

20 СЕНТЯБРЯ 2021

стиль женщины



18

Мода на открытость

30

Демна Гвасалия возрождает кутюр в Balenciaga

34

Ким Джонс меняет Fendi

Коммерсантъ *Стиль*

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №34





FENDI

ROMA



| 12, 14 **Новости**

| 16 **«Нормы сместились»**
Оксана Бондаренко
об итогах пандемии
для рынка люкса

| 18 **Открытость вам**
к лицу
Натела Поцхверия
о сексапиле в моде

| 20 **Осеннее**
раскрепощение
Натела Поцхверия
о ритуалах сезона

| 24 **Сексплуатация**
Александр Рымкевич
о наготe на подиумах
Gucci

| 28 **«Свои фантазии**
оставьте при себе»
Фаусто Пульизи о
чувственности и
эмансипации



1 В ОСЕННЕ-ЗИМНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ FABIANA FILIPPI ЕСТЬ ДВУСТОРОННИЕ ПАЛЬТО ИЗ КАШЕМИРА И БУКЛЕ, ДВУБОРТНЫЕ ПАЛЬТО ИЗ ШЕЛКОВИСТОГО ТВИЛА, ДЖЕМПЕРА ИЗ АЛЬПАКИ И МОХЕРА, А ТАКЖЕ ЮБКИ ИЗ ВОЗДУШНОЙ ТАФТЫ, ОРГАНЗЫ И ТЮЛЯ. ДЛЯ ВЫХОДНЫХ — СВИТШОТЫ, ПЛАТЬЯ И ТРИКОТАЖНЫЕ БРЮКИ ИЗ ФЛАНЕЛИ ИЛИ ШЕРСТИ И БРЮКИ ДЛЯ ВЕРХОВОЙ ЕЗДЫ. ВСЕ БОЛЬШЕ ВЕЩЕЙ БРЕНД ШЬЕТ ИЗ ОРГАНИЧЕСКОГО ХЛОПКА, КРОМЕ ТОГО, ОН ВЫПУСТИЛ КАПСУЛУ ИЗ СТОПРОЦЕНТНОГО КАШЕМИРА

2 В БУТИКАХ NO ONE ОСЕННИЕ ПОСТУПЛЕНИЯ: СТРОГИЕ ТУФЛИ LE SILLA НА ВЫСОКОЙ ШПИЛЬКЕ, КОЖАНЫЕ ЛОДОЧКИ STUART WEITZMAN, KITTEN HEELS ИЗ КОЛЛЕКЦИИ BALDININI, КЛАССИЧЕСКИЕ БАЛЕТКИ С ПРЯЖКАМИ SERGIO ROSSI, УДОБНЫЕ ЛОФЕРЫ PRINCIPE DI BOLOGNIA НА МАССИВНОЙ ПОДОШВЕ, ВМЕСТИТЕЛЬНАЯ СУМКА FABI И КОМПАКТНАЯ COCCINELLE — БАЗОВЫЕ И ПРАКТИЧНЫЕ МОДЕЛИ ОБУВИ И СУМОК НА ВСЕ ВРЕМЕНА

3 ЭТОЙ ОСЕНЬЮ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВЫХОДИТ ИТАЛЬЯНСКИЙ БРЕНД ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ STILNOLOGY. ОН ПРЕДСТАВЛЯЕТ ДВЕ ЛИНЕЙКИ КУРТОК И ПУХОВИКОВ. ПЕРВАЯ — ЭТО ТРАДИЦИОННЫЕ МОДЕЛИ С ДЕТАЛЯМИ ИЗ ОВЧИНЫ И НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ В СОЧЕТАНИИ С ТЕХНОЛОГИЧНЫМИ ТКАНЯМИ. ВТОРАЯ ЛИНИЯ — МЕНЕЕ ОБЪЕМНЫЕ ПУХОВИКИ РАЗНОЙ ДЛИНЫ. В КОЛЛЕКЦИИ МНОГО АНИМАЛИСТИЧЕСКОЙ ГРАФИКИ, ГЕОМЕТРИЧЕСКОГО РИСУНКА И ЦВЕТОВЫХ КОМБИНАЦИЙ ОТ БЕЖЕВОГО ДО ЗОЛОТОГО





E88° N45°
33' 28" 49' 18.6048

Laminar

HERNO COUTURE ENGINEERING*



| 30 **«Кутюр подарил мне свободу»**
Демна Гвасалия
о возвращении Balenciaga к высокой моде

| 34 **Синтез прошлого и будущего**
Натела Поцхверия
о дебютных коллекциях Кима Джонса в Fendi

| 38 **Дело техники**
Натела Поцхверия
о Lady Dior в исполнении российских художников

| 42 **«Танец — лишь источник вдохновения для ювелира»**
Лиз Макдоналд
о музейных ценностях Van Cleef & Arpels

| 44 **«Мы коллекционируем истории любви»**
Лючия Боскаини
о предназначении украшений



1 GOOD WATER PERFUME, ФРАНЦУЗСКАЯ МАРКА ЭКОЛОГИЧНОЙ ПАРФЮМЕРИИ, ПРЕДЛАГАЕТ ЧЕТЫРЕ НОВЫХ АРОМАТА: ДРЕВЕСНО-ПРЯНЫЙ, ГУРМАНСКИЙ, КОТОРЫЙ СОЧЕТАЕТ В СЕБЕ РОЗОВЫЙ ПЕРЕЦ И ЗЕЛЕНОЕ ЯБЛОКО, ЦВЕТочно-ДРЕВЕСНЫЙ И ШИПРОВЫЙ С БЕРГАМОТОМ. ПАРФЮМЕРИЯ GOOD WATER PERFUME ОТЛИЧАЕТСЯ ВЫСОКОЙ КОНЦЕНТРАЦИЕЙ АРОМАТИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ — 20%, АРОМАТ УДЕРЖИВАЕТСЯ НА КОЖЕ 7 ЧАСОВ И НА ОДЕЖДЕ 48 ЧАСОВ. БЛАГОДАРИА ОТСУТСТВИЮ В ЕЕ СОСТАВЕ СПИРТА И ФОРМАЛЬДЕГИДА ОНА НЕ СУШИТ КОЖУ И ВОЛОСЫ. ФЛАКОН ВЕСИТ 108 ГРАММОВ И СДЕЛАН ИЗ ПРОЧНОГО АЛЮМИНИИ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ НЕОДНОКРАТНО ПОДВЕРГАТЬСЯ ПЕРЕРАБОТКЕ

2 БРИТАНСКИЙ БРЕНД JIMMY CHOO В 2021 ГОДУ ПРЕДСТАВЛЯЕТ ПОКУПАТЕЛЯМ ТРИ ЛИНИИ ВНЕСЕЗОННОЙ ПОСТОЯННОЙ КОЛЛЕКЦИИ THE CORE: МОДЕЛИ PEARL УКРАШАЮТ ЖЕМЧУЖНЫЕ БУСИНЫ, CRYSTAL — СТРАЗЫ, А MONOGRAM — ЛОГОТИП БРЕНДА. КАЖДЫЙ СЕЗОН МОДЕЛЬНЫЙ РЯД БУДЕТ ПОПОЛНЯТЬСЯ



CLARINS

Live beautifully

ЛЕГЕНДАРНАЯ
СЫВОРОТКА
DOUBLE SERUM
ТЕПЕРЬ И ДЛЯ ГЛАЗ



Омолаживающий
эффект уже
через 7 дней*

Узнайте больше
на Clarins.ru



Новинка Double Serum Eye

Комплексная омолаживающая двойная сыворотка для кожи вокруг глаз

Инновация Clarins: уникальная двойная формула** содержит 96% натуральных ингредиентов. 13 растительных экстрактов оказывают комплексное воздействие на все признаки старения кожи вокруг глаз и стимулируют все 5 жизненно важных функций кожи: увлажнение, питание, насыщение кислородом, регенерацию, защиту.

Live Beautifully — Делайте жизнь прекраснее, Double Serum Eye — Дабл Серум Ай
* Исследование удовлетворенности потребителей при участии 375 женщин после 7 дней использования средства.

** Среди средств Clarins.

ООО «Кларанс», 105064, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 9, этаж 10, помещение II, комната 3, ОГРН 1057746424306

Реклама.

| 46 «Мы всегда идем
дальше»
Жаклин Карачи
о коллекции Cartier
Sixieme Sens

| 48 *Время успеха*
Кьяра Ферраньи —
новый амбассадор
Hublot

| 50 *Цвет изнутри*
Натела Поцхверия
о ярких Zenith Defy
21 Spectrum

| 52 *Цветы и листья*
Натела Поцхверия
о «садовой» линии
Rado

| 53 *Ночная работа*
Натела Поцхверия
о науке и искусстве
La Prairie

| 54 *Королевская
гавань Хорватии*
Владимир Гридин
о Rixos Premium
Dubrovnik

| 55 *P. S.*



DOUCAL'S

1

1 Итальянский бренд Doucal's выпускает коллекцию сезона осень-зима 21/22: модели на высокой шнуровке Ghillie, ботинки с шерстяными вставками и тонкий текстиль в моделях кроссовок, а также крупные ботинки на тракторной подошве с текстильными вставками

2 Все модели австрийской марки горнолыжной одежды Sportalm — и удлиненные пуховики, и приталенные куртки — оснащены маячком. С его помощью спасатели смогут найти человека, который после схода лавины оказался в беде или просто заблудился в горах

3 Итальянский бренд технологичной обуви Geox предлагает к осеннему сезону сапоги, ботильоны и челси в стиле 1970-х на устойчивых каблуках и с широким голенищем. Выпущены модели базовых цветов — черного и белого, а также обувь с анималистичными рисунками — тиснением под крокодила или змеиным принтом



SPORTALM

3



То, что нас сближает.



НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

СЛОВО РЕДАКТОРА

В моде две взаимоисключающие тенденции. Одни бренды, например The Row, показывают буквально монашеские робы, другие, как Versace, глубокие вырезы, мини-юбки и ажурные колготки. А между этими двумя полюсами — огромный спектр инструментов и приемов, которые дизайнеры предлагают в осенне-зимних коллекциях, чтобы женщины могли красиво раздеться или элегантно прикрыться. Противостояние скромности и раскрепощенности, старое как мир, вновь вернулось на подиумы. Но в современной интерпретации речь не о борьбе противоположностей, а о степени свободы самовыражения. Для кого раздеваться? Для себя! В этом стремлении женщин поддерживают и новый дизайнер Roberto Cavalli Фаусто Пульизи, и Демна Гвасалия, отвечающий за испанский дом Balenciaga, и другие герои этого номера, каждый из которых видит способы выразить сексуальность и чувственность по-своему. Будет ли это украшение в виде змеи, как когда-то носили вакханки, или обнажающие грудь топы, как у Gucci, зависит только от вашей фантазии.



В КОЛЛЕКЦИИ COLOR ЮВЕЛИРНОГО БРЕНДА MERCURY — НОВОЕ КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С ЦЕНТРАЛЬНЫМ ОРАНЖЕВЫМ САФИРОМ ПРЯМОУГОЛЬНОЙ ОГРАНКИ ВЕСОМ 6,04 КАРАТА В ОБРАМЛЕНИИ ШЕСТИ БРИЛЛИАНТОВ ОГРАНКИ «БАГЕТ». СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЭТОЙ ЛИНИИ ГЕММОЛОГИ КОМПАНИИ ПОДБИРАЮТ ЛУЧШИЕ И САМЫЕ РЕДКИЕ КАМНИ, А ДИЗАЙНЕРЫ И ЮВЕЛИРЫ БРЕНДА СОЗДАЮТ УКРАШЕНИЯ СТРОГИХ КЛАССИЧЕСКИХ ФОРМ, ЧТОБЫ НЕ ОТВЛЕКАТЬ ВНИМАНИЕ ОТ КРАСОТЫ КАМНЕЙ



ПЕРВАЯ КАПСУЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ РОССИЙСКОГО БРЕНДА LIME УЖЕ ДОСТУПНА В ЕГО МАГАЗИНАХ. ДИЗАЙНЕРЫ СДЕЛАЛИ СТАВКУ НА МИНИМАЛИЗМ — ПРОСТОЙ ПОКРОЙ И ПРИГЛУШЕННЫЕ ЦВЕТА. КЛЮЧЕВЫЕ ПРЕДМЕТЫ КОЛЛЕКЦИИ — ПИДЖАКИ, РУБАШКИ ИЗ ЭКОКОЖИ, А ТАКЖЕ ДУБЛЕНКА ИЗ ИСКУССТВЕННОЙ ОВЧИНЫ. ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ В КОЛЛЕКЦИИ, — ШЕРСТЬ И АНГОРА

Выставка En Coulistes*

Диалог ювелирного мастерства и искусства балета

8 – 17 октября 2021

Петровский Пассаж, ул. Петровка, 10

Отсканируйте QR-код для регистрации



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906**



Уютный кашемир
Brunello Cucinelli

Серый, бежевый, белый и черный — из скромной палитры Брунелло Кучинелли создал одну из самых элегантных и желанных коллекций сезона. Смотреть презентацию в режиме онлайн и не иметь возможности прикоснуться к фирменным мягким кашемировым и мохеровым тканям, к невесомой альпаке — пытка для модного критика. Для показа выбрали зимний сад в Соломео — любимой деревне дизайнера и владельца бренда, которую он восстанавливает уже многие годы, наладил производство драгоценных кашемировых тканей, открыл школу, театр, реставрирует старинные улицы и сам здесь живет. По мнению господина Кучинелли, гуманный капитализм — лучшая из форм бизнеса, потому он так трепетно относится и к своей деревне, и к сотрудникам, которые обожают свою фабрику с огромными окнами и залитыми солнечным светом залами.

В осенне-зимней коллекции бренд представил вязанные вручную в технике кроше кардиганы и свитера, длинные и короткие пуховики — все из трикотажа плоской вязки. Объемные просторные пальто из двухслойного кашемира — на первый взгляд простого покроя, но в этой простоте скрыт долгий ручной труд закройщиков фабрики, филигранно работающих с формами.

Еще 25-летним юношей в 1978 году Брунелло мечтал создавать «вечные» модели из качественных материалов. Сегодня король кашемира, как Кучинелли называют уже много лет, регулярно сам закупает сырье для своей фабрики — пух кашмирских коз с Тибета и из пустыни Гоби. Для производства используют материал с толщиной волокна 14,5 микрона. Вещи Brunello Cucinelli невесомы, исключительно износоустойчивы и не вытягиваются. Все модели, в том числе и строгий черный смокинг, сидят безупречно. Они мягко окутывают тело, давая ощущение уюта. И, как всегда у Brunello Cucinelli, почти все вещи из коллекции сочетаются между собой в любых комбинациях.

«Я чувствую, что у покупателей вновь появилась энергия, мне сообщают, что привычка тратить возвращается в Китай, Россию, Корею, Японию, а скоро придет и в Европу. Люди хотят выглядеть хорошо и элегантно, но не претенциозно и, боже упаси, кричаще! Эта коллекция — выражение надежды на то, что мир вернется на круги своя и люди вновь наденут ладно скроенные костюмы, галстуки и элегантные наряды», — объяснял Брунелло Кучинелли. И признался, что больше года не надевал галстука, но счел необходимым появиться в нем на презентации коллекции.

Натела Поцхверия, Рокси Голя

КОЛЛЕКЦИЯ
BRUNELLO CUCINELLI
ОСЕНЬ—ЗИМА 2021/22



С КАЖДЫМ ШАГОМ МЫ ДЫШИМ

РЕКЛАМА

Как в момент, когда после многолетней разлуки встречаем близкого друга. Дышащая куртка Geox тоже способна стать другом, на которого всегда можно положиться.

GEOX
R E S P I R A

geox.com | geox.ru

Москва: ТРЦ Европейский, ТРК Атриум, ТЦ Метрополис, ТРЦ Авиапарк, МЕГА Химки, МЕГА Белая Дача, ТЦ Капитолий Вернадский, ТРЦ Ереван Плаза, ТРК Европолис, ТРЦ Домодедовский, ТП Отрада, ТРЦ Каширская Плаза, ТЦ Выходной. Санкт-Петербург: ТЦ Галерея, ТРК Питер Радуга, ТК Невский Центр, ТРЦ Гранд Каньон, МЕГА Дыбенко. Анапа, Ангарск, Архангельск, Барнаул, Белгород, Владивосток, Воронеж, Екатеринбург, Иваново, Ижевск, Иркутск, Калининград, Казань, Краснодар, Красноярск, Магнитогорск, Махачкала, Мурманск, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новороссийск, Обнинск, Омск, Оренбург, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Симферополь, Сочи, Ставрополь, Тамбов, Тюмень, Уфа, Хабаровск, Хасавюрт, Челябинск, Южно-Сахалинск.



Золотые ноты Dolce & Gabbana

Каналы Венеции, по которым плывут модели в гондолах, пролетающие над головой чайки, 400 одетых с ног до головы в Dolce & Gabbana гостей, в том числе Хелен Миррен и Дженифер Лопес, и много, очень много пайеток, стразов, камней, вышивок и тафты на подиуме на фоне естественных декораций — ступившиеся тучи неожиданно сменялись радугой, и град в финале шоу обрушился на головы журналистов и клиентов под раскаты «Времен года» Вивальди — если бы Феллини снимал «Сладкую жизнь» сегодня, то этот показ кутюрной коллекции Dolce & Gabbana Alta Moda мог бы стать прототипом важной сцены. Сиять и удивлять — негласный девиз Доменико Дольче и Стефано Габбаны. Касается это, впрочем, не только высокой моды, но и моды парфюмерной. Незадолго до показа Alta Moda бренд представил новый аромат Dolce & Gabbana The One Gold.

Фруктово-цветочная композиция создана ведущим парфюмером Франции Виолет Коля. Аромат составлен из сладких нот золотистой спелой сливы, эссенции розы, акцентов пачули и аромата белого мускуса. Запах открывается яркими нотами фруктов, итальянских мандаринов и сочной сливы в сочетании с легкой пряностью розового перца. Ноты сливы и розового перца получены при помощи технологии «Эссенция джунглей» — это безопасный для окружающей среды метод экстракции тонких летучих ароматов. Фруктовые верхние ноты подчеркивают наполненность цветочного букета в сердце композиции, где эссенция розы переплетается с ароматом жасмина и свежих ландышей. Средние ноты постепенно переходят в обволакивающий шлейф, открывая аромат пачули, абсолюта ванили и белый мускус. Флакон нового аромата The One сохранил фирменный графичный силуэт, но на этот раз он золотистого цвета. Первые духи итальянский бренд представил в 1992 году — назывались они «D&G» и уже через год получили премию Международной академии парфюмерии как «наиболее женственный аромат года». Дом продолжает удивлять ароматами и сегодня, сотрудничая с лучшими парфюмерами мира — Натали Лорсон, Жан-Пьером Мари, Жан-Мишелем Дюрье и многими другими.

Натела Поцхверия, Анна Макарова



FABIANA FILIPPI



«НОРМЫ СМЕСТИЛИСЬ»

Оксана Бондаренко об итогах пандемии для рынка люкса



Очки CELINE, юбка R13, блузка OFF-WHITE, сумка CHANEL

ВЛАДЕЛИЦА шоурума Li-Lu и агентства Live PR, официальный дистрибутор Jimmy Choo, Off-White и других известных брендов Оксана Бондаренко в индустрии моды больше 20 лет. В этом году в октябре она отмечает юбилей, который скромно называет своим личным рубежом, неразрывно связанным с бизнесом. О собственном росте, о тенденциях в бизнесе, о семье и новой элегантности Оксана рассказала «Коммерсантъ. Стиль».

О РУБЕЖАХ

Я не люблю акцентировать внимание на своих личных датах, юбилеях или годовщинах, просто отмеряю жизнь некими рубежами. И к моему очередному рубежу мы подходим очень сплоченной семейной ячейкой. Это для меня главный итог! Я научилась ценить искренние отношения с людьми и изменила свой круг общения. У нас укрепились связи со многими партнерами, к нам вернулись клиенты, которые ранее приняли решение уйти. В бизнес-среде сохранилась конкуренция, но многие, и я в том числе, научились расставлять приоритеты и выбирать комфортное направление работы и жизни. В этом я вижу важную точку саморазвития. Пожалуй, у меня осталось только одно неисполненное желание — прожить год на любимом острове Сен-Барт.

О ИТОГАХ ПАНДЕМИИ

Во-первых, выяснилось, что офисы совершенно необязательны, вести бизнес эффективно можно и в удаленном доступе. К тому же вырос рынок онлайн-продаж. По цифрам мы нагнали Европу. Более того, поскольку люди перестали выезжать и покупать за границей, вырос рынок люкса внутри страны. Последний



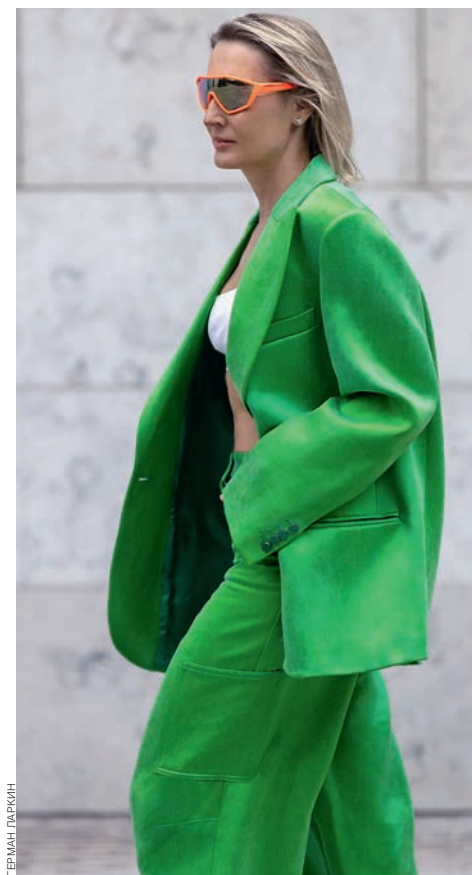
Платье OFF-WHITE, туфли AMINA MUADDI, сумка HERMES, очки VERSACE, украшения MESSIKA

отчет по Jimmy Choo показал, что наши продажи выросли за счет местных клиентов. Да, китайские туристы не приезжают и не покупают, но местные остались и продолжают покупать. Во-вторых, мы снова стали наряжаться. Уютные костюмы Pangaia остались дома, люди захотели туфель в стразах и вечерних нарядов. Выход в свет — снова важная часть жизни.

