



Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ-Приволжье» №76

29 АПРЕЛЯ 2021

# СТИЛЬНИЖНИЙ НОВГОРОД

Коммерсантъ

20  
Культ  
верности  
Cartier

10  
Какие тревел-  
тренды будут  
в моде

24  
Rolls-Royce  
Phantom VIII как  
средство медитации

32  
Русский пейзаж  
на фарфоре  
Bernardaud



AZIMUT  
ЕДИНЫЕ  
СТАНДАРТЫ  
ГОСТЕПРИИМСТВА



азимут  
Отель • Нижний Новгород

# AZIMUT Отель Нижний Новгород 4\*.

Отель в центре города с панорамным видом на Оку и Волгу



Соседство с Кремлём,  
Нижегородской ярмаркой  
и улицей Рождественская



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



Бесплатный  
высокоскоростной  
Wi-Fi

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

[www.azimuthotels.com](http://www.azimuthotels.com)

| 4 Новости

| 6 Печать феминизма

Натела Поцхверия  
Her Dior

| 8 «Найти мотивацию к переменам»

Натела Поцхверия  
Писатель Ясс Джалю  
о счастье без усилий

| 10 Осознанность, оздоровление и интерес к дикой природе

Дарья Черткова  
Какие тревел-тренды будут в моде

| 12 С уважением к истории

Как ОМК формирует туристический потенциал Нижегородской области

| 14 Домашний код

Никита Щуренков  
О создании точек притяжения туристов в стране

| 16 Дерзкая классика

Мария Сидельникова  
О новых коллекциях Alexander McQueen

| 17 Личная ответственность

Натела Поцхверия  
Как работают ремесленники Hermes

| 18 Трехсотлетний кутюр

Натела Поцхверия  
О юбилее Ulyana Sergeenko



Кольцо и браслет из белого золота с бриллиантовым паве BVLGARI SERPENTI VIPER (стр. 22)

Bulgari

| 20 Нажать на культ

Екатерина Зиборова  
О Cartier The Cult of Design

| 22 Важный символ

Натела Поцхверия  
О змеях Bvlgari

| 23 Зимние чудеса

Натела Поцхверия  
О белых новинках Longines

| 24 Средство медитации

Евгения Милова  
О Rolls-Royce Phantom VIII

| 26 «Я завишу от природы во всем»

Шеф-повар Эмманюэль Рено  
о своей кухне

| 27 Проверенная классика

Об итальянской кухне и образцовом сервисе Bocconcino

| 28 По-домашнему вкусно

Людмила Аристова  
О русской кухне в нижегородских кафе и ресторанах

| 30 Оделяй и властвуй

О том как Christofle празднует 190-летие

| 32 Времена года

Русский пейзаж на фарфоре Bernardaud

| 33 Кресло Gatsby

Дизайн Антонио Читтерио, Flexform

| 34 Свободные элементы

Бар, стеллаж и гардероб из модулей Cover

| 35 Пар и сверхспособности

Духовой шкаф Asko «5 в 1»

| 36 Сыворотки вправду

Натела Поцхверия  
о юбилейном наборе Anne Semonin

| 37 Шлейфы истории

Натела Поцхверия  
Об ароматах V Canto

| 38 Флакон льда

Натела Поцхверия  
О воздушном аромате Bvlgari

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ-Приволжье» «стиль. нижний новгород» | издатель региональных полос «Коммерсантъ-Приволжье» ооо «инфотех» | генеральный директор *мария курносова* | главный редактор *александра викулова* | редактор тематических приложений *татьяна салахетдинова* | верстка *александр седюк, виктория шидяева* | корректура *людмила веселова* | рекламная служба *надежда ласенко, инна панкова* тел. (831) 430 13 92, 433 01 63, 433 01 98 | Адрес редакции «Коммерсантъ-Приволжье»: 603005, Нижний Новгород, ул. Алексеевская, 29/25

генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор *владимир желонкин* | руководитель службы «Издательский синдикат» *владимир лавицкий* | автор макета *анатолий гусев* | редактор *натела поцхверия* | текст-редактор *елена гах* | главный художник *михаил решетько* | бильд-редактор *мария лобанова, виктория михайленко* | выпускающий редактор *наталья ковтун* | корректура *марина данилина* | верстка *константин шеховцев, елена богопольская, татьяна еремеева, марина заботкина, игорь киришин, ирина романовская* | рекламная служба *надежда ермоленко* тел. (495) 797 6996, (495) 926 5262 | Адрес редакции и издателя: 123112, Москва, Пресненская наб., д. 10, блок С. Тел. (495) 797 6970, (495) 926 3301. Учредитель АО «Коммерсантъ». | Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации: ПИ № ФС77-76923 от 11.10.2019 г. | Типография ООО ДДД 603107, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178, (831) 220 59 17

Обложка: Моника Беллуччи в золотых браслетах Love, Cartier | Фото: Thiemo Sander © Cartier |



С летней веранды галереи вкуса «Парк Культуры» можно насладиться лучшим видом на Волгу, Александровский сад и нижегородские закаты. Комфортный отдых на мягких диванах и креслах здесь возможен в любую погоду: крыша-трансформер позволит понежиться на солнце и защитит от ненастья. Атмосферу дополняют музыкальные вечера, которые будут проводиться на свежем воздухе (афиша доступна на сайте или в социальных сетях проекта). Среди гастрономических новинок — легкое блюдо с яркой подачей «Черри» из сливочного мусса на карпаччо из трио томатов. На обед рекомендуют салат с осьминогом и освежающий томатный гаспачо с сыром страчателла, а на ужин — баклажан на гриле с подвяленными томатами или филе тунца с зелеными овощами.

Principe di Bologna, итальянский обувной бренд, отмечает 60-летие. По этому случаю выпущена линейка обуви с логотипом на стельке в виде красной цифры 60. В женской коллекции классические лодочки, моли на устойчивом каблуке, сандалии белого и черного цветов, босоножки на шпильке и на низком каблуке, выполненные из лаковой кожи. В мужской — лоферы с вставками из джинсы, классические кожаные плетеные туфли и замшевые лоферы цвета camel. В России обувь и аксессуары Principe di Bologna представлены во флагманском бутике в московском ГУМе, а также в сети мультибрендовых бутиков и в интернет-магазине No One.



Principe di Bologna

В продаже появился набор базовых кистей Krygina Makeup Brushes, предназначенный не только для профессиональных визажистов, но и для домашнего использования. Кисти от Крыгиной изготовлены из синтетического ворса, их форма и дизайн разработаны лично Еленой Крыгиной. Кисти подходят для всех видов макияжа и самых разных эффектов: тонкие — для арта, графичных линий, стрелок, и создания контура; широкие — для широких линий и контуринга; кисти-блендеры — базовый инструмент для растушевки. Набор можно приобрести в Krygina Studio и на сайте бренда.



Krygina Makeup

В весенне-летней коллекции Doucal's много плетеной обуви. Модели выполнены вручную из натуральной кожи и украшены кисточками и бахромой, каблуки имеют ретро-форму, подошвы сделаны из состаренной или плетеной кожи. Кроме базовых лоферов и слиперов в коллекции есть сандалии на резиновой подошве и другая обувь.



Этой весной ювелирный дом CHAMOVSKIKH представил эффектную премьеру коллекцию «АСЕАН» — роскошный браслет «Куала-Лумпур» с танзанитом Top Color и бриллиантами весом более 20 карат. Бриллиантовое кружево и геометричные линии ар-деко изящно соединились в украшении, на создание которого ювелиров вдохновили башни «Петронас». Также бренд представил и другие новинки «АСЕАН»: украшения с турмалинами, рубинами и бриллиантами. Неповторимый дизайн и уникальные трансформации этой коллекции были многократно отмечены престижными премиями российских и международных ювелирных конкурсов.



Салонам для детей и будущих мам «Кенгуру» в этом году исполняется 25 лет. За это время сеть зарекомендовала себя как настоящий эксперт детской моды. В этом сезоне среди особенно ярких трендов «Кенгуру» отмечает новое звучание спортивного стиля. Джогтеры и толстовка от Gucci или Fendi сегодня — желанные элементы любого модного образа. Еще один тренд — сочетания легко комбинируемого денима с неоновыми оттенками: лимон, лайм, фуксия — новые коллекции Diesel и Dsquared2 наполнены позитивом. Dolce & Gabbana и MSGM продолжают «логоманию», отдавая предпочтение черно-белым комбинациям. Ну а самые осведомленные модники, помимо тренча, бомбера и косухи, в этом сезоне обзаводятся ветровкой от Moncler, Emporio Armani или DKNY.





FASHION GALLERY

ВЕЧНА – ЛЕТО 2021

АПРЕЛЬ

НОВЫЙ  
РЕСТОРАН

МАЙ

НОВОЕ  
BEAUTY-ПРОСТРАНСТВО

МАЙ

НОВЫЙ  
БАР-ВИНОТЕКА

ИЮЛЬ

НОВОЕ ТАНЦЕВАЛЬНОЕ  
ПРОСТРАНСТВО

АВГУСТ

НОВЫЙ  
МУЛЬТИБРЕНДОВЫЙ  
МАГАЗИН

ОБ-  
НОВ-  
ЛЯ-  
ЕМ-  
СЯ!



# ПЕЧАТЬ ФЕМИНИЗМА

## Her Dior

Натела Поцхверия |



© TALIA CHETRI

1 ОВЛОЖКА КНИГИ HER DIOR, ИЗДАТЕЛЬСТВО RIZZOLI, 2021 ГОД. ФОТОГРАФИЯ БРИДЖИТ НИДЕРМАЙЕР



2 МОДЕЛЬ НАТАША ВОЙНОВИЧ, ФОТОГРАФ ТАЛИЯ ЧЕТРИТ  
3 МОДЕЛЬ АНСЛИ ГУЛЬЕЛЬМИ, ФОТОГРАФ ВАНИНА СОРРЕНТИ  
4 МЕКСИКАНСКАЯ НАЕЗДНИЦА «ЭСКАРАМУЗА» КАРРА РАЙЕНАРИ, ФОТОГРАФ МАЙА ГОДЭ



© VANINA SCORRENTI



4

## МАРИЯ ГРАЦИЯ

Кьюри — первая представительница прекрасного пола на посту креативного директора дома Dior, и в своих коллекциях она много говорит о силе женщин, важности феминистических взглядов и борьбы за равные права. Иногда дизайнер использует явные инструменты, вроде надписи на майках We Should All Be Feminists, как она сделала в своей первой коллекции, но чаще предпочитает выбирать дискретные способы, чтобы доказать: на женщинах стоит мир. Очень

важный вопрос, которым Мария Грация задается на протяжении всей своей карьеры: почему так мало великих женщин-художниц? Ранее эту тему уже поднимала исследовательница истории искусств Рита Фэлкс, а до нее о судьбе женщин-литераторов, как известно, беспокоилась Вирджиния Вулф. Потому одно из первых правил, которое синьора Кьюри завела в доме Dior в 2016 году, — больше работать с женщинами-фотографами. За неполные пять лет, что Мария Грация руководит креативным департа-



© MARK GODDARD

## ОДНО ИЗ ПЕРВЫХ ПРАВИЛ,

которое синьора Кьюри завела в доме Dior в 2016 году,— больше работать с женщинами-фотографами. За неполные пять лет, что Мария Грация руководит креативным департаментом, творческих экзерсисов набралось на книгу, которой дали звучное название: «Её Dior: новый голос Марии Грации Кьюри» (Her Dior: Maria Grazia Chiuri's New Voice)



© FABIOLA ZAMORA



© SARAH MOON

5 МОДЕЛЬ САРА ЭСПАРСА, ФОТОГРАФ ФАБИОЛА ЗАМОРА  
6 МОДЕЛЬ ГРЕТА ВАРЛЕЗЕ, ФОТОГРАФ САРА МУН

ментом, творческих экзерсисов набралось на книгу, которой дали звучное название: «Её Dior: новый голос Марии Грации Кьюри» (Her Dior: Maria Grazia Chiuri's New Voice). На 240 страницах опубликованы снимки 33 женщин-фотографов, которые успели по-сотрудничать с домом Dior за время правления Кьюри. Для обложки выбрали фотографию Бриджит Нидермайер с той самой футболкой, призывающей всех нас быть феминистками (или феминистами?). Внутри — абстрактные

сюжеты, портреты, натюрморты и прочие снимки Бриджит Лакомб, Сары Мун, Беттины Реймс, Лин Луи и других известных фотохудожниц. Многие кадры были впервые напечатаны в корпоративном издании Dior, но есть и снимки из фотосессий для разных мировых изданий, например для Vogue Germany, Tank, i-D и других. Каждое изображение — своего рода манифест и воспевание женских талантов. Кроме того, авторы собрали высказывания художниц о доме, о женской силе, о талантах женщин.

Во вступительном слове Мария Грация признается, что ее мечта и чаяние — чтобы женщины смотрели друг на друга не через призму чужих представлений о себе и стереотипов о женской красоте. Потому так важно для дизайнера было снимать рекламные кампании и делать фотопроекты именно с женщинами: через видеоискатель они иначе видят женское тело. Ранее на официальном сайте Dior в разделе Podcasts появилось несколько любопытных записей с известными активистками

феминистического движения. Например, с художницей Джуди Чикаго, которая создала специальный павильон «Божественная женщина», где прошел показ кутюрной коллекции сезона весна-лето 2020 в саду Музея Родена. Записи доступны и сейчас. Так что книга — продолжение важного диалога Марии Грации Кьюри как креативного директора дома Dior с клиентами дома. Антология женщин в искусстве Dior в бутылках марки появилась 8 марта, что, согласитесь, тоже символично.

# «НАЙТИ МОТИВАЦИЮ К ПЕРЕМЕНАМ»

Писатель Ясс Джалю о счастье без усилий



**КАК СТАТЬ** успешным, как воспитывать детей, как найти любовь, как сохранить страсть в отношениях — с такими вопросами люди обращаются к Ясс Джалю, автору техники «Счастье без усилий» и адепту философии Бон. Но писательница всегда подчеркивает: бороться за бизнес, любовь или счастье, если внутри пустота, невозможно. Важно сначала услышать себя. Для этого придется сделать 27 простых шагов. О них Ясс и рассказывает в книге «Хватит врать, или Путеводитель по дурной голове». Редакция «Коммерсантъ. Стиль» спросила у автора, так ли на самом деле прост путь к себе?

## Кому будет полезна ваша книга?

Всем, кто хочет структурировать и изменить свою жизнь и задумывается о том, как это сделать. Наша голова работает как компьютер. Мы туда загружаем информацию, устанавливаем программное обеспечение и видим мир через этот фильтр. Книга дает новое программное обеспечение. Я не навязываю ничего, потому что только сам человек знает, что ему надо и чего не надо. Я помогаю наметить направление. Технология «счастья без усилий» заключается в том, чтобы найти в человеке естественную мотивацию к переменам.

## С чего начнутся перемены?

На первом этапе трансформации мы учимся отслеживать свои мысли. Но знакомство с собой — это не только мысли, но и желания и стыд как следствие осознания желаний. На втором этапе человек погружается



КНИГА ЯСС ДЖАЛЮ «ХВАТИТ ВРАТЬ, или ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ДУРНОЙ ГОЛОВЕ» ДОСТУПНА ДЛЯ ЗАКАЗА НА САЙТЕ OZON.RU

в сознание и встречается там с самим собой, в том числе с неприятными сторонами, которые отталкивают и вызывают глубинный стыд. В потоке ума есть так называемые коренные яды, и я их описываю тоже. Например, гнев. Нельзя стыдиться ядов, с ними нужно знакомиться, извлекать их. Я рассказываю, как это сделать бережно.

## Вы сказали, что структурировать свой путь к счастью могут те, кто уже осознал необходимость перемен. Но как быть тем, кто находится в депрессии, которой не осознает?

Я сама начала свой путь из депрессии примерно десять лет назад. Мне было 25, дети, работа. Со стороны все чудесно. И жизнь свою я очень любила, но у меня не было физических сил ее проживать. Только лежать в темноте. Тревога, панические атаки рождаются из неосознанных переживаний, которые истощают нас. У всех есть застарелые раны и шаблоны. И человек оказывается их заложником, не видит выхода из ситуации. Но он не может не осознавать, что ему плохо. Книга станет первым серьезным шагом к переменам, потому что помогает снять верхний слой шаблонов и заблуждений по поводу себя и мира вокруг.

## Часто в поисках себя люди прибегают к сильным техникам вроде церемонии аяуаски. Это действенный метод?

Любая сильная практика разом срывает все слои и оставляет человека наедине с подсознанием. Люди думают, что найдут там что-то невероятное. Но в подсознании,

кроме наших желаний, ядов и страхов, ничего нет. Начинать путь к себе экстремальным способом сродни тому, как без опыта вождения сесть за руль гоночного автомобиля.

## Как тогда выбрать свой способ и найти своего учителя?

Не надо выбирать учителя и поклоняться ему. Учение Бон не дает знания как директиву, оно изучает мир и помогает менять восприятие. Все в мире таково, каким ты это видишь. Любое учение должно лечь на благодатную почву. То, что ты делаешь, должно работать.

