

стиль осень

4–6

НИКА ЗЕБРА:
«Заставить себя
обсуждать —
путь к успеху
в современном мире»

7

**ИСКУССТВО
ДЛЯ МЕГАПОЛИСА**
Выставка
бумажного
паблик-арта

11

**ШВЕДСКИЕ ЗВЕЗДЫ
В NORDIC**

14

ОТЕЛЬ WAWELBERG:
начало новой жизни
исторического здания



Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге
ONLINE

Четверг, 28 октября 2021 №197

(№7159 с момента возобновления издания)
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-76924 9 октября 2019 года

18 Триумф и трагедия
Марии Каллас

19 Любимая классика
Балеты Театра им. Леонида Якобсона

113 Курортная кухня
Краткий путеводитель
по ресторанам Сочи

115 Minerals на Невском проспекте:
богатства России



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

слово редактора

Без суеты

В изменившемся мире многое перевернулось с ног на голову, хотя это вроде и не очень заметно. Вот, например, космические съемки на МКС. Казалось бы, это ж ново, смело и необычно, но с каким энтузиазмом общественность поносила эту историю — стрелы летели и в Юлию Пересильд с Климом Шипенко, и в Роскосмос, и в саму идею, которая «за наш счет», как всегда. Хотя все в этой жизни за наш личный счет, так что уж тут особенно придирайтесь. А вы бы не полетели, скажите честно, если бы была такая возможность? Остались бы на диване или где там еще посреди серых будней, покрутили бы пальцем у виска? И на дно морское не погрузились бы в батискафе, и не поднялись бы в небо вместе со стайей журавлей? Ну, если б была такая возможность? Не столь важно, за чей счет. Уверена: нашлись бы те, кто согласился.

Потому что это ж какой удивительный шанс — дух захватывает! Без всякой меркантильной суеты. Новый мир приучает нас к осторожности. Возмущаться теми, кто старается жить по-другому. Сторониться людей. Циклиться на негативе. Наверное, он стал враждебнее, этот мир. А может, это мы его так сейчас представляем. Но это изменится. Обязательно. Жизнь и любовь всегда берут свое.



АССИМЕТРИЧНЫЕ СЕРЬГИ
из коллекции «Лист Гинкго».
СЕРЕБРО, ГОРЯЧАЯ ЭМАЛЬ.
Автор — ювелир Ирина Шабут

ИРИНА ШАБУТ

TOUS: МОРСКОЙ КЛАД

Вдохновением для создателей коллекции Oceaan испанского ювелирного дома Tous стали просторы морей и океанов с их таинственной и яркой жизнью.

ПРИЧУДЛИВЫЕ формы, разные фактуры и необычные сочетания цветов — каждый предмет Oceaan будто пропитан морской солью и лучится солнечным блеском. Серьги-ракушки, силуэт классического мишки Tous, будто сотканный из кораллов, кольца с камнями, россыпь самоцветов в асимметричных ожерельях — в коллекции заиграли самые разные камни: лазурит, сердолик, апатит, анемон, пресноводный жемчуг. Концепция таких осенних мотивов в украшениях проста: не забывать о море, если нельзя оказаться рядом с ним, и вместо ностальгии носить то, что напоминает о лете, солнце и морском бризе.



Bvlgari: бриллианты в новой упаковке

Ювелирная коллекция Divas' Dream под брендом Bvlgari посвящена современным дивам. Дизайн украшений навеян мозаикой римских терм Каракаллы. В этом году линия пополнилась новыми ювелирными творениями в богатой цветовой палитре и с оригинальной трактовкой веерообразного узора. Розо-

вым золотом 18 карат обрамлен нежно-розовый опал в парюре из серег и коле. В коле с подвеской из розового золота сочетаются перламутр, рубин и бриллианты, а однотонный браслет из розового золота с малахитом привносит и в образ, и в настроение яркий цветовой акцент. Коле с подвеской из розового золота представлено в двух цветовых вариациях: с бриллиантами и синими сапфирами; бриллиантами и розовыми сапфирами.

Интересно, что коллекция 2021 года Divas' Dream дебютирует в новой упаковке — без использования пластика. Такая упаковка введена в августе для всех ювелирных изделий и часов Bvlgari. Внешний слой сделан из бумаги, полученной из древесины ответственно управляемых лесов, внутренний слой — из чистого шелка и натурального латекса каучуковых деревьев, не содержащих химикатов.

Новая упаковка предполагает сокращение количества пластика на 96% по сравнению с предыдущей версией упаковки. Это позволит Bvlgari экономить более 160 тыс. кг пластика ежегодно: важная веха в стремлении компании сократить использование пластика — от офисов до бутиков и производственных предприятий. Принцип экологического дизайна официально задекларирован в политике и манифесте избавления от пластика, принятых компанией в 2019 году.

Зоя Пашковская



НИКА ЗЕБРА: «ЗАСТАВИТЬ СЕБЯ ОБСУЖДАТЬ — ПУТЬ К УСПЕХУ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»

Основатель и генеральный директор PR-агентства Zebra Company, автор книги «Персональный бренд: создание и продвижение» Ника Зебра рассказывает о том, почему в современной России не работает институт репутации, кто стал популярным за счет людской зависти и заработал на этом миллионы и в каких ситуациях личный бренд защищает от рейдеров.



ДАРЬЯ РЕПНИКОВА

КАК говорил Энди Уорхолл, каждый достоин 15 минут славы. Наша героиня помогает своим клиентам не просто стать популярными, успешными, влиятельными, но и транслировать публично свои ценности и мечты на огромную аудиторию.

С активным развитием соцсетей и всеобщим погружением в онлайн иногда кажется, что прославиться очень просто. Поэтому начнем с самого главного вопроса: как в 2021 году стать востребованной медийной личностью и даже звездой?

Все зависит от цели: она может быть как масштабной, так и иметь конкретную задачу — например, приобрести известность в своем профессиональном кругу. Классическое «хочу, чтобы меня знали все» актуально либо для людей, которые пока не определились — стану известным, а там разберусь — либо для политиков.

Если говорить о конкретных инструментах, то за последние несколько лет все сильно сместилось в интернет. После кризисов 2008 и 2014 годов были закрыты многие СМИ, во время пандемии резко сократилось количество мероприятий — и профессиональных, и светских. Поэтому практически все, что нам осталось, — это интернет: социальные сети, работа с поисковой выдачей, продвижение личных сайтов или создание спецпроектов, которые могут помочь стать известным, — например книги.

Книга может помочь стать известным? Конечно. Я даже не говорю о художественной литературе и примере Джоан Роулинг. Есть много других примеров, в России в том числе, когда известного специалиста сделала именно книга. Вот имя копирайтера и редактора Максима Ильяхова ничего никому не говорило — до выхода его книги «Пиши, сокращай». А сейчас его оранжевый талмуд необыкновенно популярен и входит во все подборки и списки рекомендаций для тех, кто хочет научиться писать.

