, с портным-стилистом обсуждаются детали. И речь идет не только о нанесении инициалов — клиент участвует в выборе абсолютно всех элементов: будет ли это классическое однобортное пальто с накладными карманами или двубортное пальто с застежкой до верха, пиджак с воротником-стойкой, английский воротник с завышенными лацканами, делать или нет съемную пату на воротнике, сколько пуговиц будет на шлице, делать ли складки на брюках, какими будут карманы. Портные предлагают

не только классические стилистические решения, но и яркие детали: филец контрастного цвета, воротник из ткани-компаньона, например, из замши. Когда дизайн выбран, портному-стилисту остается только снять мерки, а клиенту — примерить тестовое изделие, чтобы специалист мог посадить его по фигуре. От заказа до примерки проходит от трех до шести недель в зависимости от сложности пошива. Заказы отправляются на европейские и азиатские фабрики, чьему опыту в вопросах индпошива Henderson доверяет безоговорочно. Финальная корректировка готовой вещи делается в салоне. К слову, одним из первых услугой Henderson Su Misura воспользовался Государственный камерный оркестр «Виртуозы Москвы» — в сценических костюмах, сшитых по индивидуальным меркам, музыканты оркестра дают концерты в России и за рубежом.



РУКИ МАСТЕРА

О ремесленниках Doucal's

Натела Поцхверия |

КОГДА мир был открытым и новые коллекции мы ездили смотреть на недели моды или профильные выставки, мне довелось оказаться во Флоренции на крупнейшей выставке мужской моды Pitti Uomo. Это несколько огромных павильонов, где бренды со всех концов света показывают новинки и рассказывают свою историю. Стендов сотни, а запоминаются, как это обычно бывает, единицы. Среди тех, кто запал в душу мне, — итальянцы Doucal's. Молодой мужчина с сухонезной бородой и выбритыми висками стоял за старинным станком и татуированными руками раскраивал кожаные детали, натягивал кусочки на колодку, пришивал ранты, готовил подметки, красил каблук — и так по кругу. Выполнял он работу четко, размеренно, без суеты — я не могла оторвать глаз. И меня впечатлил его возраст: я привыкла видеть на Pitti взрослых мастеров с громадным стажем, а здесь — молодой ремесленник, не старше 30 лет, и так управляет с работой. Тут же на стенде был и совладелец компании, представитель второго поколения семьи, Джанни Джаннини, который объяснил: «Мы обучаем персонал, берем молодых людей, которые следят за тенденциями в моде, передаем им наши знания и ноу-хау, стараемся сохранить наше мастерство для будущих поколений работников и клиентов, конечно».

В 1973 году отец Джанни, Марио Джаннини, основал фабрику Dusa, которую впоследствии переименовал на английский манер в Doucal's. Британское обувное мастерство привлекало Джаннини, и он немало поездил по Англии, перенимая опыт. Многие ноу-хау и сейчас применяются на фабрике компании, но с итальянской эксцентричностью.

В этом году вместе с двумя департаментами Политехнического университета региона Марке компания запустила необычный цифровой проект Doucal's 4.0. Цель — диджитализация практических знаний и умений ремесленников, оптимизация производства, быстрая передача знаний и сохранение мастерства компании. Одно дело привезти молодого мастера на выставку и совсем другое — сохранить полувековое мастерство и передавать его из поколения в поколение. Для производства некоторых моделей Doucal's необходимо до 96 ручных операций и до двух месяцев работы, и навыки мастеров играют здесь ключевую роль.

Поэтому вот что придумали в Doucal's. Один из мастеров, например, тот, что занимается раскроем, надевает смарт-очки с микрокамерой. Она регистрирует каждое действие ремесленника и передает на компьютер. Полученные данные будут анализировать: сколько операций и в какой последовательности выполняет мастер, как он держит инструменты и так далее. Это позволит каталогизировать нематериальное наследие компании и сделать его видимым и осязаемым. На фабрике, которая сейчас занимает около 4 тыс. квадратных метров, есть и музей, где представлены знаковые для компании модели обуви.

Коллекция сезона осень-зима 2020/21 посвящена тем временам, когда Марио Джаннини путешествовал по британским обувным фабрикам и вернулся в родной Монтегранаро, исполненный желания объединить и применить в своей работе британский и итальянский опыт пошива обуви вручную. Источником вдохновения для дизайн-команды Doucal's стали атмосфера элитных лондонских мужских клубов и строгий вид студенческой униформы.



ЧТО ОТМЕЧАЮТ КОМПАНИИ

2020 ГОД оказался урожайным на круглые даты. В числе брендов-именинников — ставшие неотъемлемой частью нашей жизни McDonald's, которому 65 лет, двадцатилетний «Яндекс», 170-летний American Express, 120-летний футбольный клуб Bayern Munich и его ровесник — автомобиль Mercedes, 110-летние японцы Hitachi. Итальянский кофе Lavazza люди пьют уже 125 лет, в отелях Radisson останавливаются 60 лет, смотрят видео на YouTube 15 лет, а программным обеспечением Microsoft пользуются 45. По понятным причинам бренды не смогли должным образом отдать дань своим основателям. Празднования перевели в онлайн-режим или отложили до следующей круглой даты (читай, до лучших времен).

«Коммерсантъ. Стиль» исправляет это досадное недоразумение и разом поздравляет все оставшиеся в этом году без настоящего праздника компании, которые обеспечивают нам комфорт в жизни и красоту в деталях.



110 лет назад Эрменеджильдо Зенья открыл свою первую ткацкую фабрику в Пьемонте, хотя название **ERMENEGILDO ZEGNA** появилось позже.

В 1823 году, когда Александр Пушкин писал про недремлющий брегет, мануфактуре было 48 лет.

В 2020 году **BREGUET** отмечает **245**-летие.



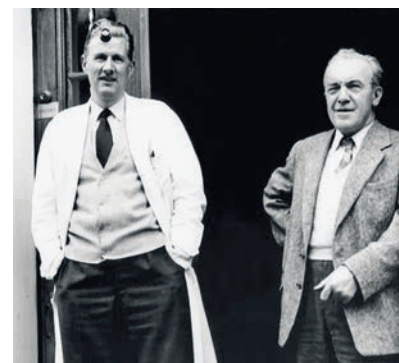
В 1975 году Джорджо Армани продал свою машину, чтобы основать бренд **ARMANI**, которому в этом году исполняется **45** лет.



Вряд ли часовщик Жан-Жак Бланпа из городка Вильере предполагал, что однажды бренд его имени **BLANCPAIN** будет отмечать **285**-летие.



115 прошло с тех пор, как Ганс Вильсдорф основал свою часовую мануфактуру, которой несколькими годами позже даст короткое и звучное имя **ROLEX**.



145-летие мануфактура **AUDEMARS PIGUET** отметила открытием собственного музея часовых достижений, о котором «Коммерсантъ. Стиль» писал летом.



110 лет назад Габриэль Шанель открыла первый магазин **CHANEL** на рю Камбон.



Селин Випиана, основательнице **CELINE**, в этом году исполнилось бы 100 лет, а ее детище отмечает **75**-летие.

160 лет назад 24-летний Луи-Улисс Шопар основал в горах Юра в Швейцарии часовую мануфактуру **CHOPARD**.



Свой первый магазин семья Фенди открыла в 1926 году, но зарегистрировала компанию **FENDI** в 1925-м, **95** лет назад. Важную дату отметили назначением Кима Джонса на должность креативного директора кутюрной линии и женской прет-а-порте.

265 Главная гордость часовой мануфактуры **VACHERON CONSTANTIN** — история продолжительностью лет, которая не прерывалась ни на день.

В 1819 году у компании появился жизнеутверждающий девиз: «Делать лучше, если это возможно, а это возможно всегда».



160 лет назад 20-летний Эдуард Хоэр назвал своей фамилией Heuer созданную им компанию и начал выпускать серебряные карманные часы. Спустя девять лет он запатентовал свое первое изобретение — механизм завода без ключа с помощью заводной головки. Первые три буквы в названии **TAG HEUER** появились позже и означают Techniques d'Avant Garde — «передовые техники».



Красный коралл считается в Неаполе символом успеха. Возможно, именно он принес удачу компании **ISAIA**, поместившей коралл на свой логотип. Уже **100** лет она радует клиентов безупречным портновским мастерством, а управляется до сих пор членами семьи Изайя.

За **60** лет пройден большой путь: сейчас Графф имеет официальный титул кавалера ордена Британской империи и неофициальный — короля бриллиантов.

Лоуренс Графф, когда-то скромный ювелир, который продавал свои кольца в небольшой мастерской в Лондоне за 3 фунта, зарегистрировал

компанию **GRAFF** в Лондоне в 1960 году.

сейчас Графф имеет официальный титул кавалера ордена Британской империи и неофициальный — короля бриллиантов.



Кто бы мог подумать, что компании **DOLCE & GABBANA**, созданной неумомимыми Доменико Дольче и Стефано Габбаной, уже **35** лет?

Осенне-зимняя коллекция **PAL ZILERI** призвана подчеркнуть легкость бытия, которую компания пропагандирует все **40** лет своего существования.

Кашемировые пальто, кожаные бомберы, блейзеры, легкие костюмы максимально комфортны и созданы специально для жителей большого города. Специально для Pal Zileri актер Марко Россетти и спортсмен Джулио Гульельми, которому прочили победу в конных соревнованиях на несостоявшихся Олимпийских играх в Токио, прогулялись по Милану и без предварительного сценария провели вместе с фотографом Стефано Галуцци рекламную съемку под названием «Непринужденный подход».



Часовые машины — так называет свои изобретения часовщик Максимилиан Бюссер, основатель **MAXIMILIAN BUSSE & FRIENDS (MB&F)**, которая в этом году отмечает **15**-летие.

Самая узнаваемая модель концепт-лаборатории Бюссера — HM3 Frog — часовая машина «Лягушка». Первая «Лягушка» появилась в 2010 году. В ознаменование десятилетия своего талисмана компания выпустила модель HM3 FrogX. Два вращающихся куполообразных индикатора часов и минут вырезаны из алюминия. Разметка на индикаторах напоминает зрачки лягушачьих глаз. Корпус FrogX полностью вырезан из сапфирового стекла. Юбилейная модель предлагается в трех лимитированных сериях по десять экземпляров в каждой, с ротором синего, фиолетового или бирюзового цвета. Над HM3 FrogX трудились три десятка специалистов, в том числе приглашенные из других компаний, еще 15 сопровождали запуск проекта на рынке.

Дом **MONTBLANC** представил две новые ручки. Первая, из серии «Великие личности», посвящена королю рок-н-ролла Элвису Пресли, которому в этом году исполнилось бы **85** лет.

Выпущены три модели ручки: серией 1935 экземпляров в память о выступлениях артиста в Лас-Вегасе и серией 98 экземпляров, посвященная концерту Aloha from Hawaii, который транслировался на 40 стран. Третья модель, нелимитированная, отдает дань концерту 1968 года, когда Пресли вернулся на сцену после перерыва. Другая коллекция, Star Walker, посвящена космосу. Корпуса ручек выполнены из смолы синего цвета, напоминающего цвет нашей планеты, какой ее видят космонавты с орбиты, а линии перьевых и шариковых ручек, а также файнлайнера схожи с линиями космического корабля. В коллекции есть также набор виртуальной бумаги: можно писать от руки в кожаном блокноте и тут же переводить написанное в цифровой формат.



