

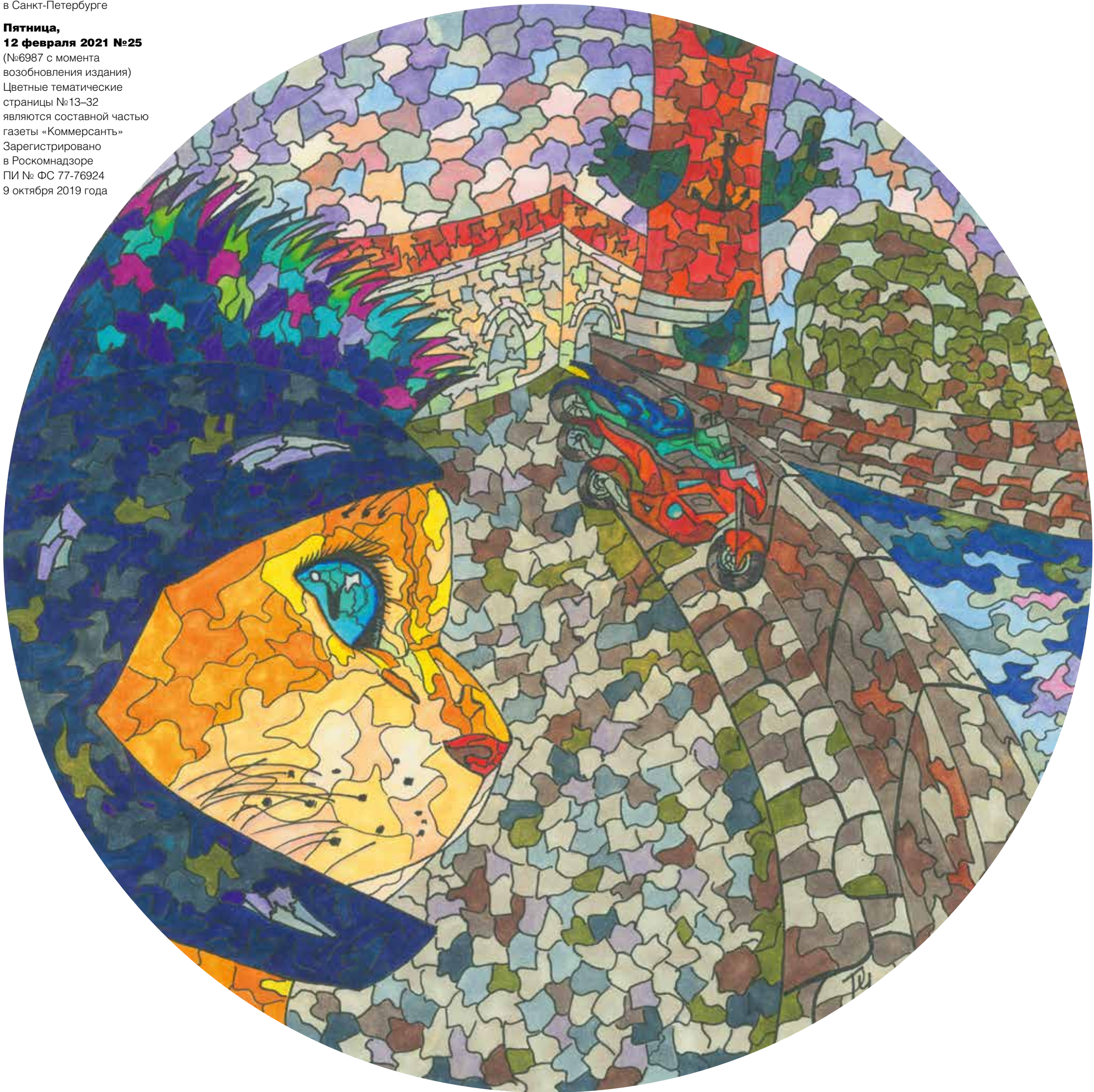
стильподарки

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

**Пятница,
12 февраля 2021 №25**

(№6987 с момента
возобновления издания)
Цветные тематические
страницы №13–32
являются составной частью
газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано
в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-76924
9 октября 2019 года



— 18, 22 —

АВТОРСКИЕ УКРАШЕНИЯ

Кто и как создает
уникальные вещи

— 20 —

СТИЛИСТЫ ПОНЕВОЛЕ

Как изменились
представления о мужской моде

— 28 —

ВКУСНЫЕ СОБЫТИЯ

Новые рестораны с хорошей кухней
и дивными видами

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



SPB.KOMMERSANT.RU

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ
К ФАКТАМ, КОМПЕТЕНТНОСТЬ
И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ



129 Сколько талантливых женщин вокруг!
Интервью с создательницей
ресторанного проекта



ЕЛЕНА ФЕДотова

Дары приносящие

Как-то так получилось, что гендерные праздники в календаре совсем рядом. И это замечательно: алаверды, что в кавказском застолье означает «диалог в тостах», практически не прекращается с середины февраля до начала марта. Сначала влюбленные одаривают друг друга, потом женщины — мужчин и чуть позже — наоборот. Валентинки и сердечки в разных видах влюбленных как-то вручают, а вот подарки на М и Ж праздники нередко становятся проблемой, особенно если каждый год приходится дарить их одним и тем же персонажам. Существует два подхода к процессу дарения и соответственно выбору подарка: рациональный и романтический. Первый — точное попадание, второй — пальцем в небо, но это тоже может быть приятно. Получить или подарить сугубо утилитарно-функциональную вещицу, которая точно нужна, согласитесь, неплохо. Что-нибудь необязательное, особенно если это можно съесть, выпить или как-то по-другому использовать до полного исчезновения, — еще лучше. Ну а то, что, как говорится, на память, может быть сопряжено с риском. Но кто не рискует, тот сами знаете чего не делает.



ДАРЬЯ РЕГНИКОВА

121 Запонки, ордена и медали.
Чем наградить мужчину к празднику

ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ
ДЛЯ МУЖЧИН.
АВТОР
ИРИНА ШАБУТ

Для влюбленных в «Европе»
День святого Валентина в гранд-отеле «Европа» можно отметить по-разному. В лобби-баре под саксофон подадут элегантный сет закусок к авторским коктейлям. Хитом, конечно, будет коктейль «Миллион алых роз» на основе игристого вина. В кафе «Мезонин» готовят сладкие наборы: капкейки с сердцами и золотую коробку с клубникой в глазури, печеньем с признаниями и шоколадной шкатулкой, наполненной шоколадом. Нежный клубнично-фисташковый мусс на бисквитной основе под алой глазурью — таким будет торт-сердце на двоих от шеф-повара Дмитрия Шибкова. В ресторане «Европа» состоится праздничный бранч с устрицами и шампанским.



ОТЕЛЬ «ЕВРОПА»

ИЛЛЮСТРАЦИЯ НА ОБЛОЖКЕ: ТАТЬЯНА ЧЕПЛАКИНА

124 Японские самураи и павлины..
Часы лимитированных серий в разных образах



BVLGARI

ПРАВИЛЬНЫЙ НАСТРОЙ

Новые ароматы для поднятия жизненного тонуса

«Коммерсантъ Стиль» рассказывает о новых ароматах — для всех, кто хочет задать настроение или сменить свой парфюмерный гардероб.

Ирина Кириенко |

ВЛИЯНИЕ ароматов на настроение — это то, что в нас запрограммировано, осознаем мы это или нет. Нейробиологи утверждают, что никакая другая сенсорная система так тесно не связана с центром обработки воспоминаний и эмоций мозга, как обонятельная. Вся суть тут в воздействии аромата на миндалевидное тело мозга (где как раз и происходит обработка такой вот «эмоциональной» информации).