В чем отличие личного бренда от известности?

Все чуть сложнее: есть известность, популярность и личный бренд. Можно быть известным, но непопулярным — Валерий Леонтьев или Влад Сташевский; можно быть известным и популярным, но не иметь при этом личного бренда — примером тому многие инстаграм-блогеры с миллионной аудиторией. Суметь добавить к своей известности и популярности устойчивые ассоциации — вот что такое личный бренд.

Кстати, про ассоциации: например, очки в форме бабочки связывают прежде всего с обликом Эвелины Хромченко, а черную водолазку — со Стивом Джобсом. Как сделать так, чтобы образ был говорящим?

Помните фотосессии Олега Тинькова в белой рубашке с подвернутыми рукавами? Они появились ровно в тот момент, когда ему нужно было позиционировать банк Tinkoff. За фото — очень много смысла, который считывает наше подсознание: белые рубашки быстро пачкаются, их редко надевают дважды, а подвернутые рукава сильно мнутся. Образ говорит: «Я могу себе позволить надеть рубашку один раз, затем просто отправить ее в химчистку или вообще купить себе новую». Казалось бы, простой жест, но «за кадром» мы подсознательно понимаем, что у человека есть деньги, он уже может их не считать, и мы уверенно несем свои средства в этот банк. А отказ от классических костюмов — шаг к диалогу с более молодой аудиторией.

Два самых популярных человека в России после Владимира Путина сей-



В ПОСТРОЕНИИ ЛИЧНОГО БРЕНДА

социальные сети дают

два преимущества: это возможность

собрать вокруг себя сообщество

и регулярно контактировать с ним

час — Моргенштерн и Ольга Бузова. Как объяснить интерес людей к ним?

Моргенштерн всегда ставил на эпатаж и провокации. Аудитория Моргенштерна в значительной степени растет за счет школьников, понятно, что у них схожие ценности — это бунт, смелость, проявление себя в самых экстремальных формах, вплоть до татуировок на лице. Очень важно, он не прикидывается, а действительно живет, как показывает, и это к нему располагает. Да, многих раздражает, но раздражение — это реакция, и для популярности уже не так важно, со знаком «плюс» эта реакция или «минус». Главное, что она дает всплеск внимания и интереса. Основной вопрос в том, во что ты будешь полученное внимание потом конвертировать. Посмотрите на Ольгу Бузову: чем больше хейта в ее адрес, тем дороже контракты. Думаю, это первый российский случай, когда популярность растет на негативе как на дрожжах. Каждый считает, что он умнее Ольги, только вот этот каждый на диване, а она на экране. Драйвер Бузовой — зависть. По мнению многих, она далеко не красавица, не очень хорошо поет, непрофессиональная актриса, не обладает никакими особенными талантами. И вот все смотрят и бесятся, почему у нее есть все, а у них ничего. Это сильнейший раздражающий триггер.

Но ведь доля истины в этом есть — Бузова, прямо скажем, не первая красавица, не певица или актриса незаурядного таланта. Что же тогда она умеет делать в совершенстве?

Выдерживает колоссальный уровень негатива, который на нее льется. Это бренд, выросший на негативе, и он демонстрирует нам совершенно невероятную внутреннюю силу. Девяносто пять процентов людей просто не понимают, что, приходя и нападая на нее в аккаунте, своими руками создают новый виток популярности. Заставить себя обсуждать — один из путей достижения успеха в современном мире. Ты становишься заметен, образуется социальный капитал, который потом можно будет конвертировать. Люди боятся скандалов, поэтому следят за теми, кто умеет обращать их себе на пользу. К счастью, скандал — лишь один из пары сотен способов продвижения.

Возможно ли сегодня построение личного бренда без instagram/telegram?

Здесь все зависит от целевой аудитории. Социальные сети дают два хороших преимущества: это возможность собрать вокруг себя сообщество и регулярно контактировать с ним. Экспертные интервью в традиционных медиа тоже дают эффект, всплеск внимания, но соцсети обеспечивают прямой и постоянный контакт с аудиторией. Прямое общение в соцсетях резко повышает уровень лояльности к бренду. И далее здесь возможен управляемый рост, который зависит от двух параметров: насколько ты интересен людям и сколько ты готов вложить в развитие сообщества. Эти параметры, кстати, коррелируют между собой: чем интереснее твой контент, тем меньше тебе нужно вкладывать в продвижение.

Если общаешься с потенциальными инвесторами и партнерами, то вести соцсети просто необходимо. Но это целый отдельный пласт работы, и предприниматели обычно без энтузиазма реагируют на него, потому что при выстраивании личного бренда требуется определенная степень откровенности. Как однажды сформулировал один из моих клиентов: «Когда ты миллионер, то мечтаешь войти в тот или иной престижный рейтинг; а став миллиардером, стремишься из всех рейтингов исчезнуть». И многие не готовы говорить о сложностях в настоящем времени, только в прошедшем: мол, да, у меня был кризис, но теперь-то я на коне. Хотя неудача так же естественна, как и победа. Никто не идет к успеху прямой и ровной дорогой. Но в России стыдно быть слабым.

Откуда растут корни у этого менталитета?

Мы с детства растем в культуре, где нельзя сделать ошибку. За ошибки наказывают и всячески порицают. Но у нас и об успехах не принято рассуждать — генетическая память говорит: не высовывайся. Есть еще один интересный момент: на каких сказках мы воспитываем наших детей. Я не читаю своей шестилетней дочери сказок о том, как прилетит волшебник или прекрасный принц и спасет ее. Такие истории формируют пассивную жизненную позицию, и человек всю жизнь проводит в ожидании чуда — в той или иной его форме. Сказка закрепляет в сознании этот сценарий.

А какие сказки вы выбираете для дочерей?

Вчера, например, мы читали «Щелкунчика». Это прекрасная история, где есть место и смелости, и преодолению, и сочувствию. У Джулии Дональдсон есть чудесная сказка про улитку и кита. Улитка сидела с подружками на камне у берега моря и мечтала о дальних путешествиях, получая только насмешки. Но проплывавший мимо кит услышал улитку и пригласил отправиться в путешествие вместе. И улитка вскоре отплатила киту добром: когда его выбросило на берег, она позвала людей на помощь. В финале сказки уже все улитки отправляются в плавание на хвосте кита. Но героиня — первая, которая осмелилась и показала всем пример. Такие истории формируют характер.



Я НЕ ЧИТАЮ СВОЕЙ ШЕСТИЛЕТНЕЙ ДОЧЕРИ сказок о том, как прилетит волшебник или прекрасный принц и спасет ее. Такие истории формируют пассивную жизненную позицию

Почему не стоит бояться публично быть неидеальным, настоящим и порой уязвимым?