Японский бренд **UNIQLO** празднует **10**-летие присутствия в России.

По этому случаю приглашенный Uniqlo художник Макс Гошко-Даньков создал для двух магазинов бренда — в московском «Атриуме» и петербургской «Галерее» — стены-раскраски. На них изображены достопримечательности российских городов, где представлена марка, знаковые продукты Uniqlo, обозначены ключевые вехи продвижения в России. Каждый посетитель магазина сможет раскрасить часть стены и оставить свой след в истории бренда. За десять лет Uniqlo открыл в России 43 магазина, начал онлайн-продажи, наладил сотрудничество с благотворительными организациями и стал партнером ведущих культурных институций — Музея современного искусства «Гараж» и Школы дизайна НИУ ВШЭ. В этом году бренд передал более миллиона масок в помощь российским врачам.



Самому известному в мире кролику Багзу Банни **80** лет.

Американская компания **CONVERSE** отметила это выпуском своей культовой модели кед Chuck Taylor All Star с изображением знаменитого кролика. Кроме того, в коллекции есть свитшоты и майки, а также кожаные кеды с узнаваемым силуэтом Банни.



ОСТРОВ ПОРТНЫХ

Как шьют легенду в Brioni

Натела Поцхверия |



ОСНОВАТЕЛИ BRIONI
НАЗАРЕНО ФОНТИКОЛИ
(слева) и ГАЭТАНО САВИНИ

АКТЕР, ОБЛАДАТЕЛЬ ПРЕМИИ «ОСКАР»
КЛАРК ГЕЙБЛ НА ПРИМЕРКЕ
В АТЕЛЬЕ BRIONI, РИМ, 1954 ГОД



ДЭНИЕЛ КРЕЙТ
В СМОКИНГЕ BRIONI
В РОЛИ АГЕНТА
ДЖЕЙМСА БОНДА
В ФИЛЬМЕ
«КАЗИНО „РОЯЛЬ“»,
РЕЖИССЕР МАРТИН
КЭМПБЕЛЛ, 2006 ГОД



ФАБРИКА BRIONI В АБРУЦЦО,
1959 ГОД

КЛАРК Гейбл, Кэри Грант, Леонардо Ди Каприо, Энтони Хопкинс, братья Коэн, Брэд Питт и Джеймс Бонд — неплохая компания поклонников собралась у римского дома мужской моды Brioni за 75 лет. Основали ателье в Риме портной Назарено Фонтicoli и его бизнес-партнер Гаэтано Савини Бриони сразу после Второй мировой войны в 1945 году, несмотря на голод, сделав ставку на любовь итальянцев к красивой жизни. Синьор Савини не был Бриони по рождению, это имя он вписал в документы в 1952 году, когда клиенты стали называть его синьором Бриони, закономерно полагая, что бренд носит имя основателя. В действительности же Бриони — это роскошный летний курорт на островах в Адриатическом море, популярный у итальянцев в межвоенный период. Самый большой остров архипелага был превращен в летнюю резиденцию Иосипа Броз Тито для приема высокопоставленных лиц в 1947 году. Название очень подходило компании, которая взялась возродить скучную мужскую моду Италии. Назвать компанию чьим-то именем было бы нечестно по отношению к остальным партнерам, поэтому искали звучное слово, ассоциирующееся с красотой и роскошью.

Синьор Бриони

В книге «Гаэтано Савини. Человек, который был Brioni» описано много инте-

ресных эпизодов, но главной заслугой синьора Савини авторы называют возрождение итальянской мужской моды. Иногда журналисты шутят, что именно бренд Brioni своим щегольским подходом заложил основы появления ряженных модников-«павлинов» на Pitti Uomo. И хотя прямые доказательства этого отсутствуют, а проследить истоки любого социокультурного явления сложно, доля правды в этой шутке есть. Компания Brioni была первой, кто организовал показ мужской моды в 1952 году в Белом зале палаццо Питти и одел мужчин в костюмы, подчеркивающие фигуру. Модели в костюмах Brioni не просто сопровождали дам в кутюрных нарядах, а были полноправными участниками шоу. Тогда-то клиенты и журналисты заговорили о полноценной конкуренции итальянского костюма с костюмами, сшитыми на лондонской Сэвил-Роу. Еще спустя семь лет, в 1959-м, синьор Фонтicoli предложил перенести фабрику в город Пенне в Абруццо — центр швейного дела в Италии, нанять местных портных и пригласить лучших мастеров из Рима. Тогда-то компания и стала работать по принципу люксового прет-а-порте — шить костюмы в промышленных масштабах, но с сохранением традиций ручного труда. Синьор Савини был смелым экспериментатором, а его партнер синьор Фонтicoli — одним из лучших портных Рима.

Вместе они вершили историю мужского костюма. Савини требовал отказаться от отворотов на брюках, потому что те собирают пыль и укорачивают мужской силуэт. Но при этом обожал жилеты, полагая, что они-то как раз фигуру стройнят и вытягивают. Потому в Brioni мужчинам предлагали жилеты белого, черного, синего и темно-красного цветов. Савини обожал шляпы, запустил производство галстуков, рубашек, обуви и даже носков: клиенты должны одеваться с ног до головы в Brioni и не искать комплектов в других компаниях. Но главное, за что боролся Савини, — удобство. А Фонтicoli с командой всегда находил решение. В 1985 году компания открыла Школу искусства швейного дела, чтобы обучать своих будущих сотрудников. Сейчас это единственное среднее учебное заведение в Италии, которое обучает портновскому мастерству, а чести учиться здесь удостоиваются лишь 16 самых одаренных учеников и только раз в четыре года. Для костюмов Brioni воспитывают не только лучших портных, но и ищут идеальные ткани — учитывается состав, толщина, плотность нитей, подвижность. Компания тестирует все отрезы, которые получает от поставщиков. Поэтому костюмы Brioni не сковывают движений — в них можно танцевать, бегать и спасать мир, как это делал агент 007 Джеймс Бонд в фильмах с 1995 года по 2006-й.



COURTESY OF BRIONI

COURTESY OF BRIONI



COURTESY OF BRIONI



COURTESY OF BRIONI



ПРИГЛАШЕННЫЕ BRIONI МУЗЫКАНТЫ ПРЕДСТАВИЛИ МОДЕЛИ ИЗ ЮБИЛЕЙНОЙ КОЛЛЕКЦИИ СЕЗОНА ОСЕНЬ—ЗИМА 2020/21. ПАЛАЦЦО ДЖЕРИНИ, ЯНВАРЬ 2020 ГОДА

За **75** лет скромное римское ателье **BRIONI** превратилось в важнейшего хранителя швейных традиций. костюмы марки носят актеры Голливуда, лауреаты Нобелевской премии, политики и всемирно известные деятели культуры. Девиз компании: «Творим легенды с 1945 года»

Brioni и великие умы

О закулисах Brioni было мало что известно, пока в 2016 году журналисты не получили новость о назначении новым креативным директором дома звезды уличной моды Джастина О'Ши. Как обухом по голове. В свое время бородатый модник из Австралии значительно увеличил продажи онлайн-магазина MyTheresa.com, и своей главной задачей в Brioni он видел привлечение внимания более молодой аудитории, которой в тот момент было плевать на портновское искусство — в моду вошел уличный стиль, а компании большой четверки начали ослаблять дресс-код. Казалось, что мода на классические костюмы умирает. Управляющие концерна Kering, который владеет и Brioni, в свое время назначили Алессандро Микеле в Gucci и Демну Гвасалию в Balenciaga, поэтому и назначение О'Ши в Brioni вписывалось в концепцию лихих перемен. С легкой руки О'Ши на витринах Brioni появились готические символы, даже настоящий гроб, а лицами рекламной кампании стали музыканты рок-группы Metallica. Пожалуй, это было самое короткое директорство в истории моды — О'Ши ушел из компании через шесть месяцев после назначения. «Я сразу сказал, что буду менять логотип, рекламные кампании и одежду, но, наверное, в Kering оказались не готовы идти за мной». Действительно, трудно отказать от неофициального титула эле-

гантного и легендарного портного, когда твои костюмы носят Харви Кейтел, Стинг, Хью Джекман, а девиз компании звучит как «Tailoring legends since 1945». В этой простой фразе скрыта изящная игра слов. Санглийского языка «Tailoring» переводится как «портновство», но часто этот термин употребляется и в значении «создавать, творить». «Творим легенды с 1945 года». А крокодиловый тренч или приталенная шуба, предложенные О'Ши, на легенду портновства как-то не тянут. Ошибка О'Ши была в том, что он просто удалил важные части ДНК-кода римского ателье и перечеркнул всю историю марки. А ведь буквально через пару лет классические костюмы свободного покроя вернулись в моду. Brioni быстро реабилитировались — амбассадорами и друзьями бренда стали нобелевские лауреаты Элвин Рот (в области экономики), Адам Рисс и Дункан Холдейн (в области физики), Йоахим Франк и Томас Линдал (в области химии), Эдвард Ингяльд Мозер (в области физиологии и медицины), основатель благотворительной организации Charity Water Скотт Гаррисон и другие выдающиеся люди. За последние годы в рекламе бренда появились Энтони Хопкинс, Пирс Броснан, Мэт Дилан, а лицом рекламной кампании 2020 года стал Брэд Питт, давний поклонник марки. Выбор понятен: с годами Питт превращается в легенду актерского мастерства. Как и Brioni в своем деле.

Настоящее и будущее

Нынешний дизайнер-директор марки (от должности креативного директора в структуре компании отказались) Норберт Штумпфль получил назначение в 2018 году и сразу дал понять: к традициям и наследию относится с уважением. В его первой коллекции было много кашемира, мягких линий и силуэтов. К юбилею в январе 2020-го он вспомнил знаменитый показ 1952 года, с которого началось триумфальное шествие Brioni, и предложил отпраздновать круглую дату во Флоренции. Но на этот раз взять в оборот не один Белый зал палаццо Питти, а целиком исторический дворец Джерини с фресками Габбиани. Тогда и пригласили гостей прогуляться по залам и посмотреть на новую коллекцию дома Brioni под звуки классической музыки. «Вариации на тему рококо» Чайковского исполняли датские виолончелисты Ингемар и Андреас Брантелиды. Также зоркие журналисты заметили виолончелиста Дэвида Пиа, пианиста Александра Капелиса, контрабасиста Ульриха Вольфа и барочный октет во главе с Андреа Луччи. Все музыканты были в Brioni — среди прочего были замечены кашемировый халат, пиджаки из жаккарда, сотканного на старинных венецианских станках XVII века, фрак из смеси шерсти с шелком (баратеи), белый кашемировый смокинг — ткань для него изготовлена из шерсти козы-альбиноса, а пуговицы сделаны из рога.



