

стиль женщины

Коммерсантъ

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №55

БУДУЩЕЕ ЖЕНСКОГО РОДА

18 И МУЖЧИНА СОЗДАЛ ЖЕНЩИНУ: АМАЗОНКИ БУДУЩЕГО В КИНО

25 СИДНИ ТОЛЕДАНО И LADY DIOR

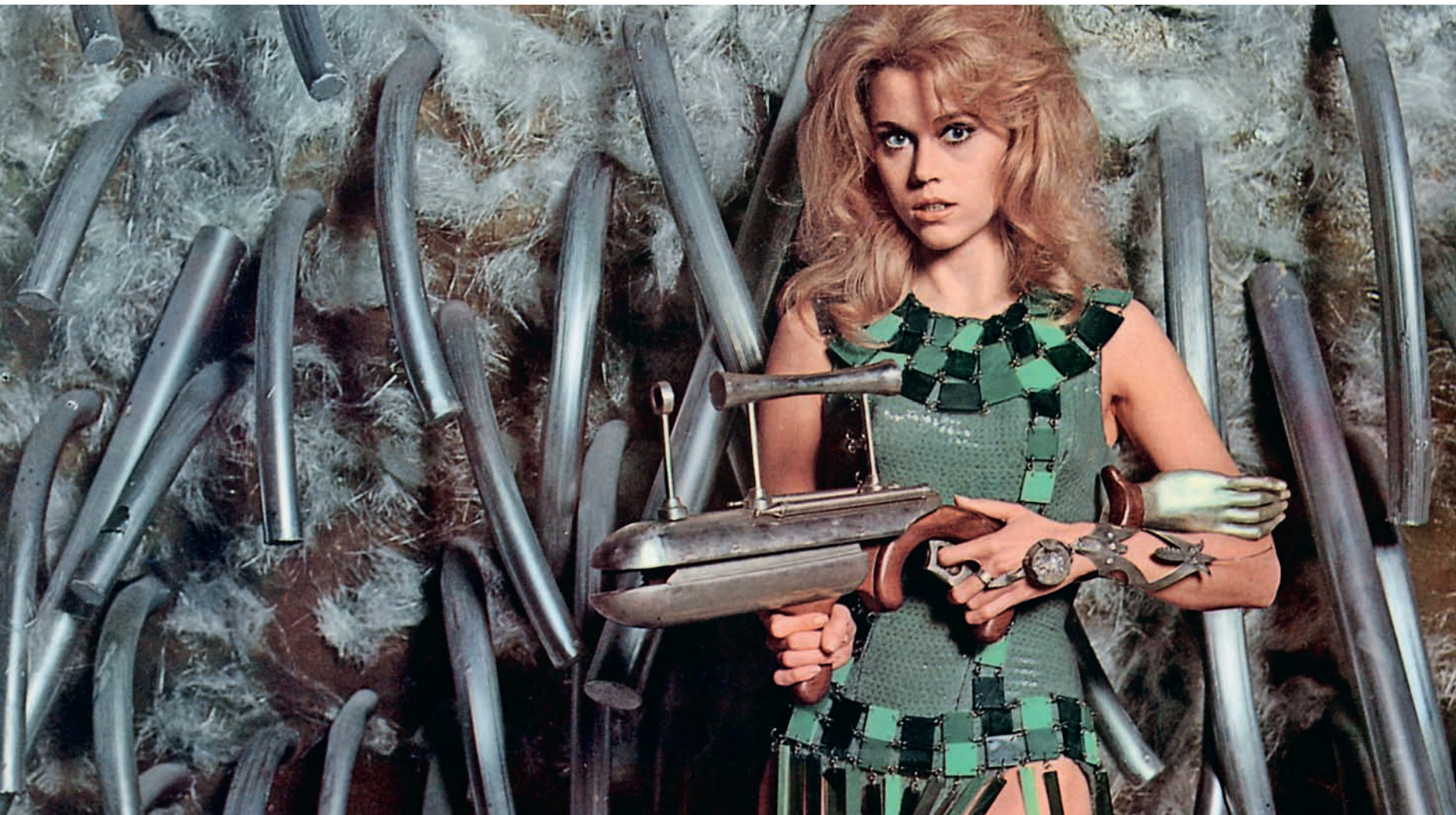
28 АЛЬБЕРТА ФЕРРЕТТИ О ТОНКИХ МАТЕРИЯХ

47 КРИСТИАН ЛУБУТЕН О ТОМ, НА ЧЕМ СТОИМ

48 ПРАВИЛА ЛЕГКОГО МЕХА

50 "КОРОЛЕВА НЕАПОЛЯ" ВХОДИТ В ТРЕТИЙ ВЕК

62 КСЕНИЯ КУТЕПОВА: ТЕАТР И ВРЕМЯ



ЖЕНЩИНЫ
ЗАВОЕВЫВАЮТ
БУДУЩЕЕ
МИР БУДЕТ
ПРИНАДЛЕЖАТЬ
ИМ



P R A D A





YVES SALOMON



YVES SALOMON



НЬЮ-ЙОРК, 6 СЕНТЯБРЯ 2012
Сунг Хи Ким - Дафна Гроенвельд



מיו מיו



43
СТР.

МАГИЧЕСКИЙ
ГАРДЕРОБ
«СОЛЯРИС»

| 18 И мужчина создал
женщину
Михаил Трофименков
и Марина Кронидова
О героинях
будущего

| 25 «Роскошь —
она не для всех»
Сидни Толедано, Dior
О том, как культура
помогает кутюру

| 26 Сумка слагаемых
Алексей Тарханов
О выставке «Lady
Dior As Seen By»

| 28 «Создание платья
— процесс ювелирный»
Альберта Ферретти
О практичном
романтизме

| 30 «Я сделал многое,
чтобы публика
полюбила легкие
меха»
Ив Саломон
О моде на мех

| 32 «Я рисую
только от руки»
Вероника Этро
Об исторических
орнаментах
и минимализме

| 34 Вперед в прошлое
Марина Прохорова
О сезоне весна-лето
2013 года

| 50 200 лет правления
Екатерина Истомина
О Reine de Naples de
Breguet

| 52 Живой дом
Алексей Тарханов
О выставке
Van Cleef &
Arpels
в Парижском
музее
декоративного
искусства

| 54 Свод законов
торговли
Мария Сидельникова
О юбилее
купола
Galeries Lafayette

| 57 Минимализм
в идеальной форме
Екатерина
Истомина
О 45-лети
Pomellato

| 58 Миру — Рим
Екатерина Истомина
О том,
как Tod`s
взялась
за Колизей

| 59 Модная «баржа»
Мария Сидельникова
О Центре моды
и дизайна
в Берси

| 62 «Когда
вещь приносит
эстетическое
наслаждение —
это прекрасно!»
Актриса Ксения
Кутепова
О театре
и часах
Jaeger-LeCoultre

ФУТУРИСТИЧЕСКИЙ
ГАРДЕРОБ:

| 40 «Аэлита»
| 41 «Вспомнить все»
| 42 «Барбарелла»
| 43 «Солярис»
| 44 «Пятый
элемент»
| 45 «Звездные
войны»

генеральный директор ИД «Коммерсантъ» *павел филенков* | шеф-редактор ИД «Коммерсантъ» *азер мурсалиев* | главный редактор неделовых изданий *елена нусинова* | дизайн-проект *анатолий гусев* | главные редакторы *екатерина истомина*, *алексей тарханов* | текст-редактор *мария мазалова* | главный художник *дмитрий гусев* | бильд-редактор *светлана шаповаленко* | выпускающий редактор *наталья ковтун* | корректура *елена вилкова* | верстка *константин шеховцев*, *елена богопольская*, *марина мединская* | директор объединенной службы рекламных продаж *валерия любимова* | дирекция по рекламе: отдел продаж *надежда ермоленко* ermolenko@kommersant.ru | отдел размещения *наталья чупахина* chupahina@kommersant.ru (499) 943 9108, (499) 943 9110, (499) 943 9112, (495) 101 2353 | Учредитель ЗАО «Коммерсантъ. Издательский Дом». Адрес издателя и редакции: 125080 г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Журнал «Тематическое приложение к газете „Коммерсантъ“» зарегистрирован Роскомнадзором, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010 г. Отпечатано в Финляндии. Типография PunaMusta, Kosti Aaltosen tie 9, 80140 Joensuu. Тираж 75 000 экз. Цена свободная

Фото на обложке: кадр из фильма «Барбарелла», режиссер Роже Вадим, в главной роли Джейн Фонда, Франция—Италия, 1968 | Diomedia/ Photos 12

Dior





Алексей Тарханов

40
СТР.

«АЭЛИТА»
ЯКОВА
ПРОТАЗАНОВА:
КАК ПОВТОРИТЬ
КОСТЮМ
АЛЕКСАНДРЫ
ЭКСТЕР
И НАДЕЖДЫ
ЛАМАНОВОЙ



AFP / THE KOVAL COLLECTION

Гостья из будущего

«Женщина будущего» — тема «Стиля».

В этой теме нет никакого изобретения. Более того, это тавтология. Женщина — она и есть будущее, в то время как мы, мужчины, лишь настоящее и прошлое. Женщина куда более открыта будущему, чем мужчина. И относится она к нему по-хозяйски. Не помню, кто сказал: «Для мужчины важно, чтобы он был у нее первым, для женщины важно, чтобы она была у него последней». Здесь — речь про секс, но эта разница в отношении проявляется во всем на свете. И прежде всего в моде.

Давно известно, что мужская мода консервативнее женской. Мужчина может появляться всю жизнь в одном и том же. В магазине он ищет ровно то же самое, что на нем уже надето. Модельеры знают, что мужчину легко испугать. Женщина не боится. Она ищет самое новое, самое модное, самое последнее. Будущее для нее важнее, чем прошлое. Это для нее работают модельеры, для нее открываются модные бутики, все сделано для того, чтобы использовать ее храбрость и разжечь ее любопытство. Недели высокой моды и pret-a-porter носят названия грядущих сезонов — это верный путь к тому, чтобы увидеть будущее наяву. Это способ жить на год вперед, нехотя донашивая прошлый год. Мода предлагает женщине примерить на себя будущее в самом прямом смыс-



ЛЕОНАРДО ДИ КАПРИО И ЕГО
ХРОНОГРАФ CARRERA CALIBRE 1887



TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

Бутики
TAG Heuer

Москва, Тверская улица, 19, [495] 699-38-39
Москва, Столешников переулок, 14, [495] 623-09-17
Санкт-Петербург, Невский проспект, 15, Талеон Клуб, [812] 458-85-88
Екатеринбург, улица Бориса Ельцина, 8, Hyatt Regency Hotel, [343] 359-40-49



49
СТР.

PIN-UP — ЭПОХА
ЛЕГКИХ
УДОВОЛЬСТВИЙ
ОТ AU JOUR LE JOUR

57
СТР.

ЮБИЛЕЙ В ДОМЕ
РОМЕЛЛАТО: 45 ЛЕТ
В ИДЕАЛЬНОЙ ФОРМЕ



ле этого слова. Вот она входит в бутик Chanel или Galliano на моей улице, и десятки вариантов ее будущего висят вокруг нее на магазинных плечиках, чтобы потом мягко перелечь на ее собственные плечики.

В этот экстатический момент женщина понимает, что мир вокруг существует для нее, живет ее будущим — и меховой зверь в Сибири, и шелковый червь в Китае, и вот этот безымянный мужчина, который, пока она беззаботно примеряет завтрашний день, переживает свое настоящее и тоскует в обнимку с телефоном в глубоком кресле.

А кроме моды есть еще и beauty — индустрия красоты, которая обещает, что будущее женщины будет безоблачным, без морщин и пигментных пятен, без старости и угасания. Ясно ведь, что женщина одновременно и хочет будущего, и бьется с ним не на жизнь, а на смерть. Она ищет средство Макропулоса, которое продлит навсегда ее нынешнюю красоту. И даже зная, что это невозможно, она свято верит в то, что ей удастся невозможное и будущее ей покорится. И ведь удастся, ведь покорится. Потому что именно женщина — и только она — бесконечно работает для будущего. Будущее рождается в ней, вынашивается и только потом появляется на свет.

Bosco & likegi
FAMILY

МОСКВА ■

БУТИК «ROMELLATO»
гум, красная площадь, 3
петровский пассаж, ул. петровка, 10

SUBLIME BY BOSCO
гум, красная площадь, 3
весна, ул. новый арбат, 19

СОЧИ ■

SUBLIME BY BOSCO
морской вокзал, ул. войкова, 1

WWW.BOSCO.RU ■
+7 (495) 660 0550

Romellato

M'AMA NON M'AMA



Екатерина Истомина

52
СТР.