## Вы много говорите об учении Бон, буддизме, о медитациях. Как духовные практики связаны с религией?

Традиция Бон, которая лежит в основе моей методики, появилась еще до буддизма. Я не буду вдаваться в историю, но вот что необходимо подчеркнуть. Во-первых, любое сектантство и жесткое следование — это крайности, которых я рекомендую избегать. Во-вторых, любая активность сознания — это хорошо. Молитва или медитация, не важно. Но ничего нельзя делать просто так. Вы же не делаете покупки бездумно. Вы выбираете. Вот и в практиках, то есть в активности сознания, нельзя делать абы что. Я начала практиковать и стала более здравомыслящей. По сути, главная практика — медитация, а она всего лишь метод концентрации. Да, он пришел к нам из буддизма. Но это не значит, что нужно отречься от своей веры и мчаться в Тибет. Это просто метод, который помогает сконцентрироваться.

## Почему трудно концентрироваться и медитировать? Может быть, это связано с тем, что люди стимулируют мозг гаджетами?

И да, и нет. Когда я вышла из депрессии, то закрыла свой бизнес, развелась, удалилась из соцсетей. Оставила самое необходимое для себя и детей. Много гуляла, читала, погружалась в себя. И процесс восстановления пошел.

У медитации есть три этапа. Первый — медитативная сессия — когда вы садитесь на коврик и медитируете в тишине. Второй — медитация на простые действия. Например, по дороге на работу. Третья, самая сложная, — медитация на пространство: в клубе вы, дома вы, в гаджет ли вы смотрите, вы должны погрузиться в поток и пребывать в нем. Снова приведу в пример вождение. Сначала за рулем отвлекает даже музыка. А потом вы уже можете и подпевать, и болтать. Так и в медитации. Я читала статью об исследовании в Стэнфордском университете. По просьбе ученых люди регулярно медитировали. Выяснилось, что медитация усиливает работу отделов мозга, ответственных за уровень серотонина, эндорфина. Повышается концентрация, снижается уровень стресса. Когда мозг в покое, за ним подтягиваются и остальные органы. Улучшается цвет лица. Человек больше улыбается, мышцы лица подтягиваются, уголки рта не опускаются. Вот вам и естественная красота. То самое счастье без усилий. Об этом и книга.

БЕСЕДОВАЛА НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



СЕТЬ МЕБЕЛЬНЫХ САЛОНОВ В РОССИИ

# ЮНИОН

Н. НОВГОРОД, Б. МИРА, Д. 17А  
8 (831) 277-51-95

UNION-MEBEL.RU @UNION.MEBEL

visionnaire

БРЕНДЫ В ЮНИОН

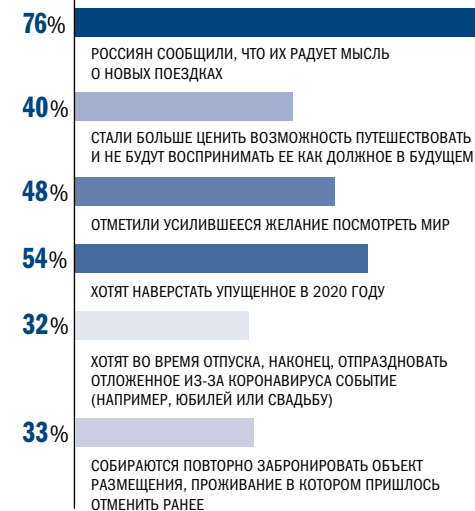
# ОСОЗНАННОСТЬ, ОЗДОРОВЛЕНИЕ И ИНТЕРЕС К ДИКОЙ ПРИРОДЕ

Какие тревел-тренды будут в моде

Дарья Черткова



## путешествия все равно с нами



Источник: Booking.com\*



Олеся Бесмертнова, создательница проекта @noplasticitsfantastic, соосновательница онлайн-школы Zero Waste & Sustainability School:

## ПОСЛЕДОВАВШИЕ

за распространением коронавируса закрытие границ и падение доходов несильно отбили у россиян желание путешествовать, а для внутреннего туризма и вовсе стали настоящим драйвером роста. «Стиль Россия» выделил семь тревел-трендов, которые уже в ближайшее время могут стать законодателями моды в туристическом секторе, а также поинтересовался у звезд, блогеров и участников рынка, какие изменения они сами ожидают от индустрии путешествий.

### Экологичность

Из-за спада туристической активности природа взяла курс на самовосстановление: от очищения воздуха до увеличения популяций диких животных. Эффект заставил людей задуматься о том, как сократить негативное влияние индустрии на экологию. Путешественники стали активнее следовать принципам zero waste, поддерживать местных производителей, а также внимательнее относиться к экополитике участников тревел-рынка, выбору перевозчиков и гостиниц.

— В индустрии гостеприимства не хватает пересмотра отношения к региону, в котором происходит наплыв туристов в сезон. К примеру, Сочи. В 2020 году в этом регионе побывало огромное количество туристов, а там даже не организован раздельный сбор отходов. Куда попадает весь мусор после отдыха? Регион очень сильно страдает от такого наплыва, и важно, чтобы отели, рестораны, курорты внедряли устойчивые практики, сокращали количество одноразовых предметов. И, конечно же, это личная ответственность каждого отдельного человека — приехать на отдых и оставить после себя место чище, чем до приезда. Надеюсь, будет активно развиваться туризм с целью очистки территории от мусора, восстановления леса или социальной работы с местными жителями.

### Акцент на оздоровление и велнес

Забота о здоровье и укреплении иммунитета на фоне сложной эпидемиологической ситуации станет еще актуальнее. Целью путеше-

ствий все чаще будет не просто смена обстановки и отдых, но также физическое и ментальное оздоровление. Новая волна интереса ждет йога-туры, фитнес-кемпы. Кроме того, популярность будет набирать воркейшн — формат выездного корпоративного отдыха, совмещенного с работой, например утром — планерки и совещания, после обеда — медитации у моря.



Сергей Сухов, тревел-блогер:

— Пока что велнес-формат воспринимается как дополнительная опция к обычной поездке. Уверен, что в 2020 году мир изменился. Сейчас велнес-туризм должен пережить пик своего развития во всем мире, сыграв на общей стрессовой и болезненной повестке. Думаю, в ближайшие годы россияне будут ждать от поездок большего. Начнут искать не просто впечатлений и приключений, а принципиально новый опыт, который по итогу трипа предложит им психологическое и физическое здоровье. Новый опыт, который поможет по-другому взглянуть на свое тело и эмоциональное состояние, в новых декорациях страны или города.

## Поиски уединения и внимание к дикой природе

Привычка соблюдать безопасное расстояние, избегать публичных мест будет вести в точки, удаленные от многолюдных туристических центров. В приоритете — уединение, свежий воздух и нетронутая природа: глэмпинги в долинах, экоотели в таежных лесах, маленькие виллы в тихих прибрежных зонах. К слову, близость к дикой природе позволит обратить внимание и на ее болевые точки — к примеру, отдых вблизи заповедника может подтолкнуть к участию в жизни природоохранных предприятий.



Митя Фомин, звездный амбассадор WWF России и герой фильма «Человек Земли. Алтай»:

— Естественно, новые тренды сопряжены с тем, что мы соприкасаемся с живой природой, которая рядом с нами в заповедниках. Люди начинают не только развлекаться, спать, пить, есть, но и проявлять свою гражданскую позицию, помогать, образовывать, волонтерить. Да, пандемия заставила наших соотечественников обратить еще больше внимания на свою страну, и это неплохо. Все

отправились на Алтай, Кавказ, Камчатку и Север. Сейчас активно продвигаются выплаты кэшбэка за участие в программах внутреннего туризма, что тоже способствует росту популярности маршрутов. Почему бы по такому же принципу не направлять часть денег на нужды заповедников, в которых расположены курортные зоны? На работу природоохранных предприятий, новые исследования, образовательные программы — все это поддерживает дикую природу. Я думаю, многие соотечественники с удовольствием приобретут такие путевки, зная, что часть средств будет направлена на поддержку природоохранных предприятий.



Елена Летучая, звездный амбассадор WWF России и герой фильма «Человек Земли. Алтай»:

— Мне искренне радостно от того, что появляется тренд, некая мода на то, чтобы делать хорошие, правильные дела, особенно если мы говорим об экологии и сохранении животных. Ведь в заботе об экологии мы сохраняем еще и себя — человечество как вид. Все обитатели экосистемы зависят от благополучия друг друга, нет никого «вне». Я думаю, что такими поездками, инициативами WWF России, фильмами мы задаем тренды, которые поддерживают молодые ребята.

Осознанность

В новом году путешествия станут более продуманными и подготовленными. Выбор места отдыха чаще будет основываться не на популярности и престиже, а на личных потребностях и интересах, в поездках будет больше внимания к местной культуре, еде, менталитету, собственным впечатлениям.



Анна Звезжинская, тревел-блогер, создательница курса осознанности SoulMate:

— Мне кажется, путешествия становятся более осознанными хотя бы потому, что в этом году у людей нет такого большого выбора, как раньше. Осознанность включилась автоматически: мы начали считать деньги, поняли, что нам не так много нужно. Небольшие города, спокойствие — и не важно, где это находится, далеко или в 300 км от Москвы. Тренд на осознанность глобальный, мировой — столько людей сейчас интересуется медитацией, саморазвитием, личными практиками. Мы выбираем время, которого у всех нас мало, посвящаем его

какой-то поездке, чтобы отдохнуть здорово, качественно и красиво в окружении естественности и натуральности.

рост осознанности



Авторские туры

Путешествия по авторскому сценарию станут более востребованными. И дело, пожалуй, даже не в искушенности: длительный период самоизоляции дал людям время понять, как выглядит их собственное идеальное путешествие мечты. Поэтому будет больше уникальных маршрутов с идеями, в первую очередь — по России.



Дмитрий Дудинский, соучредитель агентства премиальных путешествий Satellite Travel & Concierge и основатель коммуникационного агентства D2 Marketing Solutions, организующего события и incentive туры в России и за рубежом:

— Популярность авторских туров мы отмечаем уже не первый год. Такие поездки позволяют не заниматься самостоятельным планированием программы и наполняются особым смыслом. Лично и через Instagram мы все знакомы с экспертами в области фитнеса, моды, гастрономии, истории искусств и религий, дизайна и архитектуры и даже эзотерики. Многие из них стали весьма успешными организаторами авторских туров, вокруг некоторых сформировались даже клубы единомышленников, старающихся не пропустить ни одной поездки. Замечу, что далеко не все такие путешествия расчитаны лишь на очень обеспеченных участников. Я сталкивался с относительно аскетичными, но интересными краеведческими турами по доступным ценам.

В виду ограниченного количества открытых для путешествий направлений большой популярностью стали пользоваться туры по России — интерес к ним мы наблюдаем со стороны даже очень обеспеченных клиентов.

Санитарная безопасность

В новых реалиях путешественники будут чаще обращать внимание на соблюдение мер безопасности. Отели и перевозчикам предстоит соответствовать не только базовым требованиям и предписаниям закона, но также ожиданиям туристов. Строгие стандарты уборки, дезинфекции, предоставление масок и санитайзеров, бесконтактный сервис, самостоятельный чек-ин — набор, который повысит шансы завоевать доверие путешественника.

безопасность



Лада Самодумская, директор отеля «Балчуг Кемпински Москва»:

— Мир желает как можно скорее вернуть привычный порядок вещей и скучает по здоровой доле предсказуемости и отсутствию тревоги за свое ближайшее будущее, при этом ключевым становится вопрос безопасности. Новые стандарты затрагивают все этапы проживания, и особое внимание уделяется таким сферам, как прибытие гостей, уборка номеров, организация общественного питания, посещение оздоровительного клуба. Сегодня гости пятизвездного отеля по умолчанию ожидают, что во время их визита будут соблюдены все надлежащие меры безопасности, и уже с первых шагов по лобби могут увидеть, что правила исполняются каждым сотрудником гостиницы.

Кроме того, появились и новые тренды в видах сервиса — так, мы предлагаем возможность заказать меню фитнес-оборудования в номер для индивидуальных занятий спортом, организовать личный рабочий кабинет с видом на Кремль в одном из номеров отеля или провести деловое мероприятие в гибридном формате.

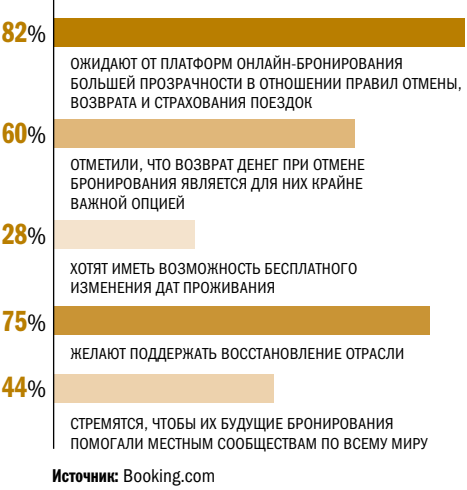
Гибкость

Вереница отмен и переносов бронирований стала печальным символом туризма в уходящем году. Авиабилеты, гостиницы, аренда авто и даже целые туры либо были упущены, либо зависли на неопределенный срок. Теперь, когда ситуация может меняться за считанные дни, особенно актуальны будут гибкие тарифы, возможности бесплатного изменения дат или отмены бронирований, а также более прозрачные условия возврата оплаты.

Пресс-служба туроператора ANEX Tour:

— Одно из главных изменений — условие страхования путешествий, а именно добавление пункта о COVID-19 в страховой случай как во время поездки, так и до начала тура при приобретении страховки от невыезда. Сегодня, пережив внезапное закрытие границ и аннулирование тура, туристы с осторожностью планируют свои отпуска и путешествия. Большая часть несостоявшихся заявок в данный момент перебронирована на доступные направления или уже реализована. Многие гостиницы продлили сезонность работы ввиду повышенного спроса как за границей, так и в России — примером выступают многие гостиницы Краснодарского края, которые до сих пор принимают туристов в обычном режиме, несмотря на успешные показатели летнего сезона. Однако одним из главных критериев торможения спроса все же следует назвать неуверенность путешественников в открытии границ на зимний и весенний периоды будущего года, так как ситуация с пандемией в мире не дает четких сроков ее окончания. В 2021 году мы ожидаем улучшения ситуации с пандемией и постепенного возврата к привычному нам миру, однако уже с большей значимостью каждого путешествия.

цена и ценность



**\*Всего в опросе Booking.com приняли участие 20 тыс. респондентов из 28 стран по всему миру. Статистика, приведенная в этой публикации, учитывает участников исследования в России.**

## С УВАЖЕНИЕМ К ИСТОРИИ

Как ОМК формирует туристический потенциал Нижегородской области



Фото предоставлено пресс-службой Нижегородской ярмарки

## СЕГОДНЯ

выксунские металлурги как новое поколение промышленников, уважая и сохраняя историю, решили помочь в преобразовании ярмарочного пространства.

В ЭТОМ ГОДУ НА СРЕДСТВА ОМК БУДЕТ РЕКОНСТРУИРОВАНА ТЕРРИТОРИЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ЯРМАРКИ

**ВНУТРЕННИЙ** туризм, интерес к локальным брендам и своей истории — главные тренды в развитии туристической отрасли страны последнего времени. Объединенная металлургическая компания задает эти тренды на протяжении многих лет: по инициативе и при непосредственной поддержке ОМК в Выксе реконструируются объекты исторического наследия и появляются новые точки притяжения туристов, вдохновленные современным искусством. А в этом году на средства ОМК будет реконструирована территория Нижегородской ярмарки — один из крупнейших проектов развития городской среды Нижнего Новгорода, приуроченный к его 800-летию. Это проект поможет укрепить культурную связь между областным и промышленным центром региона.

### Новая ярмарка

Нижегородская ярмарка сыграла большую роль в развитии промышленности и торговли в России. Основатели выксунских заводов братья Баташевы когда-то реализовывали металл на Нижегородской ярмарке. Сегодня выксунские металлурги как новое поколение промышленников, уважая и сохраняя историю, решили помочь в преобразовании ярмарочного пространства. Инвестиции ОМК в проект составят 300 млн руб.

Обновление ярмарочной площади — один из самых крупных проектов развития городской среды Нижнего Новгорода в рамках подготовки к его 800-летию. Проект подразумевает реконструкцию территории у главного дома Нижегородской ярмарки и пространства перед новым строящимся выставочным павильоном. В основе концепции — создание комплексного благоустроенного пространства за счет объединения территорий площадью более 65 тыс. кв. м в единую безбарьерную среду и включение их в активную жизнь города.

На площади установят различные объекты благоустройства, которые будут отсылать к историческим фрагментам разных времен, обустроят зону отдыха с печью, построят функциональную детскую площадку из труб, чтобы продемонстрировать отсылку к металлургической промышленности Нижегородской области. Также здесь появятся горки, амфитеатр, детские площадки, большие качели, игровая зона. Территорию будут открывать частями по мере готовности. Концепцию благоустройства ярмарочной площади разработало архитектурное бюро Megabudka под кураторством Института развития городской среды Нижегородской области.

### Наследие Шухова

По инициативе ОМК в проекте благоустройства территории Нижегородской ярмарки найдет отражение и творчество

великого русского инженера Владимира Шухова, имя которого связано как с историей ярмарки, так и с историей Выксы и Выксунского завода.