ДИЗАЙН-ДИРЕКТОР BRIONI НОРБЕРТ ШТУМПФЛЬ

Господин Штумпфль не любит публичности, поэтому скромно прокомментировал событие так: «Секрет успеха и удобства костюмов Brioni не только в дизайне, но и в работе портных, которые до сих пор выполняют все манипуляции вручную. В том числе и знаменитые 23 шага по отделке плеча». Даже петли для пуговиц прорежутся вручную. В день компания может сшить пять-шесть костюмов, не больше. Для создания каждого нужно пройти 220 этапов и сделать около 7 тыс. стежков, большинство из которых так и остаются скрыты от глаз клиентов в подкладке.

СЧАСТЛИВЫЙ РЫЦАРЬ

О 50 годах Paul Smith

Натела Поцхверия



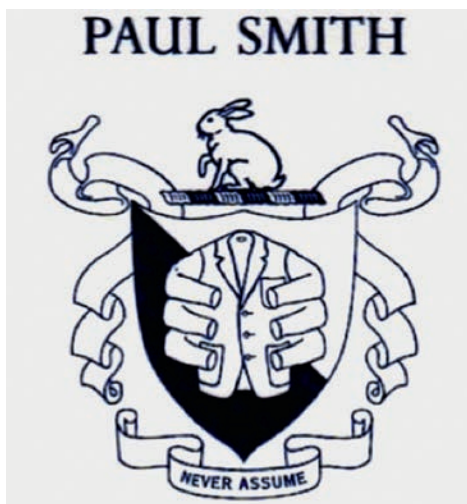
ЗА ВСЕЙ ЛЕГКОСТЬЮ МОЕГО ХАРАКТЕРА, ШУТОЧКАМИ МНОГИЕ ЗАБЫВАЮТ, ЧТО ВСЕ ЭТО ЕЖЕДНЕВНЫЙ ТРУД. Я ГОВОРЮ СТАРОМОДНЫЙ, ПОТОМУ ЧТО МНЕ НЕТРУДНО ПОМОЧЬ ЗАПАКОВАТЬ КОРОБКИ, САМОМУ ПЕРЕТАЩИТЬ ЧТО-ТО ТЯЖЕЛОЕ. МНЕ НЕ НУЖНЫ ДЛЯ ЭТОГО ТЫСЯЧИ АССИСТЕНТОВ.



В ГАЗЕТАХ ПИШУТ, ЧТО Я СОЧЕТАЮ ПОРТНОВСКИЕ ТРАДИЦИИ СЭВИЛ-РОУ С МАСКУЛИННЫМИ СИЛУЭТАМИ. ЭТА ФОРМУЛИРОВКА НЕПЛОХО ЗВУЧИТ. НАШ ФИРМЕННЫЙ ПИДЖАК ЭТО ПОДТВЕРЖДАЕТ. В НОВОЙ КНИГЕ Я СОБРАЛ 50 ПРЕДМЕТОВ, КОТОРЫЕ ОПИСЫВАЮТ МОЙ СТИЛЬ И ИСТОРИЮ. ФОТО ПИДЖАКА ТОЖЕ ВКЛЮЧИЛ ТУДА.



Я ВЛЮБЛЕН В СВОЮ ЖЕНУ ПАУЛИН ТАК ЖЕ, КАК В 1960-Е, КОГДА МЫ ВСТРЕТИЛИСЬ.



ДЕВИЗ НА МОЕМ ГЕРБЕ (ДО СИХ ПОР НЕ ВЕРЮ, ЧТО У МЕНЯ ЕСТЬ ГЕРБ): «NEVER ASSUME» — «НИКОГДА НЕ ДОМЫСЛИВАЙ И НЕ ПРЕДПОЛАГАЙ». Люди боятся молчания. Они все время что-то додумывают за других. Мы с Паулин любим вместе помолчать. И разумеется, я не предполагаю, что однажды стану дизайнером, назову бренд своим именем и получу третий орден. Забавно получилось, кстати, в 2000 году: утром меня объявила рыцарем и дала титул сэра королева, а днем мы с Паулин поженились наконец после стольких лет вместе. Это был день, полный суеты.

МИСТЕР и миссис Смит всегда говорили, что их младший сын Пол — подарок Бога, но не очень-то понимали, чем он, в сущности, занимается. Какие-то витрины украшает, что-то шьет, кого-то одевает. Ну, на Сэвил-роу позвали работать — это, кажется, хорошо. «Они всегда меня поддерживали, но настоящее признание с их стороны пришло, когда мне вручили ключи от моего родного города Ноттингема. Тогда они мной гордились по-настоящему». Отец всегда был важным человеком для сэра Пола. Но больше, чем об отце, он говорит о своей супруге Паулин. «Моя жена Паулин всегда говорила мне, что у меня есть энергия и творческий потенциал. Мы с ней жили вдвоем в нашем домике в Ноттингеме, я работал консультантом в магазине, фотографировал, много стилизовал. Меня иногда просили помочь собрать цветочные палитры для разных компаний. Это было желание заработать, не более того. Мне всегда хотелось наслаждаться каждым днем. Отец помог мне поверить в себя и свои силы, а Паулин стала моим фундаментом. Она помогает мне устоять на земле и не улечься за моими мыслями в облака. Я встретил ее, когда мне был 21 год, и с тех пор я счастлив

каждый день. Она фантастическая!» — сэр Пол мечтательно улыбается. Он влюблен в свою жену, как тогда, в 21 год. Ведь они вместе придумали открыть магазин. «Можете поверить, 50 лет назад? 9 октября 1970 года — началось все с крошечного магазинчика, три на три метра, в котором мы работали по выходным. И вот мы представили книгу о 50-летней истории Paul Smith, открыли двери нашего фонда, который поддерживает молодых талантливых ребят. Обновили московский магазин в ГУМе. И тут же совершенно случайно пришла весть, что мне присужден мой третий орден: я Кавалер ордена Почета. Такой титул могут носить только 65 человек одновременно. Среди них мой друг Дэвид Хокни, потрясающая актриса Джуди Денч — и вдруг я», — сэр Пол хвалит себя, рассказывает о своих достижениях, которых за 50 лет было много, говорит о титулах, которыми наградила его королева, но с иронией, как будто это чистая случайность, а сам сэр Пол — буквально жертва обстоятельств. «Талантливый ли я дизайнер? Думаю, я просто любопытный человек, которому все интересно. И я смотрю на мир детскими глазами». Пока большие бренды ломают голову над тем, как привлечь моло-

дое поколение, аналитики продаж семейной компании Paul Smith сообщают о росте числа клиентов в возрасте от 18 до 25 лет. Школьники приходят на встречи с сэром Полом на внеклассных уроках, присылают ему сшитые своими руками игрушки в виде его самых известных моделей одежды — велосипедных поло и пиджаков с разноцветными подкладками. Сэр Пол хранит все подарки в своем кабинете и обожает общаться с клиентами, надевая маску сноба. «Постоянно слышу выражения „люксовый бренд“, „роскошный образ жизни“. Это слово „роскошь“ — не люблю его. Что за элитарность такая? Мне это чуждо», — говорит человек с титулом рыцаря. У него к титулу и гербу имеется — с изображением кролика, летящего на ковре-самолете, и пиджака с шестью рукавами. По-английски герб — coat of arms. Если устойчивое выражение перевести дословно и использовать многозначность слов в швейной терминологии, то получится «пиджак рукавов» — чисто английская лингвистическая шутка в фирменном стиле сэра Пола. Кролик — счастливый образ, который всегда приносил дизайнеру только удачу и хорошие вести. И до сих пор ему присылают со всех концов



СОВСЕМ МАЛЫШОМ Я СЕБЯ НЕ ПОМНЮ. ВСЕ МОИ ВОСПОМИНАНИЯ С 11 ЛЕТ, КОГДА У МЕНЯ ПОЯВИЛИСЬ ФОТОАППАРАТ И ВЕЛОСИПЕД. САМЫЕ ДОБРЫЕ ВОСПОМИНАНИЯ У МЕНЯ СВЯЗАНЫ С ПОЕЗДКАМИ НА ПРИРОДУ С СЕМЬЕЙ. ПО ВЫХОДНЫМ МЫ ЧАСТО ЕЗДИЛИ КУДА-ТО НА МАШИНЕ. ИНОГДА Я ДУМАЛ: ЧТО БЫЛО БЫ, НЕ БУДЬ ТОЙ АВАРИИ, КОГДА МЕНЯ НА ВЕЛОСИПЕДЕ СБИЛА МАШИНА И Я ПОПАЛ В БОЛЬНИЦУ НА ТРИ МЕСЯЦА? И ПОНИМАЮ, ЧТО Я ВСЕ РАВНО БЫЛ ПАРШИВЫМ ВЕЛОСИПЕДИСТОМ. ТАК ЧТО С АВАРИЕЙ МНЕ ПОВЕЗЛО. ПОКА Я ЛЕЖАЛ В БОЛЬНИЦЕ, ПОЗНАКОМИЛСЯ С ОТЛИЧНЫМИ РЕБЯТАМИ И РЕШИЛ, ЧТО ХОЧУ ЗАНИМАТЬСЯ ДИЗАЙНОМ.





ГОВОРЯТ, Я ПЕРВЫМ ПРИДУМАЛ НАНОСИТЬ ФОТОГРАФИИ НА ТКАНЬ. У МЕНЯ ТАКИХ ДАННЫХ НЕТ. С ТЕХ ПОР МНЕ ВСЕ ЗАДАЮТ ВОПРОС, КАК Я ЭТО ПРИДУМАЛ, А МНЕ ДАЖЕ ПОЭТИЧНО СОВРАТЬ НЕЧЕГО — Я СЛУЧАЙНО УВИДЕЛ ФОТОГРАФИЮ НА МИЛАНСКОМ АВТОБУСЕ И ПОДУМАЛ, ЧТО ЭТО ЛЕГКО МОЖЕТ СТАТЬ ПРИЕМОМ И В ОДЕЖДЕ. В ОСЕННЕ-ЗИМНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ ТОЖЕ ИСПОЛЬЗОВАЛ.



КОГДА-ТО В ЯПОНИИ Я УВИДЕЛ ПЛАСТИКОВЫЕ КОПИИ БЛЮД И НЕ МОГ ОТОРВАТЬ ОТ НИХ ГЛАЗ! ТАКАЯ УРОДЛИВАЯ КРАСОТА. МЫ СШИЛИ ОДЕЖДУ ИЗ ТКАНИ, НА КОТОРУЮ В ВИДЕ ПРИНТА НАНЕСЛИ ФОТОГРАФИИ ПЛАСТИКОВЫХ БЛЮД. ЭТО БЫЛ ТАКОЙ КИТЧ, И ЛЮДЯМ ПОНРАВИЛОСЬ! К ЮБИЛЕЮ МЫ ВЫПУСТИЛИ ВЕЩИ С ТЕМ ЖЕ ПРИНТОМ. И ПЕРЕВЫПУСТИЛИ ЕЩЕ НЕСКОЛЬКО ЗНАКОВЫХ МОДЕЛЕЙ.