Люди идут за людьми, за человеческими историями, которые цепляют, а не за цифрами, какими бы впечатляющими они ни были. Про обороты Wildberries начали широко говорить лишь после того, как глава компании Татьяна Бакальчук поделилась своей личной историей: учительница английского языка и мать четверых детей стала президентом крупной компании и одной из самых богатых женщин в стране — это действительно случай, который интересно обсуждать. На этом фоне и без того эффектные цифры выглядят еще более впечатляющими.

Для такого бренда, как Wildberries, выход первого лица в публичное поле — это прежде всего трансляция ценностей. Мы ведь до сих пор в России (и на постсоветском пространстве в целом) имеем дело не с компаниями, не с котировками акций, не с контрагентом; мы имеем дело с человеком, который стоит за компанией. И решаем для себя, будем мы иметь дело с этим бизнесом или нет.

Есть ли какие-то условные ожидания vs реальность в восприятии личного бренда? Сталкивались с этим в своей работе?

Российские предприниматели часто просят разработать для них публичный имидж по аналогии со звездами шоу-бизнеса: не секрет, что разница между Сергеем Шнуровым и Шнуром колоссальная. Потому что Шнур — персонаж. Только вот к личному бренду в сфере бизнеса технологии шоу-бизнеса не применимы. Для предпринимателя бренд работает подоб-

но прожектору: он подсвечивает ту или иную сторону личности или бизнеса, оставляя в тени то, что не хочется акцентировать. Но подсвечивать нужно реальность, а не маску.

Во многом поэтому я сейчас больше работаю не с топками, а с блогерами-миллионниками: там все честнее, ведь долго играть в ежедневных сторис невозможно — выгоришь. Приходится показывать себя настоящего.

Как только с медийным человеком случается скандал, все сразу вспоминают институт репутации. Существует ли он в России и как соотносится с понятием личного бренда?

У нас исторически личный бренд строился по законам политических технологий для правящей верхушки, никому другому выделяться просто не разрешалось. А в западной школе институт личного бренда был всегда в первую очередь историей про деньги, привязанной к бизнесу, шоу-бизнесу, большому спорту. И вот там всегда большое значение имела репутация, участники процесса тщательно следили за тем, какой след после себя оставляют. В американской системе координат личный бренд и репутация практически синонимы, в России личный бренд, скорее, ассоциируется с известностью. А вот понятие «репутация» сегодня в нашей стране практически не работает. Почему? Виновата экономика. На устойчивый поток клиентов репутация влияния почти не оказывает — выбор товара, компании, партнера делается в пользу самого выгодного предложения. Совладелец компании «Чистая линия» Гагик Эвоян попал под арест по обвинению в незаконной

охоте на оленей в Подмосковье — разве продажи мороженого этого бренда провалились? Вовсе нет. Критерием отбора сегодня в России является цена, а не ценности, что и привело к девальвации института репутации.

Какие еще бонусы у личного бренда? Кроме клиентов, социального капитала и его монетизации?

Публичность иногда служит средством защиты от потенциального рейдерского захвата. Хороший пример в этом отношении — Федор Овчинников, глава сети ресторанов быстрого питания «Додо Пицца». Когда на него начались нападки, обсуждался уход с китайского рынка, получила резонанс история с обнаружением наркотиков в туалете одного из ресторанов его сети. Притом что целью атаки был лично Федор, а не сам ресторан, на него сработала заранее выстроенная стратегия. Кампания по разрушению репутации Федора воспринималась как информационный шум: на момент скандала Федор Овчинников уже вошел в историю российского бизнеса как человек, который задал тренд быть честным, показывать изнанку бизнеса.

Грамотно выстроенный личный бренд обеспечивает определенный уровень доверия к человеку. Люди не просто знают, например, твою компанию, мы не об индексе узнаваемости бренда — это к маркетологам. Речь о том, что люди тебе либо верят, либо нет. И если тебе верят, то в случае конфликта, когда ты скажешь, что на тебя нападают, обижают, люди встанут на твою сторону. Это серьезный аргумент в любом конфликте.

БЕСЕДОВАЛА ГАЛИНА СТОЛЯРОВА

ИСКУССТВО ДЛЯ МЕГАПОЛИСА

Петербургский музей стрит-арта совместно с Public Art Center открыл выставку бумажного паблик-арта по итогам открытого конкурса «Критикуя, предлагай! Вместо Фишера на Болотную».

КОНКУРС стал ответом на общественную дискуссию вокруг временного объекта «Большая глина №4» швейцарского художника Урса Фишера в Москве. Увеличенный в 50 раз комок глины, который художник как бы размял в руках, был установлен в конце лета на Болотной набережной в Москве. Публика не осталась равнодушной — некоторые даже сравнивали объект с фекалиями. «Дебаты вокруг Фишера выявили неуверенность горожан в том, что отечественные художники вообще способны создавать паблик-арт мирового уровня, — говорит Татьяна Пинчук, директор Музея стрит-арта. — Обращаясь к результатам открытого конкурса, мы хотим если не развеять эти сомнения, то хотя бы показать общую картину паблик-арта в России — актуальный срез, представленный авторами и командами со всей страны.

В экспозицию бумажного паблик-арта вошли отобранные по итогам конкурса объекты, видеовизуализации, AR-маски, анимации и рендеры проектов российских авторов, работающих с городским пространством. Они представляют свои

концепции искусства для общественного пространства Болотной набережной Москвы, то есть именно для той локации, где находился объект Фишера. Какой паблик-арт формирует комфортную городскую среду? Какие произведения искусства уместны на улицах мегаполисов? Способны ли современные художники предложить оригинальные масштабные проекты для города в про-

тивовес традиционным бронзовым памятникам? В этом пытаются разобраться организаторы выставки-исследования, она продлится до 28 ноября. Среди участников — Айдар Бекчинтаев, Александр Григорьев, Александр Кит, Александр Шишкин-Хокусай, Анна Мартыненко, Константин Новиков, Яна Осман, Deus Ex cavators и другие.

Алина Самойлова



ПРОЕКТ
ТАРАСА ЖЕЛТЫШЕВА



ПРОЕКТ КОНСТАНТИНА НОВИКОВА



ПРОЕКТ АСИ МАРАКУЛИНОЙ

ПОСВЯЩЕНИЕ МАРИИ КАЛЛАС

10 ноября в Большом зале Санкт-петербургской филармонии имени Шостаковича запланирован премьерный музыкальный спектакль «Мария Каллас. Триумф и трагедия».