ОМК многие годы поддерживает культурные, просветительские и образовательные проекты, связанные с творчеством Шухова. В прошлом году вместе с Государственным музеем архитектуры имени А. В. Щусева в Москве компания провела уникальную международную выставку, посвященную архитектурному гению великого инженера. Экспозиция объединила на одной площадке работы из собраний музеев всего мира. Это был крупнейший показ творчества выдающегося русского инженера за последние четверть века. В июле 2021 года при поддержке ОМК и фонда «ОМК-Участие» в Волго-Вятском филиале ГМИИ им. А. С. Пушкина (Арсенал) откроется выставка «Шухов. Формула архитектуры». Она также приурочена к 800-летию юбилею Нижнего Новгорода.

В основе выставочной концепции, разработанной сотрудниками Музея архитектуры имени А. В. Щусева, лежит творчество выдающегося инженера, связанное, в том числе, с нижегородской землей. Именно в Нижнем Новгороде на ярмарке в конце XIX века были впервые продемонстрированы новаторские конструкции Шухова: гиперболическая водонапорная башня и сетчатые своды. В настоящее время из 13 шуховских башен, сохранившихся

в России, четыре находятся в Нижегородской области. Одна из них — 40-метровая водонапорная башня на территории Выксунского завода ОМК. Также в Выксе сохранилась одна из наиболее технически сложных и передовых металлоконструкций — первый в мире стальной сетчатый свод двойной кривизны, построенный по проекту Владимира Шухова над листопрокатным цехом завода в Выксе.

Экспозиция в Арсенале объединит на одной площадке работы из собраний музеев всего мира и является беспрецедентным показом творчества Шухова. Будут представлены оригинальные чертежи стальных конструкций, их макеты, фотографии, рукописи и личные вещи Владимира Шухова, мультимедийные экспонаты. Также в рамках выставки будет работать инклюзивная программа, сформированная сотрудниками Арсенала, Музея архитектуры имени А. В. Щусева и благотворительного фонда «ОМК-Участие».

### «БАТАШЕВ-ПАРК» («ШУХОВ-ЦЕНТР»): ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Выкса — город с более чем 260-летней историей, один из старейших металлургических центров России. Это один из немногих моногородов страны, в которых переформатирование социальной среды происходит на системном уровне в тесном партнерстве власти, бизнеса и общества. Здесь в гармонии существуют башня ин-

женера Шухова, усадьба Баташевых-Шепелевых и уличная галерея современного искусства «Арт-Овраг». Здесь же можно увидеть, как плавают сталь — не обязательно для этого ехать на Урал. Одна из последних инициатив ОМК по развитию общественных пространств моногорода — создание уникального культурно-туристического кластера «Баташев» («Шухов-центр»).

Строительство парка стартовало в 2020 году. Он расположится в исторической части Выксы, рядом с плотиной Верхне-

Экскурсии на Выксунский завод ОМК позволяют туристам по-новому взглянуть на современную российскую промышленность и испытать чувство гордости за страну. На выбор путешественников три маршрута.

На маршруте «Рождение труб большого диаметра» можно увидеть работу прокатного стана-5000 — наиболее современного из аналогичных агрегатов в России. Ежедневно здесь происходит невероятное: раскаленные стальные плиты (слябы)



Фото предоставлено пресс-службой ОМК



Фото предоставлено пресс-службой ОМК

САД МАРТЕНА. УЛИЧНАЯ  
МУЗЕЙНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ ОБЪЕКТОВ  
МАРТЕНОВСКОГО ЦЕХА ВМЗ



Фото предоставлено пресс-службой ОМК

СОБЫТИЙНАЯ ЗОНА  
ПОД СВОДОМ ШУХОВА

го пруда, усадебным комплексом Баташевых-Шепелевых и парком XVIII века. На территории культурно-туристического кластера будет создан современный музейный комплекс, рассказывающий о развитии и истории металлургии в России и мире, детский образовательный центр, гостиница, кафе, общественные ремесленные мастерские для детей и взрослых, а также после реконструкции сюда будут перенесены два объекта культурного наследия федерального значения — инженерные сооружения по проекту В. Г. Шухова — водонапорная башня и своды листопрокатного цеха.

#### ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

Близость нового культурно-туристического кластера к двум городам федерального значения — Москвы и Санкт-Петербурга, а также Нижнего Новгорода и нового туристического кластера «Арзамас-Дивеево-Саров» позволят обеспечить устойчивый туристический поток и сформировать комплексное туристическое предложение как для внутреннего, так и для въездного туризма на территории Нижегородской области.

Помимо нового парка у гостей Выксы будет возможность посетить действующее инновационное производство Выксунского завода ОМК в рамках программы промышленного туризма. Он помогает раскрыть богатейший историко-культурный потенциал разных уголков России, показать, какие сегодня есть высокотехнологичные производства и как высок на них уровень организации труда. При этом промышленный туризм — это почти всегда история про социально ответственный бизнес, про открытость, которой так значимы американские и европейские предприятия и которой российские заводы сейчас только учатся.

под прокатной клетью превращаются в лист шириной пять метров. В трубоэлектросварочном цехе №4 показывают, как из этого стального листа делают трубы большого диаметра — 1420 мм для магистральных нефте- и газопроводов. Экскурсантам показывают все самое большое и современное, чем сегодня располагает трубная металлургия.

Маршрут «Удивительные превращения стали» ведет в литейно-прокатный комплекс. Туристам показывают полный металлургический цикл: на ЛПК в единый и очень зрелищный технологический процесс объединили выплавку и разливку стали с последующим производством горячекатаного рулонного проката. Далее гостей везут в трубоэлектросварочный цех №3, где рулонный прокат превращается в трубы различного назначения, в том числе, например, в профильные трубы для строительства. Маршрут показывает металлургию как отрасль, где много и от науки, и от искусства.

Участники маршрута «Мир горячих колес» отправляются в колесопрокатный цех ВМЗ — крупнейшее в Европе производство цельнокатаных колес для железнодорожных составов и поездов метрополитена.

Выксунский завод ОМК — единственное из промышленных предприятий, которое предлагает адаптированные маршруты на действующее производство для людей с инвалидностью: на колясках, незрячих и слабослышащих, глухих и слабослышащих экскурсии проводятся с комментированием на русском жестовом языке. Маршруты разработаны в рамках инклюзивной программы благотворительного фонда «ОМК-Участие» и Музея истории ВМЗ «Выкса. Доступ есть».

Эти разработки ВМЗ не раз отмечены профессиональным туристическим сообществом. Предприятие является двукрат-

## ЕЩЕ ОДНА

точка притяжения для туристов в Выксе — индустриальный стрит-арт парк, открывшийся два года назад во время фестиваля «Арт-Овраг».

ным призером премии «Маршрут года» в номинации «Лучший маршрут на действующее производство» и призером международного конкурса «PROБренд» в номинации «Видеобрендинг территории».

#### АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

Еще одна точка притяжения для туристов в Выксе — индустриальный стрит-арт парк, открывшийся два года назад во время фестиваля «Арт-Овраг». Это уникальный культурный проект, расположенный на территории действующего металлургического предприятия — Выксунского завода ОМК. Проект рассчитан на 10 лет: ежегодно стрит-арт художники, интересующиеся индустриальной тематикой, наносят на одну из стен завода мурал (живопись на архитектурных сооружениях). Из появляющихся точек и складывается индустриальный стрит-арт парк. Этот проект внутри завода и для заводчан создается в тесном сотрудничестве с ними. Он наполняет пространство предприятия новыми смыслами, помогает сотрудникам взглянуть иначе на повседневность, почувствовать масштаб и значимость их каждодневного труда. Для художников же это уникальный опыт работы в индустриальном контексте.

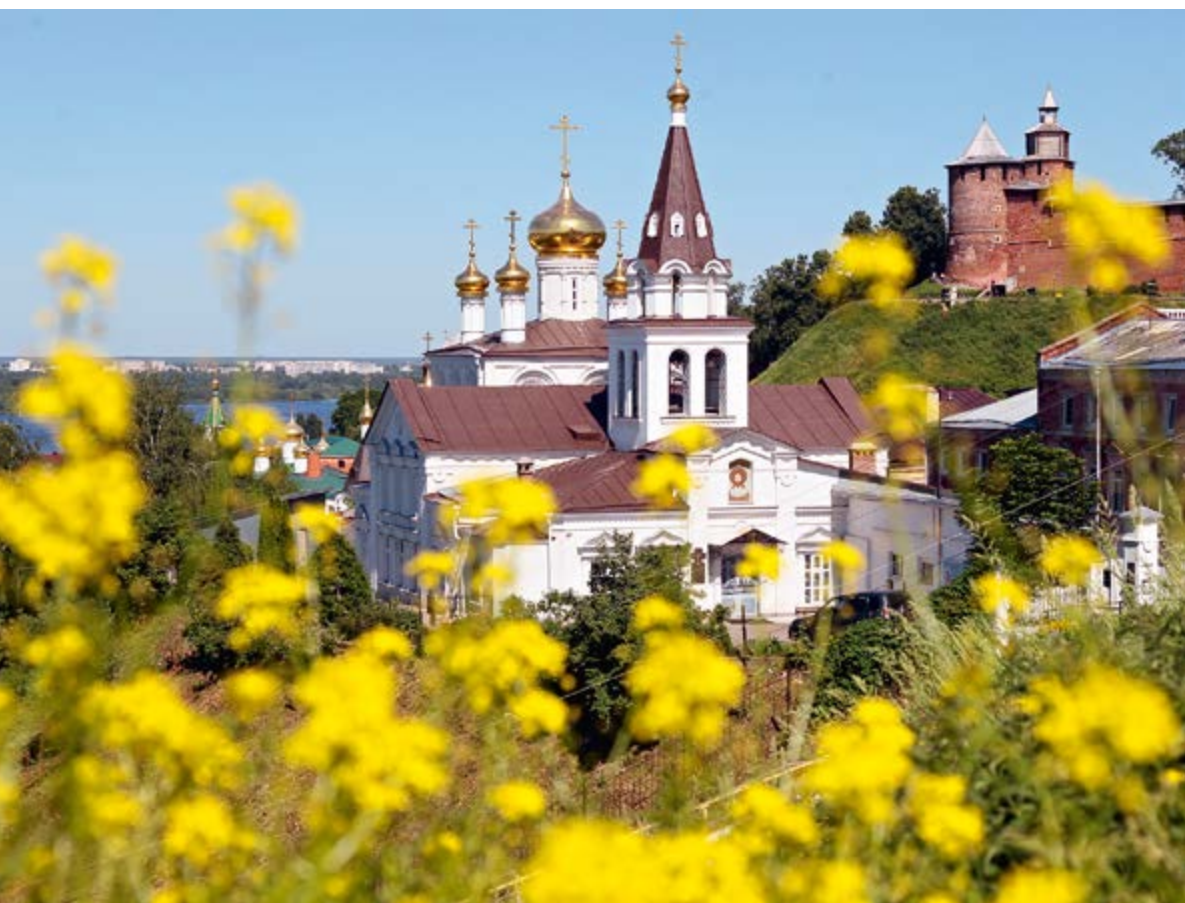
Среди наиболее известных работ в коллекции парка — самая большая в мире монументальная роспись, выполненная одним художником. Мурал площадью 10 800 кв. м на стене стана-5000 Выксунского завода ОМК создал московский художник Миша Most — победитель международного конкурса «Выкса 10 000», проведенного ОМК в 2017 году. На создание мурала потребовалось более 300 рабочих часов в течение 45 дней и более 5 тонн грунта и краски. На стене изображены шесть сюжетов из жизни Выксунского металлургического завода. Если смотреть на работу слева направо, то можно уловить развитие: от малого к большому, от исследования к созданию, от идеи к результату.

Самый новый живописный экспонат стрит-арт парка — фреска на стене цеха четвертого трубоэлектросварочного цеха ВМЗ, где выпускают трубы большого диаметра, объединяющая две картины одного из создателей соц-арта Эрика Булатова — «Стой — Иди» и «Амбар в Нормандии». Для фрески понадобились стена площадью 2500 кв. м, 20 дней и труд шести художников. Презентация картины состоялась 3 октября 2020 года, открывал ее сам художник.

## ДОМАШНИЙ КОД

О создании точек притяжения туристов в стране и проблемах тревел-брендинга

Никита Щуренков |



БРЕНД ТЕРРИТОРИИ  
МНОГОМЕРЕН И СВЯЗАН  
С ОЩУЩЕНИЯМИ,  
АССОЦИАЦИЯМИ  
И ВОСПОМИНАНИЯМИ

**В ПЛАНАХ** Ростуризма — в течение десяти лет увеличить число туристических поездок по стране более чем в два раза, до 140 млн туров. Сейчас, согласно исследованию Aventica, достойной альтернативой заграничному отпуску локальные путешествия рассматривают не более 49% россиян. «Коммерсантъ.Стиль» разбирался в особенностях отечественного тревел-брендинга и проблемах, с которыми сталкиваются города и территории, желающие стать центром притяжения для туристов. Опрошенные «Коммерсантъ.Стиль» участники индустрии, урбанисты и энтузиасты, развивающие локальный туризм в России, сходятся во мнении, что, вопреки ожиданиям заказчиков — городов и поселений, туристический бренд только в последнюю очередь формируется из классического нейминга, логотипа и самоидентификации, свойственным другим продуктам. Так, гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин объясняет, что под туристическим брендом города или региона обычно понимаются логотип, слоган

и формирование образа точек притяжения, которые могут заинтересовать туриста. В качестве примера эксперт приводит Дубай: «Все знают, что это теплое море зимой, отличный шопинг и самая высокая башня». В России созданием правильного образа обычно пренебрегают, считая брендом логотип, констатирует он. По словам партнера и бренд-директора DADA Agencys Дмитрия Ардеева, территориальный брендинг делится на два разных направления — визуальный аспект и сам продукт. Большинство работ, продолжает он, связанных с тревел-брендингом в России, — это именно дизайн-код: картинки, логотипы, внешние оболочки. «Но эта концепция не работает — например, никто не сможет отличить логотип Татарстана от логотипа Башкортостана», — констатирует господин Ромашкин. Изображения, которые создаются для городов, областей и стран, не имеют значения, соглашается Дмитрий Ардеев. Бренд территории более многомерный: он связан с ощущениями, ассоциациями и воспоминаниями, уверен он. Исключением эксперт называет легендарный логотип



I Love New York, разработанный графдизайнером Милтоном Глейзером в ходе рекламной кампании 1970-х годов, призванной привлечь туристов в Нью-Йорк. Кроме того, удачными он называет голландский бренд I Amsterdam и брендинг Перми, проведенный студией Артемия Лебедева, — большую супрематическую красную букву «П»: «Однако в том случае дизайнеры работали над альтернативными точками контакта с аудиторией. И именно об этом и нужно думать в первую очередь».

ся мировые достопримечательности и имеется хороший туристический трафик, все еще не смогли стать полноценными тревел-брендами, добавляет он: «Сейчас человек хочет попасть в другую среду, ощутить иную атмосферу. Тот же избалованный вниманием Суздаль жалуется, что к нему едут только на один день, а не на три, как хотелось бы. Абсолютное большинство городов и туристических территорий — это не сколько достопримечательностей — и все, больше о них ничего не известно». Напри-

детелей, работал в стиле модерн в начале XX века, в числе его московских проектов — Иверские торговые ряды на Никольской улице, особняк Носова на Электрозаводской, особняк Миндовского на Поварской улице, особняк Кекушевой на Остоженке. «И эта усадьба сейчас принадлежит музею, то есть любой желающий может увидеть изнутри здание Кекушева — такое же невероятное, как на Остоженке. В Москве это просто невозможно: их сплошь занимают диппредставительства», — резюмирует он.

зана на Екатеринбург и была прервана именно там. Среди удачных примеров создания бренда Александр Усольцев называет подмосковную Коломну. Обычный уездный город смог прийти к единой среде с пешеходными маршрутами, лавочками и качелями, отреставрировать некоторые дома и создать бренд вокруг пастилы и калачей, с 2009 года там также работает частный музей «Коломенская пастила». «Люди приезжают в город, хотят где-то поесть,



В подмосковной Коломне сложился успешный тревел-бренд вокруг пастилы и калачей. С 2009 года на его усиление работает частный музей «Коломенская пастила»

## СОВРЕМЕННЫЙ ТУРИСТ

предпочитает ездить самостоятельно, однако существующая инфраструктура, сформировавшаяся в советское время, по-прежнему рассчитана в лучшем случае на организованные группы

Россия — страна с неиспользованным туристическим потенциалом, уверен координатор проекта «Прогулки по Москве» урбанист Александр Усольцев. Отчасти это связано с тем, что современный турист предпочитает ездить самостоятельно, однако существующая инфраструктура, сформировавшаяся в советское время, по-прежнему рассчитана в лучшем случае на организованные группы. Даже те локации, где располагают-

мер, об Иваново, продолжает Александр Усольцев, все знают как о городе невест. Однако мало кому известно, что в этом городе базируется Музей промышленности и искусства имени Бурылина. Другой пример — Тамбов, где архитектор Лев Кекушев построил историко-культурный музейный комплекс «Усадьбу Асеевых». Кекушев особенно известен своей проработкой интерьеров и декоративных металлических

### ИГРА В АССОЦИИ

В широком понимании тревел-бренд складывается из культуры региона или места, которое хочет привлечь к себе туристов, рассуждает Дмитрий Ардеев, для этого необходимо изучить сильные стороны территории, формировать портрет аудитории, которую необходимо привлечь. Например, бренд Екатеринбурга будет складываться из особенного уральского диалекта, который является своеобразной фишкой места — когда-то был опубликован целый словарь екатеринбургского языка в журнале «Большой город», вспоминает он, впоследствии ставший отдельной книгой. Это большой пласт архитектуры, в том числе конструктивистской и Баухаус, которой интересуются молодые люди, значительная часть истории города связана с русским роком, особенно привлекательным для поколения 40–50-летних: Nautilus Pompilius, «Чайф», «Смысловые галлюцинации» и «Агата Кристи» родом именно из Свердловска. Для тех, кто интересуется классической историей, будет интересная история династии Романовых, которая также завя-

получить эмоцию и от этого. Гастрономическая фишка всегда важна. В Коломне это пастила и калачи, которые там на каждом шагу можно встретить. И пекут эти калачи по старинному русскому рецепту, то есть реализовали существующую идею, которая могла бы прижиться в любом городе средней полосы, — приводит пример собеседник «Коммерсантъ.Стиль». Для тревел-бренда важно, когда соответствующие ожидания путешественника либо хорошо поддерживаются, либо раскрываются с другой стороны, полагает Александр Усольцев. Кроме того, местные краеведы зачастую перегружают путешественников информацией об истории места, упуская то, что действительно могло быть интересно путешественнику. Существует отдельный подход, когда во время исследования у города или территории раскрываются различные истории и нарративы, рассказывает господин Ардеев: «Чтобы культуру места как-то начать подавать, ее сначала нужно изучить. От семиотического анализа до опроса аудитории — определить сильные стороны и определить то, что резонирует у них».