Британский дизайнер сэр Пол Смит в этом году отмечает **50**-летие своего бренда **PAUL SMITH**, который в 1970 году начинался с крошечного магазинчика площадью 3 на 3 метра

света кроликов. Ковер-самолет — в память о фото, сделанном отцом. Полу Смиту было 11 лет, когда отец сфотографировал его на ковре и смонтировал фотографию так, будто ковер пролетает над куполом королевского павильона в Брайтоне. Это фото до сих пор одно из любимых. «Папа привил мне любовь к фотографии. Фотографии и фотоаппараты у нас повсюду». И не только фотоаппараты, надо уточнить. Мы созвонились с сэром Полом Смитом в Zoom, и первое, что он сделал — показал свой кабинет, где царит самый настоящий сказочный творческий беспорядок. За спиной — груда джерси, шарфов, лоскутов, металлических и деревянных игрушек, обрезков тканей, жестяных коробок, оригами, альбомов, фотографий, лент, ламп, фонарей, каких-то механизмов и деталей старых фотоаппаратов, и из этой груды торчат еще более неожиданные предметы, вроде бильярдного кия (кажется, это был он), на котором висит кепка, старого велосипедного руля и ушей кролика (может, это был какой-то дизайнерский кролик, которых под брендом Paul Smith продано немало), а по периметру на полках — книги, фигурки, настольные игры, елочные игрушки, картины, рамки, снова альбомы и фотографии, подписанные. Вот эскиз,

подписанный Ивом Сен-Лораном, большим другом семьи, а вот картина неизвестного художника, привезенная из России. Череп крокодила («Не спрашивайте, что сказала Паулин, когда я притащил его с блошиного рынка»), бесконечные нашивки. «Я был в Париже и купил какую-то огромную тряпку с этими нашивками, и только когда оплатил покупку, вспомнил, что приехал на велосипеде. Пришлось намотать ее, как кейп. В таком виде я прибыл на встречу к своему другу Ёдзи Ямамото, который, увидев безумного англичанина, закутанного в тряпку с нашивками, потерял дар речи. Но я не мог их там оставить». Оглядывать эту комнату и жадно пытаться впитать каждую деталь — это как смотреть на всю историю дома разом, самая настоящая ретроспектива, которую бережно собирал сэр Пол всю свою жизнь. И в центре этого великолепия (в кипенно-белой рубашке с небрежно расстегнутыми верхними пуговицами и закатанными рукавами) за длинным и абсолютно пустым деревянным столом восседает сэр Пол. Пустой стол — ключевой рабочий инструмент дизайн-команды. «Буквально на днях мы с коллегами назначили встречу, чтобы обсудить главную идею будущей коллекции, а я был так занят запуском книги, что

совсем не успел ничего заранее обдумать и подготовить. Но мы собрали идею буквально за полчаса». Когда сэр Пол говорит «подготовить», «собрали» или что он обожает «искать идеи», он имеет в виду физические действия — собирать и искать. Из горы предметов за его спиной он доставал самые разные неожиданные штуки и выкладывал на стол, чтобы обозначить темы и главную идею коллекции. «Что оказалось на столе, я пока сказать не могу, но Эмили, моя коллега, сидела рядом и прыгала от восторга. Мы были свидетелями рождения идеи, которая потом, благодаря команде, оживет. Я никогда не был поклонником концептуального искусства. Мне обязательно нужно, чтобы идея была прикладной и нравилась людям, то есть продавалась». Сэр Пол скрестил пальцы и продолжил: «Я никогда не взлетал, как ракета, всегда развивался стабильно хорошо, постепенно наращивал обороты. Сейчас мы продаемся в 73 странах, никогда не были очень модными или очень традиционными. Не первые, но далеко не последние. В этом есть заслуга нашей команды и моя, наверное». В этот момент сэр Пол оборачивается назад, оглядывает гору вещей у себя за спиной и, смеясь, повторяет: «Да, моя тоже, пожалуй».



КАК Я ЛЮБЛЮ НАШ МАГАЗИН В ГУМЕ, И КАК Я РАД, ЧТО К ЮБИЛЕЮ МЫ ЕГО ОБНОВИЛИ!

ФИЛОСОФИЯ ВЗРЫВА

О стратегии Hublot

Натела Поцхверия |

МОЩНЕЙШАЯ фигура в современной часовой индустрии Жан-Клод Бивер 16 лет назад поверил в бренд Hublot и вложил в него свои деньги, силы и знания. Дело было рискованное, но предприятие быстро превратилось в одну из самых успешных часовых мануфактур Швейцарии. С 2004 года компания создала несколько собственных механизмов, открыла новые здания мануфактуры, разработала десятки новых материалов (нецарапающееся золото, например), сложные технологии и инженерные техники (часы в сапфировом корпусе — не шутка), выпустила сотни успешных и эксклюзивных моделей, в том числе в сотрудничестве с брендами, визионерами и знаменитостями: самый быстрый человек на земле Усейн Болт, легендарный фут-

болист Пеле, скульптор Ришар Орлински, дизайнер Ёдзи Ямамото, стрит-арт художник Шепард Фейри — это лишь небольшая часть членов семьи Hublot. В 2020 году бренду исполняется 40 лет. Редакция попросила Жан-Клода Бивера и генерального директора компании Рикардо Гвадалупе вспомнить, как все начиналось и к чему привело. Эмоциональные рассказы двух капитанов редакция записала в Skype за несколько дней до сдачи номера.

Часовая компания **HUBLOT** празднует **40**-летие. Основана она в 1980 году, но история триумфа бренда началась в 2004-м, когда у его руля встали Жан-Клод Бивер и Рикардо Гвадалупе



CLASSIC FUSION GOLD CRYSTAL, ЧЕРНЫЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ КОРПУС 38 ММ, МЕХАНИЗМ С АУТОПОДЗАВОДОМ И ЗАПАСОМ ХОДА 42 ЧАСА, ЧЕРНЫЙ РЕМЕШОК ИЗ КОЖИ АЛЛИГАТОРА НА КАУЧУКОВОЙ ПОДКЛАДКЕ



«Мы умеем удивлять»

Рикардо Гвадалупе, генеральный директор Hublot

О Бивере

На протяжении своей карьеры я не слышал о Hublot, так как следил за индустрией, но первый серьезный разговор о марке состоялся у меня с господином Бивером в 2003 году. Он тогда ушел из Swatch Group и искал проект, которым хотел бы заняться. За домашним обедом господин Бивер выложил все карты на стол, много говорил о перспективах бренда, о собственных планах. Работать с господином Бивером — это опыт, который меняет жизнь. Это не громкие слова. Когда мы встретились, мне было 29 лет, и он взял меня в команду после 15-минутной беседы. Он мой наставник и учитель. Я не побоюсь сказать, что сегодня мы очень близкие друзья. Он определял мою жизнь последние 25 лет. Очень хорошо помню момент, когда LVMH купили компанию Hublot. Для нас это был такой маркер успеха! То волнение и восторг, с которым мы выходили к прессе, чтобы объявить новость, не передать словами.

Об идеях

У каждой коллекции своя история. Например, мысль поработать с Ёдзи Ямамото возникла, потому что мой сын — большой поклонник марки. Мы гуляли по токийскому району Сибуя, заходили в магазины, и он привел меня в абсолютно белый бутик Yohji Yamamoto. Столько восторгов я от него никогда не слышал, поэтому посмотрелся и дал задание нашей японской команде связаться с господином Ямамото. Сперва его не очень вдохновила идея работать над часовым дизайном, но в итоге он проникся нашим искусством синтеза. Получилась очень красивая коллекция.

К сожалению, с самим господином Ямамото мы пока не виделись — из-за ковида, но однажды, уверен, обязательно встретимся.

О пандемии

В марте мы закрыли мануфактуры и открылись только в середине мая, медленно заполняя рабочее пространство. На полную мощность департаменты вышли только в сентябре. Все визиты сейчас запрещены и вряд ли будут возобновлены до конца года. Тесты, измерение температуры, перчатки, маски. Все, кто может работать из дома, работают удаленно. Каждые выходные мы проводим дезинфекцию всей мануфактуры. Мы были вынуждены физически закрыть магазины, и это не могло не отразиться на продажах. В июне мы начали продавать онлайн. Конечно, это не могло компенсировать трех месяцев локдауна, но на некоторых рынках мы быстро подняли обороты. В Китае, на Ближнем Востоке. Да и в России, кстати. Конечно, туризм просел. Мы много продавали туристам, приезжающим в Швейцарию. Много продавали на курортах. Разумеется, если бы не пандемия, мы бы масштабно отметили свое 40-летие. Мероприятия — важная часть нашей стратегии. Конечно, хотели сделать вечеринку на мануфактуре, пригласить 500 человек гостей, любимых клиентов. Но в итоге пришлось все перенести в онлайн.

О новом поколении покупателей

Наш онлайн-магазин отлично сработал. Мы много продавали через интернет, в том числе запустили функцию дополненной

реальности для модели Millennial Pink — виртуальную модель можно буквально примерить на собственное запястье. С одной стороны, это забавная игрушка, но с другой — шаг в сторону нового поколения, которое переселяется в цифровой мир. За последний год мы представили несколько новинок, призванных расширить круг поклонников Hublot. Еще один интересный пример — Hublot Big Bang Integral с интегрированным браслетом. Такого мы раньше не делали.

О пройденном пути

Наверняка были и ошибки, которые мы совершали, например, какие-то прототипы мы привозили сразу на выставки и, таким образом, шли на огромные риски: шутка ли, показать продукт, который требует доработок. Но нам везло. Сейчас мы себе такого уже не позволяем, но тогда удивить прототипом было критически важно. Ждать еще год до следующей выставки было нельзя. В остальном я убежден, что мы все делали правильно. Футбольные мероприятия — Бразилия и Россия в 2014-м и в 2018-м, работа со звездами. 15 лет мы создавали интегрированную мануфактуру, которая не только не уступает другим швейцарским историческим часовым производствам, но и во многом обгоняет их, совершая умопомрачительные открытия и представляя уникальные изобретения. Это громадный путь, который по меркам индустрии мы проделали невероятно стремительно. Корпусы из сапфирового стекла, керамика ярких цветов, нецарапающееся золото — мы умеем удивлять. И еще не раз удивим.

