

1 марта 2012

СТИЛЬподарки

Коммерсантъ

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №4



18 Дом Hermes объявил
тему 2012 года

20 Chanel представляет
«The Little Black Jacket»

22 Анатолий Комм
отправляется
в гастрономические
гастроли

24, 26 В Negresco
и de Crillon завершена
реконструкция

28 Петербургская
«Астория» приглашает
отпраздновать
100-летие

34 Van Cleef & Arpels
открыл в Париже
ювелирную школу

39 Bvlgari выпустил
драгоценные сумки

45 Chopard
отмечает 15-летие
сотрудничества
с Каннским
кинофестивалем

51 Lalique рассказывает
о haute joaillerie

58 TAG Heuer готовится
к союзу с Голливудом



CHANEL

JOAILLERIE



КОЛЛЕКЦИЯ "1932"
80-ЛЕТИЕ

Москва - (495) 777 05 55, Екатеринбург - (343) 215 60 15, Киев - (38044) 494 27 20

www.chanel.ru



КОЛЛЕКЦИЯ HIGH JEWELLERY



ЭКСКЛЮЗИВНО В *Mercury*

Москва: Третьяковский проезд, 9, бутик Chopard, тел. 495 933 3383
пл. Европы, 2, гостиница «Рэдиссон Славянская», магазин Mercury, тел. 495 941 8929
ЦУМ, ул. Петровка, 2, бутик Chopard, тел. 495 933 7300
Тверская ул., 16/2, «Галерея Актер», магазин Mercury, тел. 495 935 7789
Кутузовский пр-т, 31, магазин Mercury, тел. 495 933 3031
Барвиха Luxury Village, 8-й км Рублево-Успенского ш., бутик Chopard, тел. 495 225 8875
С.-Петербург: Михайловская ул., 1/7, «Гранд Отель Европа», магазин Mercury, тел. 812 329 6577

Chopard

LOUIS VUITTON

Tambour Voyagez



EMPORIO ARMANI

Bosco & Liliégé
FAMILY

МОСКВА ■
гум, красная площадь, 3

САМАРА ■
ул. куйбышева, 133

WWW.BOSCO.RU ■
+7 (495) 660 0550



ДЕМЬЯН КУДРЯВЦЕВ
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
АЗЕР МУРСАЛИЕВ
ШЕФ-РЕДАКТОР
АНАТОЛИЙ ГУСЕВ
АРТ-ДИРЕКТОР ИД.
АРТ-ДИРЕКТОР ПРОЕКТА
ЕЛЕНА НУСИНОВА
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
НЕДЕЛОВЫХ ИЗДАНИЙ
АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ
ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА
КОНЦЕПЦИЯ (И РАБОТА)
ДЕНИС ЛАНДИН
ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК
НАТАЛЬЯ КОВТУН
РЕДАКТОР
ЕЛЕНА ВИЛКОВА
КОРРЕКТУРА
СВЕТЛАНА ШАПОВАЛЕНКО
БИЛЬД-РЕДАКТОР
ВИКТОРИЯ МИХАЙЛЕНКО
ФОТОРЕДАКТОР
КОНСТАНТИН ШЕХОВЦЕВ
ДМИТРИЙ ШНЫРЕВ
МАРИНА МЕДИНСКАЯ
ВЕРСТКА
ВАЛЕРИЯ ЛЮБИМОВА
ДИРЕКТОР ОБЪЕДИНЕННОЙ
СПЛУЖБЫ РЕКЛАМНЫХ ПРОДАЖ
НАДЕЖДА ЕРМОЛЕНКО
ERMOLENKO@
KOMMERSANT.RU
ДИРЕКЦИЯ ПО РЕКЛАМЕ:
ОТДЕЛ ПРОДАЖ
НАТАЛЬЯ ЧУПАХИНА;
СНУРАНИНА@
KOMMERSANT.RU
ОТДЕЛ РАЗМЕЩЕНИЯ
(499) 943 9108, (499) 943 9110,
(499) 943 9112, (495) 101 2353

ОТПЕЧАТАНО В ФИНЛЯНДИИ.
ТИПОГРАФИЯ PUNAMUSTA,
KOSTI AALTOSEN TIE
9, 80140 JOENSUU.
ТИРАЖ 75 000 ЭКЗ.
ЦЕНА СВОБОДНАЯ

УЧРЕДИТЕЛЬ:
ЗАО «КОММЕРСАНТЬ.
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ».
АДРЕС: 127055, Г. МОСКВА,
ТИХВИНСКИЙ ПЕР., Д. 11, СТР. 2.
ЖУРНАЛ ЗАРЕГИСТРИРОВАН
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ
ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
(РОСКОМНАДЗОР).
СВИДЕТЕЛЬСТВО
О РЕГИСТРАЦИИ СМИ —
П/И № ФС77-38790 ОТ 29.01.2010

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ:
СЕРГЕЙ КИСЕЛЕВ



Екатерина Истомина



46__Русский выход:
драгоценности
в национальном стиле



35__Патрик-Луи
Вюиттон о новой
книге «100 легенд
роскоши.
Louis Vuitton»

уроки французского

Дом Van Cleef & Arpels (VCA) открыл в Париже свою собственную ювелирную школу. Это первый известный случай столь изысканной и даже иезуитской пропаганды вечных французских ценностей. Всегда находчивые французы поставили большие картезианские задачи: научить иностранную публику не только истории декоративных изящных искусств, но и светскому мышлению, умению носить необычные, совсем несовременные украшения и по возможности прилично, светски, разбираться в камнях. Словом, нам определенно стоит трактовать школу VCA как цельный институт, где можно получить редкие уроки манер и благородства. А собственно сами драгоценности — это блистательный предлог и верный проводник в миры «утраченного времени».

Примечательно, что новая школа VCA будет работать только в Париже, только в помещении дома на Вандомской площади, и занятия будут проходить исключительно на французском и английском языках. Выездных научных чтений в баснословно богатую Азию, а также лекций на арабском или китайском наречиях не предполагается. Нам, вне сомнений, следует похвалить французских профессоров за национальную гордость и отметить их значительную трудовую занятость. С другой стороны, очевидно, что

Столешников, 9
Скоро открытие...



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906 *



СТИЛЬподарки

март 2012

52__Французский
драгоценный
хрусталь: Lalique,
Cartier, Baccarat



42__Парфюмерная
гастрономия:
духи со специями



парижане преследуют и иную цель: оставить свою Францию именно во Франции. Причем оставить не только для самих себя.

Третий президент Пятой республики Валери Жискар д'Эстен в своих мемуарах конца 1980-х годов не раз отмечал тот факт, что Франция постепенно теряет свой влиятельный статус культурной державы. По мнению бывшего французского президента, кинематограф и литература страны больше не оказывают такого значительного влияния на мир, какое наблюдалось еще в 1960-е, — с экспортом «студенческой революции», с «новой волной» и «новым романом», с экзистенциальной и совсем новой семиотической философией. Ее «главари» преспокойно трудились колумнистами во французских газетах, а их мысли, pensees, были доступны с утра любому клерку.

Точные наблюдения Валери Жискара д'Эстена, выходца из аристократического класса, — 20-летней давности. Но с тех пор культурные

позиции Франции вряд ли упрочились: в том же Китае знаменитых галльских актрис знают больше вовсе не по ролям в кино, отмеченным столь дорогим Парижу «Сезаром», а по рекламным кампаниям исторических французских домов — ювелирных, парфюмерных или модных.

Вот и получается, что старый французский люкс, имеющий за спиной огромный пласт национальной бытовой и светской культуры, оказывается сегодня чуть ли не единственным значительным товаром на экспорт. Люкс и рань-

26__Обновленный
отель Negresco:
символ Ниццы
на старте



MIKIMOTO



реклама

ЭКСКЛЮЗИВНО В *Mercury*

Тверская ул., 16/2 «Галерея Актер» магазин Mercury Москва, тел. 495 935 7789	ул. Петровка, 2 ЦУМ Москва, тел. 495 933 7300	Кутузовский пр-т, 31 магазин Mercury Москва, тел. 495 933 3031	Третьяковский пр., 7 магазин Mercury Москва, тел. 495 933 3393	Барвиха Luxury Village 8-й км Рублево-Успенского ш. магазин Mercury тел. 495 225 8870	Михайловская ул., 1/7 «Гранд Отель Европа» магазин Mercury С.-Петербург, тел. 812 329 6577	ул. Бориса Ельцина, 8 г-ца «Хаятт Ридженс Екатеринбург» магазин Mercury Екатеринбург, тел. 343 359 4990	Курортный пр-т, 103 г-ца «Рэдиссон Лазурная» магазин Mercury Сочи, тел. 8622 66 3131
---	---	--	--	--	---	--	---

март 2012



36__Полное собрание
Dior Joaillerie
с предисловием
**Виктуар
де Кастельян**



32__Флаконы для
духов как предмет
коллекционирования

49__Птичий двор:
часы с эмалью,
перламутровыми
инкрустациями, лаком
и бриллиантами



ше был важен, но сегодня, похоже, он на паспортном контроле остался совсем один. Зачем снимать кино, если проще снять ролик с актрисой и новыми духами, который увидят миллионы и миллиарды пользователей?

Van Cleef & Arpels, призывающий приезжать за манерами в Париж, очевидно отмечает всю важность камерности и смотрит дальше. Ювелиры понимают: то, что давно и успешно выносится на экспорт — на эти просторы глобального мира, можно продать значительно дороже, если оставить дома. В сущности, это вынужденное приглашение иностранцев на домашнюю кухню, где процесс приготовления неотделим от места готовки и рождения продуктов. Хотите французской кухни? Приезжайте в Париж, хватит ходить по шанхайским «хаят-там». Ювелирная школа — это не только попытка удержать Францию во Франции, но и желание самим остаться дома, сохранив язык и происхождение.

Прямой потомок сундучника Луи Вюиттона, Патрик-Луи Вюиттон, ответственный в доме Louis Vuitton за специальные заказы, тоже ведет разговор о важности всестороннего обучения пришельцев с новых рынков. Вовсе не драконовские законы, а только лишь всенародное понимание ценности истинного, французского происхождения поможет, как полагает Патрик-Луи Вюиттон, избежать подделок, которыми печально славна великая китайская страна. Этот гегелевский ход — «существует только то, что мыслимо» — непременно даст результаты, но будут они очень скромными: ведь поддел-



Dior

март 2012



39__ Аксессуар
как драгоценность:
Monete и Serpenti
Bvlgari

ка стоит в разы дешевле, чем вещь родная, фирменная, а выглядит хоть немного буржуазией сегодня хочет каждый городской китаец. Восславить происхождение и месторождение своих люксовых товаров — такова насущная задача французских марок. Тем же, кстати, заняты и их соседи и коллеги по люксовому цеху — швейцарские часовщики, собирающиеся в ближайшее время серьезно ужесточить производственную формулу Swiss Made.

РЕКЛАМА

САМЫЙ ЛУЧШИЙ ПОДАРОК!



Вы можете приобрести подарочную карту на любой кассе ЦУМа.
Номиналы: 10000, 30000, 50000 рублей или свободный номинал.

ЦУМ, Москва, Петровка 2, тел.: 933 7300

МОСКВА ■

гум, красная пл., 3
петровский пассаж, ул. петровка, 10
весна, ул. новый арбат, 19
смоленский пассаж, смоленская пл., 3

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ■

большой проспект п.с., 59

СОЧИ ■

морской вокзал, ул. войкова, 1

WWW.BOSCO.RU ■

+7 (495) 660 0550

LA PERLA

ВРЕМЯ НАС ЖДЕТ HERMES ОБЪЯВИЛ ТЕМУ ГОДА АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



—Эрик ван Осслер,
музыкант, играющий
на свежих овощах,
вострубил об очеред-
ной теме года Hermes



—Часы Arceau
Le Temps suspendu
с ретроградным
календарем были
признаны лучшими
в номинации
«Мужские часы»
в рамках конкурса
Grand Prix de Geneve
в ноябре 2011 года

Дрожжи, кареты, линейки, экипажи, омнибусы и шарабаны сновали по темным аллеям парижского Ботанического сада. Их влекли лошади, увитые свечами в темноте электрическими нитями, словно кавалерийский полк, составленный из собак Баскервиль. Повозки развозили гостей, явившихся февральской ночью на главное событие гермесовского года.

У Hermes свой календарь. В 1987-м, когда марка отмечала 150-летие, тогдашний глава компании Жан-Луи Дюма решил, что отныне каждый новый год будет получать свой девиз и свою тему. Первый стал «годом фейерверков», и с тех пор в феврале у старинного французского дома проводится новогодний праздник — торжественное объявление календарной темы.

На церемонию нас пригласили, как было сказано в билете, «Патрик Тома, Пьер-Алексис Дюма и их сообщники», а тема, которую сформулировали директор и художественный руководитель дома Hermes, звучала как «Le temps devant soi», или «Время перед собой».

«Мы хотим восславить время, — объясняет арт-директор Hermes Пьер-Алексис Дюма. — Эту невидимую субстанцию у нас умеют сделать видимой. Время тратится на достижение совершенства: на создание качества в ущерб количеству. Все это наши вещи дарят тем, кто ими пользуется, — время спокойствия, время свободы, время остановленное, потому что оно прекрасно».

Казалось бы, просто красивые слова — если не знать, что в Hermes так научились останавливать время. В ноябре в Женеве на Grand Prix d'Horlogerie лучшими мужскими часами года были признаны гермесовские Arceau Le Temps suspendu с ретроградным календарем. Знаменитый швейцарский часовщик Жан-Марк Видерхт разработал механизм с еще никогда не встречавшимся усложнением. Стоит нажать специальную кнопку, как часовая и минутная стрелки соберутся около отметки «12» и останутся там столько времени, сколько хозяин часов пожелает длить мгновение. Стрелка календаря спрячется внизу циферблата. Но при этом часы продолжают ходить, и

ровно в тот момент, когда придется вернуться к реальности — произойдет ли это через десять минут, два часа или три дня, — стрелки разбегутся по своим местам. К этой работе есть поэтический эпиграф из «Озера» Альфонса де Ламартина, который мы знаем в неуклюжем переводе Фета: «О время, не лети! Куда, куда стремишься [часов твоих побег? О дай, о дай ты нам подолить насладиться [днем счастья, днем утех!»

Наслаждаться в Hermes умеют и любят — казалось бы, деловые взрослые люди, завершили 2011-й с приростом 18,3%, а все равно ведут себя истинными эпикурейцами. Это второй праздник, на котором я присутствую, и вновь я поразились тому, как забавно выбраны место и стиль представления. В прошлый раз, когда темой года была, как я помню, «История лошади», праздник проходил в огромном пустом парижском особняке. Казалось, что хозяева покидают его и вывозят вещи, — мебель состояла из деревянных ящиков, набитых деревянной соломкой, в которую были закопаны драгоценные цветные тарелки с изображением лошадей. Обедали мы тогда при свете фонариков, а для того, чтобы не мерзли руки, нам всем выдали, я помню, серые перчатки-митенки.

На сей раз знаменитый 300-летний парижский Ботанический (бывший Королевский) сад — с его парадной аллеей на французский манер, стеклянными теплицами и павильонами, где сейчас расположен Музей естественной истории. После проезда по Большой перспективе, простирающейся на 500 м вглубь от Сены, мы оказались в зимнем саду — оранжерее, построенной в 1937 году в стиле ар-деко, — под стеклянными сводами, наполненными запахами тропических растений, журчанием ручейков, голосами птиц и — классическими ариями, которые исполнила рыжеволосая сопрано англичанка Сара Габриэль.

Затем торжественным маршем, которым руководили гермесовские девушки с лампочками на шпорах и перьями на шляпках, все перешли в стоящий вдоль западной оконечности парка павильон минералогии и уселись за один общий дружеский стол, вытянувшийся на добрых 70 м. Здесь и состоялось официальное оглашение темы. А за оглашением последовал концерт. Концерт давал Эрик ван Осслер — бельгийский музыкант, художник и скульптор. После долгих лет учебы в разных художественных институтах и институтах он нашел свой путь — и играет классическую музыку на инструментах, которые на глазах у публики изготавливает из свежих овощей. Мгновенно вырезав свирель из мощной морковки, он заставил меня вспомнить о том, что античный Гермес был не только умелым торговцем, но и изобретателем свирели и лиры.

CARRERA & CARRERA

M A D R I D *

ВЛАДИВОСТОК ВОЛГОГРАД ЕКАТЕРИНБУРГ ИВАНОВО ИРКУТСК КАЗАНЬ КЕМЕРОВО КРАСНОДАР КРАСНОЯРСК МОСКВА Н. НОВГОРОД
НОВОСИБИРСК ОМСК ПЕРМЬ ПЯТИГОРСК РОСТОВ-НА-ДОНУ САМАРА С.-ПЕТЕРБУРГ СОЧИ СУРГУТ ТОМСК ТЮМЕНЬ УФА ЧЕЛЯБИНСК

ООО «КАРРЕРА И КАРРЕРА ИСТ» ТЕЛ. (495) 660 08 08, ФАКС (495) 660 08 07 АДРЕСА И ТЕЛЕФОНЫ ОФИЦИАЛЬНЫХ ТОЧЕК ПРОДАЖ
НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА САЙТЕ

WWW.CARRERAYCARRERA.COM

ГЕРОИ ЧЕРНОГО ЖАКЕТА БРУНО ПАВЛОВСКИ, CHANEL



черный жакет
претерпевает
изменения, он
приспосабливается
к миру каждого
персонажа

Дом Chanel представляет фотографический проект — альбом «The Little Black Jacket» Карла Лагерфельда и Карин Ройтфельд, мировая премьера которого состоится 22 марта в Токио. Бруно Павловски, руководитель модного подразделения Chanel, рассказал Алексею Тарханову о старом герое новой книги — маленьком черном жакете, придуманном Шанель и ежегодно интерпретируемом Карлом Лагерфельдом.

— Как возникла идея выпустить «The Little Black Jacket»?

— Идею породило желание Карла Лагерфельда высказаться о культовом жакете Chanel, фотографируя его на различных мировых знаменитостях. С помощью сотни фотографий Карл Лагерфельд продемонстрировал универсальность и современность этого, вне сомнений, великого и культового предмета XX века.

— Кто все-таки сыграл в этом главную роль — Карл Лагерфельд или Карин Ройтфельд?

— Карл Лагерфельд всегда по-новому интерпретирует жакет Chanel в каждой из своих восьми коллекций, которые он ежегодно создает для дома начиная с 1983 года. Идея выпустить книгу, иллюстрирующую универсальность жакета Chanel, возникла у них обоих. Лагерфельд ценит Карин как уникальную личность, ему всегда интересен другой взгляд на моду.

— Как вы выбирали героев? Можете назвать имена кого-нибудь?

— Карл Лагерфельд хотел поставить на сцену сотню людей, мужчин и женщин, разнообразных кругозоров, разных поколений и национальностей, но одетых в один и тот же жакет. В этой книге небольшой черный жакет претерпевает изменения, он приспосабливается к миру каждого персонажа. Выбор моделей представляет собой яркую галерею актеров, актрис, художников, певцов, моделей, рок-звезд... Среди них наши представительницы — это Ванесса Паради, Анна Муталис, Элис Дела или еще Сара Джессика Паркер, Ума Турман, Кирстен, Ринко Кикучи, София Коппола, Стелла Теннант, Клаудия Шиффер, Йоко Оно, Шарлотт Казираги, Эдгар Рамирес, Гаспар Ульель.

— В книге марка Chanel представлена как марка всех времен?

— Герой и тема книги — небольшой черный жакет Chanel, созданный мадемуазель Шанель в 1950-х и с 1983 года непрерывно интерпретируемый Карлом Лагерфельдом в коллекциях, чаще в привычном для марки черном цвете. Креативность Карла Лагерфельда, арт-директора дома моды, в полной мере нашла отражение в этом проекте. Книга доказывает, что Chanel — поистине универсальная марка: она включает в себя как классическую одежду, так и весьма эксцентричные и неожиданные модельные решения. И даже спустя столько лет после основания она, роскошная по своей сущности,

занимает особое место в мировой моде. От Токио до Нью-Йорка, включая Париж, наш жакет хорошо носить как с парадной, возвышенной одеждой, так и с джинсами или футболкой.

— Почему выставка и книга будут в первую очередь представлены в Японии?

— Одновременно с проектом «The Little Black Jacket» Карла Лагерфельда мы продолжим подчеркивать преданность Японии, которая является приоритетным рынком для Chanel. Первый бутик в Японии мы открыли в 1978 году, теперь их у нас там 26. Нам кажется, что Токио — это идеальный город для того, чтобы начать мировое представление книги. Добавьте к этому ряд необыкновенных событий (дефиле класса haute couture и открытие эфемерного бутика PAP), что еще раз подчеркнет креативность, современность и превосходство нашей марки. Безусловно, посвященная книге выставка отправится и в другие города и на другие континенты. Но мы бы не хотели заранее раскрывать информацию относительно этого.

— Насколько важен для Chanel Карл Лагерфельд как фотограф?

— Карл Лагерфельд — художник в полном смысле этого слова. Он видит коллекцию целиком. Начиная с эскизов и заканчивая рекламной кампанией, также участвуя в создании декораций для дефиле, Карл Лагерфельд как никто другой знает, как выразить сущность Chanel. Поэтому его роль как фотографа — это важная часть всей работы, посвященной коллекции.

— Не могу не спросить вас о новом флагманском магазине Chanel в Москве. Чем он отличается от предыдущего?