О НАГОТЕ

Обнаженные тела стали частью арт-повестки, на уровне экстрима. В моду вернулись мини-платья. И это тоже итог пандемии. Бодипозитив существует, но в основном женщины хотят иметь тело, которое они будут гордо демонстрировать. Жизнь одна, прожить ее хочется ярко. Мы стали думать о своих удовольствиях больше, чем раньше. И о здоровье, конечно. Здоровое красивое тело, от которого получаешь удовольствие, стало приоритетом.

коллекцию Jimmy Choo x Off-White. Следующий этап, я думаю, еще большее вовлечение художников и представителей арт-мира в модную индустрию. Я не большой поклонник некоторых тандемов, например, совместная коллекция Balenciaga и Gucci мне не очень понравилась. Но я вижу в этом важный момент: бренды дружат. Они больше не отбирают клиентов друг друга, а объединяют свои клиентские базы. Я сама очень привередливый клиент, меня логотипами не очаруешь. Но мой сын, например, коллекционирует спортивную обувь. Всегда просит на праздники только новые кроссовки. Однажды свою коллекцию он неплохо продаст.



Пиджак и брюки OFF-WHITE, очки PRADA, топ CALVIN KLEIN & HERON PRESTON

О БРЕНДЕ ДОЧЕРИ

Я помогала Алине на первых этапах запуска бренда Subterganeі, когда она еще училась в школе Parsons. Наш офис тогда помогал наладить производство, решал технические вопросы. Но после окончания школы Алина собрала свою команду и теперь правит брендом на 90%. Я все еще немного направляю и помогаю с бюджетами, ценообразованием, но со следующего сезона она и это возьмет полностью на себя. И я сама у нее учусь сочетать вещи и стилизовать. Кроме того, Алина проходила серьезную стажировку в Stella McCartney и там, на фабриках бренда, познавала принципы устойчивой моды, старается внедрять их в свой бренд насколько возможно. Например, использует экокожу, биоразлагаемый латекс и так далее.

Записала Натела Поцхверия

Нормы сместились. Если раньше быть «голым» казалось неприличным, то сегодня голая грудь в порядке вещей.

ОБ ЭЛЕГАНТНОСТИ

По нашим брендам я вижу, что уличная мода отходит на второй план и ее место вновь занимает элегантная классика, но с современным подходом. Например, флагман этого направления бренд Вирджила Абло Off-White начал шить платья, выпустил коллекцию костюмов Elegance, принимает заказы на вечернюю одежду. На свой день рождения я как раз у них заказала наряд. Они стали делать свадебные платья, хотя и начинали с толстовок, джинсов и кроссовок. Все вновь возвращается к архитектурной моде, идеально скроенным нарядам, сидящим по фигуре.

О ТАНДЕМАХ

Объединения талантливых людей — еще один важный итог. Не могу не отметить

Фотограф: Герман Ларкин
Стилист: Алина Цыганова

БОТИЛЬОНЫ **POLLINI** СУМКА **BRACCIALINI**



Наведите камеру
смартфона на QR-код

NO ONE

БОЛЕЕ 100 ЕВРОПЕЙСКИХ БРЕНДОВ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

AGL • BALDININI • BARRACUDA • BRACCIALINI • CASADEI • COCCINELLE • FABI • FRATELLI ROSSETTI • LE SILLA • MARSELL
PERTINI • POLLINI • PREMIATA • PRINCIPE DI BOLOGNA • ROCCO P. • SERGIO ROSSI • STUART WEITZMAN • VIC MATIE

МОСКВА — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ — ВОЛГОГРАД — ЕКАТЕРИНБУРГ — КАЗАНЬ — КРАСНОДАР — КРАСНОЯРСК — НОВОСИБИРСК
РОСТОВ-НА-ДОНУ — САМАРА — УФА
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР: (495) 234 7777

WWW.NOONE.RU
ДОСТАВКА ПО РОССИИ

КОРОТКИЕ ТОПЫ-ШТОРКИ JACQUEMUS НА ОДНОЙ ПУГОВИЦЕ, ЕДВА ПРИКРЫВАЮЩИЕ ГРУДЬ, ОБЛЕГАЮЩИЕ ВСЕ ИЗГИБЫ ТЕЛА ПЛАТЬЯ VERSACE, БУДУАРНЫЕ НАРЯДЫ В СТИЛЕ ГЕРОЕВ СЕРИАЛА «BRIDGERTON» — В ОСЕННЕ-ЗИМНИХ КОЛЛЕКЦИЯХ ДИЗАЙНЕРЫ ПРЕДЛАГАЮТ МНОЖЕСТВО ВАРИАНТОВ РАЗДЕТЬСЯ СО ВКУСОМ И НЕ ВЫГЛЯДЕТЬ ПРИ ЭТОМ ВУЛЬГАРНОЙ. ПОСЛЕ ДОЛГИХ МЕСЯЦЕВ ЛОКДАУНА, БЕСКОНЕЧНЫХ ИСТОРИЙ, КОТОРЫЕ СОЧИНЯЛИ ЛЮКСОВЫЕ МАРКЕТОЛОГИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ЖУРНАЛИСТОВ, СЛОЖНЫХ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ В ДИЗАЙНЕ, УРОДЛИВОЙ АСЕКСУАЛЬНОЙ МОДЫ И ПОПЫТОК ОДЕТЬ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В ОДНО И ТО ЖЕ В МИРЕ МОДЫ ВСЕ ПЕРЕВЕРНУЛОСЬ С НОГ НА ГОЛОВУ, А ТОЧНЕЕ, ВЕРНУЛОСЬ НА КРУГИ СВОЯ — ЖЕНЩИНЫ ВНОВЬ ХОТЯТ НАРЯЖАТЬСЯ И РАЗДЕВАТЬСЯ. И ДИЗАЙНЕРЫ, КАК ОПЫТНЫЕ ДИЛЕРЫ, НЕМЕДЛЕННО ПРЕДОСТАВЛЯЮТ ВСЕ НЕОБХОДИМОЕ. ВЫГЛЯДЕТЬ СЕКСИ, КАК В 1990-Е, СНОВА СТАЛО МОДНО, НО КОЕ-ЧТО ВСЕ-ТАКИ ИЗМЕНИЛОСЬ В УГОДУ ВРЕМЕНИ. БЫТЬ ОБНАЖЕННОЙ ОТНЫНЕ НЕ РАВНО БЫТЬ СЕКСАПИЛЬНОЙ. «КОММЕРСАНТЬ. СТИЛЬ» РАЗБИРАЕТСЯ, ЧТО ТАКОЕ «НОВАЯ СЕКСУАЛЬНОСТЬ» И КАК ЕЕ ПОДЧЕРКНУТЬ.

ПЛАТЬЕ GALVAN LONDON, TSUM.RU

Фото: Дарья Ганихина
Стилист: Мария Колосова
Макияж и волосы: Дмитрий Гринько (Make Up Forever)
Модели: Анна Павлова — Modus Vivendis, Анастасия Ильиных — Grace Models, Вероника Русакова — Vproject
Продюсер Кирилл Качулин
Ассистент стилиста Хабиб Сулейманова



ОТКРЫТОСТЬ ВАМ К ЛИЦУ

Сексапил снова в моде

СЕКСУАЛЬНОСТЬ,

как и любой тренд, возникала и угасала в циклах моды. Можно, конечно, начать отсчет с одежд времен античности — открытая спина, глубокий вырез, складки — или вспомнить времена, когда обнаженная лодыжка сводила с ума, но массовая мода на соблазнительные наряды в том смысле, в каком их понимает современный человек — короткие и сексуальные, — на Западе все же пришлась на 1920-е годы. После внесения в Конституцию США 19-й поправки об активном избирательном праве женщин и окончания Первой мировой молодые девушки познали счастье самовыражения и пустились во все тяжкие, подтверждая свой равный с мужчинами статус. О сексуально свободных девушках-флапперах The New York Times писала так: «Современная молодая девушка приводит в восторг. Она одевается просто и разумно и смотрит жизни прямо в глаза. Она знает, чего хочет, и стремится к этому — не важно, мужчина ли это, работа или новая шляпка». Носили андрогинные флапперши прямые платья с низкой талией, бретели которых легко сползали с плеч при необходимости. Эта одежда была создана для того, чтобы ее снимать, и кружила головы. Конечно, так одевались не все. Степенные матери семейств лишь подражали флапперам, выбирая наряды с заниженной талией и накидывая на плечи длинные шали. Это был первый шаг общества к принятию женской наготы на улицах городов. Но настали смутные 1930-е, а потом и 1940-е, когда было не до секса и обнажения (в Штатах Великая депрессия, в Европе наступают фашисты, в СССР сталинские репрессии), — широкие плечи, брюки-галфе, короткие пиджаки вошли в женский гардероб как дань униформе. После войны женщины мечтали лишь об одном — перестать тащить на себе тыл и вновь поверить в свою красоту и женственность, отсюда и платья-цветки Dior, и элегантные жакеты и юбки Chanel. Как только ощущение привлекательности вернулось, нашлись и те, кто вспомнил про секс. Очередной виток соблазнительной моды пришелся на 1960-е, когдаросло поколение, свободное от предрассудков и не желавшее жить войнами и горестями. Тогда женщины вновь вспомнили о возможности одеваться соблазнительно и сексуально, а увлечение футуризмом коснулось и моды — появились короткие графичные юбки. И все привыкли не только к голым коленкам, но и к голым бедрам. Самые сексуально свободные дамы-хип-

пи предпочитали тогда летящие платья, цветы в волосах и отсутствие белья. Интеллектуалки, которые не хотели, чтобы их принимали за хиппи, искали элгантные способы быть сексуально привлекательными. Им на помощь пришел Ив Сен-Лоран, который ввел в моду смокинги на голое тело, топы-бандо, глубокие вырезы и велел носить шелковые прозрачные блузки без белья. Его коллекция haute couture 1971 года произвела эффект разорвавшейся бомбы. Все, кто не мог себе этого позволить, стали активно подражать. В Америке примерно в это же время правил бал Рой Холстон и его раскрепощенные «холстоньетки» на танцполе «Студии 54» — соблазнительные и элегантно раздетые: платья струились по телу, скроенные по косой, они буквально ниспадали с плеч, подчеркивая все изгибы женской фигуры. Тончайшие бретели, воротники-халтеры, голая спина. Так все привыкли к женщинам, чье тело едва прикрыто тонкой тканью, оставляющей, впрочем, некоторое место для фантазии.

В 1980-е сексапильность снова ушла на задний план. Главная причина — эпидемия СПИДа. Второстепенная — женщины стали все чаще занимать руководящие позиции в мужских сферах, и пришло время power suit — пиджаков мужского покроя с широкими плечами. Кто-то и их считал сексуальными, но это было скорее побочным эффектом, чем самоцелью.

В 1990-е началось расслоение модного общества. Одни ушли в гранж — простые майки, деним, кеды, косухи, другие — в преппи (стиль учащихся престижных частных школ), третьи же предпочли акцентировать сексуальность. Но и тут не было однозначного фаворита. Толи следовать за Кельвином Кляйном и выбирать его минималистичные и однотонные платья с вырезами, то ли за Джанни Версаче, который предложил одеваться в стиле «путанеска» — как девушки из районы красных фонарей, где прошло детство дизайнера в магазинчике его мамы. И во все не нужно было быть распушенной, чтобы носить короткие юбки с барочными узорами, короткие топы-бандо с головами медузы и обтягивающие, как носок, платья. Все модники сошлись во мнении, что быть максимально раздетым — это модно. Цикл закончился в золотые 2000-е, когда быть раздетой значило только одно — пребывать в поиске покровителя, но к моде это имеет мало отношения. Нагота, как и сексапил, вышла из моды на долгие 20 лет, а восприятие женского

голоого тела сильно изменилось на волне движения Me Too: знаменитые актрисы, голливудские старлетки и фемактивистки стали саботировать принятый в обществе дресс-код, то выходя на дорожку без макияжа, как Френсис Макдорман, то объявляя во всеуслышание, что быть голой не значит быть объектом для чужих грязных мыслей, как это сделала Роуз Макгоуэн. Модный бал правила Фиби Файло в Celine, и ее философия гардероба, который создается в первую очередь для самой девушки, а не для того, чтобы затащить мужчину в постель, — объемные мягкие свитеры, кашемировые пальто, брючные костюмы, трикотажные платья (Файло — гений покроя и деталей, но, по сути, она делала базовый гардероб интеллектуалки). Примерно в то же время рухнула маркетинговая модель Victoria's Secret: ангелов с крылышками в бударном белье, шагающих под свист и аплодисменты, стали жалеть. Обвалились и продажи, которые долгие годы подпитывало возбуждение. Раздеваться для соблазнения стало немодно. Даже пропагандист бударного шика Agent Provocateur выпустил коллекцию «на каждый день» — с минимумом фетиш-деталей. И только борцы за бодипозитив позволяли себе раздеваться, но не для соблазнения, а чтобы мы привыкли смотреть на чужие недостатки как на норму, как на рубеже 1950-х—1960-х люди привыкали смотреть на чужие голые коленки. А потом случилась пандемия, все надели пижамы. И вот, при первых признаках ослабления локдауна и надвигающейся вечеринки сбросили с себя одежды, чтобы вспомнить о своих прелестях, столь долго томившихся под домашним арестом. Пришел очередной цикл наготы в моде, но это нагота иного рода — не соблазнительная, не сексуальная, а уверенная в себе. Женщина перестала быть жертвой и объектом чужих фантазий, а показы сезона осень-зима 2021/22 предоставили ей на выбор разные варианты обнажения. Тут и полное его отсутствие в монашеской монохромной коллекции The Row, и длинные юбки до щиколотки в сочетании с топами-бандо на показе Chanel, и упомянутые выше топы-шторки Jacquemus, и бесконечные вырезы Roberto Cavalli и David Koma. Включать или нет тумблер сексуальности теперь можно и модно решать самостоятельно. А тенденция налицо: открытый живот или едва прикрытая грудь — уместный образ для выхода в свет. Опять пора привыкать.

Натела Поцхверия



Платье Ulyana Sergeenko, украшения Dior,
сапоги Ekonika

Блузка Genny, юбка Ulyana Sergeenko,
ботинки на шнуровке, украшения — Dior

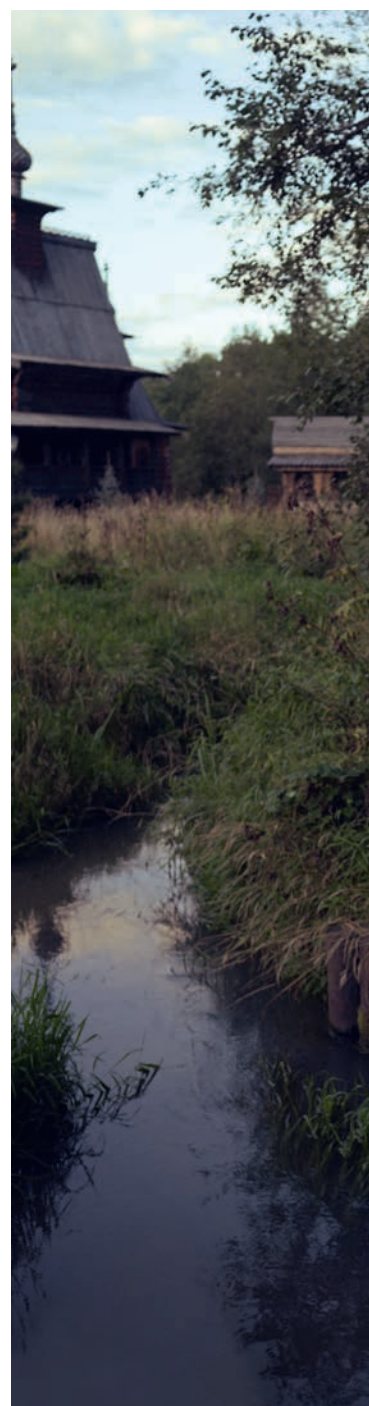
ОСЕННЕЕ РАСКРЕПОЩЕНИЕ

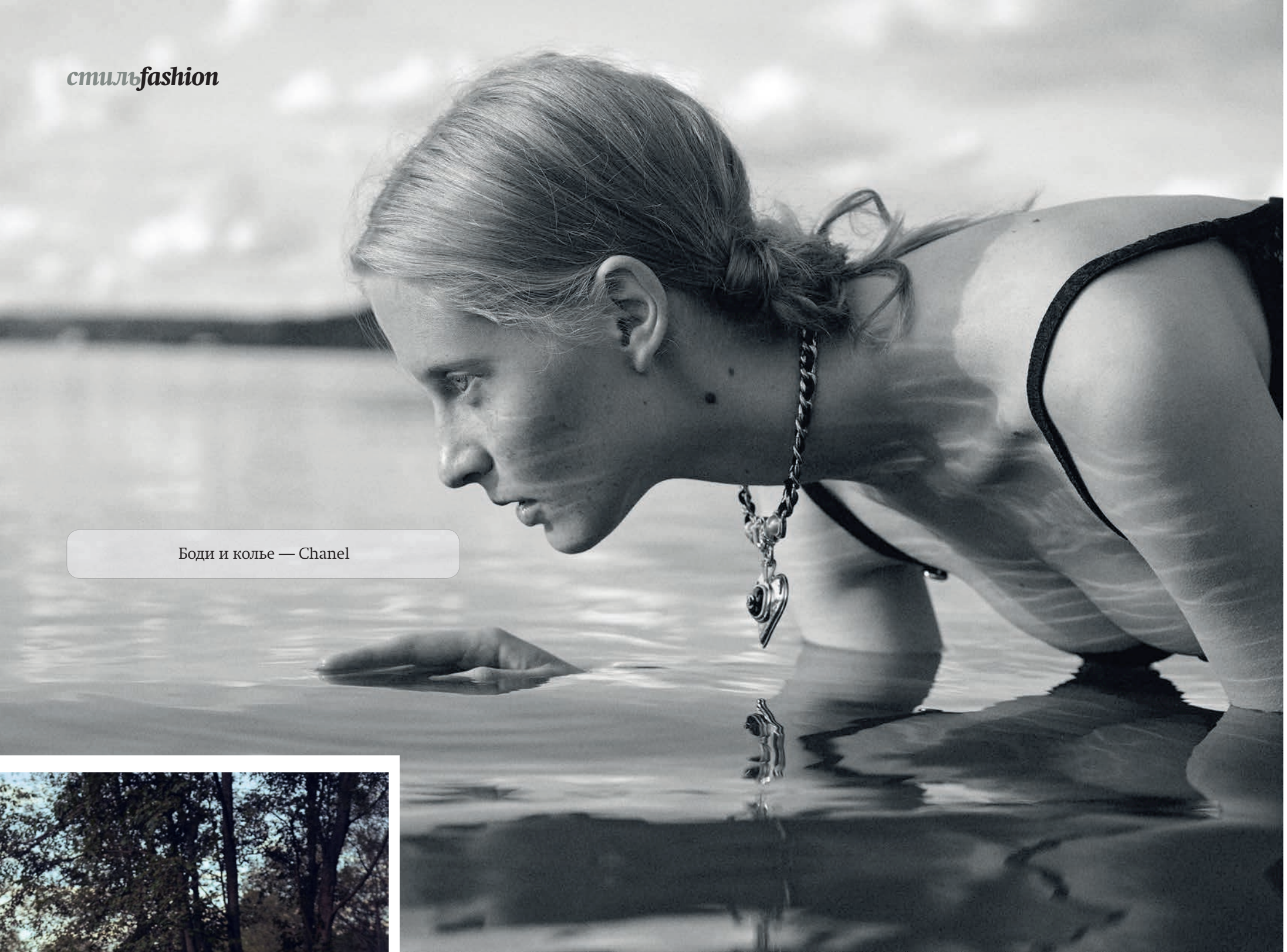
СЕЗОН в моде меняется дважды, весной и осенью, но отчего-то сентябрь для индустрии важнее марта. Может быть, осенние коллекции дают больше простора для стилизации — многослойность, насыщенные глубокие цвета, а может быть, это дань старинной традиции отмечать в сентябре начало нового года, существовавшей со времен Ивана III до петровских. Если причина действительно в этом, то можно и некоторые ритуалы осени возродить как часть модных шоу. Например, обряды обновления огня, символизирующие смену года, когда глава семьи гасил в печи огонь и зажигал новый, а дом окуривали дымом, чтобы изгнать злых духов. (Добывали огонь трением кусков дерева — липы и дуба или сосны и березы, а потом несли его в церковь и зажигали там свечи.) Или, вспомнить, чисто женские новогодние сентябрьские обычаи, например, как девушки сжигали свои соломенные подстилки — чем не fashion-перформанс.

В сентябре отмечали и праздник Рождества Богородицы, который на Руси считался женским праздником (во времена язычества воздавали почести ее прообразу, богине Мокошь). Для молодых девушек это был важный день в году, когда было принято обращаться к Богородице с мольбами о поддержке на берегу реки или озера, в нарядных сарафанах, с песнями, плясками и хороводами. Этот же день совпадал с праздником урожая. Женщина продолжает род, она как мать-земля дает плоды. Девушки ходили по полям и пели песни, чтобы отблагодарить землю за урожай и попросить на будущий год такой же милости. Fashion-фантазии на тему этих обрядов и представили стилист Мария Колосова и фотограф Дарья Ганихина в своей заключительной съемке из фольклорной трилогии.