Записала Натела Поцхверия



HUBLOT BIG BANG
INTEGRAL TITANIUM,
42 MM, АВТОМАТИЧЕСКИЙ
ХРОНОГРАФ-ФЛЮБАСК,
ЗАПАС ХОДА 72 ЧАСА,
ИНТЕГРИРОВАННЫЙ
ТИТАНОВЫЙ БРАСЛЕТ



BIG BANG MP-11 POWER RESERVE 14 DAYS
GREEN SAXEM, 45 MM, МАТЕРИАЛ SAXEM
(АКРОНИМ, ОБОЗНАЧАЮЩИЙ ПЯТЬ
ЭЛЕМЕНТОВ: SAPPHIRE ALUMINIUM
OXIDE EARTH MINERAL — САПФИР,
АЛЮМИНИЙ, ОКСИД, ЗЕМЛЯ, МИНЕРАЛ),
МАНУФАКТУРНЫЙ МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ
ПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА 14 ДНЕЙ



BIG BANG UNICO YELLOW SAPPHIRE,
42 MM, КОРПУС ИЗ ЖЕЛТОГО
САПФИРОВОГО СТЕКЛА, МАНУФАКТУРНЫЙ
АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ХРОНОГРАФА
UNICO С ФУНКЦИЕЙ ФЛЮБАСК И КОЛОННЫМ
КОЛЕСОМ, ЗАПАС ХОДА 72 ЧАСА,
ПРОЗРАЧНЫЙ ЖЕЛТЫЙ РЕМЕШОК



CLASSIC FUSION 40 YEARS
ANNIVERSARY YELLOW GOLD,
45 MM, КОРПУС ИЗ 18-КАРАТНОГО
ЖЕЛТОГО ЗОЛОТА, ГЛАДКИЙ
РЕМЕШОК ИЗ ЧЕРНОГО КАУЧУКА



COURTESY OF HUBLOT



HUBLOT

BIG BANG MP-11 RED
MAGIC, 45 MM, КОРПУС
ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ
КЕРАМИКИ, МАНУФАКТУРНЫЙ
СКЕЛЕТОНИРОВАННЫЙ
МЕХАНИЗМ С РУЧНЫМ
ЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА
14 ДНЕЙ

АМБАССАДОР HUBLOT
ЛАПО ЭЛКАНН
И РИКАРДО ГВАДАЛУПЕ

«Часы Hublot — мой талисман» Жан-Клод Бивер, почетный президент часового департамента LVMH Group



РИКАРДО ГВАДАЛУПЕ
И ЖАН-КЛОД БИВЕР

Идеальная ниша

Впервые о Hublot я услышал на Базельской выставке в 1980-м, когда компания только появилась и сразу показала свои первые часы — золотые с каучуковым ремешком. Тогда все делали золотые или металлические ремешки или классические кожаные, а тут вдруг каучук! В 1982 году я занялся Blancpain, и итальянские представители Hublot предложили заниматься дистрибуцией Blancpain в Италии и Испании. Сами Hublot уже были популярны, их носили многие знаменитости, даже король Испании и принцесса Монако Каролина. Мне в тот момент хорошая дистрибуция была нужна, и мы ударили по рукам. У меня был Blancpain, и я думать не думал про Hublot. А в 1992 году мы развелись с женой, я был раздавлен, в голове бардак. Я решил продать Blancpain владельцу Swatch Group Николасу Хайеку. До сих пор считаю это самой большой ошибкой в жизни. Я остался один — без всей любви разом. Вдруг осознал, что продал не просто компанию, а людей, преданных мне и очень любимых. Через три месяца после продажи я позвонил Хайеку и попросил взять меня обратно в бренд. Николас ушами своим не поверил. «Ты сума сошел? Наслаждайся деньгами и свободой. Ты молодой, у тебя все впереди», — говорил он, но все-таки

SANDRO BAERLER FOR HUBLOT

назначил гендиректором в Blancpain и параллельно предложил заняться реструктуризацией Omega, которую мы провели очень успешно.

19 марта 2000 года у меня родился третий ребенок — сын Пьер. Мне был 51 год. В этом возрасте люди становятся дедушками, а я стал отцом. Для меня было важно оставаться молодым и прогрессивным. Я купил лодку, чтобы плавать с сыном по озерам, купил шале в горах, чтобы учить его кататься на лыжах. Купил большой дом на колесах, и мы путешествовали по Европе. В конце 2003-го я решил покинуть Swatch Group, потому что стало трудно находить время для семьи. Я был частью корпорации и не всегда мог распоряжаться своими выходными. Стал искать часовой бренд, в который мог бы инвестировать. Компанию, куда мог бы брать сына с собой, чтобы он играл на полу в кабинете. И тогда мой друг напомнил про мои добрые отношения с Hublot в прошлом и намекнул на то, что компания в сложной ситуации. В голове у меня моментально возникла идея купить Hublot и сделать из них часы вроде Swatch, но для состоятельных. Люди покупают Swatch, потому что они яркие, разноцветные, смешные — в них есть юмор и китч. Но Swatch — копеечный аксессуар без сложного механизма и революционных технологий. Богатые люди разбираются в механизмах и относятся к часам серьезно, и они редко покупают Swatch. А все часы категории люкс были в то время очень строгими и классическими. Я решил, что есть идеальная ниша, которую можно занять: креативные часы для состоятельных людей.

Рождение религии

К июню 2004 года я выкупил часть акций Hublot. В конце июня я уже сидел в кресле гендиректора, но ничего не предпринимал. Просто наблюдал. В начале сентября совладелец и основатель компании Карло Крокко зашел ко мне в кабинет и спросил: «Когда ты начнешь работать?» Я ответил, что ищу месседж Hublot, то есть главную идею, посыл, и пока не нащупаю, не смогу начать работу. Крокко не понял: «Мы делаем часы, похожие на иллюминаторы, это наша знаковая форма, а еще мы делаем каучуковые ремешки». Но мне этого было недостаточно. Ремешки и корпус в виде иллюминатора — следствие, продукт, но не философия, не идея. Я пытался получить ответ на вопрос, зачем вообще существуют часы Hublot? Разработка стратегии в маркетинге немного похожа на то, как рождается религия. Сперва возникает некая идея, а потом закладываются каноны, ритуалы, появляются последователи. Будет ли храм низкий или высокий, кирпичный или деревянный — уже не так важно, если есть объединяющая идея. Крокко внимательно выслушал меня и коротко ответил: «Ищи месседж».

И однажды меня будто пронзило! Hublot — это золото и каучук. Каучук добывают из коры дерева. Золото добывают из-под земли. В обычной жизни на планете Земля они не встречаются. Каучук из Южной Америки и Индонезии, а золото, как правило, африканский драгметалл. Они были вместе до Большого взрыва, а потом — бах! — и разлетелись в разные стороны. Каучук — в кору дерева, а золото — под землю. А что сделали Hublot? Создали fusion, то есть синтез двух несочетаемых субстанций. По сути, вернулись к состоянию до Большого взрыва, когда все было вместе, в том числе и каучук с золотом. Так роди-



РИСУНОК
ЖАН-КЛОДА БИВЕРА,
КОТОРЫЙ ОБЪЯСНЯЕТ
ФИЛОСОФИЮ
И ГЛАВНЫЙ «МЕССЕДЖ»
HUBLOT — «ИСКУССТВО
СИНТЕЗА»

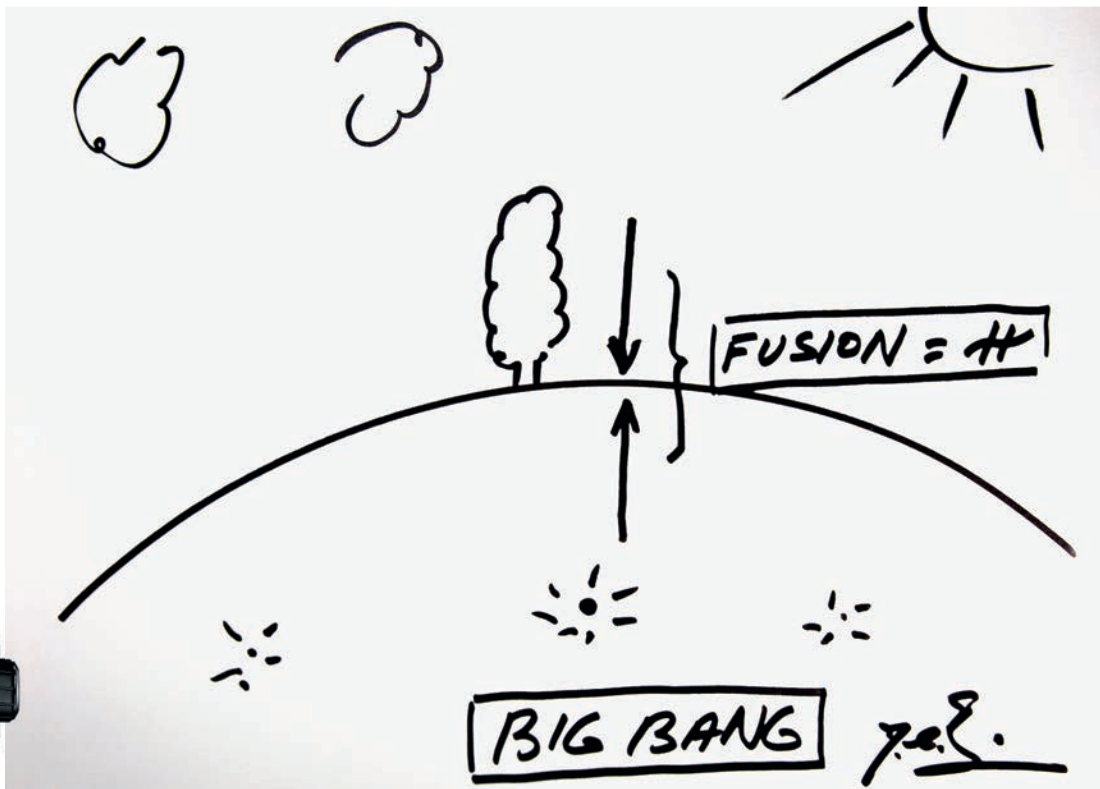
BIG BANG UNICO SANG BLEU II ALL BLACK и BIG BANG UNICO SANG BLEU II WHITE, 45 мм, корпус из черной керамики или титана, мануфактурный автоматический механизм хронографа UNICO с функцией флываск и колонным колесом, запас хода 72 часа, ремешок из каучука



лась наша идея: синтез противоречий, и появился девиз «Hublot — Art of Fusion» — «искусство синтеза». А часы будут называться Big Bang в честь Большого взрыва. Нам не пришлось крутиться вокруг «Royal-тайкой» или «Royal-саккой» (royal — «королевский»). — «Коммерсантъ.Стиль»), потому что название модели органично родилось из философии. К концу сентября у нас была религия, была библия и было решено даже, как будет одет священник. И тогда я пошел к друзьям-ритейлерам. В частности, к моему близкому другу Курту Шиндлеру. Его бутик на курорте Церматт продавал около миллиона единиц Blancpain в год. Крупнейший клиент.

Я предложил ему продавать и Hublot, а он расхохотался и прямо мне тогда сказал: «Ты играл в футбол в высшей лиге, а сейчас оказался где-то в захолустной команде. Завязывай с этим. Ты потеряешь свой статус и престиж! А я никогда не буду продавать часы Hublot». Но там же, в Церматте, нашелся другой ритейлер, который поверил в нас и сейчас шикарно продает Hublot. А друг мой Шиндлер, хоть и отошел от дел, до сих пор локти кусает.

с Ferrari в Китае. Допустим, Китай большой, активный, но подумайте — 270 мероприятий в одной стране с одним из партнеров меньше чем за 10 лет! В 2008 году нашу мануфактуру купил концерн LVMH Group. У нас тогда уже было собственное производство механизмов, бутылки по всему миру. Но моей любимой моделью до сих пор остается хронограф с турбийоном Hublot Big Bang All Black, который мы представили в 2007 году — поме-



Смена диспозиции

Мы искали ритейлеров и рекламные площади там, где бывали наши потенциальные клиенты: на лучших курортах — Карибы, Санкт-Мориц; возле лучших ресторанов мира, в лучших отелях и на самых престижных улицах. Видя Hublot повсюду, люди начинали верить, что мы — часть их стиля жизни. Мы буквально следовали за ними по пятам. Но через некоторое время диспозиция поменялась. Сейчас мы идем за ними, а они — за нами.