## ДЕРЗКАЯ КЛАССИКА

### В новых коллекциях Alexander McQueen

сочетаниях и оттенках. Но на этом заигрывания с классикой заканчиваются и в дело включается типично маккуиновская дерзость.

Двухслойный смокинг с бантом-баской и брюки-сигареты — пример этой постмодернистской игры, этой церемонной вольности, которую так здорово перевела на язык одежды Сара Бертон. Баска — главный посол высокой моды. Своей популярностью она обязана звездным кутюрье 1950-х годов. На протяжении многих лет нарядная оборка была ключевым элементом в коллекциях Кристофаля Баленсиаги, а Кристиан Диор «посадил» на нее свой легендарный жакет «бар». Английский дизайнер делает ее частью торжественного строгого смокинга, как бы напоминая о том, что изначально баска была элементом мужского костюма. И в то же время сопровождает ее пышным женственным бантом, также розового цвета, который закреплен на груди на одной стороне пиджака, и создается ощущение, что баска словно заправлена в пиджак, как если бы она была не благородным кутюрным элементом, а самой обычной белой майкой. Техника окрашивания тканей tie and dye, вновь вернувшаяся на подиумы, также привлекла внимание арт-директора Alexander McQueen. Придумавшие ее хиппи скручивали и красили свои тряпки там, где их застанет кочевая жизнь. А уже потом эксперименты с потекшей краской стали ставить в лабораториях, оборудованных по последнему слову техники. Последний год команда Сары Бертон, как и многие, работает удаленно, поэтому обстоятельства вынудили вернуться к кустарному производству. Ткани красили там, где сотрудников запер вирус — дома, на кухнях и в садах, выверяя до миллиметра, в какой складке черный должен перейти в густой сиреневый, потом в теплый лиловый и только потом уже в нежнейший розовый. И опять тот же фокус: Бертон соединяет хулиганский tie and dye с высоким искусством кроя и шитья. За основу берет классическое бальное платье-декольте с многоярусной юбкой — розовое и воздушное. Но верх делает ассиметричным, открывая одно плечо и окутывая другое, а потом опускает эту красоту в черную краску. Есть в коллекции Сары Бертон и прямая отсылка к работе ее многолетнего наставника — парфраз легендарного платья Александра Маккуина «Устрица» (весна/лето 2003). Сотни оборок из органзы, пришитые вручную и не по кругу, как может показаться, а по изогнутым линиям, имитируют волнистую поверхность раковины устрицы. Декольте дизайнер закрывает пелериной из тех же устричных рюшей. Этот элемент женского гардероба, прародителем которого было монашеское одеяние, пришелся по вкусу в романтическую эпоху XIX века, а в веке XX его подхватили и кутюрье. Плели из кружев, шили из меха, богато декорировали для светских выходов. В XXI веке его шьют из переработанных материалов и красят в технике tie and dye.

МАРИЯ СИДЕЛЬНИКОВА

**КУРС** на кутюрные техники, силуэты 1950-х, деконструкцию и свободу, который взяла арт-директор дома Alexander McQueen Сара Бертон, совпадает по духу с тем, что делал сам Маккуин. Это «высокий» prêt-à-porter, оммаж традициям haute couture.

Творческим манифестом выбранного курса выглядит коллекция Pre-SS21. В ней декольте в форме сердца, мягкие спадающие плечи, пышные юбки — изящные силуэты, которые словно сошли со страниц модных журналов середины XX века. Бертон известна своей требовательностью к формам, а иначе как доверила бы ей создание свадебного платья Кейт Миддлтон? Изысканный крой дополняют столь любимые высокой модой объемные банты и ассиметричные драпировки. В послевоенные годы спрос на женственность был как никогда высок. Не исключено, что и нынешнее суровое время также поднимет ставки на вечные ценности. В унисон звучит и палитра. В качестве сквозной темы Бертон выбрала нежный дуэт розового и черного и воспроизвела его в разных



# ЛИЧНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

## Как работают ремесленники Hermes

**О СВОИХ** кожаных мастерских и их продукции дом Hermes рассказывает редко, старается больше говорить о других категориях товаров, чтобы отвлечь внимание от сумок, на которые и так бесконечный лист ожидания. Поэтому, когда бренд сам предложил взглянуть за кулисы своих кожаных мастерских, отказаться значило проявить непрофессионализм и потом никогда не простить себе того, что упустила случай увидеть, как же шьют те самые Birkin и Kelly.

Есть одна интересная модная легенда, мол, мастера Hermes могут узнать сумку собственного производства из сотни других. Поверить в эту историю сперва трудно, но, познакомившись с ремесленниками и с тем, как устроены мастерские, удивляешься, почему у каждого экземпляра сумки нет домашнего прозвища и фотографии в семейном альбоме.

В доме, которым владеет шестое поколение семьи, текучка кадров равна нулю, а все ремесленники проходят обязательное обучение, опытные работники делятся с ними знаниями, главный рабочий постулат: «Что отдаем, то и получаем» — подразумеваются инвестиции не только в материалы и ткани, но и в людей. Все предметы Hermes создаются без суеты и спешки. Не раз представители семьи говорили в интервью, что ждать долго очереди на покупку заветной модели приходится не потому, что компания создает ажиотаж искусственно, а из-за ручной работы, которую невозможно ни ускорить, ни автоматизировать.

С кожей нужно работать уважительно и только на собственных мануфактурах во Франции, чтобы сохранить традиции семьи, поддерживать экосистему и экономическую синергию региона. Кожаные изделия Hermes производят в двадцати мастерских. До 1989 года все мастерские располагались в Париже и окрестностях, но тридцать лет назад появилась первая мастерская в Лионе. И с тех пор Hermes укрепляет свое региональное присутствие. Новые мастерские открываются регулярно, но только когда персонал полностью обучен и подготовлен.

Мастерские объединяются в мануфактуры. В одной мастерской работает не больше 30 человек, а на мануфактуре — не больше 300 человек. Сотрудники возрождают седельные и кожаные традиции и в обязательном порядке обмениваются опытом. Будущих мастеров находят либо в региональных заведениях, например в Ecole Boudard, где обучают работе с кожей, либо через местные агентства по тру-

доустройству. В этом случае соискателям не обязательно иметь навыки работы с кожей, их всему научат в Hermes. Обучение одного ремесленника длится 18 месяцев. На первом этапе человек изучает все ноу-хау — например, кожу Epsom режут не так, как кожу Togo. На втором этапе будущий ремесленник постигает мастерство буквально на скамейке под руководством ментора. Работа с разными моделями требует разных навыков. Для Birkin и Constance используются разные способы сшивания боковин. Как правило, учатся все на сумках Kelly, потому что изготовление этой модели требует от мастера особой квалификации и ловкости. Научишься кроить и шить Kelly — сможешь без труда работать с остальными моделями. На сборку сумки Kelly из 36 деталей уходит около 20 часов. Один мастер — одна сумка от и до. Нужно самостоятельно выбрать лист кожи, проверить, нет ли на нем морщинок и трещин, вырезать детали по лекалам, сшить их, а потом вывернуть готовую сумку — даже выворачивать нужно особым образом. В компании, которая насчитывает 15 000 сотрудников по всему миру, 4000 из которых — ремесленники, трудятся 80 тренеров и 200 менторов. Директор каждой мастерской знает в лицо всех своих работников. В Hermes вообще не приняты никакие формальные корпоративные нормы — раз компанией владеет семья, все процессы должны проходить по-семейному. Через год успешной работы мастер получает свое клеймо и может ставить его на внутреннюю часть сумки, полностью принимая на себя ответственность за качество продукта.

Второй важный рабочий постулат: «Красота может быть создана только в окружении красоты», то есть рабочая атмосфера должна к этому располагать, и потому все свои мастерские Hermes проектируют так, чтобы работники могли наслаждаться, например, видами на идиллические пейзажи Монбрана из громадных окон мастерской La Tardoire. Внимание уделяется удобству рабочих мест, освещению, температуре. Разумеется, все мастерские построены с соблюдением принципов устойчивого развития. Здесь пахнет кожей (потому, кстати, и ароматы дома имеют кожаную ноту) и немного воском. На столах у мастеров лежат ножи для резки, колотушки, иглы и нитки и множество других приспособлений для работы с кожей и создания знаменитых седельных швов — у каждого мастера персональный набор инструментов, которые никто кроме него никогда не использует. Почти такие же когда-то использовал Тьерри Эрмес, основавший дом около 180 лет назад.

НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



Изготовление сумок  
HERMES сезона  
Весна—лето 2021

# ТРЕХСОТЛЕТНИЙ КУТЮР

О юбилее Ulyana Sergeenko

Натела Поцхверия |

**732 ЧАСА**  
СОЗДАВАЛОСЬ ПЛАТЬЕ  
С ЭЛЕМЕНТАМИ  
КАДОМСКОГО  
КРУЖЕВА

**28 МЕТРОВ**  
ШИФОНА  
ПОТРЕБОВАЛОСЬ  
ТОЛЬКО  
ДЛЯ ОДНОГО  
ПЛАТЬЯ



Courtesy of Ulyana Sergeenko



Courtesy of Ulyana Sergeenko



Михаил Сахаров / РИА Новости

УЛЬЯНУ И КОМАНДУ  
ВДОХНОВЛЯЛ ОБРАЗ  
ГЛАВНОЙ ЗВЕЗДЫ РУССКОГО  
НЕМОГО КИНЕМАТОГРАФА  
**ВЕРЫ ХОЛОДНОЙ**

КРАСНАЯ ЛАКОВАЯ  
СУМКА С «ЮБОЧКОЙ»  
ИЗ БИСЕРА  
И ЦВЕТЧНЫМ  
ОРНАМЕНТОМ  
ВЫШИВАЛАСЬ  
В ОБЩЕЙ  
СЛОЖНОСТИ БОЛЕЕ  
**120 ЧАСОВ**

Courtesy of Ulyana Sergeenko



Courtesy of Ulyana Sergeenko

**В ЭТОМ** году дизайн-бюро Ulyana Sergeenko отмечает десятилетие. За это время Ульяне и ее команде удалось доказать всему миру, что народные промыслы могут быть модными, если направить творчество мастеров в выверенное дизайнерское русло. Коллекция весна-лето 2021 — это самый настоящий haute couture, с одной лишь оговоркой: все сделано вручную не в Париже, а в России. Когда-то благодаря Сергеенко мировые журналисты и критики моды научились писать латиницей слово Elets, но такого количества промыслов, как в этой коллекции, даже Ульяна себе до сих пор не позволяла: хрустальные детали для одежды и аксессуаров изготавливали на Гусевском заводе, миниатюрные эмали брошей и пуговиц для костюмов расписывали художники «Ростовской финифти», над кружевными элементами вечерних нарядов трудились мастерицы из Ельца и с фабрики «Кадомский вениз», геометрические орнаменты вышивали на «Крестецкой строчке», клатчи коллекции вручную вырезали из дерева. Дому Ульяны Сергеенко десять лет, а некоторым фабрикам, тому же «Гусь-Хрустальному», — 265. С кем-то у дизайн-бюро уже теплые отношения, как с «Крестецкой строчкой», а кто-то впервые работал вместе с художниками бренда, как мастерицы «Кадомского вениза», — это

старинная техника плетения кружева, которую освоили во времена Петра I кадомские кружевницы. Сперва они научились плести кружево по-венециански, а потом придумали свое ноу-хау — ювелирную технику игольной вышивки с ажурным узором. Технологии за 300 лет почти не изменились. Никто не рисует ничего на компьютере, все рисунки и узоры делаются вручную с помощью кальки. Для коллекции Ulyana Sergeenko на фабрике создали ромбовидные кружевные детали с монограммой «УС». Для мастеров «Гусь-Хрустального» работа с дизайн-бюро тоже стала первым подобным опытом, а придуманные художниками детали никогда раньше не производились — пришлось импровизировать и создавать новые приемы на базе вековых традиций. Например, мелкая россыпь хрустальных деталей когда-то была вазой. Когда кружева, пуговицы, броши, вышивки были готовы, их прислали в Москву со всей России. Юбилейная коллекция посвящена ар-деко — в мудборде были и миниатюры Романа Тыртова, известного художника и иллюстратора, работавшего под псевдонимом Эрте, и танцующие скульптуры Деметра Чипаруса, и архитектурные шедевры вроде Эмпайр-стейт-билдинг в Нью-Йорке, павильона станции метро «Аэропорт» 1938 года постройки (это была первая односводчатая станция Москвы), грандиозного здания Библиотеки имени Ленина. Но больше, чем декоративно-прикладное искусство и архитектурное наследие, Ульяну и команду вдохновлял образ главной звезды русского немого кинематографа Веры Холодной, грациозной красавицы с пронзительным взглядом. Ее роли и стали отправной точкой для коллекции, а воплощению идеи в жизнь помогли мастера старинных русских промыслов.

**500 ЧАСОВ РАБОТЫ**  
И **3,5 КГ БИСЕРА**

УШЛО  
НА СВЯЗАННОЕ  
ВРУЧНУЮ  
КРАСНОЕ ПЛАТЬЕ  
В ПОЛ



**9952 МЕТРА НИТОК**  
И **1400 ЧАСОВ**  
ПОТРЕБОВАЛОСЬ  
ДЛЯ СОЗДАНИЯ  
**37 ДЕТАЛЕЙ**  
ИЗ ЕЛЕЦКОГО КРУЖЕВА

# «УПАКОВКА — ЭТО ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ О ПОДАРКЕ»

О новых возможностях при выборе подарков



## ДЛЯ ИНДУСТРИИ

подарков и сувенирной продукции прошлый год по понятным причинам был непростым. О новых путях развития компании в этих условиях и преимуществах, которые теперь доступны клиентам, рассказывает генеральный директор группы компаний FeliciVetta Анна Малышева.

— Изменила ли пандемия и все связанные с ней обстоятельства подход к выбору подарков?

—Безусловно, пандемия внесла свои коррективы в работу нашего сегмента. Прекратились мероприятия, и вся сувенирная продукция была не востребована. Нас очень поддержали собственное производство и новые возможности по выполнению типографских заказов, выпуску упаковки — мы развивались именно в этом направлении.

Кроме того, люди стали экономить: как уложиться в меньший бюджет без потери качества? Здесь опять-таки помогли наши собственные производственные возможности — мы смогли предложить

оптимальное соотношение цены и качества, работать с нами стало экономически выгоднее.

— Расскажите о собственном производстве. Почему вы решили расширяться таким образом?

— С учетом тех задач, которые мы традиционно решали для клиентов, это было неизбежно. Зачастую к нам обращаются с такими запросами, которые другие компании, как правило, не берутся решать по разным причинам: то в сроки не укладываются, то качество исполнения не устраивает заказчика... А наш девиз: «Нет нерешаемых проблем, есть нежелание их решать».

## ПОДАРОК — ЭТО ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ СЛЕД, КОТОРЫЙ ХОЧЕТСЯ ОСТАВИТЬ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

ГК FeliciVetta специализируется на разработке полного брендбука подарка, исходя из поставленной задачи и пожеланий клиента. Мы предлагаем комплексное решение и варианты воплощения того посыла, той эмоциональной составляющей, которую заказчик хочет передать через подарок или сувенирную продукцию. А затем воплощаем задуманное.

У нас всегда был достаточно широкий пул партнеров: в одном месте мы печатали, в другом резали, а потом собирали все в единое целое у себя в офисе. Количество заказов росло, и в какой-то момент

мы поняли, что собственное типографское оборудование необходимо — как минимум для того, чтобы не ограничивать свою фантазию. Теперь мы можем экспериментировать.

— В чем преимущества для клиентов?