Известно, что славяне-язычники тему женской энергии не табуировали. Невинность не была ценностью, а в ночь Ивана Купалы и вовсе были приняты физические проявления любви как ритуал обмена энергией. Существовали и другие обряды: инициации, символического оплодотворения. Некоторые из этих языческих обычаев также послужили источником вдохновения для авторов fashion-съемки.

НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

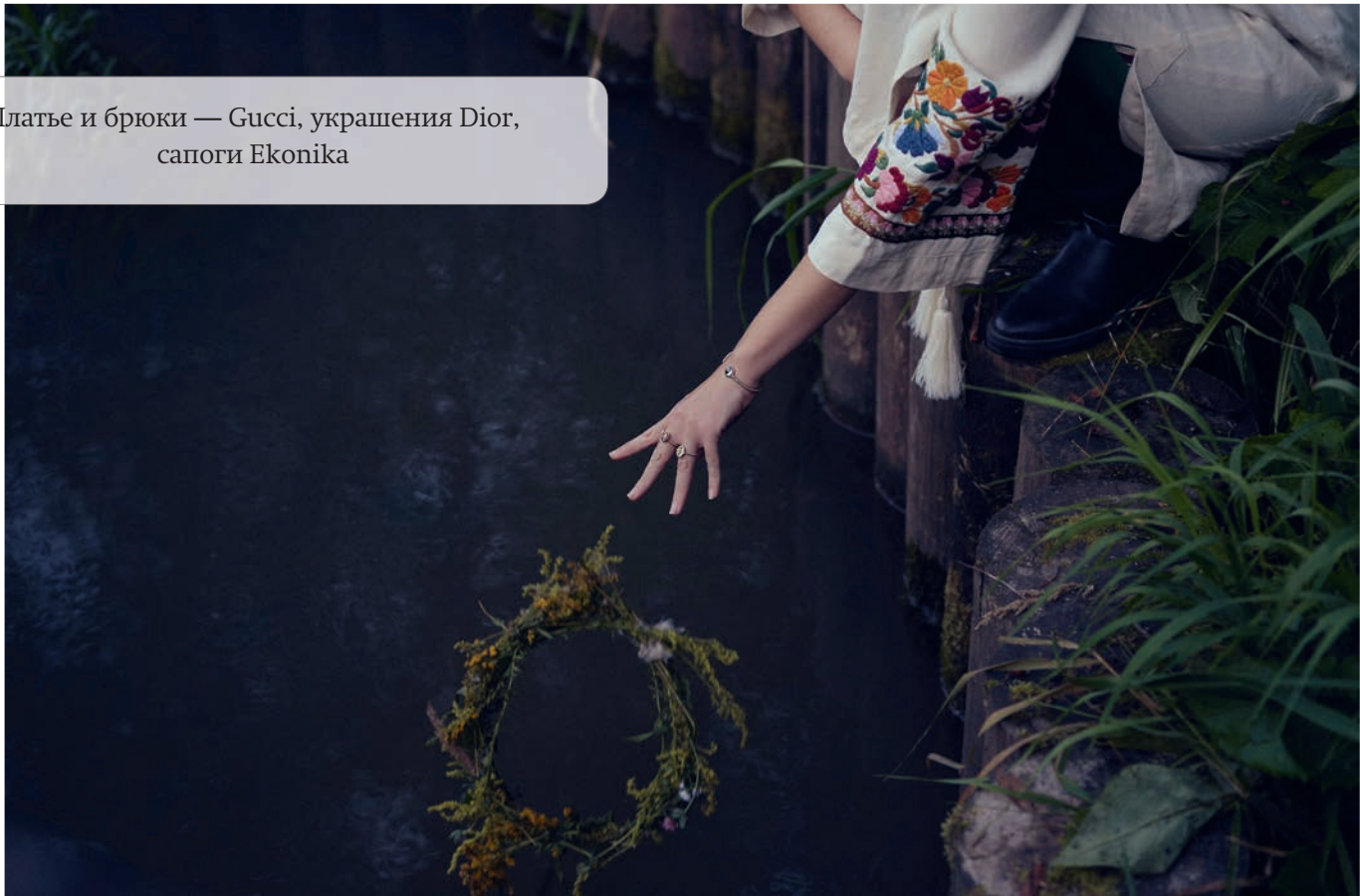




Боди и колъе — Chanel

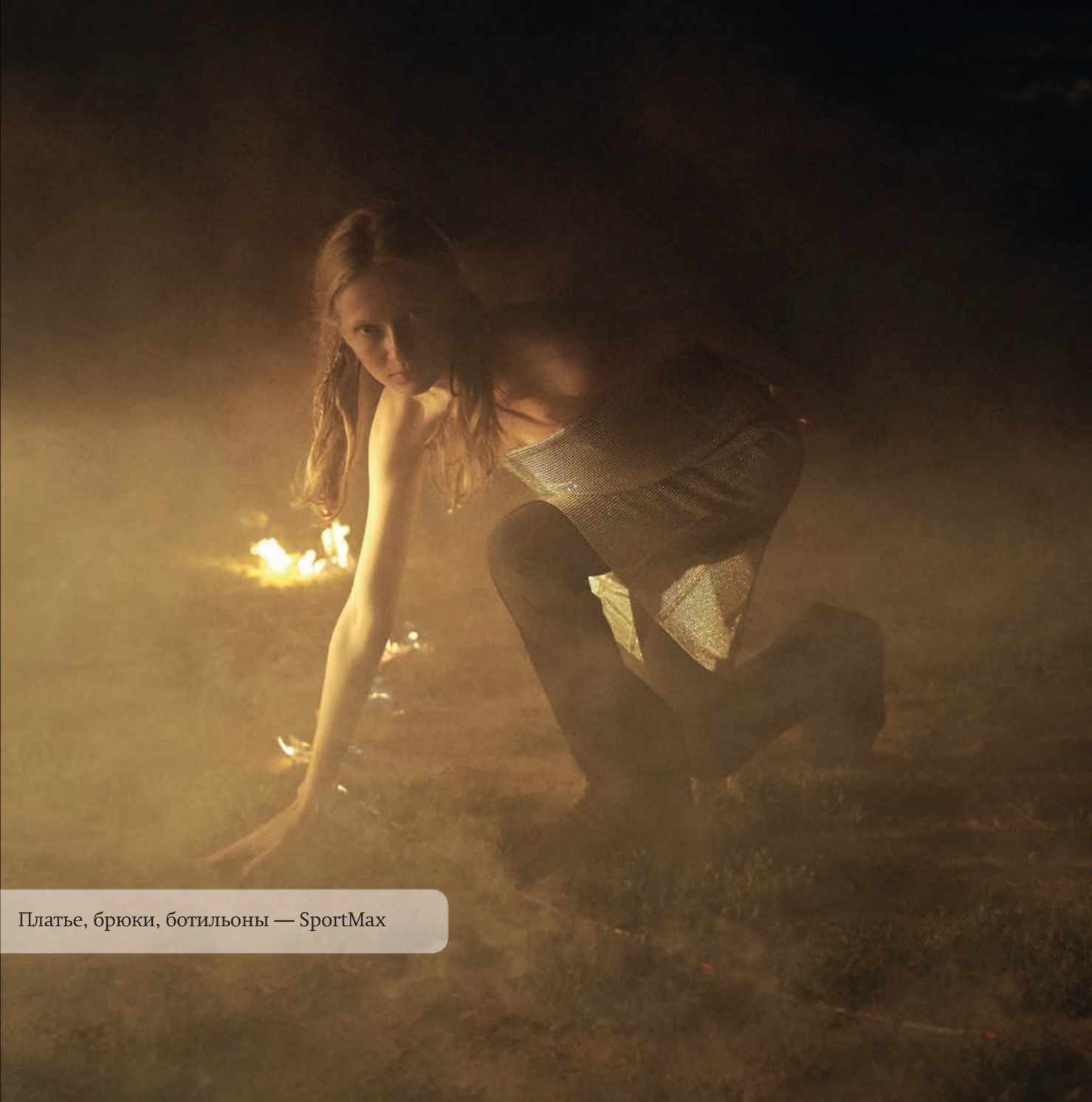


Платъе и брюки — Gucci, украшения Dior, сапоги Ekonika





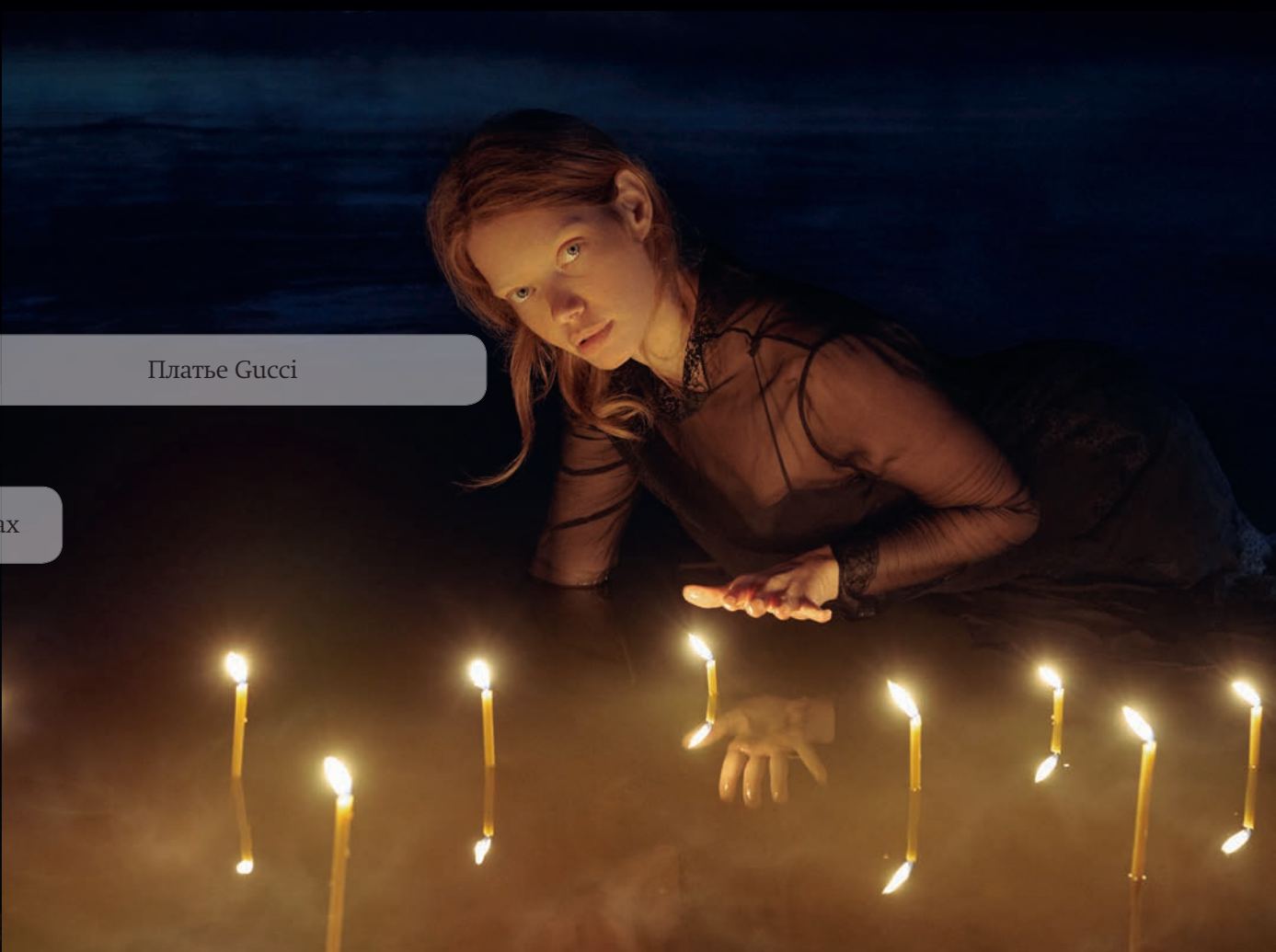
Пальто, жакет, боди, юбка, туфли, серьги — Chanel, носки Falke



Платье, брюки, ботильоны — SportMax



Платье Gucci



Платье, брюки, ботильоны — SportMax



Платье Fashion Rebels



СЕКСПЛУАТАЦИЯ

Нагота на подиумах Gucci



Мурал «Сад земных наслаждений Gucci», художник Игнаси Монреаль, 2018

КОЛЛЕКЦИЯ весна-лето 1996. Луч прожектора, как в кабаре, высвечивает первую модель: фривольной походкой, виляя бедрами, по подиуму идет Эмбер Валлетта. На ней прозрачная черная туника с непрозрачной юбкой. Ее небольшая аккуратная грудь хорошо просматривается через шифон, а растрепанная прическа намекает на то, почему на ней нет белья. Коллекция весна-лето 2020. Первая модель выходит на подиум в черном узком платье с непрозрачной юбкой и совершенно прозрачным лифом. Она движется быстро и механистично. На ней нет белья, но ни ее плоская грудь, ни короткая прическа не дают однозначного ответа на вопрос, кто же перед нами. Оба эти образа принадлежат марке Gucci, оба обращаются к телу и сексуальности, но совершенно по-разному, ведь за четверть века изменился не только бренд, но также наш взгляд на секс и сексуальность, и мы сами. «Никто не мечтает носить Гуччи!» — констатировала в начале 1990-х Дон Мелло, которую пригласили возглавить компанию, чтобы спасти ее от банкротства. По этой же причине никто в Европе не хотел работать на бренд, у которого больше тысячи точек продаж и более 22 тыс. товаров в ассортименте, включая пепельницы и кружки. В 1992 году Мелло решила нанять малоизвестного американского дизайнера Тома Форда. Его первые коллекции были почти

пуританскими, однако он внимательно смотрел на старших коллег и чувствовал дух времени. А время изменилось — и жить стало веселее. После десятилетия страха перед СПИДом, когда секс ассоциировался с опасностью, на рубеже 1980–90-х в моду пришел гранж — упаднический, депрессивный, бесформенный и асексуальный стиль. И хотя угроза заболеть не исчезла, появилась более эффективная ВИЧ-терапия, и мир стал заново открывать для себя секс. В 1990 году Мадонна отправилась в турне в знаменитом бюстье с остроконечными чашками, придуманном Жан-Полем Готье, в 1992 году Джанни Версаче показал платья-бондажи, вдохновленные BDSM, а Тьерри Мюглер сделал популярными виниловые леггинсы, корсеты и байкерские куртки на голое тело. Более искушенным стал и Том Форд. В коллекции осень-зима 95/96 появился его характерный набор приемов: глубокие декольте, облегающие брюки, мини-платья и растрепанные «после секса» прически. Продажи Gucci выросли на 90%, и стало понятно, в чем секрет успеха: в старой формуле sex sells. В летней коллекции 1996 года декольте стали еще глубже, ткани еще прозрачнее, а Кейт Мосс вышла на подиум дважды: в топе, который был не шире повязки для аэробики, и в открытом мини-платье из белого гипюра. Поначалу Форд стремился показать как можно больше тела, однако уже в коллекции осень-зима 96/97 он предпочел не разде-



Эмбер Валлетта на показе Тома Форда для Gucci, весна-лето 1996



Прозрачные ткани и обнаженная грудь в коллекции Алессандро Микеле для Gucci весна-лето 2020 как цитата из коллекций Тома Форда 1990-х годов

вать моделей, а позволить это сделать воображению зрителя. Появился большой костюмный блок. Никаких распущенных волос, только идеальные пучки, словно модели вышли с заседания совета директоров. Но главное сделали всего шесть облегающих платьев из белого шелкового джерси (разумеется, без намека на нижнее белье) с теми же глубокими декольте или фигурными вырезами. На фоне шелка и тела сверкали металлические пряжки и накладки: если бы у героев «Космической Одиссеи» был секс, то они бы пользовались такими игрушками. Довершили работу Марио Тестино и Карин Ройтфельд, снявшие рекламу, в которой явно ощущалось сексуальное напряжение, но почти не было обнаженного тела. Акцент сексуальности переместился на одежду. «Уже само наличие одежды, как правило, ассоциируется с властью, а нагота — с ее отсутствием», — пишет исследователь моды Валери Стил в книге «Фетиш. Moda, секс и власть». Так костюм превратился в power suit, означающий sex power, а женщина выступила субъектом этой власти. Отныне сексплуатейшн стал основным приемом Тома Форда, а сам он заделался главным секспертом. Он расспрашивал о своем интимном мире в таких подробностях, что мы даже знаем, какого цвета были шелковые простыни на его кровати (черные), носил ли он дома одежду (нет) и мастурбировал ли под порно (догадайтесь сами). Форд сознательно создал себе репутацию



МЕХА



ЕКАТЕРИНА

www.mexa-ekaterina.ru

 Меха Екатерина

 @mexaekaterina

Маркиза де Сада индустрии моды, но главное — спас Gucci от банкротства. Придя в компанию с выручкой \$203 млн и годовым убытком \$23 млн, через десять лет он привел ее к выручке £1,5 млрд. И чем ниже в его коллекциях опускался пояс брюк, обнажая знаменитые G-стринги, тем выше были цифры продаж. Ниже всего этот пояс опустился в 2003 году в рекламной кампании, где парень стоит перед девушкой, на лобке которой выбрита буква G. «В это время всюду был брендинг, брендинг, брендинг. И я подумал: насколько далеко можно с этим зайти?» — так Форд комментировал журналу Vogue этот апофеоз порношика. Эта же кампания стала началом его конца. Даже секс приедается, а «когда секс уходит из бизнеса, уходим и мы», — скажет дизайнер после увольнения. Любопытно, но когда он попытался сделать ставку на секс второй раз, уже в 2010-х, эта идея не сработала. Пришло время других ценностей и Алессандро Микеле. Когда Микеле назначили креативным директором марки в 2015 году, компания не находилась на грани банкротства. В коллекциях его предшественницы Фриды Джаннини тоже был секс, но он больше походил на то, что принято называть супружескими обязанностями. В центре мира Gucci была богатая женщина в дорогой одежде, с жизнью, от буржуазности которой сводит скулы. Марка находилась в креативном лимбе, из которого ее и вызволил



ФОТО ИЗ РЕКЛАМЫ GUCCI, СЪЕМКИ МАРИО ТЕСТИНО, 2003



СУМКА GUCCI С НАДПИСЬЮ ORGASMIQUE ИЗ КОЛЛЕКЦИИ ВЕСНА—ЛЕТО 2020 НА ВЫСТАВКЕ ARCHETYPES В GUCCI GARDEN, ФЛОРЕНЦИЯ, 2021

Алессандро Микеле, верно почувствовавший zeitgeist с подъемом движения Me too, новой этики и появлением поколения Z с его гендерными метаниями. Дизайнер довольно скоро отказался от деления коллекций (и вещей) на мужские и женские, а моделей стал выбирать по принципу инклюзии и соответствия самым неконвенциональным формам красоты. Критики тут же окрестили новый образ Gucci «гикшиком». Порой кажется, что коллекции Микеле — это последовательная прора-

ботка опыта поколения (самому дизайнеру 48) у психотерапевта, кресло которого находится в первом ряду на модном показе, и мы все в нем сидим. Тут и счастливые воспоминания, и детские фобии, и буллинг в школе, и проблемы пубертата, и нежелание взрослеть. Если у моделей Форда не нужно было спрашивать паспорт, чтобы определить возраст согласия — они выглядели половозрелыми, — то модели Микеле выглядят настолько невинно, что само слово «секс» в их адрес отдает уголовным кодексом. И тем не менее оно звучит. «Секс настолько простое слово, но оно клаустрофобическое, потому что придаем ему лишь одно значение. <...> Лично мне нравится, когда я не уверен, когда все немного, как говорят французы, аморфно», — рассказывает дизайнер в подкасте The Sex Ed. К счастью, он тут же объясняется, что испытывает оргазм перед гениальной картиной, прекрасными глазами напротив или при виде заката. Одним словом, в мире, где секс стал токсичным, на первый план выходит сексуальность, которая не обязательно предполагает секс, зато может принимать даже более причудливые формы, чем стайлинг Gucci: «Когда я одеваю парня, как бабушку, он становится сексуальным...». В коллекциях Алессандро, как на карнавале, все смешалось со всем, под маской скрывается другая маска, и не вполне понятно, у кого какая роль и какое для всего этого стоп-слово. Ясно лишь одно: ваша сексуальность заканчивается там, где начинается сексуальность другой персоны. Любопытно, что дизайнер несколько раз прибегал к элементам BDSM, но маски, шипы, бондажи, стеки, хлыстики и платье, расшитое элементами конской упряжи, которые у Тома Форда были бы восприняты однозначно, в коллекции Микеле лишены всякого сексуального подтекста и становятся предметами в се-



В РУКЕ МОДЕЛИ ЭЛЕМЕНТЫ КОНСКОЙ УПРЯЖИ И ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ДЛЯ ДРЕССУРЫ, КОЛЛЕКЦИЯ ОСЕНЬ—ЗИМА 2021



Кейт Мосс в гипюровом платье Gucci, весна—лето 1996

COURTESY OF GUCCI



FIRSTVIEW / VOSTOCK PHOTO

oire d'une Odeur. Меж тем только за первое полугодие 2021 года выручка бренда составила почти £4,5 млрд. Очевидно, что новая сексуальность отлично продается. До конца года рост обеспечат выход криминальной драмы о клане Гуччи, торжества по случаю 100-летия марки и продажи коллекции Gucci Aria. Посвященный ей ролик тоже весьма характерен: раздетые модели стремятся попасть на вечеринку в лондонский отель Savoy в 1920-х, а в итоге оказываются в райском саду, где жуют травку инклюзивные кролики-альбиносы, порхают белые павлины и скачут белые лошади, символизирующие чистоту, непорочность и вселенскую любовь. Среди них резвятся модели, словно Адам и Ева, не ведающие, какая участь ожидает их после изгнания из Рая, когда им придется познать страдания, боль и... секс.