Договориться со знаменитостями, с организаторами спортивных мероприятий было несложно — за спиной были успешные работы с Blancpain и Omega, с людьми уровня Синди Кроуфорд, Михаэля Шумахера и так далее. И бренды, и агенты справедливо полагали: раз идет Бивер, он построит что-то грандиозное. Трудно было в 1982-м, когда я был никем и начинал с Blancpain. А в 2004-м я уже имел репутацию. К тому же мы одними из первых начали инвестировать в социальные сети и работать с инфлюенсерами. Сейчас у Hublot 5 млн подписчиков в Instagram. Больше только у Rolex. Ни один другой бренд со значимой историей и близко не подошел к нашим цифрам. А потом мы начали инвестировать в то, что называется ивент-маркетинг, то есть мероприятия. Мы стали партнерами Ferrari, подписали контракт с футбольными командами, с FIFA. Однажды мы придумали разместить логотип Hublot на доске, которую рефери держат в руках и показывают замены или дополнительное время. Никто не додумался до этого раньше. Три года назад мы отметили интересную веху — провели 270-е мероприятие в партнерстве

стили механизм от поставщиков в черный керамический корпус. С тех пор я носил эти часы почти каждый день. Было время, когда я вообще не расставался с ними: вечером снимал, утром снова надевал, и они, как верная собачка, следовали за мной всюду. Я называю их моим талисманом и верным компаньоном. Позже меня назначили руководителем всего часового направления LVMH. Мы объединили часовой департамент разработок в единый организм, создали новые стратегии для Zenith и TAG Heuer. Столько всего наметили и придумали. Но не так давно я отошел от управления часовым департаментом и ежедневной работы с брендами. Теперь я даю советы, только если меня об этом просят. И мне очень нравится смотреть со стороны, как прорастают семена, которые я когда-то посеял. Может быть, сам я что-то сделал бы иначе, но это не имеет значения, когда есть отличный результат. Если бы без меня дело остановилось, это была бы моя вина как никудышного руководителя. Но успех приумножается. Когда мой сын превосходит меня, я как отец горжусь им. Это естественно. Все то же самое справедливо и для бизнеса. Я горжусь Рикардо Гвадалупе, генеральным директором Hublot, и людьми, которые делают бренд сегодня. Когда-то Николас Хайек, которого я считал своим учителем, говорил: «Мой успех вы сможете измерить лет через пять после моей кончины. Тогда вы увидите, насколько хорошим руководителем я был». Теперь я и сам так думаю. И получаю удовольствие от жизни — от общения с детьми, собственной сыроварни и гор...

Записала НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

НЕМНОГО ВЫСОКОЙ ЧАСТОТЫ

Об ультрафиолете Zenith

Натела Поцхверия |

ЧАСОВАЯ мануфактура Zenith выпустила модель Zenith Defy 21 Ultraviolet, благодаря появлению которой клиенты марки вспомнили кое-что из школьной программы по физике.

Цвет — это ощущение, которое получает человек при попадании ему в глаза световых лучей. Говоря научно, это субъективная характеристика электромагнитного излучения, электромагнитная волна. Красный — самый низкочастотный из всех цветов, что способен увидеть человек. Фиолетовый — самый высокочастотный (увидеть более высокочастотный, ультрафиолет, человек не способен).

Эти знания необходимо освежить, чтобы понять иронию создателей Zenith Defy 21 Ultraviolet. Механизм этих часов, El Primero — самый знаменитый высокочастотный хронограф в мире. Он работает с частотой 50 Гц и отмеряет время с точностью 1/100 секунды. А самый высокочастотный видимый цвет, как мы только что выяснили, фиолетовый.

В часовом деле этот цвет применяется редко. И в основном в корпусах женских моделей. В Zenith не пошли этим очевидным путем — корпус новинки выполнен из серого матового титана. А вот мосты и некоторые важные шестеренки, а также ротор в форме звезды окрасили в фиолетовый. Конечно, механизм El Primero высокочастотнее от этого не стал, но дизайнерскую иронию эксперты и клиенты оценили. К тому же до сих пор модель Defy 21 со скелетонизированным циферблатом и сплошными счетчиками хронографа была доступна лишь тем счастливицам, которые успели приобрести юбилейный набор, выпущенный в честь 50-летия El Primero. Количество наборов было огра-

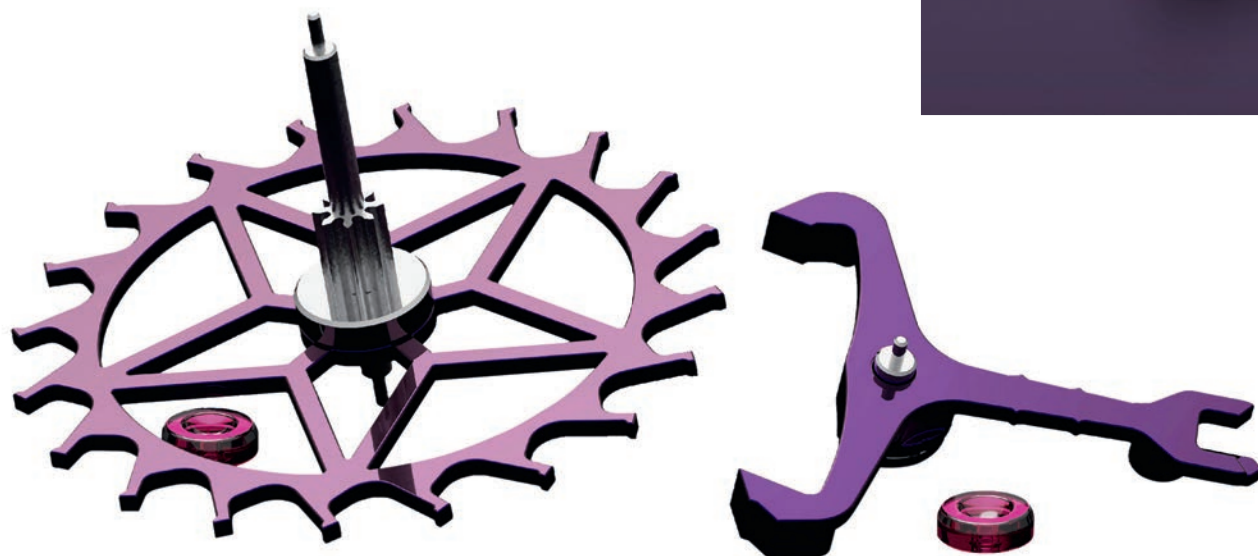
ниченными, и всех желающих приобрести скелетон удовлетворить не удалось бы.

А теперь удастся: Defy 21 Ultraviolet — первая модель с этими техническими характеристиками, которая будет продаваться отдельно.

С фиолетовыми деталями в Defy 21 Ultraviolet контрастируют три серых счетчика и стрелки с белыми наконечниками. Ремешок — из каучука с фиолетовой вставкой. Когда-то секретом приготовления фиолетовой краски владели лишь некоторые цивилизации, например, финикийцы. Секрет этот давно раскрыт, а вот как добиться такой же точности индикации времени, как у Zenith — кроме Zenith пока никто не знает. Такая вот ирония.



DEFY 21 ULTRAVIOLET, КОРПУС 44 ММ ИЗ МАТОВОГО ТИТАНА С МИКРОСТРУЙНОЙ ОБРАБОТКОЙ, МЕХАНИЗМ EL PRIMERO, ХРОНОГРАФ СО СЧЕТЧИКОМ 1/100 СЕКУНДЫ, 1 АНКЕРНЫЙ СПУСК ЧАСОВ (36 000 ПОЛУКОЛЕБАНИЙ В ЧАС — 5 Гц), 1 АНКЕРНЫЙ СПУСК ХРОНОГРАФА (360 000 ПОЛУКОЛЕБАНИЙ В ЧАС — 50 Гц), ЗАПАС ХОДА 50 ЧАСОВ, КАУЧУКОВЫЙ РЕМЕШОК С ДВОЙНОЙ РАСКЛАДЫВАЮЩЕЙСЯ ЗАСТЕЖКОЙ ИЗ ТИТАНА С ПЕСКОСТРУЙНОЙ ОБРАБОТКОЙ



САГА О FINISSIMO

Шесть рекордов Bvlgari

Натела Поцхверия

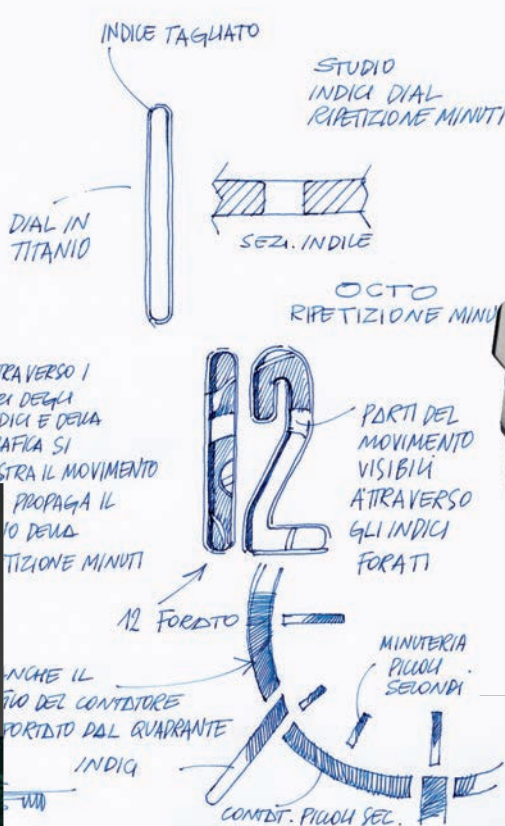


РЕКОРДСМЕНЫ ТОНКОСТИ РАЗНЫХ ЛЕТ ИЗ КОЛЛЕКЦИИ OCTO FINISSIMO



РЕКОРД 2014 ГОДА

Оcto Finissimo Tourbillon, платиновый корпус 40 мм, механизм с ручным заводом, парящий турбийон толщиной 1,95 мм, толщина часов 5 мм, запас хода 55 часов, ремешок из кожи аллигатора