Эмоциональная связка возникает только в том случае, если ассоциация между ароматом и ощущением уже сформирована.

В нынешней ситуации почти полного отсутствия путешествий как раз ароматы могут помочь переключить внимание и вспомнить ту или иную поездку. В отличие от средств макияжа, продажи ароматов остаются стабильными, несмотря на финансовую незащищенность в условиях пандемии. «Ароматы по-прежнему продаются и находят отклик у потребителей, особенно классические, которые вызывают приятные воспоминания или „переносят“ в другое место или время», — говорит Линда Леви, президент ассоциации The Fragrance Foundation. Свидетельства благотворного воздействия ароматов не ограничиваются прогнозами рынка — они также подтверждаются наукой. «Наше исследование показало, что духи улучшают настроение человека», — говорит Стивен Уоткинс, сотрудник Givaudan, крупнейшей в мире компании по производству ароматов и ингредиентов.

«Выбирая парфюм, люди находят способ улучшить свое самочувствие и укрепить чувство собственного достоинства».

Такими своеобразными островками душевного эскапизма становятся не только парфюмы, но и ароматы для дома. Илья Волков, директор по развитию проекта Molecule, считает, что ароматы не просто обладают сильнейшим воздействием на эмоциональное состояние человека, но и могут стать спасательным кругом для психики, своего рода побегом от реальности. «Это самый простой и надежный спо-

соб отключить негатив или банальность, которая нас может окружать в определенные моменты. Причем особо актуальны ароматы для дома — свечи, диффузоры, атмосферные спреи. Некоторые бренды, которые специализируются на этих продуктах, вроде культового Diptyque, даже разработали „карантинные“ комбинации разных свечей с очень интересными эффектами», — говорит он.

Также специалисты выдвигают гипотезы о возможной связи улучшения настроения, вызванного определенным ароматом, и физиологии. Схема такая: запах аромата поднимает настроение — человек спокоен и настроен позитивно — иммунная система в ответ на это функционирует более эффективно. Остается только найти свои ноты и в прямом смысле настроить себе и самочувствие, и душевное состояние.

(«Ъ-Стиль» от 21.01.2021)



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Запахи богатства и свободы

- В коллекции Portraits британского парфюмерного дома Penhaligon's появилась новинка под названием The Inimitable William Penhaligon, сообщает РБК. Коллекция «рассказывает историю британской аристократической семьи с помощью ольфакторных ассоциаций». Но если леди Бланш, лорд Джордж, герцогиня Роуз и другие — вымышленные аристократы, то Уильям Пенхалигон — реальная фигура. Именно он, корнуолльский парикмахер и парфюмер, в конце XIX века создавал ароматы для королевы Виктории и ее двора. Новый парфюм — элегантная и свежая композиция с нотами ветивера, бергамота, жасмина, ладана, амброксана, кедрового и сандалового деревьев. В России новинка появится в продаже уже в феврале.
- В Хорватии выпускают парфюм с ароматом биткойна, как бы пробуждающий ощущение решимости и свободы, передает телеканал «Известия». Коллекция лимитированная — всего 2100 флаконов. Планируется, что парфюм раскупят бизнесмены, а расплачиваться будут криптовалютой.
- Пандемия COVID-19 породила запрос на натуральные парфюмы на основе эфирных масел, которые обладают антисептическими свойствами и смогут защитить от бактерий и микробов, сообщила РИА «Новости» известная во Франции исследовательница истории парфюмерии Анник Ле Герер (Annick Le Guéret). «Индустрия парфюмерии должна будет эволюционировать в результате этого санитарного кризиса. Люди нуждаются в духах, которые бы их защищали от микробов, бактерий и вирусов», — уверена Ле Герер.

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ РИВ ГОШ



ИДЕАЛЬНЫЙ ПОДАРОК К ПРАЗДНИКУ!

РЕКЛАМА

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ ЛЮБОГО НОМИНАЛА ПО ВАШЕМУ ВЫБОРУ
МОЖНО ПРИОБРЕСТИ В КАЖДОМ МАГАЗИНЕ И НА САЙТЕ РИВ ГОШ
RIVEGAUCHE.RU. ТЕЛ. 8 800 333 20 20.

E-CARDS – ЭЛЕКТРОННЫЕ (ПОДАРОЧНЫЕ) КАРТЫ
ООО "АРОМАЛЮКС", 198095, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, МИТРОФАНЬЕВСКОЕ ШОССЕ, 2, КОРП. 9, ЛИТ. В, ПОМ. 18 ОГРН 1057810129266



ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ

София Азархи известна как художник, сценограф, дизайнер, автор статей об искусстве костюма и книги о моде. А еще она создает украшения. Их уникальность созвучна неповторимости самой природы.

«Я ОКОНЧИЛА ЛВХПУ имени Мухиной, теперь Академия Штиглица. Училась на художника по костюму. Жизнь сложилась так, что костюмом я занималась сразу после окончания института, потом ушла в искусство, выставки, разного рода художественные проекты и спектакли. Но душа требовала реализации именно в том, чему я училась, — рассказывает София. — И как-то случайно-закономерно я пришла не к ювелирному искусству, не к сочинению бижутерии — тут следует разделять, а к дизайну украшений в стилистике фэшн. Причем, и это принципиально, из материалов, созданных природой, без человеческого вмешательства — случайных, нефабричных, естественных. И нестерпимо красивых. Мне оставалось только подчиниться материалу, придумать, как собрать ожерелье или браслет, и сообразить, как застегивать. Иначе говоря, подойти к вопросу конструктивно, как дизайнер. Тут всегда приходится поломать голову. И еще для меня очень важно, чтобы украшение взаимодействовало с одеждой и было как можно больше фэшн. Я всегда себе представляю своих подруг с безупречным вкусом и думаю: наденет — не наденет. Это моя проверка себя».



КОЛЬЕ
ИЗ ПАТНИНГОВАННОГО
КОКОСА
И НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ



КОЛЬЕ И БРАСЛЕТ
ИЗ ФИЛИППИНСКИХ РАКУШЕК
ТУРБО И НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ.
КРУПНАЯ ГОЛУБАЯ РАКОВИНА
НА БРАСЛЕТЕ ИЗ КОЖИ —
МЕКСИКАНСКИЙ РЕДКИЙ
ЭКЗЕМПЛЯР TURBO IMPERIALIS
(«ИМПЕРАТОРСКИЙ ТЮРБАН»)

ИЗБЕЖАТЬ СУВЕНИРНОСТИ

Проект Ольги Михайловской и Евгении Филипповой Front — это попытка взглянуть на традиции, народный костюм и ремесла с позиции современного человека, а точнее, современного дизайна.

Родилась эта затея, по выражению авторов проекта, «от любви к народному костюму и ненависти к сувенирным магазинам»

Альбина Самойлова |

В ПРОЕКТ привлекаются только те дизайнеры, которые работают с национальными культурными традициями, создают на этой основе современные модные вещи, но ни в коем случае не занимаются реконструкциями, не делают маскарадные костюмы или экспонаты для краеведческого музея. Дизайнеров выбирали разных: кто-то увлекается Русским Севером, кто-то занимается в первую очередь принтами или исключительно орнаментами, перерабатывает традиционные узбекские чапаны или корейский костюм. Общее между ними только одно: каждая вещь должна быть сделана в соответствии с современными требованиями к технологии, конструкции, обработке.