СПЕКТАКЛЬ —

посвящение легендарной диве оперной сцены Марии Каллас, покорившей мир не только своим голосом, но и выдающимся драматическим талантом, при жизни ее называли La Divina — Божественная. Новая постановка — необычное воплощение истории Каллас, остросюжетная фантазия на основе реальных событий. Роль великой певицы исполнит 34-летняя звезда Мариинского театра Елена Стихина (сопрано). Она исполнит произведения из репертуара Марии Каллас — арии Аиды, Тоски, Манон Леско, Медеи, Травиаты, Мадам Баттерфляй и другие.

Народный артист РФ Александр Домогаров предстанет в роли Звукорежиссера. По замыслу режиссера спектакля Нины Чусовой, именно Звукорежиссер испытает на себе синдром Каллас — противоречивый клубок чувств любви и отвержения.

«Это необычный спектакль — история женщины, которая живет благодаря голосу. Мой герой Звукорежиссер так и говорит: дело не в музыке, а именно в голосе! Мы расскажем о Марии Каллас не только как о певице, исполнившей сложнейшие



ПРЕСС-СЛУЖБА ПРОЕКТА «МАРИЯ КАЛЛАС. ТРИУМФ И ТРАГЕДИЯ»



ПРЕСС-СЛУЖБА ПРОЕКТА «МАРИЯ КАЛЛАС. ТРИУМФ И ТРАГЕДИЯ»

НАРОДНЫЙ АРТИСТ РФ
АЛЕКСАНДР ДОМОГАРОВ

СОЛИСТКА
МАРИИНСКОГО ТЕАТРА
ЕЛЕНА СТИХИНА
(СОПРАНО)

арии мирового оперного репертуара, но и как о женщине, ставшей заложницей мифов, чужих представлений и даже своих чувств. Будет откровенный разговор об искусстве, любви, служении музыке и театру», — говорит Александр Домогаров. В программе музыкального сопровождения спектакля — произведения Танеева, Бетховена, Шостаковича, Шопена, Брамса в исполнении Молодежного камерного оркестра филармонии. Дирижер — Ярослав Забояркин.



ПРОЕКТ ARTBOX

«Музей чепухи» Валерия Гриковскогo сделан из 16 коробок

Трансформация искусства в ArtBox

Выставкой Валерия Гриковскогo «Вирусы Сальери» открылось выставочное пространство ArtBox на Петроградской стороне при поддержке комитета по культуре.

Предполагается, что выставочный зал ArtBox станет первой крупной площадкой подобного рода на Петроградской. Одним из направлений выставочных исследований и паблик-токов станет цифровая трансформация искусства и место аналогового совриска в реальности. Премьерной экспозицией выставочного зала ArtBox стала выставка художника Валерия Гриковскогo, экспериментирующего с разными материалами и техниками, известного в среде коллекционеров и галерейщиков. На выставке «Вирусы Сальери» — более 20 работ. «Гриковскому близка идея размышления о том, как цифровое искусство может существовать в реальном мире, отсюда и рождение сюжета, как аналоговый архангел убивает

цифрового демона, противопоставление науки и искусства», — говорит куратор проекта Наталья Жукова, идеолог галереи AI Gallery.

Выставочное пространство в этой локации возникло не случайно. «Несколько лет назад мы открыли на Петроградской арт-отель с картинами современных художников в холле и каждом номере, — рассказывает идейный вдохновитель проекта ArtBox Сергей Сергеев. — За эти годы отель стал настолько популярным, что мы решили расширить номерной фонд и открыть большой выставочный зал рядом со свободным входом для всех жителей города. В будущем планируем поднимать актуальные темы современного градостроительства, охраны памятников архитектуры. Не секрет, что для Петроградского района, где много зданий, нуждающихся в реставрации, это насущная проблема».

Алина Самойлова

ОПЕРА — ЭТО МОДНО

В Михайловском театре 11 ноября планируется торжественная церемония вручения национальной оперной премии «Онегин».

ЗА ПЯТЬ ЛЕТ

лауреатами «Онегина» стали более 50 оперных певцов и певиц, режиссеров и концертмейстеров, художественных руководителей театров, трупп и постановок из разных регионов России. Конкурсных номинаций восемь: «Дебют» (женщины и мужчины отдельно), «Примадонна», «Мастер сцены», «Роль второго плана», «Гость» (за участие в оперной постановке в качестве приглашенной звезды), «Состав» (за совместимость и взаимодействие участников постановки на сцене), «Событие. Традиции и современность». Есть еще и внеконкурсные номинации («Приз зрительских симпатий» как минимум). Количество заявок на участие в «Онегине» в 2021 году почти достигло сотни, их подали 25 театральных коллективов со всей России — как государственных, так и частных.

«Когда мы начинали шесть лет назад, к нам на конкурс пришли 32 заявки от оперных театров, — вспоминает учредитель и генеральный директор премии „Онегин“ Игорь Тарасов. — И нам казалось, что это очень много! За эти годы из 40 оперных театров России с нами сотрудничали 36. Таким образом абсолютное большинство театров вращается в орбите премии. Все театры, где есть какие-то яркие оперные



премьеры, представлены в нашем листе номинантов».

В 2021 году президентом премии «Онегин» стала народная артистка России, лауреат госпремии РФ Хибла Герзмава. «Для меня это особый шаг, — говорит певица. — Президент должен сделать много и энергетически, и физически. Я вижу свою задачу в том, чтобы укреплять международные связи премии, и в том, чтобы наш зритель становился более молодым. Потому что опера — это модно».

В шорт-листе премии — три современные оперы. «Любовь издалека» финки Кайи Саариано (в 2010-м россиянка Екатерина Лехина, исполнившая главную

партию, получила «Грэмми» за лучшую оперную запись) и «Лицом к югу» канадки Линды Кэтрин Смит в постановке Екатеринбургского театра оперы и балета («Урал Опера Балет») и независимого проекта Montecchi VS Опера. Башкирский государственный театр представил первую театральную постановку оперы Владимира Мартынова Vita Nuova, написанную в 2003 году по заказу Мариинского театра, но так и не осуществленную.

Всего в списке финалистов — чуть больше трех десятков позиций. В числе дебютных претендентов — Наталия Ляскова, исполнительница главной женской партии в постановке «Кармен» Константина

Богомолова (Пермский государственный театр оперы и балета имени П. И. Чайковского); Иван Гынгазов (музыкальный театр «Геликон-опера», Москва); Олег Федоренко (Нижегородский государственный театр оперы и балета имени А. С. Пушкина); Игорь Коростылев (Московский академический музыкальный театр имени К. С. Станиславского и В. И. Немировича-Данченко) и другие. В рамках премии также планируется концерт «Памяти учителям» (10 ноября, Капелла), а 26 ноября в Мариинском театре Хибла Герзмава выступит вместе с латвийской звездой Элиной Гаранчей.

ВЕРА КОЧЕТКОВА

Любимая классика

В октябре и ноябре Театр балета имени Леонида Якобсона представляет свои лучшие классические спектакли на основной сцене Мариинского театра.