ЦВЕТНИК VAN
CLEEF & ARPELS
В ПАРИЖСКОМ
МУЗЕЕ
ДЕКОРАТИВНОГО
ИСКУССТВА



CORBIS/FOTO S.A.

60
СТР.

ВЫСШИЙ
СВЕТ В НОВОЙ
КНИЖЕ О HARRY
WINSTON



50
СТР.

КОРОЛЕВА
НЕАПОЛЯ И ЕЕ
ЛЮБИМЫЕ ЧАСЫ:
200 ЛЕТ REINE DE
NAPLES BREGUET
ОТМЕТИЛИ
В CARODIMONTE

Футуризм умер, да здравствует футуризм!

Итальянский футуризм был темой моей кандидатской диссертации. Чтобы ее защитить, три года я переводила с итальянского языка разнообразные труды футуристов. Среди них был и главный — гневный манифест богача и радикала Филиппо Томмазо Маринетти, вышедший в субботнем, от 20 февраля 1909 года, номере Le Figaro. Тогда футуризм казался мне самым простодушным среди всех направлений классического авангарда: в то время как силами экспрессионизма, дадаизма и сюрреализма свержались всевозможные старые миры, футуризм спокойно умер. Много лет спустя мне довелось брать интервью у Пьера Кардена. Именно он наравне с другим французом — Андре Куррежем — был одним из основоположников футуризма в моде 1960-х годов. Позднее Карден ушел из высокой моды, превратив свое имя в бизнес: за продажи своего лейбла производителям самых разных товаров — от зонтиков до детских колясок — ученик Диора получил прозвище «король этикетки». В этом году Карден отмечает 90-летний юбилей — на момент нашего разговора, состоявшегося в номере его самой любимой в Москве гостиницы «Космос», ему было всего-то 85. Он принимал меня вместе с помощником по имени Джеффри Книппер-Чехов (на визитке последнего было написано: «Потомок русского классика, представитель дома



Дань восхищения
ГРАЦИИ
и
ЭЛЕГАНТНОСТИ

Компания Montblanc, партнер Фонда Княгини Грейс, отдает дань восхищения изящному стилю княгини Монако Грейс Келли и оказывает поддержку ее художественному наследию, посвятив ей свою новую роскошную коллекцию изысканных ювелирных украшений, часов и письменных принадлежностей. www.montblanc-tribute-to-grace.com



реклама

® Montblanc

**MONT
BLANC** 

БУТИКИ MONTBLANC

МОСКВА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

НИЖНИЙ НОВГОРОД

КАЗАНЬ

18
СТР.

ШОН КОННЕРИ
И ШАРЛОТТА
РЭМПЛИНГ:
СЕКС И ВОЙНА
В КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОМ
ФУТУРИЗМЕ
1970-Х



44
СТР.

ЭЛЕМЕНТЫ
«ПЯТОГО
ЭЛЕМЕНТА»
ЛЮКА БЕССОНА



Pierre Cardin»). «Я до сих пор вспоминаю эти большие и прекрасные заводы в Челябинске, которые шили брюки с моим именем. А до чего трудолюбив был народ советской Белоруссии!» — восклицал Карден. Правда, качество советских брюк, по его словам, оставляло желать лучшего, но зато какое было количество! Во второй половине 1980-х годов 16 заводов Советского Союза трудились над изготовлением одежды Pierre Cardin. Карден, один из первых бизнесменов, которому при жизни Мао Цзэдуна удалось наладить свое производство в Китае, явно тосковал по тем временам. То, что он футурист не только в моде, но и, как говорится, по жизни, Карден доказал именно тем, что и в СССР, и в Китае смог увидеть будущее наступление капитализма. В августе 2012 года Le Figaro начала одну из своих статей так: «Какая же муха укусила 90-летнего Пьера Кардена, что он решился возвести в Венеции 60-этажный небоскреб?» Новый проект модельера называется «Дворец света» (Palais Lumiere) — футуристическое здание из стекла, стали и бетона, на строительство которого региональные власти уже дали согласие. Венецианцы выступили против. «Венеция — это величественная рана прошлого. Мы изо всех сил будем приближать рождение новой, промышленной, индустриальной и военной Венеции. Мы хотим засыпать каналы и сжечь гондолы!» — писал Маринетти в 1909-м. Перевод мой.

CHAUMET
PARIS

© Chaumet, Париж, Вандомская пл., 12

Софи Марсо



Joséphine
Tiara and ring*

Бутики: **Москва**, Столешников пер., 14, (495) 733 9201 •
ГУМ (495) 620 3022 • Кузнецкий, 48, (495) 775 2216
Санкт-Петербург, Невский проспект, 44, (812) 449 9413

www.chaumet.com

* Коллекция Жозефина. Тиара и кольцо

И мужчина создал женщину

О героинях будущего

Михаил Трофименков и Марина Кронидова |



«Бегущий по лезвию» Ридли Скотта (1982) стал одним из стилиобразующих фильмов 1980–1990-х годов



Немая «Аэлита» Якова Протазанова (1924) — классика мировой кинофантастики

«БУДУЩЕЕ» — это женщина — название фильма (1984) Марко Феррери обжалованию не подлежит, хотя сам автор «Большой жратвы», очевидно, был не уверен даже в наступлении завтрашнего дня. Женщина так женщина — кто бы возражал. Но хорошо бы разобраться, какое именно будущее: по Марксу или по Оруэллу, киберпанк или Страшный суд?

«Тяжелый узел пепельных волос, высоко подобранных на затылке, не отягощал сильной стройной шеи. Гладкая кожа обнаженных плеч слегка поблескивала под мягким светом ламп. Низко открытая грудь поддерживалась корсажем из голубой ткани. Широкая и короткая юбка, расшитая по серебряному полю голубыми цветами, открывала голые загорелые ноги в туфельках вишневого цвета». «Крепкие груди, похожие на широкие опрокинутые чаши, выточенные изумительно точным резцом, были почти открыты. Между ними от застежки к поясу проходила полоска темно-фиолетовой ткани. Такие же полоски шли через середину каждой груди, оттягиваясь назад цепочкой, сомкнутой на обнаженной спине. Очень тонкую талию девушки обхватывал белый, усеянный черными звездами пояс с платиновой пряжкой в виде лунного серпа».

Веда Конг и Чара Нанди кажутся вавилонскими храмовыми блудницами или римлянками эпохи упадка, пока рот не откроют: «Мы начали с полного перераспределения жилых и промышленных зон планеты... Возможности производства

продуктов питания выросли во много раз, новые земли стали удобными для жизни. Теплые внутренние моря стали использоваться для выращивания богатых белком водорослей».

По сравнению с этой политинформацией Фосфорическая женщина из «Бани» (1929) Владимира Маяковского поет соловьем: «Привет, товарищи! Я делегатка 2030 года. Я включена на 24 часа в сегодняшнее время. Срок короткий, задания чрезвычайные. Проверьте полномочия и оповеститесь. По первому сигналу мы мчим вперед, перервав одряхлевшее время. Будущее примет всех, у кого найдется хотя бы одна черта, роднящая с коллективом коммуны, — радость работать, жажда жертвовать, неутомимость изобретать, выгода отдавать, гордость человечностью. Удесатерим и продолжим пятилетние шаги». Как выглядела Фосфорическая женщина, поэт целомудренно умолчал.

Веда и Чара — ее потомки: Иван Ефремов изобразил в романе «Туманность Андромеды» (1957), экранизированном (1967) Иваном Шерстобитовым, женщин эры Великого Кольца, галактического коммунизма.

«Голова с роскошной гривой темных волос кажется слишком большой; маленькая грудь придает худощавому телу почти что детский вид. Однако эти огромные глаза и длинные ресницы могут принадлежать лишь взрослой женщине. Когда помотришь ей в глаза, то не станешь сравнивать ее с подростком. Ни



*Caprice****



ULYSSE NARDIN
SINCE 1846  LE LOCLE - SUISSE®



«ТЕРМИНАТОР-3. ВОССТАНИЕ МАШИН» (2003). ГЛАВНАЯ ГЕРОИНЯ ФАНТАСТИЧЕСКОГО БОЕВИКА СОЗДАНА ИЗ ИННОВАЦИОННЫХ СПЛАВОВ — ОНА ЛЕГКО МЕНЯЕТ ВНЕШНОСТЬ И НЕ ПОДВЕРЖЕНА БАЛЛИСТИЧЕСКОМУ ШОКУ



Стиль «Возвращения Джедая» (1983), шестого и заключительного эпизода «Звездных войн», оказал влияние на моду всего десятилетия



БРИГИТТА ХЕЛЬМ В «МЕТРОПОЛИСЕ» ФРИЦА ЛАНГА (1927) ИСПОЛНИЛА ДВЕ РОЛИ — ДЕВУШКИ МЭРИ И ЕЕ КОПИИ РОБОТА



«БАРБАРЕЛЛА» (1968) РОЖЕ ВАДИМА — ЭТО ПЕРВЫЙ СТРИПТИЗ В НЕВЕСОМОСТИ

грамма лишнего веса: плоский живот, маленький зад, тем более грудь. Наверное, Рейчел изготовили, взяв за основу телосложение кельтского типа».

А эта «лолита» проживает в будущем, непримиримо антагонистичном Великому Кольцу, истребившем природу и изживающем человечность, придуманном Филиппом К. Диком в романе «Мечтают ли андройды об электроовцах?» (1968) и Ридли Скоттом в «Бегущем по лезвию» (1982). Рейчел — андроид серии «Нексус-6», отличить ее от человека может только специально обученный агент Рик. «Сначала переспать с ней, — вспомнил Рик. — А затем убить ее».

Два будущих непримиримы, но Рейчел легко представить у Ефремова, а Чару — у Скотта. У всех женщин будущего две родовые особенности. Во-первых, в них есть нечто праисторическое: Рейчел напоминает Рикку первобытную охотницу, а Чара — заведующему внешними станциями Великого Кольца Дару Ветеру обительницу мифической Гондваны.

Лекцию о построении коммунизма Веда читает в платье, модном в критомикенской культуре. Что-то этакое, смутно античное и откровенное, носит и Консуэлла (Шарлотта Рэмплинг) в «Зардозе» (1973) Джона Бурмена. Она тоже живет при коммунизме, но для избранных. В земном рае Вортексе счастливицы так измаялись от безделья, что готовы и отдаться одетому лишь в пулеметные ленты зверюге Зеду, и умереть от его руки.

Как справедливо заметил Рик, все женщины будущего вызывают желание «сначала переспать», а убивать или нет — это по обстоятельствам.

Вы не поверите, но звездолет в «Туманности Андромеды» называется «Тантра».

Считается, что Джордж Лукас — из чистого антисоветизма — дал Дарту Вейдеру в «Звездных войнах» слегка переименованное имя Дара Ветера. Но женщины Лукаса — королева Падме, принцесса Лея — Веде и Чаре не соперницы. Они из другой, звездномыльной оперы. Да они вообще не из будущего: обычные средневековые королевы, просто перемещенные в открытый космос.

Другое дело Барбарелла (Джейн Фонда) из фильма (1968) Роже Вадима. Первое, что видит зритель еще на титрах, — ее голые ножки, затем — суперженщину, стягивающую изящный космический костюм: первый стриптиз в невесомости. Главное испытание, предстоящее ей на планете Летион, не рыбы, которые должны заклевать ее за то, что она отказала королевелесбиянке, а попытка «машинной любви». Но машина, жалобно задымившись и засто-

УВЫ, ЖЕНЩИНЫ БУДУЩЕГО ВОПЛОЩАЮТ ВЕКОВЕЧНЫЕ МУЖСКИЕ ФАНТАЗИИ

MESURE ET DÉMESURE*



TONDA 1950

Розовое золото
Ультратонкий
автоматический механизм
Ремешок из кожи аллигатора
Hermès

Made in Switzerland

www.parmigiani.ch

PARMIGIANI

FLEURIER

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

МОСКВА RAFF HOUSE, УЛ. М. НИКИТСКАЯ, 25, (495) 726 55 45

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

МОСКВА AMBASSAD, ТЦ ВРЕМЕНА ГОДА, КУТУЗОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, 48, (495) 363 46 06

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

ЕКАТЕРИНБУРГ СТУДИЯ ВРЕМЕНИ, УЛ. РАДИЩЕВА, 10, (343) 376 54 97

РОСТОВ-НА-ДОНУ 18 КАРАТ, ПР. ЧЕХОВА, 35/30, (863) 250 11 11

СОЧИ ИМИДЖ, УЛ. ВОРОВСКОГО, 4, (622) 66 50 82

КРАСНОДАР ЗОЛОТОЙ ЛАРЕЦ, УЛ. КРАСНАЯ, 71/1, (861) 267 75 55



ШОН КОННЕРИ
И ШАРЛОТТА
РЭМПЛИНГ
В «ЗАРДОЗЕ» (1974)

РОЛЬ ЛЕЙТЕНАНТА
ЭЛЕН РИПЛИ
В «ЧУЖОМ» (1979)
ПРИНЕСЛА УСПЕХ
МОЛОДОЙ СИГУРНИ
УИВЕР



ДЖЕЙН ФОНДА
В РОЛИ БАРБАРЕЛЛЫ

**ИДЕАЛЬНАЯ ЖЕНЩИНА
БУДУЩЕГО — КУКЛА.** Все, что ей
нужно, — вагина и грудь. Ее роль —
потакать сексуальным желаниям

нав, перегорела, не выдержав сексуальных запросов «жертвы».