Первым в проекте стало платье MASHAANDRIANOVA, отороченное елецким кружевом. Это простое, знакомое с детства кружево, которым украшали воротнички школьной формы, в сочетании с французским шелком оказалось удивительно современным. Ну а дальше стало понятно, что этот эффект неслучаен. Маша родилась и выросла в Париже, там же училась в fashion-школе, и ее французский подход к одежде в сочетании с почти исследовательским интересом к Русскому Северу дает абсолютно потрясающий эффект. Маша переехала в Москву и пустилась в путешествия по Карелии, где находит подлинные крестьянские рубахи и платья, а затем перерабатывает и переосмысливает их, превращая в абсолютно модные вещи.

Схожий подход и у Ани Толстой, которая делает в первую очередь детскую одежду. Но Аня — художник по текстилю, поэтому ее больше интересуют принты. Сказочные птицы, рыбы, животные отлично смотрятся не только на детских, но и на взрослых вещах, тем более что их форма тоже заимствована из народного костюма, а следовательно, комфортна и абсолютно приспособлена к современным скоростям. Ведь крестьянский костюм предназначался не для праздной жизни, а, прежде всего, для работы.

Из украшений первый выбор пал на бренд ALVAAR. За этой маркой стоит петербургский дизайнер Эльвира Ломовская, у нее очень оригинальный подход к



ПЛАТЬЕ
MASHAANDRIANOVA



СЕРЬГИ
ALVAAR

дизайну украшений и совсем не буквальное отношение к наследию. Традиционный металл нетрадиционной лазерной резки она сочетает с плексигласом. При этом рисунок повторяет мотивы росписи в соборе Святой Софии в Великом Новгороде. И все эти вещи делаются тоже в Великом Новгороде, на заводе, где работает целая семейная династия. Есть в этих украшениях такой индустриальный холодок, который ощущается свежим скандинавским ветром.

Проект Front задумывался задолго до пандемии. Но, конечно, локдаун стал серьезным катализатором процесса. Все вынужденно поехали по России и вдруг обнаружили, что мы живем в очень живописной и очень разной стране, что кругом и красиво, и вкусно, и не скучно. А наше наследие может быть чем-то новым, свежим, и при этом генетически узнаваемым.



СУМКА
BUNAKOVA HOKHLOFF

ВЛАДИМИР HOKHLOFF

АННА КОЗЛЕНКО

СТИЛИСТЫ ПОНЕВОЛЕ

Как изменилось представление о стиле в эпоху ковида

В Милане прошла Неделя мужской моды, которая открыла череду крупнейших показов от-кутюр в Европе. По карантинному регламенту — онлайн.

Мария Портнягина |

ПУСТЬ и так, лишь бы именитые дизайнеры по-прежнему выступали визионерами, задающими тренды на сезоны вперед. На деле же вышло, что они скорее отражают предпочтения, сложившиеся за время пандемии у массового потребителя. Какой он, стиль эпохи ковида, попытался разобраться «Огонек».

Зрители модных трансляций наблюдали на своих экранах смену коллекций, как это принято, на будущие холодные сезоны — осень/зиму 2021/2022. Набор вроде очевидный: верхняя одежда, костюмы, свитера. Но то мелькнет пальто, напоминающее стеганое одеяло. То кальсоны, будто вязанные бабушкой. То мужской плащ, струящийся, как дамский пеньюар. Но чаще брюки с пиджаком на показе то одного модельера, то другого лишь прикидываются костюмом, на обывательский взгляд — натурально, пижама!

Пожалуй, не найдется на земле взрослого разумного существа, за время карантина не шутившего о нарядах не по дресс-коду на рабочих Zoom с выключенными веб-камерами. Тренки с пузырящимися коленями, застиранные халаты, да те же семейные трусы поминались всуе. Но, пожалуй, больше всего остро досталось пижаме. Даже в России. Хотя, казалось, этот предмет домашнего гардероба у нас не так чтобы народный. Те же курьеры, навещавшие соотечественников во время жестких ограничений на передвижения, жаловались друг другу в чатах, что насмотрелись всякого. Из частых замечаний: заказчики встречали их на пороге квартир хорошо если в полунеглиже.

В западной же прессе пижама предстает одной из главных примет, а теперь, спустя время, и символов ковидной эпо-



ФРАГМЕНТ МУЖСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ FENDI СЕЗОНА ВЕСНА-ЛЕТО 2021, СОЗДАННОЙ СИЛЬВией ВЕНТУРИНИ-ФЕНДИ (SILVIA VENTURINI FENDI). НОВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ БРЕНДА СНЯТА БРИТАНСКИМ ФОТОГРАФОМ НИКОМ НАЙТОМ (NICK KNIGHT) В ЕГО ЛОНДОНСКОЙ СТУДИИ

хи. В ней якобы кричит стремление к комфорту, не только физическому, но и психологическому, когда ты вынужденно замкнут в четырех стенах. Эту идею педалируют обозреватели, в том числе британской The Guardian и американской The New York Times, в разделах о стиле жизни. Там же рассуждают о пижамотерапии и ссылаются на психологов, которые действительно ввели специальный термин — self-care clothes (одежда для заботы о себе).

Продолжая медицинскую аналогию: на Неделе моды в Милане одна из дизайнеров объяснила выбор яркой гаммы коллекции просто: «Цвета — это витамины». В том смысле, что сочная по цвету одежда поможет поднять настроение в наш тревожный век.

А на другом конце света, а именно в Японии, нашлись предприимчивые

умы, решившие на карантинной пижамомании заработать. Стартапер Иссаи Ёсида выпустил приложение, которое позволяет пользователю во время видеозвонков заменять свое реальное одеяние (читайте: пижаму) на уместный наряд из виртуальных шаблонов (как именно приложение работает, «Огонек» писал в № 46 за 2020 год).

Радикальный подход предложила читателям газета The Wall Street Journal — по сути, легализовать пижаму. «Пижамы — новая униформа», когда все в пижамах, «стирается и социальная граница между мужчинами и женщинами», фантазирует издание.

Хотя бы ради справедливости надо сказать: пижаму заметили и у нас, но, как всегда, на свой лад. В новогодних фотосессиях (они популярны уже несколько лет у отечественного городского класса),

как полагается, в студии, украшенной по-праздничному, в канун 2021-го россияне (чаще россиянки) позировали... в пижаме. Конечно, нарядной, лучше под шелк, поскольку свой высокий статус в соцсетях, для которых зачастую и предназначены снимки, необходимо поддерживать.

К слову, этому разрыву между так называемыми статусным и осознанным типами потребления (их включают в признаки развивающихся и развитых стран соответственно) карантин вообще придал новое измерение.

Вслед за падением доходов люди по всему миру сократили свои расходы, в том числе на одежду. Компания McKinsey подвела неутешительный итог 2020-го для мировой модной индустрии (здесь еще обувь и аксессуары): сокращение на 30%. Еще сильнее просел рынок люксовых товаров — на 39%.

КОГДА ВСЕ В ПИЖАМАХ,
социальные и гендерные
границы стираются

МУЖСКИЕ ПРИЧУДЫ

Хорошая новость: для Котовых, Рыбиных, Зайцевых и других обладателей «лошадиных фамилий» существуют спецподарки. Это тематические ордена и запонки по проекту дизайнера Ирины Шабут.



«МУЖЧИНЫ» консервативны в выборе украшений, — резонно полагает Ирина. — Основа коллекции — запонки. Это стандартный и практически беспроблемный подарок мужчине. Но хотелось сделать этот аксессуар очень индивидуальным, может быть, трогательным или знаковым для его потенциального владельца». Материалы, из которых созданы все эти мужские штучки, — металл, латунь, бронза с серебрением.