1 и 15 ноября на прославленной сцене — «Лебединое озеро», самый известный в мире балет Чайковского в хореографии Мариуса Петипа. Сценография и костюмы спектакля, возобновленного в 2015 году, выполнены известным теа-

тральным художником Вячеславом Окуневым.

5 и 22 ноября зрители увидят одну из любимых публикой балетных постановок — зимнюю феерию «Щелкунчик» на музыку Чайковского. Благодаря художественной фантазии балетмейстера Василия Вайнонена волшебная сказка Гофмана стала балетной классикой XX века.



«ЛЕБЕДИНОЕ ОЗЕРО» — ОБРАЗЕЦ КЛАССИЧЕСКОЙ ХОРЕОГРАФИИ



«ЩЕЛКУНЧИК» ОСОБЕННО КСТАТИ В КАНУН РОЖДЕСТВА

Осенне-яблочный «Вкус Франции»

Ежегодный международный гастрономический фестиваль «Вкус Франции/Goût de France/Good France» прошел в Петербурге в новом формате. «Вкус Франции» проводится с 2015 года, один из его инициаторов — известный шеф-повар и ресторатор Ален Дюкасс. Суть проста: в определенный день рестораны в разных городах мира готовят праздничный ужин из блюд французской кухни. Для презентации выбирается один из французских регионов. Традиционно днем Франции было 21 марта, но из-за пандемии в 2020 и 2021 годах праздник отменили. Поэтому, как только стало возможным, было принято решение провести весенний фестиваль осенью. Регионом года стала долина Луары — родина знаменитого перевернутого яблочного пирога tarte Tatin (тарт Татен) и слоек chausson (шоссон). Именно эти десерты и стали героями внепланового фестиваля в Петербурге (проводится при поддержке Генерального консульства Франции в Санкт-Петербурге), а к участию в нем пригласили пекарни и кондитерские — как небольшие ремесленные, так и известные сетевые, и ресторанные, и отельные. В частности, яблочный «Вкус Франции» смогли оценить гости таких заведений, как Hobz, Buns, Булки.com, «Слой», «Круассанчик», Garçon, Ôretit, «Фюнамбюль», Claret, Minerals. Эксперты отмечают, что осенний фестиваль мог бы в перспективе стать своеобразным дополнением к весеннему — именно для пекарен и кондитерских.

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ТРАДИЦИОННЫЕ ДЕСЕРТЫ
РЕГИОНА ДОЛИНЫ ЛУАРЫ



ШЕФ-ПОВАР
РЕСТОРАНА
PERCORSO
ЛУКА КРОСТЕЛЛИ

Бистрономия в Percorso

В отеле Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg — итальянский переворот: новый шеф-повар ресторана Percorso Лука Кростелли планирует объединить изысканность, простоту и зрелищность. Нового шефа можно без преувеличения назвать звездным: он работал в ресторанах Италии и Швейцарии, имеющих от одной до трех звезд Мишлен. А начинал по традиционному итальянскому сценарию: переняв страсть к кулинарии от мамы, осваивал азы мастерства на кухне семейного ресторана в Порто-Реканати. В Percorso новый шеф собирается «расширить границы изысканной кухни, сохранив при этом качество продуктов, утонченность подачи и элегантность атмосферы». Недавно он представил обновленное меню. В числе новинок — слегка обжаренное филе тунца с песто из рукколы, кремом из кедровых орехов и карамелизованными томатами; карпаччо из желтохвоста с зеленой фасолью, киноа и томатным кули; обжаренный осьминог с картофельным мильфеем и домашним майонезом с петрушкой. «Мне сложно найти официальное имя для своего стиля, но все же я определяю его как бистрономический, — говорит Лука Кростелли. — Это высокая кухня, но в то же время легкая. Еда, к которой хочется возвращаться постоянно, а не только по особым случаям».

ВЕРА КОЧЕТКОВА

Bilbao — за компанию

Больше баскских традиций, ближе к casual dining — так коротко можно выразить обновление концепции ресторана Bilbao. Шеф-повар Владимир Горюсков углубился в техники ферментации и обратил больше внимания на лесные растения и продукцию фермеров. Так, например, говяжье ребро он готовит сухим томлением (отчего оно приобретает вкус жареного) и подает со шпинатом и перченым кетчупом на основе коджи (это тип японской закваски, которая готовится путем ферментации зерна, обычно рисового). Коджи шеф тоже делает сам. Гребешок с майонезом из щучьей икры и птитимом появился благодаря средиземноморской моде на салаты с холодной пастой и морепродуктами. В меню — два новых баскских супа: эскуделья с равиоли из бычьих хвостов и черной фасолью и порусальда

с треской и печеным луком-пореем (бульон на мидиях шеф варит 12 часов). Баскскими блюдами пополнились и разделы закусок, горячего и десертов. Но главное — в лучших традициях сомбремеса (свободная беседа за столом после еды) в основном меню появилось больше блюд на компанию. Например, сет баскских тапас с хамоном, чоризо (свиная колбаса), версией эскешады (салат из овощей и рыбы), сырами и маринадами. Или стейк чулетон — килограммовый рибай толщиной четыре сантиметра. В день рождения ресторана, 18 ноября, гостям будут подавать специальный сет из восьми перемен блюд, авторами которых станут восемь поваров (Горюсков в их числе).

ВЕРА КОЧЕТКОВА



ЧУЛЕТОН

Nordic: новый сет и шведские звезды

Ресторан северной кухни Nordic объявляет о сотрудничестве с Дэниелом Хогландером и Никласом Йонссоном — шведскими шеф-поварами, отмеченными двумя звездами Мишлен. Они стали бренд-шефами Nordic и разработали авторский дегустационный сет из 15 блюд. Сеты будут обновляться каждый сезон. Вместе с ними над созданием блюд работает шеф-повар ресторана Игорь Васильев. Авторскую манеру шведских поваров отличает космополитичный подход, умение сочетать разные гастрономические традиции в рамках концепции одного ресторана. Другими словами, принципы New Nordic Cuisine, в которых делается акцент на локальные продукты, будут сочетаться с гастрономическими традициями Азии, Ближнего Востока, России и Европы. Среди блюд нового сета — нетрадиционные блины с осетровой икрой и трюфелем; блюфин (деликатесный тунец) с жареным нори; замороженный соленый кокос с черной икрой и оливковым маслом; гребешки с зимними томатами; вагю с пьемонтским грецким орехом и соусом из артишоков. Некоторые блюда можно будет попробовать а-ля карт.