Увы, женщины будущего воплощают вековые мужские фантазии. Если бог создал женщину из ребра мужчины, то женщину будущего мужчина создал сам. «Бело-голубоватая» марсианская царица Аэлита из романа Алексея Толстого (1922) и ярко-синяя Нейтири (Зои Салдана) из «Аватара» (2009) Джеймса Кэмерона не близнецы. Но разнятся нюансы. Оттенки окраса, наличие хвоста, рост.

Для Толстого главным был не секс, а революция на Марсе. Но случались оговорки по Фрейду: «Иха совсем одурела. О чем бы ни просил ее Гусев, тотчас исполняла, глядя на него матовым глазом». Нет-нет, большевик Гусев, ремонтируя звездолет, всего-навсего давал Ихе мелкие техзадания. Подсознание текста экранизировал Яков Протазанов (1924). Отношения Аэлиты и служанки Ихи в безумных декорациях Александры Экстер обрели садомазохистский привкус.

Люк Бессон попытался одухотворить мужские наваждения: в «Пятом элементе» (1997) Милла Йовович сыграла саму Любовь, спасающую мир. Но и он одел, точнее раздел, Любовь в минималистские полоски ткани. Они, впрочем, кажутся поясом целомудрия по сравнению с платьем, в котором Элис (Йовович) сражается с зомби в «Обители зла» (2002) Пола Андерсона.

В «Обители зла-3» (2007) Рассела Малкахи у Элис появилось множество клонов:

ненужных сбрасывали, как казненных, в ров. Да, как ни хороши Веда, Барбарелла и Нейтири, они не достигли совершенства. Их сущностный недостаток — наличие интеллекта.

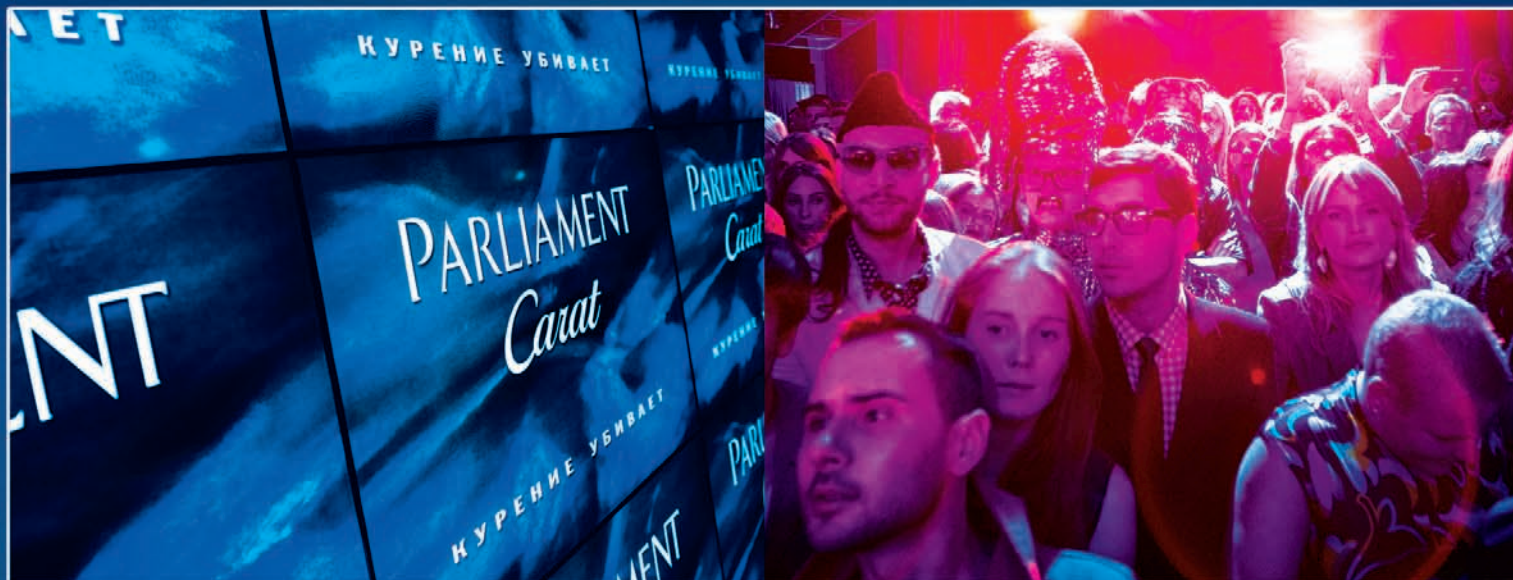
Идеальная женщина будущего — кукла, как говорилось в «Бегущем по лезвию», «базовая модель для удовольствия». Все, что ей нужно, — вагина и грудь. У нее нет бытовых проблем: все, что надо, уже придумали мужчины. Ее функция — потакать сексуальным желаниям. Она свободна и от душевных страданий, и от физиологизма. Виктор Пелевин в «S.N.U.F.F.» (2012) назвал таких сурами.

С сурами возможны конфликты, но зависит это от того, как ихотрегулирует хозяин. «Кроме себя мне винить некого. Я сам выставил ее существо на максимум — никто меня не заставлял. Это такая настройка в ее красном блоке. У меня на предельных положениях стоят одновременно «существо», «соблазн» и «духовность». «Для пользователей попроще существуют резиновые куклы, заполненные красной краской».

Многие женщины не возражают против превращения в куклу. Действие «Второго Эдема» (2003) Бена Элтона отнесено к будущему, но детали реалистичны. «Лежащая перед ним женщина вряд ли вбухала невероятные деньги в свое тело, для того чтобы раздавать его просто так. Такое тело создается для карьерного роста. Оно было слишком совершенно, слишком продуманно, ни один его сантиметр не был оставлен на волю случая».

Вечеринка в честь запуска Parliament Carat

Светское мероприятие Москвы 2012 года — на карат достойнее!



27 сентября 2012 года на абсолютно новой площадке на территории «Красного Октября» прошло самое светское мероприятие Москвы этого года. BURO 247 и табачный бренд PARLIAMENT, давно зарекомендовавшие себя знатоками и умелыми организаторами эксклюзивных и премиальных мероприятий в Москве, подарили своим гостям событие, которого так долго ждала вся светская Москва.

Хедлайнером мероприятия стала непревзойденная Grace Jones, звезда мирового масштаба, над которой, казалось, не властно время.

Табачный бренд Parliament, наконец, раскрыл интригу сейфа, так долго витавшую в воздухе столицы — внутри «скрывался» произведенный в Швейцарии Parliament Carat, созданный для тех, кто привык к искусству жить на карат достойнее!

Портал Мирославы Думы, BURO 247, отпраздновал свой выход на международную арену, позволив модникам других стран окунуться в мир роскоши, последних тенденций светской жизни и гламура.

Среди гостей праздника были Рената Литвинова, Ксения Собчак, Ксения Чилингрова, Андрей Бартенев, Ульяна Сергеенко, Светлана Бондарчук и многие другие.



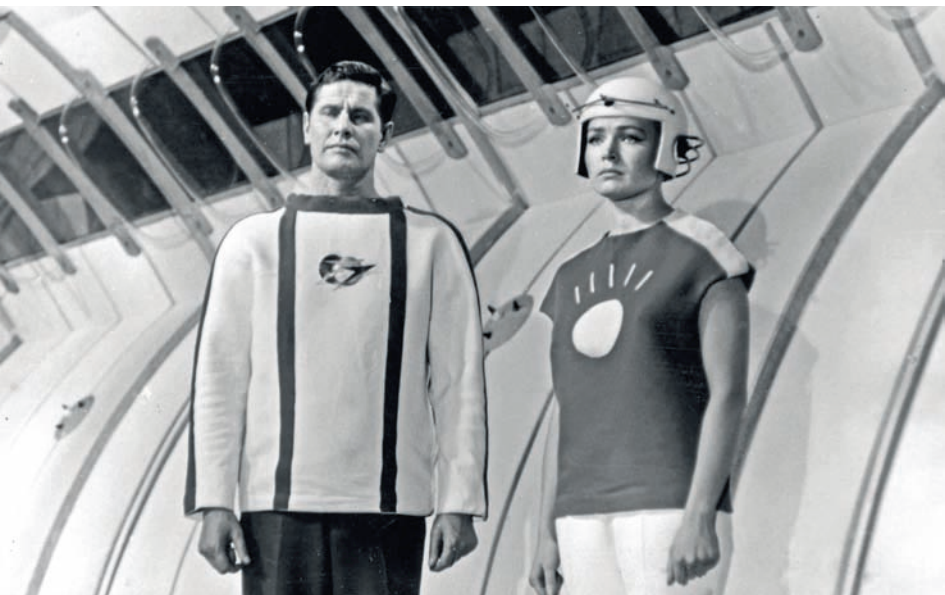
КУРЕНИЕ УБИВАЕТ



Немая антиутопия
«Метрополис» (1927) —
финал немецкого
киноэкспрессионизма



«Аватар» (2009) Джеймса
Кэмерона. Инновационные
технологии, задействованные
в фильме, оказывали
невероятное влияние
на зрителей



«Туманность
Андромеды»
(1967) — советский
широкоформатный
фантастический
фильм. Земные
сцены картины
снимались
в пионерском
лагере «Артек»



Милла Йовович
в роли Лилу.
«Пятый элемент»
(1997) Люка Бессона

Кукла кукле рознь. В «Метрополисе» (1926) Фрица Ланга безумный гений Ротванг создал женщину-робота, которой придал облик учительницы Мери (Бригитта Хельм). Выдавая себя за Мери, заступницу за рабочих, она должна была призвать их к покорности, но вместо этого, опьяненная всемогуществом, разожгла мятеж, едва не погубивший мир будущего.

От Мери генеалогическая линия тянется к такой же хромированной и смертоносной арийской бестии, покрытой миметическими сплавами, — к Терминатрикс (Кристанна Локен), палачу из будущего в «Терминаторе-3» (2003) Джонатана Мостоу. Она столь модифицирована, что провоцирует на обидное сравнение с кухонным комбайном: в идеальное тело встроены не только плазмаизлучатель и огнемёт, но и дрель с циркулярной пилой.

Нет, такие куклы мужчинам будущего не нужны, хотя они всего лишь зеркально отражают их образ идеальной женщины. Поэтому кино возлагает решение бытовых проблем типа спасения человечества на живых женщин в стиле «солдата Джейн» — лейтенанта Рипли (Сигурни Уивер) из саги о Чужом или Сару Коннор (Линда Хэмилтон) из эпоса о Терминаторе. Им некогда докапываться до мужчин: успевай следить, чтобы огнемёт не заржавел. Они и к парикмахеру не ходят: не дай бог Чужой в драке в причёску вцепится.

Вот бы кто-нибудь снял фильм, где «рипли» повернут оружие против «внутреннего

врага» и покажут мужикам, расслабляющимся с идеальными куклами, кто в доме хозяин.

Тем более что мужчины мира будущего забыли о будущем мира. Куклы не способны к деторождению. В романе Гора Видала «Калки» аватар богини Лакшми уничтожает человечество, рассчитывая, что считанные избранные положат начало новой расе. Увы, у мужчин и женщин разнятся резусы крови, что делает размножение невозможным.

Герой Чарльза Буковски («Истории обыкновенного безумия», 1983) встретил идеальную женщину, живущую во всех смыслах слова в любви и согласии со всеми божьими тварями. И родился у них сын. «Я взглянул на ребенка: невероятно, с медицинской точки зрения невероятно, — это был тигр, медведь, змея и человек. Это был лось, койот, тигр и человек. Он не плакал. Он смотрел на меня и узнавал, а я узнавал его. Это было невыносимо: Человек и Суперчеловек, Супермен и Суперзверь. Пронзительно закричали сестры. Три люминесцентные лампы выпали из цепей и рухнули на младенцев. Сестра стояла, держала на руках моего ребенка и улыбалась, когда на город Сан-Франциско упала первая водородная бомба».