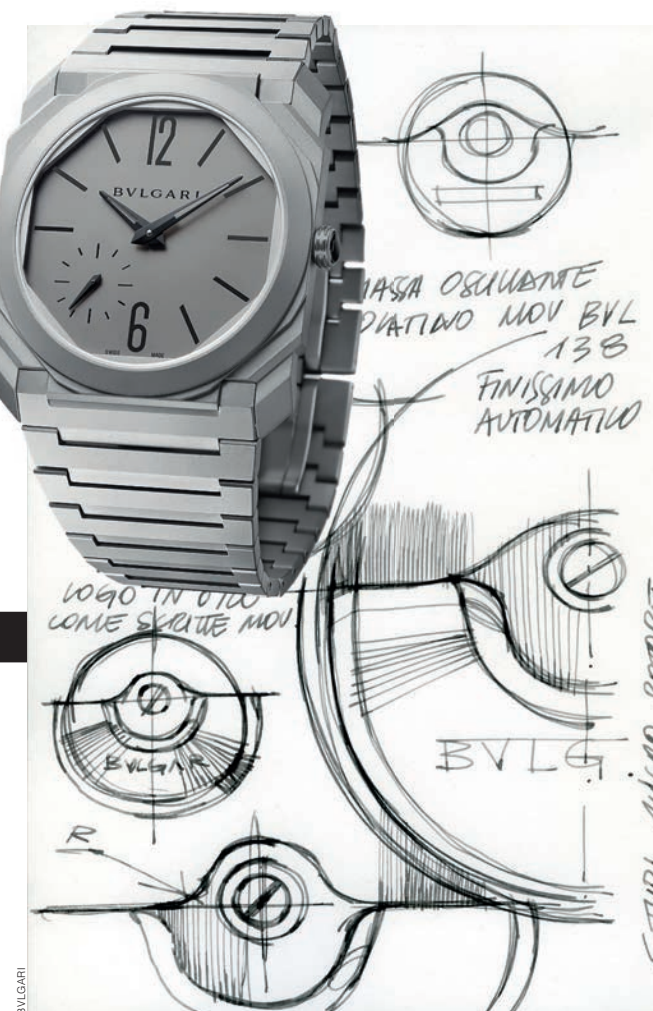
РЕКОРД 2016 ГОДА

Оcto Finissimo Minute Repeater, титановый корпус 40 мм, ультратонкий механизм минутного репетира с ручным заводом, толщина часов 6,85 мм, запас хода 42 часа, черный ремешок из кожи аллигатора



РЕКОРД 2017 ГОДА

Оcto Finissimo Automatic, титановый корпус 40 мм, автоматический механизм с мини-ротором из платины, толщина механизма 2,33 мм, толщина часов 5,15 мм, запас хода 60 часов, титановый браслет или черный ремешок из кожи аллигатора



ВЕСЬ год ювелирно-часовой дом Bvlgari жил под девизом «Mai Troppo» — «много не бывает». Надеясь на то, что не может быть слишком много украшений и слишком ярких бриллиантов. Но утверждение это несет и другой смысл: не бывает слишком много побед. В этом году Bvlgari удалось шестой раз побить рекорд тонкости, представив Octo Finissimo Tourbillon Chronograph Skeleton Automatic. О них позже. Коллекция Octo, как и другие коллекции римского дома, посвящена одному из великих памятников Вечного города, а точнее, самому большому сохранившемуся античному сооружению на римских форумах — базилике Максенция (хотя достраивал базилику уже император Константин). Корпус часов повторяет форму заметных архитектурных деталей базилики — ее кессонов, то есть восьмиугольных углублений на сводах. Отсю-

да и название Octo — восемь. Несмотря на множество граней и историческую отсылку, дизайн часов минималистичный и сдержанный — геометрия Octo контрастирует с присущей дому пышностью. Первый рекорд тонкости был установлен в 2014 году, через год после прихода в Bvlgari нового генерального директора Жан-Кристофа Бабена. Когда в 2011-м контрольный пакет Bvlgari приобрел концерн LVMH, стало понятно, что в часовом направлении компании многое изменится. Нельзя сказать, что до этого компания не уделяла ему внимания. Первые часы Bvlgari были выпущены в 1918 году, регулярное производство налажено в 1940-е годы, а с середины 1970-х часовое направление было переведено из Рима в Швейцарию, в Невшаттель. Спустя годы компания уже владела брендами Gerald Genta и Daniel Roth и их

ноу-хау, а структура производства была полностью вертикализирована. Проще говоря, в руки люксового конгломерата LVMH дом Bvlgari попал уже готовый к рекордам. Перед главой отдела дизайна часового направления Фабицио Буонамасса Стильяни ставили задачу сделать принципиально новые часы, тогда-то он достал старые чертежи с изображением восьмиугольных моделей и предложил вернуться к этим идеям Джеральда Дженты. В 2012 году появились первые модели коллекции Octo. В LVMH поставили перед Bvlgari задачу вступить в гонку за тонкость — тогда это была ключевая тенденция часовой индустрии — и победить. Отдел выполнил задачу рекордно быстро. В 2014 году появилась модель Octo Finissimo Tourbillon Manual с мануфактурным калибром BVL 268 всего 1,95 мм

РЕКОРД 2019 ГОДА

Окто FINISSIMO CHRONOGRAPH GMT AUTOMATIC, ТИТАНОВЫЙ КОРПУС 42 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ С ФУНКЦИЕЙ ХРОНОГРАФА, ИНДИКАЦИЕЙ ПОЯСНОГО ВРЕМЕНИ GMT, ТОЛЩИНА МЕХАНИЗМА 3,3 ММ, ТОЛЩИНА ЧАСОВ 6,90 ММ, ЗАПАС ХОДА 55 ЧАСОВ, ТИТАНОВЫЙ БРАСЛЕТ



РЕКОРД 2018 ГОДА

Окто FINISSIMO TOURBILLON AUTOMATIC, ТИТАНОВЫЙ КОРПУС 42 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ С ТУРБИЙОНОМ, ТОЛЩИНА МЕХАНИЗМА 1,95 ММ, ЗАПАС ХОДА 52 ЧАСА, ТИТАНОВЫЙ БРАСЛЕТ



РЕКОРД 2020 ГОДА

Octo Finissimo Tourbillon Chronograph Skeleton Automatic, титановый корпус 42 мм, автоматический скелетонизированный механизм с функцией однокнопочного хронографа и турбийоном, толщина механизма 3,50 мм, толщина часов 7,40 мм, запас хода 52 часа, титановый браслет, лимитированная серия 50 экземпляров



толщиной. Это был самый тонкий в мире парящий турбийон с ручным подзаводом. Спустя два года, в 2016-м, компания представила минутный репетир Octo Finissimo Minute Repeater с механизмом толщиной 3,12 мм. И это был не просто тончайший минутный репетир. Bvlgari предложила необычное музыкальное решение: на циферблате вместо цифр оставили прорези, как на гитарной деке, — и звук репетира стал звонче. Год 2017-й и третий рекорд — Octo Finissimo Automatic, самые тонкие в мире часы с автоподзаводом. Прошел год, и вот новый рекорд: Octo Finissimo Tourbillon Automatic с толщиной механизма 3,95 мм. В прошлом, 2019 году, пятый рекорд: Octo Finissimo Chronograph GMT Automatic с 24-часовой индикацией времени во втором часовом поясе, 30-минутным счетчиком хронографа.

2020-й стал важным годом для Bvlgari. Во-первых, благодаря неутомимости Жан-Кристофа Бабена компании удалось в августе провести часовые дни в Женеве и показать новинки журналистам и экспертам, сумевшим прорваться через закрытые границы (с остальными созванивались в Zoom). А во-вторых, компания вновь установила рекорд тонкости, показав автоматический скелетонизированный хронограф с тончайшим турбийоном — часы Octo Finissimo Tourbillon Chronograph Skeleton Automatic: толщина мануфактурного калибра BVL 388 с периферийным ротором всего 3,5 мм, а запас хода — 52 часа. На рынке сегодня нет других механизмов, столь тонких и мощных одновременно. Важно добавить, что коллекция Octo Finissimo хоть и выглядит как бесконечная гонка за рекордами, на самом деле имеет иное предназначение — показать клиентам, что сложные механизмы могут быть удобными в повседневной жизни. Роскошь не должна быть претенциозной, более того, клиенты уже не хотят отказываться от комфорта ради того, чтобы соответствовать требованиям люксовых продуктов. Наоборот, люкс должен быть удобным для жизни. Этот новый подход к роскоши, пропагандируемый поколением Z, несет в себе серьезную угрозу для высокого часового искусства. Руководство Bvlgari уловило намечающуюся тенденцию и опередило запросы времени. Впрочем, оказалось, что легкость бытия нравится не только «джензерам», но и остальным поколениям потребителей — модели Octo Finissimo быстро продаются. В-третьих, компания Bvlgari вступила в борьбу с коронавирусом и внесла в нее важный вклад: подарила современный

3D-микроскоп больнице Ладзаро Спалланцани в Риме, чтобы способствовать изучению вируса на клеточном уровне; перепрофилировала парфюмерную фабрику в фабрику по производству антисептика и снабжала им больницы Италии, Швейцарии и Великобритании; Жан-Кристоф Бабен создал фонд по борьбе с вирусом, который помог финансировать Оксфордскую (и другие) вакцину и предоставил стипендии медицинским исследователям. В-четвертых, сразу четыре модели Bvlgari вышли в финал Женевского часового Гран-при, а модели Bvlgari Aluminium Chronograph присужден приз в номинации «Часы-легенда». Это шестой «Оскар часового искусства», которым награждена за последние шесть лет компания Bvlgari. Ранее приз получали ювелирные часы и модели из линейки Octo Finissimo.

КРАСНАЯ ПОБЕДА КУКА

О керамике и бронзе Rado

Натела Поцхверия |

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

сложных материалов, которые нельзя ни разбить, ни поцарапать, принесло славу компании Rado. Первая модель часов с нецарапающимся твердометаллическим корпусом была выпущена в 1962 году. Мысль применить высокотехнологичную циркониевую керамику пришла чуть позже — в 1980-е. Материал был легким, приятным на ощупь и не вызывал аллергии. Более того, его цвет можно было легко менять, а после обжига детали было достаточно лишь отполировать и отшлифовать. В 1986 году свет увидела первая модель, браслет которой был изготовлен из глянцевых керамических звеньев. В 1989–1990 годах появились первые часы Rado с корпусом и браслетом из черной высокотехнологичной керамики, поцарапать которую мог только алмаз.

Часы показывают время, но оно не должно оставлять на часах следов — этого принципа компания придерживается долгие годы, изобретая новые модели и улучшая то, что было создано ранее, постоянно обращаясь к своим архивам. «Коммерсантъ. Стил» уже писал в июле об обновленной модели 1962 года Captain Cook, сочетающей в себе винтажный дизайн и современные материалы. В продажу поступили три модели в корпусе из нержавеющей стали с керамическими вставками синего, зеленого и черного цветов.

В декабре этого года мир увидит «куков» в корпусе из бронзы со вставками из высокотехнологичной керамики цвета бургунди. Бронза — древний материал, первые изделия датируются пятым тысячелетием до нашей эры. Высокотехнологичная керамика — ноу-хау Rado. А красный оттенок передать в керамике сложнее всего, но и эту высоту Rado взял.

Бронзовый корпус Captain Cook Bronze Burgundy дополнен вращающимся бронзовым безелем с керамической вставкой цвета бургунди. Цифры и метки выгравированы лазером. Деления, цифры, стрелки и метки покрыты светящимся составом Super-LumiNova. Корпус часов выполнен в оригинальном дизайне 1962 года, в нем установлен автоматический механизм калибра 11½ Rado 763 с запасом хода 80 часов. На задней крышке из титана изображены три морских конька, на циферблате — якорь. Ремешок Nato — цвета бургунди с линией бронзового цвета по центру, пряжка и петли из бронзы. Часы водонепроницаемые до 30 бар, а значит, предполагается, что это дайверская модель.



