

НАЖАТЬ НА КУЛЬТ

CARTIER THE CULT OF DESIGN

2021 год французский дом Cartier начал рекламной кампанией, в которой впервые объединил свои культовые коллекции — Santos, Tank, Trinity, Love, Juste un Clou, Panthere и Ballon Bleu. В The Cult of Design эти знаковые украшения и часы Cartier рассказывают историю верности — чистым линиям, безупречным пропорциям, продуманным деталям и идеальным формам. «Дома с богатой историей и огромным творческим наследием могут быть актуальны для современников, если живут и дышат славным прошлым, но не являются его пленниками», — говорит Сирилл Виньерон, президент и генеральный директор Cartier. И The Cult of Design — лучшее тому подтверждение.



santos

Часы Santos восходят к Santos-Dumont, мужской модели с квадратным циферблатом, которую в 1904 году Луи Картье придумал для своего друга, бразильского летчика Альберто Сантос-Дюмона, а в 1911-м часы Santos-Dumont стали доступны и для широкой публики. Но настоящая слава к модели пришла в 1978 году, когда Cartier сделали революционные наручные часы Santos из стали. В 1987-м Cartier представили модель Santos Galbee из желтого золота, чуть массивнее и с более скругленными углами. Именно в этих часах зрители увидели Майкла Дугласа в «Уолл-стрит» — модель стала символом достатка и стиля. В 2019 году появились Santos с кварцевым механизмом, а в январе 2020-го — с механизмом ручного подзавода.



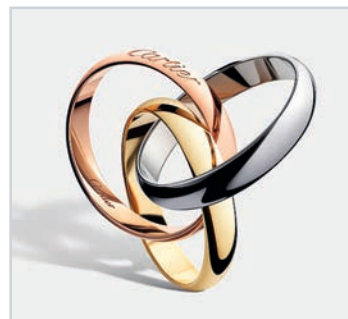
panthere

Запущенные в 1983 году часы Panthere только названием восходят к одноименным ювелирным украшениям, появившимся в бестиарии Cartier в 1933–1970 годах при первом креативном директоре дома Жанне Туссен. А в основе дизайна лежит модель Santos — квадратный корпус стал меньше, лишился заклепок и переместился на браслет, звенья которого узором напоминают кирпичную кладку. Cartier воскресили Panthere в 2017 году и теперь ежегодно пополняют коллекцию новыми моделями.



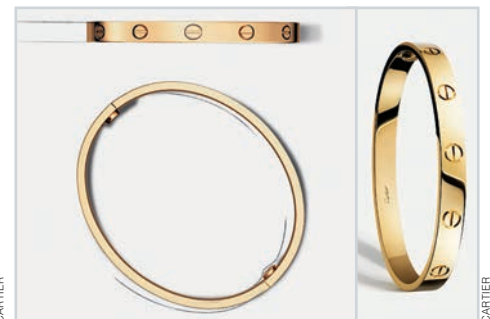
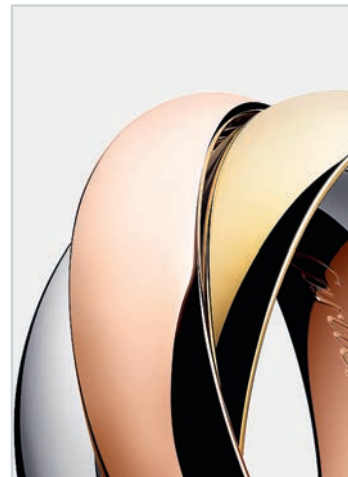
ballon bleu

Самые молодые из всех участников кампании The Cult of Design — часы Ballon Bleu. Они появились лишь в 2007 году, но сразу стали новой иконой Cartier. Форма корпуса напоминает воздушный шар или морскую гальку (если смотреть в профиль). Выпуклые же безель и стекло циферблата образуют полусферу. Благодаря своей универсальности часы стали базой для многочисленных экспериментов. За самыми простыми моделями из стали идут версии биколор из стали и золота, затем полностью золотые, с бриллиантами, механическими усложнениями, редкими художественными техниками — на лучшее нет предела. Ballon Bleu оценили среди прочих знаменитостей актер Джонни Депп и герцогиня Кембриджская.



trinity

Trinity из трех переплетающихся колец белого, желтого и розового золота Луи Картье создал в 1924 году по заказу Жана Кокто. Тот обратился к ювелиру за символом «абсолютной любви» для королевы модного Парижа Натали Палей, русской княжны, внучки Александра II. Кокто хотел преподнести такой подарок Натали на свадьбу, и три переплетенных кольца должны были символизировать три ипостаси отношений: дружбу, страсть и верность. В 1920-е годы, в эпоху ар-деко, Cartier славились своими роскошными цветными и экзотическими украшениями — в таком контексте лаконичный, без украшательства, дизайн кольца был смелым шагом. Любопытно, что название Trinity кольцо, в числе звездных поклонников которого уже были Грейс Келли и Гари Купер, Алан Делон и Роми Шнайдер, получило лишь в 1990-е годы.



love

Идею браслета Love предложил дизайнер Альдо Чипулло в 1969 году в нью-йоркских мастерских ювелирного дома. Источником вдохновения на сей раз стал средневековый пояс верности: форма браслета подразумевала плотное прилегание к запястью и возможность снять украшение лишь с помощью специальной отвертки, которая шла в комплекте, а винты, характерные элементы Cartier Love, Чипулло позаимствовал у часов Santos (те в свою очередь были навеяны болтами Эйфелевой башни — чуда техники конца XIX века). Первые несколько лет браслет можно было приобрести только в качестве подарка — и сразу же застегнуть на запястье того, кому даришь. А поскольку подразумевалось, что Cartier Love будут носить постоянно, этот браслет изменил отношение людей к ювелирным изделиям: из драгоценности украшение превратилось в предмет на каждый день. (К слову, на обложке этого номера Моника Беллуччи именно в Love.)