Сан-Франциско, конечно, жалко, но должен же мужской мир ответить за то, что населил будущее тугоплавкими куклами, которым не позволено регулировать даже степень собственного «существа».

«Роскошь — она не для всех»

Сидни Толедано, Dior



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

АРХИТЕКТОРОМ
НОВОГО МИЛАНСКОГО
БУТИКА СТАЛ ПИТЕР
МАРИНО

Сидни Толедано руководит Christian Dior больше 18 лет. Он родился в Касабланке, учился в Париже и повидал на своем люксовом веку немало знаменитых кутюрье, работавших для Dior. Мы встретились с ним по случаю открытия нового бутика в Милане и воспользовались случаем, чтобы поговорить о настоящем и будущем знаменитой марки.

— В чем культура помогает кутюрье?

— Лучший пример — наш основатель Кристиан Диор. Он хотел стать художником, отец хотел сделать его чиновником, в итоге он так и не учился ни моде, ни рисунку. Но он был талантливым и дружил с самыми великими художниками своего времени, вся его жизнь была освещена тем вдохновением, которое ему давало искусство.

— Многие марки носят имена своих создателей. Что осталось от Кристиана Диора, французского кутюрье второй половины XX века, в огромном международном модном доме, которым вы управляете?

— Я прожил в этом доме больше 18 лет, и не было дня, когда бы я не чувствовал присутствие Диора. Его воспоминания я перечитывал тысячу раз. Это моя настольная книга. Но не для того, чтобы гадать о том, что бы он сделал на моем месте, — все-таки мир очень изменился. А для того, чтобы понять его систему ценностей. Они совершенно современны. Женственность во главе угла — как цель и средство. И бесконечное внимание к мастерским и ремеслам. Его отличало удивительное уважение к своим мастерам, он как будто бы говорил этим, что без них он не был бы Диором. Так вот это сохраняется. Никто из его последователей — ни Раф Симонс, ни Джон Гальяно, ни сам Сен-Лоран, никто не мог бы делать моду без них.

Я даже не говорю о том, что его наследие все так же важно для наших современников. Это и в самом деле живой диалог. Взять хотя бы New Look. Все были счастливы, когда

Раф Симонс открыл свое первое дефиле новой интерпретацией этого стиля. Именно новой — я думаю, сам Диор не одобрил бы буквальное воспроизведение. Он сказал бы: «Дорогой Раф, я ждал от вас большего!» Мне кажется, что в 2012 году мы как никогда близки к Диору.

— Когда я думаю о его New Look и эстетической революции 1947 года, я задаю себе вопрос: неужели нужна была мировая война, чтобы люди оценили и страстно захотели эту моду?

— Я был рожден после войны. Но я знаю, что мои родители были помечены ею навсегда. Они научились ценить жизнь, они были отмечены этой любовью к жизни, которая вдохновляла и окрыляла Диора. Он помогал им найти радость бытия.

— То есть вы тоже считаете, что мода лечит общество, а не портит его.

— Конечно, мода — это нечто искусственное, это не философия и не политика, не физика и не математика, но она усваивает дух времени и переводит его в форму, понятную людям. В этом сила создателя — в умении почувствовать движение листьев в кронах деревьев. Так говорил Кристиан Диор, это не мои слова.

— Вы действительно считаете, что марка должна постоянно двигаться в унисон с музыкой времени?

— Да, и она в постоянном движении со времен Диора. У марки есть своя судьба,



CHRISTIAN DIOR

Открывая этот бутик Dior, мы хотели разделить с нашими клиентами идею того, что кутюр — это прежде всего искусство. Отсюда — работы современных художников, которые включены в интерьер. Отсюда — сложный серый цвет, благородный фон, напоминающий о XVIII веке. Это цвет Парижа, цвет парижского неба. Конечно, это не художественная галерея, но это

интерьер, который позволит нашим клиентам, выбирая платье или сумочку, встретиться с настоящими произведениями искусства — не только кутюра, но и живописи, скульптуры, дизайна

и мы только разделяем ее путь. Нельзя сопротивляться этому движению, этим переменам, нужно помогать им, пусть интуитивно — и, прислушиваясь к этой музыке, всегда опираясь на лучших исполнителей, настоящих мастеров.

— Но есть же, наверное, рамки, пределы, есть вещи, которые марка все-таки не может себе позволить?

— Конечно, нельзя брать за все на свете. Это верно для режиссера, для художника, для писателя. Это верно и для модного дома. Есть вещи, которые марка не должна делать.

— Например? Вы же делаете все — от ювелирных украшений до ботинок...

— Например, автомобили — это точно не наше. А обувь? Напомню вам, что именно Кристиан Диор начал делать обувь для своих первых дефиле. И у него, как я вам уже говорил, был талант окружать себя лучшими из лучших. Для обуви он позвал не кого-нибудь, а Сальваторе Феррагамо! Сам

Диор не был ювелиром, не делал бриллиантовых парюр, но создавал украшения для своих показов. И вот теперь за ювелирные украшения Dior отвечает Виктуар де Кастельян. Я люблю машины, но что же это нужно за гений механики, который будет конгениален Dior?

— Определение роскоши универсально или есть роскошь французская, русская, американская?

— Нет, это универсальное определение. Я рожден в Африке, жил и в Азии, и в Америке, и на Ближнем Востоке, и в Европе — смысл роскоши всюду одинаков. Роскошь — это желание, страсть, ей учатся, и появляются люди все более требовательные и изощренные. Другой вопрос — доступ к роскоши.

— Модные марки стараются расширить круг потребителей, вовлечь больше новых клиентов, то есть сделать роскошь более доступной.

— Я против этой идеи. Роскошь — она не для всех. Если вы всем доступны, значит, вы не столь качественны. Не верю, когда мне рассказывают, что качество может быть дешевым. За всем стоит работа, люди, а человеческий труд драгоценен. Наши мастера учились у своих родителей, они представители династий, столь же древних и почетных, как королевские.

— Как вы реагируете на появление новых рынков вроде России — огромной страны, которая 70 лет не покупала Dior?

— Даже в те времена мы чувствовали настоящее желание русского мужчины быть элегантным и русской женщины быть красивой, как она того заслуживает. И, когда ситуация изменилась, мы оказались одной из первых великих марок, пришедших в Россию. Мы были счастливы видеть, как изменились русские женщины, как их красота расцвела в обрамлении наших вещей. Их вкусы, их манеры тоже дали нам импульс в работе. Я им за это очень благодарен.

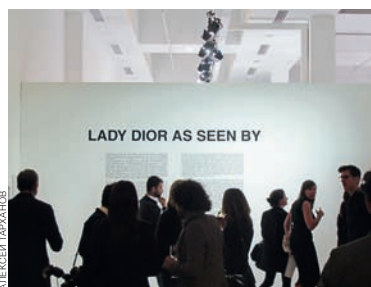
Беседовал Алексей Тарханов

Сумка слагаемых «Lady Dior As Seen By» в Милане

Алексей Тарханов |



КЕНГО КИТО,
«ПОВЕРХНОСТЬ
LADY DIOR», 2012



ЭКСПОЗИЦИЯ В ТРИЕННАЛЕ
ПОСТРОЕНА ВОКРУГ ОДНОГО-
ЕДИНСТВЕННОГО ПРЕДМЕТА —
СУМКИ LADY DIOR

ЮНАС ОКЕРЛУНД,
«БАНДА», 2011

ВЫСТАВКА «Lady Dior As Seen By» — тематическая. Такие при советской власти устраивали в Манеже, тщательно определяя очередную тему: «Под майским небом родины», или «На страже мира и покоя», или «Отечество славим трудом».

Положим, от названий сводило скулы, но любой проход по выставке демонстрировал, что не в названии дело, а в художнике. Не в его верности социалистическому реализму, а в собственной мере таланта и верности ему. Хорошему художнику можно дать любую тему, а он станет говорить о своем. Больше всего обнаженной натуры находилось «Под мирным небом», «На страже» стояли замечательные образцы почти американского гиперреализма, а «Отечество» славили с поп-артистским задором.

Оттуда мною был вынесен урок, что тема для хорошего художника — не обуза, а предлог для высказывания. И я каждый раз думал тогда, что же произойдет, если дать художнику не мучительную духоподъемную муру про мир-труд-май, включающую все на свете и еще немножко, а какую-нибудь очень простую идею. Быть может, даже всем известный предмет, чтобы художники не просто рассказали о нем, каждый в доступной себе манере, но еще и вступили между собой в соревнование: кто сделает это веселее, острее, страннее, доступнее, запутаннее.

Во дворце Триеннале в Милане я понял, что очутился на выставке, построенной по тому самому принципу. Передо мной была тематическая экспозиция вокруг одного-единственного предмета — сумки Lady Dior.

Конечно, предмет этот не такой уж простой, потому что культовые вещи простыми не бывают. Тем более дамские сумочки — самые дорогие и желанные объекты моды. Символы. Знаки. Среди них есть и настоящие дизайнерские шедевры, известные так же хорошо, как и знаменитые модели автомобилей.

Многие считают, что среди прочих знаменитых дамских сумочек очертания Lady Dior более всего напоминают о силуэтах new look, которые Кристиан Диор показал миру в 1947 году. Возможно, в ее силуэте и есть намеки на женскую фигуру с узкой талией и широкой юбкой, не доходящей на 40 см до пола, но сама сумка родилась в 1995 году, через 48 лет после знаменитого парижского показа и через 38 лет после смерти великого кутюрье. И важнее даже не то, на что она похожа, а как спроектирована. Простой рисунок. Геометричный абрис. Любой материал, любая кожа — от теленка до аллигатора, от страуса до питона. Правильные пропорции кожи и стали, отличное внутренне устройство: сумка, выглядящая открытой, имеет внутрен-

нюю застежку-молнию, преграду, опущенную вниз от краев, — та же юбка, но повернутая вверх. Про Lady Dior рассказывают, что Бернадетт Ширак подарила эту сумочку принцессе Диане. Lady Di носила ее так часто и так охотно покупала новые ее варианты, будто бы сумка и вправду была придумана в ее честь.

Настоящая, как принято говорить, «икона» стиля. К таким иконам, сохраняющим свою силу уже более полувека, в мире моды относятся с большой почтительностью. Тем более удивительна идея предложить ее художникам в качестве темы для работы. Вы скажете: «Ведь это чистая реклама!» Да, конечно, если просто назвать тему, это похоже на рекламу, но вот трактовка этой темы ничуть не рекламна, потому что оставлена целиком и полностью на усмотрение художников. Никто и никак не следит за тем, чтобы к глубокоуважаемой сумке подошли с партийной серьезностью и воспели ее так, как воспевали у нас когда-то мир, труд и май.

Взять хотя бы огромное фото Игги Попа, наряженного в женское платье и на каблуках с «иконой стиля» в руках. Или не меньшего размера работу Эллен фон Унверт, где обнаженная модель держит Lady Dior между раздвинутых ног, заставляя вспомнить о фрейдистском толковании созидательной силы дамской сумочки. Я думаю, если бы идеологический совет манежной



СЛЕВА ОТ ФОТОГРАФИИ МИКАЭЛЯ ХАНССОНА «ИГГИ ПОП» (2011) — РАБОТЫ БИТЫ ФАЙАЦЦИ И ВЕНСАНА БОРЕНА («ЛСД», 2010)

«РЕСАЙКЛ», HEDGE BAG, 2011



ВСЕ ЭТО НАПОМИНАЕТ не просто о моде и не просто о сумке. Это выставка про то, как люди приходят к моде

выставки пришел принимать работы, он завернул бы половину из них за то, что важнейшая идеологическая тема раскрыта с иронией и без придыхания.

Почти восемьдесят вариантов Lady Dior были показаны на этой выставке. Авторы — художники, фотографы, скульпторы, дизайнеры. Из разных стран, в том числе и из России, которую представляли группа «Ресайкл» (художники Андрей Блохин и Георгий Кузнецов) и архитектор, художник и модельер Ольга Солдатова. Очень разные работы, показывающие, в частности, на что нам нужны художники, способные одну и ту же вещь увидеть с восьмидесяти точек зрения.

Среди них были произведения с более дизайнерским подходом, которые трансформировали сам предмет благодаря изменению раз и навсегда установленной техники кроя и сборки или применению неожиданных материалов. Как PixCell-Bag, собранная Кохэем Навой из пузырей молочного стекла или войлочная сумка «Валенок» Ольги Солдатовой — «для русской зимы».