— Мы хотим укрепить наше присутствие в России, а для этого нам нужен новый флагманский магазин, где бы все коллекции имели свое место. Мы открыли собственный бутик в Москве в 2006 году. В 2012 году настало время развиваться, удивлять и изумлять клиентов. И это, конечно же, позволит нам предоставить нашим клиентам совершенно особый уровень сервиса, свойственный нашему дому моды. Именно поэтому в наших салонах так много внимания уделяется ювелирным изделиям и изделиям pret-a-porter.

— Как различные грани марки объединяются в одном и том же месте?

— Как и в случае бутиков Chanel по всему миру, этот новый бутик был задуман Питером Марино. На его создание вдохновила изысканность квартиры мадемуазель Шанель на улице Камбон в Париже. Игра материалов, текстур, светлых линий, символических цветов, таких как чистый белый, глубокий черный, интерпретируемый в разных тонах золотой или бежевый, — каждый элемент здесь это элемент словаря Chanel. В каждом помещении у нас висят картины, как современных художников, так и античных, не меньшее значение имеют ширмы Коромандель или мебель XVIII века. Все это создает в любом нашем магазине особую атмосферу. Мир Chanel, во всем такой гармоничный, с точностью воссоздан и в этом новом московском месте.

— Почему архитектором бутиков Chanel выступает Питер Марино? И в чем заключаются его востребованность в мире Chanel?

— Интерпретируя законы дома, Питер Марино прекрасно знает, как выразить современность, креативность, роскошь и смелость, которые характеризуют Chanel.

— «The Little Black Jacket»: черный жакет Chanel представляет Саския де Брау



150 YEARS

MASTERING SPEED FOR 150 YEARS*



Grand Prix d'Horlogerie
de Genève

Prize of La Petite Aiguille • 2010

Качающееся зубчатое колесо, изобретенное Эдвардом Хоэром в 1887 году и модернизированное в собственном механизме Calibre 1887, позволяет хронографу стартовать менее чем за 2/1000 секунды.

*Управляя скоростью на протяжении 150 лет



TAGHeuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

Бутики TAG Heuer

Москва, Столешников, 14, (495) 623 09 17 • Тверская, 19, (495) 699 38 39

Санкт-Петербург, Невский проспект, 15, Талеон Клуб, (812) 458 85 88

Екатеринбург, улица Бориса Ельцина, 8, Hyatt Regency Hotel, (343) 359 40 49

«ЗОВИТЕ МЕНЯ ПРОСТО ГЕНИЙ» АНАТОЛИЙ КОММ НА ГАСТРОЛЯХ



СЕРГЕЙ КИСЕЛЕВ

С ЛОЖКОЙ ПО МИРУ

Мадрид: 9–10 марта,
La Terraza del Casino

Сингапур: 27–28 апреля,
World Gastronomis Summit

Лондон: 30 апреля, Guild Hall,
The Worlds 50 Best Awards Ceremony

Гонконг: 7–9 мая, Restaurant Amber,
Mandarin Oriental Hotel

Цюрих: 6–8 июня, Hotel Baur au Lac

Цюрих: 10–11 июня,
Gastronomic Symposium

Женева: 14–15 июня, Four Seasons
Hotel des Bergues

Гордость и честь русской гастрономической мысли, предводитель диковинных московских «Варваров» Анатолий Комм с началом календарной весны отправляется в большое турне. Первая остановка намечена в Мадриде — в аристократическом заведении La Terraza del Casino, затем последуют Восточная Азия, Швейцария и Лондон. О мировых вкусах Анатолий Комм поспорил с Екатериной Истоминой.

— Вы даете гастрономические гастроли не первый год. Кто посещает ваши спектакли, например, в Испании или на Лазурном берегу?

— Я вынужден признать, что мои спектакли посещают вовсе не компатриоты. Русских гостей у меня за границей ничтожно мало. Вот, например, когда я давал известную гастроль в ресторане Palm d`Or, в каннском Martinez — а было два вечера, пришла только одна русская пара. Конечно, неловко, если тебя не очень понимают русские. Но, с другой стороны, дефицита желающих мы — я и моя команда — не испытываем. Аншлаги нас сопровождают везде. И это закономерно, ведь я, конечно, абсолютный гений.

— Какие новые точки ваш гений наметил в турне 2012 года?

— В новом фокусе — Азия, и я приму участие в международном гастрономическом саммите в Сингапуре. Азиаты — очень опытные, тонкие едоки, поэтому мы будем серьезно готовить и готовиться. Наш девиз — «Вокруг света с русским борщом и «Абрау-Дюрсо»!». Не кажется ли вам, что это девиз победителя?

— А как вы дошли до «Абрау-Дюрсо»?

— Я отправился в ознакомительную поездку на юг. И я был совершенно покорен и, наконец, увлечен делами «Абрау-Дюрсо». Борис Титов, владелец предприятия, меня поразили. Понятно, что каждый состоятельный человек сходит с ума по-своему, но вот Титов, взявший в свои руки производство, знает решительно все о том, что производит его «Абрау-Дюрсо». Это энциклопедист и энтузиаст. Мы договорились о сотрудничестве, так как я не мог упустить такой шанс.

— Как проходят рабочие будни ваших гастролей?

— Лечу я, плюс пять ассистентов, плюс 500 кг веса багажа. Приезжаем за двое суток до первого вечера. Все продукты мы берем на месте. В любой стране мира можно найти простые и милые свеклу или картошку. Дальше — я на кухне с 11 утра, со мной бригада верных поварят. Все, что нам нужно, — это оборудование. Мы же не про дизайн рассказываем, мы говорим про эмоции. Мы — о переживаниях, которые может и должна подарить еда. Мы готовим вовсе не ужин, мы готовим законченный и заверченный спектакль.

наш девиз —
«Вокруг света
с русским борщом
и «абрау-дюрсо!»»

Наша задача — вступить с гостями в эмоциональный контакт, вызвать у них ощущения, гастрономические и поэтические переживания. Вот почему я всегда говорю, что мы, в сущности, говорим о магии, о гастрономическом театре.

— Вы в театре композитор или дирижер?

— Я и тот и другой. И еще — я аранжировщик. Меня действительно интересует алхимия, процесс влияния пищи, еды на человеческие эмоции. Я и сочиняю большие гастрономические симфонии — я

люблю классическую музыку, но и джаз хороший также — и управляю ими. Для меня гастрономический вечер — это не набор, не меню. Это приготовленный универсум, каждая часть, элементы которого надвигаются на зрителя постепенно, захватывают его, вбирают в себя. Это сорт магии. Гастрономическая магия лишь только кажется делом легким, но я знаю по своим «Варварам», насколько хлопотным, трудоемким является алхимический процесс.

— Каковы алхимические планы на 2013 год? Нет ли проектов, например, в Петербурге или в Сочи?

— Скорее я уж поеду в Лондон! И это я говорю абсолютно серьезно, есть на этот счет существенные мысли — сделать в Лондоне ресторан. Но, увы, там чертовски трудно найти помещение. Если найдем, то дальше — дело техники. Поставить оборудование — и вперед. Дизайн мне не нужен, я ведь не про красивый потолок, не про стены и не про горшки с цветами. У меня есть настоящая мечта — подарить себе к 50-летию четыре звезды Мишлен. Знаете, как это можно сделать? Получить за ресторан три звезды, а потом за брасери (ее нужно открыть рядом) — еще одну звезду. Петербург и Сочи должны сами захотеть, чтобы я у них появился. Пока таких желаний я не вижу, и, кстати, я не думаю, что они появятся. С русской публикой весьма сложно найти язык. Я это знаю по своим отношениям с Рублево-Успенским шоссе. Пока мой гастрономический мир — это целый мир, это глобус. Я собираюсь расширить карту гастрономических гастролей. В 2013 году мы выдвинемся с гастрономическими спектаклями в Америку: Бостон, Нью-Йорк, Атланта, Чикаго — кстати, это очень серьезный в гастрономическом плане город. Затем — западное побережье, Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Лас-Вегас. Обязательно поедem в Мексику и в Латинскую Америку. Единственная опасность — это Аргентина. Уж слишком хороши там продукты! Так же трудно было когда-то и в Италии: там, где простая еда, обычная крестьянская еда идеальна, страшно, невыносимо тяжело, крайне сложно сделать что-то! Но, с другой стороны, я всегда призывал и призываю всех ценить крестьянский труд! Это самый лучший, самый тяжелый и самый дорогой труд в мире.

ИЗЫСКАННЫЕ ПОДАРКИ В РИВ ГОШ



ISABEY
L'ambre de carthage,
парфюмерная вода, 100 мл
7500 руб.*



DIESEL
Loverdose,
парфюмерная вода, 50 мл
2420 руб.*



SWAROVSKI
Aura by Swarovski,
туалетная вода, 50 мл
2780 руб.*



POIRAY
Духи Poiray, 30 мл
15530 руб.*



MBR CYTOLINE
Крем для восстановления, лифтинга
и укрепления кожи лица, 50 мл
15929 руб.*



LA COLLINE
Cellular Matrix Cream. Разглаживающий крем
Матрикс с клеточным комплексом для лица, 30 мл
9814 руб.*

*ЦЕНЫ УКАЗАНЫ БЕЗ УЧЕТА СКИДКИ ПО "ЗОЛОТОЙ" VIP-КАРТЕ РИВ ГОШ.

8 800 333 20 20
www.rivegauche.ru
www.shop.rivegauche.ru

 **РИВ ГОШ**
парфюмерия и косметика

ИМЕНЕМ МАРИИ-АНТУАНЕТТЫ HOTEL DE CRILLON ЗАВЕРШИЛ РЕНОВАЦИЮ



Роль Hotel de Crillon в архитектурной гамме центра французской столицы важна: высоченный, подпираемый толстыми колоннами городской дворец, построенный в честь короля Людовика XV и бывший домом для благородной фамилии де Крийон, является частью величественного, выставочного, картинного ансамбля площади Согласия.

Справа (если стоять лицом к входу) — автомобильный клуб Франции, основанный в 1910-м, а также Морское министерство, слева, через улочку Буасси-д'Англа, — особняк посольства США. А сам Hotel de Crillon словно фасад большого оперного театра — он «открывает» свои тяжелые двери вглубь первого аррондисмана с его почтенными маршрутами буржуазного потребительского счастья — вроде всегда шуршащей пакетами Фобур Сент-Оноре или стильной «малышки» rue Cambon с ее флагманским магазином и мемориальной квартирой Шанель.

Как отель de Crillon начал функционировать в 1909 году, то есть он помладше своего соседа — величайшего из великих отельных грандов мира Le Meurice. Однако пронзительная, такая долгая линия rue Rivoli, высоченная черная ажурная ограда сада Тюильри, луксорский обелиск на площади Согласия, фонтаны, а также тени Лувра словно обязывают оба дворца принять униформу. И de Crillon, и Le Meurice существуют в едином философском режиме — это уникальные дворцы, и какое бы столетие ни стояло на дворе, они останутся таковыми. Просто потому, что иными, какими-то другими, они уже никогда не смогут быть.

Если Le Meurice апеллирует к знаменитому королевскому изгнаннику, кумиру Дали, — испанскому монарху Альфонсо XIII, прожившему здесь, на втором этаже, в эмиграции несколько лет, то de Crillon не скрывает своих идеологических и артистических страстей к более далеким временам, а именно — к последним дням несчастных правителей Бурбонов. Так, стиль отеля, пережившего значительную реновацию, которая завершилась реставрацией фасада, относится как раз к концу золотого века Просвещения: здесь в меру театрально, красиво, возвышенно и очень спокойно; много золота, маленькой мебели, хрусталя и различных многотонных ламп, которые часто горят



— Зал имени королевы Марии-Антуанетты французскими окнами выходит на площадь Согласия

парижский
hotel de crillon
закончил
реновацию
реставрацией
исторического
фасада



— Стилизованный герб семьи де Крийон, которой когда-то принадлежал дворец, украшает предметы отельного интерьера

даже днем, будто бы подчеркивая всю изумительную бессмысленность королевского величия.

Ключевым словом для Hotel de Crillon является и имя Марии-Антуанетты, последней коронованной обительницы Версаля и первой мученицы гламура: в честь нее назван один из шести бальных салонов старого отеля. Кстати, именно наличие обширных бальных площадок, а также салонов призвано отличить истинный исторический гранд-отель от буржуазной гостиницы высокого класса. Hotel de Crillon — это вроде и музей: по отелю, его пустующим парадным залам действительно можно гулять долгими часами, подражая тем самым прогулкам узников-королей.

Утилитарная бесполезность этих общественных площадей — ими, впрочем, можно воспользоваться для какого-нибудь торжества — только подчеркивает высокий статус отеля. Гости получают возможность жить, почти не соприкасаясь друг с другом, словно они на самом деле гости королевского двора. Hotel de Crillon — это памятник великий и памятник печальный, это французский саркофаг, скрывающий в себе возмутительное социальное неравенство и щемящую красоту былой королевской жизни.

Екатерина Истомина

MESURE ET DÉMESURE



TONDA 1950
Розовое золото
Ультратонкий автоматический механизм
Ремешок из кожи аллигатора Hermès
Made in Switzerland
www.parmigiani.ch

PARMIGIANI

FLEURIER

L'ATELIER PARMIGIANI МОСКВА, УЛ. БОЛЬШАЯ ДМИТРОВКА, 13/8, (495) 777 83 82

МОСКВА LOUVRE, УЛ. ТВЕРСКАЯ, 15, (495) 629 16 15 | **МОСКВА** LOUVRE, ТЦ ВРЕМЕНА ГОДА, КУТУЗОВСКИЙ ПР-Т, 48, (495) 642 81 90

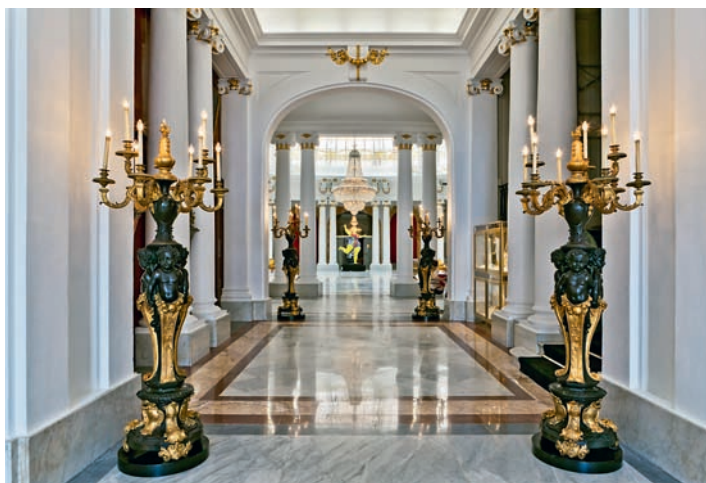
МОСКВА AMBASSAD, ГОСТИНИЦА RADISSON ROYAL HOTEL MOSCOW (УКРАИНА), КУТУЗОВСКИЙ ПР-Т, 2/1, (495) 229 83 23

НИЖНИЙ НОВГОРОД VICTORIA, ТЦ ЛОБАЧЕВСКИЙ PLAZA, УЛ. АЛЕКСЕЕВСКАЯ, 10/16, (831) 296 56 57

ЕКАТЕРИНБУРГ СТУДИЯ ВРЕМЕНИ, УЛ. РАДИЩЕВА, 10, (343) 356 04 58

РОСТОВ-НА-ДОНУ 18 КАРАТ, ПР-Т ЧЕХОВА, 35/30, (863) 250 11 11 | **СОЧИ** ИМИДЖ, УЛ. ВОРОВСКОГО, 4, (622) 66 50 82

ПРОИСШЕСТВИЕ В МУЗЕЕ РЕСТАВРАЦИЯ NEGRESCO В НИЦЦЕ



__Реставрационные перемены не коснулись **коллекции антиквариата**

__Фойе украшает портрет **короля Людовика-Солнце**



__Французская **карусель** в отельной brasserie «Ротонда»

в 2008-м отель-музей обзавелся тремя новыми номерами, в прошлом году открыл обновленный представительский этаж

Розовый, упругий, щекастый купол Negresco — самый знаменитый символ Ниццы, пленительный герой всех курортных лазурных открыток. Давно вошла в курортную историю и мадам Ожье, чей супруг, достойно скончавшийся в 1995 году, приобрел это гостиничное хозяйство: сделка состоялась в 1957-м. В 1974-м отель, построенный Эдуардом Ниермансом, автором проектов парижских «вертепов» — Moulin Rouge и Folies Bergere, власти Франции объявили памятником, такого статуса заслужили немногие гостиницы в мире. Здесь располагается мишленовский ресторан «Шантеклер», соперник La Petite Maison — нынешнего заправили «истинно французской кухни» на Лазурной Ривьере.

Но отель Negresco — еще и одинокий символ отчаянного сопротивления любой модернизации. Этот музей быта, закоренелая и свирепая гостиничная институция, живет (и побеждает) с концепцией Жанны Ожье.

Хозяйка отеля, отказавшаяся (как гласит легенда) от чека самого Билла Гейтса (американский миллиардер однажды загорелся желанием купить старую гостиницу и в чеке предложил мадам поставить любую сумму, какая ей взбредет в голову), заключила, что в ее отеле никогда не будет обстановки «под старину». В ее отеле будет только сама возвышенная и малоудобная старина, то есть все по-настоящему старое, древнее и допотопное — от изогнутой бронзовой ручки на форточке до трубы с горячей водой.

Согласитесь, что это есть настоящая концепция, заслуживающая уважения и имеющая даже объяснение: как же можно допустить нововед в великий отель, лобби которого украшает люстра дома Вассарат с 16 309 подсвечниками? И это не просто циклопическая люстра, это предмет исторического, мемориального значения, который успел заказать для себя последний русский император Николай II: заказал, оплатил, а вот забрать не успел.

Жанне Ожье пришлось однажды мириться с будущей реальностью: так, в 2008 году публике были представлены аж целых три новых номера катего-

рии suite площадью 100 м каждый. Декорированием занималась лично мадам, и ее грандиозные дизайнерские усилия можно прокомментировать следующим образом: отель Negresco был и остается одним из самых больших потребителей позолоты во всей Франции. Три номера — это тоже совершенные маленькие музеи, с уютными, но уже какими-то пыльными будорами, позолоченными купидонами и масляными портретами разнообразных французских Людовиков из числа наиболее успешных.

Конечно, трех номеров на все хозяйство оказалось крайне мало: полтора года назад мадам пришлось пойти на реконструкцию целого этажа. Ибо ситуация была абсолютно критической — многие посетители в тщетных попытках пустить в ванну воду или открыть окно оставались ни с чем. Вернее, как раз с чем: кто — с бронзовой ручкой, кто — с куском водопроводного крана в руках. Номера представительского этажа, благополучно введенные в эксплуатацию, были позиционированы как такие, где «все управляется единой кнопкой», то есть банальная электроника вторглась в мир гобеленов, мрамора и плюша.

Сегодня Negresco медленно, но верно движется к более мощной реновации: планы на этот счет имеются большие. Не исключено, однако, что через 20 лет постояльцы Negresco будут тосковать по затеям упрямой мадам — хранительницы старого курортного очага.

Екатерина Истомина



__Negresco — главный герой курортных открыток Ривьеры



реклама



ARNE

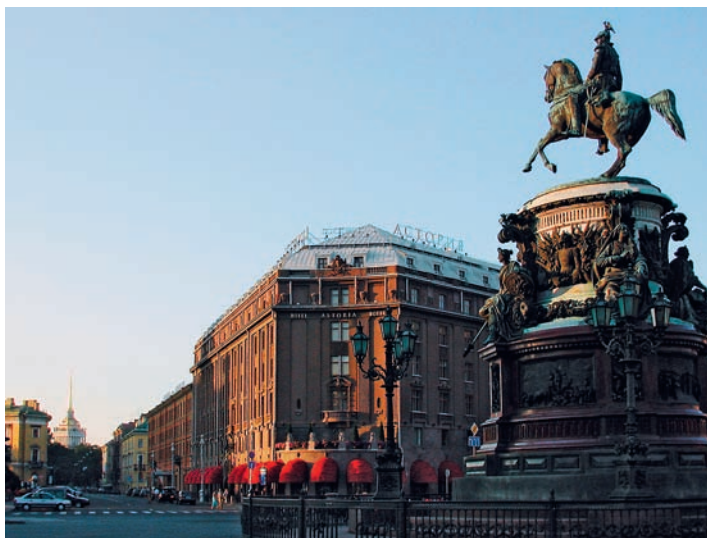
ALEXANDER ARNE

Москва, Большой Патриарший пер., 8
Тел.: +7 (495) 697-1520 WWW.ARNE.COM

ДВОРЕЦ БУРЖУАЗИИ 100 ЛЕТ ПЕТЕРБУРГСКОЙ «АСТОРИИ»



Гостиница «Астория»: в Ленинграде в 1934-м и в Петербурге в 2011-м



Ресторан отеля — в 1932-м и в 2010-м

«Асторию» в Петербурге начали возводить англичане (в 1910-м; акционерное общество «Палас-отель»), а закончили уже немцы из фирмы «Вайс и Фрейтаг» — в 1912-м. Несмотря на то что отель построил очень известный петербургский архитектор Лидваль (в зоне его ответственности находилась, к примеру, гостиница «Европа», что на Михайловской улице), к законченному зданию у общественности возникли вопросы. Считалось, что «Астория» слишком суровая, техничная, чересчур современная. Но такова и была задумка: если старушка «Европа» слыва яркой и веселой купеческой гостиницей, то «Астория» держалась буржуазной закваски. То есть должна была быть оплотом прогресса, местом с буржуазными удобствами: и вот здесь — при обсуждении этих самых удобств — даже самые жестокосердные критики замолкали.