CAPTAIN COOK BRONZE BURGUNDY, БРОНЗОВЫЙ КОРПУС 42 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ С ЗАПАСОМ ХОДА 80 ЧАСОВ, ВРАЩАЮЩИЙСЯ БЕЗЕЛЬ ИЗ БРОНЗЫ СО ВСТАВКОЙ ИЗ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ КЕРАМИКИ ЦВЕТА БУРГУНДИ



RADO

Часы Captain Cook теперь можно приобрести на ремешке Nato. В середине XX века Министерство обороны Британии заказало для нужд флота часовые ремешки из серого нейлона со швами, выполненными методом лазерной сварки. В фильме «Голдфингер» (1964 год) агент 007 Джеймс Бонд появился в часах на таком ремешке. Тогда-то нейлоновые ремешки и вошли в моду.



COURTESY OF RADO



CAPTAIN COOK AUTOMATIC BRONZE, БРОНЗОВЫЙ КОРПУС 42 ММ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ С ЗАПАСОМ ХОДА 80 ЧАСОВ, ВРАЩАЮЩИЙСЯ БЕЗЕЛЬ ИЗ БРОНЗЫ СО ВСТАВКОЙ ИЗ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ КЕРАМИКИ

ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА

О формах и содержании
нового Flying Spur

Евгения Милова

АВТОКОМПАНИЯ

Bentley Motors свой большой юбилей, первый век жизни, отмечала в прошлом году. Но даже на фоне столь идеально круглой и солидной даты 15-летие представительского седана в современной модельной линейке Bentley — Flying Spur, — пришедшее на 2020 год, не могло остаться без должного внимания. Потому что к личному юбилею Flying Spur прилетел в салоны и к первым покупателям в абсолютно новой, фантастически прекрасной форме (и содержании).

Формы — это то, с чего хочется начать рассказ об этой машине, но начну с истории. В уже довольно давнем 2005-м команда дизайнеров под руководством Дирка ван Брекеля бросила все силы на то, чтобы четырехдверный Continental Flying Spur получил ненавязчивый и вневременной облик. Спустя годы можно признать, что с ненавязчивостью они тогда перестара-



лись. Отличить купе от седана анфас получалось с большим трудом.

В 2013-м в Женеве представили новый Bentley, уже без слова Continental в названии. Казалось бы, отбросив даже вербальный признак купе, машина должна была прибавить в солидности и стати. Напротив, визуально и физически автомобиль от Люка Донкервольке стал легче и мускулистее. И это был шаг в правильном направлении. Модель хорошо продавалась. Как ни крути, это все-таки был чистокровный отпрыск конюшен Крю с самыми породистыми внешними и ездовыми качествами.

Зачем вообще упоминать о прошлом? Затем, что на его фоне нынешний Flying Spur выглядит просто как исполнение всеобщих мечтаний. Если говорить о простых вещах, то в сравнении с «Летающей шпорой» 2005 года новый автомобиль стал значительно просторнее (за счет колесной базы, которая увеличилась на 10 сантиметров) и немного легче, но эта легкость сообщалась всему, что доступно в ощущениях водителю и пассажиру. Он больше не давит авторитетом своей богатой истории и длинной титулов обладателей. Легче открываются двери, легче вращается руль, легче настроить под себя кресло, легче стоять



в пробках с адаптивным круиз-контролем, легче припарковаться с системой кругового обзора Top View, легче разобраться с интуитивной сенсорной панелью управления на торпеде и еще легче подружиться с пультом-планшетом для пассажира второго ряда, легче сделать выбор между режимами вождения: спортивным, комфортным, индивидуальным и просто режимом под названием Bentley. Мне именно он и показался оптимальным, так что это был легкий выбор.

Новый Bentley Flying Spur с системой полного привода оснащен двигателем W12 с двойным турбонаддувом, который развивает мощность 635 л. с. и крутящий момент 900 Нм. Автомобиль разгоняется до сотни всего за 3,8 с, а максимальная скорость достигает 333 км/ч. При этом модель оснащается самыми большими стальными тормозными дисками в мире. Это все чувствуется. Но я благодарна инженерам Bentley за то, что они сохранили мой любимый момент: когда после спокойной городской езды вдруг решаешь разогнаться, машина дает тебе ровно одно мгновение на то, чтобы подумать, действительно ли ты этого хочешь. Она будто набирает

воздух в свои легкие внутреннего сгорания и уносит к горизонту, если ты не передумал. Впрочем, любителям не только быстрой, но и громкой езды может прийти не по душе негромкий, очень интеллигентный рык автомобиля при резком разгоне. Претензий тут быть не должно — это максимально допустимое рычание для представительского седана. Когда же я добралась до функции массажа, оказалось, что она не просто существует где-то в недрах и без того комфортного кресла. Массаж работает так, что ему хочется поставить пять звездочек в каком-нибудь приложении добрых услуг. Пока скрытые валики разминали плечи, выражение моего лица стало настолько довольным, что сделалось неловко перед другими участниками пробки на Тверском бульваре. Ну не должен человек быть так доволен в ноябре, даже если он за рулем настоящего люксового автомобиля.

Возвращаясь к формам — нынешний арт-директор Bentley Штефан Зилафф, говоря об источниках вдохновения при создании совершенно новой машины на абсолютно новой платформе, поминает Continental Flying Spur 1959 года от ателье H.J. Mulliner & Co. Это отличный образец и источник вдохновения, и господин Зилафф большой мастер подбирать аналоги новым моделям из богатой столетней истории марки. Однако он не скрывает, что в изрядной степени новый автомобиль обязан своим внешним видом Bentley EXP 10 Speed. Этот концепт предшественник господина Зилаффа господин Донкервольке представил на Женевском автосалоне в 2015 году, немедленно получил приз за элегантность и мое сердце — более красивой машины я в жизни не видела! Тогда казалось, что даже если концепт не будет запущен в серию, то его эстетическим наследником станет Bentley Continental. Однако я медленно обхожу новую «Летающую шпору», я открываю дверь, сажусь за руль и понимаю, что новый седан от того двухместного концепта унаследовал эффектные ребристые формы, завораживающие «хрустальные» передние фары, трехмерное бесшовное ромбовидное тиснение кожи внутренних панелей дверей, В-образное устройство центральной консоли. И все это очень красиво. Ну ладно, от упомянутого Штефаном Зилаффом автомобиля 1959 года этот Bentley взял крылатую статуэтку-литеру V на капот. Правда, в XXI веке этот талисман скрывается в специальной нише в капоте при выключении автомобиля — для защиты от вандалов.

«НАШ ОТВЕТ СИТУАЦИИ»

Ресторатор Илья Тютенков
о новых проектах

ТОСТ С ИНДЕЙКОЙ
ИЗ МЕНЮ ЗАВТРАКОВ
В РЕСТОРАНЕ
«СЕВЕРЯНЕ»:
БЕЗДРОЖЖЕВОЙ
ТОСТОВЫЙ ХЛЕБ,
ПАСТРАМИ ИЗ ИНДЕЙКИ,
КАМАМБЕР, СОУС
БЕШАМЕЛЬ, ПАРМЕЗАН

БРУСКЕТТА
С КОПЧЕНОЙ УТКОЙ,
ТЫКВОЙ И ГРАНАТОМ
ИЗ МЕНЮ РЕСТОРАНА
UGOLEK



ИЗ Личного архива

В ЕГО заведениях жизнь кипит: в аскетичный Pinch заходит на ланч Рената Литвинова, свой девичник Светлана Бондарчук устраивает в баре Leveldva, который стал домом для одноименного музыкального лейбла, в Ugolek и «Северяне» приезжают со всех концов Москвы попробовать завтраки из нового меню. Чтобы пообедать или поужинать в сказочных интерьерах «Горыныча», где готовят на открытом огне, столы нужно бронировать заранее. Более того, нынешний статус Патриарших прудов как главной гастрономической Москвы во многом заслуга Тютенкова и его партнера Уильяма Ламберти. Бистро «Uilliam's» успешно существует девять лет и за годы работы удостоилось ряда премий, получило официальное звание «ресторан-легенда» от членов жюри ресторанной премии «Лавровый лист». «Коммерсантъ.Стиль» поговорил с Ильей Тютенковым о главном ингредиенте успеха.



ЗАПЕЧЕННЫЕ ЯЙЦА
АЛЬ ПОМОДОРО
ИЗ МЕНЮ ЗАВТРАКОВ
РЕСТОРАНА UILLIAM'S

ИНТЕРЬЕР
РЕСТОРАНА UGOLEK



Тут нужен здоровый баланс отношения к происходящему. Мы находимся в центре тайфуна неопределенности, и она будет усиливаться. В плане человеческого бытия, по большому счету, ничего нового не произошло, у людей все время так: страх за будущее, кошмары из прошлого, неопределенность, во всем непостоянство... Это непостоянство, в общем-то — самое постоянное в природе вещей. Но человеческая психика не любит изменений, реагирует на них болезненно. Поэтому для меня и команды суперактуально удерживаться в позитивном настрое. Вот это и есть основная наша сейчас невидимая работа. **Несмотря на непростую ситуацию, ты строишь планы открытия новых ресторанов.**

Да, у меня есть пара проектов. Один из них совместный с Борисом Зарьковым, в жанре гранд-кафе, на Никитской улице. Здание старое и интересное, это родовое гнездо графа Владимира Орлова. Анфилада залов, очень красивая внутри архитектура, есть в чем поупражняться. Дизайнер, конечно, Наталья Белоногова. Кухню ставит команда White Rabbit под патронажем Владимира Мухина. Все будет крутиться вокруг рыбы. Ресторан откроется в первой половине следующего года.

Второй проект мы делаем с моим партнером Феликсом Цирефманом на Усачевском рынке. У Феликса, кстати говоря, там три очень успешных проекта, в том числе суши-ресторан Ryba Sushi & Oysters. У нас будет не корнер, а настоящий ресторан, просто в декорациях рынка. Шефом станет Георгий Троян. Он уже больше пяти лет работает в «Северянах», и ему самому очень интересно встряхнуться и сделать новый проект. Троян очень перспективный шеф, ему есть что еще сказать. Кухня будет связана с открытым огнем, а меню предполагается строить вокруг идеальных простых продуктов. На этой модели построены все интересные мне рестораны мира, особенно японские, японцы просто преклоняются перед качеством продукта. Запустится ресторан, думаю, в начале следующего года. Вся эта работа, надеюсь, станет нашим радостным ответом нынешней ситуации. **Кстати, о радости. Поделись какой-нибудь радостью из последних.**

Собрал наконец у себя дома барабанную установку, которая десять лет ездил из одного жилья в другое. Я не барабанщик, но первые деньги заработал, играя в конце 1980-х на Арбате рок-н-ролл. Это музыка веселая, разрывающая тебя изнутри. Думаю, что через некоторое время вернусь к живому коллективу, но в качестве хобби. А пока пытаюсь восстановить навыки и технику. Ничего у меня не получается, конечно, но я не унываю. Это тот вид инструментов, при котором, в принципе, ты абсолютно самодостаточен и живешь в своем мире. Стуков, звуков и ритмов.

Беседовал Владимир Гридин

КоммерсантъFM93.6
слушайте

online

〈 на www.kommersant.ru 〉

PANERAI

LABORATORIO DI IDEE



LUMINOR TITANIUM DMLS

* Laboratorio di idee — Laboratorio di idee. Часы Люминор Марина, корпус титаниум дмсл, 44 мм. Реклама

Москва - Петровка, 5, флагманский бутик Officine Panerai

Бесплатная доставка по России при оформлении заказа по телефону +7 (499) 920-76-76