В некоторых случаях эти работы могли бы даже дать идею для новых авангардных вариаций Lady Dior. Например, светящаяся, как витраж, сумочка Кенго Кито «Поверхность». Или наоборот, показать категорически невозможные варианты — вроде сумки Биты Файацци из

керамической мозаики, сделанной в форме человеческого торса.

Другие работы на выставке выглядели сюрреалистическими. В них Lady Dior превращалась в агрессивную современную скульптуру. Как сумка с лампочками на боку у Луки Тревизани (она так и называется «Lady Light Shades»). Или сумка Николаса Милэ, в которой размещены крошечные существа. Или сумка с живой мухой, ползающей под вмонтированной в Lady Dior огромной лупой («Bug's Bag» Паолы Петробелли). Были и вещи, отсылающие к скульптуре классической, вроде высеченной из мрамора «Danaid for Dior» Олимпии Скари или собранной из ярко-алых росчерков конструкции Арне Кинзе, напоминающей о графике советского конструктивизма.

Это один подход: трансформация предмета. Но есть серия работ, в которых Lady Dior, не изменяясь, становится действующим лицом. С ней фотографируются, она предстает то главным героем, мифологическим (Ледой рядом с лебедем) или современным, сопровождая женщину в разных городских ситуациях. Ее поднимают над колючей проволокой как символ свободы, ее держат в руках персонажи с лицами, закрытыми масками, с ней снимаются обнаженные манекенщицы.

Все это напоминает не просто о моде и не просто о сумке. Это выставка про то, как

люди приходят к моде. И главное произведение здесь — работа группы «Ресайкл». Сумка Lady Dior разлетается на куски, как граната-лимонка, разорванная прямо по стежкам кожи с плетением Cannage.

Перед нами целое произведение, разрушенное, разъятое на составные части. Но можно это воспринять и по-другому: как момент перед ее созданием, как воображаемый конструктор, существующий пока только в воображении художника. И тогда это не момент уничтожения, а момент созидания. Составные части вот-вот соберутся в единую вещь, равно любезную и классикам, и авангардистам, точнее авангардисткам. Так происходит с вещами, так происходит и с художественными биографиями, в которых клочки желаний собираются в стройное здание моды.

Так было с самим Кристианом Диором, который начинал как художник и галерист, выставял Матисса и Пикассо, водил дружбу с Кокто и Жакобом, начинал рисовать в журналах, проходил через чужие славные дома, готовясь к открытию своего собственного Christian Dior, который и при нем, и после его смерти всегда управлялся художниками. И эти художники делали самые разные и неожиданные вещи на всего лишь одну раз и навсегда заданную тему — женского тела и женского удовольствия.



АРНЕ КИНЗЕ, «БЕЗ НАЗВАНИЯ», 2010

«Создание платья — процесс ювелирный»

Альберта Ферретти о практичном романтизме



ALBERTA FERRETTI,
ВЕСНА-ЛЕТО 2013

«Королева шифона», итальянский дизайнер Альберта Ферретти, представила в Петровском пассаже ретроспективную выставку платьев.

— По какому принципу вы отбирали предметы для московской выставки Albertha Ferretti?

— В первую очередь это платья, которые носили кинозвезды на красных ковровых дорожках. Проще говоря, эту коллекцию можно назвать Red Carpet. К платьям знаменитостей я добавила платья из нашей свадебной линии Sposa, которая много лет пользуется большим успехом.

— Ваш стиль принято называть практичным романтизмом. Вы используете строгие, четкие формы ар-деко, которые наполняете романтическим, женственным содержанием. Как вам удается сочетать два разных стиля?

— Во всем нужно соблюдать равновесие. Например, моя знаменитая коллекция «Великий Гэтсби» — это после нее все стали говорить о том, что я являюсь поклонницей стиля ар-деко, — была успешной как раз

потому, что ее вещи были хорошо, если не сказать, идеально сбалансированы. В тех вещах была очень жесткая форма и нежные материалы. Таким образом, все без исключения предметы оказались выверенными. Создание платья — это тончайший, почти ювелирный процесс. Многие я меняю по ходу подготовки коллекции, несмотря на то что с самого начала хорошо представляю себе будущую вещь. Я всегда вижу цельный образ, но в процессе его воплощения перебираю многие материалы, долго ищу нужную отделку.

— Кроме упомянутых эпох романтизма и ар-деко, какие вам наиболее близки?

— Мне нравятся очень разные эпохи. Это, разумеется, итальянское Возрождение, эпоха авангардного итальянского футуризма и новеченто. Возрождение дает мне невероятное ощущение свободы, дает раскованность, художественную смелость. Радикальный футуризм благоприятствует экспериментам, в первую очередь с формой. Стиль новеченто, который когда-то, в конце 1920-х годов, стал синонимом итальянской неоклассики, возвращения



ALBERTA FERRETTI.
ВЕСНА-ЛЕТО 2013



к истокам после десятилетия авангарда, также важен для меня, ведь я стараюсь создавать вещи классического облика. Для меня также очень важно, что все наши коллекции производятся только в Италии, они имеют законный лейбл «Made in Italy». Сегодня это имеет огромное значение, так как говорит не только об итальянских корнях дома, но и о высоком качестве вещей — даже в условиях промышленного производства. Ярлык «Made in Italy» помогает нам, итальянским домам моды, сохранять ДНК. Дом Alberta Ferretti — это не европейский дом моды, а итальянский. Я всегда это подчеркиваю. Так же, как итальянские производители вина или сыра всегда стремятся подчеркнуть, что они из Тосканы, Ломбардии или же из Пьемонта. Сегодня в условиях глобализации сохранение идентичности, национальных корней невероятно важно.

— Коллекция «Великий Гэтсби» была вдохновлена коктейльной эпохой — временем джаза, светских удовольствий. Почему времена сладкой жизни, *dolce vita*, остались позади?

— Конец таких сладких времен — здесь можно вспомнить и эпоху итальянской *dolce vita* 1950-х годов, и расцвет римской киностудии Cinecitta — связан с тем, что элита стала более массовой. Если раньше круг тех, кто мог позволить себе покупать дорогие часы, ювелирные украшения или яхты, был очень узок — это была аристократия или крупная буржуазия, то сегодня купить вещь, символизирующую роскошную жизнь, могут многие. Это, кстати, совсем неплохо. Ведь устойчивый спрос на роскошь позволил появиться на свет и процветать очень многим итальянским маркам. Маленькие ателье превратились в большие фабрики, а ремесло стало индустрией. Я не вижу ничего плохого в том, что современная мода является бизнесом. Это вовсе не значит, что модные вещи не являются качественными. Напротив, очень интересно держать высокий класс при больших объемах производства. Это настоящий драйв.

— Кстати, расскажите, как вы стали обладательницей необычной яхты? Я имею в виду «Прометей», который когда-то был советским ледоколом.

— Я искала небольшую яхту, а нашла целый корабль. «Прометей» был построен в 1956 году, я увидела его в одном из портов Хорватии. Все интерьеры «Прометей» я придумала сама: получился микс разнообразных стилей — от североафриканского до индийского. Теперь это никакой не ледокол, а роскошный и большой плавучий дом. Я путешествую на этой яхте по Средиземному морю. Часто мой «Прометей» становится местом проведения грандиозных вечеринок — особенно во время кинофестивалей в Канне и Венеции. Я всегда с радостью и гордостью принимаю у себя гостей: на палубу моего «Прометей» поднимались Ричард Гир и Скарлетт Йоханссон.

— Вашим любимым материалом является шифон. Почему именно он?

— Это очень текучий, пластичный материал, который позволяет создавать новые объемы. Применять его можно по-разному: он подходит и вечерним платьям, и платьям для коктейля, и дневным блузкам. К тому же шифон прекрасно держит цвет, даже самые сложные пастельные оттенки.

Беседовала Екатерина Истомина

«Я сделал многое, чтобы публика полюбила легкие меха»

Ив Саломон о моде на мех



МОИ ЛЮБИМЫЕ МЕХА — соболь, норка, каракульча

Меховщик в третьем поколении, внук русского эмигранта Григория Саломона Ив Саломон открыл свой магазин в «Берлинском доме». Президент дома Yves Salomon уверен, что очень хорошо знает Россию: в первый раз он побывал в Ленинграде в конце 1960-х годов.

— Вы потомственный меховщик. Хотели ли вы в детстве заниматься этой работой?

— Нет, я стал меховщиком по просьбе отца. В детстве и в юности я мечтал быть театральным актером, мечтал играть на сцене «Комедии Франсез». Но мой отец — а это был строгий человек — сказал, что никакой сцены не будет! Протестовать, бороться с его решением я не захотел, все-таки у нас семейный бизнес, фамильное дело. Так я стал меховщиком и никогда не жалел об этом. Я продолжаю любить театр, и, кстати, несмотря на то, что я почти не знаю русского языка, мне очень нравится русский театр. Мой любимый русский драматург, конечно же, Чехов. Чехов и Мольер — вот два драматурга, благодаря которым я хотел когда-то играть на сцене. Полагаю, что я был бы хорошим действующим Ваней.

— Можно ли сегодня говорить о том, что меховой бизнес — это модный бизнес?

— Он стал модным бизнесом именно благодаря нашей марке. Раньше меха не были частью модного процесса. Все-таки шуба из соболя — это классическая вещь, вещь, сшитая из очень дорогих материалов, с которыми было не принято экспериментировать. Но модная индустрия с начала 1980-х годов развивалась очень стремительно: появилась мода на определенные украшения, на определенные часы, на разного облика автомобили. И появилась мода на сезонные меха. Я сам сделал очень многое, чтобы публика полюбила легкие, модные, актуальные меха, которые можно было бы менять от сезона к сезону. В сущности, именно я изменил представление о том, что шубу нужно покупать раз в десять лет. Если у вас есть деньги, если вы хотите быть модной, то меха можно покупать хоть каждый месяц.

— В чем разница между классическим мехом и модным?

— Классическая шуба в подавляющем большинстве случаев сшита из одного меха. Например, из соболя или из каракуля. Модная шуба — это сочетание различных материалов. Это игра в комбинации. Замша, кожа, тесьма, шелк, шифон. Комбинируя разные материалы, я создаю костюм, а не просто вещь. В наших коллекциях есть маленькие куртки, пончо, жакеты, жилеты, вязанные кашемировые вещи с

мехом, аксессуары. И мне важно, чтобы наши меховые вещи всегда имели ярко выраженный характер, чтобы у них был собственный стиль: женственный, по-настоящему французский.

— Есть ли у вас самый любимый мех?

— Одного любимого меха у меня нет. А тройка лидеров выглядит так: соболь, норка, каракульча. Лиса, как красная, так и чернубурка, это фактурный мех. Но, как говорил еще Кристиан Диор, его лучше применять в отделке. То есть делать воротники или манжеты из лисы, но никак не длинные шубы. Невероятно красив каракуль, особенно из Бухары. Кстати, долгие годы каракуль считался очень взрослым мехом, его почти не носили молодые женщины. Но нам, в Yves Salomon, удалось переубедить публику. Наши маленькие пальто из каракуля или каракульчи обязательно сопровождаются отделкой. Это может быть пояс, какой-нибудь оригинальный бант, цветная шелковая подкладка. Я также очень ценю овчину. Это спортивный мех. Мы предлагаем короткие куртки, спортивные пальто из овчины. Кстати, овчина как никакой другой мех демонстрирует текущие тенденции. В этом сезоне доминируют пастельные оттенки, а также белый цвет. К вещам из овчины мы непременно добавляем элементы из металла.

YVES SALOMON,
ЖИЛЕТ ИЗ НОРКИ

YVES SALOMON,
ПАЛЬТО ИЗ НОРКИ
И КАРАКУЛЬЧИ

YVES SALOMON,
ПАЛЬТО
ИЗ КАРАКУЛЬЧИ

YVES SALOMON,
КАРДИГАН
ИЗ КАШЕМИРА
С ВОРОТНИКОМ ИЗ ЛИСЫ

YVES SALOMON,
ПАЛЬТО ИЗ КАРАКУЛЬЧИ

YVES SALOMON,
ЖИЛЕТ ИЗ НОРКИ

YVES SALOMON,
ЖАКЕТ ИЗ КАРАКУЛЬЧИ

YVES SALOMON,
ВОРОТНИК ИЗ ЛИСЫ

— Ваша семья из России, но вы не говорите по-русски. Почему?