Александр Рымкевич
(TELEGRAM-КАНАЛ BON MOT)



COURTESY OF GUCCI



COURTESY OF GUCCI

Фетишистские элементы — хлыст и длинные перчатки — в коллекции Алессандро Микеле, весна—лето 2020

«СВОБОДА, РАВЕНСТВО, СЕКСУАЛЬНОСТЬ» — ДЕВИЗ GUCCI, АДРЕСОВАННЫЙ НОВОМУ ПОКОЛЕНИЮ. ВЫСТАВКА ARCHETYPES В GUCCI GARDEN, ФЛОРЕНЦИЯ

ИНСТАЛЛЯЦИЯ НА ВЫСТАВКЕ ARCHETYPES СООБЩАЕТ НАМ: ВСЕ, ЧТО ПРОИСХОДИТ В ТУАЛете НОЧНОГО КЛУБА, ОСТАЕТСЯ В ТУАЛете НОЧНОГО КЛУБА

бе. И даже надписи Orgasmique на одежде следует понимать однозначно — как тот самый оргазм при виде заката. На мультимедийной выставке Archetypes, открывшейся в Gucci Garden во Флоренции и рассказывающей о ее рекламных кампаниях, есть пространство, оформленное как туалет в ночном клубе. Под дверью кабинки виднеются две пары ног (разумеется, нельзя однозначно утверждать, мужские они или женские), но зрителю даже в голову не придет помыслить, что люди в кабинке занимаются чем-то, кроме съемки селфи. В Эдемском саду Gucci цветут даже не сто, а тысячи цветов, и все они в глазах Алессандро — цветы добра, да и пахнут антисептической аптечной ромашкой, как духи марки Mem-

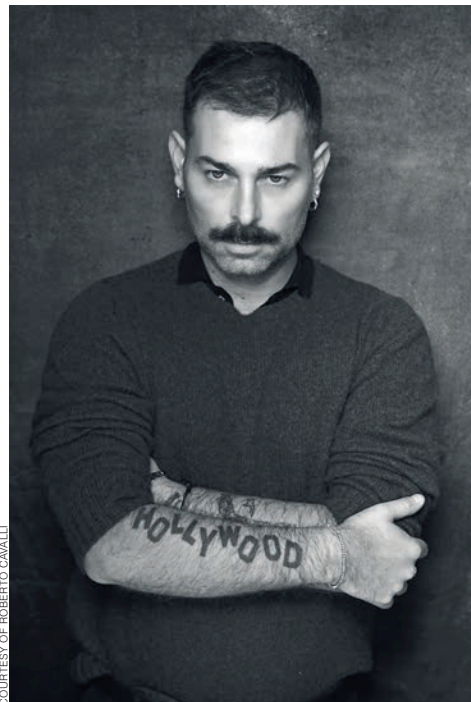
COURTESY OF GUCCI



«СВОИ ФАНТАЗИИ ОСТАВЬТЕ ПРИ СЕБЕ»

Фаусто Пульизи о чувственности и эмансипации

В ОКТЯБРЕ 2020-го о назначении Фаусто Пульизи креативным консультантом бренда Roberto Cavalli объявил официально, открыв новую главу своей истории. Основатель компании Роберто Кавалли возвел идеи гедонизма, эротизма и роскоши на грани китча в абсолют, со стороны его жизнь казалась бесконечным праздником, в бутиках бренда висели платья для самых громких вечеринок — летящие, блестящие, дерзкие и сексуальные. Кавалли провоцировал длиной юбок и разрезов, изобретал новые способы нанесения леопардовых и тигровых принтов на одежду, обожал камни и стразы. Экцентричность и секс продавали долго, почти до середины 2010-х, но в моду вошел минимализм, и у бренда начались сложности — пришлось закрывать бутики и сворачивать бизнес. Черда креативных директоров не спасала положения, пока не пришел дизайнер Фаусто Пульизи, адепт сексуальности и китча, чья эстетика во многом сформировалась благодаря основателю концепции сюрреалистичного гламура фотографу Дэвиду Лашапелю — в конце 1990-х Пульизи работал у него стилистом. В 2010 году Фаусто основал свой именной бренд Fausto Puglisi и стал любимцем голливудских старлеток и «гламазенок». Его вещи обожают Мадонна, Бейонсе, Дженнифер Лопес, а также Зендея, Тейлор Свифт, Кендалл Дженнер, Рита Ора и многие другие. Время для китча и секса сложное, «сексуальность» никуда не делась, но выглядит иначе: на смену обтягивающим все изгибы тела платьям с леопардовыми



COURTESY OF ROBERTO CAVALLI

принтами пришли минималистичные архитектурные А-силуэты и графичные линии, объемные коконообразные одежды и прозрачные, но целомудренные вставки. Впрочем, Фаусто Пульизи с таким положением дел не согласен и своей первой коллекцией для бренда Roberto Cavalli напоминает, что откровенные наряды все еще хорошо продаются, нужно лишь сделать поправку на новые реалии. В интервью «Коммерсантъ. Стиль» дизайнер поделился своим видением тренда на сек-

суальность в моде и признался в любви самому чувственному из искусств — балету.

За последние годы человечество сделало большой шаг вперед: женщины заговорили о проблеме сексуальных домогательств, о праве выглядеть привлекательно и не становиться автоматически возбуждающим объектом. Как вы смотрите на перемены и как в вашем представлении изменилось понимание сексуальности в одежде и моде? Меня восхищают эти перемены, ведь я сам всегда транслировал эту мысль: женщины должны одеваться так, как им нравится, быть теми, кем они хотят быть, не боясь стать объектом критики. Одежда — самый простой способ самовыражения. Коллекции Roberto Cavalli дают женщинам право быть сексуальными, но не для улады мужских глаз, а для себя любимых. Животные принты, высокие разрезы, глубокие декольте, короткие юбки — когда-то так одевались, чтобы привлечь внимание мужчин, сейчас — чтобы сказать: мое тело — мое дело, свои сексуальные фантазии оставьте при себе! Я никогда не уважал мужчин, воспринимающих женщин как секс-объекты. У меня это вызывает отвращение! К тому же сексуальность не равно пошлость. Я вдохновляюсь женской чувственностью, которую показали нам фотограф Хельмут Ньютон, модные дизайнеры Аззедина Алайя, Джанни Версаче и Роберто Кавалли. Кстати говоря, Аззедина Алайю я мог бы назвать отцом сексуальности и чувственности.

Фотографы Ричард Аведон и Хельмут Ньютон понимали женскую сексуальность как силу, которой следует пользоваться с умом, — речь шла об интеллектуальной привлекательности, а не об объективизации женского тела. О женском чувстве юмора, женском интеллекте и мудрости, которые мы, мужчины, так любим в женщинах. Здесь есть вот какой трюк! Когда женщина раздевается в угоду мужчине, это дешево, на это клюют не те мужчины. Когда та же женщина осознает свой интеллект и показывает свое тело из любви к себе, она получает полный контроль над ситуацией. **Как человек из России, я осознаю, что редкий мужчина сможет удержаться от фантазий, если перед ним стоит женщина в леопардовом обтягивающем фигуру платье и тигровых ботфортах Roberto Cavalli.**

На это женщины тоже могут повлиять. Бесстыжие альфа-самцы ведь чьи-то сыновья, и матери их растили без уважения к женщине. Если мама с детства закладывает фундамент толерантности и эмпатии, учит чуткости и уважению к другим людям, то мужчина не будет смотреть на женщину только как на тело. Мужчинам следует знать о равных правах, а женщинам — перестать оглядываться на чужое мнение. В некоторых странах и религиях это до сих пор почти невыполнимо, но рано или поздно и там случится переворот сознания. Мужчинам следует помнить: женщина не блестящая награда. И конечно, нужно избавиться от сексизма. Хватит думать, что розовый — цвет для девочек, а голубой — для мальчиков. Это просто



стильпервые лица



Сумки: кожа, кристаллы, позолоченный металл



Ожерелье-цепочка TIGER TOOTH: позолоченный металл, кристаллы, замок-карабин

цвета, которые не характеризуют пол. Когда мы перестанем сексуализировать такие вещи, мир станет лучше. Но здесь предстоит еще много работы... Многие модели из вашей первой коллекции для Roberto Cavalli облегают фигуру, открывают ноги буквально до талии — в России до сих пор существует стереотип, что для таких вещей должна быть идеальная фигура. Что вы на это скажете?

Скажу, что надо работать над своими убеждениями. Я всегда выступал за разнообразие, даже когда это не было столь модным. На обложках журналов уже стали появляться разные женщины, поэтому сейчас мы переходим на следующий уровень — люди должны полюбить свои недостатки и перестать считать чужие несовершенства чем-то постыдным. Думаю, я ответил на ваш вопрос.

Какой период вас больше всего вдохновляет в творчестве Роберто Кавалли и встречались ли вы с ним?

Да, мы виделись однажды. Меня восхищают его смелость и видение. Я очень его уважаю, он настоящий мечтатель, он был знаковым типажом, создавал свой собственный мир и получал от этого удовольствие. Он был «царем зверей», он был королем и прекрасно справлялся со своими задачами. Люблю его Золотой век с 1998 по 2006 год. И ранние работы — хиппишк 1970-х. В новой коллекции я постарался отразить эти периоды.

Есть ли место такому знаковому для Кавалли гламурному и откровенному проявлению сексуальности в 2021 году?

Последние лет шесть было непросто, но я отчетливо вижу, что максимализм и секс возвращаются в моду! Мне нравится все, что имеет силу и дает власть женщинам. Я уверен, что сексуальность должна быть острой и в каком-то смысле мужественной, ни в коем случае не будуарной. Я ненавижу все старомодное. В том числе и для Roberto Cavalli я буду держаться подальше от всего, что устарело, — будуарная сексуальность точно устарела.

В университете вы изучали философию. Есть ли кто-то из русских философов, кто произвел на вас впечатление?

Я назову Достоевского, хотя он и не философ, а писатель. Я восхищен русской культурой! В русских людях до сих пор живет Достоевский. И эту связь поколений я чувствовал до недавних пор. Не дайте этой связи истончиться. Вы, возможно, не видите этого, но ваша культура доступна для всех. Знаете, чем я еще одержим? Русским балетом. Несмотря на тот факт, что русские балеты развивались в Париже, они все же русские. Вы можете поговорить с Сюзии Менкес, с Анной Винтур, и они подтвердят, что все мои коллекции так или иначе обыгрывают тему русских балетов. Кстати, возвращаясь к теме нашей беседы, балет — очень чувственное искусство. В нем много наготы, много изгибов тела, но нет объективизации и пошлости. Только красота тела. Такой и должна быть сексуальность в моде сегодня.

Беседовала Натела Поцхверия
Перевели с английского
Рокси Голя, Анна Макарова



Шелковый шарф, принт QUEEN OF FLORIDA



Коллекция ROBERTO CAVALLI сезона осень—зима 2021/22

«КУТЮР ПОДАРИЛ МНЕ СВОБОДУ»

Демна Гвасалия о возвращении Balenciaga к высокой моде

ПРОВОКАТОР, enfant terrible, гений маркетинга и кроя: создателя марки Vetements и креативного директора Balenciaga Демну Гвасалию сравнивают с великим Марином Маржелой за оригинальность его шоу и ироничный подход к моде. А иногда называют философом за умение ставить ребром непростые вопросы: его коллекция сезона осень—зима 2020 на тему апокалипсиса, где модели ходили по воде, последняя перед пандемией, стала визуальным символом мира моды и человечества, в котором что-то пошло не так и которое стоит на пороге больших перемен. Поэтому новость о том, что он собирается перезапускать линию haute couture в доме, где ее не было больше полувека, стала громом среди ясного неба. Кристоаль Баленсиага решил уйти из моды, когда она потеряла для него смысл. Так зачем Демна возрождает то, что сам создатель дома закрыл? Что хочет сказать Гвасалия?

Этой коллекции ждали больше двух лет — Гвасалия должен был показать ее еще в прошлом году, из-за пандемии смотры отложились на год, но они стоили каждой минуты ожидания. Кутюрные техники с иронией в адрес классической высокой моды с ее богатыми вышивками, перьями и бальными платьями, джинсы, созданные вручную из лучшего японского денима, пушистые халаты из мелконарезанной кожи и простая одежда — футболки, тренчи, платья, сорочки на каждый

день. Демна рассказывал о них корреспонденту «Коммерсантъ. Стиль» после показа, который проходил в полной тишине, как во времена Кристоаля Баленсиаги, в обновленных кутюрных залах на авеню Георга V, на Re-See и позже, когда мы созванивались по Zoom. Гвасалия снова нашел себя, показал, зачем нужен haute couture сегодня, и дал нам надежду на то, что в моде еще не все сказано.

Какую роль коллекции haute couture играют сегодня? Почему вы решили возобновить кутюрную линию?

Чтобы лучше понять, как и почему мы сегодня потребляем моду. Многие бренды делают кутюр как рекламу, чтобы лучше продавать свои кроссовки, парфюмы или очередную сумку. Мне это абсолютно не нужно. Я хотел запустить кутюрную линию, чтобы обратить внимание на то, что мода потеряла и что с ней стало. Ведь изначально мода — это история об одежде и о том, как она сидит на нашем теле. Конечно, многие скажут, что haute couture сегодня никому не нужен. Кому понадобится тренч за €50 тыс., если можно купить похожий тренч за €50 или за €5 тыс.? В кутюре нет и никогда не было практического смысла, и это очень поэтично. Что такое мода сегодня? Два клика на экране — и через пару часов total look у вашей двери. Но разве таким мы хотим видеть будущее? Сегодня мы много говорим о перепроизводстве, об одежде, которая буквально вез-



Демна Гвасалия, Париж, май 2021 года

Кристоаль Баленсиага в салонах Balenciaga на авеню Георга V в Париже, 1959 год. Весь тейлоринг коллекции сезона осень—зима 2021/22 создан по образцу и подобию костюмов, которые носил сам Кристоаль Баленсиага



COURTESY OF BALENCIAGA



BALENCIAGA

КРИСТОАЛЬ БАЛЕНСИАГА ВО ВРЕМЯ ПРИМЕРКИ В САЛОНЕ BALENCIAGA, ПАРИЖ, 1966 ГОД



МОДЕЛЬ BALENCIAGA, КАДР ИЗ ЛУКЕВКИ КОЛЛЕКЦИИ 1937 ГОДА

стильпервые лица

де. Какой смысл скупать все эти кроссовки, футболки и маленькие сумки? Может, лучше притормозить, отложить деньги и купить ту вещь, которая вам действительно нравится и которая будет сделана специально для вас? Вещь, от которой захочется кричать «Вау!». Когда вы носите классные модные кроссовки, вы говорите себе «это круто», вы становитесь частью модной повестки, а когда вы носите кутюр, это «вау», потому что только вы знаете, какой эффект эта одежда производит на вас. Я запустил haute couture, потому что уверен, что за ним будущее и что у него особая миссия: он вернет смысл моде и спасет ее.

Какого клиента вы представляли себе, работая над коллекцией? Может ли девушка, пришедшая к вам за кроссовками Triple S или новой it-bag Le Cagole, заказать потом что-то из линии haute couture?

Конечно! Я никогда не создаю дизайн для одного клиента, для меня хороший продукт тот, который отлично смотрится на абсолютно разных людях. Да, Le Cagole очень веселая, классная сумка. Но ничто не мешает носить ее с нашей джинсовкой из кутюрной линии или с вечерним платьем. В Balenciaga я строю диалог с клиентами разного происхождения и статуса, с разными характеристиками. И у каждого своя история с домом Balenciaga. Для них couture — это просто еще одна линия. Эксклюзивная, очень дорогая, очень трудоемкая. И да, она создана для того же клиента, который, кстати, не стоит на месте, а развивается вместе с нами. Конечно, у нас могут появиться и новые кутюрные клиенты, которые раньше даже не слышали о Balenciaga: теперь они могут прийти в наши салоны, открыть для себя бренд через haute couture, а потом начать покупать у нас и одежду pret-a-porter. И это тоже неплохо — расширять клиентскую базу по всем фронтам.

Получили ли вы уже обратную связь от клиентов? Что им понравилось больше всего? И ждали ли вас сюрпризы?

По правде сказать, я никогда не прошу об обратной связи, особенно по поводу только что вышедшего. Мы проводили встречи с клиентами всего в течение трех дней после показа в Париже, а затем коллекция отправилась в путешествие по миру — так что можно ждать первого фидбэка не раньше чем через полгода. Хотя разведка мне доложила, что к нам уже записалось несколько клиентов на примерку самых дорогих бальных платьев. А еще мне рассказали, что многие клиенты-мужчины купили у нас образы, которые показывались на девушках-моделях. Я могу только догадываться, о каких именно вещах идет речь, но мне показалось очень любопытным, что наши клиенты смотрят на кутюр Balenciaga таким открытым взглядом. Я не хочу, чтобы он был привязан к гендерным нормам. Кто я такой, чтобы говорить: ты мальчик и должен носить это, а если ты девочка, то вот это. В сегодняшнем мире в гендерных стереотипах попросту нет смысла.

Вы больше не проводите живых показов коллекций pret-a-porter, заменив их на digital — музыкальные видео или видеоигры. Почему решено было показывать couture в формате настоящего шоу?

Couture — это результат целого года работы, для меня было важно показать эту одежду вживую в Париже, в наших обновленных салонах на авеню Георга V, где



Элла Эмхофф, падчерница вице-президента США Камалы Харрис, в образе из кутюрной коллекции Balenciaga, осень 2021 года



COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA

Образы из кутюрной коллекции Balenciaga, осень 2021 года. Возле каждой модели табличка с номером — так документировал образы из своих коллекций Кристоаль Баленсиага



COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA

началась кутюрная история дома Balenciaga и где брошен наш якорь. Я бы никогда не стал отказываться от живых показов, если бы пандемия не заставила меня пересмотреть многие вещи. Что бы ни происходило в мире, мы не можем себе позволить останавливаться, мы должны продолжать показывать свои работы. Люблю технологии, мне нравится, что они могут нам подарить. Но как только мои гости снова смогут свободно путешествовать, обязательно вернусь к живым шоу и буду совмещать их с digital-проектами. Потому что даже на очень большое живое шоу я смогу пригласить максимум 1 тыс. гостей. А мне нужно вести диалог с моей глобальной аудиторией: сотни тысяч людей следят за нами дистанционно через экраны компьютеров и смартфонов.

Раз вы упомянули салоны на авеню Георга V, расскажите, какое открытие в архивах дома было для вас самым удивительным?

Когда я пришел в Balenciaga в 2015 году, сразу же отправился в архивы, потому что мне было важно понять прошлое дома, чтобы решить, куда я хочу его повести. Я никогда не пытался копировать Кристобаля, потому что в этом нет смысла: он жил в середине XX века, а я живу сейчас, я не хочу быть им или притворяться, что мы стоим на одной ступеньке. Я тот, кто я есть, я работаю на дом с огромным наследием и должен понимать взгляд его создателя на моду. Закрывать на это глаза — это как водить машину и не смотреть в зеркала заднего вида. Чтобы создавать будущее, нужно знать прошлое. Архивы помогли мне понять, как Баленсиага смотрел на мир и насколько он был помешан на конструкции одежды, на расстоянии между телом и его платьями. Он не просто дизайнер, а настоящий кутюрье, архитектор — он знал, как устроена анатомия человека, как никто другой. Когда, еще будучи студентом Королевской академии изящных искусств в Антверпене, я читал о его работах и смотрел документальные записи с его показов, то всегда поражался его умению создавать одежду и соотносить ее с телом, чтобы у вас появлялось особенное настроение благодаря его силуэтам. Сейчас, оглядываясь назад, понимаю, что уже тогда хотел работать именно на Balenciaga. Но отвечаю на ваш вопрос: если мне нужно выбрать всего одну вещь из архивов, которая меня зацепила больше всего, я назову свадебное платье с его последнего показа 1967 года. У него очень простая конструкция: два стежка и две вытачки. Для меня именно с этого платья начался минимализм в моде. Мне очень хотелось, чтобы это платье стало финальным аккордом моей первой кутюрной коллекции. Мы очень долго над ним работали и пытались его переиграть на новый лад, это был настоящий страшный сон: мы пришивали к нему рукава, потом отрезали их, добавляли стежки, перекраивали его много-много раз, но ничего не получалось. Пока я не смирился: мы покажем это платье таким, какое оно есть. Единственное новшество: я заменил атлас на более современную ткань с шелковой ниткой для свитшотов. Так что это настоящая реплика, которая лично для меня несет огромное символическое значение.

Для вас важно отдавать дань уважения прошлому и не забывать об основателе дома. А как вы относитесь к своему прошлому? Например, черный цвет име-

ПЛАТЬЕ ИЗ КУТЮРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ BALENCIAGA, ОСЕНЬ 2021 ГОДА, И ЕГО ПРООБРАЗ — ПЛАТЬЕ ИЗ ЛЕТНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ 1962 ГОДА



COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA

ет очень важное значение для грузин, и черный был любимым цветом Баленсиаги. Это тоже совпадение?