Даже инфлюенсеры в соцсетях призадумались (о том, как они влияют на юные неокрепшие умы, читайте в материале «Лайк имущие», «Огонек» № 43 за 2020 год). Если прежде их популярность держалась на брендовой одежде, которую они по рекламным контрактам демонстрировали в своих аккаунтах, то в кризисное время оторванность от массы своей аудитории могла стать поистине рискованной: уместен ли люкс перед подростками, одетыми в дешевый масс-маркет? Тренд задали американские Instagram-звезды, разбавляющие свой гардероб «более демократичными марками». И вовсе нонсенс: некоторые реанимировали когда-то популярный жанр видеоуроков о том, как сделать юбку или футболку своими руками.

Пока у одних «демократизация», у других во главе угла ориентация на экологию. Как выявил опрос жителей ЕС о том, что им как потребителям важно в постковидную эпоху, большинство сторонников, по 83%, набрали два условия: долговечность вещей (при возможности сдать их в переработку) и минимальное использование пластика при их производстве.

Исследование McKinsey подтверждает общую тенденцию на осознанность. Потребительские привычки, прогнозирует компания, изменятся в пользу выбора более качественных товаров (они, по идее, прослужат дольше). А еще вместо того, чтобы выбросить вещь сразу после появления дефекта, все больше людей заявляют, что подумают, как ее отремонтировать. Эти заявления понятны и одобряемы, однако до воплощения намерений в жизнь еще далеко.

С первыми карантинными ограничениями весной 2020-го онлайн-магазины не перестают рапортовать о беспрецедентных продажах. Бум онлайн-торговли! Хотя, как известно, как раз зависая в Сети, человек больше склонен к импульсивным покупкам. Вдобавок стресс, который многие переживают из-за пандемии, стимулирует желание порадовать себя обновкой.

Так или иначе, в выигрыше опять пижама и, шире, домашняя одежда: по оценке Adobe Analytics, прирост в этом сегменте за 2020 год составил 43%. Но, конечно, не только они пользуются повышенным спросом, а в принципе вся удобная одежда из мягких тканей, различный трикотаж.

Домашний гардероб в локдаун оккупировала соответствующая этим качествам спортивная и уличная одежда: тренировочные штаты, худи, толстовки... В комплект к ним идут тапки и кроссовки — их продажи тоже выросли.

В связи с этим тревожный прогноз в конце прошлого года выдала аналитическая компания Edited: Великобритания

может столкнуться с дефицитом удобной одежды. Сразу по нескольким причинам: одна — возросший спрос, другая — фабрики в Юго-Восточной Азии, где в основном и производится продукция для массового потребителя, по-прежнему закрыты или работают частично и, наконец, доставка уже готового товара не гарантирована из-за последствий локдауна и «Брексита».

У немцев, в свою очередь, собственные тревоги. По информации телеканала Tagesschau, за один только декабрь 2020-го на складах крупных торговых сетей и частных магазинов в Германии скопилось 300 млн единиц нераспроданной одежды. Журнал Focus обращается к экспертам, чтобы разобраться: что делать с таким количеством тряпок и если утилизировать, то как? Вопрос открытый.

Издание Der Bund пишет о взрывной популярности одежды для зимних видов спорта — и это когда курорты закрыты из-за карантина. Версия, почему так, нашлась: немцам хочется вернуть привычное течение жизни. И если на альпийские склоны в этот сезон не попасть, выход — разгуливать в горнолыжном наряде у себя в городе. Sueddeutsche Zeitung предполагает другие неожиданности 2021-го, связанные с локдауном из-за пандемии: особенно популярным станет зеленый цвет. Объяснение незатейливое: сидя по домам, люди истосковались по природе. Обуме вязания сообщает Berliner Zeitung: для людей рукоделие — это медитация, чтобы унять тревоги. Но также повод нарядиться в новую, да еще и самодельную вещь.

Если вернуться к общемировым переменам в манере одеваться, то микротрендом стал взрывной рост сервисов по аренде одежды, особенно брендовой. Одеться хочется по-прежнему с шиком, а поводов выгулять наряд в локдаун прибавилось, так что аренда стала реальным решением для определенного круга потребителей, как пишет Bloomberg.

И, наконец, макротренд: одежда «заговорила». Средством выразительности оказались маски (в пандемии они стали полноценной частью наряда, если оставить за скобками ковид-диссидентов). Статус, доход, да просто настроение человека теперь можно считать по его маске: из ближайшей аптеки с трехдневной замызанностью или с драгоценными камнями из французского бутика, а еще с надписями, картинками... В общем, ясный месседж носителя маски миру. Не заставили себя ждать «говорящие» футболки, толстовки...

В мире моды даже придумали специальный термин — *sadwear*: одежда, демонстрирующая, что ее хозяин в тоске и печали. Это треники с пузырящимися коленями, застиранные халаты, ну и мятая пижама.

(«Ъ-ЖУРНАЛ „ОГОНЕК“»
№ 2 ОТ 25.01.2021)

АДЕПТ ГЛАМУРА

Дизайнер ювелирных украшений Анастасия Андрее-Самойлова — представительница династии петербургских художников. Закончила Академию, основанную бароном Штиглицем, в которой учились ее родители и преподавал ее прадед.

УКРАШЕНИЯ по ее проектам очень петербургские, наполнены духом города, обязательно с историей. Антикварные элементы, старинный фарфор, винтажные пуговицы — все это становится материалом, пробуждающим фантазию дизайнера, использующего его для изделий очень современной формы. Король-Солнце, Купидоны, Сотворение мира, Драконы... Содержание, история, сюжет часто становятся важнее формы. И это не просто ювелирные украшения — в большей степени они становятся арт-объектами. По словам автора, вещи по ее дизайну предназначены для женщин необычных, стильных и уверенных в себе, интеллектуальных, независимых и не боящихся демонстрировать свою индивидуальность и неординарность. Эти украшения становятся таким завершающим штрихом, придающим образу отточенный петербургский стиль и лоск.



ВИТАЛИЙ ТАГАРИНОВИЧ



ВИТАЛИЙ ТАГАРИНОВИЧ

СЕРЬГИ «НОЧНЫЕ МОТЫЛЬКИ». МЕБЕЛЬНЫЕ НАКЛАДКИ ВРЕМЕН МОДЕРНА (1900–1910) И ВИНТАЖНЫЙ БОГЕМСКИЙ ХРУСТАЛЬ (1940-Е)

СЕРЬГИ «ЯПОНСКИЕ УТКИ». СТАРИННЫЕ ПЕРЛАМУТРОВЫЕ ПУГОВИЦЫ, НАКЛАДКИ НА ШКАТУЛКУ КОНЦА XIX ВЕКА (ФРАНЦИЯ)



«ЛЕДА И ЛЕБЕДЬ». ХРУСТАЛЬНАЯ КАМНЯ 1900-Х ГОДОВ

ВИТАЛИЙ ТАГАРИНОВИЧ

Коммерсантъ. В лучших местах Петербурга.