Алина Самойлова



СИБААС — СЕВЕРОАФРИКАНСКИЕ СПЕЦИИ — ЧЕРНЫЙ РИС



Блюда из сета Classic

«Классика» в Claret

Бренд-шеф ресторана Claret Александр Богданов объединил в сет Classic гастрономические хиты из разных стран мира, больше всего полюбившиеся гостям за 12 лет работы ресторана. В сет вошли семь блюд — закуски, горячее и десерт. Некоторые из них появились в меню вскоре после открытия ресторана и до сих пор пользуются популярностью, но есть и относительно новые авторские позиции, быстро ставшие бестселлерами. Давно популярный специалитет ресторана — паштет из печени цыпленка с яблоком и японской бриошью, его даже стали готовить в «дорожном» оформлении для гастрономической лавки отеля «Гельвеция», где расположен Claret. Гости часто заказывают паштет большими партиями для дружеских вечеринок и семейных вечеров.

Сет продолжают горячие закуски — белые грибы с пеной из пармезана и трюфеля с лесным орехом и пельмени с диким кабанчиком и трюфелем. Блюдо на редкость тонкое, где сильные ингредиенты не перебивают по вкусу друг друга. На горячее — судак с бакинскими томатами, припущенными в топлёном сливочном масле, с пеной из печёного сельдерея, а затем оленина с пюре из картофеля и белых грибов, с соусом на основе бисквита. Десерт — яблочный тарт с шариком ванильного мороженого с карамелью и тирамису. Вот тирамису здесь при всей популярности этого блюда явно отличается от других. Его шеф готовит по тайному рецепту, привезённому из Флоренции, и подает на итальянский манер: выкладывая из большой формы на тарелку прямо перед гостем и посыпая швейцарским какао.

Вера Кочеткова

Flor: в духе португальских традиций

Бренд-шеф ресторана Flor Роман Скориков кардинально переработал основное меню. В нем стало еще больше рыбы и морепродуктов, появилась домашняя паста, которую делают вручную. Теперь здесь готовят и новые для Петербурга блюда португальской кухни. Новое португальское блюдо в меню — мокека. Это, по версии Романа, сое из морепродуктов на кокосовом молоке, которое подается с пряным рисом. Португальская кухня немыслима без бакаляу — соленой (и сушеной — на родине блюда) трески. Теперь, кроме крокетов под названием паштейш де бакаляу, в меню есть нежнейшие печеные перцы рамиро, начиненные бакаляу, на соусе наполи с бешамелем и эстрагоном. Еще одно аутентичное блюдо — пирожные паштейш де ната из тонкого теста с заварным кремом, посыпанные корицей. В меню есть и редкости: например, здесь готовят

ската в классическом французском соусе меньер. Соус делается из собственного сока ската, выделяемого при жарке, с каперсами, чесноком и сливочным маслом. Скат, кстати, — богатый источник коллагена. И бывает только диким, как и рыба-меч, — ее шеф готовит в двух вариантах: крудо с сегментами лайма, мятой и цитрусовым соусом и стейк. По плотности рыба-меч похожа на тунца. В меню также экзотический для наших широт суп из морских ежей и осьминоги — маленькие и большие.

Елена Федотова

Крудо из рыбы-меч с мятой и лаймом



F11: С ВЫСОТЫ ПТИЧЬЕГО ПОЛЕТА

Первое, что впечатляет в этом заведении, — прозрачная стена из окон от пола до потолка. Такой вид на город открывается только здесь: рядом с центром в исторической застройке нет высоток, кроме гостиницы Azimut, где на последнем, 18-м этаже расположился F11 Sky Bar & Restaurant.

F11 — петербургский дебют московского ресторатора Ованеса Погосяна и управляющего проектом Артема Мовсисяна, известных по бару «Белка», закрытому клубу Chateau de Fantomas на Стрелке, гастробару Sigma и крымскому ресторану «Золотая Балка». Название заведения — шутивно-конспирологическое. F — это Фантомас, он стоит у стола, за которым, как в «Тайной вечере», сидят узнаваемые главы государств, — картина большого формата с таким сюжетом находится при входе в пространство ресторана. Примечательный дизайн помещения сделан в модернистском духе, потолок украшают круглые объекты коричневатого цвета — это бывшие днища металлических бочек, обработанные определенным образом. Концепция кухни — семейная еда с доступными и сезонными блюдами: мясом и рыбой на гриле, овощами с локальных ферм, элементарным стилем приготовления пищи и внимательным отношением к каждой детали. Шеф-повар Иван Игонькин поддерживает течение zero waste и старается использовать все части продукта. «Мне нравится быть в поиске интересных продуктов на рынках, — рассказывает Иван. — Я люблю растительную пищу, выращиваю многое сам, собираю травы, ягоды и грибы». На открытой кухне висят вязанки со съедобными травами, на кухонном острове лежат сезонные продукты. В гигантской печи вялятся овощи, печется хлеб, рядом коптится рыба. Похожую печь Иван



РЕСТОРАН F11 SKY BAR & RESTAURANT

Игонькин присмотрел в калифорнийском ресторане Charter Oak. Потом нашел производителей профессиональных грилей, работающих на открытом огне, и заказал эту по собственному проекту. Из последних сезонных обновлений меню — паштет из печени трески с муссом из фермерской свеклы, с щучьей икрой и хрустящими солодовыми лепешками; палтус на гриле с жареным картофелем, печеным томатом и пюре из копченой брокколи; профитроли с муссом из копченой форели и паштетом из печени цыпленка; гребешок с копченым картофелем на углях и томленной кукурузой.

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



РЕСТОРАН F11 SKY BAR & RESTAURANT

Палтус



РЕСТОРАН F11 SKY BAR & RESTAURANT

Теплая осень в «Мойке 3»

В осеннем меню концепт-шеф ресторана Станислав Лехово обращается к кулинарному опыту разных стран, создавая авторские интерпретации блюд, соединяя разные гастрономические традиции. Теперь в ресторане «Мойка 3» можно попробовать индийские лепешки наан с тремя соусами и французские крокеты из утки с соусом из сливы. Подают и блюдо в русском стиле — оленину с белыми грибами и черной смородиной. В меню появились теплые сытные супы. Варят тыквенный с бататом, креветками и кокосовым молоком и грибной суп с птитимом. Полностью обновился раздел паст, появились позиции из воздуш-

ного теста: гедза с крабом, аньелотти с тыквой, страчателлой и пекорино. В числе авторских горячих блюд — дорадо с кремом из цветной капусты, телячий язык с печеным картофелем. На десерт пекут банановый пирог с белым шоколадом и нежный шоколадный фондан с кокосовым сорбетом. Бар-менеджер Никита Наквасин разработал согревающую карту. Разделил напитки на классику, модерн и андеграунд. Миксует бренди с молоком и мускатным орехом, чешский травяной ликер с крепким чаем и специями. Варит московский зимний пунш на ягодном сиропе с лаймом и медом.