— Мой отец говорил по-русски, и дед, эмигрировавший из России после революции, конечно, тоже. К сожалению, у меня не было времени выучить русский язык. Но я много раз бывал в России, в первый раз в Ленинграде еще в конце 1960-х годов. Мы приезжали с отцом на пушной аукцион. Собственно, российская пушная биржа — это и есть самая главная меховая биржа в мире. Мы покупаем там соболя, норку. Самый лучший в мире соболь — это русский баргузинский соболь, ему нет и никогда не будет равных. А говоря о моей связи с Россией, замечу, что у меня дома очень много антикварных вещей, доставшихся мне от деда. Есть, разумеется, самовары, платки, матрешки.

— О каких тенденциях зимнего сезона вы можете рассказать?

— Во-первых, цвета: в этом сезоне главными станут пастельные оттенки, а также белый и коричневый. Во-вторых, короткие пальто и шубы, длина — чуть выше колена, непременно расклешенные. Обязательно приталенные. Словом, никаких шуб в пол. В-третьих, контрастные комбинации. Например, стриженная норка и длинный мех лисы. Или каракульча и мех лапы. По-прежнему в моде короткие меховые куртки на молнии, жакеты с поясом

из тесьмы, кашемировые объемные пончо с капюшонами и пышными меховыми воротниками.

— В России есть давняя традиция носить меха. Есть ли меха или вещи, которые вы назвали бы истинно русскими?

— Это шуба из соболя и это дубленка, вернее, тулуп из овчины. Русские всегда очень ценили большие, тяжелые, длинные шубы. Это объясняется холодным климатом. Конечно, в настоящей русской деревне наши вещи вряд ли смогут пригодиться, но наши продажи в Москве во «Временах года», а также в Екатеринбурге, где мы открыли свой первый российский магазин, показывают, что наши меха хорошо носят в городе. Русские женщины любят в первую очередь темную норку и светлого соболя, чуть меньше — лису. Очень популярны меховые жилеты, жакеты, куртки: русские женщины водят автомобили, и им удобно в таких вещах. Увы, пока я не могу сказать, что русские стали воспринимать меховые изделия именно как модную одежду, как гардероб, который нужно менять. Подход к меху в России все-таки еще довольно консервативен. Я очень надеюсь, что это отношение изменится — с нашей помощью. Моя задача — научить русских новому пониманию меха.

Беседовала Екатерина Истомина

«Я рисую только от руки»

Вероника Этро об исторических орнаментах и минимализме



IMAXTREE



РИА НОВОСТИ

ИДЕЯ СДЕЛАТЬ ЦВЕТОЧНЫЕ ПРИНТЫ

мне пришла в голову в Мадриде в Музее королевы Софии



IMAXTREE

ETRO.
ВЕСНА-ЛЕТО 2013

В конце ноября в парижском магазине Etro на бульваре Сент-Жермен в честь выхода книги «Cachemires la creation francaise» открылась одноименная выставка. Экспозиция была подготовлена домом Etro вместе с автором издания Моник Леви-Стросс, знаменитой исследовательницей и коллекционером тканей.

— Книга Моник Леви-Стросс, рассказывающая об исторических тканях, получилась прекрасной. Не собираетесь ли вы создать собственный музей тканей под брендом Etro?

— Мы бы хотели открыть такой музей, так как очень хорошо разбираемся в тканях, в том числе и в тканях исторических. Многие наши орнаменты вдохновлены рисунками, которые были созданы 100, 200, 300 лет назад. Но, для того чтобы открыть такой музей и дать ему свое имя, нужно проделать огромную исследовательскую и кураторскую работу. Так что мысли на этот счет есть, но вот конкретных планов пока нет.

Что касается книги Моник Леви-Стросс, то я бы назвала ее энциклопедией тканей. Здесь и французские, и итальянские, и турецкие старинные образцы. Кстати,

благодаря книге можно увидеть сколь причудливым образом исторические орнаменты разных стран и даже континентов пересекаются, дублируют друг друга. Посмотрите, например, на эти пышные, полностью распутившиеся красные розы на ослепительно белом фоне, окруженные цветочными венками бежевого и золотистого оттенков. Это старинный французский рисунок. Но как он невероятно похож на рисунки на русских народных платках! Или, например, поразительное сходство турецких и индийских орнаментов... Почти идентичные завитушки, арабески, даже их расположение на ткани почти одинаково.

— Ваша коллекция «Весна-лето 2013 года» выглядит как гимн азиатским национальным костюмам: косой крой, стоячие воротнички, пижамы, кимоно. В ней можно увидеть китайский, японский и даже индийский стили.

— Азия сейчас действительно в моде, но, поверьте, это никак не связано с тем, что китайский рынок является очень важным для любой марки класса люкс. К тому же в вещах будущего сезона есть и костюмы в испанском стиле, так что чисто азиатской я эту коллекцию назвать не могу.

К тому же появление тех или иных тенденций зависит от того, как долго не было представлено этих направлений. Клиенты, которые, положим, десять лет не видели вещей в китайском стиле, в определенный момент начинают скучать по нему. Модные тенденции — это постоянный круговорот. Азия сейчас популярна просто потому, что азиатских костюмов давно не было видно на подиумах. В моде сегодня и графиче-



ские рисунки, очень четкие черно-белые орнаменты. В нашей коллекции показаны вещи с цветными принтами — бабочками, цветами, птицами. Именно вещи с принтами являются знаковыми для всей коллекции. Идея сделать такие принты пришла мне в голову в Музее королевы Софии в Мадриде. Именно там я вдруг поняла, как это чудовищно неправильно создавать моду, работая на компьютере. Я рисую только от руки, пусть даже этот процесс занимает больше времени, чем работа на компьютере. Мода для меня — настоящая живопись. И это не фигура речи, не просто красивая фраза. Это самый настоящий творческий метод. Мода должна оставаться произведением, к которому ее создатель прикладывает руку, а не кнопку от ноутбука.

— Несмотря на очевидное азиатское влияние, ни один предмет из коллекции предстоящего весенне-летнего сезона нельзя назвать национальным в чистом виде...

— Разумеется, это очень тщательно сделанный микс. Мы в Etro не минималисты, мы делаем полностью противоположные минимализму вещи. Те, кто исповедует минимализм, могут позволить себе оставаться в рамках одного силуэта и скромной гаммы цветов. Их главная задача — очищать костюм от всего лишнего, наносного, как им кажется. У нас же совершенно противоположные цели, и отчасти мы пропагандируем принципы барокко, то есть стилистическую сложность, перегруженность, насыщенность цветами и деталями. — Но в весенне-летней линии есть вещи, которые определенно намекают на

минимализм. Например, черно-белые костюмы.

— Черно-белая графика — это важная тенденция. Но в нашем случае это не минимализм, а уж скорее ар-деко, то есть симметричная, с четко заданной формой одежда. Наши черно-белые вещи абсолютно лишены внутренней напряженности, столь свойственной классическому минимализму. Минимализм интересуют линии, нам важнее объем и форма.

— У Etro есть линии мужской и женской одежды, а также коллекции аксессуаров, духов и предметов гардероба. В вашем миланском офисе я видела даже доску для серфинга в фирменных принтах Etro. Не думаете ли вы о создании коллекции детской одежды?

— Детская линия Etro — это вопрос времени. Открывать новую линию всегда сложно: необходимо создавать новую структуру, открывать дополнительные офисы. Это сложные организационные процессы, это иного рода дистрибуция. С другой стороны, мы понимаем, что детские коллекции нам очень важны. Если вы помните, когда-то мы уже делали одежду для мальчиков в возрасте от 4 до 12 лет, но тогда ее было немного. Сейчас нам нужно вернуться к этому, но создавать уже полноценные детские коллекции.

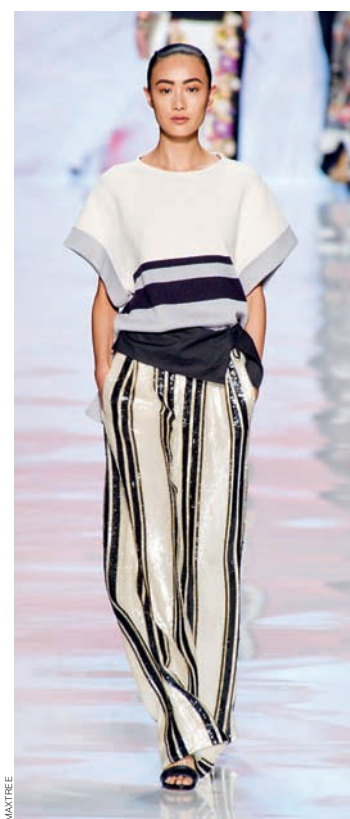
— В этом году дом Etro отмечает десять лет присутствия в России.

— Мы рады, что уже отметили такой большой юбилей. Вечеринка на Даниловском рынке, организованная Bosco в середине сентября, оказалась по-настоящему семейным праздником

Беседовала Екатерина Истомина



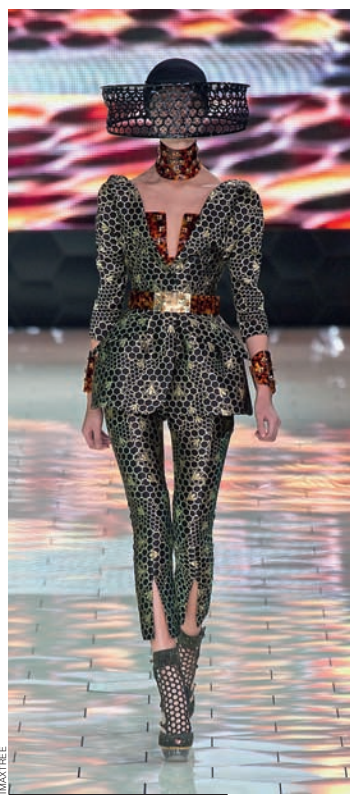
ETRO, ВЕСНА-ЛЕТО 2013



Вперед в прошлое

Футуризм в коллекциях весна-лето 2013 года

Марина Прохорова



ALEXANDER McQUEEN



FENDI



BURBERRY

НОВОЕ тысячелетие — новые надежды, так что футуристический тренд является, как ни странно, одним из самых традиционных в моде. И больше всего он напоминает нам о прошлом столетии.

Будущее нам неизвестно, и его образы создаются из наших собственных фантазий. Как известно, человеческое воображение работает прежде всего с реальностью. И оно составляет все самые фантастические образы как конструктор, из знакомых деталей, — примерно так, как возникали в Средние века образы всевозможных василисков, химер, сфинксов и горгулий.

Основа футуристических нарядов — это преимущественно экзотическая национальная одежда и воинские доспехи. Конечно, это костюмы, переведенные на современный язык, спроектированные с учетом новейших технологий из высокотехнологичных материалов.

Прежде всего доспехи — потому что они базируются не только на исторических примерах, всяческого рода рыцарских латах, но и на реальных скафандрах пилотов и космонавтов, на боевом снаряжении современных пехотинцев и полицейских спецназа. Конечно, такие доспехи просто необходимы для участия в многочисленных звездных войнах.

А выполненные из наисовременнейших материалов церемониальные одеяния, желательны восходящие к самым

традиционным и старинным, то есть имеющим наименьшее отношение к современной действительности, культурам — это романтические одеяния инопланетянок и имеющих земное происхождение повелительниц космоса. В их основе кимоно и самурайские панцири, египетские и византийские жреческие хламиды, балахоны и маски африканских вождей.

Разумеется, эклектическое соединение костюмов разных эпох и социальных слоев приветствуется. Но общее впечатление от наряда должно оставаться цельным, очищенным от налета старины.

Будущее не разглядеть, и поэтому футуристическая мода пишется крупными мазками, она монументальна, как космический лайнер. Кроме того, огромное значение для футуристического стиля имеет кинематограф — только он позволяет увидеть будущее невооруженным взглядом. А поскольку главные футуристические фильмы снимались в эпохи наибольшего интереса к теме будущего, во время технологических прорывов и революционных общественных изменений, существуют и основные, наиболее важные для нынешнего футуристического стиля периоды XX века.



SALVATORE FERRAGAMO



CHALAYAN



SPORTMAX



MARNI



MOSCHINO



PRADA

ЭТО ЭПОХА 1920-Х:
конструктивизм и супрематизм,
«Аэлита» и «Метрополис»

ОСНОВА ФУТУРИСТИЧЕСКОГО
КОСТЮМА — экзотическая
национальная одежда и доспехи





Во-первых, это 1920-е, конструктивизм и супрематизм, эмансипация и всеевропейская травма после войны и революции. Протазановская «Аэлита» и ланговский «Метрополис». Жесткие, часто объемные жреческие одеяния, видоизменяющие или просто скрывающие естественные пропорции человеческого тела, пронзительно яркие цвета и крупные контрастные рисунки — они дополнительно путают пропорции и заодно помогают держать дистанцию, как яркая расцветка ядовитых насекомых. Супрематические и конструктивистские наряды навсегда стали источником вдохновения для футуристической моды. Но с очень важным уточнением. От сезона к сезону даже прочно вошедшая в нашу жизнь футуристическая мода немного меняется. И в первую очередь эти изменения касаются создаваемых образов.