реклама 16+

Рестораны

КРЕМЛЬ	Выборгская наб., 55 БЦ Gregory's Palace
ВЕСЕЛИДЗЕ	Восстания ул., 20
РИБАЙ	Казанская ул., 3А
Ресторан-гостиная ШТАКЕНШНЕЙДЕР	Миллионная ул., 10
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр. В. О., 20
СКАЗКА ВОСТОКА 1001 НОЧЬ	Лесной пр., 48

Пироговые

ЛИНДФОРС	Полтавская ул., 3 Московский пр., 128 Декабристов ул., 33 Ленинский пр., 151
ШТОЛЛЕ	1-я Красноармейская ул., 4 Гражданский пр., 114, к. 1 Медиков пр., 10, к. 1 Комсомола ул., 35 Московский пр., 105 Стачек пр., 74 Просвещения пр., 34 Садовая ул., 8 1-я линия В.О., 50 Энгельса пр., 37 Восстания ул., 32 Владимирский пр., 15 Савушкина ул., 3

Кафе

KROO CAFE	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11
------------------	--

Автосалоны

GREGORY'S CARS	Выборгская наб., 55
АВТОДОМ ПУЛКОВО	Пулковское ш., 14, лит. А

Интерьерные магазины

САЛОН «СЕНТЯБРЕВЪ»	Каменноостровский пр., 19
---------------------------	---------------------------

Гостиницы

ГРАНД ОТЕЛЬ ЭМЕРАЛЬД	Суворовский пр., 18
ОТЕЛЬ ИНДИГО	Чайковского ул., 17
AKYAN HOTEL	Восстания ул., 19
KRAVT HOTEL	Садовая ул., 25, вход с Мучного пер., 4
M-HOTEL	Садовая ул., 22 (вход с переулка Крылова, 2, со двора)

MAJESTIC BOUTIQUE HOTEL DELUXE	Садовая ул., 22/2
АПАРТ-ОТЕЛЬ VERTICAL	Московский пр., 73
THE GAMMA HOTEL	наб. Обводного кан., 130
ОТЕЛЬ БЕЛОЕ ДЕРЕВО	Демьяна Бедного ул., 3
ГОСТИНИЦА THE BRIDGE HOTEL	угол Керченского пер., 2 и Адмиралтейской наб., 12
BOUTIQUE HOTEL ALBORA	наб. кан. Грибоедова, 133А
CROWNE PLAZA LIGOVSKY	Лиговский пр., 61

Авиакомпании

ЦБА «ПУЛКОВО-3»	
ГТК «РОССИЯ»	

Бизнес-центры

GREGORY'S PALACE	Выборгская наб., 55
GUSTAF	Средний пр. В.О., 36/40
MAGNUS	9-я линия В.О., 34
ОСКАР	наб. р. Фонтанки, 13 А
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР NEVKA	Гельсингфорсская ул., д. 3, к. 11, лит. Д, вход с Выборгской наб., 45-47

Разное

ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТОВ	Красного Текстильщика ул., 10/12
САПСАН	Бизнес-класс

Газета «Коммерсантъ» издательством бесплатно не распространяется.

Узнайте подробную информацию о корпоративной подписке
по телефону (812) 271-3635
www.spb.kommersant.ru



ПЕРЬЯ ПАВЛИНА

Циферблат часов *Divas' Dream Peacock Dischi*, созданных компанией *Bvlgari* лимитированной серией из 50 экземпляров, украшен аппликацией из натурального павлиньего пера.

ПРИ изготовлении этих необычных часов применяются нетрадиционные материалы и декоративные техники. Циферблат новых часов украшен 24 вырезанными вручную фрагментами натурального пера. Лучшие экземпляры по окраске, текстуре и гармоничности рисунка были выбраны из почти полутысячи перьев, затем мастера бренда приступили к кропотливой работе создания аппликации. Эта декоративная техника восходит к античности, она была популярной в Италии в эпоху Возрождения, а затем была возрождена *Bvlgari* в 1970-е годы.

Серия часов с павлином — явная отсылка к римскому наследию *Bvlgari*. Образ этой птицы вообще очень символичен. В средние века ее считали бессмертной. В Индии павлин — символ плодородия и постоянства, на Ближнем Востоке его изображают по обе стороны древа жизни. Павлин известен как любимое создание Юноны, в римской мифологии супруги Юпитера, — красочное изображение этой птицы появляется на многих древних мозаиках.



Шлем самурая

Во флагманской серии ударопрочных *Casio G-Shock* — часы *MRG-B2000SH*, выпущенные в 400 экземплярах.

Новинка вдохновлена *Shougeki-Maru* — оригинальным шлемом кабуто, который надевали японские самураи, когда отправлялись в бой. (Кабуто — особый тип шлема полусферической формы с присоединенными пластинами для защиты шеи. Он изготавливался из трех или более склепанных металлических пластин, расположенных сверху вниз.) Военный атрибут был сделан на заказ специально для *Casio*, он к тому же символизирует твердые убеждения, что перекликается с ценностями бренда. Гравер Масао Кобаяши изобразил взмывающего ввысь дракона на каждой из четырехсот моделей. Благодаря особой технике мастер Масанао Кичуки создал эффект состаренности металла на безеле и браслете. По техническим преимуществам модель схожа с предшественницей. Это синхронизация со смартфоном посредством Bluetooth, калибровка сигналов времени при помощи радиоволн, автокоррекция часового пояса.

ОБТЕКАЕМОСТЬ ИЗГИБОВ

THG Paris, премиальный бренд сантехники и аксессуаров, представил новую коллекцию для ванн Corvair. Ее созданием занимался партнер бренда — лондонская студия Martin Kemp Design.

Зоя Пашиковская |

ВДОХНОВЛЯЛИ

создателей новой линии золотой век путешествий, аэродинамический стиль 1940-х годов, обтекаемые формы британских автомобилей Streamline, «Восточный экспресс» и американские авто эпохи 1950-х. Декор «отсылает к самому сердцу 1940-х годов, где путешествия были признанным искусством и истинным символом элегантности». Таким образом, Corvair отдает дань уважения направлению streamline moderne, родственнику ар-деко. Этот художественный стиль воспевал динамику во всех проявлениях, для него характерны чистые гладкие линии, обтекаемые силуэты и авангардные технологии. Он основывался на абстрактной эстетике, присущей Америке 1930–1940-х и отдавал предпочтение промышленным материалам. Corvair напоминает об



CORVAIR

аэродинамических линиях и формах кораблей, самолетов и автомобилей того времени.

«Эта коллекция — воплощенная мечта о гармонии форм и эмоций в каждой детали, синонимах элегантности путешествия», — комментирует новую линию Мартин Кемп.

Дизайн-студия Мартина Кемпа, основанная в 2012 году, быстро обрела международное признание. Команда работает в основном над проектами жилых интерьеров, но также уделяет время проектированию яхт, частных самолетов и мебели. Философия студии Мартина Кемпа — «позволить каждому клиенту выразить свою мечту на языке дизайна и воплотить ее в лучших материалах, ориентируясь на уникальное видение наследия и традиционную культуру заказчика».

Семейная компания THG Paris проектирует и создает смесители для ванных комнат, уникальную сантехнику и аксессуары для ванных комнат с 1956 года. Тесно сотрудничая с миром моды, Дом THG Paris предлагает синтез ремесленного ноу-хау и виртуозного промышленного исполнения. Для своих инновационных коллекций бренд выбирает такие материалы, как полудрагоценные камни, хрусталь, фарфор, оптическое стекло, минералы и натуральный мрамор.



CORVAIR



ДАРЬЯ РЕПНИКОВА

Цветы Британии в домах России

Эти фарфоровые цветы не просто украшение, они имеют вполне утилитарное назначение: это ручки для мебели. Их автор — пластический дизайнер и ювелир Ирина Шабут. Совместный интерьерный проект в стиле Вильяма Морриса родился еще весной, во время режима самоизоляции. Когда все поняли, какое значение имеет личная среда обитания. В создании разных предметов для романтического декора принимают петербургские и московские дизайнеры.