— Во-первых, это более широкий спектр возможностей: теперь можно выбрать гарантированно качественные материалы и ни в чем себя не ограничивать с точки зрения дизайна. Во-вторых, выгодная ценовая политика: как агентство мы продолжаем оказывать услуги по организации и оформлению мероприятий и по разработке подарков и сувенирной продукции, а собственное производство позволяет исключить посредников, влияющих на цену конечной продукции. Еще один важный момент — мы можем выпускать упаковку малыми тиражами и быстро. Часто бывает, что идея подарка есть, он сам готов, а эффектную упаковку в Нижнем не достать и везти из Москвы дорого и долго. Поэтому свое производство экономит колоссальное количество времени с точки зрения логистики.

Упаковка — это первое впечатление о подарке. Поэтому все наши сотрудники нацелены на то, чтобы человек получил удовольствие от подарка — визуально, тактильно, обонятельно. Чтобы он чувствовал заботу дарителя и наслаждался моментом, чтобы подарок хотелось рассматривать, брать в руки и понимать, что это сделано с душой, теплыми и добрыми мыслями.



ГК FeliciVetta  
г. Нижний Новгород, ул. Ошарская, д. 59а  
+7 (905) 012-93-60, +7 (831) 421-20-48  
FeliciVetta.ru

## НАШЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ВАШЕГО БИЗНЕСА



### ЛАЗЕРНЫЙ СТАНОК

Разработка изготовления упаковки. Гравировка

Станок позволяет работать со следующими материалами:

- ПЛАСТИК
- ПЭТ
- ФАНЕРА
- КАРТОН
- ДИЗАЙНЕРСКАЯ БУМАГА
- ТКАНЬ



### ИНТЕРЬЕРНАЯ ПЕЧАТЬ. ПЛОТТЕРНАЯ РЕЗКА

Станок позволяет работать со следующими материалами:

- ПЛЕНКА
- ХОЛСТ
- БАННЕР
- БУМАГА

Станок имеет функцию плоттерной резки



### ТЕРМОПРЕССЫ

Разработка и изготовление принтов. Брендирование промотекстиля

Брендирование цветной пленкой и пленкой с полноцветной печатью:

- ФУТБОЛКИ
- КЕПКИ
- СУМКИ
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЗАДАЧИ КЛИЕНТОВ



### УФ-ПЕЧАТЬ

Выборочная и сплошная лакировка

Станок позволяет работать со следующими материалами:

- ПЛЕНКА
  - БУМАГА
  - ПЛАСТИК
  - СТЕКЛО
  - МЕТАЛЛ
- Станок имеет функцию КЕВАВ, что позволяет осуществлять печать на цилиндрических изделиях



### РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА ПОДАРКА

С последующей реализацией

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ.

НАБОРЫ. СУВЕНИРЫ. ДЛЯ КЛИЕНТОВ, ПАРТНЕРОВ, СОТРУДНИКОВ. СОБСТВЕННЫЕ ИДЕИ И РАЗРАБОТКИ



### РАЗРАБОТКА И ОФОРМЛЕНИЕ СОБЫТИЙ

А ТАКЖЕ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

# НАЖАТЬ НА КУЛЬТ

## Cartier The Cult of Design

Екатерина Зиборова |

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.



Cartier

### 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.



Cartier



Cartier

### 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.



Cartier



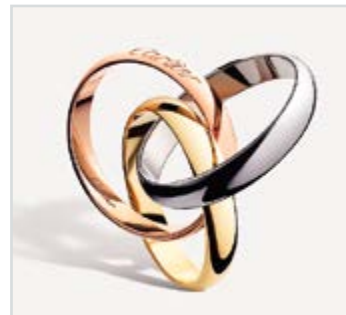
Cartier

### 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 осложнениями, редкими художественными техниками — на лучшее нет предела. Ballon Bleu оценили среди прочих знаменитостей актер Джонни Депп и герцогиня Кембриджская.



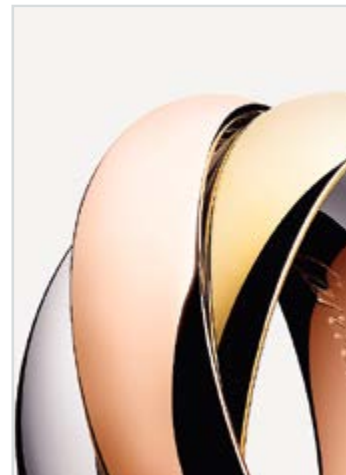
Cartier



Cartier

### 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, Ален Делон и Рони Шнайдер, получило лишь в 1990-е годы.



Cartier



Cartier

### 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 дарить. 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.)



Cartier



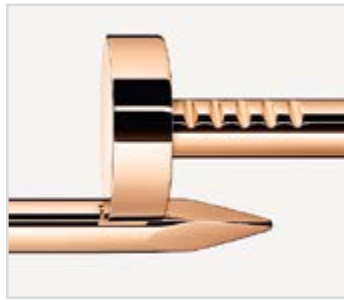
Tank

Но, пожалуй, самые знаменитые и элегантные часы Cartier, любимые и мужчинами, и женщинами, — это Tank. Среди их поклонников кинозвезды Кларк Гейбл и Фред Астер, первые леди Джеки Кеннеди и Мишель Обама и даже королевские особы (Tank любила принцесса Диана). Придумал их тоже Луи Картье — в 1916 году, под впечатлением от легкого танка Renault FT-17, героя Первой мировой. Связь с военной тематикой сыграла свою роль — Cartier Tank в 1918 году стали подарком американскому генералу Джону Першингу. А в 1919-м эти часы с римскими цифрами и характерным кабашоном сапфира на заводной головке, Tank Normale, оказались доступны для широкой публики. В 1921 году корпус часов вытянули, немного изогнули и назвали модель Tank Cintree. Производили их ограниченным тиражом, из-за чего Cintree стали одними из самых коллекционируемых часов XX века. В 1989 году вышли удлиненные Tank Américaine, родственники Cintree, а в 1996-м — более спортивные Tank Française на металлическом браслете из трех звеньев. После развода с Чарльзом принцесса Диана часто носила именно эту модель Tank в желтом золоте, а вот первая леди США Мишель Обама предпочла стальные Tank Française. Но на этом «танковая» история не заканчивается: в 2012-м вышли часы Tank Anglaise, вариации Française в трех видах золота и с заводной головкой, утопленной в боковую стенку корпуса.



Juste un clou

Следующей работой Альдо Чипулло для Cartier в 1971 году стал браслет Juste un Clou («Просто гвоздь»): он и вправду напоминал обернутый вокруг запястья гвоздь, а выдержан был в характерном для Чипулло минималистском андрогинном стиле. И этот браслет тоже стал бестселлером марки.



В свете других софитов

Актриса Моника Беллуччи стала амбассадором бренда Cartier четверть века назад. В этом году звезда фильмов «Малена», «Матрица», «Любовь: Инструкция по применению» и другого десятка других известных картин снялась в рекламной кампании знаковых творений дома Cartier — The Cult of Design. Продемонстрировав знаменитые украшения и часы бренда с принципиально разными нарядами, Беллуччи в очередной раз подтвердила свой статус иконы стиля: не случайно Моника Анна Мария возглавляла список самых красивых женщин планеты.



# ВАЖНЫЙ СИМВОЛ

О змеях Bvlgari

Натела Поцхверия |



Courtesy of Bvlgari



КОЛЬЕ С ПОДВЕСКОЙ  
SERPENTI VIPER,  
БЕЛОЕ ЗОЛОТО,  
БРИЛЛИАНТЫ

КОЛЬЕ SERPENTI  
VIPER, РОЗОВОЕ  
ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



КОЛЬЦО SERPENTI  
VIPER В ДВА ВИТКА,  
БЕЛОЕ ЗОЛОТО,  
БРИЛЛИАНТЫ

КОЛЬЕ  
SERPENTI VIPER,  
БЕЛОЕ ЗОЛОТО,  
БРИЛЛИАНТЫ

**ИСТОРИЯ** рептилий римского дома Bvlgari началась в 1940-е с часов с секретом. В 1960-е переползла в коллекции ювелирные, а в 1970-х анималистичные узнаваемые змеиные силуэты обернулись авангардными геометрическими формами. В конце 2010-х семейство пополнилось новыми видами аспидов, то есть ядовитых змей — именно так переводится название коллекции Serpenti Viper, которую бренд регулярно обновляет. Змею как важный символ для Римской империи не могли оставить без внимания и ювелиры римского дома. Генеральный директор Bvlgari Жан-Кристоф Бабен в интервью изданию WWD объяснил, что агрессивным названием Viper бренд хотел передать бунтарский дух украшений. Дизайн «аспидов» действительно более геометричный: каждое из звеньев туловища, будь то колье, подвески, браслеты, кольца или серьги, остается подвижным, чтобы украшение удобно располагалось на руке или шее его владелицы. В основе, конечно, знаменитый «тубогас», но новые, конца 2020 года,

украшения из коллекции Serpenti Viper изгибаются еще более плавно благодаря ноу-хау римских ювелиров. Змеи кроме мудрости часто символизируют власть, соблазн и искушение, и, как показали исследования рынка, устоять перед искушением удастся немногим. В своих интервью господин Бабен не раз комментировал ситуацию со спросом на ювелирные украшения в период пандемии — на удивление в некоторых регионах, например в Китае и России, он вырос. Особенно хорошо шли дела в категориях «входных» товаров и высоких ювелирных коллекций. И хотя у бренда очевидно было множество проблем, сектор украшений удалось сохранить и даже развить, поэтому в планах компании Bvlgari на 2022-й значится расширение римского ателье высшего ювелирного искусства и строительство новой мануфактуры между Миланом, Туринном и Генуей. К слову, компания развивает и отельный сектор: в будущем году предполагается открыть Bvlgari Hotels в Риме и в Москве.



Bvlgari



LE GRANDE CLASSIQUE DE LONGINES, СТАЛЬНОЙ КОРПУС 29 ММ, КВАРЦЕВЫЙ МЕХАНИЗМ, ПЕРЛАМУТРОВЫЙ ЦИФЕРБЛАТ, 12 БРИЛЛИАНТОВЫХ ЧАСОВЫХ МЕТОК, БЕЛЫЙ КОЖАНЫЙ РЕМЕШОК



PRIMALUNA, СТАЛЬНОЙ КОРПУС 30 ММ, КВАРЦЕВЫЙ МЕХАНИЗМ, ПЕРЛАМУТРОВЫЙ ЦИФЕРБЛАТ, 11 БРИЛЛИАНТОВЫХ ЧАСОВЫХ МЕТОК, ИНДИКАТОР ФАЗ ЛУНЫ, СТАЛЬНОЙ БРАСЛЕТ



LEGEND DIVER, СТАЛЬНОЙ КОРПУС 42 ММ, КАЛИБР L888.5 С АВТОПОДЗАВОДОМ, ЗАПАС ХОДА 64 ЧАСА, ВНУТРЕННИЙ ПОВОРОТНЫЙ БЕЗЕЛЬ ДЛЯ ДАЙВИНГА, ОТМЕТКИ НА ЦИФЕРБЛАТЕ ПОКРЫТЫ ЛЮМИНЕСЦЕНТНЫМ СОСТАВОМ SUPER-LUMINOVA, ВОДОНЕПРОНИЦАЕМОСТЬ 300 М

# ЗИМНИЕ ЧУДЕСА

## О белых новинках Longines

Натела Поцхверия |

**СВОИМ** названием швейцарская часовая компания Longines обязана местечку Les Longines, что на местном диалекте значит длинные и узкие поля. Основана компания в 1866 году, и с тех пор ее изделия с крылатыми песочными часами на логотипе завоевывали награды на всех конкурсах и смотрах, где им доводилось побывать. На полях Longines возшло немало ростков часовой индустрии: компания первой запустила наручные часы в серийное производство, первой стала изготавливать часы с корпусом в форме бочонка, в 1960-м выпустила самые тонкие в мире кварцевые часы и побила свой же рекорд в 1979-м; в Longines упорно работали над миниатюризацией механизмов, и за годы существования компании было запатентовано несколько важных изобретений. В конце 2020 года Longines выпустила коллекцию Winter Wonders («Зимние сказки»), посвятив ее полям в окрестностях городка Сент-Имье, какими они предстают зимой, когда долина укрыта белоснежным мерцающим одеялом. Все модели Winter Wonders белого цвета. И это единственное, чем они схожи.

Четырехугольная модель DolceVita имитирует стиль 1920-х годов. Стальной корпус инкрустирован бриллиантами, посеребренный лакированный циферблат с римскими цифрами выполнен в технике flinque. Кварцевый механизм приводит в движение тонкие стальные стрелки синего цвета. Модель на белом кожаном ремешке.

Минималистичные La Grande Classique de Longines продолжают коллекцию 1992 года — кварцевая модель в 29-миллиметровом корпусе из серой стали с белым перламутровым циферблатом с 12 бриллиантовыми часовыми метками дополнена белым кожаным ремешком.

Женственные PrimaLuna получили индикатор фаз Луны, сияние которой стало для команды отправной точкой при работе над дизайном. Потому был выбран перламутровый циферблат с холодным лунным отливом, а в качестве часовых меток используются белые бриллианты. Модель в стальном корпусе диаметром 30,5 мм оснащена кварцевым механизмом, в комплекте — стальной браслет.

Самая спортивная модель коллекции — дайверские Legend Diver Watch с перламутровым циферблатом и ярко-белым вращающимся безелем. Модель создана по мотивам классических дайверских часов 1960-х годов и входит в линейку Heritage, известную всем коллекционерам Longines, поскольку эти часы либо точно повторяют оригинальные модели, либо очень напоминают те, что составляют славное прошлое мануфактуры. Часы Legend Diver Watch в стальном 36-миллиметровом корпусе с белым перламутровым циферблатом и сапфировым стеклом оснащены механизмом с автоподзаводом и дополнены ремешком из глянцевой кожи.



DOCEVITA, СТАЛЬНОЙ КОРПУС 23 ММ, КВАРЦЕВЫЙ МЕХАНИЗМ, ПОСЕРЕБРЕННЫЙ ЛАКИРОВАННЫЙ ЦИФЕРБЛАТ В ТЕХНИКЕ FLINQUE, БЕЛЫЙ КОЖАНЫЙ РЕМЕШОК



# СРЕДСТВО МЕДИТАЦИИ

## О Rolls-Royce Phantom VIII

Евгения Милова



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce



James Lipman / jameslipman.com / предоставлено Rolls-Royce

**ПО ИТОГАМ** прошлого года заметно выросло количество скачиваний приложений для медитации, а компания Rolls-Royce в России зафиксировала новый рекорд продаж в противовес общим тенденциям российского автомобильного рынка. Проведя несколько дней в компании флагмана бренда, Phantom, обзорева- тель „Б“ поняла, что Rolls-Royce способен привести в гармонию мысли, чувства и ощущения эффективнее, чем звуки до- ждя из телефона. Этот автомобиль помимо всех его многочисленных функций имеет и еще одну — служит идеальным приложе- нием для медитации. Конечно, позволить себе искать успокаи- ения в Rolls-Royce Phantom может далеко не каждый. Вот как раз особенно преуспе- шие в прошлом году владельцы медитаци- онных приложений могут. Я к числу далеко не каждого не принадле- жу, но как светский обозреватель „Б“ имею возможность тестировать кое-какие де- тали образа жизни героев моих публика- ций. На этот раз такой деталью оказался Phantom. Итак, мои впечатления.

Рассмотрев для начала традиционные штучки вроде встроенного зонтика в во- дительской двери, звездного неба над головой из мерцающих волоконно-опти- ческих нитей, статуэтки «Духа экстаза», появляющейся из недр капота, клавиши, закрывающей двери, и отправившись на- конец в путь, понимаешь, почему и без этого всего Rolls-Royce представляет со- бой зону исключительного комфорта. Управление «Фантомом» дарит удиви- тельные ощущения: этот мощный меха- низм беспрекословно тебе подчиняется, и он настолько совершенен, что даже на высокой скорости и в повороте движется очень плавно, не доставляя ни малейше- го дискомфорта. Под капотом располо- жился 6,75-литровый V12, благодаря двойному турбонаддуву развивающий 571 л. с. Привод, как и у всех «Фантомов», задний. Коробка передач — 8-диапазон- ный «автомат». Пневмоподвеска новой модели снабжена камерой, сканирующей неровности дороги. Познакомилась я с Rolls-Royce Phantom VIII в свой день рождения, праздновать

который не планировала. Однако об- менявшись взглядом с не крупными, но внимательными интеллектуальны- ми лазерными фарами, способными ос- вещать путь на 600 метров, подумала: а почему бы и не предпринять чего-ни- будь особенного? Первым делом напи- сала подругам, что жду их в субботу на бранч в барвихинском Hotel & Spa, а по- том мы отправимся на каток The Rink в Сколково. На воскресенье заплани- ровала поездку с водителем на важный светский благотворительный аукцион в Жуковке — в исключительной тишине в салоне, которую обеспечивают 130 кг шумоизоляционных материалов и спе- циальная пена в эксклюзивных шинах от Continental. «Фантом» действительно самый тихий в мире автомобиль, и это производит на окружающих впечатле- ние, какое не способны произвести иные ревущие моторы. Информация на центральной консоли мало — чтобы не отвлекать и не утомлять ум и взор. Шайба управления мультиме- дийными системами украшена серебра-

ным профилем «Духа экстаза» на черном фоне. Но дизайнеры компании соверши- ли небольшую арт-революцию. Панель перед пассажиром, пустовавшую на про- тяжении всей истории автомобилестрое- ния, они превратили в художественную галерею. Phantom, на котором каталась я, был украшен панно из птичьих перьев от Nature Squared. Также в предлагаемом компанией наборе готовых к заказу реше- ний есть картина китайского живописца Лянь Ян Вэя с изображением возвышен- ности Саут-Даунс в Англии; алюминиевая скульптура проекта Based Upon; фарфо- ровая роза работы мастеров знаменитой немецкой мануфактуры Nymphenburg; выполненная на шелке абстракция ки- сти британской художницы Хелен Эми Мюррей; и даже позолоченная генети- ческая карта владельца, изготовленная на 3D-принтере немецким дизайнером Торстеном Франком. Впрочем, клиент может адаптировать под формат панели что-то из собственных запасников или даже выступить в качестве художника. Тоже способ медитации.