Многоэтажная, со сложным фасадом, гостиница «Астория», освященная 23 декабря 1912 года, отвечала всем требованиям инженерной мысли, последнему слову техники и гигиены. Ее интерьерные линии были стройны, комфортны и немногословны. «Асторию» отличали буржуазная функциональность с элегантностью петербургского модерна: легкая, простая, с лаком мебель; гладкие, без всяких цветочных обоев и тканевой обивки стены — зато множество зеркал, экзотических цветов, очень много хрусталя, который множил солнечные лучи, проникавшие в большие «европейские» окна. Это был не привычный царской столице отель-спальня. Это был новомодный, деловитый отель-кабинет — подтянутый, стройный, полный спокойной гордости и даже счастья: от сознания того, насколько он умен и современен.

В период войн — Первой и Второй, Отечественной — отель давал свои помещения городу. «Астория» была и общежитием, и приютом, и военным госпиталем (как и ее коллега «Европа», впрочем). «Асторию» знали и за рубежом: именно в ее банкетном зале Адольф Гитлер намеревался дать торжественный ужин по случаю взятия Ленинграда. Об «Астории» в восторженных тонах отзывался Герберт Уэллс, дважды бывший ее постояльцем — в 1914 и 1934 годах. Кстати, с именами знаменитостей, проживавших в «Астории», может познакомиться любой, кто отправится вверх не на центральном историческом лифте, что напротив бара «Кандинский», а на лифте малень-

ком — справа от центрального входа. Позолоченные, патинированные «титановые» таблички теснят друг друга.

До сих пор между прочим остается верной любимой гостинице Майя Плисецкая: последний раз мы видели великую балерину вместе с мужем в отельном ресторане «Давыдов» в тот момент, когда Родион Щедрин репетировал «Мертвые души», а именно в марте 2011 года (Мариинский театр; постановщик Василий Бархатов). Любовь «Астории» и Мариинского театра взаимна: отель имеет свою собственную ложу.

Ныне «Асторией» управляет цепочка сэра Рокко Форте — реновацией отеля занималась его сестра Ольга Полиции, которая каким-то чудесным образом поняла прежний стиль гостиницы. Она оставила интерьерную прямоту и обаятельную, искреннюю скромность: стены — однотонные, мебель — с прямыми углами, некоторые штрихи вроде льняных штор.

Общественные помещения — роскошная, невероятная бальная зала с зеркалами; панорамный бар «Кандинский» с видом на конный памятник императору Николаю I работы Клода-Монферрана; ресторан «Давыдов» — сохраняют свои бывшие буржуазные красоты. В преддверии юбилея был затеян и ремонт крыла, смотрящего на Большую Морскую улицу: верно, что часть комнат стала больше, но стиль не изменился. Один век «Астории» не превратил ее в музей старого быта, но успешно сохранил атмосферу деловой породистости.

Екатерина Истомина



Артистка и танцовщица Айседора Дункан не раз останавливалась в «Астории» в начале 1920-х

РАСКАТ ИМПЕРИИ

LIDO PALACE НА ОЗЕРЕ ГАРДА

АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



Маленький городок Рива-дель-Гарда на северной оконечности прекраснейшего озера Гарда — один из тех курортов, которые хитрые итальянцы берегут для себя. Три улицы в старых стенах, игрушечная цитадель с художественным музеем и дивная смесь римской и венской архитектуры, итальянского тепла и австрийской музыкальной сладости.

До Первой мировой это местечко было частью Австрийской империи, и члены императорских семей приезжали сюда под пальмы, которые здесь в изобилии растут, — не так далеко от Вены. Следы габсбургской «тюрьмы народов», как можно заметить, многим городам идут на пользу. Репутация места с тех давних времен настолько высока, что в маленьком Рива-дель-Гарда ни много ни мало 72 отеля. Казалось бы, куда больше. Но в прошлом году здесь появился Lido Palace. Хотя, что значит — появился. Он был в городе с 1899 года.

Этот старый роскошный палас-отель знал славные времена, когда русские великие княгини встречались на прогулках с американскими финансовыми баронами. Рядом с господским отелем стоял специальный корпус, где жили слуги. Господа путешествовали тогда со слугами. Это продолжилось и после Первой мировой, но после Второй слуги кончились, да и отель подустал. Он переходил из рук в руки, ветшал, слабел и, наконец, был заброшен на долгие десять лет.

В 1999-м, через 100 лет после строительства, был объявлен архитектурный конкурс на проект его реконструкции. Победил молодой, но очень известный венецианский архитектор Альберто Чеккетто. Венецианец вывернул старые стены полуразрушенного здания наизнанку — точно роскошный камзол XIX века, сменил всю подкладку и сложил заново: от прежнего Lido Palace остались только стены и парадная лестница, выложенная мрамором. На месте второго корпуса (того, что был конторой и жильем для слуг) вырыли бассейн, устроили обширные кабинеты и залы SPA и создали новый ресторан, который был поручен знаменитому шефу Джузеппе Сестито. Все это под огромной крышей из рыжей матовой меди. Это очень здорово выглядит. Сочетание старых стен с прозрачным хай-тековским дизайном не просто удачно, оно создало образ Lido Palace заново.

Я встречал Альберто Чеккетто в дни Венецианской биеннале, и тогда он объяснял, что его проекты подсказаны местом и пейзажем, в котором они должны стоять. Место подает знаки, их только следует правильно понять. «Я не могу создать проект, пока я не увижу эти знаки, не услышу эти голоса, но я и не пойму их до конца, пока не перейду к проекту. А когда он будет создан, это будет мой ответ тому, что я услышал», — говорил архитектор.

Мне кажется, что он был чуток и правильно услышал то, что ему нашептывало озеро Гарда. Отель стоит в городе — и в то же время на отшибе. Он погружен в огромный зеленый парк, который был заложен в конце XIX века (одно временно с его строительством), а за эти 100 лет стал и становится сейчас все



вы постепенно начнете здороваться с озером и раскланиваться с горой

более приятным и ухоженным. Пальмовые аллеи, кедры, магнолии. Это теплый южный парк с южными деревьями, но он кажется сделанным северным архитектором — с таким вниманием и четкостью проведены аллеи, с такой меланхоличностью посажены главные деревья.

Когда в отелях нет дефицита, надо добавлять что-то удивительное. Lido Palace таким удивительным и является. Двери номеров сделаны в виде старых фотографий, изображающих Рива-дель-Гарда в дни его беспечной молодости. Можно сравнить городок с таким, каким он был на заре изобретения фотографии, и в нынешние времена. И удивиться тому, насколько он до сих пор узнаваем. В городке, как и в отеле, чувствуется удовольствие от архитектуры, которую содержат как музейный экспонат. Не только туристов ради, а отчасти для собственного удовольствия.

Вид на город с этажей отеля совершенно идиллический: маленькая набережная с балюстрадами в духе дореволюционной Ялты — с боскетами и пальмами; маленький порт с маленькими яхтами (никаких пелорусов с вертолетами) и царящая над этим высокая гора, на самой вершине которой поздно ночью подсвечивает звезды окошко маленькой часовни.

В Lido Palace не стоит приезжать на одну только ночь. Это настоящее расточительство, потому что маршрут сюда должен быть рассчитан на несколько дней, на неделю. И не на публику, привыкшую прыгать из отеля в отель, а на людей, способных так же, как архитектор, прислушаться к месту, куда их привела судьба. Тогда вы постепенно начинаете здороваться с озером, раскланиваться с горой и с удовольствием выходить на необременительные прогулки — не только на окрестные улицы, не только к соседнему водопаду, но и к удивительнейшему месту на берегу озера Гарда, известному всей Италии. Это «Витториале», дом-музей Габриэле д'Аннунцио, где поэт и вояка устраивал собственный мир — с мавзолеями, театрами и с настоящим военным кораблем, стоящим, как «Аврора», одной ногой на суше.

Что главное в отеле, кроме комнат, спален, баров, стафа, SPA? Для меня — две вещи. Вид на отель, чтобы хотелось туда вернуться. Вид из отеля, чтобы каждое утро получать удовольствие, просыпаясь. Речь идет о том, есть у места душа или ее нет. Я впервые вижу новый дом, унаследовавший душу от старого.

ЭПИСТОЛЯРНЫЕ ЦЕННОСТИ

ЛЮБОВНЫЕ ПИСЬМА

ЗНАМЕНИТОСТЕЙ

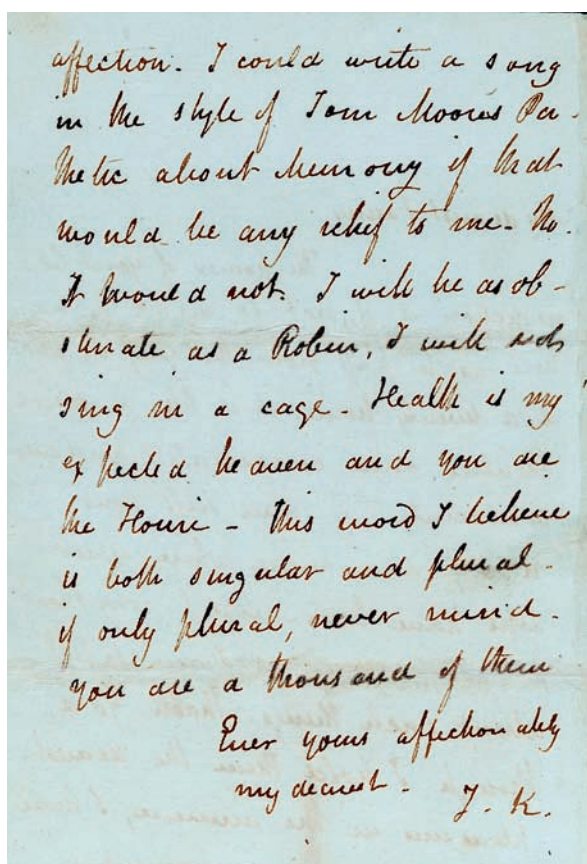
ТАТЬЯНА МАРКИНА

«Жозефина, моя душа была открыта для радости, теперь она наполнена болью»

Любое письмо, написанное рукой на бумаге, можно ныне считать предметом старины. Вместе с чистой технологией — нужен листок бумаги (не принтерной!), перо или на худой конец ручка — ушла в прошлое потребность выражать в письменном виде свои мысли и чувства. И в особенности нежные чувства. И потом — ждать неделю, пока тебе ответят. Сегодня все можно сделать посредством интернета, SMS или MMS — мгновенно и уложившись в 120 символов. И именно поэтому длинные, сентиментальные или страстные, требовательные или отчаянные письма, написанные 50, 100 или 200 лет назад другими людьми, так удивительно трогают сердце. Особенно — если эти люди были знамениты и хорошо владели эпистолярным жанром.

Такие письма иногда продаются на аукционах (хотя наследники написавших обычно возражают). Самой громкой из продаж последнего времени было, конечно, появление письма Наполеона Бонапарта Жозефине — прямо в Москве, на торгах «Гелос» (2011 год; продано за 4 млн руб.). Интересно, что прежней владелице письмо было подарено родителями в день свадьбы — чтобы было, с чем сравнивать градус страсти. Листок бумаги собственноручно испанский генералом с двух сторон и отправлен в 1796 году с театра военных действий — из Италии в Париж. «Жозефина, — пишет главнокомандующий армией Французской республики, — моя душа была открыта для радости, теперь она наполнена болью. Почта приходит без твоих писем. Я ускорил мои операции... Тысяча ножей раздирают мое сердце — не вонзай их еще глубже...» Письмо очень эмоциональное, почти (по нравам той эпохи) неприличное; может быть, именно потому оно не вошло в первый корпус писем Наполеона его супруге, изданный в 1833 году дочерью Жозефины — Гортензией.

Наполеон писал Жозефине очень часто — чуть ли не каждый день; писем сохранились сотни (большинство в госархивах Франции), попадают они и на антикварном рынке. Например, в 2007 году на Christie's было продано письмо, написанное генералом Бонапартом еще до брака с ней (оно адресовано «мадам Богарне»). «Какова твоя странная власть, несравненная Жозефина! Единственная твоя мысль отравляет мне жизнь, раздирает душу противоречивыми желаниями...» — накануне Жозефина заявила, что Бонапарт любит ее «не для нее самой». Завершается письмо нежнейшими заверениями в преданности: «Я у твоих ног... Я целую тебя трижды — твоё сердце, твои



Письмо Джона Китса невесте Фанни Браун, 1820 год; Bonhams, 2011 год, £96 тыс.

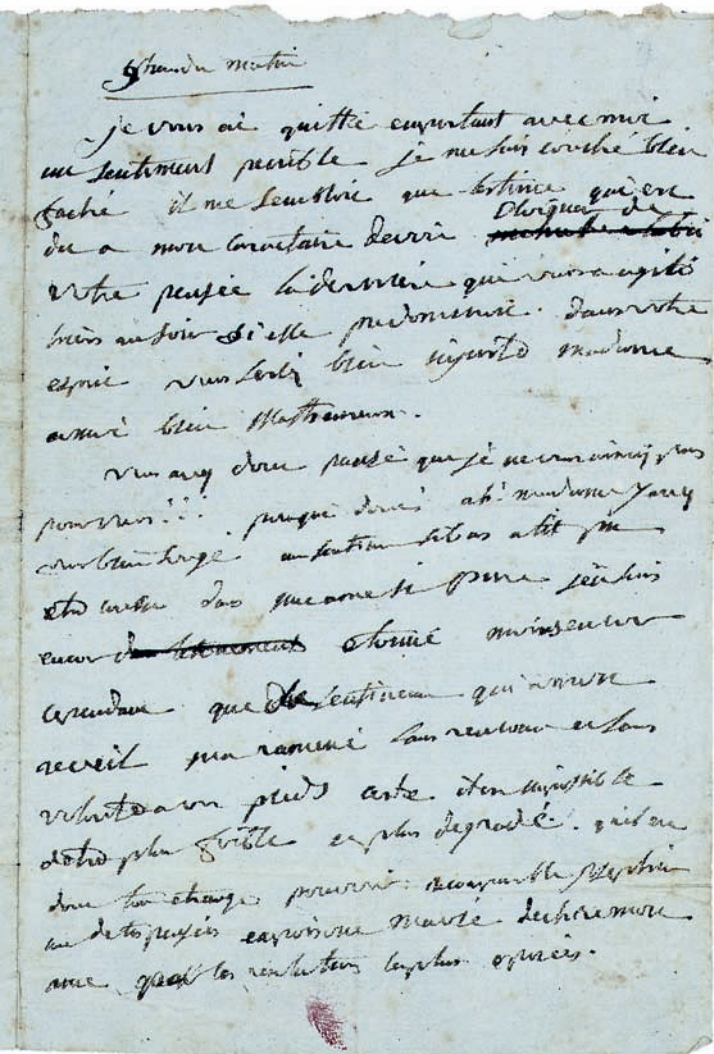
говорить о подобных вещах...» Письмо написано в 1820 году, когда бедный поэт, измученный болезнью, тяжелой жизнью и не в последнюю очередь поведением невесты — вертихвостки и карьеристки, бесславно угасал в Италии. Это было одно из существующих 39 писем великого поэта о любви — и благодаря своей редкости оно было продано на аукционе Bonhams в прошлом году за £96 тыс.

Рубеж XIX и XX веков стал рубежом и в отношениях между полами. Движение суфражисток; проза Александра Куприна и Августа Стриндберга; теория психоанализа Зигмунда Фрейда — мир менялся на глазах, и в начале XX века стало не только возможно, но и крайне модно обсуждать отношения между мужчинами и женщинами вслух. Переписка тоже сделалась гораздо более откровенной. Впрочем, это, как и прежде, зависело от темпераментов автора и адресата.

В 1988 году на Sotheby's (за \$550 тыс.) были проданы 337 писем Франца Кафки его берлинской знакомой, а затем и невесте Фелиции Бауэр. Переписка Франца и Фелиции (которая ни к чему хорошему не привела: они так и не поженились) состоит из сотен и сотен писем. Фелиция сохранила их все (первые из них были опубликованы в 1937 году, остальные — в 1967 году) — в то время как Кафка через год после окончательного разрыва сжег ответы своей возлюбленной. Франц Кафка начал писать некрасивой эмансипированной девушке в 1912 году, еще безвестным литератором и страховым чиновником. Он сочинял по несколько длинных, подробнейших, откровенных писем в день и требовал на них ответов. «Вчера вечером, придя домой с



Письма Эдит Пиаф Луи Жирарде-ну, 15 ноября 1951 года — 18 сентября 1952 года; Christie's, 2009 год, €67 тыс.



Письмо генерала Бонапарта Жозефи-не Богарне, конец 1795 года — начало 1796 года; Christie's, 2007 год, \$556 тыс

промозглого холода в обычном своем облачении и принявшись за свою, почти изо дня в день неизменную, вечернюю трапезу... я вдруг испытал приступ столь острого влечения к вам, что впору было уткнуться лицом в стол, лишь бы себя сдержать», — писал он.

Задача «приворожить к себе письменным словом» была перевыполнена: Фелиция страстно влюбилась — со всеми вытекающими для молодой женщины последствиями в виде жажды брака и детей, а писателю была нужна лишь муза. Письма Кафки Фелиции Бауэр стали значимой частью его литературного наследия.

Еще один пример личной переписки, которую внимательно изучают литературоведы, — письма Джеймса Джойса горничной Норе Барнакл, которая спустя почти три десятилетия отношений стала женой писателя. Их встреча произошла 16 июня 1904 года — этот день писатель потом выбрал для описания походов героя «Улисса». У Джеймса Джойса и Норы были абсолютно разные вкусы, культурные ценности, круг знакомых — их союз держался лишь на физической страсти, о которой подробно рассказывается в переписке («сладкая, грязная, грязная...» — письма вернее называть не эротическими, а порнографическими). Особенности стилистики этих писем считаются литературоведами шагом к новому модернистскому языку «Улисса». В 2004 году Sotheby's продал такое «эротическое» письмо, ранее не публиковавшееся и неизвестное исследователям, за £240,8 тыс.

Однако это все письма мужчин, а что же женщины? Их любовных посланий сохранилось гораздо меньше — может быть потому, что «женщина любит ушами, а мужчина — глазами» и именно любовникам приходилось опутывать и держать своих любимых паутиной слов. В 2009 году на Christie's были проданы 54 письма Эдит Пиаф ее любовнику Луи Жирардену, чемпиону мира по велоспорту (за €67 тыс.). Из них видно, что певица требовала постоянных заверений в любви и глубоко страдала, если не имела их ежесекундно. Листочки маленького формата были исписаны карандашом и чернилами вдоль и поперек: «Дорогой, я люблю тебя. Иногда до такой степени, что я теряю дыхание. Я тебя люблю так сильно, так много!» Выросшая на улице, Эдит Пиаф привыкла не особенно стесняться в выражениях. «Если бы ты знал, как я хочу, чтобы ты овладел мною» — это далеко не самая сильная цитата. Луи Жирарден был женат, его жена устроила скандал, но причиной его расставания со звездой парижских подмостков наверняка стало не это, а тот невыносимый градус страстей, на котором постоянно жила Эдит Пиаф и который в конце концов свел ее в могилу. «48 часов в компании Эдит Пиаф по своему эмоциональному накалу даже сильнее, чем один заезд „Тур де Франс“,» — вспоминал потом Луи Жирарден.



Эксклюзивные ароматы для любимой

- XERJOFF CASAMORATI Парфюмированная вода FIORE D'OLIVO 75 мл
- CLIVE CHRISTIAN Духи "C" 50 мл
- MAISON FRANCIS KURKJIAN Туалетная вода AQUA UNIVERSALIS 75 мл
- EUTOPIE Парфюмированная вода EUTOPIE No.1 100 мл
- NASOMATTO Духи DURO 30 мл

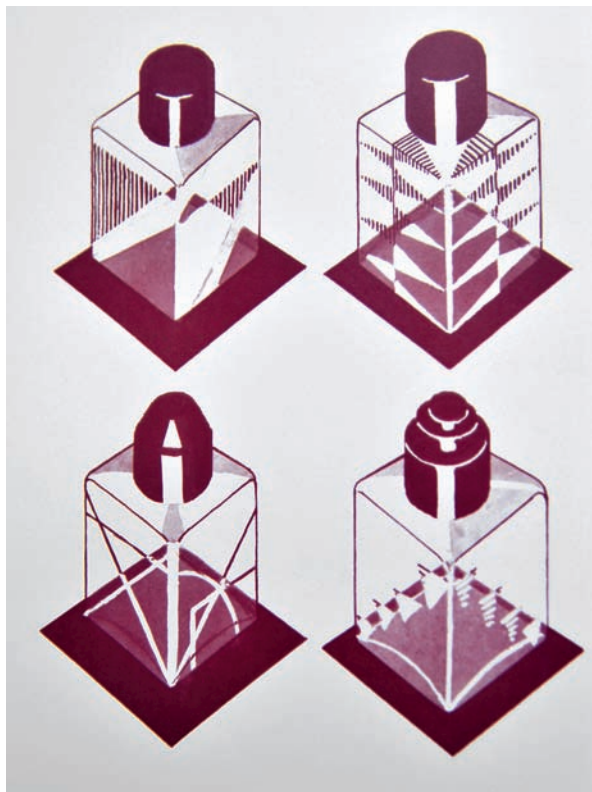
8 800 100 30 35
www.douglas.ru

Douglas Rivoli

ДУХ ИЗ БУТЫЛКИ

СТАРИННЫЕ ФЛАКОНЫ

ТАТЬЯНА МАРКИНА



— Флаконы с гравировкой, 1928 год, из книги «100 легенд роскоши Louis Vuitton»



— Набор для парфюмерии. Женева, конец XVIII века. Продан на Sotheby's за \$10,6 тыс.