«Интерьерная история для меня новое направление, — говорит Ирина Шабут. — И с огромной радостью я приняла приглашение к участию в этом проекте от мэтров интерьерного дизайна. В настоящее время подготовлена коллекция рам для зеркал, декоративных мебельных элементов — "корон", ручек для мебели. Они выполнены из керамической массы, полуфарфора и фарфора».

«ДЕТИ СОЛНЦА». НАПИСАНА В КАЗЕМАТАХ. ПОСТАВЛЕНА В ТЕАТРЕ

Сегодня, 12 февраля, в Александринском театре премьера. Николай Роцин на Основной сцене поставил спектакль по мотивам пьесы Максима Горького «Дети солнца».

Мария Иванова |

НА АФИШАХ — солнечное затмение. Оно и понятно, время для социального оптимизма сейчас не самое подходящее. Ждем от этого спектакля чистого прочтения драматургии Горького, свободного от идей века, мечтавшего о создании прекрасного человека и справедливого общества. Сегодня мы можем найти в этой пьесе много сарказма, доходящего до комических высот, а, возможно, даже как-то по новому, свободно от вульгарной социологии оценить сам этот псевдоним — Горький. Не про классовую он борьбу, про человека.

«Детей солнца» Горький начал писать в 1905 году в Трубецком бастионе Петропавловской крепости, куда был заточен за поддержку событий 9 января. Пьеса была задумана парой лет раньше, вместе с Леонидом Андреевым. Придумали даже название — «Астроном» — и героя, «живущего жизнью всей вселенной среди нищенски серой обыденщины». Далее вдвоем дело не пошло. Литераторы разошлись во взглядах. Горький видел пьесу трагикомедией разрыва между народом и интеллигенцией. Андреев надеялся на

развенчание мещанства как образа жизни. Горький считал, что правдивым, а то и справедливым финалом будет, если героя за это просто «треснут в 4-м акте телескопом по башке». В «Детях солнца» телескопом Горький бить героя не стал, сделал

страшнее. Вокруг бушует эпидемия холеры, что, конечно, не может не вызывать некоторых пандемических аллюзий.

А в театре говорят, что «Дети солнца» Николая Роцина — это современный взгляд на повторяющуюся драму твор-

ца, на мечту об идеале и поиск счастья. Надо смотреть, тем более что и актерский состав замечательный. В спектакле участвуют: Иван Волков, Янина Лакоба, заслуженная артистка России Елена Немзер, Степан Балакшин и другие.



ВЛАДИМИР ПОСТНОВ

«Три толстяка. Эпизод 7. Учитель»

18 и 19 февраля на Основной сцене БДТ имени Г. А. Товстоногова пройдет премьера седьмого эпизода театрального сериала Андрея Могучего.

«Выбравшись из Царства мертвых, Гаспар и Тибул попадают не во дворец, а в загадочное пространство, похожее то ли на пустыню, то ли на заброшенный пляж, то ли на гигантскую песочницу. Ясно одно: пребывание здесь ничего хорошего не сулит. После ряда трагических событий, едва не погибнув, Гаспар встречает человека с ружьем и постепенно начинает понимать, что это за место, по каким законам оно существует и каково действительное положение вещей...» За первым и вторым эпизодом спектакля, которые уже собрали немало престижных театральных наград, неслучайно сразу идет седьмой. Такова художественная концепция театрального сериала, каким его задумал Андрей Могучий. И каждый эпизод является самостоятельным спектаклем, в какой-то степени самодостаточным. Надо сказать, что зрительский интерес к этой постановке не ослабевает. «Три толстяка. Эпизод 1-й. Восстание» и «Три толстяка. Эпизод 2-й. Железное сердце» уже получили петербургскую театральную премию для молодых «Прорыв», Высшую театральную премию «Золотой софит», российскую Национальную премию «Золотая маска» и другие.



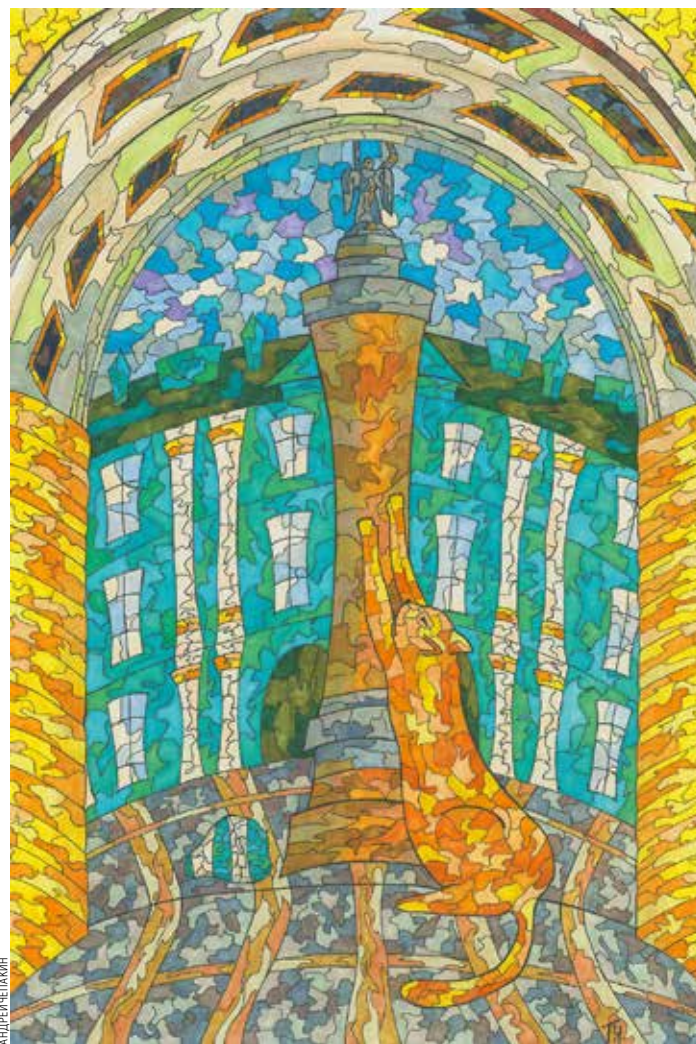
СТАС ЛЕВИН

КОТЫ И ПЕТЕРБУРГ

Татьяна Чепакина придумала новую технику рисования, город на ее картинах заиграл жизнерадостными красками, а коты стали его символом.

У ТАТЬЯНЫ не профессия, а мечта: она работает на телевидении — создает образы, макияж и прически для телеведущих. Закончила художественную школу, где занималась под руководством легендарного петербургского художника-авангардиста Владимира Козина. Затем окончила петербургский Университет промышленных технологий и дизайна по специальности «стилист-имиджмейкер».

«Петербург для меня всегда главный источник вдохновения. Город с особой, неповторимой аурой, он прекрасен в любое время года. Мне хотелось, чтобы и в дождь он выглядел на картинах сказочно и весело. Так родилась техника рисования “мозаика на бумаге”, в которой я работаю. Благодаря маленьким, нарисованным маркерами кусочкам “мозаики”, картина становится многомерной, многогранной, сказочной, очень личной — именно таким я вижу Петербург. А коты и город как неотъемлемая часть друг друга. Считаю их одним из явных и секретных символов (для знающих) нашего города, как львов на набережных и знаменитых котов Эрмитажа. Они везде, а теперь и на моих картинах».



АНДРЕЙ ЧЕПАКИН



АНДРЕЙ ЧЕПАКИН



АНДРЕЙ ЧЕПАКИН



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Арт-бранчи с кураторами

Отель «Кемпински Мойка 22» создал совместно с Государственным Эрмитажем оригинальную культурную программу. За чашкой чая с гостями и на специальной экскурсии эрмитажные выставки представляют сами кураторы.