Когда я работаю над коллекциями, я никогда не думаю о цветах Баленсиаги, а потом, когда оказываюсь в архивах, с удивлением замечаю, что мы работаем почти с одной цветовой палитрой. Я, как и он, не люблю полутонов, я фанат ярких красок, таких как красный и фуксия, изумрудный и королевский синий. И да, мой любимый цвет тоже черный. Я вырос в Грузии, мои бабушки всегда одевались в черное. Одна из них всю жизнь скорбела по своему мужу: дедушка ушел очень рано, ему не было и тридцати лет, и бабушка решила остаться ему верной, никогда не красила волосы и всегда носила черное. А другая бабушка — ей сейчас 83, и она настоящая модная дива — одевается в черное, потому что для нее это самый элегантный цвет. А вообще в Грузии все одеваются в черное. Если вы вдруг появитесь где-то в красном, вас примут за клоуна. Вот такая у нас картина мира — и конечно, поскольку я вырос там, это часть меня. Кстати, чем больше я узнаю о Кристобале, тем больше понимаю, насколько мы похожи с ним: культура Страны Басков удивительным образом переплетается с грузинской, у нас есть похожие рецепты, схожая лингвистика, а насыщенный драматический католический черный — тоже часть их мировоззрения. В общем, я рад, что работаю на Balenciaga. Наверное, если бы меня позвали в Versace, я бы чувствовал себя не на своем месте.

Аллюзия на кожу аллигатора, шелковые перья вместо настоящих, фейковый твид, вышивки кутюрного дома Lessage с видимыми карандашными линиями, пушистые халаты из мелко нарезанной кожи. Как вы придумали эти кутюрные техники?

В этом магия кутюра — если к нему внимательно присмотреться, замечаешь инновации, долгие часы работы, которые стоят за ним. Ты видишь, что это фейковый аллигатор — я бы в жизни никогда не работал с настоящей экзотической кожей по этическим соображениям. По той же причине я не стал бы работать с перьями или с мехом. Как сделать шелковые перья, чтобы они двигались и выглядели как настоящие? Или придать серебраному жакету шарм, как у накидки из лисьего меха, при этом не убив ни одного животного? Ито и то мы заменили на шелковые нити. Даже если все это стоит в разы дороже оригинала. В нашей коллекции есть и неидеальное вечернее платье с карандашными зарисовками, созданное по образцу и подобию ткани с цветочной вышивкой, которую Баленсиага когда-то придумал для Джеки Кеннеди. Мне хотелось подчеркнуть совершенство несовершенства, потому что добиться идеала невозможно: как сделать вышивку, традиционный элемент, современным? Показать, что это что-то большее, чем бусинки и пайетки? Мы решили, что он должен выглядеть, как будто платье еще не закончили. Как будто оно сделано неправильно.

но. В конце концов, кому судить о том, что правильно? Я ненавижу правила.

Значит, все эти особенности незаметны при просмотре онлайн?

Это правда, многие нюансы непросто рассмотреть с экрана телефона, вы скорее видите силуэт и настроение. И в этом шик кутюра — о секретах ваших вещей и тайных смыслах знаете только вы. Потому что couture — история об очень интимных отношениях между вами и вашими любимыми предметами гардероба. Мне нравится, что couture хранит столько тайн.

Наше восприятие сексуальности постоянно меняется. То, что было сексуальным для наших родителей, для нас может быть неактуальным. А что сексуально для вас?

Какой классный вопрос! Никто меня об этом раньше не спрашивал. Мне кажется, мы запутались. Понятие сексуальности у нашего поколения смешалось с порнографией. Сексуальность стала дешевой и вульгарной. Она настолько замешана на объективации определенного типа тела, который нам прямо суют под нос, что потеряла магию тайны. Особенно в моде, где все скатилось к банальной плоти. А для меня самая сексуальная часть тела — мозг, именно интеллект делает людей привлекательными. Человек очень горячий, но абсолютно тупой никогда не сможет меня заинтересовать.

А как обстоят дела с вашей одеждой?

Что в ваших коллекциях сексуально?

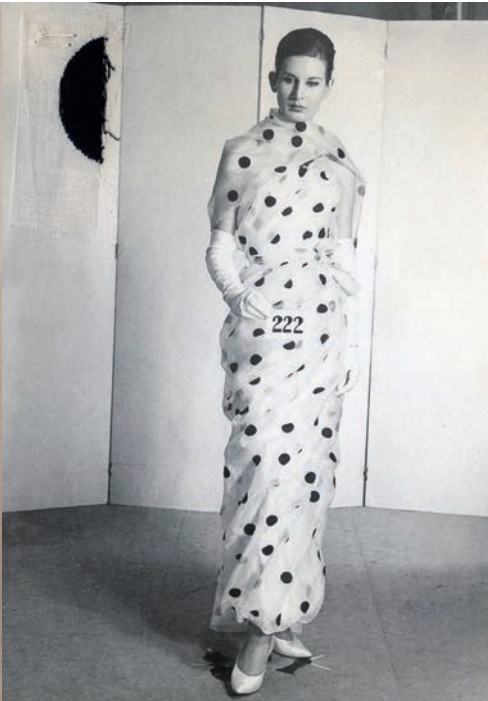
Все. (Смеется.) Я отношусь к функции одежды по Фрейду: вещи созданы, что-

бы помогать нам чувствовать себя лучше.

Мы наряжаемся, чтобы быть более уверенными в себе, привлекать взгляды других людей. И, возвращаясь к Фрейду, мы одеваемся утром, чтобы оказаться вечером в постели с кем-то. Я не верю в практическую функцию моды — тогда бы нам вообще не нужна была мода, мы все просто носили бы униформу каждый день. Конечно, у моды есть сексуальная миссия, но не надо ее путать с вульгарностью и желанием показать как можно больше тела. Например, почему мы называем мини-юбку сексуальной? Конечно, она смотрится круто, но разве это все, что в ней есть? Хотите ли вы, чтобы другие обращали внимание только на ваши ноги, или вы достойны большего? Знаете, что для меня самое сексуальное? Треники, если носить их с определенной обувью и классным топом. Любая вещь может быть сексуальной, если поместить ее в правильный контекст.

Теперь у Balenciaga есть не только очень успешная линия pret-a-porter, но и полноценная кутюрная. Каков ваш следующий ход?

Кутюр подарил мне свободу. Свободу мысли, свободу экспериментировать и идти еще дальше с моей линией pret-a-porter. Раньше я чувствовал, что мои возможности в доме с историей ограничений, держал себя в рамках и говорил себе: «Нет, ты не можешь зайти так далеко». Теперь для меня больше нет граней возможностей. Что ждет нас дальше? Сейчас я работаю над вневременной классикой и бизнес-униформой



ПЛАТЬЕ ИЗ КУТЮРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ BALENCIAGA, ОСЕНЬ 2021 ГОДА, И ЕГО ПРООБРАЗ — ПЛАТЬЕ ИЗ ЛЕТНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ 1960 ГОДА

COURTESY OF BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA

КЭТСЬЮТ ИЗ КУТЮРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ BALENCIAGA, ОСЕНЬ 2021 ГОДА, И ЕГО ПРООБРАЗ — КОМБИНЕЗОН ИЗ ЛЕТНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ 1967 ГОДА



COURTESY OF BALENCIAGA

СВАДЕБНОЕ ПЛАТЬЕ ИЗ КУТЮРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ BALENCIAGA, ЛЕТО 1967 ГОДА, И ЕГО РЕПЛИКА В ПЕРВОЙ КУТЮРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ ДЕМНЫ ГВАСАЛИИ ДЛЯ BALENCIAGA, ОСЕНЬ 2021 ГОДА



JEAN KUBIN / BALENCIAGA



COURTESY OF BALENCIAGA

на каждый день. А еще в планах запуск направления предметов для дома, потому что я сам часто с трудом нахожу вазы, пледы, подушки или ковры, которые радуют глаз. Вы увидите мои первые лайфстайл-изобретения в начале следующего года. Balenciaga пока еще нишевая концептуальная марка, и, конечно, у нее есть потенциал стать мегабрендом, но не уверен, что нам это нужно. Каждому свое. Я никогда не загадываю наперед. Проживаю день за днем, и, возможно, это лучший вариант.

Беседовала Лидия Агеева

СИНТЕЗ ПРОШЛОГО И БУДУЩЕГО

Ким Джонс интерпретирует Fendi



Сильвия Вентурини-Фенди, Ким Джонс и Дельфина Делеттре-Фенди

ПЕРВУЮ коллекцию haute couture англичанина Кима Джонса для итальянского дома Fendi ждали и клиенты, и журналисты, и звезды первой величины, и диванные эксперты. Креативный директор одного из самых успешных мужских направлений — Dior Men, автор коллаборации Louis Vuitton и Supreme, протеже Александра Маккуина и Джона Гальяно взялся за женскую одежду, и не где-нибудь, а в бренде, которым 54 года рулил сам Карл Лагерфельд. От Джонса ждали революции, феерии, арт-коллабораций, новаторства, но, как это обычно бывает с «самым ожидаемым», осталось множество недовольных. Упоминания Вирджинии Вулф, романа «Орландо» и группы Блумсбери в списке источников вдохновения ситуацию не спасли. Почему так и что будет дальше?

Настройка на женственность

Дом Fendi никогда не скромничал. Показ на Великой Китайской стене, видимый даже с Луны. Плексигласовый подиум прямо на фонтане Треви в честь 90-летия бренда. Удивить масштабом шоу семья умеет. Джонс решил удивить собой — мужской дизайнер шьет для женщин. Дебют можно считать пробой пера. После стольких лет в мужской моде дизайнер будто бы набивал руку на женских платьях — женственных, классических, хорошо скроенных по образу платьев времен мадам Вьонне — как учили в Сент-Мартинсе. Джонс позвал на шоу самых красивых женщин, своих подруг Кейт Мосс, Деми Мур, Наоми Кэмпбелл и многих других — идеальные статуетки с правильными чертами лица, иконы женственности и признанные красавицы. Джонс не одевал женщин раньше, поэтому он, как антрополог, изучал женское тело, его изгибы, особенности, размышлял на тему дуализма — мужского и женского начала в одном человеке. Получилось очень прямолинейное высказывание — вечерние платья из шуршащей тафты с шелковыми розами на груди. Иногда

в магазинах парфюмерии, чтобы перебить аромат духов, дают понюхать кофейное зернышко — так можно «обнулить» рецепторы. Дебютный кутюр можно считать такой вот чашкой кофе — рецепторы после мужских коллекций обнулили, на женственность настроились, можем начинать.

Путешествие в архивы

Отчасти поэтому на критику Джонс внимания не обращает. Он вполне доволен результатом и считает, что у него достаточно времени доказать всем, как чутко он умеет работать с наследием и как деликатно сможет при его участии эволюционировать дом. «Я против революции», — в интервью признается дизайнер. Да и о каких резких движениях может быть речь, если жива Анна Фенди, одна из пяти сестер, нанявших в 1965 году на работу малоизвестного немца по фамилии Лагерфельд. Анна — дочь Адель и Эдуардо, тех, кто в 1925 году открыл в Риме первый магазин изделий из кожи и меха. Джонс и сам это понимает: «Рядом со мной Анна Фенди, которая вместе с сестрами из мехового магазина создала модный бренд, Сильвия Вентурини-Фенди, дочь Анны, придумавшая знаменитые сумки-багеты, Дельфина Делеттре-Фенди — ювелир и дизайнер украшений, дочка Сильвии — три поколения и живые энциклопедии истории дома. Поэтому вся наша совместная работа — это открытая дискуссия. Что-то предлагает Сильвия, что-то я. Любые эскизы, решения, приемы — мы обсуждаем вместе и выбираем, что может быть применено, а что стоит оставить на потом». В семье Фенди, ради которой было выпущено специальное государственное постановление, разрешающее потомкам брать фамилию матери, слово женщины значит много. А Сильвия Вентурини-Фенди Кимом Джонсом довольна: «Я с таким удовольствием наблюдала, с какой любовью и нежностью Ким окунается в нашу историю. Он хорошо расшифровывает на-



Сумка Fendi First, микроверсия из кожи и меха, застежка в виде буквы F

На показе первой коллекции pret-a-porter Кима Джонса для Fendi сезона осень—зима 2021/2022





В ВИТРИНАХ В ФОРМЕ БУКВЫ F — ФРАГМЕНТЫ
РИМСКИХ КОЛОНН



ВЫХОД 18, ШУБА ИЗ ДЛИННОШЕРСТНОЙ ЛИСЫ,
СОБРАННАЯ ИЗ ОСТАТКОВ ОТ ПРЕДЫДУЩИХ
КОЛЛЕКЦИЙ



УКРАШЕНИЯ FENDI O'LOCK, ЗАСТЕЖКА
ОТКРЫВАЕТСЯ ПРИ НАБОРЕ КОДА F-E-N-D-I



ши коды, а значит, он идеален для Fendi». Джонс вместе с Сильвией определяет направление работы, а после идет в архивы и выбирает техники исполнения. «Сперва смотрим в прошлое, потом в будущее и создаем синтез. Ведь и семья — это синтез прошлого и будущего в настоящем. А семья Fendi — это много работающих интеллектуальных женщин, которым я и хотел выразить восхищение, — отмечает Джонс. — Мощная династия, у каждой есть семья, работа, светская жизнь, ответственность, отсюда и главный вопрос — как все эти ипостаси воплотить в одежде. Когда мы с Сильвией отправились в архивы, мы осматривали старый багаж, сундуки, линию Selleria, которая существовала с незапамятных времен. Я действительно прикоснулся к корням дома Fendi, видел и совсем старинные вещи, и примеры „карлиграфии“, логотипы, которые Карл Лагерфельд разрабатывал для дома в 1980-е. Потом я все это собрал в своей голове, соединил в эскизах, смешал разные детали и отсылки. Каждый образ коллекции рассказывает историю дома, незаметно для многих, но очень точно для тех, кто понимает». Так в коллекции прет-а-порте появилась и знаменитая тисненая строчка Selleria — на габардиновых тренчах, двойных кашемировых пальто или кожаных аксессуарах. Эту строчку изобрели Адель и Эдуардо. Что-то свое в коллекцию привнесла и каждая из трех близких Джонсуженщин Фенди. Старшее поколение в лице Анны — это рукава-колокольчики из «стираной» норки, замшевые пальто, полоски на деловых костюмах, но воспроизведенные на шелковых рубашках. Классический жакет-рубашка — повседневная униформа Сильвии Вентурини-Фенди — в версии с подкладкой из норки. Украшения — как носит и любит Дельфина. Новые замки с карабинами Fendi O'Lock — замок откроется, только если набрать «FENDI», металлические каффы, обтянутые кожей и украшенные деталями, конечно, Selleria.

Наследие Карла

Сильвия нечасто дает интервью и о предшественнике Джонса, дизайнере Карле Лагерфельде, тоже высказывалась редко. Разоткровенничалась только на показе последней коллекции, к которой Карл приложил руку незадолго до своей кончины, сезона осень-зима 2019. После шоу Сильвия еще раз посмотрела видео показа, сложила руки в рупор, подняла глаза к небу и, как всегда делал Карл, скомандовала: «А теперь следующая коллекция!» У сотрудников по спине пробежали мурашки. Его не хватает, но жизнь продолжается: «Карл всегда расширял границы, старался сделать невозможное. Для него не было препятствий, и мы старались за ним угнаться». Заслуга Лагерфельда в том, что из магазина меховых изделий компания превратилась в модный бренд, а одежда из меха перестала ассоциироваться с шубами столетних графинь и стала полноправной частью модного гардероба. Сильвия познакомилась с Карлом, когда была четырехлетней крошкой. Он называл ее «моя маленькая грустная девочка», она всю жизнь была подле него. Позже у Лагерфельда стажировалась и дочь Сильвии, Дельфина. В архивах дома более 70 тыс. эскизов, выполненных рукой Карла. Его знаменитая «карлиграфия» — логотипы Fendi на разные лады в том числе. «„Сильвия, эти эскизы похожи

на то, что я делал раньше?“ — часто спрашивал меня Карл. И я понимала, что если я скажу „да“, он начнет все переделывать. Поэтому мой ответ всегда был: „Нет, что ты!“» — со смехом вспоминает Сильвия. Наследие Лагерфельда — огромный пласт в истории дома. По сути, Джонс исследует не только историю семьи, но и изучает своего предшественника. Иногда подчеркивая в интервью свое сходство с кайзером. Оба не из Италии, но работают в итальянском доме, оба Девы, родились с разницей в один день, много работают на два крупных дома, занимаются сторонними арт-проектами, все успевают. Карл был революционером, но Джонс революции не хочет. «Карл всегда с умом подходил к основным кодам и узнаваемым элементам стиля дома. Но, думаю, Сильвии нравится, что кто-то другой теперь интерпретирует архивы дома. Они так долго работали вместе с Карлом. Пожалуй, взгляд со стороны может быть интересен», — прямо комментирует Джонс свое положение, добавляя, что никогда не посмел бы сравнивать себя с Лагерфельдом.

Деликатность 2021/2022

Если кутюр был пробой пера, то первая коллекция готовой одежды, прет-а-порте, которую показали в феврале в формате видеошоу, — это уже закладка фундамента. Самостоятельное высказывание, не громкое, но бодрое и современное. Джонс продолжил многие начатые кутюром темы: декорации в стеклянных витринах, мраморные узоры на шелке, вышивки и вставки из органзы на жаккардовом трикотажном полотне. Дизайнер сознательно отказался от ярких цветовых решений и сконцентрировался на базовой палитре: «Я люблю Рим. Его небо и цвета самого города — приглушенные, песочные». Кроме того, так новые силуэты считаются лучше. А силуэты стоят того, чтобы отдельно о них рассказывать. В коллекции было много тонких, летящих платьев и блузок — настолько эфемерных и легких, что сравнить их можно с носовыми платками или пеньюарами. Они буквально болтались на плечах моделей, лишь при движении касаясь груди и бедер и намекая на очертания обнаженного тела. Второй важный силуэт — укороченные топы, открывающие линию живота и сидящие высоко на талии юбки или брюки — или из атласа, или из вязаного трикотажа. Низкие проймы, обтягивающие бедра платья. Джонсу нравится оголять женское тело, но делает он это деликатно: «Современный подход к моде меняет отношение и к сексуальности. Открытая линия живота, короткий подол и хорошо выверенная игра с аксессуарами — все это не выглядит вульгарно и пошло». Powerful sexuality — мощный тренд сезона, Джонс слишком давно в индустрии, чтобы не чувствовать этого. Еще один пример деликатности Кима Джонса — работа с мехом. Это ключевой отличительный элемент ДНК-кода марки, и игнорировать его не выйдет. В интервью Vogue после шоу дизайнер признался, что работа в Fendi — это поиск баланса между вопросами «чего хочет покупатель» и «как сделать это максимально этично». Покупатель Fendi совершенно точно ждет шубы, и вот, пожалуйста, выход 18 — длинная шуба в пол из длинношерстной лисы. Ее собрали из остатков, которые хранились от предыдущих коллекций. Или же норковая куртка, сплетенная в елочку — мех на месте, этика учтена.

Знаковые детали

Благодаря Сильвии Вентурини-Фенди аксессуар бренда один за другим получали статус культовых. Об истории «багета», «пикабу» и других it-сумок «Коммерсантъ. Стил» писал не раз. Последняя важная инициатива — проект «Рука об руку»: по приглашению Fendi 20 традиционных итальянских ремесленных ателье из 20 регионов страны представили свою интерпретацию сумки Fendi Baguette. На каждой имеется клеймо с названием ателье и золотым логотипом Fendi Hand in Hand. Первые сумки показали год назад, над ними мастера Fendi работали вместе с ремесленниками флорентийского ателье Regoni в Тоскане: из цельного бесшовного куска формованной кожи растительного дубления была сшита сумка. Другой пример — сумки из жаккардовой ткани, произведенной вручную на станках XVIII века венецианскими мастерами в Бевилаккуа. А как насчет кружевного багета, на создание которого ушло 100 часов в регионе Абруццо? В сезоне осень-зима 2021/2022 обратились к мастерской, работающей по дереву.

Но и багеты, и другие культовые модели — это уже история дома, а Сильвия не любит просто почитать на лаврах. Как символ нового вектора развития дома под руководством Кима Джонса появилась и новая сумка Fendi First: асимметричный клатч с застежкой в виде буквы F выпущен в нескольких размерах — от крошечного мешочка-подвески до объемной торбы, куда вполне поместится планшет. Для тех, кто носит все свое с собой, — вместительная Fendi Way. Сумка через плечо Fendi Touch — еще одна новинка сезона. И конечно, упомянутые выше аксессуары — важное новшество от Джонса. За них отвечала внучка Анны, дочь Сильвии — Дельфина Делеттре-Фенди. Ювелир во втором поколении (спасибо папе Бернару Делеттре), Дельфина рано ушла в свободное плавание и запустила свой бренд. Не без патронажа семьи и протекции Карла ее дебютная коллекция оказалась в витрине Colette, но одно дело что-то куда-то пристроить, а другое дело — заставить людей это хотеть. Тут уж никакая протекция не спасет, если нет дизайнерского таланта. А у Дельфины он есть, и очень яркий. Сюрреалистичные украшения Delfina Delletrez продавались стремительно, ее стиль стали копировать. «Я никогда не училась ювелирному делу, просто шла по наитию, и это мне помогало. Я сочетала серебро с бриллиантами и нарушала другие неписанные каноны», — пытается объяснить свой успех Дельфина. Сама мама, она пока не знает, будут ли ее дети продолжать семейное дело. Но со смехом вспоминает в интервью Vogue, как когда-то в детстве чуть не отрезала подол платья в ателье. В 19 запустила свой бренд украшений и почти не принимала участия в развитии дома Fendi. Вернуться в лоно семьи предложил Ким Джонс. Так родилась коллекция крупных украшений для первой кутюрной коллекции из камней, которую хвалили даже те, кто в пух и прах критиковал саму коллекцию, и коллекция украшений-замков Fendi O'Lock для коллекции прет-а-порте. Все в том же интервью Vogue Дельфина признается, что в семейном деле, как и в жизни, без конфликтов не обходится. Но они нужны, чтобы любую сказку сделать былью. Джонс деликатно улыбается.