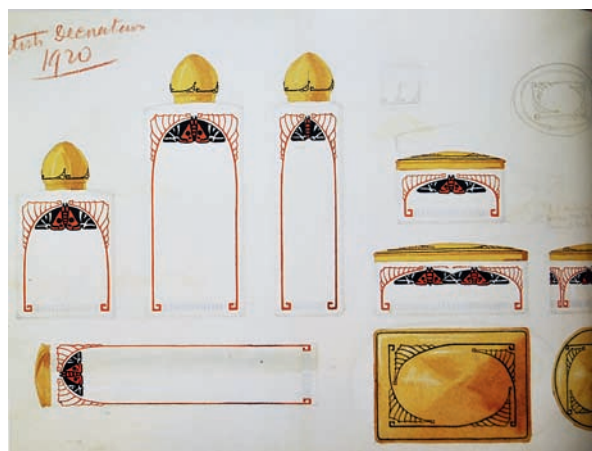
— Марсель Герлен. Флакон Rolls-Royce, 1926 год, стекло, бакелит. Продан на Christie's за €21,8 тыс.



M^{me} CLESS-BROTHER. L. VUITTON, éditeur.



— Марсель Дюшан. Флакон для фиалковой воды Belle haleine, 1921 год. Продан на Christie's за €8,9 млн. Считается самым дорогим флаконом для духов в мире



— Комплект для несессера, рисунок, 1920 год, из книги «100 легенд роскоши Louis Vuitton»

— Флаконы Louis Vuitton, рисунок в журнале Art et Decoration, сентябрь 1924 года, из книги «100 легенд роскоши Louis Vuitton»

Духи являются традиционным подарком, причем эта традиция — одна из древних: как только человечество вышло из пещер, оно захотело хорошо пахнуть. Наверняка, инициатива исходила от женщин — однако точного подтверждения этому нет. В 3–2 тысячелетиях до н. э., в эпоху фараонов, душистыми маслами и жидкостями пользовались и мужчины, и женщины. В египетских гробницах археологи находили примечательные емкости из камня и алебаstra: дебютные флаконы помещались в деревянные шкатулки со многими отделениями — свое для каждого запаха. Так что форма хранения духов была найдена тысячелетия назад и с тех пор не менялась. Все последующие века лишь варьировали ее — меняя материал, приспособлявая к новым вкусам и стилям.

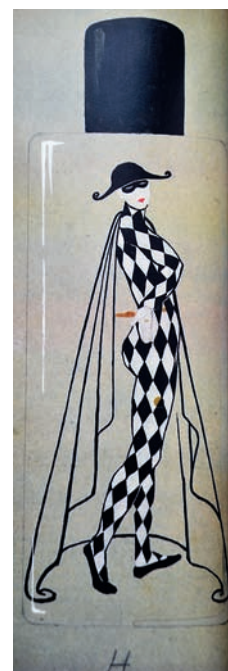
Так, к XVI веку до н. э. относится первый флакончик из стекла, найденный в Древнем Египте. С тех пор стекло стало самым распространенным материалом для хранения благовоний — оно не впитывало масла и не изменяло запаха жидкостей и смол и, кроме того, своей ценностью и красотой соответствовало тому, что хранилось внутри.

Древние греки использовали благовония очень обильно — и для хранения мирры, ладана, шафрана приспособили керамические красно- и чернофи-

гурные сосуды. Крошечные флакончики-алабастры можно было подвешивать к поясу. Кроме того, греки делали небольшие стеклянные бутылочки в форме фигурок животных, гроздьев винограда, фруктов, ракушек и рыбок. Такие флаконы, необходимые для хронологически исчерпывающей коллекции флаконов для духов, можно встретить на аукционах. Как ни странно, стоят они иногда даже дешевле флаконов эпохи модерна и ар-деко — например, на Christie's такой (Рим; III в н. э.) продавался недавно за €4 тыс. Впрочем, флакончик побольше — да еще и из цветного стекла — может стоить до \$20 тыс.

Корица, стиракс, сандал, мятное и розовое масло, мускус из-под хвоста циветты и амбра из желудка кашалота — древние римляне были еще более падки на душистые вещества, которые привозили со всех концов света. Иногда для их хранения использовали выдолбленные драгоценные камни — настолько были ценны сами духи.

После периода варварства, к X веку, европейцы вновь заинтересовались душистыми веществами. Родилась парфюмерия, и она была царицей химических наук до XV–XVII веков. Для хранения духов, которые к тому времени стали делать на основе спирта, европейцы использовали миниатюрные кон-



— Эскиз флакона «Арлекин», 1922 год, из книги «100 легенд роскоши Louis Vuitton»



Флакон
двухцветного стекла.
Рим, III–IV вв. Продан
на Christie's за €4 тыс.

тейнеры из золота и серебра, стекла, фарфора, полудрагоценных камней и раковин. Нередко такие флаконы предназначались для того, чтобы носить их с собой, — пропитанная духами ткань могла помещаться внутри серег или перстня, крошечные бутылочки носили на шее. Все подобные изделия являются произведениями ювелирного искусства, и найти такие на современных аукционах очень непросто. В эти флакончики духи переливали уже дома — парфюмеры продавали их обычно в разлив, в простых стеклянных или фаянсовых аптечных бутылках. Иногда на аукционах попадаются целые наборы из флакончиков и крошечной воронки, чтобы наливать в них жидкости. Сразу же после изобретения фарфора в Европе начали делать из него флаконы. Они могли быть простыми, в виде разной формы бутылочек, а могли быть затейливыми, становясь самоценными произведениями искусства. Например, в Париже были созданы емкости для духов в виде фигурок султана и султанши, чьи тюрбаны служили пробками. Такие были проданы на Sotheby's в прошлом году за £9 тыс. Для того чтобы носить духи (или нюхательные соли) с собой, ювелиры XVIII–XIX веков создавали миниатюрные, богато декорированные бутылочки. Такой флакончик может стоить от \$10 тыс. до \$30 тыс. — в зависимости от того, сколько мастерства, золота и бриллиантов в него вложено (например, флакончик с голубой эмалью гильоше и золотыми веточками фирмы Карла Фаберже на Christie's был продан за \$27 тыс.). Зато флакончики цветного богемского стекла в те времена были доступны каждой дочке купца-нувориша, они и сейчас стоят иногда до €1 тыс. Российские фабрики — Императорский завод или частный завод Попова — тоже выпускали недорогую продукцию такого рода. Например, расписанные цветочками или пейзажами фарфоровые бутылочки. Но из-за их редкости (почти все побились в войнах и пожарах) стоимость их выше. Стиль и значение флакона для духов принципиально изменились на рубеже XIX и XX века. В эпоху стиля модерн и поточного производства духи стали продавать уже разлитыми в красивые бутылочки. Эскизы флаконов делали знаменитые художники своего времени, ведь теперь флаконы несли и рекламную нагрузку — а производили их тиражным способом. Среди самых первых были духи Bouquet Nouveau, выпущенные французской компанией Roger & Gallet. Они продавались в квадратной бутылочке зеленого стекла с декором из золоченой латуни. В том же 1900 году в Париже появились духи Royal Vaissier, которые продавались во флаконе в форме цветка лилии дизайна Baccarat. Спустя десятилетие флаконы и названия духов невероятно усложнились. Дом Guerlain представил духи Voila pourquoi j'aimais Rosine («Вот почему

я любил Розину»). Их бутылочка напоминает вазу, а пробка была скрыта под шелковыми цветами. Самым знаменитым дизайнером флаконов этого периода был, конечно, Рене Лалик. С 1906 года он сотрудничал с парфюмером Франсуа Коти и сделал для дома Coty немало эскизов. Самым известным их творением были Au Coeur des Calices 1913 года во флаконе синего матового стекла с пчелой на пробке. L'Elegance для D'Orsay с танцующими нимфами на флаконе; Leur Ames для того же дома с огромной подковообразной фигурной пробкой; L'Eglantine de la Reine для Hector Legrand 1911 года — эти флаконы сейчас являются серьезным предметом коллекционирования, хотя и не стоят так много, как, например, дизайнерская мебель. 1920-е годы и период ар-деко сделали дизайн флакона еще более разнообразным и более важным — ведь он помогал правильно позиционировать продукт на рынке. Chanel №5, выпущенные в 1921 году, имели принципиально скромную бутылочку — они рекламировали созданный ею новый тренд, дорогую простоту. Производители духов и дизайнеры работали сразу в нескольких направлениях: духи Bakanir, представленные домом Honore Rayan в Париже в 1927 году, налиты в кубистически граненый флакон. В том же году Baccarat сделала для Deletraz флакон «Серебряная бабочка» в абстрактном стиле — из розового стекла с геометрическими мотивами. В коллекции знаменитого модельера Ива Сен-Лорана, которую в позапрошлом году распродал аукционный дом Christie's, были десятки флаконов для духов. Стелянные дизайнерские бутылочки, созданные Морисом Марино в конце 1920-х, были проданы за десятки тысяч евро (самая дорогая — за €51 тыс.). В той же коллекции хранилась бутылочка с фиалковой водой Belle haleine, дизайн которой разработал великий Марсель Дюшан — причем победив в конкурсе проект Мана Рея (1921; продана за €8,9 млн). После Второй мировой войны романтика вновь завладела миром. Каким художникам только не заказывали дизайн флаконов (самые известные созданы, по-видимому, Сальвадором Дали), какие материалы только не использовали. Такие флаконы, часто наполненные духами, можно встретить на маленьких аукционах и блошиных рынках всего мира. В российском рейтинге винтажных духов, кажется, главенствует набор «Малахитовая шкатулка» (три граненых флакона — «Алмаз», «Сапфир» и «Аметист» — в коробке; их делали на фабрике «Новая заря» в 1970-е годы). Эти флаконы тоже можно коллекционировать — для разминки, так сказать, чтобы позже перейти к более серьезным приобретениям.

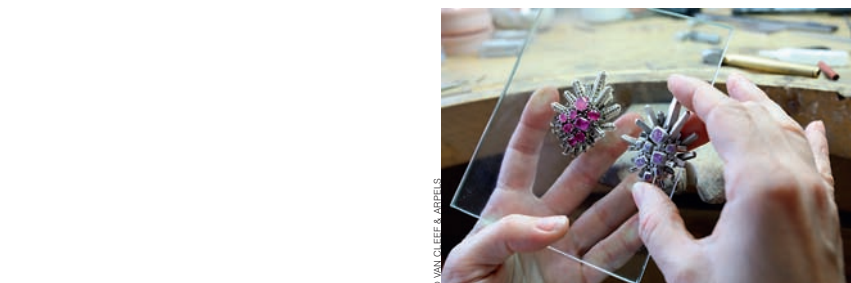
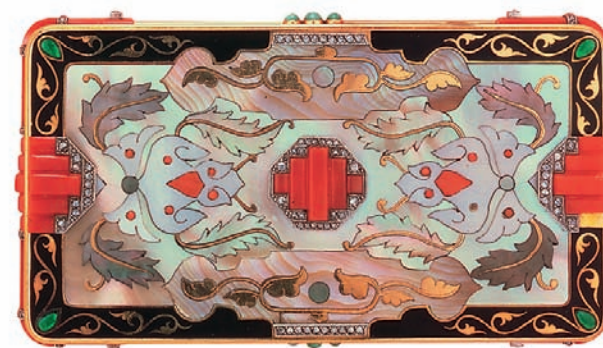
информационный центр: (495) 543 3210 fabishoes.it интернет-магазин: fabiboutique.com реклама. Фаби Купор

ТВЕРСКАЯ 6 (495) 692 9014 ГУМ (495) 620 3216 ТРЦ VEGAS (495) 983 0597 АТРИУМ (495) 970 1167
"ЕВРОПЕЙСКИЙ" ТРЦ (495) 229 1906 КРОКУС СИТИ МОЛЛ (495) 727 2470 ТРЦ АФИМОЛЛ Сити (495) 921 1548

ЮВЕЛИРНЫЕ ИНСТИТУТЫ ДОМ VAN CLEEF & ARPELS ОТКРЫЛ СВОЮ ШКОЛУ



Школа Van Cleef & Arpels открыта в сакральном для luxury месте — на Вандомской площади



Исчезнувший костюмный этикет, рассказ о правилах savoir vivre: как носили минодьеры VCA

ювелирная школа van cleef & arpels — это курсы благородных девиц

Один из самых влиятельных ювелирных домов — Van Cleef & Arpels, с 1906 года обитающий на Вандомской площади, открыл собственную школу. Занятия в таком оригинальном заведении (пока ни один исторический ювелирный дом не имеет подобного проекта) стартовали 20 февраля, стать учеником школы VCA может любой.

Школа VCA — это, конечно, истинные, породистые ювелирные курсы международных благородных девиц. Обучение разделено на три этапа — Unveiling, Shedding Light on и Revealing. Каждый раздел поделен на лекции. Так, в начальном этапе Unveiling их три (Stories & Inspirations, Interpreting the Gemstones, Jewellery Mix and Match). В среднем Shedding Light on — два (Symbol and Power of Jewels). И в заключительной секции Revealing также две главы — это Entering the Van Cleef & Arpels Universe и Accessing Van Cleef & Arpels Creations. Длительность каждого урока составляет четыре часа.

Пытливый ученик может купить как весь цикл (цена каждой лекции — от €600 до €950), так и отдельные, наиболее интересные для него уроки. Занятия проходят на Вандомской площади, для определенной части лекций предполагается посещение знаменитого исторического ювелирного ателье haute joaillerie, расположенного над флагманским магазином VCA.

Обучение в школе предполагает в первую очередь лекционные занятия: это и история французских и мировых ювелирных украшений, история французского декоративного искусства, история драгоценных и полудрагоценных камней. Исследуются жанры и сюжеты драгоценного мира — символические, флористические, анималистические, абстрактные, а также драгоценности-регалии, чьи задачи были не только художественными, но и государственными.

Большое внимание уделяется не только savoir faire, но и savoir vivre, то есть декоративному, вернее, костюмному этикету. Речь идет о способах ношения тех или иных исторических украшений, например драгоценностей для головы и прически, или же минодьеров, миниатюрных драгоценных сумочек-футляров. Ученикам предложат изучить техники и виды огранки, паважа, а также рецепты фирменного для VCA приема Mystery Setting, «невидимой огранки», запатентованного в 1936 году. Небольшие практические занятия — в частности, рисунком и композицией — также входят в обучение.

Остается добавить, что занятия ювелирной школы Van Cleef & Arpels проходят на английском и французском языках. Никакие другие языки в настоящий момент не предусмотрены. На наш вопрос, не стоит ли завести занятия, например, на китайском языке (все-таки Китай является самым важным рынком для подавляющего большинства марок), директор школы VCA госпожа Мари Валане-Делом ответила следующее: «Наша школа на то и создана, чтобы прославлять и пропагандировать именно европейское, французское ювелирное искусство, поэтому вводить дополнительные языки мы не собираемся. Школа будет работать только в Париже». Подобную жесткую позицию можно только приветствовать: те, кто действительно ценит европейский люкс, должны будут приехать во французскую столицу, оставив все дела в Пекине, Токио, Сингапуре, Нью-Йорке или Москве.

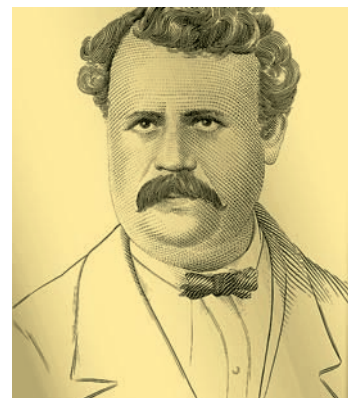
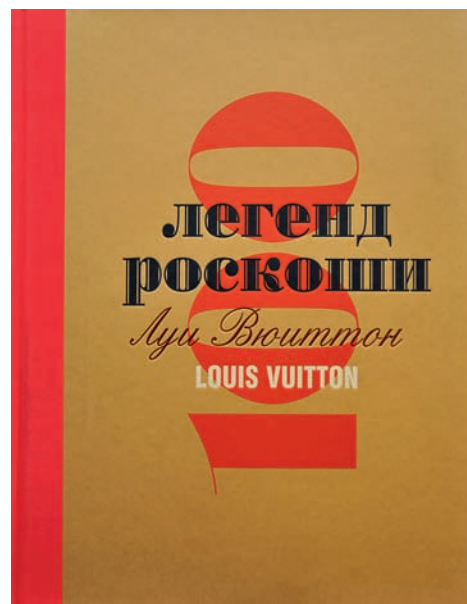
Екатерина Истомина



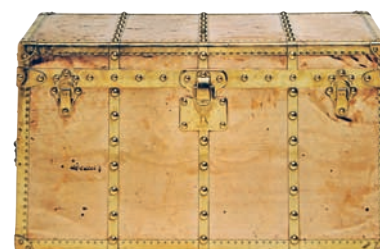
Ученикам школы предложат создать эскиз собственного украшения



СОЛДАТ СТАРОЙ ФРАНЦИИ ПАТРИК-ЛУИ ВЮИТТОН



— Ароматный сундук-секретер, сделанный в Louis Vuitton по заказу княгини Лобановой-Ростовской в 1904 году



— Кофр для путешествия по Африке, Louis Vuitton, 1903

В издательстве «Астрель» вышла 500-страничная книга «100 легенд роскоши. Louis Vuitton» (во французском оригинале — «100 malles de legende Louis Vuitton»). Предисловие и глоссарий к «Легендам» написал Патрик-Луи Вюиттон, прямой потомок основателя дома в пятом поколении. Патрик-Луи Вюиттон работает в Louis Vuitton с 1973 года (начинал карьеру столяром), с начала 2000-х он отвечает за спецзаказы. Он рассказал Екатерине Истоминой о мировой угрозе пустого потребления.

— Говорят, что вы принципиально не изучаете английского языка и обожаете Китай.

— Да, всем языкам мира я решительно предпочту французский, мой родной. Я сознательный, убежденный консерватор и ценю свою старую Францию. Я всеми руками цепляюсь за свою сильную страну, я — за яркую пропаганду ее культурных традиций, за сохранение ее блистательного прошлого. Я не собираюсь поддаваться глобальным установкам и надуманной интернациональности. Я, если хотите, старый, сермяжный французский солдат, и лучшее место на земле для меня — это мой Париж, а также моя лодка с парусом на Атлантическом побережье Франции, которой я управляю сам. Эта лодка — моя берлога.

— Как насчет прекрасного Пекина?

— Я люблю Китай вовсе не потому, что это очень большой рынок. Это тоже французская старая традиция — любовь к Азии и к Китаю, в частности. Я и тридцать, и сорок лет назад любил Китай. И когда мы открывали здесь первый магазин Louis Vuitton — кажется, в 1992-м, — я тоже его любил. Это страсть к культурным объемам, к векам, к тысячелетиям культурных пластов. В 1950–1960-х именно французы из всех европейцев любили Мао, и это была не просто любовь к идеологии, к ней примешивалась и оценка пространства Китая. Я против любых культурных выскочек. Я, если угодно, даже против современности, против нынешнего, весьма условного, иллюзорного мира. Я против мира, забитого пустыми знаками, не имеющими за собой никакой реальности.

— Вас, борца за сохранение традиций, не раздражает китайская страсть к подделкам? Концерн LVMH прикладывает немало усилий, чтобы добиться введения законов о контрафактах. Контрафакты — это как раз и есть пустые знаки.

— Подделки — это огромная проблема. Производству фальши нет, не может быть никаких оправданий. Это беспредел, это воровство. Кстати, когда мы открывали первый магазин здесь, в Китае, нам сначала пришлось закрыть фальшивый магазин Louis Vuitton, в котором были не только сумки, но и даже каталоги для заказов! Но мы все-таки нашли способ побороться с этой бедой. Можно сколь угодно долго ждать законов от китайских властей. Но мы пойдем другим путем: мы хотим поменять сознание. Мы хотим, чтобы китайцы сами и сознательно отказались от подделок. Как это можно сделать? Научить их. Донести до них тот факт, что, к примеру, чемодан Louis Vuitton только тогда и имеет ценность, когда он настоящий! Вопросы обучения люксу сегодня стоят наиболее остро.

— Чемодан Louis Vuitton — это знак чего?

— Знак — это не вопрос логотипа. У нас есть масса чемоданов, по которым и не сразу поймешь, что это за марка. Но есть и такие, что их видно за версту. Я занимаюсь специальными заказами и всегда готов к капризам клиентов. Каких только заказов я не принимал в жизни! Человеческая фантазия, особенно женская, что греха таить, абсолютно безгранична. О самых пикантных?.. Ну я вам не скажу. Касательно знаков, знаковой культуры быта, то здесь мы наблюдаем следующий процесс. Культура потребления люкса — особенно за пределами Франции, Европы, например, в Америке, да, я не очень ее люблю — рискует рухнуть, если уже не сделала этого. Утрачиваются всякий смысл и интимность потребления. Конечно, люкс — это бизнес, в котором важную и даже коварную часть играет пресса.