СВЕКЛА С КРЕМОМ
ИЗ БРЫНЗЫ
И СИРОПОМ
ИЗ ЧЕРНОСЛИВА



РЕСТОРАН «МОЙКА 3»

КУРОРТНАЯ КУХНЯ

На гастрономической карте России Сочи занимает особое место. Во-первых, потому, что рестораны на приморском курорте — важная часть жизни отдыхающих, а значит, ресторанный рынок просто вынужден расти и развиваться. А во-вторых, климат, локация, мультикультурные связи, свои хозяйства и винодельни дают рестораторам богатый выбор продуктов для разных концептуальных решений.

ЧТО делает неискушенный отпускник при выборе ресторана? Правильно, присматривается в первую очередь к тем заведениям, в которые ходят местные. И тут в популярных лидерах — ресторан Barceloneta, пока единственный испанский ресторан в Сочи. Меню разработали три испанских бренд-шефа: Рикард Мартинес, Чано Сагьер и Жорди Бланк в сотрудничестве с российским коллегой Алексеем Павловым, шеф-поваром Barceloneta. В основе меню — три гастрономических направления: каталонское, испанское и средиземноморское. Именно этот микс, по мнению шефов, отражает кухню южной Европы. А еще они стремились объединить средиземноморские кулинарные традиции и черноморские, которые во многом схожи. Поэтому главное здесь — морепродукты и рыба. В основном меню представлены тапасы и пинчосы — самые узнаваемые и известные испанские закуски. Здесь родился хит ресторана, ради которого сюда приходят специально: огромная паэлья на компанию по аутентичным каталонским рецептам. Блюдо подают и на одного человека в специальных сковородах-паэльерницах: паэлья с курицей, беконом и говядиной, с хамоном и овощами. Каждую неделю с пятницы по воскресенье можно попробовать блюда из свежего тунца, которого специально привозят из Шри-Ланки: сашими, тартар из тунца с авокадо и красной икрой, татаки с пикантным соусом, севиче из тунца с овощами и кокосовым молоком, стейк из тунца. Также в меню есть дикая рыба: группер, сиба, рыба-попугай.

До середины ноября в ресторане проходит фестиваль испанских колбас бутифарра. Шеф Алексей Павлов ввел в меню шесть видов колбас по каталонским рецептам. В состав каждой, кроме сваренного на медленном огне мяса, входят корица, лимон, специи и даже мед. Каждая бутифарра выдерживается приблизительно месяц и только потом обжаривается и подается с традиционной белой фасолью или любым другим гарниром. Гости, заказавшие порцию колбасок, получают количество баллов, равное цене блюда. В итоге определяются финалисты. 19 ноября в рамках празднования Международного дня фламенко



РЕСТОРАН REZZO

в ресторане Barceloneta состоится розыгрыш главного приза и призов от партнеров фестиваля. Надо сказать, что за три года работы проект успел обзавестись разными наградами, среди которых «Открытие года-2018» — по версии ресторанной премии «ЧтоГдеЕсть в Сочи»; «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса»; «Лучшая карта ресторана национальной кухни» и другие.

London Bar: курс на Азию

London Bar — заведение с претензиями и интерьером, в той или иной степени имитирующим респектабельность. Здесь декларируется дресс-код, который в курортном городе соблюсти не так-то просто. London Bar решил последовать примеру мультикультурной британской столицы: в меню, которое планируют дополнять новыми вкусами, появилось азиатское направление. Вместе с коктейльной картой бара оно раскрывает небанальные вкусовые сочетания. Здесь можно попробовать классический тайский суп с креветкой, копченого угря с кремом из молодого картофеля, говяжьи щеки в соусе карри, огненного лосося с крабом, к стейку можно выбрать азиатский соус. В баре действует карта фудпейринга, где к каждому блюду подобран коктейль.

Благодаря новому шеф-повару Никите Ангурову в London Bar появились действительно впечатляющие завтраки. Один воздушный омлет «Пуляр», напоминающий пышное облако, чего стоит!



РЕСТОРАН SEA ZONE



РЕСТОРАН REZZO

В меню — утренняя классика: хрустящая гранола с домашним йогуртом и свежим манго, страчателла со щучьей икрой и прованскими травами на тостах из бриоши, драники из пастернака с копченой сметаной и яйцом пашот, миндальные сырники с цитрусовой сметаной и вареньем из сосновых шишек, ризотто на кокосовом молоке с маракуйей и свежими сезонными ягодами.

У самого Черного моря

Конечно, на курортах особенно ценятся заведения на побережье с видом на море и закаты. В этом году один из крупнейших ресторанных холдингов черноморского побережья London Restaurant Group открыл на сочинском пляже «Ривьера» новый проект — панорамный ресторан Rezzo. Проект объединил сразу три формата: черноморское бистро, чебуречную лавку и сам ресторан. Здесь ставка сделана на кавказскую кухню — такая концепция вряд ли возможна без кулинарных традиций Азербайджана, Адыгеи, Абхазии, Осетии, Дагестана в плюс к грузинским и армянским. Для воплощения концепта в жизнь в Rezzo пригласили шеф-повара Дмитрия Гаврилова. Кроме традиционных хачапури по-аджарски и по-мегрельски, в меню есть огромные, весом более килограмма сахараджин и картофджин — осетинские пироги с начинкой. В разделе «хинкали» представлены сразу три вида, но самая внушительная глава меню — «Мангал». Гостям предлагают шашлык из семги или куриного бедра, из свиной шейки или ножки



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

барашка, а также кебабы и овощи. А чтобы попробовать все виды мяса, здесь подают так называемый «метр шашлыка», когда в узком метровом блюде соседствуют кусочки всех шашлыков, которые здесь готовят.

В ресторанном аквариуме — ежи, три вида устриц, гребешки, креветки, они попадают на стол в свежайшем виде. Свежие морепродукты можно попробовать и в Sea Zone — тоже панорамном ресторане-баре с террасами на самом берегу. Здесь есть устричный бар, а в основе меню — дары Черного и северных морей. Барабуля, камбала калкан, ставрида, анчоус, дорадо, форель — здесь, на Черном море, все это приобретает свой, особый вкус.