Сейчас в программе принимают участие Дарья Панайотти — куратор выставки «Сесил Битон и культ звезд» и Зоя Купцова — куратор выставки «Линия Рафаэля».

Арт-бранчи проходят в люксах отеля. Можно выбирать из двух вариантов. Первый — это часовая встреча с куратором в отеле для компании от трех до шести человек, включающая презентацию, ответы на вопросы, чайную церемонию и бокал игристого. Второй вариант дополнен экскурсией на выставку. Встречи могут проходить на русском или английском языках.

Гастрономическая составляющая арт-бранча — позиции из меню чайной комнаты отеля. Подают ассорти десертов: крем-брюле, релижбез, малиновые тарталетки, мармелад с манго — и легкие закуски.

«ЛЕТУЧИЙ ГОЛЛАНДЕЦ» СТАЛ ГАСТРОПРОЕКТОМ

Трехмачтовый парусник, пришвартованный на Мытнинской набережной, полностью меняет свою концепцию.

Альбина Самойлова |

ВНЕШНИЙ вид точной копии торгового судна XVIII века, конечно, останется неизменным, а вот внутри теперь не будет фитнеса — только новые рестораны. На площади более 3 тыс. кв. м расположится целая экосистема из четырех ресторанов с разными концепциями и кухнями, панорамным баром, отдельным банкетным залом и большой детской комнатой. Идеологи и соучредители проекта Равиль Шайхайдаров и Екатерина Поташова в этом году собираются превратить корабль в современный мультиформатный гастрономический проект.

В январе на «Летучем Голландце» уже открылся двухэтажный ресторан «Речной» с дарами морей и рек: в меню сделан акцент на рыбу и морепродукты. Под руководством шеф-повара Александра Стегэреску, известного по работе с проектами в Петербурге и Лондоне, здесь создали кругосветный гастрономический микс. Дальневосточное направление в меню — это карри рамен, креветки в тайском стиле, битые огурцы с дайконом и кешью, треска в соусе мисо; кухня Средиземноморья представлена разнообразными пастами и пиццами, средиземноморским салатом с креветками; латиноамериканский акцент — карпаччо из говядины в перуанском стиле (в

меню ресторана есть и блюда из мяса); в гастрономических традициях Северной Америки — чаудер (густой суп) с морепродуктами и краб-кейк с соусом карри-кокос. Есть в меню и речная рыба: килька, карп, сом и корюшка, без которой сложно представить петербургскую кухню.

Аквариум ресторана населяют самые разные морские обитатели: гребешки и морские ежи из Баренцева и Белого морей; хасанская и императорская устрицы из Японского моря; вонголе из Охотского моря.

Дизайном интерьера ресторана «Речной» занималась студия Choise. В цветовой гамме пространства господствуют приятные глазу натуральные оттенки, здесь много живых растений. Впрочем, один только вид из панорамных окон на Неву и стрелку Васильевского острова создает особое настроение.

Локация дает свои преимущества: у парусника — собственная видовая терраса на понтоне и несколько террас на верхней палубе. Есть и свой причал для катеров и яхт.



ОСЬМИНОГ ГРИЛЬ
С КАРПАЧЧО
ИЗ ТОМАТОВ



ЖАРЕНЫЕ АРТИШОКИ
С СОУСОМ МАРИНАРА



Grecco на Петроградской

На месте закрывшегося ресторана «Белка» Александра Бельковича открылся Grecco Марка Лапина. Заведение позиционируется как ресторан греческой и средиземноморской кухни.

Собственный ресторан Марка, сына Вадима Лапина, основателя ресторанной империи Ginza Project, не будет входить в этот известный холдинг. Шеф-поваром заведения стал Леонид Иванов, ранее трудившийся в ресторанной группе Probka Family. Акцент в меню сделан на морепродукты. Один из главных компонентов греческой кухни — оливковое масло, поэтому символом и логотипом ресторана стало изображение оливкового дерева, символизирующего мир, спокойствие и долголетие. Все коктейли готовятся на основе премиксов — заранее заготовленных смесей, поэтому гости получают заказ уже через пару минут. Коктейльную карту ставила Евгения Зарукина, главный бармендер El Coritas, винную карту — Дмитрий Фролов, один из лучших сомелье России.

Над дизайном интерьера работала Анастасия Хальчицкая (Bestie, The Repa, Friends of Friends, Charlie, «Яйцо и булочка»): он сделан в стиле лобби курортных отелей 1950–1960-х годов, эпохи mid-century modern.

ВИОЛЕТТА КРОО: «СКОЛЬКО ТАЛАНТЛИВЫХ ЖЕНЩИН ВОКРУГ!»

Хозяйка Kroo Cafe, у которого постоянные клиенты составляют 85% гостей, — о подарках к праздникам, рецептах подруг на кухне ресторана и тортах для собак.

— Как вы пережили пандемию?

— Когда все началось, я неделю приходила в себя: это мое детище, я сюда вложила все личные средства, проект позволяет мне, взрослой женщине, обеспечивать себя, выросших детей, не быть зависимой. Это еще и мое место счастья, мой кукольный домик, я просыпаюсь и думаю: «Ура! Сейчас поеду на работу!» И когда ты не можешь выстроить свою дальнейшую жизнь (а я человек, который еще в «Газпроме» делал алгоритмы), просто не понимаешь ничего.

Локдаун мы пережили благодаря тому, что были запасы личных средств. Которые я не потратила на наряды, приключения и путешествия, а вложила в персонал, продукты и аренду. Я безумно благодарна моему арендодателю: у нее много помещений, она сразу пошла навстречу — снизила цену до минимума.

— Доставка блюд к тому моменту уже была?

— До пандемии мы в ней не нуждались: у нас настолько большой поток гостей, что я даже не пыталась ее внедрить — меня бы повара придушили. Я взрослый человек, так много стартапила, что в какой-то момент силы на эксперименты закончились. Но ребята настаивали: «Мы будем бегать, мы хотим организовать доставку». В смену выходило три человека на кухне и два в зале. Работа оплачивалась деньгами, которые они выручали на доставке. Тем, у кого были ипотеки, я старалась помочь из своих средств. Спасибо большое поставщикам, многие пошли нам навстречу. У нас очень хорошая репутация: Kroo Cafe уже семь лет, зарплата день в день, аренда и поставщики стоят на первом месте. Они понимали: если утонем мы, то потянем за собой всех остальных.

— Когда вы открылись после локдауна?

— В августе. Сначала нам разрешили поставить пять столов, и я прыгала до потолка. Потом вдруг пришли все наши гости — в первый же день. И мы, буквально как лягуха в банке, стали шевелить лапками. (Наверное, мне сверху дают какое-то очень жирное молоко, так, что сбиваются кусочки маслица.) Пандемия заставила всех пересмотреть концепции, поменять персонал, отшелушить слабое и опереться на сильное. Те, кто выжили, стали сильнее.

— Как давно работает Kroo Fabric? Продаете ли вы продукцию другим заведениям общепита?

— С 2018 года. Когда-то у нас был сладкий цех — шесть квадратных метров, там работали два кондитера. Потом десерты стали востребованы, мы поняли, что не помещаемся. Появилась мысль открыть



цех за пределами ресторана. Мы сами печем хлеб, делаем чипсы из злаковых. Их у нас хорошо берут бары, которые не имеют собственной кухни. Хлеб, круассаны, слойки отгружаем в ряд других ресторанов, например в кафе «Зингеръ». К нам пришла Евгения Лаппо, она раньше была шеф-кондитером Italy Group. Я ей как девочка девочке сказала: «Вот тебе игрушка — играй!» И Женя выдает шедевр за шедевром.