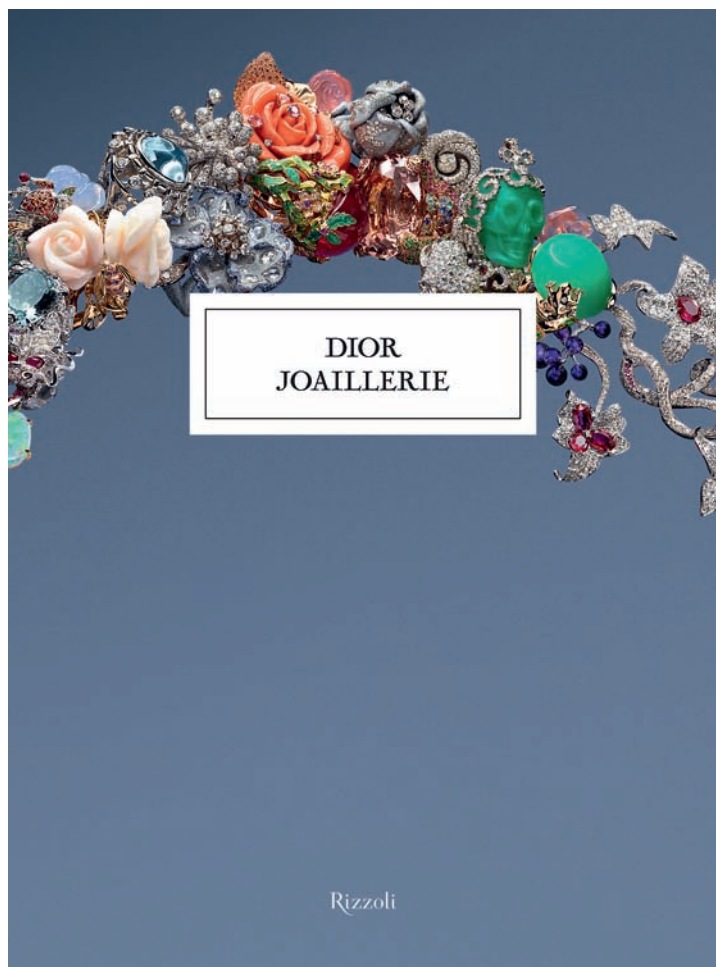
— Меня-то вы за что страшаете?

— Вам лично спасибо за то, что выучили французский язык. Я подумал бы сто раз, прежде чем говорить с журналистом, не выучившим французского языка, а еще взявшего смелость спрашивать о люксе. А ведь многие так и делают. Пресса, что взять с нее? Вы привыкли прославлять сиюминутность! И публика уже не понимает, где ремесло, где история, где традиции. Сезон за сезоном, коллекция за коллекцией, и так наматывается жуткий клубок. Но я-то хочу, чтобы Louis Vuitton покупали на поколения. Я — спецзаказы, я — не сезонный человек. Я тот человек, который делает вам пресловутый чемодан Louis Vuitton — хоть из чьей угодно кожи, какого хотите цвета, но это будет вещь на века. Прошу вас: не надо множить пустоту. Пустой знак в люксе и вообще в культурной жизни — да грош ему цена.



— Сундук для обуви Manolo Blahnik, Louis Vuitton, 1996

ПРИДВОРНАЯ ЗОЛУШКА ИСТОРИИ «DIOR JOAILLERIE»



__Колье
Precieuses Rose



__Броши с цветными
сапфирами из линии
Couture

__Виктуар
де Кастельян
в рабочем кабинете
на парижской улице
Франциска I, 44



__Шелковые,
с бриллиантами колье
и подвеска Couture

В феврале издательство Rizzoli выпустило иллюстрированную историю драгоценностей Dior: роскошный альбом с предисловием ювелирного дизайнера марки Виктоуар де Кастельян насчитывает более 600 страниц и 223 иллюстрации. В «Dior Joaillerie» речь, конечно же, идет о ювелирных украшениях дома, основанного Кристианом Диором на буржуазной парижской авеню Монтень в 1947 году. Но можно сказать и шире: альбом «Dior Joaillerie» представляет параллельную историю развития французских драгоценностей. Возможно, что и ее тупиковую ветвь.

«Параллельность» заключается в том, что драгоценности Dior, в которых соблюдены коды марки, действительно существуют абсолютно отдельно от продукции исторических французских ювелирных домов, от великой четверки — Cartier, Chaumet, Van Cleef & Arpels и Boucheron. Виктоуар де Кастельян, представительница известной буржуазной фамилии (родственником этой красавицы был великий французский денди Бони де Кастельян), никогда и не думала о том, чтобы равняться с ними, оглядываться на эти марки и уж тем более им, высокомерным обитателям Вандома, как-то подражать.

Ее художественную позицию всегда отличала почти вызывающая, выдающаяся независимость: Виктоуар де Кастельян в доме Dior позволяли делать решительно все, что она пожелает. Годами искать нужные для палитры редкие камни, например опалы или кораллы нужных фактур? Изобретать совершенно новые или реставрировать старые ювелирные техники — вроде знаменитой бриллиантовой «пыли Золушки», смысл которой сводится к напылению драгоценной крошки на камень или металл? Или потратить целый год на изготовление всего восьми украшений, как это было в случае с коллекцией 2007 года Belladonna Island? На здоровье! Эта свобода, которая удивляет хотя бы тем, что дом Dior является частью крупной финансовой группы LVMH, а, следовательно, его художникам должны быть не чужды мысли о финансовых прибылях, в итоге и привела к «параллельности». Украшения Dior не похожи ни на какие другие, но тем не менее они существуют в русле французской декоративной традиции.

Книга «Dior Joaillerie» — это иллюстрированное собрание не привычно классических, а сюрреалистических и придворных украшений, именно такие вещи и создает Виктоуар де Кастельян. Сама она никогда не скрывала своей тяги к безумным, эротическим, странным драгоценностям. Представляя Belladonna Island в павильоне Клода Моне в Тюильри, она говорила: «Это не

украшения, а сексуальные цветы, хищные, опасные. Я потратила целый год на то, чтобы разработать конструкцию подвижных драгоценностей. Например, в кольцах я спрятала крохотный золотой рычажок, на который достаточно нажать, чтобы цветок открылся».

Драгоценный сюрреализм Виктоуар де Кастельян обнаруживает себя не только в откровенной эротике (в книге она много рассуждает о культуре парижских куртизанок), но и в сложнейших текучих формах, а также в смешении драгоценных, полудрагоценных, поделочных камней. Это смешение выдает палитру, которая на первый взгляд кажется даже неприятной: серый, ядовитые зеленый и красный, резкий цвет фуксии, мрачный черный. Словом, те цвета и оттенки, которые никогда не используются в традиционных ювелирных украшениях, но в случае с Dior они выглядят даже естественными. Еще одна важная тема для «Dior Joaillerie» звучит как «возвращение к дворцовому ювелирному искусству», то есть к донатолеоновской эпохе, к временам Бурбонов. Виктоуар де Кастельян старается возродить ювелирное искусство Франции XVIII века. Огромные размеры украшений, их немислимая, богатейшая пластика, сверхдорогие камни и, главное, надменная беззащитность. Напомним, что Луи Картье тоже был поклонником французских украшений XVIII века и именно тому блистательному времени был посвящен придуманный им стиль «Гирлянда». Но даже у Луи Картье «придворные» вещи — бриллиантовые банты, ленты, кружева — выглядели хотя и романтическими, но очень деловыми. Они знали себе хорошую цену, а вот драгоценная эпопея Виктоуар де Кастельян, изложенная в «Dior Joaillerie», доказывает, что высокое искусство обязано быть беззащитным, бесценным и бесполезным.

Екатерина Истомина



__Кольцо Diorette



MaxMara

ИДЕЯ ВЕЛИКОГО КОКЕТСТВА ЛЕОНЕЛЛО БОРГИ, АРТ-ДИРЕКТОР LANCEL



Креативный директор французского дома Lancel Леонелло Борги родился во Флоренции и много лет готовил аксессуарные коллекции для Giorgio Armani и Ralph Lauren. Сегодня он живет на два дома: один — в Нью-Йорке, второй — в Париже, во французской столице он успел открыть музей Lancel, предложить новую концепцию флагманского магазина рядом с парижской Опера Гарнье, а также запустить мемориальную линию Daligramme, созданную по мотивам знаменитой сумки жены и музы Сальвадора Дали.

— В чем основное отличие Lancel от других старых французских домов, производящих сумки и чемоданы?

— Разница в том, что мы в Lancel как раз чемоданы не делаем. Первый чемодан у нас появился только в 1950 году, в то время как сам дом был основан в 1876-м. То есть у нас присутствует разнообразный багаж — куда деваться, мы его производим, но все-таки историческим продуктом Lancel является как раз сумка. Не чемодан, не сундук.

— Отлично, но Louis Vuitton, например, тоже делает сумки. Чем принципиально они отличаются от ваших?

— Наши сумки сохраняют главную идею, предложенную основательницей дома мадам Анжель. Это идея великого женского кокетства. Сумка не как огромный предмет, куда можно свалить в кучу все необходимые в бытовой жизни вещи. Сумка — это нечто другое, она вроде как собеседник, спутник, она верный друг. Сумка как один из самых личных предметов для женщины. Мои слова звучат с пафосом, но в них есть практическая составляющая. Что такое женская сумка для дома Lancel? Это, во-первых, масса больших и маленьких отделений, которые должны располагаться таким образом, чтобы ничто не могло потеряться, чтобы любую вещь в сумке можно было быстро найти. Поэтому сумка Lancel всегда имеет внутри карманы, кармачики, открытые или же на молнии, на застёжках, на пуговицах, на кнопках. И это не часть декора, как полагают многие, это часть нашей философии, говорящей о том, что сумка должна быть вместительной и удобной. Во-вторых, сумка Lancel должна помогать женщине. В наших сумках, к примеру, часто бывает встроено зеркало. Чтобы женщина могла незаметно для других, словно случайно заглянув, положим, за блокнотом, посмотреть в зеркало и убедиться, что все в порядке. У нас также есть специальные отделения для помады, для упаковки с пудрой, для зонта. Наши сумки не пропагандируют формат унисекс, они предназначены для женщин.

— В чем заключается упомянутое вами кокетство? И каким образом оно отражается на сумке, в ее конструкции?

— Стилистически кокетство заключается в полном и намеренном отсутствии минимализма. Мы говорим о том, что сумка существует сама по себе, она сама есть достаточный объект, а не приложение к общему костюму. Затем кокетство — в общении. Сумка Lancel не бездушная авоська, это не бизнес-упаковка, это не чехол для компьютерного планшета, хотя мы такие, разумеется, производим. Сумка Lancel — в определенном смысле подруга. Ведь неспроста же многие наши сумки носят имена знаменитых, великих французских женщин — Брижит Бардо или Изабель Аджани. Наш прошлогодний проект был посвящен Гале, музе великого Сальвадора Дали. Нам в Lancel важна причастность к миру женщин. Новинка этого года — сумка «Анжель», названная в честь основательницы нашего дома. Это большая повседневная удобная сумка, стильная, подтянутая, немного сухопарая, но одновременно дамская, с очарованием и изюминкой. И плюс у «Анжель» прекрасная кожа, такого румяного, очень вкусного, кондитерского оттенка.

— Если говорить о материалах, какие вы предпочитаете?

— Для Lancel крайне важны дружелюбные фактуры. На первом месте — кожа теленка, которую мы красим в разные цвета. Мы используем также и плотные ткани, мех, например, песца. У нас традиционно большой отдел экзотических кож — лягушка, питон, куриная лапка, крокодил. Экзотические кожи — это наше наследие, они всегда использовались во французской культуре изготовления сумок и предметов роскоши. Но, конечно, экзотические кожи присутствуют в лимитированных сериях, в том числе и тех коллекциях, которые мы создаем для различных рынков. Для московского магазина Lancel мы также приготовили небольшое, но красивое и убедительное собрание сумок из крокодила, кожи лягушки и куриной лапки.

Беседовала Екатерина Истомина

lancel представляет
французский мир
кокетства: наши сумки
дружелюбны —
с точки зрения
конструкций и фактур



— На смену прошлогодней мемориальной коллекции Daligramme Lancel пришла деловая серия Angele, названная в честь основательницы марки мадам Анжель

КАК ДРАГОЦЕННОСТЬ SERPENTI И MONETE BVLGARI ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА



__Вечерняя сумка
Monete Bvlgari созда-
на по мотивам одной
из самых знаменитых
ювелирных коллекций



__Сумки Serpenti
2012 года: дизайн
застежек корреспон-
дируется с рисунками
ювелирных укра-
шений 1920–1930-х
годов

Итальянский дом Bvlgari, ставший ровно год назад частью группы LVMH, за истекший период заметно мобилизовал свои творческие силы: одно за другим выходят ювелирные и часовые собрания, к которым теперь добавляются и аксессуарные линии. Впервые кожаные и тканевые сумки у Bvlgari были показаны в 1997 году, и любая тематическая коллекция всегда была инспирирована известной ювелирной линией.

Так, одними из наиболее успешных собраний можно считать аксессуарные коллекции Parentesi, Cicladi, Bvlgari-Bvlgari, в которые входили самые разнообразные по жанру сумки — от лаконичных деловых папок и ручной клади до бархатных вечерних «мешков». К ним же чуть позже прибавились ремни, визитницы и портмоне.

Историческими предметами в этом сегменте для римских ювелиров считаются все-таки ювелирные минодьеры, то есть большие футляры, выполненные из драгоценных металлов, с цветным лаком и эмалью. Наиболее известными историческими «кунштюками» считаются минодьеры из коллекции Melon («Дыня»), представленные в 1961 году. Эти блистательные предметы являлись аксессуарами уходящей эпохи dolce vita. Впрочем, подобные вещицы выпускались и раньше, даже до Второй мировой войны: это были изделия «на заказ».

В 2012 году дом Bvlgari показывает две новые аксессуарные коллекции — Monete и Serpenti. Обе коллекции сделаны по мотивам одноименных собраний драгоценностей. Впрочем, у Monete и Serpenti гораздо больше шика, в Bvlgari, судя по всему, решили вернуться к идеологическому винтажу. Обращение к прошлому — это шаг закономерный. Ведь в Bvlgari уже вспоминали былые годы, заглядывая в старые архивы: в этом случае будет достаточно вспомнить возрождение часов Serpenti. Хорошо известно, что современные часовые «Змеи», дебютировавшие в Базеле в 2010 году, являются переосмысленными тикающими «потомками» великих ювелирных Serpenti, уникальных инновационных часов на гибкой пружине, которые дом изготавливал в 1950–1970-х годах. Так что аксессуарное возвращение — после часовых оммажей — стоит считать логичным и продуктивным ходом как с коммерческой, так и с артистической точки зрения.

Итак, в Monete включены очень красивые вечерние маленькие сумки на цепочках: жесткий каркас, оформленный разноцветной «галюшей» (кожа ската, материал, бывший очень популярным в эпоху ар-деко). Застежка представляет собой «древнюю монету»: круг с вписанным в него барельеф-



__Драгоценные
минодьеры Melon,
выпускавшиеся
в 1960–1970-х
годах

ным профилем богини Афродиты. Напомню, что Monete — это новая версия старой, почтенной коллекции Icons Bvlgari, выходившей неисчислимое количество раз. Смысл Icons — в украшение инсталлированы копии старых монет — заключается в напоминании истории возникновения дома. Сотирис Булгари, грек с острова Корфу, в 1884 году открыл свою лавку в Риме в качестве магазина древностей: основатель Bvlgari первоначально был вовсе не ювелиром, а антикваром. В ранние версии Icons включались не копии монет, а, собственно, сами старые деньги, как правило, времен Ренессанса. Стилистически сумочки и клатчи Monete принадлежат 1950-м годам, а их драгоценная составляющая выражена не только в цепочке и застежке-монете, но и в благородном цвете «галюши» — бронзовом или серебристом. Сумки Serpenti более состоятельные в объеме: разноцветная кожа питона или же более деловая телячья кожа, цепочка, но самое главное здесь — это застежка. Она имеет форму змеиной головы и характерный пятнистый орнамент, выполненный в технике эмали. Эти аксессуары тоже относятся ко времени dolce vita, когда флагманский магазин Bvlgari на римской улице Via dei Condotti посещали итальянские звезды кино и голливудские модники.



СЕКРЕТНЫЙ ОРДЕН ЗАПАХОВ ОБ ЭПОХЕ НИШЕВЫХ МАРОК ЯНА ЗУБЦОВА (SNC, WWW.BEAUTYINSIDER.RU)



— Великий Роже Дав:
ароматы Roja Dove
стоят под 30 тыс. руб.,
но с ними действи-
тельно есть шанс
почувствовать себя
исключением
из правила



— Mona di Orio:
крепко сбитые,
полновесные, с проч-
ной конструкцией
композиции

В феврале в Москве начал продаваться парфюмерный бренд Le Labo — один из последних «нишевиков», за которыми стоило ездить в парижский бутик Colette или даже уж совсем преступно далеко — в Нью-Йорк. «Нишевики» окончательно и, видимо, бесповоротно пришли на нашу модную территорию: в 2011 году в Москве появились почти все значимые и не слишком растиражированные бренды.

Ароматы люди носят, как одежду. Одни — затем, чтобы слиться с толпой. Другие — затем, чтобы из нее выделиться. Третьи — чтобы выделиться из «чужой» толпы и слиться «со своей». Четвертых, которые одеваются по погоде, в расчет сейчас не берем, ибо им решительно все равно, что надеть, лишь бы не замерзнуть.

Первых полностью удовлетворяет парфюмерный «люксовый» мейнстрим — с громкими именами брендов и красивыми «девушками/юношами» на рекламных имиджах. Таких людей большинство, и поэтому иногда главные улицы и проспекты мировых столиц вдруг начинают пахнуть одинаково — например, Chance Chanel или Opium Yves Saint Laurent.

Вторые мейнстрим не носят и находятся в вечном поиске того, что им не является. Третьи держат нос по ветру и никогда не наденут на себя Chanel Bleu, если в этом сезоне в их кругу все пользуются Montale.

Для вторых и третьих ароматы марок Francis Kurkdjian, Kilian, Juliette has a Gun, Frederic Malle, Serge Lutens, Mona di Orio, Parfumerie generale, Puredistance, Mad et len, Byredo, Six Senses, Molecule, Illuminum, Amouage, Roja Dove, Histoires de Parfums (список можно продолжить) являются тайным знанием, паролем, счастьем. Ну, или же просто модным аксессуаром, выпущенным ограниченным тиражом, а оттого крайне желанным. Все перечисленные бренды принадлежат к почти сакральной категории «ниша».

Меж тем применительно к парфюмерии «ниша», с одной стороны, не означает ничего, кроме того что: а) ароматы бренда имеют ограниченную дистрибуцию и не продаются в местах общего пользования и беспопытной торговли; б) бренды не размещают, как правило, прямую рекламу в журналах и на площадях; в) бренды не нанимают для олицетворения себя красавиц и красавцев из актерско-рекламного эшелона, не платят им, соответственно, бешеные деньги и не включают стоимость контракта в цену продукта; г) имеют более или менее строгую концепцию, подчеркнуто одинаковые простые флаконы, которые призваны подчеркнуть, что производители озабочены скорее содержанием, чем формой.

С другой стороны, «ниша» требует от своего потребителя некоторой осмысленности и, если не парфюмерной искушенности, хотя бы человеческого любопытства. Чтобы купить аромат, который почти никак не рекламируется, нужна известная сноровка, а также желание, вернее, формула «бороться и искать, найти и не сдаваться».

С третьей стороны, «ниша» сама по себе вовсе не является ни гарантом качества аромата, ни индугенцией в глазах понимающих парфюмерных маньяков, чьи носы тренированы, а умы — свободны от рекламных клише «сексуальный, волнующий, чувственный», далее везде.

С четвертой стороны, «ниша» — это первая ступень для всякой новой компании, решившей производить ароматы, но не имеющей пока бюджетов на приобретение рекламных полос и корнеров в главных и центральных универмагах мира. Конкурировать с монстрами, входящими в гигантские косметические концерны, они могут, только напирая на «избранность», намекая на «кастовость», отчаянно пропагандируя свои «драгоценные ингредиенты».

СТИЛЬ ПОДАРОК

— **Bamboo Harmony, Kilian:** яркий пример нишевой «будуарной» упаковки



— Редкий пример рекламы нишевого бренда: **Puredistance**, созданный голландским фотографом и философом **Яном Эвудом Воссом**



— **Romantika, Juliette Has A Gun:** белые цветы и мускус



москва переживает
«нишевый бум».
мы вырастаем
из мейнстрима
и учимся мыслить
самостоятельно



Чем примечателен «нишевый бум» в мире? Тем, что некогда славные парфюмерные дома, поглощенные большими корпорациями, отвлеклись от творчества и увлеклись коммерцией, и ниша «парфюмерное искусство» в очередной раз оказалась свободна.

Чем обусловлен «нишевый бум» в Москве? Тем, что мы вырастаем из мейнстрима и мы учимся мыслить самостоятельно. Приметы этого непростого процесса можно отследить везде — от Болотной площади до парфюмерного прилавка. Возможно, что дистанция между ними не так уж и велика.

Поэтому именно у нас в ЦУМе открылся второй в мире после лондонского Harrod's корнер ароматов Roja Dove великого Роже Дава, парфюмера с бэкграундом дома Guerlain, аристократическими повадками и рокерским прикидом. Ароматы Roja Dove стоят под 30 тыс. рублей, но с ними у носителя действительно есть шанс почувствовать себя исключением из общего правила.