Все просто — грядущее находится в противофазе с настоящим. То есть когда в мире более или менее царит благоденствие, футуризм для остроты ощущений жесток и агрессивен, в эпоху же кризисов он вселяет надежду на светлое будущее. Так что футуристические вещи грядущего сезона в связи с тревожной политической и экономической обстановкой в большинстве



своим весьма оптимистичны. Объемные наряды скорее струятся, чем топорщатся, блестящие ткани прозрачны, как радужные стрекозиные крылья.

Вторая, не менее важная составляющая футуристического стиля — это мода 1960-х годов: Андре Курреж и Пьер Карден, отважная космическая завоевательница любви Барбарелла в костюмах Пако Рабанна. Эти наряды преисполнены юности, оптимизма и энергии — космос совсем близок, а сексуальная революция позволяет легко пережить тот короткий промежуток времени, который нужен человечеству для покорения Вселенной. Конечно, супрематическая манера работать с цветными крупными геометрическими узорами по-прежнему важна для футуризма 1960-х. Но это мода не для защиты и нападения, мода не воинов, но исследователей, энергичных и неленивых, преисполненных жажды деятельности. Ее основа — униформа космических пилотов и стюардесс, а также комендантов орбитальных станций. Главный силуэт — узкий тюбик, главная длина — мини, главные цвета — флуоресцентные. И даже сами доспехи теряют агрессивность — они нужны не для боев, а для создания эротического настроения. Это скромные по размеру латы для самого неж-



ФУТУРИЗМ ВЫДАЮТ

сложные конструкции и крой



В НЕМ СТАЛО МЕНЬШЕ ДРАМАТИЗМА
и тем более агрессии. Футуризм
перестал быть исключением и стал
актуальной деловой одеждой



ного варианта БДСМ, то есть микромини и купальники из кожи с блестящей фурнитурой, скорее пайетками и стразами, чем заклепками.

Футуризм 1960-х и оказался самым главным для наступившего сезона. В тренде успешные топ-менеджеры дальних планет и мегаполисов будущего. Лаконичные, очень простые и внятные по силуэту топы, узкие брюки, юбки мини и юбки миди имеют довольно жесткий силуэт. Но при этом они подчеркнуты легки. Ведь главный материал сезона, в различных вариантах используемый во множестве дизайнерских коллекций, — это блестящая и яркая органза в прозрачную и непрозрачную клетку. Совершенно невесомая, по замыслу дизайнеров не столько одевающая тело, сколько создающая вокруг него виртуальную ауру. Почти лишенную кокетства — за эротический стиль в футуристической моде по-прежнему отвечают гибриды купальников и гладиаторских лат.

Вскоре поменялось время, и футуризм поменялся вместе с ним. Поскольку будущее перестало казаться безусловно лучезарным, футуризм вновь стал антиутопическим. Для представительниц инопланетного разума — этническая одежда сельских колдуний и средневековые наряды высшей знати. Для сильных мира сего — почти пародийные в своей пышности мундиры. Для борющихся за свое счастье угнетенных — жесткий минимализм в духе 1990-х и рабочая одежда. Для героинь,

воплощающих страсть, — максимально открытые доспехи, только более жесткие и геометризированные. Поздний футуристический стиль оказал на моду этого сезона не меньшее влияние, чем стиль 1960-х.

В нем не слишком много драматизма и тем более агрессии. Он перестал быть исключением и стал актуальной деловой одеждой. Жакеты и топы с широкими угловатыми плечами, заутюженные сложные драпировки практически в технике оригами, очень уверенные цельные силуэты и чуть преувеличенные, придающие фигуре значительные пропорции в сочетании с яркими цветками, черным и белым, металлическим блеском — это и есть минималистический футуризм сезона. Это не слишком мягкий, очень самоуверенный, но при этом лишенный воинственности образ.

А вот футуризм в стилистике виртуальной реальности нынешнего тысячелетия только создается. Черно-белые принты сезона напоминают штрих-коды и QR-коды. Отвечающие уже больше пяти лет за связь с современной компьютерной действительностью сложные и многоцветные абстрактные психоделические принты самого виртуального вида поднадоели и поэтому стали чуть менее востребованы, чем в прошлом году. Но зато расцвели компьютерные цветы, столь простые по очертаниям и расцветкам, что их существование невозможно на самой далекой из планет, если только она не придумана в сети.



«Аэлита»



Немая «Аэлита», снятая Яковом Протазановым после возвращения из эмиграции в 1924 году, считается классикой кинофантастики и первым полнометражным фильмом о космическом полете. Костюмы к экранизации фантастической повести Алексея Николаевича Толстого, выполнила культовая художница русского авангарда Александра Экстер. Экстер занималась в большей степени эскизами и проектировкой, а за техническое производство одежды отвечала знаменитый модельер Надежда Ламанова. Конструктивистский стиль «Аэлиты» повлиял на европейский стиль ар-деко.



«вспомнить все»



«Вспомнить все» (1990), фантастический боевик Пола Верховена по рассказу Филиппа Дика, был номинирован на «Оскар» и взял статуэтку в номинации «Лучшие спецэффекты». Впрочем, американская Академия научной фантастики, фэнтези и фильмов ужасов отметила картину премией «Сатурн» и за лучшие костюмы. Со стилистической точки зрения гардероб героев «Вспомнить все» представляет собой отличный микс минимализма и гранжа — двух направлений, которые окажутся важными в 1990-е годы. Таким образом, костюмы из голливудского фильма угадали будущую моду на мировых подиумах.



«барбарелла»



Французский режиссер Роже Вадим снял «Барбареллу» в качестве своеобразного художественного протеста против фантастических голливудских фильмов 1960-х годов. Футуристические костюмы для Джейн Фонда, сыгравшей Барбареллу, придумал Пако Рабанн: они были так необыкновенны, что похожие вещи несколько лет не сходили с обложек глянцевого журналов. Именно этот фильм оказался одним из самых смелых и откровенных в эру сексуальной революции. Кстати, во время съемок «Барбареллы», проходивших в павильонах римской киностудии Dino De Laurentis Cinematografica Studios, между режиссером и актрисой завязался роман, который завершился браком и рождением дочери Ванессы.



«Солярис»



«Солярис» был снят Андреем Тарковским в 1972 году по одноименному роману польского фантаста Станислава Лема и получил специальный приз жюри на фестивале в Канне. Футуризм 1960-х годов, а также стиль хиппи нашли отражение в костюмах героев, особенно в гардеробе исполнительницы главной женской роли Хари, которую сыграла Наталья Бондарчук. Кроме того, в «Солярисе» советский зритель смог увидеть город будущего — некоторые сцены фильма снимались в капиталистическом Токио.

«пятый элемент»



«Пятый элемент», фантастический боевик с элементами комедии, был снят Люком Бессоном на французской студии Gaumont в 1997 году. На момент выхода этот фильм считался самым дорогим из всех картин, снятых когда-либо за пределами Голливуда. Значительная часть денег была потрачена французским режиссером на спецэффекты, которые и сегодня, спустя 15 лет, способны удивить зрителя. Костюмы к «Пятому элементу» выполнил французский модельер Жан-Поль Готье. Стиль «Пятого элемента» — это французский футуризм, не лишенный секс-пильности и щегольства.



ШУБА ICEBERG



БРЮКИ ICEBERG



ТОП KENZO



ПАЛЬТО ERMANNO SCERVINO



САПОГИ PRADA



КУРТКА GIORGIO ARMANI



ТОП GIORGIO ARMANI



КУРТКА KENZO



КЛАТЧ PRADA



БРЕЛОК MOSCHINO



СВИТЕР MOSCHINO



КЕДЫ MIU MIU



БРАСЛЕТ EMPORIO ARMANI



ВОДОЛАЗКА RALPH LAUREN



БОТИНКИ MIU MIU



ШЛЯПА KENZO

«Звездные войны»



Фантастическая эпическая сага Джорджа Лукаса «Звездные войны», работа над которой с огромными перерывами продолжалась почти 30 лет — с 1977 по 2005 год, стала не только явлением кинематографа, но и в пространстве массовой культуры. Доходы от продажи сопутствующих товаров, в первую очередь игрушек и одежды, превысили \$20 млрд. Первые серии «Звездных войн» отлично иллюстрируют стиль хиппи, переложенный на фантастический язык: длинные платья, ленты в волосах, пояса, крупные украшения — только выполненные не из натуральных, а из синтетических материалов.



«Модные тенденции в мегаполисах похожи»

Бруно Зальцер о моде и возрасте



**ФОРМАТ
BLACK TIE**
изменился
за последние
40 лет



ESCADA,
КЛАТЧ ИЗ КОЖИ
И МЕТАЛЛА,
ВЕСНА-ЛЕТО 2013



ESCADA,
ДНЕВНАЯ СУМКА
ИЗ КОЖИ,
ВЕСНА-ЛЕТО 2013

ESCADA,
КОКТЕЙЛЬНАЯ СУМКА
ИЗ КОЖИ И ТЕКСТИЛЯ,
ВЕСНА-ЛЕТО 2013

В этом году модный дом Escada отмечает 20 лет своего присутствия на российском рынке. Президент компании Бруно Зальцер считает, что новые рынки только обогатят старые европейские бренды.

— Что такое немецкая классическая мода и в чем ее отличие от моды французской и итальянской?

— Франция и Италия — это страны, где рождаются тенденции. Это страны моды. Для Германии мастерство исполнения и качество всегда были важнее тенденций. Правда, различий между Парижем, Миланом, Лондоном, Москвой или Берлином становится все меньше. В последние годы и Германия становится важным игроком в модном бизнесе. И Escada — это дом с очень крепкими, по-настоящему немецкими традициями в сфере роскошной вечерней моды. Шикарное вечернее платье или элегантное коктейльное — это главные для нас вещи, несмотря на то что мы производим и деловую одежду, и спортивную, и прогулочную.

— Как изменился формат black tie за последние 40 лет?

— Сегодня выбор того, что можно надеть вечером, шире, чем когда-либо. Раньше не все женщины могли позволить себе покупку вечернего платья. Сейчас одежда для вечера или коктейля доступна на всех возможных уровнях цены и качества. Это важный, если не сказать, главный предмет в коллекции любого дома, любой марки.

— Какие звезды сегодня выбирают платья Escada для торжественных случаев?

— Хайди Клум и Эмма Робертс недавно предпочли платья Escada для появления на красной ковровой дорожке MET Gala в Нью-Йорке. Это важное модное событие, и дом Escada сшил на заказ эксклюзивные платья для двух этих звезд. Когда нужно выбрать

очень торжественный, красивый, величественный наряд для вечера, платья Escada предпочитают Бар Рафаэли, Энди Макдауэлл и Изабелли Фонтана. Принцесса Швеции Виктория — очень преданный клиент Escada. Кстати, именно ее я мог бы назвать идеальным воплощением женщины Escada: она символ блистательной элегантности и чувственной женственности.

— Должны ли европейские дома с большой историей адаптироваться к запросам и вкусам новых рынков, например китайского? Стоит ли сохранять ДНК или нужно меняться?

— В настоящий момент у Escada шесть главных рынков — это США, Германия, Россия, Китай, Япония и Испания. Между тем вкусы и модные тенденции в мегаполисах становятся все более похожими друг на друга. Тренды в Шанхае не сильно отличаются от трендов в Париже или Нью-Йорке. А растающее влияние азиатских рынков на развитие моды и на маркетинг уже не является новостью. Я не думаю, что европейцы непременно обязаны адаптироваться к новым рынкам. Это не является задачей. Влияние Азии на Европу и Америку — естественный процесс. Этого не надо бояться, ведь азиатские страны обладают не только огромными экономическими возможностями. Это страны с богатейшей культурой. Мы ничуть не обеднеем, если поддадимся их влиянию.

— Существует ли для дома Escada проблема старения его клиенток? Когда существует круг преданных покупательниц, но новых не появляется.

— Нет, у нас очень разные клиентки. Мы совсем не возрастная марка. Тем более что возраст сегодня вообще понятие довольно условное. Люди стали больше внимания уделять здоровью, питанию, спорту.