Натела Поцхверия



COURTESY OF FENDI



ADAM KATZ SINDING / FENDI

стильколлекция

Сумка-подвеска FENDI
FIRST с цепочкой в виде
карабина FENDI O'LOCK

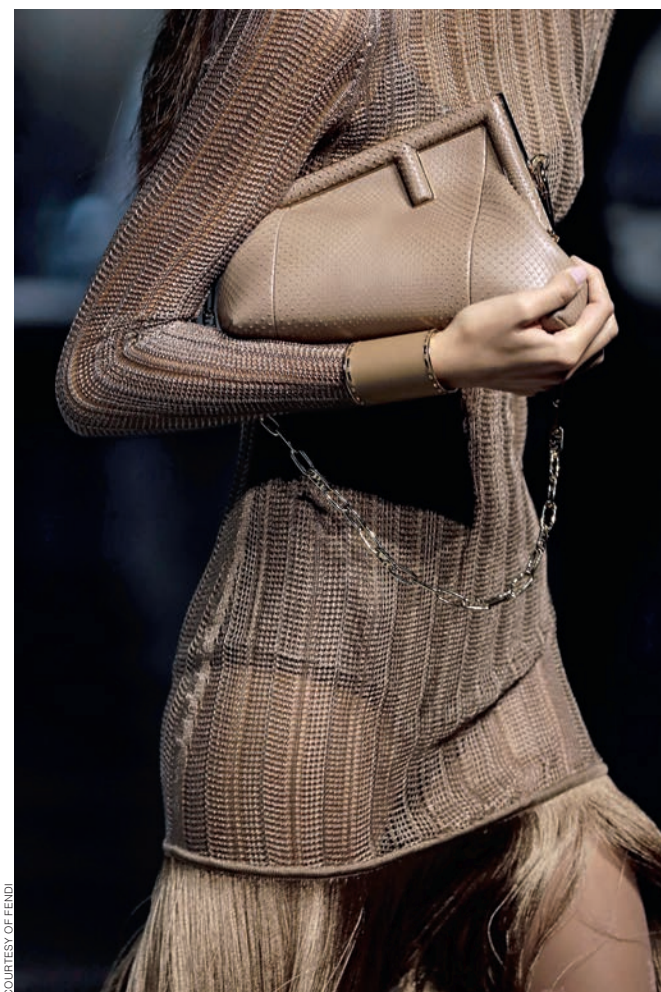


COURTESY OF FENDI



MALIK BODIAN / FENDI

Колготки с «карлиграфией» и туфли
FENDI FIRST с каблуком в виде буквы F



COURTESY OF FENDI

Сумка FENDI WAY
из кожи змеи



«ЧЕГО ХОТЯТ ЛЮДИ? ДА ПРОСТО ЖИТЬ

каждый день, иметь право на простые радости. Мы уже сыты по горло тем, что были взаперти так долго, не видели друзей, не смеялись, не танцевали. Наряжаться и хорошо проводить время — назовите хоть одну девочку в мире, которая скажет, что не любит этого. Веселье — это не обязательно яркие краски, это может быть совершенно роскошная вещь, которую надевают, чтобы порадовать скорее себя, нежели кого-либо другого»

Ким Джонс

ДЕЛО ТЕХНИКИ

Lady Dior в исполнении российских художников



СУМКУ

Lady Dior, рисунок строчки на которой имитирует плетение в технике cannage, как на стульях эпохи Наполеона III в салоне Кристиана Диора, леди Диане подарила чета Ширак. Принцесса не выпускала эту сумку из рук, и вскоре эксклюзивно созданный для нее аксессуар стал предметом желания многих клиенток модного дома и приобрел статус иконы дома Dior. Эта вещь настолько важна для бренда, что в 2011 году он запустил проект Lady Dior Art: художников со всего мира приглашали изготовить вариант сумки в своей технике. Надо отметить, что искусство — важная часть наследия Кристиана Диора. Он дружил с Сальвадором Дали, Жаном Кокто и другими известными деятелями искусства, а в 1930-е в собственной галерее выставлял работы Жоана Миро, Пабло Пикассо и Макса Эрнста.

Lady Dior расписывали, деформировали, перешивали и даже сжигали во имя искусства. Арт-объектов за всю историю существования сумки набралось на целую выставку, которая путешествует по миру и с успехом прошла в Шанхае, Дюссельдорфе, Милане, Токио и Берлине. В Москву выставка Lady Dior As Seen By приедет 16 октября, откроется в фонде Kuarts в Трубниковском переулке и продлится до 30 ноября. На ней можно будет увидеть около 90 работ, среди которых произведения Питера Линдберга, Resycle Group и Олимпии Скэрри. К сотрудничеству приглашены и российские художники. О них «Коммерсантъ. Стиль» рассказывает подробнее.

Евгений Оззик (0331C) стрит-артист

Уличный художник из Москвы рисует на стенах с 2005 года. Кроме баллончиков Оззик использует для распыления краски огнетушители, горелки и воздушные шары. Помимо граффити Евгений работает с фарфором, камнем, занимается мультипликацией и фотографией. Самый известный его арт-объект — «Забор», показанный на «Винзаводе»: 133 фарфоровые микросекции, имитирующие вафельные бетонные звенья ПО-2, снабжены надписями, которые люди делают на стенах и заборах.



Анастасия Прахова
скульптор
Все произведения и формы Анастасия называет своими детьми. В работе ее больше всего привлекают тактильные ощущения, это главный объект исследования Праховой. Хрупкие гипсовые формы со следами рук художницы символизируют опыт прикосновений, который может быть и приятным, и травмирующим.



Алексей Киселев
фотограф
Один из самых востребованных фотографов русского глянца, продюсер и диджей начал снимать в 1998 году в Екатеринбурге, в 1999-м открыл свою первую персональную выставку в главном городском музее фотографии — Доме Метенкова. С середины 2000-х живет в Москве, где пишет фотолетопись светской жизни, снимает фешен-истории для Vogue, Harper's Bazaar, Esquire и других журналов и рекламу для брендов.





Даша Трофимова
мультидисциплинарный художник
Выпускница факультета журналистики УрФУ и Московской школы фотографии и мультимедиа им. А. Родченко работает с фотографией, звуком, видео и инсталляцией, исследуя темы насилия, памяти, миграции и поиска идентичности в постсоветском пространстве. Ее работы принимали участие в выставках в музее «Гараж», Artplay (Санкт-Петербург) и других международных проектах.



Александр Егоров
фотограф
Лауреат премии The Best of Russia 2012 года художник Александр Егоров объединяет фотографию и цифровые технологии в концептуальных коллажах. Свое творчество он посвящает размышлениям на тему излишеств современного общества, информационной перегрузки, эстетики несовершенства и моделирования неореальности. Работы художника представлены в постоянной экспозиции Музея фотографических искусств Киёсато (г. Хокуто, Яма-наси, Япония).



Арт-группа 01001011
керамисты
Скульптор Тося Млинарич и архитектор Саша Раев в 2018 году основали студию керамики 01001011 и разработали собственный узнаваемый стиль: их произведения — шершавые объекты с трещинами и грубыми необработанными краями. В последнее время команда создает произведения и с помощью 3D-принтера и других современных технологий.



Даниил Антропов
скульптор, керамист
Учиться искусству керамики Даниил поехал из родного Владивостока в Японию в 21 год. Перенимал опыт у разных мастеров и в Россию вернулся уже с собственными ноу-хау. Антропов сочетает традиционные материалы с современными, объединяя в работе керамику и индустриальные отходы. Художник экспериментирует с пропорциями и формами объектов, визуализируя хаос как основную характеристику современности.



«ТАНЕЦ — ЛИШЬ ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ ДЛЯ ЮВЕЛИРА»

Лиз Макдоналд о музейных ценностях Van Cleef & Arpels

ФРАНЦУЗСКИЙ дом Van Cleef & Arpels везет в Москву свои лучшие произведения. Проект En Couliisses («За кулисами») раскроет тайны ювелирного мира, расскажет о многолетней связи дома с миром танца и творческой дружбе с Большим театром. В преддверии московских гастролей Van Cleef & Arpels «Коммерсантъ. Стиль» решил заглянуть за кулисы вместе с хранителем наследия дома — Лиз Макдоналд.

Van Cleef & Arpels — ювелирный посол женственности с 40-х годов прошлого века. Как эволюционировало понятие женственности в ювелирном искусстве?

Идея женственности в произведениях Van Cleef & Arpels всегда была очень важна, даже до появления первых женских фигурок, только выражалась она иначе. Первые феи и балерины появились во время Второй мировой войны. Они стали воплощением грации, легкости, чего-то неземного. Порхали из коллекции в коллекцию и со временем утвердились в статусе «икон», «легенды» дома.

Феи и балерины появились во время войны. Это отразилось на их дизайне?

Людам хотелось верить в лучшее, и брошь-фея Van Cleef & Arpels стала знаком надежды на счастливое будущее. Сказочное создание с крылышками, которое дарит свет. В наших архивах есть, например,



VAN CLEEF & ARPELS

фея, которая освещает ночной Париж. Мир балета тоже был убежищем от пугающей реальности. И фигурки фей и балерин с тех пор так и идут вместе, иногда принимая гибридные формы.

Известно, кто был прототипом первой броши-балерины? Поговаривают, что чуть ли не Анна Павлова.

Версий немало, но едва ли можно говорить о конкретном прототипе. О первой броши-балерине известно, что это 1941 год и что она стоит анфас. Фронтальное изображение было характерно для первых балерин, это скорее стилизация, линия тела только угадывается, лицо — бриллиант. Но очень скоро появится движение, тело начнет меняться, становиться более проработанным. У каждой балерины и феи свой характер, индивидуальность. На выставке в Москве мы покажем, как они менялись. И как они менялись? Влияют ли современные стандарты красоты на видение ваших ювелиров?

Если и есть стандарты, то они зависят от страны, культуры, истории. Броши-балерины 40-х годов — это классические танцовщицы с вытянутым длинным телом. Если вы посмотрите на балерин 50-х, то заметите, что их формы более округлы, мускулатура более выражена. В балеринах эпохи «Драгоценностей» мы видим мускулы, складки на пуантах от нагрузки, от движения. Позже в коллекциях появится более абстрактное движение, мотив турбийона, вращения, спирали, вихря. Ведь совершенствуется не только балетная техника, но и ювелирная. Хочу заметить, что танец в Van Cleef & Arpels представлен не только классическим балетом, есть и джаз, и танго, и восточные танцы.

Но и они лишь источник вдохновения для ювелиров, идея, вокруг которой выстраивается произведение. Нет задачи воспроизводить реальность.

В ювелирном ателье Van Cleef & Arpels есть табу на наготу?

Ювелиров в первую очередь интересует форма. Например, как сделать пачку. Тут мы видим всю работу с камнем, видим прозрачность ювелирной балетной пачки. Есть серия танцовщиц, у которых сквозь платье видны ноги. Это вопрос уместности.

Между знакомством Клода Арпеля с Баланчиным и премьерой «Драгоценностей» прошло несколько лет. Принимала ли семья участие в работе над балетом, или это был просто заказ?

Нет, это не просто заказ, это результат многолетней дружбы и взаимного уважения. Вероятнее всего, знакомство Баланчина с Клодом Арпелем, который был директором бутика в Нью-Йорке, произошло благодаря скрипачу и другу Баланчина Натану Мильштейну в самом конце войны. Но точной даты у нас нет. Страсть к миру балета, музыки, Парижской опере семейному дому привил Луи Арпельс, и любовь к искусству и телу в движении передавалась из поколения в поколение. Премьера «Драгоценностей» состоялась в 1967 году, а до этого были годы дружбы, обмена, поддержки. В архивах есть фотографии Сьюзен Фаррелл, музы Баланчина, в украшениях Van Cleef & Arpels.

БАЛЕРИНА В ПАЧКЕ ИЗ ЗОЛОТОГО ПЛЕТЕНОГО ТЮЛЯ, ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ, 1993 ГОД



КОЛЬЕ-ВОРОТНИК CLAUDINE, ЗОЛОТАЯ СЕТКА, БРИЛЛИАНТОВЫЕ ЦВЕТЫ, 1983 ГОД



ЮВЕЛИРНАЯ КОПИЯ КОРАБЛЯ VARUNA, 1906 ГОД



БАЛЕРИНА СЬЮЗЕН ФАРРЕЛЛ В УКРАШЕНИЯХ VAN CLEEF & ARPELS ВМЕСТЕ С КЛОДОМ АРПЕЛЬСОМ И ДЖОРДЖЕМ БАЛАНЧИНЫМ

ПРЕДОСТАВЛЕНО VAN CLEEF & ARPELS

Как менялся этикет ношения ювелирных украшений?

Послевоенное время — время пышных балов, возвращение на авансцену вечерних и дневных украшений. 60-е — время освобождения, которое достигнет апогея в 70-е. Больше нет регламента, деления на день и ночь, в одном украшении соседствуют драгоценные, поделочные и облицовочные камни. В те годы мы много экспериментировали.

Феминистские движения не покушались на ювелирные украшения как маркер женской зависимости от мужчины?

Нет, но манера носить их, конечно, изменилась. Колье удлиняются, появляются невиданные раньше сочетания камней, например, аметист и лазурит, хризопраз и коралл, золото и оникс. В 70-х вслед за освобождением приходит изобилие. Украшения становятся очень большими, выразительными, заметными. Еще больше цвета, еще больше экспериментов. В 80-е украшения уже более строгие, потому что меняется образ женщины. Появляются женщины-руководительницы, очень властные, но очень женственные бизнесвумен. Это лук Тьерри Мюглера с широкими плечами. Колье становятся короткими, носятся практически вплотную к шее, на манер ошейника.

Но в этот период у Van Cleef & Arpels есть и очень женственные вещи. Необыкновенной красоты и деликатности колье-воротник «клодин», например?

Согласна с вами. Это великолепное колье 1983 года из золотой сетки с двумя маленькими бриллиантовыми цветами — почти копия текстильного воротничка. В одном ювелирном произведении встречаются кутюр и природа. Мы выставим его в Мо-

ске рядом с балериной 90-х годов в пачке из золотого тюля. Примеров этой уникальной техники, увы, не так много. А мастеров, владеющих ею, и вовсе не сыскать.

В чем заключается ваша работа сегодня?

Изучать наследие и искать великолепные произведения прошлого. Недавнее приобретение департамента — историческое колье Zip в виде застежки-молнии, созданное Рене Пюиссан, а идею ей подсказала герцогиня Виндзорская. Это колье отражает время, оно в духе 30–50-х годов, когда повседневные предметы меняли свою функцию, но и сегодня оно актуально как никогда. В современных ювелирных украшениях Van Cleef & Arpels преобладают темы танца, женственности, флоры, фауны, очень популярны сотуары.

Много ли белых страниц в истории дома Van Cleef & Arpels?

Они всегда есть. Но речь скорее об украшениях, которые мы давно не видели или вообще никогда не видели, не знаем, где они. В самом начале истории Van Cleef & Arpels, пожалуй, больше всего неизвестных. Произведений 1910-х годов очень мало, и этот период нас, конечно, очень интересует. Самая старинная из известных нам вещей — это Varuna, 1906 года: специальный заказ, ювелирная копия корабля, который принадлежал состоятельному американцу Юджину Хиггинсу. По тем временам он считался едва ли не самым современным кораблем в мире и на нем собирался весь мировой высший свет. Ювелирная миниатюра была еще и функциональна: мастера Van Cleef & Arpels вмонтировали в скульптуру звонок для вызова мажордома.

Беседовала Мария Сидельникова

ФЕЯ, КОТОРАЯ ОСВЕЩАЕТ НОЧНОЙ ПАРИЖ, БРОШЬ, ПЛАТИНА, РУБИНЫ, ИЗУМРУДЫ, БРИЛЛИАНТЫ, 1941 ГОД



ИСПОЛНИТЕЛЬНИЦА ТАЙСКОГО ТАНЦА, БРОШЬ, РУБИНЫ, ЖЕМЧУГ, БРИЛЛИАНТЫ, ОКОЛО 1945 ГОДА



КОЛЬЕ-ТРАНСФОРМЕР ZIP В ВИДЕ ЗАСТЕЖКИ-МОЛНИИ, КОТОРОЕ МОЖНО ПЕРЕДЕЛАТЬ В БРАСЛЕТ, ИЗГОТОВЛЕНО ПО ЗАКАЗУ УОЛЛИС СИМПСОН, ГЕРЦОГИНИ ВИНДЗОРСКОЙ
СПРАВА: КОЛЬЕ-ТРАНСФОРМЕР ZIP ANTIQUE COULEUR, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ, ОНИКС
СЛЕВА: КОЛЬЕ-ТРАНСФОРМЕР ZIP ANTIQUE PASTILLES, ЖЕЛТОЕ ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ, САПФИРЫ



УОЛЛИС СИМПСОН В ТИАРЕ VAN CLEEF & ARPELS, 1937 ГОД

«МЫ КОЛЛЕКЦИОНИРУЕМ ИСТОРИИ ЛЮБВИ»

Лючия Боскаини, директор наследия Bvlgari,
о предназначении украшений

КОЖАНОЕ платье Balmain, колье-змея Bvlgari с изумрудом в 93 карата и укладка с эффектом мокрых волос — выход Зендаи на премьере фильма «Дюна» совершенно точно войдет в историю, а в свете тренда на power sexuality имеет и вовсе особенное значение. Платье создавалось по образу античных статуй и их копий, чтобы облегать тело, как вторая кожа. Змея — фаллический символ в мифологии, украшения в виде змей носили вакханки. В Риме их связывали с божествами плодородия и женской силы. Знала ли Зендая, как много культурных слоев всколыхнул ее выход, неизвестно. Но даже если совпадения случайны, произошли они очень вовремя. О чувственной стороне Bvlgari рассказывает директор наследия итальянского дома Лючия Боскаини.

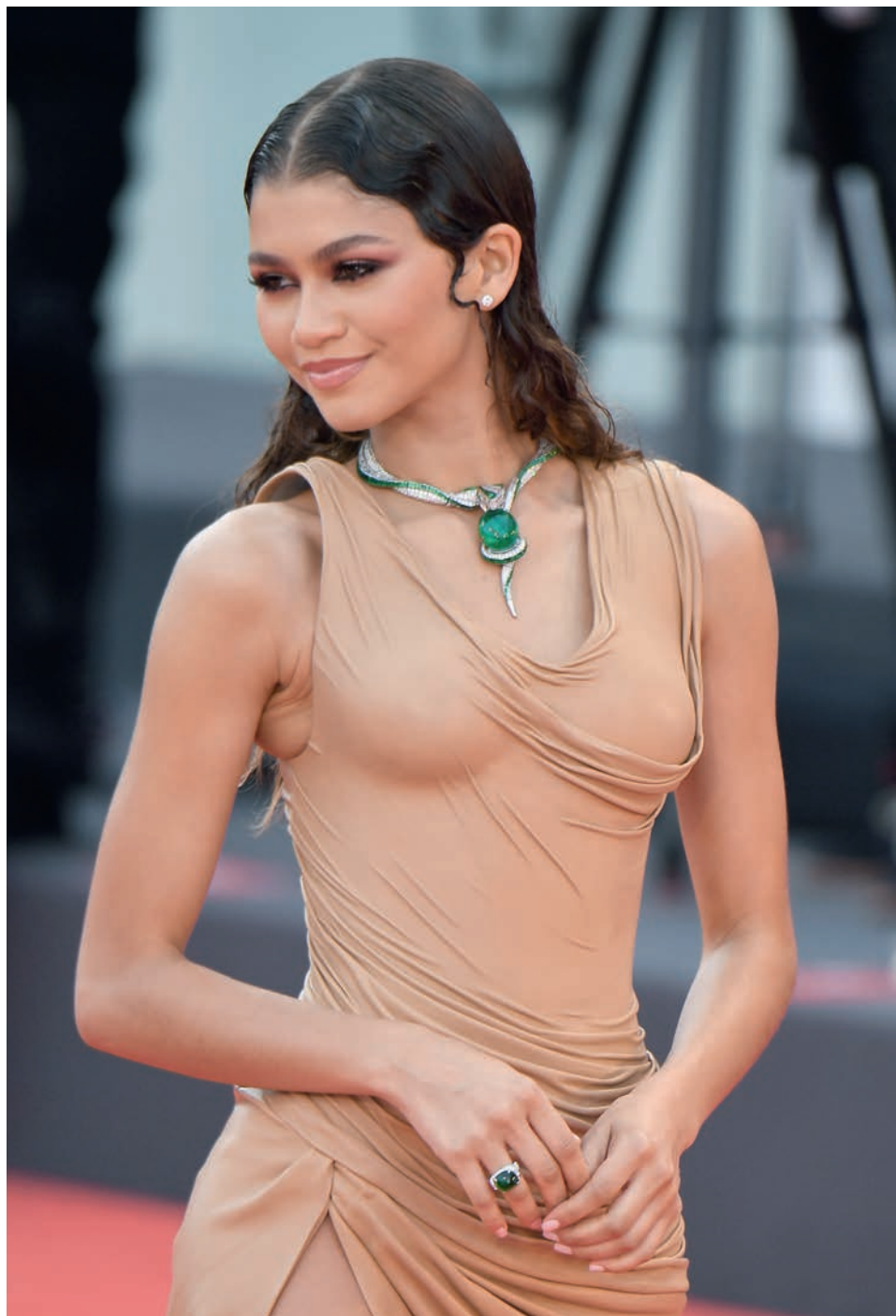


О ЛЮБВИ К КОМПАНИИ

Я римлянка и о Bvlgari знала всегда — это наш римский культурный фон. Я долгое время работала в телеком-индустрии, и как-то мне пришел запрос из агентства по поиску персонала — искали эксперта по маркетингу, знатока клиентского сервиса. Меня позвали на собеседование, и оказалось, что ищут человека для Bvlgari. Было это лет двадцать назад. Я приняла вызов и начала работать. Из отдела маркетинга я переходила в разные департаменты, а с 2014 года я куратор наследия и чувствую себя на своем месте. Но вначале было непросто: я пришла из компании,

которая стремительно росла, каждый месяц появлялись новые технологии, смартфоны, 3G и многое другое. Bvlgari уже была успешной компанией, но она только-только выходила в мир глобального бизнеса. Все в люксовом ритейле было традиционно и медленно. Я, помню, встретила с коллегой, которая занималась клиентами. Она удивилась, зачем нужна база контактов, ведь она знает всех своих клиентов в лицо, и ей важнее сохранить мягкое рукопожатие, чем вбивать бесконечные даты рождения. Это был шок, я подумала: куда же я попала? Но компания была нацелена на модернизацию, перемены. А сегодня технологии в Bvlgari уже везде. И до сих пор я верю, что вытянула счастливый билет, хотя перезапустить свою профессиональную жизнь было непросто.