Контрапунктом к Roja Dove появился незамысловатый, как Ikea и весь шведский дизайн, но ясный, лаконичный, понятный и «носибельный» бренд Byredo, придуманный красавцем (а также баскетболистом и еще полуцыганом) Бэнном Горхемом.

У нас стал снова продаваться Puredistance — бренд, созданный голландским фотографом, мечтателем и философом Яном Эвудом Воссом, чья изначальная идея была вернуть миру утраченную чистоту, и одному только Богу известно, отчего он решил начать это с такого хлопотного дела, как производство дорогостоящих ароматов?.. Но тем не менее стоит отыскать Puredistance на четвертом этаже «Цветного».

Вернулся к нам и Histoire de Parfums, не слишком удачно запущенный ранее бренд нос-сказочника Джеральда Гилена. Он посвящает свои ароматы то туберозе, то Жюлю Верну, настаивая, что и те, и другие можно читать

как истинный длинный роман. Проверить свою способность к подобному чтению можно, посетив корнер Histoire de Parfums в ЦУМе.

Ароматы Mona di Orio, созданные удивительной женщиной-лютиком Моной ди Орио, продаются в крошечном магазине «Арома-тека» в совсем неторговом бизнес-центре «Знаменка». Они сочные, крепко сбитые, полновесные, с прочной конструкцией и длинным шлейфом. Сама Мона, молодая и прекрасная, внезапно умерла в конце 2011 года, но бренд же, судя по заверениям его хозяев, обязательно будет жить. Однако те ароматы, которые были созданы еще при жизни Моны, уже стали объектом поклонения парфюмерных маньяков.

Баловень фортуны и наследник империи Hennessy, внук своего деда Килиана Хенесси и любитель белых и черных рубашек, Килиан Хенесси придумал бренд Kilian, поклоняться которому обречены все продвинутые модницы. Его тоже можно найти в ЦУМе, но лучше отправиться в бутик Kilian в гостинице «Украина». Там меньше суеты и спешки и больше небанальных ароматов сгруппировано на одном метре квадратной площади.

И, наконец, последнее приобретение нашего нишевого рынка, Le Labo — бренд, придуманный в 2006 году двумя молодыми энтузиастами Эдди Роши и Фабрисом Пено, уставшими корпеть над коммерческими ароматами в корпорации L'Oréal. Ароматы Le Labo псевдомоногамны, то есть, будучи названными по одному ключевому ингредиенту, на самом деле представляют собой довольно сложные оркестровые композиции, где туберозы-розы-фиалки и прочие вторые скрипки позволяют солировать одному ингредиенту, скажем, жасмину или лилии. Флаконы Le Labo — ни дать ни взять лабораторные склянки. Коробки Le Labo — это просто картонные коробки, на которых — какая милая деталь! — напечатано тем не менее имя владельца. То есть ваше.

— Сермяжные склянки и картонная упаковка **Le Labo:** ароматы псевдомоногамны

СПЕЦИИ

Перечные (Peperaceae)
Кардамон (Elettaria
cardamomum)
Имбирные (Zingiberaceae)
Корица
(Cinnamomum verum)
Гвоздика (Dianthus)
Анис (Pimpinella anisum)
Миндаль (Prunus dulcis)
Кориандр (Coriandrum)
Полынь (Artemisia)
Тмин (Carum)
Бергамот (Citrus bergamia)
Тимьян (Thymus)
Шафран (Crocus)
Мускатный орех (Myristica)
Ваниль (Vanilla)
Бадьян (Illicium)
Лакрица (Glycyrrhiza)
Розмарин (Rosmarinus)

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



1. __Maison de Francis Kurkdjian, Absolu pour le Matin (ТД «Весна»)
2. __Biehl, «al02» (ТД «Весна»)
3. __L`Artisan Perfumer, Safran Troublant (Articoli)
4. __Diptique, «34» (ТД «Весна»)
5. __Jo Malone, Black Vetyver Cafe (ТД «Весна»)
6. __Byredo Parfums, Baudelaire (Articoli)
7. __Molton Brown, Singosari (Articoli)
8. __Olivier Durbano, «Черный турмалин» (ЦУМ)
9. __Serge Lutens, Santal de Mysore (ЦУМ)
10. __Montale, Wood & Spices (ЦУМ)
11. __Montale, Amber & Spices (ЦУМ)
12. __Memo Paris, Manoa (ЦУМ)
13. __Prudence, №7 (ЦУМ)
14. __Prudence, №8 (ЦУМ)
15. __Serge Lutens, Une Bois Vanille (ЦУМ)
16. __Christian Dior, New Look 1947 (Dior)
17. __Bottega Veneta, Eau de Parfum (ЦУМ)
18. __Amouage, Memoire (ЦУМ)
19. __Christian Dior, Granville (Dior)
20. __Michel Roudnitska, Noir Epices (ЦУМ)
21. __L.M.Parfums, Black Oud, (ЦУМ)
22. __Chanel, Eau de Cologne (Chanel)
23. __Chanel, Sycamore (Chanel)
24. __Hermes, Eau de Merveilles (ЦУМ)
25. __Histoire de Parfumes, «1969» (ЦУМ)
26. __Amouage, Opus (ЦУМ)
27. __Boadicea The Victorious, Warrior (ЦУМ)



ФРАНЦУЗСКИЙ КОСМОС 80 ЛЕТ ДРАГОЦЕННОСТЯМ CHANEL ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА



___ Колье, брошь и ювелирные часы
из юбилейной линии «1932»



В парижском магазине, который играет роль флагманского бутика как раз в ювелирно-часовом сегменте, представлены все существующие линейки: в некотором роде это музей, подобный тому, что находится в мемориальной квартире Шанель на Rue Cambon. Но этот драгоценный музей — особого назначения, это капище демонической ювелирной космогонии, где собраны луны, звезды, кометы, сделанные за 80 лет фирменной ювелирной традиции Шанель.

Радикальный отказ Шанель от исторических французских героев в пользу холодного космизма, абстрактности в свое время повлиял и на выбор материалов. Белое золото, белые бриллианты, белый жемчуг... В эту однотонную палитру лишь в 2000-х годах были допущены достойные цвета. Сначала черный оникс и черный лак. Потом возникли синие сапфиры, к которым добавились изумруды и рубины, а затем еще и разноцветные сапфиры и даже турмалины и кварцы. Неистовая, упрямая космогония со временем поделилась местом с украшениями, главными в которых оказывались многоцветные орнаменты, в первую очередь геометричные венецианские и византийские, почитаемые некогда самой Шанель.

Менялись со временем и сюжеты. Так, звезды трансформировались в цветы (прежде всего в камелию) и раковины, кометы — в букеты и венки, а бриллиантовые созвездия — в многодельное сложное драгоценное кружево. Появлялись также бабочки, стрекозы, черепахи, лягушки и птицы, то есть те самые ювелирные существа, с которыми так боролась Шанель. В доме Chanel, начинавшем с бунтарства, протеста, противостояния традиции, постепенно приняли все естественные для французского ювелирного искусства темы — анималистику, флористику и кутюр.

В честь юбилея драгоценной деятельности марки выпущена коллекция «1932»: сухопарая нумерация предметов свойственна Chanel. В Chanel, впрочем, решили хорошенько растянуть праздничное удовольствие: вслед за готовыми уже сегодня вещами будут выходить и новые, также юбилейные. Официальные торжества по случаю 80-летней годовщины состоятся в конце сентября — на Парижской биеннале антикваров.

В «1932» включены колье, кольца, броши, длинные серьги, а также драгоценные часы «с секретом» (Montre a secret). «1932» стоит воспринимать как очевидную реставрацию Bijoux de Diamants. Флагманское, ассиметричное колье почти в точности копирует колье «Комета» от 1932 года: в новой версии добавлена лишь дополнительная цепочка с бриллиантами. В роли серег выступают бриллиантовые звезды, снабженные дополнительными подвесками. Кольца, правда, вышли покрупнее: их размер предполагает парадный вечерний статус.

Бриллиантовые часы на черном сатиновом ремешке, хотя и являются новинкой (в Bijoux de Diamants никаких часов не существовало), с точки зрения своей конструкции и идеологии относятся к 1930-м годам. Напомним, что как раз в то десятилетие возникла светская мода на «спрятанное время»: буржуазные дамы считали неприличным публично интересоваться в обществе вопросом «Который час?». Сама Шанель, вне сомнений, подвергла бы обструкции это правило. Современный дом Chanel здесь спорит со своей создательницей.



___ Колье «Комета»,
2004

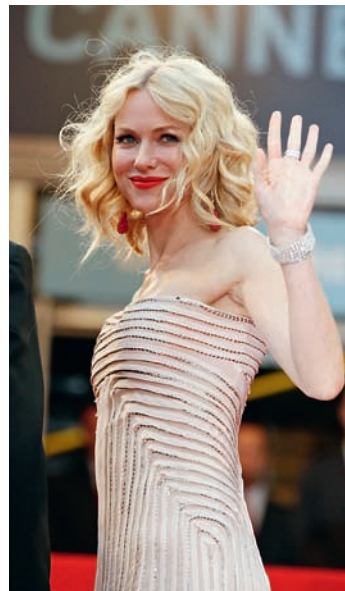
Габриэль Шанель обладала даром бунтовать, критиковать, противоречить.

К счастью, эта страстная тяга к протесту уравновешивалась огромным талантом созидания. Шанель, критиковавшая старомодное ювелирное искусство и традиционному бриллиантовому колье много лет предпочитавшая длиннющий сотуар из фальшивого жемчуга, смогла создать собственную ювелирную философию. Свою революцию она начала с предложения новых форм: цветы и птицы Шанель заменили «бездушные», почти абстрактные кометы и звезды, которые и стали героями ее дебютной драгоценной коллекции Bijoux de Diamants.

Линия Bijoux de Diamants вышла в 1932 году. Этот год считается началом ювелирной истории марки. Сегодня драгоценности Chanel считаются предметами крайне традиционными, спокойно существующими в русле общей ювелирной истории и декоративной драгоценной логики. Впрочем, классицизма, стабильности, уверенной помпезности много лет и добивались различные ювелирные дизайнеры Chanel, которым было важно попасть в довольно закрытую французскую ювелирную систему. Итак, все революции — в далеком прошлом, и нынешний курс Chanel можно считать курсом консервативным.

О том, что украшения Chanel надежно и благополучно вписаны в историю, говорит и существование ювелирно-часового магазина на Вандомской площади. Этот двухэтажный бутик был отреставрирован несколько лет назад, сохранив при реновации стиль ар-деко — с массивными хрустальными люстрами, китайскими ширмами, «прямоугольной» лакированной мебелью.

ЗОЛОТЫЕ КАДРЫ 15 ЛЕТ CHOPARD В КАННЕ



— Канн-2011, драгоценности **Red Carpet Chopard** представляют (слева направо) — Ума Турман, Наоми Уоттс и Джейн Фонда



в 2007 году появилась и специальная каннская коллекция chopard — red carpet

Ювелирный и часовой дом Chopard отмечает в этом году 15-летие сотрудничества с Каннским кинофестивалем. Славная история началась в 1997 году, когда президент кинофорума Пьер Вио обратился к Каролине Шойфеле, вице-президенту Chopard, с предложением изготавливать главный приз — Золотую пальмовую ветвь. До Chopard награду делали в Париже — творческими и техническими силами дома Cartier.

Каролина Шойфеле, разумеется, дала свое согласие: вскоре Пьеру Вио был показан новый макет Золотой пальмовой ветви, созданный в Женеве на старой мануфактуре марки. Впервые приз от Chopard был представлен 22 мая 1998 года. В 2000 году к могущественной Золотой пальмовой ветви прибавились и еще две веточки: размером поменьше — для лучшего актера и лучшей актрисы.

Как изготовитель заманчивого сакрального приза дом Chopard получил законнейшее право быть и светским, золотым, бриллиантовым героем фестиваля: многие звезды стали выбирать драгоценности марки класса high jewelry для появления на элитной красной ковровой дорожке Дворца фестивалей. Вечеринки Chopard в каннском отеле Martinez стали обязательным пунктом в светских дневниках и глянцевых журнальных отчетах, как, впрочем, и феерические parties ближайшего родственника марки — женевского дома de Grisogono, проводимые супругом Каролины Шойфеле Фавазом Гроузи в гранд-отеле Eden Rock Cup d'Antibes.

Однако дому Chopard было мало только лишь чествовать больших и малых звезд в рамках Каннского кинофорума: ювелиры захотели ввести в оборот собственный кинематографический приз — так в 2001 году возник конкурс Chopard Trophy. Это «состязание» выявляет лучшего молодого актера и луч-



шую молодую актрису: приз Chopard Trophy в разные годы получали Марион Котийяр, Диана Крюгер и Гээль Гарсия Берналь.

В 2007 году, в честь 10-летия сотрудничества и 60-летия самого кинофестиваля, Chopard выпустила коллекцию Red Carpet («Красная ковровая дорожка»). Линия уровня high jewelry первоначально включала в себя 60 украшений, выполненных в единственном экземпляре. Это были классического толка вещи, с акцентом на уникальные драгоценные камни — изумруды, сапфиры, рубины и цветные бриллианты большой каратности. Начиная с 2007 года дом Chopard представляет в мае, в Канне, продолжение Red Carpet.

Линия Red Carpet — это тяжелая артиллерия ювелирного искусства. Во-первых, это украшения очень большого, практически выставочного размера. И этот размер имеет не только значение, но и объяснение, ведь колье, кольца, браслеты и серьги Red Carpet должны быть заметны синемфильской публике и фотографам, которые стоят «по другую сторону баррикады», вне зоны красной ковровой дорожки. Во-вторых, эти драгоценности, к счастью, нельзя назвать экспериментальными: это стопроцентная, величественная ювелирная классика. Эти вещи сохранили изначальную задачу — быть настолько парадными и торжественными украшениями, чтобы однажды стать драгоценностями фамильными, передаваемыми по наследству из поколения в поколение.

В этом году в Канне будут в 65-й раз вручать Золотую пальмовую ветвь, и в 15-й раз приз будет сделан на ювелирной мануфактуре Chopard в Женеве. В честь юбилея звезды кино наденут новые драгоценности Red Carpet, которые, конечно, выполнены в одном-единственном экземпляре, но при очень большом желании их всегда можно повторить.

Екатерина Истомина

В РУССКОМ СТИЛЕ



1. __Колье **Van Cleef & Arpels**, золото, бриллианты, жемчуг, аквамарины, сапфиры, Van Cleef & Arpels
2. __Подвеска **Faberge**, золото, эмаль, бриллианты, гильоше, Faberge London
3. __Брошь **Van Cleef & Arpels**, золото, бриллианты, жемчуг, сапфиры, халцедоны, Van Cleef & Arpels
4. __Брошь **Tiffany & Co.**, платина, бриллианты, ЦУМ
5. __Серьги **Piaget**, золото, бриллианты, Piaget
6. __Серьги **Faberge**, золото, бриллианты, жемчуг, Faberge London
7. __Серьги **Faberge**, золото, бриллианты, жемчуг, Faberge London
8. __Заколка **Alexander Arne**, золото, бриллианты, жемчуг, Alexander Arne
9. __Серьги **Van Cleef & Arpels**, золото, бриллианты, жемчуг, Van Cleef & Arpels
10. __Брошь **Chanel**, золото, бриллианты, жемчуг, Chanel
11. __Серьги **Boucheron**, золото, бриллианты, сапфиры, Boucheron
12. __Серьги **Tiffany & Co.**, платина, аквамарины, ЦУМ
13. __Серьги **Jacob & Co.**, золото, бриллианты, рубины, ЦУМ
14. __Серьги **Alexander Arne**, золото, эмаль, бриллианты, Alexander Arne



15. __Брошь **Oberig**, золото, бриллианты, разноцветные сапфиры, Sublime by Bosco
16. __Кольцо **Oberig**, золото, бриллианты, разноцветные сапфиры, Sublime by Bosco
17. __Подвеска **Oberig**, золото, бриллианты, разноцветные сапфиры, Sublime by Bosco
18. __Кольцо **Kwiat**, золото, бриллианты, рубины, Soho Jewelry
19. __Брошь **Graff**, платина, бриллианты, Graff
20. __Кольцо **Chanel**, золото, бриллианты, жемчуг, разноцветные сапфиры, Chanel
21. __Брошь **Lalique**, золото, хрусталь, ЦУМ
22. __Кольцо **David Morris**, золото, рубины, бриллианты, аметисты, Soho Jewelry
23. __Серьги **Faberge**, золото, бриллианты, рубины, Faberge London
24. __Брошь **Van Cleef & Arpels**, золото, бриллианты, Van Cleef & Arpels
25. __Брошь **Faberge**, золото, бриллианты, разноцветные сапфиры, Faberge London
26. __Серьги **Kwiat**, золото, рубины, бриллианты, Soho Jewelry
27. __Серьги **Alexander Arne**, золото, бриллианты, жемчуг, эмаль, Alexander Arne
28. __Серьги **Chopard**, золото, бриллианты, аквамарины, Chopard
29. __Серьги **Boucheron**, золото, бриллианты, изумруды, Boucheron
30. __Серьги **Chopard**, золото, бриллианты, бериллы, Chopard
31. __Брошь **Boucheron**, золото, разноцветные сапфиры, Boucheron
32. __Браслет **Boucheron**, золото, разноцветные бриллианты и сапфиры, Boucheron
33. __Браслет **Boucheron**, золото, разноцветные сапфиры и кварцы, Boucheron

ЭСКИЗЫ — ЭТО ТЫСЯЧИ МЕЛОЧЕЙ ДАВИД ГЮТЕН, CEO DELANEAU



ОСНОВОЙ НАШИХ
ЭСКИЗОВ ЯВЛЯЕТСЯ
СТАРИННАЯ КИТАЙСКАЯ
ИЛИ ЯПОНСКАЯ
МИНИАТЮРА

Новый президент марки Delaneau Давид Гютен — представитель очень знаменитой в Швейцарии часовой фамилии. Два его брата, родной и кузен, работают в Piaget и Vacheron Constantin, а дядя консультировал многие мануфактуры. Давид Гютен много лет проработал в часовом подразделении Harry Winston, затем весьма коротко потрудился в драгоценном доме Graff. С января 2012 года он возглавляет одну из самых экстравагантных швейцарских часовых марок — Delaneau, имеющую русский капитал.

— Почему вы согласились работать в Delaneau? Что вас привлекло в марке, которую довольно трудно отнести к всемирно известным брендам — вроде Harry Winston или Graff?

— Мне понравилась именно миниатюрность бренда. В сущности, Delaneau — это художественное ателье. Мы не фабрика, не мануфактура, не часовая в общепринятом смысле слова компания. У нас есть артистическая мастерская, где разрабатываются эскизы, а также ателье по производству эмалей плюс два магазина — в Женеве и Нью-Йорке.

— Трудно ли быть такими миниатюрными и в чем сила маленькой марки?

— Когда ты работаешь в большом, обширном бизнесе, то приходится обращать внимание на тренды, например. Хотя и Harry Winston, и Graff — это не очень-то трендовые бренды, но все равно важно смотреть на других, на соседей. Большие бренды, сколь бы разными они ни казались, все равно идут единым фронтом, так как это большой бизнес, где задействованы очень многие люди, — маркетинг, реклама, продажи, дистрибуторы, персонал, — которые заведуют производством. Маленькие марки сами по себе, так как состояться в обороте с большими участниками рынка они не в состоянии. Сила миниатюрных марок в том, что они могут себе позволить сконцентрироваться на ближайших производственных задачах. К примеру, на ремесле.

— Вам сильно повезло, ведь ремесленные принципы, выраженные в концепции Metier d'Art, сегодня востребованы как никогда.

— Это правда. Еще три года назад мало кто выпускал часы с различными эмалями на циферблатах, тем более со смешанными техниками. Старинными декоративными ремеслами интересовались считанные любители, коллекционеры. Вспомните, ведь все 2000-е годы прошли под знаком многочисленных и бурных часовых революций. Выпускались необыкновенные авторские часы, часовщики много сил тратили на поиски новых материалов — для корпусов, для калибров. Серьезно менялся и дизайн. Сегодня радикальная волна спала: в 2009-м стала популярна простая классика, которая по большей своей части пришла из архивов.

— В чем причина, как вы полагаете, нынешнего необыкновенного интереса к ремеслам?

— Это логичный шаг. Эмали ведь тоже классический вид часовой декоративности. Более того, это вид стариннейший. Эмали несут в себе не только сложные технические задачи, это также часть часовой культуры: практически все часы, сделанные в XVIII веке, были именно часами с эмалью. На смену эмали пришли рисунки гильоше и гравировки. Поэтому эмали, которые делаем, например, мы в Delaneau, — это еще один вид музейного часового дела. Классика закономерно усложнилась, стала богаче — вот и все.

— Каков процесс создания эмалей в Delaneau?

— Ничего нового мы не изобрели. Первый шаг — эскиз. За его основу мы чаще всего берем старые китайские или азиатские миниатюры. Миниатюры именно этих регионов кажутся мне особенно нежными, прорисованными с точки зрения масштаба и цвета. Затем к основе мы добавляем нужные нам подробности: здесь может пригодиться любой материал. Современный ботанический атлас, старенький гербарий, альбомы, где есть изображения диковинных птиц. Пока создается эскиз, мы — истинные архивисты, окончательный рисунок циферблата — это великая масса сведенных воедино мелочей, штрихов, нюансов. На один эскиз уходят месяцы, но мы ведь не спешим, как спешат большие бренды. Не меньше времени отнимает и изготовление циферблата: у нас в Delaneau работают всего три мастера по изготовлению эмалей. Приходится учитывать и то, что техники на одном-единственном циферблате могут быть совершенно разными. Плюс мы делаем паваж, у нас есть и перламутровые инкрустации. Поэтому в сумме циферблат у Delaneau получается маленькой картиной. Одной и единственной: ведь циферблаты у нас никогда не повторяются.