— Это была ее идея — шоколадные шары на елку к Новому году?

— Конечно. Они пользовались огромной популярностью.

— Правда ли, что в меню также появятся торты для собак?

— Правда. Мы dog friendly, я люблю собак, знаю всех, кто к нам ходит, у нас всегда есть для них печенки. У одного из моих псов в феврале день рождения. Пока был новогодний локдаун и освободилось немного времени, я предложила Жене: давай придумаем тортики для собак! На основе печенки и сырного мусса мы сделали настоящий маленький торт. Естественно, все дегустировали мои питомцы (у меня две чихуахуа, сиба-ину и большой алабай) — с руками отрывали.

— Как изменилась кухня Kroo Cafe за семь лет? Какие блюда — неизменные хиты продаж?

— Луковый и тыквенный супы — фа-

вориты с момента открытия. Есть ряд далеко не французских блюд: борщ, пельмени, котлеты, — которые я не могу убрать из меню. В этом году я пошла на гастрономический эксперимент, и постоянные гости, многие из которых мои друзья, стали писать в личку: «Верни борщ! Верни котлеты!» Я не спала ночами и думала: «Какая я дура! Приучена с восьми лет кормить людей — и корми!» У нас была большая семья, младшие сестры, мама с папой работали, готовить люблю и умею с детства. Я выросла на юге. Родилась в Евпатории, потом 20 лет жила в Ашхабаде, в Туркмении. Отец отчима резал баранов, и его звали на той — это праздник, когда готовят на 400–500 человек. Когда резали барана, съедалось все, кроме шкуры. Я так с почтением отношусь к еде, потому что понимаю, что все можно красиво приготовить и все можно подать.

— Будут ли изменения в основном меню?

— Хочу ввести больше домашней французской кухни, ищу человека, который из мяса будет делать не только котлеты и тартары, а вертеть рулеты, паштеты и так далее. Мне нужен шеф, который с детства готовил рядом с мамой. Желательно, чтобы он родился на юге, понимал вкус помидоров, свежесорванного винограда. К весне у нас будет обновленное меню. Планируем добавить блюда с индюша-



«КО ДНЮ ВСЕХ

влюбленных десерты будут крутиться, естественно, вокруг сердец.

А 23 февраля мы порадуем мужчин: придумали два очень brutальных десерта.

В прошлом году это были пирожные в виде сигар, в этом, обещаем, будет еще интереснее»

чьей печенью. Есть одно домашнее блюдо, оно безумно вкусное, его мне приготовила одна из подруг. Я вообще много подсмотрела у подруг, они все очень хорошо готовят, потихоньку буду вводить их блюда в меню. То, что дома в совершенстве готовит какая-то хозяйка, — так не сделает никакой повар. Нужно привезти подругу, она покажет поварам, мы все это оцифруем и подадим. Сколько талантливых женщин вокруг!

Беседовала Наталья Лавринович

«КОКОКО» ОТ КУТЮР

В Новой Голландии открылся fine-dining ресторан Матильды Шнуровой Cocoscouture. Локация, впечатляющий интерьер в исторических стенах и кухня Игоря Гришечкина делают этот проект по-своему выдающимся.

Альбина Самойлова |



ВИКТОРИЯ ДИМ/РЕСТОРАН СОСОКУТУР

ЭТО реинкарнация известного в Петербурге ресторана «Кококо» на Вознесенском проспекте. Весной ресторан, занимающий 104-ю строчку в рейтинге The World's 50 Best Restaurants, закрылся, причем не в связи с пандемией, а по плану — чтобы переехать в Новую Голландию и появиться уже в двух новых форматах. Первым открылся Sососо Bistro с casual-версией русской кухни Игоря Гришечкина, а событием зимы стало открытие fine-dining ресторана высокой русской кухни Cocoscouture. Оба ресторана разместились в правом крыле «Дома 12» — отреставрированного бывшего склада корабельных лесов Адмиралтейских верфей. Само помещение Cocoscouture впечатляет своими громадными арочными сводами, вызывающими ассоциации, скорее, с храмом, 11-метровыми окнами с дубовыми переплетами, оригинальной кирпичной кладкой, белоснежными фризами с росписями по мотивам Билибина и Васнецова, фантазийными люстрами, отливающими благородной бронзой, и другими декоративными элементами.



СЕРГЕЙ МЕЛЬНИКОВ/РЕСТОРАН СОСОКУТУР

Кухню ресторана, как и прежнего «Кококо», возглавляет Игорь Гришечкин. Шеф по-прежнему увлечен созданием нового облика русской высокой кухни. Игра

с визуализациями и подача блюд стала еще оригинальней — главным «спектаклем» можно назвать большой сет-ужин из 15 перемен. Гастрономическое путеше-

ствие включает в себе и малый сет в 10 перемен. В лаконичном a la carte меню за барной стойкой собраны закуски к вину и коктейлям, несколько знаковых блюд из сетов и десерты.

В подборке шеф-сомелье Ангелины Масленниковой — более 150 бутылок различных вин, а барная карта от шеф-бармена Ильи Нецветаева — это твисты на мировую коктейльную классику, авторские коктейли, приготовленные на основе диких трав и цветов, ягодные морсы, квас и травяные сборы.

Униформу для сотрудников ресторана создал модный дом Яны Расковой, сервировку столов дополняет текстиль от новгородской фабрики «Крестецкая строчка». Сервируют гастрономические сетовые предметы из фарфора ИФЗ и керамики, большое количество посуды и приборов ручной работы изготовлены по оригинальным эскизам специально для нового ресторана. Для бара было выбрано стекло серии Retro 1910 английского Urban bar, а вино наливают в швейцарские выдувные бокалы Gabriel Glass.



ОТЕЛЬ FOUR SEASONS LION PALACE

Luceo Spa: в гармонии с душой и телом

Провести день в спа-центре, да еще вдвоем — неплохая идея. Здесь можно получить особенные ощущения.

Янтарный массаж — процедура, созданная косметической компанией ila специально для Luceo Spa, который находится в отеле Four Seasons Hotel Lion Palace, в историческом Доме со львами. Массаж глубоких тканей с использованием янтарного масла совершается с интенсивной проработкой мышц и кожи тела. А янтарное обертывание начинается с теплого скраба с маком, солью и янтарем. Необычно, например, и омолаживающее воздействие на кожу зеленой икры и микроэлементов золота — эта программа создана не без участия швейцарских технологий в этой сфере. В завершение процедуры в лаунж-зоне у бассейна сервируется сет из трех видов икры, блины и бокал шампанского. Программа для спа-дня включает массаж спины и шеи, посещение аквазоны и сауны, фитнес-центра. Можно, кстати, забронировать все пространство спа только для вас двоих.

страна
мир
экономика
бизнес
финансы
недвижимость
культура
спорт
hi-tech
авто
стиль



РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ (812) 325 85 96, e-mail: reklama@spb.kommersant.ru

ФОРМАТ — А3. РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

реклама 16+

21.02—18.04.2021

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭРМИТАЖ
The State Hermitage Museum

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ
ГЛАВНЫЙ МУЗЕЙНЫЙ КОМПЛЕКС

Шедевры декоративно-прикладного
искусства Эрмитажа и ювелирное
наследие Дома Cartier

THE HERMITAGE MUSEUM
THE MAIN MUSEUM COMPLEX

Masterpieces from the Hermitage Museum
and the Cartier Collection

CARTIER: ПРОДОЛЖАЯ ИСТОРИЮ

PASSING ON HERITAGE AND SAVOIR-FAIRE