ЗЕНДАЯ НА ПРЕМЬЕРЕ ФИЛЬМА «ДЮНА» В ВЕНЕЦИИ В КОЛЬЕ SERPENTI HYPNOTIC EMERALD ИЗ КОЛЛЕКЦИИ BVLGARI MAGNIFICA HIGH JEWELLERY С ЦЕНТРАЛЬНЫМ ИЗУМРУДОМ 93 КАРАТА, ПЛАТИНА, БРИЛЛИАНТЫ, ИЗУМРУДЫ



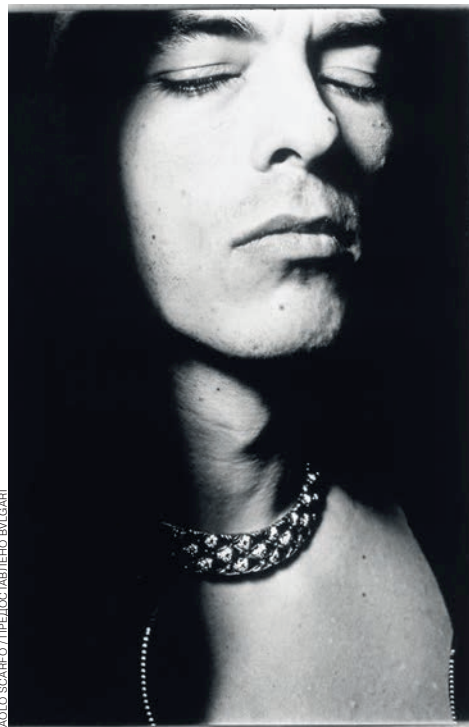


ПОДВЕСКА И КОЛЬЕ
SERPENTI, РОЗОВОЕ
ЗОЛОТО, БРИЛЛИАНТЫ



СОТУАР,
ПРИНАДЛЕЖАВШИЙ
ЭЛИЗАБЕТ ТЕЙЛОР,
ПЛАТИНА, БРИЛЛИАНТЫ,
САПФИРЫ,
ОКОЛО 1970 ГОДА

АЛЕССАНДРО ГАССМАН
В КОЛЬЕ BVLGARI, РОЗОВОЕ
ЗОЛОТО, ТУРМАЛИНЫ,
ХРИЗОЛИТЫ, СИНИЕ
ТОПАЗЫ, ЦИТРИНЫ,
БРИЛЛИАНТЫ,
ОКОЛО 1990 ГОДА



PAOLO SCABEO / ПРЕДОСТАВЛЕНО BVLGARI

ОБ ИСТОРИИ

Сексуальность и женственность — наш главный предмет исследования. Все это касается в том числе и дизайна украшений, и философии компании. Многие завязано на семейных ценностях. Наши основатели жили в Греции, мечтали возродить ремесла, соблюдать ювелирные традиции, однажды переехали в Италию, в Рим, и открыли магазин. Семья была активно вовлечена в работу — дети, внуки. Видение одного человека и страсть его потомков сохранили компанию. И роль женщин здесь неопределима. Мы делаем украшения для женщин. Женственность и сексуальность эволюционировали за годы существования бренда. Здесь и Cinecittà, и La Dolce Vita, и индустриализация люкса — привычки менялись, менялись тенденции, мода. Украшения создавались для женщин и менялись для них же. У клиенток в 1920-е не было настоящей работы, но была восхитительная жизнь, полная светских выходов, а значит, в шкафу лежали золотые и платиновые украшения с крупными камнями, которые можно было надевать на вечеринки. А сегодня женщины уже не сидят дома в ожидании вечерних выходов, они работают, и им нужно что-то легкое, на каждый день. Функциональное и удобное. И мы к этому адаптировались очень быстро.

ОБ УНИСЕКСУАЛЬНОСТИ

У нас появились и клиенты-мужчины, которые носят украшения из условно женских коллекций, поэтому в последнее время мы так озаботились унисекс-линейками. И, кстати, удивительный факт, о котором многие забывают: в Средние века и в эпоху Ренессанса украшения создавались в основном для мужчин, для королевских особ, подчеркивали силу, мощь, политическое влияние — крупные украшения демонстрировали статус мужчины. Сегодня мужчины носят их совсем с другой целью, конечно. Украшения стали просто аксессуарами. Их покупают теперь каждый сезон, как сумки или обувь. Но природа их в другом. Они должны быть вечными. И наши дизайнеры стараются создавать такие долгоиграющие истории, чтобы и через 50 лет они выглядели современно и модно. Поэтому мы так много анализируем прошлое, изучаем архивы, ищем свои коды. Например, итальянский актер Алессандро Гассман в нашем колье — одна из лучших художественных фотографий, которые хранятся у нас в архивах из 1990-х.

О ЛЮБИМЧИКАХ

Я очень люблю наши архивы. Например, украшения из коллекции Элизабет Тейлор. Не только потому что она была иконой и знаменитостью, щедрой благодетельницей, но и потому, что у нее был особенный вкус. Например, сотуар с сапфиром 65 карат. Это редкого качества камень! И геометричный дизайн, такой традиционно римский и при этом современный. Украшения госпожи Тейлор до сих пор выглядят уместными и современными. Особенно люблю одно разноцветное колье-чокер с рубинами, ляпис-лазурью и бриллиантами. Не влюбиться в него невозможно. Оно напоминает мягкую ткань, нежную и деликатную. Эти два украшения мои любимые.

О ЛОЯЛЬНОСТИ

В Римской империи к теме сексуальности относились свободно. Среди наших лояльных клиентов был Лукино Висконти, и он своим любовницам и возлюбленным часто дарил особенные украшения, созданные по его дизайну. Так что мы открыто говорим: украшения и секс взаимосвязаны. Вслед за украшениями мы собираем истории любви. У нас есть сотуар, недавно приобретенный на Sotheby's, — изумруд в форме сердца из 1970-х, на цепи — разноцветные камни. А среди документов, прилагавшихся к украшению, была фотография портрета, настоящей картины, как из XIX века, на которой владелица была именно в этом сотуаре. Мы нашли художника, связались с ним и узнали имя владелицы. Она была так добра, что приняла нас у себя в Швейцарии. Ей уже больше 90 лет, и она рассказала, что была в Риме в 1970-е на годовщину свадьбы, и супруг купил это колье ей в подарок. Поэтому она и выбрала это украшение для портрета. История романтическая и очень в духе Bvlgari. Она была счастлива узнать, что сотуар вернулся в дом — уже как часть музейного наследия. Наши украшения носили совершенно разные дамы — «бедная богатая девочка» Барбара Хаттон, графиня Дороти Ди Фассо, эксцентричная богачка, готовившая заговор против Муссолини, — они творили сумасшедшие вещи, были скандальными и шумными, но они были обожаемыми клиентками.

Записала Натела Поцхверия

ЭЛИЗАБЕТ ТЕЙЛОР В СОТУАРЕ
BVLGARI С СУПРУГОМ РИЧАРДОМ
БЕРТОНОМ, ЛОНДОН, 1975 ГОД



КОЛЬЕ-ЧОКЕР, ПРИНАДЛЕЖАВШЕЕ
ЭЛИЗАБЕТ ТЕЙЛОР, ЗОЛОТО,
БРИЛЛИАНТЫ, ЛАЗУРИТ, РУБИНЫ,
ОКОЛО 1979 ГОДА



СОТУАР, ЗОЛОТО, ИЗУМРУДЫ,
РУБИНЫ, АМЕТИСТЫ, БИРЮЗА,
ЦИТРИНЫ, БРИЛЛИАНТЫ
И ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ИЗУМРУД
В ФОРМЕ СЕРДЦА, ОКОЛО
1969 ГОДА, ПРИОБРЕТЕН БРЕНДОМ
НА АУКЦИОНЕ Sotheby's,
КОЛЛЕКЦИЯ НАСЛЕДИЯ BVLGARI

«МЫ ВСЕГДА ИДЕМ ДАЛЬШЕ»

Жаклин Карачи о коллекции Cartier Sixieme Sens



ПРЕДОСТАВЛЕНО CARTIER

В КОНЦЕ июня парижский ювелирный дом Cartier представил новую коллекцию высокого ювелирного искусства Sixieme Sens, что в переводе с французского означает «Шестое чувство». Жаклин Карачи, креативный директор направления Haute Joaillerie последние 15 лет, уверена: украшения Cartier должны выглядеть современно и актуально, несмотря на верность более чем вековым традициям ювелирного дома. Какую роль в этом играет шестое чувство, Жаклин рассказала редакции «Коммерсантъ. Стиль».

Коллекция называется «Шестое чувство». Это интуиция?

Мне нравится говорить, что это именно так. Шестое чувство — это комбинация пяти чувств, спираль всех существующих ощущений. Интуицию питает весь полученный нами опыт, целиком. И когда мы встречаемся с камнями, их красотой, мы всегда говорим об ощущениях, эмоциях, которые испытываем. Это как вспышка. У нас возникает интуитивное чувство, что этот камень тот самый.

Вы имеете в виду ощущения закупщика, геммолога или дизайнера?

Мы ищем камни Cartier. Когда мнение геммолога и мнение креативной команды по поводу камня совпадают — а мы ездим в путешествия за камнями вместе, — значит, это камень Cartier. У всех нас разный опыт восприятия. Для геммолога важно качество: цвет, прозрачность и другие важные параметры. Для дизайнера это больше чувство, что камень говорит с вами, шарм и индивидуальность камня. Впрочем это не означает, что мы всегда ищем одно и то же, мы всегда ищем новые формы, цвета, нюансы. Но наш глаз не обманешь, когда это камень Cartier. Мы стремимся расширить нашу палитру цветов, и, к счастью, природа в этом отношении очень богата. И мы стараемся найти новые ассоциации с новыми камнями. Это очень важно. Ведь мы находимся на службе у камней.

Если сравнивать Sixieme Sens с предыдущей коллекцией, Magnitude, что в ней нового, а что продолжение начатого?

В этой коллекции мы хотели поговорить об эмоциональной заряженности камней, выразить, что мы чувствуем как творцы, когда встречаем их. Это иной, новый способ рассказать о стиле Cartier. В Magnitude мы хотели показать, сколько на свете существует камней, о которых мало кто знает. И создать новые ассоциации, новую игру — от сырья до драгоценного финала. Это другой аспект стиля Cartier, другой аспект нашего творчества, другой способ выразить нашу манеру, показать наши действия, вызванные эмоциями. Мы словно переводчики этих эмоций и ощущений. **Формы украшений Cartier с каждым годом становятся все более геометрическими. Мы не говорим о классике TuttiFrutti, скорее о таких вещах, как кольцо Pixelage и Coguscant. Именно такая манера исполнения актуальна сегодня?**

Мы все живем в городе и в очень динамичное время. Геометрия — лучший способ передать этот динамизм с помощью контрастов света и тени. Это международный язык, это и есть современность.

Есть ли в геометричности высокого ювелирного искусства влияние компьютерного искусства?

Нет, абсолютно никакого. Компьютер — это новый инструмент, который открывает новые возможности создавать более геометричный дизайн. Украшения такой высокой степени регулярности рисунка и такого качества было бы невозможно создать, работая только руками и глазами. Так что если и есть какое-то влияние, то в том смысле, что теперь с помощью компьютера мы можем создавать вещи, которые невозможно было создавать в прошлом. 3D-технологии позволили нам создать трехмерную, объемную структуру кольца Merida, например.

На прототипе мы могли проверить, работает ли задуманная схема. Раньше для этого нам пришлось бы создать полноценное украшение. Это новые способы работы, но люди за компьютерами — опытные ювелиры, которые действуют в тесной связи с технологами.

Все ли украшения коллекции Sixieme Sens создавались с помощью компьютерных инструментов?

Нет-нет, только некоторые. Изначальный дизайн всегда выполняется вручную, и только потом, для разработки украшения, подключаются технические эксперты, всевозможные инструменты, в том числе компьютерные. Это всего лишь новый вызов. Мы всегда стремимся держать уровень мастерства на предельной высоте, чтобы иметь возможность применить его по-новому. Мы всегда идем дальше.

А какова связь дизайна высокого ювелирного искусства Cartier с женским телом?

Ювелирные украшения, камни наполнены чувственностью, но на очень тонком уровне. Когда вы видите украшение, подобное кольцу Sharkara, то воображаете женскую кожу, ее цвет, изгибы тела. Но это лишь намек на чувственность, мы всегда останавливаемся на этом. Это очень субъективная чувственность.

То есть абстрактная?

Совершенно верно.

Как выбирать и носить украшения, чтобы чувствовать себя привлекательной?

Мы стараемся представить клиентам и новые способы ношения украшений. Нам нравится идея подвижности, и мы предлагаем трансформируемые украшения. Украшениями можно подчеркнуть формы женского тела. Для этого мы делаем подвижными некоторые части украшений. Например, подвески-помпоны, которые могут располагаться на спине. Когда мы предлагаем кольцо для глубокого декольте, то представляем себе роскошную женщину, которая будет его носить. Это и есть бережное отношение к женскому телу, намек на чувственность.

Почему для сегодняшней женщины важно именно высокое ювелирное искусство — помимо того, что это знак статуса? Ведь в мире полно прекрасных украшений категории fine jewellery.

Потому что женщина уникальна, и ей нужны уникальные украшения. Мне кажется, это главная причина такого выбора — чтобы больше ни у кого в мире не было подобной вещи. Выпустив уникальную вещь, мы никогда не позволим себе повторить ее. А другая причина — взаимодействие силы и выразительности камней с индивидуальностью их носительницы. И потом, наши украшения вечны, их сила еще и в том, что они вызывают ассоциации. Мы стараемся обогатить стиль Cartier, делать так, чтобы он был полон жизни. Самое важное для нас — предложить женщинам то, что им нужно сегодня, а для этого мы должны соответствовать времени.

Беседовала Екатерина Зиборова



КОЛЬЦЕ UDYANA, БЕЛОЕ ЗОЛОТО, САПФИРЫ, РУБИНЫ, ИЗУМРУДЫ, БРИЛЛИАНТЫ



КОЛЬЦЕ SHARKARA, ПЛАТИНА, ТУРМАЛИНЫ, ГРАНАТЫ, САПФИРЫ, БРИЛЛИАНТЫ



CARTIER

Колье MERIDE,
белое золото,
оникс,
горный хрусталь,
бриллианты



Колье АЛАХОА,
платина,
изумруды,
бриллианты



CARTIER

Кольцо РНААН,
белое золото,
рубины,
бриллианты



Серьги ESSAOUIRA,
белое золото,
халцедоны,
изумруды, сапфиры,
оникс, бриллианты

CARTIER



Колье CORUSCANT,
платина,
бриллианты



CARTIER

Кольцо PARNELIA,
платина,
сапфир,
изумруды,
черный лак,
бриллианты

Колье PIXELAGE,
желтое золото,
императорские
топазы,
оникс,
бесцветные
и желтые
бриллианты



CARTIER

ВРЕМЯ УСПЕХА

Кьяра Ферраньи — новый амбассадор Hublot



HUBLOT BIG BANG INTEGRAL KING GOLD PAVE, КОРПУС 42 ММ ИЗ 18-КАРАТНОГО ЗОЛОТА KING, 120 БРИЛЛИАНТОВ, HUB 1280, МАНУФАКТУРНЫЙ АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ХРОНОГРАФА UNICO С ФУНКЦИЕЙ FLYBACK И КОЛОННЫМ КОЛЕСОМ, ЗАПАС ХОДА 72 ЧАСА, БРАСЛЕТ ИЗ САТИНИРОВАННОГО И ПОЛИРОВАННОГО 18-КАРАТНОГО ЗОЛОТА KING



ШВЕЙЦАРСКАЯ

мануфактура Hublot представила нового бренд-амбассадора и члена своей часовой семьи — итальянского инфлюенсера, блогера и дизайнера Кьяру Ферраньи, красивую и эффектную девушку, известную не только своим чувством стиля, но и успехами в бизнесе. Стоимость рекламы на ее странице в Instagram стоит десятки тысяч евро, на бренд Chiara Ferragni Collection работает бывший член команды дизайнеров OffWhite, а сайт The Blond Salad собирает больше миллиона уникальных посетителей в месяц. Проекты Кьяры как примеры успешных кейсов в диджитал-маркетинге разбирали на занятиях в Гарвардской школе бизнеса, ее умение превратить любой порыв в успешное бизнес-начинание вызывает восхищение, но и шквал критики. Итальянские звезды обвиняют Кьяру в отсутствии вкуса, в том, что для завоевания популярности она применяет дешевые приемы (свою честь Ферраньи пришлось даже

отстаивать как-то в суде), но девушка, чей бизнес оценивается в \$30 млн, перестала обращать внимание на выпады в свой адрес. Разве что в документальном фильме «Кьяра Ферраньи. Неопубликованное» призналась: поток негатива заставил ее когда-то запустить собственный сайт и уйти с агрегаторов вроде Flickr. Караван Кьяры идет уже больше десяти лет, уважаемые издания бесконечно вручают ей награды: прорыв года, лучший блог года несколько лет подряд, самый влиятельный блогер года, самый влиятельный блогер мира, самая влиятельная персона в модной индустрии. А начинала Кьяра со скромной странички на платформе Flickr, куда просто загружала свои фотографии в разных образах с хештегом #theblondesalad. «Салат» достаточно быстро стал узнаваемым, и сегодня это полноценное издание о моде и стиле жизни. Ферраньи, к слову, не раз публиковала свои образы, которые дополняла часами Hublot. В том числе и унисекс-моделью Hublot Big

Bang Millennial Pink и золотыми Hublot Big Bang Integral King Gold Pave с бриллиантами. Милан, 2011 год. До показа Мах Мага несколько минут, перед входом разношерстная модная толпа хвастается своими фотогеничными нарядами. Стритстайл (репортажные фотографии модно одетых людей на улицах) только набирает обороты, и звезд среди них еще не так много. Отчетливо заметна экстравагантная Анна Делло Руссо, тогда креативный директор японского Vogue, громкая и яркая Джованна Батталья (тогда стилист и редактор моды, а ныне, уже под фамилией мужа Энгельберт, — креативный директор Swarovski) и миловидная скромная девушка, о которой я не знаю ничего и у которой прошу разрешения сделать ее фото. Желтое платье Zaga, коричневая шляпа Мах Мага и кожаные грубые ботинки. В руках — мечта тех лет — сумка «с ушами» Celine Luggage. Девушка дает мне свою визитку и очень просит прислать фотографии. На визитке сказано — Chiara



Кьяра Ферраньи в Париже перед показом Jacquemus, 2018 год

Кьяра Ферраньи в унисекс-часах Hublot Big Bang Millennium Pink. Корпус 42 мм из легкого алюминия розового оттенка Millennium Pink, механизм UNICO, запас хода 72 часа. Часы созданы в сотрудничестве с Лапо Элканным и Garage Italia



Ferragni, The Blonde Salad. Фотографии я девушке отправила, а чуть позже узнала, что журнал New York объявил Кьяру «открытием» стритстайла именно в том году. Сейчас Ферраньи вместе с супругом рэпером Федерико Лючией (кстати, у их свадьбы индекс вовлеченности выше, чем у свадьбы Гарри и Меган, то есть освещали ее обширнее, чем бракосочетание в королевской семье, и смотрело ее больше народу) воспитывает двоих детей — сына Лео и дочь Витторию и продолжает активно работать: «Я люблю своих малышей, но бросать работу не собираюсь. Это моя мечта, к которой я так давно шла. К тому же сегодня женщинам можно не ограничивать себя одной ролью — мамы или жены. Можно быть многофункциональной и все успевать. Конечно, у меня есть помощники, сама я бы не справилась. Есть няня, моя мама и мама Феде тоже нам помогают. В моей рабочей команде 16 человек, и я не выключаю телефон даже ночью — у нас активная жизнь в рабо-

чих чатах. Это издержки моей работы, но я сама ее выбрала и люблю!» Ферраньи ни о чем не жалеет, кроме, пожалуй, некоторых бизнес-решений. Например, она с досадой вспоминает своего партнера Рикардо Поццолли, с которым встречалась в студенческие годы. Именно он, как маркетолог, убедил Кьяру, что соцсети — золотая жила. Вместе они начали монетизировать блог, работать с рекламодателями и делать то, что сейчас называется набившим оскомину словом «контент». Расстались Рикардо и Кьяра в 2013 году, но работать вместе не перестали. А зря — в 2018 году Поццолли за спиной у Кьяры пытался выкупить долю в бизнесе, по сути оставив бывшую даму сердца на улице. Но даже эта шокирующая новость, обрушившаяся на девушку за несколько дней до родов ее первенца Лео, не сломила Ферраньи: «Никогда нельзя узнать человека на все сто. Особенно когда начинаются игры за власть» — так Кьяра прокомментировала поведение Поццолли в своем филь-

ме, а в Instagram тогда объявила, что отныне сама возглавляет свой бизнес и будет председателем правления. Ферраньи любит все делать сама, отлично анализирует тенденции и очень хорошо понимает, как влияет на умы. Из девочки, которая билась за приглашения на показы, за десять лет она превратилась в гранд-даму индустрии, для которой Мария Грация Кьюри, креативный директор Dior, шьет свадебное платье и благодарит за честь делать это. «Она уникальная, целеустремленная и страстно преданная своей мечте и работе», — описывает Ферраньи генеральный директор Hublot Рикардо Гвадалупе. — Нельзя сказать, что ей просто повезло — за успехом Кьяры стоит умение расти и развиваться». Искренняя и веселая — так о Кьяре говорят все, кто с ней знаком. Просто она первой догадалась сделать это своей бизнес-фишкой. А всем, кто в своем деле первый и уникальный, в семье Hublot рады.

НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



ЦВЕТ ИЗНУТРИ

Zenith покрасил Defy 21 Spectrum



ШВЕЙЦАРСКАЯ мануфактура Zenith по праву гордится своим хронографом El Primero — работает он с частотой 50 Гц и отмеряет время с точностью до 1/100 секунды. Это самый высокочастотный и точный механизм в мире. Летом прошлого года дизайнеры бренда решили визуально обыграть эту особенность механизма, окрасив его в фиолетовый цвет — самый высокочастотный в палитре. За фиолетовым следует лишь ультрафиолетовое излучение, которое человеческий глаз уже не различает. А самый низкочастотный цвет — красный. Цветовая игра продолжается новой коллекцией Defy 21 Spectrum. На этот раз дизайнеры выбрали пять цветов, пять частот видимого света: черный, синий, зеленый, оранжевый и фиолетовый. В эти цвета окрашен не корпус, как обычно делают часовые бренды, и не циферблат, а детали механизма — колеса, мосты, шестеренки и ротор. Для этого применили особую технологию матового покрытия, ноу-хау департамента исследований и разработок часового направления

LVN и секретные технологии мануфактуры Zenith. А чтобы подчеркнуть цветное решение, стальной корпус диаметром 44 мм украсили 44 драгоценными камнями багетной огранки — зелеными и оранжевыми цаворитами, синими сапфирами, аметистами, шпинелью — геммологи компании скрупулезно собирают камни нужных оттенков, размера и чистоты VVS, чтобы они совпадали с цветом механизма. Несколько часов кропотливой ручной работы уходит на то, чтобы установить и закрепить камни на безеле. Кроме того, корпус каждой модели инкрустирован 288 белыми бриллиантами классической огранки. Все работы по закреплению на мануфактуре Zenith делаются традиционными способами. Еще один цветовой акцент — каучуковые ремешки. Редакция „Ъ“ не раз рассказывала удивительную историю спасения механизма El Primero, когда новые владельцы хотели отказаться от механических часов в пользу кварца и велели очистить мануфактуру от всех традиционных станков, прессов, верстаков, инструментов,

прототипов и наработок. Самый точный в мире хронограф прятался много лет на чердаке мануфактуры (говорят, Шарль Вермо, начальник конструкторского бюро, даже замуровал ту часть чердака, чтобы его секрет не раскрыли). Этот чердак журналисты в шутку называют волшебной вырубай-комнатой: кроме механизма El Primero там обнаружились и прессы, и инструменты, и другие интересные вещи — эскизы и прототипы циферблатов, которые в прошлом году, например, использовали в коллекционных моделях Chronomaster Revival Manufacture Edition. Механизм El Primero на мануфактуре продолжают совершенствовать. Сейчас он совершает 360 000 полуколебаний в час, это самый быстрый хронограф и единственный калибр, способный измерять отрезки времени с точностью до 1/100 секунды. Коллекция Defy 21 Spectrum интересна не только тем, что это высокое часовое мастерство и редкие драгоценные камни. Она еще и отражает концепцию унисекс-подхода к часовому делу, предложенную

несколько лет назад новым генеральным директором компании Zenith Жюльеном Торнаром. Корпус 44 мм велик для женской руки, но на это и был расчет: запястье выглядит еще более хрупким, и часы обращают на себя больше внимания. Впрочем, подойдут они и мужчинам: бриллиантовая инкрустация давно перестала ассоциироваться лишь с женскими моделями и вовсю используется в мужских. «Спектров» всего 50 штук — 10 экземпляров каждого цвета. Напомним, что у Zenith есть и исключительно женские коллекции Defy Midnight, в поддержку которых бренд запустил кампанию Dream Hers и собрал девушек, которые исполнили свои мечты и создали собственные уникальные проекты в разных сферах — от моды до психологии. В начале октября в Мадриде запланировано большое мероприятие в честь посланниц проекта Zenith DreamHers. Репортаж с места событий «Коммерсантъ.Стиль» опубликует в декабрьском номере.

НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ



ФИОЛЕТОВЫЕ

Defy 21 Spectrum, стальной корпус 44 мм, автоматический калибр El Primero 9004, 288 бриллиантов классической огранки, 44 фиолетовых сапфира багетной огранки типа аметист, запас хода минимум 50 часов, скелетонированный циферблат с двумя счетчиками черного и фиолетового цветов, каучуковый ремешок Cordura

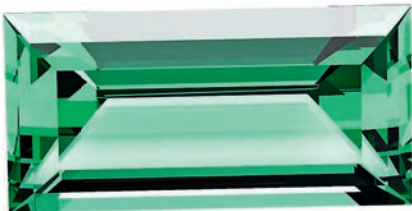


ОРАНЖЕВЫЕ

Defy 21 Spectrum, стальной корпус 44 мм, автоматический калибр El Primero 9004, 288 бриллиантов классической огранки, 44 оранжевых сапфира багетной огранки, запас хода минимум 50 часов, скелетонированный циферблат с двумя счетчиками черного и оранжевого цветов, каучуковый ремешок Cordura

ЗЕЛЕНЫЕ

Defy 21 Spectrum, стальной корпус 44 мм, автоматический калибр El Primero 9004, 288 бриллиантов классической огранки, 44 зеленых сапфира багетной огранки типа цаворит, запас хода минимум 50 часов, скелетонированный циферблат с двумя счетчиками черного и зеленого цветов, каучуковый ремешок Cordura



ЧЕРНЫЕ

Defy 21 Spectrum, стальной корпус 44 мм, автоматический калибр El Primero 9004, 288 бриллиантов классической огранки, 44 черных сапфира багетной огранки типа шпинель, запас хода минимум 50 часов, скелетонированный циферблат с двумя счетчиками черного и темно-серого цветов, каучуковый ремешок Cordura



СИНИЕ

Defy 21 Spectrum, стальной корпус 44 мм, автоматический калибр El Primero 9004, 288 бриллиантов классической огранки, 44 синих сапфира багетной огранки, запас хода минимум 50 часов, скелетонированный циферблат с двумя счетчиками черного и синего цветов, каучуковый ремешок Cordura



ЦВЕТЫ И ЛИСТЬЯ Rado представил «садовую» линию

ШВЕЙЦАРСКИЙ часовой бренд Rado с 2017 года поддерживает ассоциацию крупных садов Италии и Мальты Grandi Giardini Italiani и мировое сообщество ландшафтных дизайнеров Great Gardens of the World. В какой-то момент они вместе пришли к идее создания линии часов, посвященной красоте современных садов Европы. Тогда же,



Джудит Вейд,
президент
организации
GREAT GARDENS
OF THE WORLD
и GRANDI GIARDINI
ITALIANI



RADO TRUE x GREAT
GARDENS OF THE WORLD,
CHAPTER 2, КОРПУС
ИЗ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ
КЕРАМИКИ ЧЕРНОГО
ЦВЕТА, 12 БРИЛЛИАНТОВ,
АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
КАЛИБРА R763, ЗАПАС ХОДА
80 ЧАСОВ, АНТИМАГНИТНАЯ
ПРУЖИНА NIVACHRON

в 2017-м, появилась и модель Rado True Thinline Nature. В 2021 году идея трансформировалась в фантазийную линию Rado True x Great Gardens of the World. Джудит Вейд, президент организации Great Gardens of the World и Grandi Giardini Italiani, объяснила, что роднит сады и время: «Каждому растению требуется время на то, чтобы вырасти, некоторым деревьям нужно до 200 лет, чтобы достичь своих предельных высот. Мы вместе с Rado хотим подчеркнуть связь эпох — многие сады создавались веками. Кроме того, и сады, и часы — это объекты дизайна, а когда-то и те и другие и вовсе были привилегией богатых людей и правителей». Коллекция Rado True x Great Gardens of the World — это три модели в керамическом корпусе. Chapter 1, так называется первая модель, это часы из керамики ярко-бирюзового, нового для Rado цвета. Под антибликовым стеклом на перламутровом бирюзовом циферблате едва заметны листочки в технике клуазоне. Гравированные белые цветы жасмина сочетаются с 12 бриллиантовыми делениями и стрелками цвета розового золота.

Циферблат второй модели, Chapter 2, также украшают листочки, но цветки жасмина выполнены из металла цвета розового золота. 12 бриллиантов заменяют часовые отметки. Корпус часов изготовлен из высокотехнологичной черной керамики. Третья модель, Chapter 3, посвящена дубу — листья этого дерева, символа мудрости и вечности, выгравированы на перламутровом циферблате часов, логотип и крепление стрелок обрамлены 20 бриллиантами. Корпус этой модели тоже из высокотехнологичной черной керамики. Во всех моделях установлен механизм R763 с запасом хода 80 часов и антимагнитной пружиной Nivachron. Механизмы с такой пружиной при стандарте в три испытания проходят пять для подтверждения их особой прочности и точности. По замыслу создателей часы из новой коллекции призваны напоминать их владельцу, как важно не только ценить природу и облагораживать окружающий мир, но и сохранять свой «внутренний сад» в гармонии и умиротворении.

Натела Поцхверия



RADO TRUE x GREAT
GARDENS OF THE WORLD,
CHAPTER 1, КОРПУС
ИЗ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ
КЕРАМИКИ БИРЮЗОВОГО
ЦВЕТА, 12 БРИЛЛИАНТОВ,
АВТОМАТИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ КАЛИБРА R763,
ЗАПАС ХОДА 80 ЧАСОВ,
АНТИМАГНИТНАЯ ПРУЖИНА
NIVACHRON



RADO TRUE x GREAT
GARDENS OF THE WORLD,
CHAPTER 3, КОРПУС
ИЗ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ
КЕРАМИКИ ЧЕРНОГО ЦВЕТА,
ПЕРЛАМУТРОВЫЙ ЦИФЕРБЛАТ,
20 БРИЛЛИАНТОВ,
АВТОМАТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
КАЛИБРА R763, ЗАПАС ХОДА
80 ЧАСОВ, АНТИМАГНИТНАЯ
ПРУЖИНА NIVACHRON

НОЧНАЯ РАБОТА

Наука и искусство
La Prairie

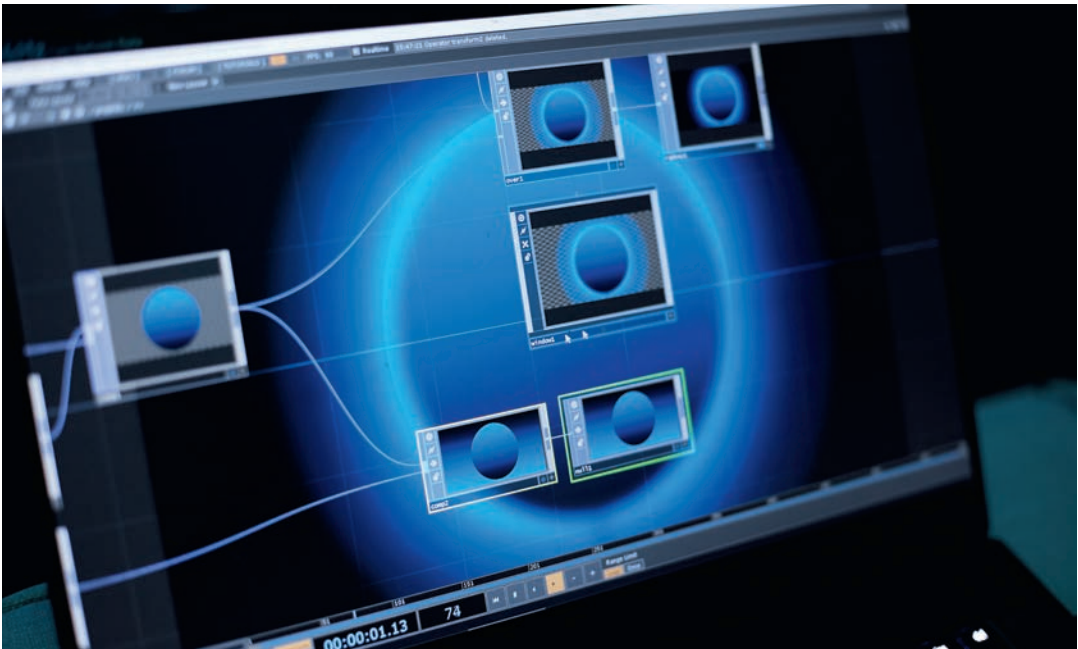


- 01 Крем для лица Skin Caviar Liquid Lift
- 02 Сыворотка для лица Skin Caviar Essence-in-Lotion
- 03 Сыворотка для кожи вокруг глаз Skin Caviar Eye Lift
- 04 Крем для кожи вокруг глаз Skin Caviar Luxe Eye Cream
- 05 Масло для лица Skin Caviar Nighttime Oil



СО ВРЕМЕНИ создания первой коллекции продуктов на основе икры La Prairie Skin Caviar прошло 35 лет, но швейцарский бренд каждый год совершенствует их формулы, чтобы добиться лучшего эффекта лифтинга кожи. Для этого в озерах Швейцарских Альп выращиваются самые ценные породы осетровых, так как именно в их икре содержится ретинол — химическое соединение, очень эффективно препятствующее старению кожи. Но есть один нюанс: под воздействием света оно быстро разрушается, а значит, косметические средства с ретинолом можно использовать только перед сном. Для ночного ухода La Prairie разработала комплекс средств, но ключевая новинка линейки — масло Skin Caviar Nighttime Oil. Его необходимо наносить на лицо последним — после лосьона, сыворотки и средств для области вокруг глаз. Тогда масло окажет максимальный эффект совместно с ингредиентами всех остальных средств и увлажнит кожу. Как выяснили ученые, ночью кожа регенерируется, а днем активизирует защитную функцию. История бренда La Prairie началась в 1931 году с появления клиники в Монтрё, где ее создатель профессор Поль Ниханс проводил свои исследования в области клеточной терапии. Профессор разработал уникальный метод омоложения, пациентами его клиники были Чарли Чаплин, Марлен Дитрих, Уинстон Черчилль и многие другие известные люди. Клиника постоянно совершенствует технологии омоложения, в том числе фирменную процедуру ревитализации. Компания La Prairie не ограничивается разработкой, производством и продажей косметических средств и их применением в клинике, она также сотрудничает с современными художниками и участвует в важных арт-событиях. Одно из недавних — совместная работа с французским цифровым художником Maotik, создавшим иммерсивную инсталляцию Sense of Blue для выставки Art Basel 2021. По замыслу художника зритель входит в цифровую иссиня-черную ночь, наполненную видеопроекциями, и может своими движениями менять потоки света. Подход художника, создающего красоту с помощью технических достижений, созвучен тому, что делает La Prairie, — ученые марки в борьбе за красоту двигают вперед науку.

Натела Поцхверия



КОРОЛЕВСКАЯ ГАВАНЬ ХОРВАТИИ

Rixos Premium Dubrovnik



ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ

спа-центры, отличный выбор ресторанов и баров, обширная программа развлечений и роскошно обставленные номера привлекают на курорты Rixos около миллиона человек в год. Те, кто хочет совместить курортный отдых с европейскими каникулами, выбирают Дубровник. Самый южный, самый красивый и самый дорогой город Хорватии очень популярен. До пандемии город осаждали толпы туристов. Они прибывали на круизных лайнерах, чтобы пройти по следам героев фэнтези-саги «Игра престолов». Дубровник сыграл в ней роль Королевской гавани. Красный замок, Башню Бессмертных и другие достопримечательности узнаешь повсюду, от центра до пригородов. Сейчас туризм возрождается, но поток отдыхающих не достиг еще прежних масштабов. И это прекрасно: появилась возможность без толчеи пройтись по старинному городу, рассмотреть его мощные улицы, роскошную и величественную архитектуру. Если остановиться в Rixos Premium Dubrovnik, то город откроет вам свое истинное лицо. Недаром Айхан Баши, генеральный менеджер отеля, говорит: «Мы предлагаем не просто комфортабельные номера — мы предлагаем вам Дубровник». Отель на берегу моря находится всего в десяти минутах ходьбы от стен Старого Города. В 2020 году завершилась его реновация. Известный швейцарский дизайнер интерьеров Ина Риндеркнехт превратила встроенный в утес отель на 310 номеров в роскошный современный и элегантный спа-курорт. Новые номера, оформленные в стиле минимализма, просторны и комфортабельны, с обширных террас, которые есть практически в каждом номере, откры-

вается прекрасный вид на море и острова. Отель немаленький, но при этом сохраняет элегантную бутиковую атмосферу. На его уединенном пляже имеются не только лежаки и зонтики, но и расположенные над морем беседки-кабаны. Спуски в море к кристально чистой воде оборудованы лесенками. Есть и бассейны, крытый и открытый. На пляже работают бар и средиземноморский рыбный ресторан Libertas, где подают все — от пиццы и устриц до лобстеров и королевских креветок. Гастрономические удовольствия — важная часть повседневной жизни Rixos. В отеле работают еще три ресторана, и все они хороши по-своему. В фирменном спа-салоне Anjapa помимо прочего находятся единственный в Хорватии настоящий турецкий хаммам, ледяная комната, солевая комната с гималайской солью и чайный бар с сотней сортов чая. Спа-меню включает уникальный хорватский массаж с использованием натуральных масел, произведенных в одной из старейших в Европе аптек, 700-летней Male brace. Гостям, которые предпочитают спорт и активный отдых, в отеле предложат занятия йогой, пешие прогулки в горы, уроки бильярда, тенниса и настольного тенниса, помощь профессиональных тренеров. Добираться до Дубровника легко и удобно благодаря прямым ежедневным рейсам «Аэрофлота» из Москвы. Кстати, благодаря мягкому климату региона, отель Rixos Premium Dubrovnik принимает отдыхающих круглый год. При прямом бронировании до 15 октября гости получают скидку 15% на размещение и другие бонусы. И это еще один повод выбрать для отдыха Дубровник.

Владимир Гридин





В салонах **Aldo Coppola** новинка — ампульные концентраты 111SKIN. Предлагается пять целевых систем ухода за кожей, которые можно комбинировать или использовать независимо друг от друга. Ключевой ингредиент комплекса The Y Theorem Concentrate, который называется NAC Y2, увеличивает выработку глутатиона, благодаря которому происходит восстановление клеток кожи. The Firming Concentrate с эффектом anti-age укрепляет контур лица. The Clarity Concentrate с коллоидным серебром и экстрактом микроводорослей предназначен для проблемной кожи. The Radiance Concentrate возвращает коже сияние, а The Hydration Concentrate увлажняет ее.



На территории курорта **Sani Resort** открыли pop-up магазины итальянский бренд шляп Borsalino и французская марка купальников Eres. У Borsalino это концепт в стиле ретро-мото-роллера Piaggio с прицепом, он установлен возле таверны Alexis. Временный магазин бренда Eres расположился на пляже Бусулас на территории Bousoulas Beach Bar. Дизайн кабины Eres был разработан эксклюзивно для Sani Resort. Pop-up магазины будут работать вплоть до закрытия сезона 31 октября 2021 года.



Французский дом **Hermes** расширяет линейку beauty-товаров и выпускает новые румяна восьми оттенков, две кисточки, чехол для пудреницы Pommette и розовый бальзам для губ Rose a levres трех оттенков розового — от светлого к темному. Отдельно в продажу поступят сменные блоки для каждого продукта



Швейцарский бренд **Meder Beauty Science** представил ночной восстанавливающий биохакинг-крем для лица Circa-Night и крем Arma-Bust для области декольте. Circa-Night препятствует старению кожи и активно воздействует на клетки во время сна, а крем Arma-Bust увлажняет и выравнивает кожу в области декольте, повышает ее плотность и упругость. Средства подходят для всех типов кожи.



В новом наборе для области вокруг глаз Total Eye Treatment от японского бренда **Sensai** — эссенция для вечернего ухода и питательный крем для утреннего и вечернего ухода. При регулярном применении средства способствуют разглаживанию глубоких и мелких морщин вокруг глаз, кожа становится более увлажненной и упругой.



В клинике **Lazer Jazz** к услугам клиентов 26 самых современных аппаратов, несколько видов лазерной шлифовки и другие омолаживающие процедуры. В том числе революционная программа BBL Forever Young для генного омоложения, а также продукция на основе нанотехнологий Schali. В списке услуг клиники есть и процедуры по уходу за телом. За девять лет работы у клиники девять наград, включая «лучший нитевой лифтинг Aptos» на конкурсе «Парад Клиник». Кроме того, клиника является официальным наставником корпорации Merz Aesthetics. Для борьбы с растяжками применяется аппарат с воздействием CO2 или игольчатая радиочастотная шлифовка Fractoga. Для борьбы с жировыми «валиками» — криолиполиз Clatuu и ультразвуковой липолиз Ulfit — одни из самых популярных процедур в клинике. Кроме того, клиника предлагает процедуры для женщин, способствующие сохранению сексуальной активности или восстановлению после родов. Действует система бонусов для постоянных клиентов.



DIOR