Беседовала Екатерина Истомина



— Все модели Delaneau выполнены в тяжеловесном стиле 1940-х годов. Каждая из них имеет на циферблате расписной эмалевый натюрморт — с цветами и птицами

ЧАСЫ С ПТИЦАМИ

- 1. __Jaeger-LeCoultre, золото, бриллианты, эмаль, механизм с турбиной, Jaeger-LeCoultre
- 2. __Boucheron, золото, эмаль, перламутр, бриллианты, Boucheron
- 3. __Delaneau, золото, сапфиры, эмаль, бриллианты, Delaneau Geneve
- 4. __Vacheron Constantin, золото, эмаль, Vacheron Constantin
- 5. __Jaeger-LeCoultre, золото, эмаль, бриллианты, механизм турбийона, Jaeger-LeCoultre
- 6. __Cartier, золото, эмаль, перламутр, бриллианты, Cartier
- 7. __Piaget, золото, бриллианты, перламутр, эмаль, гравировка, Piaget
- 8. __Jaquet-Droz, золото, эмаль, Jaquet-Droz
- 9. __Cartier, золото, бриллианты, эмаль, Cartier

1.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



2.



3.



ХРУСТАЛЬ КАК ТАЛИСМАН ТЕМПЛ СЕНТ-КЛЕР-КАРР, TEMPLE ST. CLAIR



мои драгоценности вдохновлены
италией прошлых эпох:
я могла бы быть археологом
или историком искусств

Ювелирный бренд Temple St. Clair в 1986 году создала молодая рыжеволосая американка — Темпл Сент-Клер-Карр. Она родилась в Вирджинии, училась во Флоренции, затем работала с Barney's, предлагая свои украшения. Именно с сотрудничества с универмагом и началась ее артистическая карьера. Сегодня бренд Temple St. Clair — один из самых известных американских ювелирных брендов, работающих в винтажной европейской стилистике. Драгоценности в венецианском и флорентийском стилях изготавливаются в ателье марки в Нью-Йорке.

— Сколько лет вы прожили в Италии?

— В сумме я провела там почти десять лет. Но мне трудно говорить об Италии в прошедшем времени, я постоянно возвращаюсь туда — и в мыслях, и в реальности. Я обожаю, буквально боготворю Флоренцию, для меня это и город юности, и город вдохновения, и шире — это символ не только европейской, но и мировой культуры.

— Означает ли ваше необычайное пристрастие к европейским образам недоверие к американской культурной истории?

— Европа богаче Америки, глупо было бы подвергать сомнению этот очевидный факт. Мое пристрастие связано с пониманием и ощущением бездонности итальянского искусства. Оно безгранично, и мне очень повезло, что я соприкоснулась с ним. Получила возможность изучать его в юности, когда вкусы только формируются.

— Почему вы решили заниматься созданием украшений, а не историей искусств?

— Когда я училась в Италии, я занималась многим — рисунком, скульптурой. Хотела даже стать археологом или в крайнем случае историком искусств. Словом, я цеплялась за любой случай, который позволил бы мне остаться с Италией. Мои украшения — это и причина, и повод, и бизнес, и счастье быть с Италией. Все мои вещи связаны именно с этой страной, ею вдохновлены, ей посвящены. Когда я начинала делать вещи для Barney's, мне и не могло прийти в голову, что подобные антикварные штучки способны кому-то понравиться. Но ньюйоркцы — люди с чувством искусства, со стилем. Они оценили мою «маленькую Италию». В творчестве я абсолютно счастливый человек, я состоялась, не растеряв юношеской мечты — быть связанной с любимой страной.

— Вы почти не работаете с платиной, серебром, белым золотом, вы не любите пастельных оттенков?

— У меня много книг здесь в ателье в Нью-Йорке. Прежде чем что-либо сделать, я изучаю — снова и снова — старые рисунки, чертежи, подарочные открытки. Почти вся моя библиотека была привезена из Италии. Это теплая страна, где люди ценят яркость красок, живые, громкие звуки, простую еду и любовь до гробовой доски. Италия — не страна полутонов и недоговоренностей. В старых флорентийских украшениях — из тех, что до сих пор продают на Понте Веккьо, вы не увидите пастельных красок. Желтое золото; сладких, вкусных цветов камни — разноцветные топазы, кварцы, рубеллиты, рубины, шпинель, гранаты, опалы. Камни — это словно фрукты, конфеты, это десерты, dolci. Я хотела бы, чтобы мои украшения несли в себе этот гуманистический торжествующий драйв, ощущение праздника жизни. Его так не хватает в современном мире, а в современной Америке и тем более.

— Ваше самое известное украшение, ваш драгоценный символ — это кулон из горного хрусталя. Почему именно он?

— Такой кулон — прозрачный, словно слеза, кулон в золотой рамке, довольно распространенное во Флоренции украшение. Таких много в антикварных лавках, в музеях, их изображения можно найти на гравюрах, в книгах. Но я вложила в этот кулон и еще одну идею — прозрачности хрусталя, в котором играет свет. Такой кулон выглядит простым, но волшебным — именно благодаря проникающему свету. Это такой калейдоскоп, волшебный фонарик. Сделать его, кстати, тяжело: трудности заключаются в изготовлении золотой рамки. Это такая крохотная клетка для птицы, украшенная цветными камнями. Мне кажется, что этот мой кулон — одна из самых магических вещей, которые я видела в жизни. Здорово, что я умею делать их сама, своими руками. Но за все-все-все на свете, и за эту счастливую подвеску, я благодарна своей второй родине — Италии!

Беседовала Екатерина Истомина



БРОСАЮ ВЫЗОВ ВАНДОМУ КВЕНТИН ОБАДИА, LALIQUE



— Драгоценности
Lalique Joaillerie 2012
года: плавные формы
модерна, хрусталь,
опалы, цветное
золото, бриллианты

Квентин Обадиа отвечает за драгоценные коллекции дома Lalique, чей основатель Рене Лалик был выдающейся фигурой ювелирного дизайна. Квентин Обадиа прошел серьезную школу Boucheron, а потому отлично знает — как бороться со «стариками» Вандомской площади.

— Как вы попали в Lalique?

— Я изучал промышленный дизайн в Париже — сначала в школе дизайна Olivier de Serres, затем — в Strate College Designers. Через день после получения диплома меня пригласила к себе креативный директор Boucheron. В Boucheron мне предложили попробовать себя в высокой ювелирной моде, и Gaiete Parisienne стала моей первой коллекцией. Мне было 25 лет.

В Boucheron я познакомился с Анн Кадзуро, теперь она директор ювелирного подразделения Lalique. Мы были прекрасной парой. Анн получила опыт работы с международными брендами в L'Oréal; у нее была степень MBA Международной европейской школы бизнеса ESSEC; тому, что касалось ювелирной техники, она научилась в Christian Bernard. Ее пригласили на работу в Boucheron для развития таких направлений, как бижутерия, ювелирная мода и свадебные коллекции. Должен сказать, что поначалу наше сотрудничество было очень странным! Но мы превратили наши разногласия в подлинный источник силы. В январе 2011 года Сильвио Денц обратился к Анн с деловым предложением. Он хотел восстановить ювелирное направление Lalique, сделать его одним из столпов бренда — вместе с декором, интерьерами и парфюмом. Анн приняла этот вызов, и, поскольку мы не могли больше жить и работать по отдельности, я последовал за ней.

— Как разделяется ответственность при производстве украшений и предметов интерьера? Существует общий экспертный совет?

— Лалик был первым в начале XX века, кто уничтожил иерархию драгоценных и недрагоценных материалов. Материал, который он использовал, должен был рассказывать историю создания, создавать настроение, но ни в коем случае не давать драгоценному камню его объективную стоимость. Материалы следуют моему замыслу, они усиливают мое вдохновение. К примеру, для ожерелья Vesta мне нужна была мягкость и чувственность — и лучший перламутр был лучшим материалом; нам нужен был камень, который как бы был в огне, — и выбор был сделан в пользу огненного опала; нам нужна была прозрачность — и мы не могли не использовать хрусталь. Мы потратили немало сил, чтобы найти лучшую мастерскую в Париже, единственную настолько безумную, что она согласилась с нами работать, причем работать по совершенно сумасшедшему графику. Мы нашли мастеров для каждого вида работ и начали рассказывать миру историю возрождения Lalique.

— Насколько важно для вас и для марки сохранять художественные принципы модерна?

— Сегодня мы оказались в том же положении, в каком был в свое время сам Лалик. Среди ювелиров тогда было много сильных игроков, работавших на одну категорию людей — аристократию. Мир ювелирной моды также был втиснут в рамки правил, предполагавших использование больших драгоценных камней и минимум интересного творчества. Все по-настоящему креативные эскизы Лалика отвергались — за исключением наиболее скромных. Именно поэтому он в конце концов решил работать только на себя. Так он и достиг успеха, создавая великие украшения, в том числе и для великих женщин — Сары Бернар или Лианы де Пужи. То же самое у нас и сейчас. Мы хотим предоставить альтернативу традиционным ювелирным изделиям с Вандомской площади. Мы будем бороться!

— Насколько тесно вы работаете с архивами марки? Сколь существенно можно менять наследие Лалика в производстве современных предметов?

— Первые месяцы мы с Анн провели, изучая каждый рисунок, каждую книгу, в которой говорилось о прошлом Lalique. И сегодня я все еще окружен архивными материалами, а книги со всеми этими рисунками не покидают моего стола! Я следую за принципами самого Лалика, но мы совершенно отказываемся переиздавать, копировать его творения. Мы хотим понять этого человека, его интересы, его страсти и воссоздать корни, столпы Lalique Joaillerie. У ювелирного мира Лалика было вдохновение — это четыре стихии природы и четыре главные темы: женщины, фауна и флора, текучие формы.

— Какой цвет хрустала вы предпочитаете?

— Опаловый. Вечно меняющийся, чувственный. Как, например, кольцо Gourmande Opal. Кажется, что в нем живет облако!

— Сейчас большая часть украшений дома производится из хрустала. Сам Лалик много работал с барочным жемчугом, полудрагоценными и поделочными камнями, с эмалью? Есть ли планы продолжать эти эксперименты?

— В сентябре 2011 года мы запустили коллекцию, в которой мы смешивали хрусталь и драгоценные материалы, золото и бриллианты. Мы используем эмаль, серебро, полудрагоценные камни, лак, микшируем их с сапфирами, бриллиантами, красным золотом. Хрусталь — это значительная часть истории Lalique, но не вся история. Поэтому да, мы не просто планируем идти этим путем — мы уже им пошли. На выставке мы намерены представить эксклюзивный выпуск из восьми уникальных гребней. Это будет лимитированная линия под названием «1888». Вы увидите эмаль, золото, рог, а также необычные инновационные материалы.

Беседовала Екатерина Истомина





1. __Браслет **Baccarat**, золото, хрусталь, Baccarat
2. __Браслет **Chanel**, золото, хрусталь, бриллианты, Chanel
3. __Браслет **Lalique**, золото, хрусталь, Lalique
4. __Брошь **Lalique**, золото, хрусталь, китайский лак, Lalique
5. __Браслет **H. Stern**, золото, хрусталь, H. Stern
6. __Подвеска **Baccarat**, хрусталь, шелковая тесьма, Baccarat
7. __Кольцо **Lalique**, золото, хрусталь, Lalique
8. __Кольцо **Baccarat**, хрусталь, Baccarat

драгоценный
хрусталь



9.__Колье **Cartier**, горный хрусталь, бриллианты, рубины, шелковый шнурок, Cartier
10.__Браслет **Lalique**, хрусталь, стекло, шелковые нити, Lalique
11.__Браслет **Lalique**, хрусталь, стекло, шелковые нити, Lalique
12.__Кольцо **Baccarat**, золото, хрусталь, Вассарат
13.__Подвеска **Lalique**, золото, хрусталь, шелковый шнурок, Lalique
14.__Колье **Baccarat**, золото, хрусталь, Вассарат
15.__Кольцо **Cartier**, золото, горный хрусталь, рубины, бриллианты, Cartier



НОВЫЙ МОДЕРН

- 1. __Подвеска **Boucheron**, золото, бриллианты, шелковые нити, Boucheron
- 2. __Колье **Boucheron**, золото, бриллианты, рубины, Boucheron
- 3. __Колье **Boucheron**, золото, бриллианты, Boucheron
- 4. __Серьги **Carrera y Carrera**, золото, бриллианты, Carrera y Carrera
- 5. __Серьги **Stephen Webster**, золото, жемчуг, Stephen Webster
- 6. __Колье **Baccarat**, золото, хрусталь, Baccarat
- 7. __Кольцо **Lidya Courteille**, золото, изумруды, перламутр, ЦУМ
- 8. __Подвеска **Shaun Leane**, золото, жемчуг, Sublime by Bosco
- 9. __Браслет **Baccarat**, золото, хрусталь, Baccarat
- 10. __Брошь **H. Stern**, золото, бриллианты, H. Stern
- 11. __Кольцо **de Grisogono**, золото, бриллианты, изумруды, кварцы, de Grisogono

СТИЛЬПОДАРКИ



- 12.__Кольцо **Boucheron**, золото, бриллианты, сапфиры, изумруды, Boucheron

13.__Кольцо **John Hardy**, золото, бриллианты, жемчуг, ЦУМ

14.__Брошь **de Grisogono**, золото, бриллианты, de Grisogono

15.__Брошь **Tiffany & Co.**, золото, эмаль, бриллианты, ЦУМ

16.__Колье **Etername**, бисер, золото, бриллианты, Soho Jewelry

17.__Кольцо **Shaun Leane**, золото, бриллианты, жемчуг, Sublime by Bosco

18.__Брошь **Lalique**, золото, хрусталь, Lalique

19.__Шпилька **Mauboussin**, золото, оникс, Louvre

20.__Брошь **de Grisogono**, золото, бриллианты, рубины, de Grisogono

21.__Кольцо **Lydia Courteille**, золото, перламутр, бриллианты, ЦУМ
- 22.__Серьги **Boucheron**, золото, бриллианты, разноцветные сапфиры, кварцы, Boucheron

23.__Брошь **Boucheron**, золото, кварцы, аметист, Boucheron

24.__Браслет **Stephen Webster**, золото, бриллианты, опал, Stephen Webster

25.__Кольцо **Chanel**, золото, жемчуг, бриллианты, изумруды, Chanel

26.__Кольцо **Dior Fine Jewelry**, золото, бриллианты, эмаль, кварцы, Dior

27.__Кольцо **Mikimoto**, золото, бриллианты, жемчуг, Mercury

28.__Кольцо **Bochic**, золото, хрусталь, малахит, «Голконда»

29.__Кольцо **Boucheron**, золото, бриллианты, аметист, Boucheron

30.__Браслет **Bochic**, кость, аметисты, бриллианты, сапфиры, «Голконда»

31.__Брошь **Lalique**, золото, хрусталь, Lalique

РАВНЕНИЕ НА CHANEL И DIOR ИВЛЯНА МАКИЕНКО, FLOWER ME



ромашка, астра,
камелия, орхидея —
наши цветы

Ивляна Макиенко называет свой бренд аксессуаров Flower Me, появившийся два года назад, «любимым бизнесом». Flower Me можно считать самым удачным и стильным русским аксессуарным проектом: лучшим доказательством успеха служат публикации в российской глянце-прессе. Главная точка продаж Flower Me — первый этаж ЦУМа.

— Как появился бренд Flower Me?

— По образованию я хирург. Я окончила медицинский институт в Петербурге и работала по специальности — «челюстно-лицевые травмы». Собственно, Flower Me придумала моя мама, она, кстати, тоже врач, стоматолог. Все получилось, как обычно, — случайно. Я уже жила в Москве, была в декретном отпуске, мама приехала в гости. У нее на платье Yves Saint Laurent была приколотая брошь. Черная бутоньерка. Красивая! Я отметила ее, подумала, что эта брошь, как и платье, — Yves Saint Laurent. Мама, конечно, тут же мне бутоньерку подарила. Потом выяснилось, что она сама ее и сделала. Мы — просто ради шутки — тогда решили создать семейный бренд. Хотя никаких понятий, малейших представлений о том, как сделать марку, у нас не было. Так бывает: сидят женщины на кухне и решают что-то! Но мы решили — пусть будут хотя бы подарки, никто не рассчитывал на продажи. Мама отправилась на курсы цветоделия. Именно так звучит это слово. Цветоделие, то есть создание искусственных цветов для брошей. У мужа я взяла (объяснила, что на бизнес) 300 тыс. руб. Таков был наш первоначальный капитал. Еще мне помогла Эвелина Хромченко: именно с ее подачи наши украшения попали на Russian Fashion Week в апреле 2011 года. Сейчас все затраты давным-давно окупилась, мы имеем небольшую прибыль. Обороты стали больше, и мы серьезно думаем о расширении этого ателье. Решили открыть небольшую школу, чтобы девушки могли за семь занятий научиться делать подобные украшения.

— Как вам удалось в столь короткие сроки добиться такой большой известности?

— Структура Flower Me разделена. Моя мама отвечает за производство. Впрочем, оно крошечное. Мастерская в Петербурге, на Петроградской стороне,

где работают сегодня пять человек. Все украшения — броши и ободки для волос — изготавливаются только вручную. Мы используем как новые, так и старые инструменты. Старые попали к нам совершенно случайно: папа принес сундук, который достался ему на распродаже в какой-то коммуналке. Я отвечаю за бизнес, за маркетинг, за прессу. Пришлось всему учиться, я брала консультации у тех, кто создавал бизнес. Вместе, я и мама, составляем художественный совет, решаем, как будет выглядеть украшение. Мастерская маленькая, одна женщина вообще живет и работает в Финляндии. Нужно сказать, что известность пришла не сразу. Я звонила во все глянце-редакции, звонила байерам в ЦУМ, но гламурные люди — публика страшно занятая, поэтому пришлось, конечно, много побегать. Но мне было просто стучаться в разные двери: я уверена в том, что наши вещи красивые, и они очень качественные. За все два года был только один возврат броши! А ведь брошь или ободок — это хрупкие, ломкие предметы.

— Какие исторические аксессуары являются для вас эталонными?

— Конечно, это французские вещи. Это камелии Chanel, это розы Dior, это аксессуары, которые делает Maison Michel. Впрочем, мне нравятся и аксессуары других марок — например, дома Lanvin. Но мы с мамой сразу приняли решение, что не будем работать с пластмассой и со стразами, как это происходит у Lanvin, — только с текстилем. Так что эталонами остаются Chanel и Dior. Кроме того что мы не работаем с пластмассой, металлом, стеклом, мы не создаем абстрактных украшений. Мы за сюжеты.

— Как устроены ваши коллекции?

— У нас есть классическое ядро. Это четыре цветка — камелия, астра, орхидея и ромашка. Я уже упоминала камелию Chanel — сакральный цветок для великого дома. Но у нас камелия существует как бутон, а не как распустившийся цветок. Мы с мамой цветочницы, но все-таки наши украшения не имеют ничего общего с гербарием. Это художественные вещи, но при этом это непременно предметы для костюма. Наши клиентки — это женщины, которые работают и которым в течение всего дня необходимо выглядеть хорошо. Не у всех найдется время, чтобы переодеться к вечеру, к ужину — деловому или романтическому. Мы хотели бы, чтобы наши украшения помогали всегда выглядеть эффектно. Кроме классической серединки мы делаем сезонные вещи, сезонные коллекции выходят, как им и положено, два раза в год. Весна-лето, а также осень-зима. Для осени-зимы мы выбираем более теплые, прочные материалы — кожу, кашемир, шерсть. Для лета и осени — шелк, шифон, кружево. В новых коллекциях, конечно же, появляются и свежие цветы. Так, 1 марта в ЦУМе будут выставлены наши ландыши и ветки сакуры.

Беседовала Екатерина Истомина



СТИЛЬПОДАРКИ

на цепочке



- 1.__Сумка **Marni**, кожа, металл, Marni
- 2.__Сумка **Philosophy di Alberta Ferretti**, кожа, металл, стразы, Alberta Ferretti
- 3.__Сумка **Givenchy**, плиссированная кожа с напылением, ЦУМ
- 4.__Сумка **Missoni**, кожа, шелковая вышивка, металл, ЦУМ
- 5.__Сумка **Victoria Beckham**, кожа, металл, ЦУМ
- 6.__Сумка **Etro**, кожа, аппликация, металл, Etro
- 7.__Сумка **Shanghai Tang**, кожа с тиснением, шелк, ЦУМ
- 8.__Сумка **Rodo**, кожа, металл, ТД «Весна»
- 9.__Сумка **Chanel**, кожа, металл, Chanel
- 10.__Сумка **Paul Smith**, кожа, металл, Paul Smith
- 11.__Сумка **Tory Burch**, кожа, аппликация, металл, ЦУМ
- 12.__Сумка **Emilio Pucci**, кожа, металл, ЦУМ
- 13.__Сумка **Chanel**, кожа, металл, Chanel
- 14.__Сумка **Givenchy**, кожа, металл, ЦУМ
- 15.__Сумка **Chanel**, кожа крокодила, металл, Chanel

НАС ПОДДЕРЖИТ НАСТОЯЩАЯ ЗВЕЗДА ЖАН-КРИСТОФ БАБЕН, ГЛАВА TAG HEUER



7 марта в базеле tag heuer назовет имя суперзвезды — нового посла своего часового искусства

16 февраля в Столешниковом переулке, 14, часовая марка TAG Heuer открыла свой новый, уже второй по счету, московский магазин. Президент компании Жан-Кристоф Бабен под звуки мощного электронного оркестра перерезал красную ленточку и затем объяснил Екатерине Истоминой, почему спортивный часовой бренд выбрал столь гламурное место.