★ ДЛѦ ТЕБѦ И ТВОИХ ДРУЗЕЙ ★



САЛАТЫ ★ ЗАКУСКИ ★ БУРГЕРЫ ★ СТЕЙКИ ★ ТЕМПУРА  
МЕКСИКА ★ МИЛКШЕЙКИ ★ ЛИМОНАДЫ ★ ДЕСЕРТЫ

ПАПАША БИЛЛИ  
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ, 22 | 210-55-56

МЫ В ИНСТАГРАМ



# «Я ЗАВИШУ ОТ ПРИРОДЫ ВО ВСЕМ»

Шеф-повар Эмманюэль Рено о своей кухне



## О ДРАМАТУРГИИ

в тарелке, юморе на кухне и вирусе в мире шеф-повара ресторана Flocons de Sel во французских Альпах Эмманюэля Рено расспросила Мария Сидельникова.

**У вас на кухне военная дисциплина, а есть ли место юмору?**

Конечно, без юмора никуда. Я всегда отпускаю шуточки. Мои дети, правда, говорят, что они никуда не годятся. В обеденные часы или во время ужина работа строится очень четко — не как в армии, но атмосфера на кухне действительно строгая. А когда гости разошлись, то можно и даже нужно расслабиться, побалагурить. Тут на днях даже над клиенткой, давней приятельницей, подшутил. Показываю ей наши яйца с зеленой скорлупой. Она ахнула: «Боже мой, как тебе это удалось?!» Пришлось сделать пресерьезнейшее лицо и рассказать начистоту: куры-несушки пристрастились к жене и шартрезу, воду отказываются пить — только ликер. До того дошло, что яйца позеленели! Она поверила. Русских постоянных клиентов у меня тоже много. Мы болтаем о разном, но шуток не припомним. Надо подумать об этом, кстати.

**Забавно, особенно по первости, выглядит и традиция французов за едой говорить о еде, во время обеда уже планировать ужин и так далее. Признаюсь, я долго не могла привыкнуть.**

Это правда. Если это не деловой обед, то мы действительно говорим о еде за столом, строим планы на следующий прием пищи. А что мы будем есть? С непривычки это может показаться странным, но так уж мы устроены. Это еще вопрос культуры еды, организации приема пищи, сбалансированности, чтобы не повторяться. Если на обед, скажем, мясо, то вечером я лично второй раз его есть не буду, и в целом

нужно изменить вектор, приготовить что-нибудь легкое.

**Драматургия ваших меню очень изощренная: тут и завязка, и внутренние перипетии с неожиданными поворотами, и лейтмотивы, и всегда счастливый финал. Как вы все это придумываете?**

На меню влияют многие факторы, но, пожалуй, самый главный здесь, в Межеве, это все же погода. Я завишу от природы во всем — начиная от продуктов и заканчивая настроением. Например, сегодня жара, поэтому за обедом были освежающие блюда. Шел бы дождь, передо мной стояла бы совсем другая задача и у вас в тарелке были бы совсем другие блюда.

Я постоянно адаптируюсь и разнообразие тоже люблю. Иногда пробую и думаю: хорошо, вчера была динамичная кислинка — в закусках чабер, с икрой — горечавка, в десерте — лимон, а сегодня пусть погорчит. И, конечно, приходится все время думать о следующем блюде в меню — как его приготовить, чтобы продукты не входили в конфликт, чтобы сохранить мотив трапезы, ее ритм.

**Как пандемия изменила работу вашего ресторана?**

Еще до ковида мы ориентировались на местных поставщиков, на местные продукты — будь то мясо, рыба или овощи, и пандемия подтолкнула нас активнее работать в этом направлении. Мы вдвое

увеличили площадь нашего сада, чтобы получать еще больше продуктов с грядки. Мы все ближе к модели коротких цепочек поставок питания. Таким образом, люди, которые приходят в Flocons de sel, получают глобальный опыт — не только гастрономический, но и то, что по-французски называется «терруар». Здесь все — и земля, и традиции, и умение, и культура. На протяжении двух с половиной месяцев, что мы были закрыты, а я еще успел и переболеть этой заразой, я думал в этом направлении. Сказал себе: самое правильное, что мы можем вынести из этой ситуации, — это быть еще ближе к нашей земле.

**Какую кухню вы считаете вкусной? Как вы определяете, вкусно или нет?**

Если вычистил тарелку и хочется еще, значит, вкусно. Я люблю гурманскую, щедрую кухню, и если еда мне доставляет удовольствие, то я возвращаюсь, чтобы вновь его получить. Очень люблю японскую кухню, но только в Японии, потому что любая кухня зависит от продуктов. Мы не можем привезти ее в чемодане, да и эмоции совсем не те. Для меня кухня хороша у себя дома, на ее родине. Ты приезжаешь в Межев, чтобы попробовать на вкус горы, в Бретань — море. А когда я вижу японский ресторан в палас-отеле, где в меню круглый год говядина вагю и киви с клубникой, это, конечно, очень хорошо и модно, но, извините, это должно все исчезнуть. Надеюсь, сегодняшний кризис многое расставит по местам, заставит нас понять, что так больше нельзя. Надо понимать, сколько это стоит планете, какое количество углекислого газа получает природа в обмен на эти меню, как она расплачивается за наш эгоизм.

**Видимо, поэтому вашей кухне не грозит глобальное потепление: у вас в тарелке лед не тает...**

Он же местный! А вот до Москвы точно не доедет.



# ПРОВЕРЕННАЯ КЛАССИКА

Об итальянской кухне и образцовом сервисе *Vosconcino*



**С ТЕХ ПОР,** как в Нижнем Новгороде появился ресторан *Vosconcino* с непринужденной атмосферой солнечной Италии, узнаваемой средиземноморской кухней и качественным обслуживанием, прошло 10 лет. Но, как и тогда, здесь по-прежнему полная посадка даже по будням, а в выходные столик лучше бронировать заранее. Как удается поддерживать популярность и безупречную репутацию, рассказывают генеральный директор Сергей Касьянов, шеф-повар Александр Коротин и PR-менеджер Юлия Малютина.

В этом году нижегородскому ресторану *Vosconcino* исполняется 10 лет, а популярность только растет. Почему гости ходят именно к вам?



Сергей Касьянов,  
генеральный директор

В ресторанном бизнесе принципиальное значение имеют два момента: качество гастрономии и качество сервиса. Если гостя не устраивает один из них, все остальное не важно. Раз к нам ходят на протяжении 10 лет — а у нас много постоянных гостей, с которыми мы встречаемся ежедневно, — значит, им нравится и кухня, и обслуживание. Хорошо работает сарафанное радио. В этом и плюс, и минус небольшого города: в Москве на место любого недовольного гостя придет другой, которого все устроит, а в Нижнем у нас нет права на ошибку: ценен каждый гость, каждого надо понять и прочувствовать. Об этом знают все наши сотрудники.



Александр Коротин,  
шеф-повар

С точки зрения кухни наша база — проверенная итальянская классика. В первую очередь за ней к нам и приходят гости, надеясь увидеть в своей тарелке «то самое» ризотто, «именно ту» карбонару или пиццу, которые попробовали у нас однажды и влюбились навсегда. Мы стараемся оправдывать эти ожидания. Гость может быть уверен в том, что пицца, которой он восхитился 10 лет назад, — это все та же превосходная пицца (даже «крутят» ее те же люди — почти половина наших сотрудников работает со дня основания). Конечно, в нашем меню всегда есть спецпредложения от шеф-повара, в том числе сезонные, сетов авторских блюд — все-таки гостей необходимо удивлять. Но классика неизменна.

Восconcino встречает весну обновленным. Что изменилось в интерьере?



Юлия Малютина,  
PR-менеджер

С одной стороны, мы старались сохранить все те элементы, благодаря которым ресторан стал узнаваемым и которые отражают концепцию *Vosconcino* как традиционного итальянского ресторана с присущим ему шиком. А с другой — интерьеру были необходимы новые, свежие штрихи, которые в основном коснулись декора, света, посуды. Кроме того, мы обновили детскую зону: теперь здесь есть новый большой игровой комплекс с батутом, горкой и бассейном с шариками. По выходным, пока родители наслаждаются сиестой, малышей здесь развлекают аниматоры.

В меню ресторана сейчас 20 видов пиццы. Какая она — пицца по стандартам *Vosconcino*?



А. К.: Это итальянская классика: всегда тонкое тесто и достаточное количество начинки. Вообще, чтобы оценить, какую пиццу готовят в заведении — в любом, не только в нашем — достаточно попробовать «Маргариту», в ней есть все три главных составляющих, определяющих качество: тесто, томатный соус, моцарелла.

Мы за 10 лет ни разу не меняли муку — это Molino Spadoni, оптимальная по составу и помолу, ее нам поставляют через Москву из Италии. То же и с томатным соусом, который мы делаем из итальянских томатов Pelati — их консервируют в собственном соку, без кожицы, благодаря чему соус обретает неповторимый, насыщенный вкус. С сыром, когда итальянская моцарелла попала под санкции, было сложнее всего, но мы нашли нужный — сейчас заказываем в частных сыроварнях, одной из которых владеет итальянец. Все это — основа. А дальше — сплошное творчество. Например, в этом году в топе новая пицца с уткой, сливой и горгонзолой.

Ю. М.: Добавлю, что, кроме проверенных ингредиентов, для приготовления настоящей итальянской пиццы обязательны еще две составляющие: дровяная итальянская печь — как у нас, в сердце *Vosconcino*, и итальянская же рецептура. В *Vosconcino* за нее отвечает бренд — пиццайоло Стефа-

но Витти, который переехал в Россию по приглашению основателя и владельца сети *Vosconcino* Михаила Гохнера и работает в Москве вот уже 12 лет.

Расскажите о собственной доставке *Vosconcino*. Какая сейчас география? Какие блюда стоит заказать и быть уверенным, что они доедут в лучшем виде?

А. К.: Мы не делим меню на «ресторанное» и «на доставку», заказать домой можно все.

Самое популярное блюдо — это, конечно, пицца. Во многом потому, что она не просто приезжает горячей — тесто остается тонким с хрустящим бортиком даже на следующее утро.

Ю. М.: В целом мы вывели доставку на новый уровень: качество заказанных по телефону или на сайте блюд контролирует отдельный штат персонала, а все курьерские машины оснащены GPS-маячками, то есть менеджер может проследить весь путь заказа от кухни буквально до двери.

Кроме того, не так давно мы решили распространить доставку на весь город, а не только в радиусе центра. Это было рискованно, но оправданно: заказов много из всех районов — от Стригино до Афонино. Есть постоянные гости из ближайших пригородов — Кстова, Бора. Очень показательна была новогодняя доставка, когда люди накрывали столы за городом и доверяли *Vosconcino* все меню.



Кто задает стандарты качества *Vosconcino*?

С. К.: В первую очередь это наши гости. Они не стесняются задавать нам вопросы, высказывают пожелания, интересуются обновлениями меню и так далее. И мы очень рады такой обратной связи.

Ю. М.: Кроме того, *Vosconcino* — сетевое заведение, входящее в ресторанный группу Михаила Гохнера MGR (семь ресторанов *Vosconcino* в Москве и один в Лондоне). Это дает нам возможность поддерживать столичные стандарты обслуживания и гастрономии. Наши гости могут быть уверенными, что в Лондоне, Москве и Нижнем в *Vosconcino* их ждет одинаково отменные меню и сервис. Об этом, кстати, нам говорят многие московские гости: «Хочешь попасть в проверенное место в Нижнем — иди в *Vosconcino*».

Алексеевская ул., 10/16, 3-й этаж,  
LP Fashion Gallery  
+7 (831) 282 -18 -83  
@vosconcino\_nn

# ПО-ДОМАШНЕМУ ВКУСНО

## Русская кухня в нижегородских кафе и ресторанах

Людмила Аристова |

Лето в Нижнем Новгороде обещает быть жарким: в год 800-летия города заявлена впечатляющая культурная повестка, насыщенная музыкальными, театральными и музейными событиями столичного уровня. Преобразятся главные видовые точки и общественные пространства. Все это, как ожидается, привлечет в Нижний туристов если не на уровне лета 2018 года, когда город принимал матчи чемпионата мира по футболу, то около того. В кафе и ресторанах гости города традиционно интересуются местными специалитетами — блюдами русской или даже волжской кухни. В этом номере «Коммерсантъ. Стиль» выбрал главные нижегородские заведения, предлагающие такие рецепты как в традиционной подаче, так и в новом прочтении.

### В СВОЕЙ КНИГЕ

«Национальные кухни наших народов» крупнейший знаток русской кулинарии Вильям Васильевич Похлебкин писал, что в последнюю четверть XIX века, с отменой крепостного права и развитием железнодорожного сообщения между регионами страны, «русская кухня приобрела столь обновленный и разнообразный вид, что не только по неповторимому ассортименту блюд, но и по изысканному и тонкому вкусу заняла одно из ведущих мест в Европе, поднялась на такую же высоту, как и французская кухня».

Без чего немислим русский стол? Пожалуй, главная его характеристика — хлебосольный, так что прежде всего это хлеб и остальное мучное: кружечные блины, сдобные булки и пышные пироги с разнообразными начинками. Дальше — многочисленные каши, супы и похлебки, рыбные и грибные блюда, соленья из овощей и грибов, дичь и домашняя птица — тушеная, запеченная и жареная. И, конечно, десерты: варенья, коврижки, пряники, куличи. Шеф-повара нижегородских кафе и ресторанов, предлагающие в меню блюда русской кухни, чтобы удивить своих гостей, находятся в постоянном поиске забытых рецептов и новых авторских акцентов, вдохновляющих взглянуть на привычное по-новому.

#### «ПЯТКИНЬ»

Ресторан «Пяткинь» на Рождественской давно превратился в одну из главных туристических достопримечательностей исторического центра города. Заведение расположено в особняке XIX века, принадлежавшем нижегородскому купцу и градоначальнику Ивану Степановичу Пятову. Атмосферу старинного купеческого дома в «Пяткине» передают многочисленные детали интерьера, от-



Застолье в ресторане «ПЯТКИНЬ»

сылающие к той эпохе: изразцовые печи, резные серванты, витые подсвечники, пузатые самовары, бронзовые часы и бюсты... На стенах — фотографии великих нижегородских фотографов Максима Дмитриева и Андрея Карелина и репродукции старинных картин, которые можно увидеть только здесь и в расположенном на Верхневолжской набережной Художественном музее, руководство ко-

торого позволило создателям ресторана сделать единичные копии.

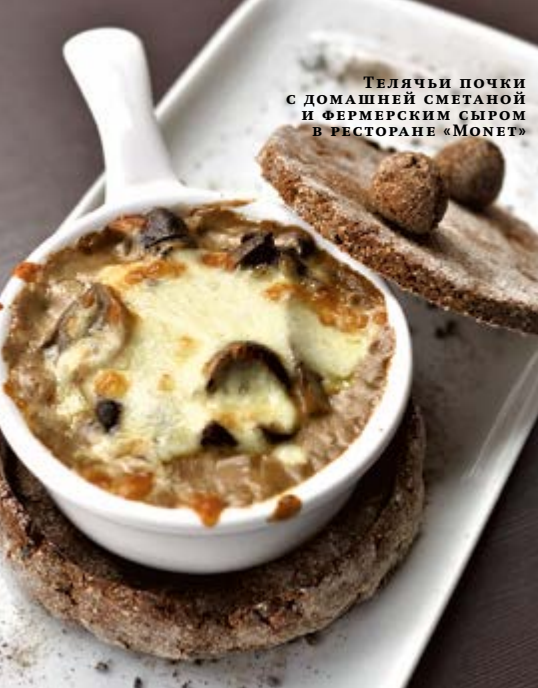
«Пяткинь» позиционируется как «место без пафоса, но со своим уникальным характером и настроением». В меню — традиционная русская кухня с волжскими акцентами (настроиться на застолье в старорусском стиле помогают даже названия блюд и разделов в меню: «Икорный параграф», «Соленья домашние»);

борщ и селянка, рубец, холодец, тельное из щуки, соленья, говядина бефстроганов, различные пирожки, колбаса из медведя и оленя, блюда из волжской рыбы. Гостям «Пяткина» предлагают традиционные русские каши, а на десерт есть варенье из разных ягод, тонкие блинчики с медом или сметаной. Чай, кстати, здесь могут подать в самоваре с бубликами, а к нему — белый кусковой сахар, как у бабушки в деревне, тот, что вприкуску.



