



НАТАЛЬЯ
ГОЛЬДЕНБЕРГ
ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА



ПЛАТЬЕ BALENCIAGA,
ТУФЛИ SAINT LAURENT

КАРДИГАН,
ШЕРСТЯНАЯ
ЮБКА, КОЖАНЫЕ
БОТИЛЬОНЫ
И ПОЯСНАЯ СУМКА
SOUVENIR XS,
ВСЕ BALENCIAGA,
ПЕРЧАТКИ
THOM BROWNE

тах free и ресторан с террасой — на самом верху. Но удивительным образом его атмосфера совершенно не похожа на отполированный столетиями стиль больших европейских магазинов — в ЦУМе постоянно все меняется. И если в каком-нибудь Bergdorf Goodman сумки Goyard и спустя лет пять будут продаваться налево от входа на первом этаже, то в ЦУМе вы через две недели можете не найти на прежнем месте того, за чем пришли. Переезжать, исчезать и появляться могут не только отдельные бренды и корнеры, но и целые отделы — постельного белья больше нет, зато мобильные телефоны есть. Несколько лет назад казалось, что все это движение и все эти переезды лишь неизбежные побочные эффекты «устаканивания»: появилась новая пристройка, закончился ремонт на пятом этаже, ушли устаревшие марки — еще немного, и пазл сложится — отделы займут свои места, распределятся по этажам, и постоянные клиенты смогут, как когда-то в советские времена, ходить по ЦУМу с закрытыми глазами: здесь белье, здесь дети, здесь вечерние платья... Но не тут-то было,

время идет, а «движуха» не только не думает заканчиваться, а даже усиливается. Как ни странно, но по способу своего существования и по духу этот московский универмаг больше похож не на какой-нибудь статусный Hagrod's или эстетствующий Le Bon Marche, а на другой культовый магазин, закрывшийся прошлой зимой в Париже, — Colette. И вот почему. В свое время Колеетт Руссо принесла на модный рынок совершенно новую концепцию — мультибрендового бутика, существующего по принципу модного журнала. Его отделы напоминали журнальные рубрики: мода, красота, культура, новости, еда. А обложкой была витрина, которая менялась вместе с содержанием — не раз в сезон, а раз в неделю, с той же периодичностью, с какой во Франции выходит журнал Elle. Этот магазин не просто продавал вещи в каком-то стиле, как делали другие, а открывал новые имена и возвращал к жизни старые, устраивал совместные проекты с марками streetfashion и встречи с дизайнерами, продавал Apple Watch и предлагал ароматические свечи... Ничего не напоминает?