Елена Федотова

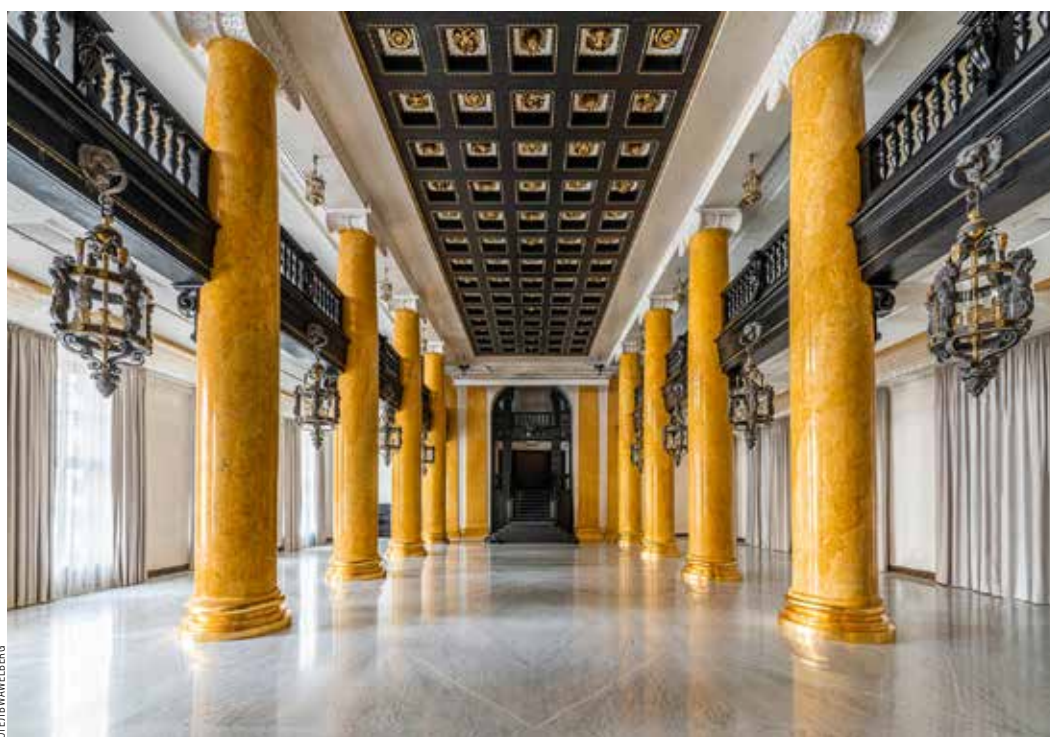
WAWELBERG: НАЧАЛО НОВОЙ ЖИЗНИ

В этом доме на углу Невского проспекта и Малой Морской улицы чего только не было! Последние десять лет он пустовал, и вот наконец здание обрело новую жизнь: здесь официально открылся пятизвездный отель Wawelberg с собственным концертным залом.

ПЕТЕРБУРЖЦАМ, вернее — ленинградцам, дом известен прежде всего как касса «Аэрофлота». Часть помещений на первом этаже с окнами на Невский принадлежала валютному магазину «Березка». В 2000-х здание стало офисным центром, здесь работали разные учреждения, и была даже попытка создать на первом этаже в помещении кофейни новый «Сайгон» вместо старого, легендарного. Зато теперь Дворец дождей, как называли этот дом сразу после его строительства за сходство с венецианским дворцом, действительно обрел судьбу, соответствующую высокому статусу. Монументальное здание в стиле неоренессанса, сплошь облицованное серым гранитом, было построено в 1911–1912 годах архитектором Марианом Перетятковичем по заказу купца Михаила Вавельберга. В нем разместился Санкт-Петербургский торговый банк, магазины, конторы и квартиры. В период НЭПа, по данным www.citywalls.ru, в здании работали антикварно-комиссионный магазин, в предвоенные годы — разные организации, а во время Великой Отечественной войны — здесь лаборатория научно-исследовательского Витаминного института, в которой был получен препарат для лечения тяжелораненых защитников города. С 1950-х годов бывшие помещения банка заняло Центральное агентство воздушных сообщений и кас-



ОТЕЛЬ WAWELBERG



ОТЕЛЬ WAWELBERG



В. БАБАЙЛОВ / РИА НОВОСТИ

MINERALS: СОКРОВИЩА РОССИИ

На первом этаже отеля Wawelberg открылся ресторан Minerals, который позиционируется как городской. Фактически это формат «три в одном»: кафе на 150 гостей с панорамными окнами на Невский проспект, кондитерская с авторскими десертами и вечерний fine-dining ресторан на 40 персон.

РЕСТОРАН отличается четко выстроенной концепцией. Сокровища России — тема звучит, возможно, пафосно, но она воплощается здесь и в меню, и в интерьере. Например, столешницы сделаны из оникса, а chef's table в ресторане — из полированного чароита ярко-сиреневого цвета. (Единственное в мире месторождение чароита находится на границе Якутии и Иркутской области.) Использованы и другие полудрагоценные камни и минералы, которыми славятся Урал и Сибирь: кварцит, малахит, оникс, мрамор... При этом интерьер ультрасовременен и не выглядит музейно-тяжелым. Тема сокровищ русской земли отражена и в концепции меню, придуманном шеф-поваром Валерием Горинковым. Он известен в Петербурге, работал в «Рыбе», Grand Cru, Dom, стажировался в ресторанах с двумя и тремя звездами Мишлен в Аликанте, Париже и Бонне-таже. Профессиональным ориентиром называет Рене Редзепи — датского шеф-повара и совладельца ресторана Noma с

тремя мишленовскими звездами в Копенгагене, научившего поваров всего мира ценить свои собственные, местные, а не привозные продукты. За десерты в Minerals отвечает еще один мастер — Андрей Баглай. На большой кондитерской витрине — созданные им твисты на классику в цветовой гамме самоцветов. Карта гастрономических сокровищ ресторана была бы неполной без внушительной винной коллекции, которую собрал шеф-сомелье Дмитрий Кизеев, обладатель множества профессиональных регалий. В честь открытия в ресторане Minerals дали званый ужин. Сет состоял из семи перемен. Среди закусок, например, подавали тартар из ягненка с трюфелем и мороженым из горчицы, на горячее — мурманский гребешок с красной капустой и куриным жю (соусом); черную дальневосточную треску с желтой свеклой и черной икрой. Хорош был и десерт — каштан, груша, пекан.

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

сы «Аэрофлота», в 1960-е годы работал Ленинградский государственный институт проектирования городов, с 1969-го — издательство «Аврора». Сегодня здание является объектом культурного наследия РФ, в восстановление исторических элементов было вложено 1,5 млрд рублей. По идее инвестора проекта Николая Буйнова, в интерьерах отеля использованы российские самоцветы и поделочные камни (например оникс и даже редкий чароит), оригинальные фотографии Сергея Горшкова, представляющие природу России, арт-объект американского художника по стеклу Дейла Чихули, скульптуры российского художника, ювелира, дизайнера и скульптора Даши Намдакова. В отеле 79 номеров, 27 из них — категории люкс. Во всех — высокотехнологичные удобства, включая систему «умный дом» и iPad для дистанционного управления освещением и климатом в номере, интерактивной системой заказа услуг, электронным сейфом. Особенно впечатляет терраса шестого этажа, куда выходят некоторые номера. Отсюда открывается захватывающий вид на исторический центр города, купол Исаакия, шпиль Адмиралтейства и Невский проспект.

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



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



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

ФОРМАТ — А3. РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

реклама 16+