Светлана Шилова, шеф-повар ресторана «Пяткинь»:

— Нижегородский край всегда славился своей рыбой, грибами и ягодами. Все это есть в нашем меню. Рыба — во всех видах. Например, несколько видов икры: щуку мы подаем с бородинским хлебом, зеленым луком и воротынской сметаной, ястычную из сельди несколько дней маринуем в масле и дополняем отварным картофелем, а для желающих попробовать все виды понемногу есть квартет из икры палтуса, сельди, судака и щуки. Особенно популярна у туристов наша волжская уха — на курином бульоне, с судаком и сомом. Подаем ее с рыбным же расстегаем. На горячее готовим волжского судака, запекаем его целой тушкой и подаем с жареным картофелем и грибным соусом. Есть и волжская стерлядь, и озерные караси — в общем, можем угостить любителей любой рыбы. Если говорить об интересной подаче, отмечу закуски в горшочках из ржаного те-



Телячьи почки  
с домашней сметаной  
и фермерским сыром  
в ресторане «Monet»

ста с ржаной же ложечкой, которую тоже можно съесть. В таком виде мы подаем, например, телячьи почки, томленные в сметане, а также куриные потрошки с белыми грибами.

А на десерт с брусникой, которой всегда было много в нижегородских лесах, печем пироги и делаем мороженое — его тоже готовим сами, на сливочках. Ну, и конечно, всегда в нашем меню есть заготовки собственного приготовления — овощные соленья, маринованные грибы.

## MONET

Шеф-повар ресторана Monet на Нижне-волжской набережной Виктор Смирнов всегда глубоко и тщательно изучает историю блюд перед тем, как их приготовить, чтобы не нарушить традиции, но привнести в них новизну и нотку творчества. Так в ресторане появился сет из трех исконно русских блюд в современном исполнении.

На закуску попробуйте почки, томленные в квасе, со сметаной. Перед приготовлением почки зачищают от лишнего жира, вымачивают два-три часа в холодной воде, периодически меняя ее. Отваривают, затем обжаривают с репчатым луком и грибами на масле (в оригинальном рецепте были вешенки, в Monet предлагают шампиньоны). Для вкуса в блюдо добавляют херес — еще один новый ингредиент в рецепте. Затем блюдо запекается с домашней сметаной и фермерским сыром. Изначально сыра тоже не было в рецепте, но с помощью него горячая закуска становится мягче и привычнее для нашего времени. Подается закуска в подставке из хлеба на основе гречишной муки, приготовленного с тмином и семенами укропа. Продолжить русский обед в Monet можно волжским судаком с маковым взваром и картофельной толченкой, а на десерт взять льняные блины «со смородой».



Виктор Смирнов, шеф-повар  
ресторана Monet:

— В XVIII веке купец Старой Вятки (сейчас — город Киров) Яков Прозоров отправился в Нижегородскую губернию. Путь лежал не близкий. Дорога пролегала через село Черное Балахнинского уезда.

Яков решил посетить торговые ряды, которые выставляли в селе, пополнить запасы провизии. Там он и познакомился с местной жительницей Зиновьей Филипповной и ее мужем, которые торговали рыбой. Они поведали купцу о своей жизни и о том, что Зиновья Филипповна знает множество рецептов. Так понравились купцу рассказы о блюдах, которых он не пробовал, что он с радостью принял приглашение войти в дом семейной пары. На столе ее были блюда, рецепты которых позже Яков Прозоров принес и в свой дом, настолько вкусные они оказались. А сейчас новое прочтение тех самых блюд можно попробовать в ресторане Monet. Специально для нижегородцев и гостей города, в разделе русского меню.

## «УГОЛЁК»

Ресторан «Уголёк» на Рождественской предлагает поностальгировать по прошлому и ощутить гостеприимство, как в родном доме. В интерьере «Уголька» — образы, которые помогают погрузиться в атмосферу теплой непринужденности: рисунки на стенах из книги с любимыми сказками, огоньки сцены, как в До-



Ветлужский  
пирог  
в ресторане  
«Уголёк»

ме культуры, куда мама водила в кружок танцев. В меню — знакомые всем рецепты. На закуску есть, например, бутерброды со шпротами, яйцом и чесночным маслом, рулетики из баклажанов с грецкими орехами, форшмак из сельди, а также два вида оливье, винегрет, селедка под шубой, салат «Мимоза». На горячее — бефстроганов и биштекс, котлета по-киевски и печеные голубцы, несколько видовпельменей. Также в ресторане большой выбор шашлыков (здесь настаивают именно на таком, родном названии мяса, приготовленного на огне) и пирогов, в том числе есть, например, традиционный русский курник на блинах с курицей и грибами, а также ветлужский пирог с красной и белой рыбой и жареным луком. Кстати, ресторан намерен активно пополнять предложения исключительно

нижегородских специалитетов — команда проделала большую работу по поиску традиционных рецептов региона, и в ближайшее время компанию окской стерляди и волжскому судаку в меню составит арзамасский гусь и нижегородский сом, а также редкие блюда нашего края.



Семен Красников, шеф-повар  
ресторана «Уголёк»:

— Кухня «Уголька» — это кухня, понятная каждому жителю нашей страны. Поэтому, если гость заказывает у нас, например, салат оливье, то его ожидания должны четко выразиться в тарелке — как в нарезке, так и в ингредиентах. Этот праздничный, торжественный салат мы готовим с говяжьим языком, раковыми шейками и красной икрой. Борщ готовим на хорошем наваристом бульоне и подаем с чесночной булочкой-пампушкой, тающим белорусским салом, зеленым луком и сметаной. Очень рекомендую грибную похлебку — варим ее на сушеных лесных грибах с домашней лапшой, которую делаем сами. На горячее очень популярна у нас котлета по-киевски — гости говорят, «та самая, с хрустящей корочкой и косточкой». Ну и, конечно, какое застолье в нашей стране без солений. В меню есть и настоящие бочковые огурцы, и пластовая капуста с кислинкой, и белые грузди, и даже хрустящие кулачки, которые считаются нашим волжским, нижегородским грибом, мы добавляем их в винегрет. А на десерт попробуйте сметанник (этот торт мы готовим по старому ГОСТовскому рецепту из жирной густой сметаны) и орешки с вареной сгущенкой — сгущенку варим сами, а орешки печем на тяжелой двусторонней сковородке, какие были в каждом доме. Получаются точно такими, как в детстве.

## E11EVEN

В меню панорамного ресторана E11even, что в Гранд Отеле «Ока», — множество традиционных русских блюд: от холодца из телятины и молодого поросенка до наваристой волжской ухи из стерлядки и судака, солянки с разными видами мяса на копченых ребрах, черной трески с перловой кашей, сваренной в грибном отваре со сливками и трюфельным сыром. Генеральный директор ресторана комплекса Гранд Отеля «Ока» Анатолий Галкин, кстати, единственный россиянин, принятый в мировую гильдию шеф-поваров Chef de Chef, считает принципиальным использование только местных, российских продуктов. С этой целью ресторан наладил активное сотрудни-

чество с местными производителями и фермерами, поставляющими заведению свежее высококачественное сырье. Основываясь на обширных кулинарных исследованиях русской кухни и собственном опыте, отработанном в мировых столицах (Анатолий Галкин работал шефом в лучших отелях мира в Финляндии, Германии, Англии, Мексике, США, Японии и на Мальте; возглавлял ресторанные группы отелей «Националь» и «Савой»), генеральный директор ресторана комплекса Гранд Отеля «Ока» предлагает меню из наиболее характерных блюд русской кухни в авторском прочтении. При этом дается по возможности классическая рецептура, гарантирующая сохранение оригинального вкуса блюда.



Анатолий Галкин, генеральный директор  
ресторанного комплекса  
Гранд Отеля «Ока»

— Гордость нашего меню — дикая стерлядь со спаржей. Она была выловлена в притоках Волги и ее вес составляет не более 700 г. Издревле стерлядь считалась деликатесом — ее подавали в царских и боярских хоромах на пышных приемах, угощали знатных заморских гостей. Во время процесса приготовления из рыбы удаляются хрящи и визига. Сам способ приготовления секретен. Но я чуть приоткрою тайну: рыба томится в шампанском. Добавление шафрана дарит ей необыкновенный аромат, тающий вкус и золотистый, практически солнечный цвет. Стерлядь подается со спаржей и кусочком лайма — такое сочетание придает рыбе особую пикантность.



Дикая стерлядь  
со спаржей  
в ресторане  
«E11EVEN»



ДЕСЕРТНЫЙ  
НОЖ И ВИЛКА  
С ДВУМЯ  
ЗУБЦАМИ  
ИЗ НАБОРА  
ПРИBORОВ  
ДЛЯ ЗАКУСОК  
CHRISTOFLE  
MOOD PARTY  
НА 6 ПЕРСОН,  
В КОМПЛЕКТЕ  
24 ПРЕДМЕТА

## ОДЕЛЯЙ И ВЛАСТВУЙ Christofle празднует 190-летие

Алексей Тарханов



ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ  
ПРИBORОВ  
НА МАНОФАКТУРЕ  
CHRISTOFLE

**В ПАРИЖЕ** на Королевской улице в магазине Christofle крутят озорной рекламный клип. Слоган — Art of Sharing: «Искусство делиться». Огромный семейный обед с серебром-хрусталем, вдоль стола чинно из рук в руки передают серебряную солонку. То есть делят соль. Под столом же другая картина: там не только собачка, сидящая над своим серебряным прибором (собаки тоже имеют право есть на серебре), там делят ногу молодого красавца, на которую претендуют женские ножки. Соль, оказывается, и в этом. Молодая директриса Christofle Натали Реми делает все, чтобы старинное искусство серебряных дел мастеров шло в ногу со временем. Вилки и ложки не меняются, пока у нас есть рот и руки. Стаканы до сих пор вмещают приятные, радующие сердце жидкости. В подсвечниках все еще стоят свечи. Но важно показать, что все это вещи нашего, а не XIX века. Christofle был основан в 1830 году. Марка носит имя своего основателя, Шарля Кристофля (1805–1863). Его мастера усовершенствовали способ серебрения металла, который позволял получить украшения,

похожие на массивное серебро, но гораздо более доступные, легкие и современные. Christofle работал для королевских дворов России, Германии, Австро-Венгрии, Турции и, конечно, для французского императора Наполеона III. Кроме предметов прикладного искусства и малой пластики его мастера делали и вещицы покрупнее — вроде статуй на крыше Парижской оперы или Нотр-Дам-де-ла-Гард в Марселе. Мастерские расположены в нормандском Янвилле, где мастера Christofle до сих пор умеют во всем серебряном блеске воссоздавать сервизы и украшения, вроде тех, что стоят в парижских музеях, в президентском дворце. Но заодно и очень современные вещи, над которыми в XX веке работали лучшие художники мира, итальянцы, французы, а сейчас — дизайнерская команда марки, пропускающая столовое серебро сквозь свои компьютеры. Натали Реми была сначала консультантом, но в жизни каждого советника наступает момент, когда ему говорят: «Легко советовать, а вот попробуй сама». Так случилось и с Натали, которой по просьбе нового владельца Christofle пришлось лично взяться за дело. Причем сразу же заняться и ежедневными делами марки, и стратегическими задачами — она вспоминает, как люди говорили ей: «Дайте нам цель, у нас нет стратегии». Она решила, что марка будет развиваться в соответствии с девизом Art of Sharing — искусство оделять. У Christofle теперь пять направлений производства. Стол и сервировка. Все, связанное с баром: стаканы, шейкеры, ложки и трубочки (которые теперь снова стали многократно, серебряными). Искусство для дома: скульптуры, подсвечники, светильники. Ювелирные украшения, которыми обмениваются друзья и влюбленные. И наконец, драгоценные подарки детям, вроде серебряной ложечки, которую в России дарят «на зубок». Во Франции есть премия «100 дней». Ею награждаются главы предприятий, успешно и решительно начавшие работу. Это важная премия, за сто дней можно успеть многое, например, от Антиба дойти до Парижа и вернуть себе императорский трон, как это сделал Наполеон I. Натали Реми получила ее в 2019 году и с тех пор продолжает движение, не боясь оказаться перед своим Ватерлоо. Чего бояться? Она ведь и родилась неподалеку, в пригороде Брюсселя.

НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИBORОВ  
MOOD CHRISTOFLE  
X PHARELL WILLIAMS  
& JEAN НА 6 ПЕРСОН,  
СОЗДАННЫЙ СОВМЕСТНО  
С МУЗЫКАНТОМ ФАРРЕЛОМ  
УИЛЬЯМСОМ И ШЕФ-  
ПОВАРОМ ЖАНОМ ИМБЕРОМ.  
ЖЕЛТЫЙ КОНТЕЙНЕР  
ИЗ ПОЛИРОВАННОЙ  
СТАЛИ С РОСПИСЬЮ,  
ЛИМИТИРОВАННАЯ СЕРИЯ,  
500 ЭКЗЕМПЛЯРОВ,  
В КОМПЛЕКТЕ 24 ПРЕДМЕТА



КОЛЬЦО  
ДЛЯ БУТЫЛКИ  
GRAPHIC

ПОДСТАВКА  
ДЛЯ ДЕКАНТЕРА  
GRAPHIC, ДИАМЕТР  
13 CM



# КОРЧМА "ВЕСЕЛАЯ КУМА" ЗАПУСТИЛА СОБСТВЕННУЮ ДОСТАВКУ БЛЮД

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

через мобильное  
приложение ПИР



РЕКЛАМА



ДОСТАВКА ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ  
ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ  
«РЕСТОРАНЫ ПИР»  
ИЛИ ПО НОМЕРУ ТЕЛЕФОНА  
РЕСТОРАНА

Чтобы открыть  
ссылку наведите  
камеру вашего  
смартфона на  
куэр-код



Приложение доступно на платформах в App Store и Google Play

# ВРЕМЕНА ГОДА

## Русский пейзаж на фарфоре Bernardaud



Иван Шишкин, «Утро в сосновом лесу», 1889 год, холст, масло. ГТГ. Чайная пара из коллекции «Наследие Третьяковской галереи» с перенесенным на фарфор сюжетом, BERNARDAUD



Иван Шишкин, «Вечер», 1871 год, холст, масло. ГТГ. Чайная пара из коллекции «Наследие Третьяковской галереи» с перенесенным на фарфор сюжетом, BERNARDAUD



Первый подарочный набор из коллекции, фрагмент сервировки

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ

Третьяковская галерея и фарфоровый бренд Bernardaud объявили о запуске коллекции, созданной специально для России. Первая часть включает подарочный набор из двух чайных пар, декорированных фрагментами картин Ивана Шишкина — «Утро в сосновом лесу» (1889) и «Вечер» (1871). Это лимитированная серия из 100 экземпляров. Внутри каждой подарочной коробки — сертификат подлинности, заверенный Bernardaud, с указанием номера изделия. «Для нас это возможность популяризировать русское искусство, — рассказывает генеральный директор ГТГ Зельфира Трегулова. — Чайная пара из серии „Наследие Третьяковской галереи“ — это не случайное соединение картин. Есть тематика — времена года, и Иван Шишкин — это осень и весна. Обе картины представлены в постоянной экспозиции, и обладатели этих чайных пар смогут прийти в музей, чтобы посмотреть на оригиналы».

Лиможская мануфактура, основанная еще в 1863 году, бережно хранит рецептуру и старейшие ручные техники производства фарфора. Леонард Бернардо пришел на фабрику простым подмастерьем и дослужился до директора отдела продаж и партнера. Он возглавил мануфактуру в 1900 году. Его сыновья Жак и Мишель руководили Bernardaud в период Великой депрессии и Второй мировой войны. Сегодня в компании работает около 400 сотрудников, она производит более 2 млн фарфоровых изделий в год. В коллекциях марки есть тарелки, расписанные художниками Джеффом Кунсом, Майклом Лином, братьями Фернандо и Умберто Кампана и даже режиссером Дэвидом Линчем. Кроме того, Мишель Бернардо, возглавивший семейное предприятие 26 лет назад, основал в 2003 году Фонд Bernardaud, который занимается выставочной и просветительской деятельностью. Фонд проводит выставки современного фарфора, на которые собираются коллекционеры и любители искусства со всего мира. «Исторически русская и французская культуры тесно переплетены. Это нашло отражение и в традициях столового убранства, — говорит Мишель Бернардо. — Поэтому когда нам предложили сотрудничество с Третьяковской галереей, одним из главных русских музеев, мы были рады приступить к работе».

Коллекция «Наследие Третьяковской галереи» будет выпускаться сериями, в каждой из которых представлены фрагменты картин одного автора, изображающие определенное время года. Серии будут появляться раз в год начиная с 2020-го. Для проекта были выбраны работы трех выдающихся русских художников. Это шесть наиболее узнаваемых полотен из собрания Третьяковской галереи, объединенных темой красоты природы.