— Не боитесь сидеть практически напротив магазина Cartier, бок о бок с возвышенным бутиком Van Cleef & Arpels?

— У нас есть свои гламурные козыри. Конечно, марку TAG Heuer публика привычно воспринимает как производителя спортивных, высокоточных, авангардных часов, часов, которыми двигают, ворочают могучие и бескомпромиссные инновации. Но суть современного люкса не только в нежности драгоценных камней и в цвете золота. Люкс — в качестве, в технологиях, в эксклюзивности, в материалах и, конечно, в креативности, которая показывает: как хорошо, как верно, как правильно и четко можете ли вы отразить современный мир? С креативностью у нас дела обстоят прекрасно. Возьмите наши инновационные Monaco V4! Разве радикальный дизайн, их революционный механизм, над которым мы бились целых пять лет, не могут считаться люксовыми? Впрочем, если вам так сильно нужны бриллианты, то у нас их предостаточно. Но наша сила — в современной харизме, в инновационной жесткости, в постоянном и бескомпромиссном движении вперед. Мы — тот уникальный люксовый мотор, который никогда не прекращает своей работы. Если продолжать разговор об очень дорогих, люксовых вещах, то как же здесь можно обойтись без телефонов TAG Heuer? Без Meridist, без модели Link? Ведь это стопроцентно люксовая сотовая связь.

— В Базеле, на часовой выставке, которая стартует уже через неделю, дом Tag Heuer намерен обнародовать имя своего нового посла. Это будет большая знаменитость, которая сможет посоревноваться по части славы, например, с другими вашими послами — Марией Шараповой и Леонардо Ди Каприо?

— Я не могу назвать сейчас имя, так как мы действительно объявим нашего посла на специальном большом вечере в Базеле 7 марта. Но, поверьте мне, это очень большая звезда. Это мегазвезда! Суперличность! Наша работа с Марией Шараповой и Леонардо Ди Каприо продолжится. Вот буквально на днях мы закончили новую фотосессию с ним. Снимали в Лос-Анджелесе: Леонардо выглядел отлично — белая рубашка, черный пиджак. Он истинный герой, очень умный и стильный парень. Наша новая рекламная кампания с Ди Каприо стартует этим летом, в июне.

— Что сегодня вы можете сказать о премьерах будущего Базеля?

— Основной коллекцией наступившего года станет полностью обновленная и даже в чем-то переосмысленная линия Link. В последние годы мы отлично поработали над Carrera, Monaco, Monza, серий часов, посвященных Formula 1. Мы создали много отличных калибров. Часы Link находились немного в стороне от всеобщих преобразований. Между тем это икона часового дизайна и нашего стиля. Вы увидите разноцветные модели из этой серии, в том числе и самого модного цвета года — белого. Перезапуск Link будет связан с массой мероприятий как культурного, так и спортивного характера на протяжении всего 2012 года.

— Как возникла идея магазина в Столешниковом переулке? Флагманский магазин TAG Heuer находится на куда более шумной Тверской улице.

— Мы сознательно хотели попасть именно в ваш московский эпицентр гламура и великих глянцевого магазинов. И мы долго работали над этим. С одной стороны, можно долго говорить о предметах люкса и о его нынешней философии, но ответ был бы неполным, если я не упомянул бы о дистрибуции. Дистрибуция имеет огромное значение, если вы марка верхнего эшелона. Россия нам очень важна, очень интересна, она имеет значительный потенциал. Мне кажется, что TAG Heuer и Россия очень совпадают в темпе, в характере. Поэтому мы несколько лет назад открыли в России свое собственное представительство. Только правильно выбранная структура ведения бизнеса в условиях глобального мира способна постоянно поддерживать бренд и его продукты на должном уровне качества. Мало сделать часы, нужно уметь их обслуживать, например. Нужно уметь их продать, донести до целевой аудитории и не растерять по дороге их имидж. Люксовые бренды строят свои собственные миры, они создают индивидуальную идеологию, а не просто пекут свои товары, как пироги. Я очень счастлив, что моей московской команде удалось найти такую роскошную точку, как Столешников переулок. Это большая победа, но мы заслужили ее.



— TAG Heuer Formula 1 Lady Steel & Ceramic



— TAG Heuer Monaco Lady Diamonds

СТИЛЬПОДАРКИ

белый цвет

- 1. __Chanel, золото, бриллианты, Chanel
- 2. __Parmigiani, сталь, гильоше, Parmigiani
- 3. __Dior, керамика, перламутр, бриллианты, Dior
- 4. __Montblanc, золото, бриллианты, эмаль, сапфиры, Montblanc
- 5. __Jaquet Droz, золото, бриллианты, перламутр, Jaquet Droz
- 6. __Jaquet Droz, золото, бриллианты, перламутр, Jaquet Droz
- 7. __Chaumet, золото, бриллианты, эмаль, Chaumet
- 8. __Piaget, золото, бриллианты, гравировка, Piaget



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.

КАРТА ЕВРОПЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ЭДУАРД ДОРОЖКИН, TATLER

десерты — это карта европы,
которую мы потеряли.
неподдельная германская
шарлотка. настоящее
итальянское тирамису.
аутентичное французское
крем-брюле.
где еще найти такое?



Для пассажиров бизнес-класса авиакомпании Air Baltic большое гастрономическое путешествие начинается на борту. Положим, шампанское Heidsieck Мопорле не вызывает сладостного слюноотделения, но рыбно-картофельное меню, щедро приправленное фермерской сметаной, достойно даже и большей высоты, чем та, на которой обычно проходит полет Москва—Рига.

В столице Латвии сейчас цветет культура винных баров, однако гурманы бронируют столик в достопочтенном Vincents на границе посольского квартала, застроенного архитектором Эйзенштейном, отцом режиссера. Достаточно один раз совершить ошибку, оставив визитку в стеклянном кубе при входе, и вы никогда больше не получите возможности оставаться в неведении относительно того, что творится в вотчине шеф-повар Мартина Ритинша. О наступлении лета сообщит e-mail с сезонным помидорным меню; о приходе осени — письмо о поступлении дикой утки и «очень, очень дикого, сверхдикого» балтийского лосося. О приближении Нового года Мартин заблаговременно известит, приаттачив пять рождественских предложений. К 14 февраля ваш почтовый ящик украсят розовые «макароны». Семь раз отмерьте, прежде чем бросить в стеклянный куб визитку.

Излюбленный сюжет латышского юмора — это соседи-эстонцы. Меж тем в Таллине кулинарное дело поставлено на широкую ногу. Давно гремят по лучшим путеводителям мира имена ресторанов — «Чайковский», «Чеди», «Бокка», но самая актуальная точка называется Sfaag. Лучезарный владелец заведения и по совместительству шеф-повар, некто Томас, мечет на стол фантастически вкусные блюда со своей родины — острова Сааремаа: карпаччо из белой рыбы и говядину, легкостью больше похожую на слегка прожаренную Жизель в исполнении Светланы Лунькиной. Хозяин сам встречает клиентов — из любопытства, но еще и для того, чтобы попытаться продать им что-нибудь типа дизайнерских резиновых сапог с острова Муху или кочерги из Курессааре, выставленных в ресторанном бутикете.

Паром из Таллина в Стокгольм — сам по себе аттракцион, позволяющий критически переосмыслить отношение к русским как к сильно пьющей нации: шведы пьют больше в разы. Но, впрочем, только на пароме. В самом модном

ресторане Стокгольма — Pontus! (именно так, с восклицательным знаком) с морской кухней, столь невероятной, что, право слово, нашим рестораторам, работающим на этой волне, стоило бы застрелиться, — пьют исключительно изысканные вина. Удивительно, что именно в Швеции — стране, не замеченной в активном виноделии, водятся столь обширные и грамотные винные карты, к тому же лишенные свойственного итальянским и французским рестораторам национализма. Меню ресторана так безбрежно, что начавшие с устриц, затем перешедшие к карпаччо, далее отведавшие буйабеса, чтобы потом перейти к горячим закускам, и так далее гости иногда начинают клевать носом прямо за столом, но Королевство Швеция — страна настолько демократичная, что остальные едоки конфуза даже не заметят. 20 минут страха на лайнере SAS — и вот мы приземляемся в краю счастливых людей, городе Копенгагене. Единственной логичной причиной счастья датчан в наводненном иммигрантами городе с несусветными ценами и отсутствующей ночной жизнью могут быть частые походы в ресторан Alberto K, расположенный на верхнем этаже одного из многочисленных отелей Radisson. Этот Radisson был спроектирован архитектором Арне Якобсоном — и для своего времени был необычайно хорош. Сейчас он представляет собой жалчайшее зрелище: однако Alberto K, названный так в честь господина Каппенбергера, четверть века руководившего гостиницей, заслуживает тех €300, что составят счет. Повару мишленовского заведения под силу любые вызовы — и салат из огурцов; и треска из Северного моря; и телатина из Химмерланда. Его десерты — как карта Европы, которую мы потеряли. Неподдельная германская шарлотка. Настоящее итальянское тирамису. Аутентичное французское крем-брюле. Ради такой снеди можно потерпеть и традиционное датское облуживание с преобладанием садистской ненависти к клиенту.

Для контраста садимся в поезд до Берлина, уже по-немецки аккуратный и дружелюбный. Мы не пойдем на сей раз в обожаемый Fischer Fritz в The Regent, а заглянем за угол — в известную берлинскую институцию Borchard. Столики здесь честно бронируют за неделю — с 12:00 до 16:00 расторопный метрдотель

Alberto K.
в датской столице —
один из главных
мишленовских
орденоносцев
Скандинавии



— Pontus! в центре Стокгольма представляет многоликую европейскую кухню



— Гастрономический ресторан **Sfaar**, что в трех шагах от Старого города Таллина, — очень скромное место. Хозяин Томас сделал его похожим на студенческую столовую и раздевалку

проживает несколько жизней, сбрасывая с чахлого тельца несколько дополнительных килограммов. Устрица с бокалом «Сансера», тартар с бокалом наваристого «Каберне Совиньон», невероятный вишневый торт с бокальчиком «Гевюрстраминера» — и жизнь налаживается, выходит солнце, годы бегут вспять. Целая галерея берлинских типажей пройдет перед взором беспечного едока — но ни директор Берлинского кинофестиваля; ни гей-пара из Шёненберга; ни даже дама, героически перевезшая из аристократического Шарлоттенбурга тонну убиенных животных на себе, не будут включены в счет. Они — приятный бонус, не более. Но ведь и не менее того.

Значительно более изощренную разновидность того же самого гастрономического стиля можно испробовать, переместившись из бесхитростного Берлина в замысловатую Вену. В главном отеле города, стоящем напротив главного оперного театра мира, — в «Захере», давшем название великому торту, усиленно поклоняются еще одному богу — венскому шницелю. Жанр отельного ресторана не всегда хорош, но в Вене — городе-дворце — он пригоден к употреблению. Итак, Anna Sacher — место крайне чопорное, но эта чопорность к лицу и заведению, и его клиентам.

Иной подход к тому же жанру обнаруживаем на другом краю былой Австро-Венгерской империи — в Праге. В здании бывшего монастыря августинцев неутомимый сэр Рокко Форте со своей сестрой Ольгой Полиции открыли одноименный отель — «Августинец» — и наладили целый комбинат питания. Перед шеф-поваром с приятной фруктовой фамилией — Мирославом Грушей поставили серьезную задачу: лобстеры, икру и прочую снедь, обожаемую постояльцами отелей Rocco Forte, соединить с традиционной чешской едой — немислимыми свинными рульками, тоннами капусты и наваристым гуляшом. Что сделал этот милый человек? Он отделил божий дар черного трюфеля от простой человеческой яичницы, и высокую гастрономию подает в ресторане Lichfield, а низкие истины — в пивной «Святой Томас», и вправду занявшей часть помещений монастырской пивоварни. В отеле-монастыре, в кельях junior, по-прежнему живут монахи, и они варят чудесное светлое, темное и красное, промежуточное, вкуснейшее пиво.

Идею превращения сооружений культа в отель хорошо бы подбросить римлянам. При огромном дефиците гостиничных площадей у них огромный же потенциал в этом смысле: что ни развалюха — то храм, ну или отдел по изучению девственности Богородицы. И несчастным поклонникам Вечного города приходится размещаться в еще одном рокко-фортевском отеле — De Russie — почти на пьяцца дель Пополо, а столоваться в единственном пристойном ресторане города — La Terrazza dell Eden. Из расположенного в одноименном «райском отеле» ресторана открывается лучший вид на город обшета, обвеса и транспортного коллапса, а на тарелках расцветает цветистая итальянская кухня, какой ее представляют люди, никогда не испытывавшие ужасов обычной римской trattoria. Удивительно свежие овощи; отлично приготовленная рыба; паста, от которой кружится голова; и что-то нестерпимо прекрасное, фруктовое, с кремом маскарпоне.

Еще один бросок — и вот мы на матче Италия—Франция. В качестве Зинедина Зидана выступает La Palme d'Or, каннское заведение с хорошей репутацией, расположенное в отеле с репутацией крайне дурной, — да, это он, Martinez. Мы честно проверили это заведение еще раз, и потом еще раз, и еще много-много раз. Ресторану, руководимому богом кулинарии Кристианом Синикропи (его воспитал легендарный Кристиан Виллер), впору отделяться от отеля — как Корсике от Франции (я шучу). Его умение расправиться с дорадой, сибаом, камбалой и барабулькой выше возможных в печати похвал.

И в завершение — закономерный уикенд в Париже. Там творятся большие дела. Неутомимый гендиректор отеля «Бристоль», обаятельный шалун Дидье Ле Кальвез, не удовольствовался пристройкой огромного крыла; сменной часов работы в SPA и открытием современной brasserie. Он переделал святая святых — гастрономический ресторан Эрика Фрешона, и теперь вместо летнего и зимнего залов работает один — круглогодичный Episcure. «Алхимия цветов и ощущений», столь любимая поклонниками Фрешона, теперь жива как никогда: фуа гра, перепела, бресская пулярка — сюда не стоит приходить читательницам журнала «Полезные советы». Это не их праздник.

ЖЕНЩИНА-ГЕРКУЛЕС О МАССАЖЕ С КРОВЬЮ ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА

Галя (поверьте, я даже не знаю ее фамилии) работает самой простой массажисткой в тщедушном и непрезентабельном SPA-центре гранд-отеля «Европа», что на Михайловской улице венценосного Петербурга. Галя — очень маленькая женщина, но сила у нее, как у Геркулеса, благополучно добравшегося до середины своих подвигов. Много раз чудесную северную Галю пытались перетащить в Москву. И последний раз ей сделал финансовое предложение очень высокопоставленный чиновник, занимавший кресло в правительстве Российской Федерации.

Этот чиновник, как говорят, очень любил Галины руки, однако не имел возможности видеть их часто, — так часто, как того требовала его натруженная служением родине спина. Полагаю, что если бы Галю все-таки «перевели» в Москву, то вряд ли мы увидели ее здесь. А в Петербурге есть гарантия: в каждом «Сапсане» найдется очень неленивый московский человек, который едет к Гергиеву, к Кехману, в «Газпром», на таможню, к Тане Котеговой на примерку, в Конституционный суд или же специально к Гале. В Эрмитаж знающие москвичи ездят реже. Когда болит от работы и жизни все тело, можно ли вылечить помятый мелкими гражданскими иллюзиями человеческий дух?

Маленькая петербургская Галя в одиночку и со стопроцентным успехом противостоит всей гигантской мировой культуре SPA. Она одна против всех азиатских курортов и европейских клиник. Гале нет никакого дела до убаюкивающей восточной музыки, закрытых чакр и пересохших меридианов, бесценного кокосового масла, лепестков орхидеи и патинированных медных колокольчиков, то есть всего того, что включается в немислимый счет очередного разрекламированного журналами SPA-центра. В чужом гробу миниатюрная петербургская Галя видела церемонное омовение ног «со скрабом», поглаживание ушей кисточкой, нежный шепот и прочие изобретенные SPA-прохиндеями ритуальные глупости.

Галя — человек честный и жесткий. Она сразу вам скажет: «На массаже будет очень больно. Вечером начнется кашель, а завтра утром — понос, но я вас предупредила». Вы здесь легкомысленно полагаете, что Галя вас обманет, ведь музыкально, обаятельно мягкая, врать приучены все массажисты мира. Но только не Галя. Анонсированные ей кашель и понос начнутся строго по расписанию, но пока вам придется пережить 60 минут сладчайшей в мире пытки.

Пытки, которая приведет к мгновенному сбросу двух килограммов за один массаж. Пытки, после которой вы имеете некоторое право попроситься в балетную труппу Михайловского театра, что по соседству, и, возможно, интендант Владимир Кехман пригласит вас в миманс. Пытки, после которой вы сможете претендовать на место в какой-нибудь сборной. Что там гимнастика с обручем, танец на брусках, бег с препятствиями?



минус 2 кг за один массаж — такого олимпийского результата не дает ни один spa-комплекс мира

позвонки. Одним, большим, разобьет все скопившиеся соли в воротниковой зоне. Она выдернет вам ноги и руки, отвернет голову, вытянет шею, раздробит пальцы. По вам куда быстрее потечет кровь, воспримет лимфа, проснутся унылые прежде жизненные соки. Ноги и руки, пальцы и шея начнут казаться более длинными, живот — втянутым, а спина — прямой. Голова — светлой и здоровой, будто вы очень хорошо выпалились.

В процессе массажа Галя будет рассказывать вам всякие милые истории — о погоде, о том, как славно живет она с семьей на Невском проспекте, как хорошо, что наконец-то с главной городской перспективы убрали рекламные вывески. Есть возможность посмотреть на дворцы, на великолепные дома... Петербург, какой красивый город! Нет, никогда она не уедет из него, сколько бы чиновников ни стояло под ее окошком. Сколько бы иностранных посланников и бизнесменов ни плакало перед ней.

После встречи с ней, просто ради любопытства, встаньте на отельные весы. И наградите себя за физические муки хорошим куском мяса с кровью. Бокалом тяжелого шираза. Обязательно добейтесь повторной встречи. Скажу вам, что Галя — еще и человек хороший, и если вам очень нужно, если вы чувствуете себя неважно, она спокойно придет ради вас в свой кабинет в «Европе» и в нерабочее воскресенье, и даже в девять утра.

Маленькая Галя, альфа и омега спортивного массажа, его сила и слава, красота и гордость, стоит всех SPA-комплексов мира.

Стисните зубы. Многие кричат в голос у Гали в кабинете, впрочем, по монашеской обстановке он действительно напоминает бомбоубежище садиста-стоматолога. Вам временами будет казаться, что по вам носится с ветерком тяжелый броневик с Лениным, вступившим в рукопашную схватку с Фанни Каплан.

Вам будет казаться, что где-то в районе вашей левой лопатки развернулась страшная битва за Перекоп. А на лопатке правой уже вышел к Байкалу адмирал Колчак и с ним вся съемочная группа «Первого канала», груженная многотонным оборудованием для подводников. Что в районе поясницы случилось матросское восстание в Кронштадте, которое сопровождалось дополнительным восьмибальным землетрясением по шкале Рихтера.

На массажном столе у Гали вы, словно буржуазная жертва последней русской революции. Вы растоптаны, размазаны, уничтожены, разобраны на части. У вас потекут самые скромные слезы, но их не остановить! Многие пробовали здесь, у Гали, не плакать. Но не получается. Слезы текут от физического счастья и еще от неизвестного ужаса, словно вы совершили какое-то удивительное жизненное открытие.

Да, Галя такой человек, на ее массажном столе плачут, словно дети, здоровые и здоровенные мужчины. Женщины, впрочем, плачут реже: мы-то знаем, что страдаем за красоту.

Галя легко отделит ваши мышцы от костей, кости — от сухожилий и от хрящей. Тремя пальцами она вправит

НАЖМИ НА ВЛАСТЬ!

ЖУРНАЛ «ВЛАСТЬ» ТЕПЕРЬ И НА IPAD УЖЕ В APPSTORE

реклама



- современно и экологично
 - всегда под рукой
 - свежий номер – в любой точке мира
 - архив предыдущих номеров – в любую минуту
 - удобная навигация и постраничный просмотр
 - видео- и фотогалереи
- И ВСЕ ЭТО — БЕСПЛАТНО**

ТА ЖЕ **Власть**,
НО НЕ МНЕТСЯ

МОСКВА ■

гум, красная площадь, 3
петровский пассаж, ул. петровка, 10
весна, ул. новый арбат, 19

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ■

невский проспект, 11

САМАРА ■

ул. куйбышева, 133

ЕКАТЕРИНБУРГ ■

проспект ленина, 25

СОЧИ ■

морской вокзал, ул. войкова, 1

НОВОСИБИРСК ■

вокзальная магистраль, 19

WWW.BOSCO.RU ■

+7 (495) 660 0550

ETRO