ПРЕДОСТАВЛЕНО FLEXFORM

## КРЕСЛО GATSBY

Дизайн

Антонио Читтерио,  
Flexform

**ЭПОХА** джаза, которая так увлекала Фрэнсиса Скотта Фицджеральда, послужила источником вдохновения и для архитектора Антонио Читтерио при создании кресла Gatsby. Модель, спроектированная maestro для итальянской компании Flexform, претендует на то, чтобы стать популярной, как ее литературный тезка. Обивка из кашемира, хлопка или натуральной кожи, легкий каркас, элегантный силуэт, сдержанный стиль, базовые цвета — из тех, что никогда не выходят из моды и органично вписываются в интерьер. Обтекаемая форма, благодаря которой в этом кресле так удобно устроиться с книжкой, чтобы коротать долгие зимние вечера, создана с использованием структурного пенополиуретана. Наполненная гусиным пухом подушка сиденья имеет специальную вкладку, которая предотвращает его деформирование. По замыслу автора все предметы из его новой интерьерной серии для бренда дополняют друг друга, словно части одного целого. Так что при желании «Гэтсби» от Читтерио может составить компанию другому модному франту из коллекции Flexform 2020, будь то приставной столик или оттоманка.

[www.flexform.it](http://www.flexform.it)



FLEXFORM

# СВОБОДНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Бар, стеллаж и гардероб из модулей Cover



## МОЖНО ДОБАВИТЬ

боковые или задние панели, убрать открытые полки и поставить выдвижные ящики

**ПРИ СОЗДАНИИ** серии Cover итальянский дизайнер Джузеппе Бавузо вдохновлялся идеей «дома, залитого светом», где нет места тяжеловесным предметам. Эта свободно комбинируемая система хранения отлично работает в общем пространстве кухни, гостиной или столовой, разделяя разные зоны, при этом не скрадывает ощущение воздуха и простора. Привычную функцию стеллажа в гостиной можно дополнить элементами домашнего бара с эффектной подсветкой — кроме открытых полок есть модели с ограничителями для бутылок вина, корзины и навесные тумбы. Детали конструкции и высокие прозрачные двери выглядят практически невесомыми, а полки и блоки выдвижных ящиков парят над полом, закрепленные на стойках. Главный элемент — несущий каркас с креплением к полу и потолку. Он оснащен скрытыми петлями, за счет чего двери, полки и ящики крепятся к стойкам без видимых технических деталей, и все это дополнительно встроеной системой светодиодной подсветки. По необходимости навесные модули можно быстро и легко снять, заменив другими: добавить боковые или задние панели из матового или прозрачного стекла, убрать открытые полки и поставить глухие выдвижные ящики или разместить здесь же гардероб, дополнив систему хранения секцией для вешалок. Скрытые крепления имеют большой запас прочности и позволяют регулировать и выравнивать в трех направлениях положение всех дверей, даже когда они высотой до потолка. Навесные детали системы Cover выполнены из прозрачного или матового стекла, алюминия и искусственной кожи. Продуманная вариативность, возможность составления разных комбинаций позволяет менять тип хранения, убирая вещи с открытых полок в закрытые ящики, или со временем выбрать двери с другим покрытием — матовые вместо прозрачных.

[www.rimadesio.it](http://www.rimadesio.it)



# ПАР И СВЕРХСПОСОБНОСТИ

## Духовой шкаф Asko «5 в 1»

### ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫМ

дополнением к кулинарным талантам хозяина, конечно при условии правильного обращения, может стать новое изобретение разработчиков шведской компании Asko — духовой шкаф «5 в 1». Его особенность состоит в том, что, будучи компактным, высотой 45 см, он вмещает набор функций, не уступающих по эффективности профессиональному ресторанному оборудованию.

В устройстве мощностью 3000 Вт встроены три основные технологии приготовления блюд: пар, микроволны и традиционный нагрев, режимы можно использовать по отдельности или комбинировать. Первая функция, 100-процентный пар, подходит для приготовления овощей, рыбы, мяса. Разработчики уверяют, что, если, например, включить подачу пара в начале выпекания хлеба, есть все шансы получить идеальный мякиш в комбинации с хрустящей корочкой — точно как во французских булочных. Вторая доступная опция — микроволны. Если в обычных СВЧ-печах микроволны излучаются импульсами, то в этой модели специальная инверторная система обеспечивает их постоянный поток, поэтому еда нагревается равномерно. Третий режим — традиционный нагрев: верхний, нижний, конвекция и гриль. Четвертый — комбинированный нагрев с микроволнами, в этом случае время готовки заметно сокращается. И наконец, пятый режим — когда горячий воздух и пар работают одновременно, что позволяет сохранить вкус блюда во всем богатстве оттенков. При запекании в таком режиме используется конвекция, но помимо этого в печь с интервалами подается пар. С помощью функции пошагового приготовления можно также комбинировать режимы пар / микроволны и пар / традиционный нагрев / микроволны.

В модели Asko «5 в 1» используется система Pure Steam, которая отделяет конденсат от пара до того, как он попадает непосредственно в камеру духового шкафа. При приготовлении на пару важно, чтобы пар не содержал конденсированной воды. Система Pure Steam обеспечивает непрерывную выработку чистого пара благодаря сепаратору, который направляет конденсат для повторного нагрева и возвращает его в рабочую камеру. Лишняя влага испаряется, в итоге рабочая камера достаточно сухая, когда наступает этап микроволн. Это позволяет, например, разогреть готовое блюдо без ущерба для вкуса. Еще одна разработка Asko — система 5 Air Flow обеспечивает оптимальную циркуляцию пара в духовом шкафу.

[www.askorus.ru](http://www.askorus.ru)



**ЕСТЬ ВСЕ ШАНСЫ**  
получить  
идеальный мякиш  
под хрустящей  
корочкой —  
точно как во  
французских  
булочных

# СЫВОРОТКИ ВПРАВДУ

## Юбилейный набор Anne Semonin

Натела Поцхверия



Сундучок с пятью сыворотками, выпущенный к 40-летию знаменитых средств ANNE SEMONIN

**ДОЛГИЕ ГОДЫ** Анн Семонин была личным косметологом княгини Монако Грейс Келли и все свои волшебные средства создавала в первую очередь для коронованной клиентки. До того как в 1985 году запустить бренд под своим именем, госпожа Семонин изучала эфирные масла и олигоэлементы — они и легли в основу большинства формул, которые до сих пор остаются эффективными и современными: за прошедшие годы их лишь слегка усовершенствовали с учетом последних научных разработок. К слову, о новаторстве: ингредиенты госпожа Семонин с самого начала смешивала не в кремовые текстуры, а в сыворотки — непривычную тогда субстанцию в косметологии. Ктому же Анн Семонин твердо верила: все очень индивидуально, и рекомендовала сочетать предлагаемые сыворотки с базовыми средствами для ухода — несколько волшебных строго дозированных капель под крем или лосьон. К 40-летию своих легендарных средств бренд представил подарочный сундучок из экокожи со знаменитыми сыворотками Anne Semonin в комплекте — всего их пять. Самое действенное в борьбе с возрастными изменениями — сыворотка для лица, области шеи и декольте Super Active Serum. Достаточно наносить пять капель утром под крем и вечером как самостоятельное средство, чтобы мимические и возрастные морщины разгладились, а кожа засияла. Смола мирры, входящая в состав средства, действует как мощный регенератор, красные водоросли и экстракт примулы питают эпидермис, экстракт заразики (травы сорной, с отталкивающим названием, но, как выясняется, совсем бесполезной)

защищает от воспалений. Сыворотка стимулирует выработку коллагена и эластина, поэтому кожа становится более упругой и мягкой. Сыворотка с антиоксидантным эффектом Oligoanne, насыщает кожу кислородом и мгновенно устраняет обезвоженность, а также очищает кожные покровы и нейтрализует любые воспаления. Морская вода с олигоэлементами богата минералами, а водоросли хлореллы повышают тонус кожи и заряжают энергией. Для увлажнения предлагается Tissue Serum — сыворотка, повышающая упругость кожи. Розовая вода, гиалуроновая кислота и экстракт листьев гинкго билоба гарантированно увлажняют сухую и обезвоженную кожу. Богатая бета-каротином и маслами ореха макадамии сыворотка Phytargosa возвращает коже естественный сияющий цвет и глубоко увлажняет. (Если на праздники собираетесь в короткое путешествие — идеально для защиты и восстановления.) В составе сыворотки присутствует и экстракт микроводорослей,

который за счет астаксантина нейтрализует свободные радикалы и спасает от ультрафиолета, токсинов, сухого воздуха. Ночная сыворотка Precious Serum — средство мощное, потому как не только ускоряет обновление клеток, стирает с лица признаки старения и, можно сказать, поднимает коже настроение, устраняя гормональные нарушения и клеточный стресс, но еще и обладает терапевтическим эффектом за счет эфирных масел дамасской розы, лаванды и розового дерева. Все пять сывороток обещают улучшить состояние кожи с той самой минуты, как первые капли коснутся ее. Подходят многие сыворотки и мужчинам, и женщинам, поэтому инвестиция в подобный коктейль красоты практически семейная.



SUNSET BOULEVARD / CORBIS VIA GETTY IMAGES



MONDADORI VIA GETTY IMAGES

# ШЛЕЙФЫ ИСТОРИИ

## Ароматы V Canto

Натела Поцхверия |



ПОРТРЕТЫ  
СИДЖИЗМОНДО  
МАЛАТЕСТЫ  
И ИЗОТТЫ ДЕЛЬИ  
АТТИ (XV ВЕК)



**ПАОЛО ТЕРЕНЦИ**, главный нос и основатель бренда V Canto, придумывает свои лучшие ароматы в самые неожиданные моменты. Иногда, не раз признавался Теренци в своих интервью, «вдохновение возникает, даже когда я занимаюсь любовью, и нужно срочно бежать в лабораторию».

История V Canto началась в 2015 году, но к тому времени Паоло и его сестра Тициана, креативный директор марки, уже занимались собственной парфюмерной линией. «Рожденные из огня» — так они называют свой бренд Tiziana Terenzi, намекая на то обстоятельство, что в конце 1960-х у их деда Гульельмо была своя свечная мастерская. Дед, надо сказать, внуками занимался, в частности именно он развивал обоняние будущих парфюмеров во время совместных прогулок, предлагая угадать с закрытыми глазами аромат цветка или шишки.

До того как открыть свою компанию, Паоло набирался парфюмерного опыта, работая с Gucci, Salvatore Ferragamo, Brioni и другими популярными компаниями. Но собственный бренд брат и сестра в 2012-м решили делать нишевым. Через два года из Tiziana Terenzi в самостоятельное направление выделился V Canto by Terenzi, любимое детище Паоло. На парфюмерной выставке в Милане показали дебютную коллекцию ароматов, посвященную окрестностям замка Градара на берегу Адриатики, где вот уже семь столетий живет семья Теренци. В основу сюжетов для ароматов легла история любви Паоло Малатесты и Франчески да Римини, описанная Данте в «Божественной комедии»: по легенде, эта история случилась именно в замке Градара.

Новая коллекция из четырех ароматов V Canto называется «Души замка любви». В центре внимания все тот же замок Гра-

дара, но на этот раз другие его обитатели — знаменитый кондотьер и правитель Сиджизмондо Малатеста и его супруга Изотта дельи Атти. Сиджизмондо никогда не наблюдал за сражениями издали — в отличие от многих военачальников. Напротив, под именем Пандольфо он бился сам вместе со своими солдатами, а человек, переодетый в его наряд, стоял для отвлечения внимания поодаль. Поэтому два аромата из коллекции V Canto названы Sigismondo и Pandolfo, притом что оба посвящены легендарному правителю и воину. В историю вошла битва за крепость Градара 1446 года — армия противников, которой командовали Франческо Сфорца и Федерико да Монтефельтро, по численности десятикратно превосходила войско Сиджизмондо, но Малатеста умело держал оборону 43 дня и выиграл сражение. В прошлом году крепость Градара была названа одной из столиц средневековой истории, планировались грандиозные празднования. В третью неделю июля готовилась масштабная реконструкция знаменитого сражения 1446 года, но по понятным причинам все пришлось отменить. А вот «исторические» духи все же увидели свет. Композиция духов Sigismondo начинается с аккорда итальянского шафрана и цейлонской корицы, затем вступают древесные ноты пачули, нагармоты из Индии и камбоджийского уда, смешанные с болгарской розой.

Духи Pandolfo, посвящение правителю-воину, более мощные и сильные — начинается композиция с цветочного букета мускусной розы, смолы лентиска из Марокко и греческого шалфея. Развивается аромат в древесные и смолистые аккорды, а шлейф звучит нотами пачули, амбры и мускуса.

Аромат Isotta в фиолетовом бархатистом флаконе посвящен, как и следует из на-

звания, принцессе Изотте — третьей жене Сиджизмондо, — умной и сильной женщине, которой супруг мог доверить управление государством, когда сам отправлялся в поход. Композиция нежная, свежая и, как все ароматы V Canto, стойкая. Средиземноморские цитрусы — лимон из Сорренто и сицилийский грейпфрут — сбалансированы свежестью эвкалипта и японским чаем. В сердце аромата — жасмин, болгарская роза и африканская герань. Шлейф остается ароматом тосканской кожи и ливанским кедром со сладкими аккордами мадагаскарской ванили и бобов тонка с мускусом.

Третий аромат Malatesta — посвящение итальянской аристократической семье, ярким представителем которой был Сиджизмондо. И вновь цитрусовые ноты, но на сей раз дополненные фиалкой и флорентийскими лилиями. В центре — итальянская лаванда, жасмин, розовый перец и тосканская кожа. Камбоджийский уд, алойное, или, как его еще называют, райское дерево, и красные пачули — в шлейфе.

Все ароматы V Canto из коллекции «Души замка любви» Паоло Теренци создавал и для мужчин, и для женщин. Духи уже поступили в продажу в сеть магазинов «Рив Гош» и бутики Rivoli Perfumery.



ЗАМОК РОККА  
ДИ ГРАДАРА, ИЛИ  
КРЕПОСТЬ ГРАДАРА,  
XI–XV ВЕКОВ  
ПОСТРОЙКИ.  
РЕГИОН МАРКА,  
ПРОВИНЦИЯ  
ПЕЗАРО-Э-УРБИНО,  
ПОБЕРЕЖЬЕ  
АДРИАТИЧЕСКОГО  
МОРЕА, ИТАЛИЯ

# ФЛАКОН ЛЬДА

О воздушном аромате Bvlgari

Натела Поцхверия |



вители объясняют секрет успеха своих ароматов парфюмер. Гордиться есть чем — Морильяс буквально сунул свой нос в создание нескольких тысяч ароматов (чуть меньше 7 тыс.), и примерно треть из них — мировые бестселлеры. Фирменным аккордам древесного мускуса нашлось место и в свежем Bvlgari man Glacial Essence. «Я часто сравниваю запахи с красками, и мне нравится, когда в аромате есть контраст, когда он одновременно бодрящий и холодный». Примечательно, что свои формулы Морильяс до сих пор записывает в блокнот разноцветными ручками. Для клиентов, желающих иметь не только частный самолет, но и собственный неповторимый аромат, Морильяс готов собрать уникальную композицию в ателье Bespoke by Alberto Morillas в лондонском Harrods. Аромат на заказ готовится около года. Но зачем ждать так долго, когда Морильяс уже написал для Bvlgari идеальную формулу сильного мужчины?

**В СЛОВАРЕ** парфюмеров есть очень красивый термин — фужерный аромат. Так называют запахи с горчинкой, вызывающие в памяти лес после дождя, утреннее поле с каплями росы, свежескошенную траву, летний воздух перед надвигающейся грозой. Эти ассоциации для своего нового фужерного аромата Glacial Essence выбрал дом Bvlgari — название можно перевести как «эссенция льда» или «ледяная сущность». Он третий в коллекции мужских парфюмов, посвященных природе и стихиям. Первые два — недревесный Wood Essence и неовосточный Man in Black воплощали дерево и огонь соответственно. Верхние ноты новинки заряжают свежестью: эссенция ягод можжевельника, экстракт имбиря, эссенция герани. В сердце аромата травянистые ноты: эссенция австралийского сандалового дерева, фиалковый корень и артемизия. В основе — древесные ноты: эссенция кедра, аккорд мускуса и clearwood (клирвуд — мягкая версия пачулей без земляной, кожаной или резиновой составляющей). Аромат оставляет очень свежий шлейф. Как будто ты стоишь на вершине горы и вдыхаешь ледяной воздух. Создал очередной ольфакторный шедевр для Bvlgari знаменитый испанский парфюмер Альберто Морильяс. «В моих запахах нет никакого чуда, но есть частичка моей души. Я просто стараюсь вдохнуть в каждый из них жизнь и любовь», —



Monet.  
ресторан



РЕСТОРАН  
для ваших особенных  
событий

Нижне-волжская наб., 1В  
410-57-17

CHAMOVSKIKH  
JEWELLERY HOUSE



ПАРИЮРА «ВЕЛИКАЯ ДЕРЖАВА»  
С ИЗУМРУДАМИ И БРИЛЛИАНТАМИ

Ювелирный дом CHAMOVSKIKH

г. Екатеринбург | КД «Тихвинь», ул. Сакко и Ванцетти, 99 | ТЦ «Покровский пассаж», ул. Розы Люксембург, 4  
тел. 8 800 234 99 22 [www.chamovskikh.com](http://www.chamovskikh.com) [chamovskikhjh](https://www.instagram.com/chamovskikhjh)



Наведите камеру  
вашего смартфона  
на QR-код

реклама