Беседовала Екатерина Истомина

«Я против бега, я за красоту»

Кристиан Лубутен о танце и фетишизме



CHRISTIAN LOUBOUTIN, ОСЕНЬ-ЗИМА 2012-2013



CHRISTIAN LOUBOUTIN, ОСЕНЬ-ЗИМА 2012-2013



AFP

КОГДА ОНА МЕДЛЕННО ИДЕТ

в красивом платье и на каблуках,
мужчина осознает ее красоту
и понимает, почему он ее полюбил

Отметивший этим летом 20-летие собственной марки и задолго до этого юбилея ставший культовой фигурой fashion-индустрии Кристиан Лубутен начал работать для Charles Jourdan, когда ему было 18 лет. Затем он занимался коллекциями обуви для домов Chanel и Yves Saint Laurent. Свой первый бутик Лубутен открыл в 1991 году, когда ему было всего 27.

— Вы столько лет создавали женскую обувь, а недавно стали выпускать и мужскую.

— Даже магазин в Лондоне открыл. На мужскую обувь я долго не обращал внимания, в том числе и на собственную. Но все меняется: мне стало интересно подумать над мужской обувью, а у мужчин появился интерес к тому, что я придумаю. Ну и к тому же вы понимаете, что даже у моих женских коллекций главные поклонники — это мужчины. Во всяком случае именно они чаще всего меня благодарят за то, что в моих туфлях их женщины им кажутся особенно красивыми. Так что я подумал, что пришло время позаботиться и об обуви моих главных поклонников.

— У вас есть модели с красными подошвами, но, в отличие от многих других дизайнеров, вы не предлагаете мужчинам каблуки...

— Это другой красный, более темный и мужественный. А каблуки мужчинам? Вы, наверное, знаете, как я люблю старую знаменитую фотографию Хельмута Ньютона — с обнаженными женщинами в туфлях на каблуках. Так вот, мужчины

и женщины действительно разные. Обнаженная женщина в туфлях — это очень красиво, а голый мужчина в ботинках — глупо. Так и с каблуками. Обувь должна быть красивой и должна украшать того, кто ее носит. А комическое убивает красоту.

— Судя по всему, фетишистский стиль вы используете и в своих мужских коллекциях.

— Заметьте, откровенно фетишистские коллекции, в том числе и наш с Дэвидом Линчем совместный проект «Фетиш», появились после того, как все заговорили о том, что я отношусь к женским туфлям как к фетишу. В принципе, это правда: я страстно люблю обувь на каблуках. Я твердо решил, что буду делать женские туфли, когда мне исполнилось 16 лет. Тогда я прочитал книгу о великом обувщике Роже Вивье и понял, что это моя мечта.

Конечно, все наши пристрастия родом из детства. Я об этом довольно часто вспоминаю. Когда мне было восемь лет, я побывал в Музее искусства Африки и Океании, где был замечательный мозаичный пол. И перед входом в зал висела табличка с перечеркнутой дамской туфелькой — чтобы дамы снимали туфли на шпильках. Моя судьба решилась тогда: мы все понимаем, насколько сладок запретный плод. Вспомнил я про этот случай, кстати, уже совсем взрослым, лет десять тому назад. Как-то я оказался гостем на приеме в одном старинном особняке с прекрасным антикварным паркетом. И женщины на этом приеме тоже ходили босиком. И перед моими глаза-

ми опять возник этот запрещающий знак из детства.

— То есть высокие каблуки вас заинтересовали как табу?

— Как искушение. Я много раз рассказывал про танцовщиц «Фоли Бержер», которым я делал свою первую обувь, для выступлений. Как я разглядывал танцевальные па и шаги, чтобы почувствовать, как сделать удобную и красивую обувь. Но меня вдохновляли и конкретные женские образы. Например, я восхищаюсь Тиной Тернер — как она замечательно перебирает ногами, когда поет. Я все время вспоминаю Дженис Джоплин. Движение, которым она сбрасывала с ног туфли во время концертов, меня просто завораживает. То есть мне нравится обувь в движении. Туфлями можно играть — скидывать их и надевать снова. И конечно то, что обувь можно использовать как игрушку, для меня делает ее фетишем. Кроме того, высокие каблуки — это только для взрослых. Каждая маленькая девочка торопится повзрослеть. Но если детские платья, похожие на платья взрослых женщин, сейчас в моде, в продаже есть безвредная женская косметика, то на каблуках девочка ходить не может, ей это вредно. Поэтому первые туфли на каблуках — это своеобразная инициация для ставшей взрослой девушки. Но самое главное для меня — подчеркнуть волшебные пропорции женских ног: подъем, лодыжки, пальчики в глубоком каблуке.

— Вы говорите, что для каблука старались делать не просто красивую, но и удобную обувь. Но на ваших нынешних каблуках особенно не потанцуешь...

— Что значит — не потанцуешь? Дита фон Тиз, одна из моих любимейших клиенток, выступает в моей обуви. В моих коллекциях всегда есть обувь на каблуках разной высоты и совсем плоская тоже. Но больше всего, конечно, я люблю каблуки. И не считаю, что моя главная обувь должна быть удобной — она не предназначена для того, чтобы бегать в ней по городу целый день. Для этого есть другие марки и другие дизайнеры. Кроссовки тоже бывают не только удобными, но и красивыми, но это не мое. Я люблю все искусственное. Я люблю французские парки и сады, а не леса. Я никому ничего не навязываю, но все же мне хотелось бы, чтобы у женщин было меньше причин бегать, чтобы они наслаждались жизнью и никуда не спешили. Мне кажется, что и женщины на самом деле хотят того же. А мужчинам нравятся неторопливые женщины. Дело в том, что у мужчины взгляд медленный. И когда женщина в спортивной обуви и одежде унисекс носится туда-сюда, он не успевает разглядеть, как она на самом деле красива. А вот когда она медленно идет в красивом платье и на каблуках, мужчина осознает ее красоту и понимает, почему он ее полюбил. Кроме того, каблуки меняют взгляд женщины на мир. Я запомнил одну даму, которая благодарила меня за туфли. Она рассказала, что без каблуков она бегала, а на каблуках поневоле стала ходить медленно и обнаружила, как прекрасен окружающий мир. Я против бега, я за красоту.

Беседовала Марина Прохорова

«Меховая мода осторожна»

Дизайнер дома Daniel Benjamin о швейцарских меховых стандартах



ДЕНИС ВЛАДИМИРОВ

ДЕНИС ВЛАДИМИРОВ

ДЕНИС ВЛАДИМИРОВ

Я ХОТЕЛ РАБОТАТЬ в небольшом коллективе и делать маленькие коллекции. Дорогой мех не терпит суеты

Компанию Daniel Benjamin, расположившуюся в историческом центре Женевы, в 2004 году основали швейцарец Даниэль Бенжамен и его жена Диана. Год назад они решили открыть первый магазин за пределами Швейцарии и выбрали Москву. Вместе с четой Бенжамен открывать бутик на Большой Дмитровке приехал и дизайнер Daniel Benjamin Чанг де Хо.

— Почему вы присоединились к Daniel Benjamin?

— Даниэль и Диана пригласили меня работать в 2010 году. Я и раньше знал их марку, так как часто бывал в Женеве. До начала нашего сотрудничества мы были знакомы десять лет. Мне хотелось попробовать свои силы в меховой моде, в меховом бизнесе. Даниэль и Диана дали мне такую возможность. Наше дизайн-бюро находится в Лозанне; меха мы покупаем в разных странах, но чаще всего, разумеется, в России; производство расположено в Италии.

— Почему же вы не пошли в большой бренд, чтобы там заниматься меховыми линиями?

— Большие бренды выпускают отличную меховую одежду, но все-таки это промыш-

ленное производство. А меня интересовало что-то вроде ателье. Мне хотелось делать небольшие коллекции, работать по старинке, в маленьком коллективе. Я твердо уверен, что дорогой мех не терпит суеты. Ведь, прежде чем раскроить баргузинского соболя, надо три раза хорошо подумать.

— Является ли мех частью модного процесса?

— Вне сомнений, и этот факт отлично доказывают осенне-зимние коллекции больших модных домов, в которые непременно включаются куртки, меховые пальто, шубы, аксессуары из меха. Время, когда женщины имели одно меховое пальто или одну шубу, давно прошло. С одной стороны, конечно же, развитие меховой моды идет в полном соответствии с общим дви-

жением моды — это бизнес, и публику научили менять не только платья, но и шубы. С другой стороны, меховая мода все-таки более осторожна, чем мода обычная. Это связано с дороговизной материалов.

— Странно, что вы решили открыть свой магазин в России — стране, где мехом никого не удивишь.

— Мы понимаем, что рискуем. Но в нашем женевском магазине очень много покупателей из России, поэтому мы открыли магазин в Москве. Да, в России существует давняя традиция носить меха, но я уверен, что мы все-таки сможем сделать русских женщин своими преданными клиентками.

— Какие у Daniel Benjamin главные достоинства?

— Стиль и высочайшее качество. Стиль Daniel Benjamin буржуазный, породистый. Ведь Daniel Benjamin — это швейцарская марка, безупречный семейный дом из самой благополучной в мире страны. Качество наших меховых вещей соответствует лучшим швейцарским стандартам. Несмотря на то что мы очень маленькая и независимая марка, много внимания мы уделяем различным инновациям — в отделке, в облегчении мехов. Мы предлагаем швейцарские буржуазные меховые вещи, созданные с применением самых современных технологий.

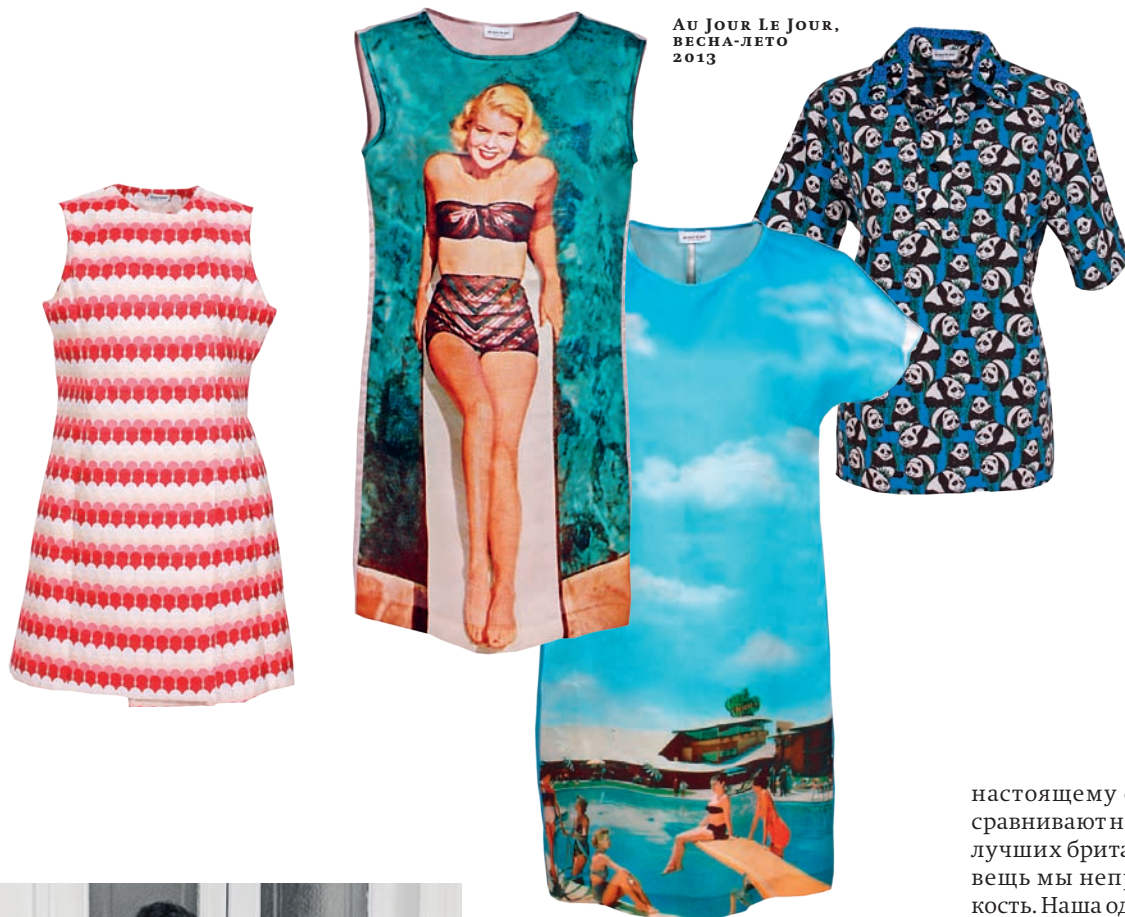
— Какие вещи из новой коллекции заслуживают особого внимания?

— Это короткие пальто из соболя и рыси, пелерины, жилеты из лисы. Также у нас предостаточно аксессуаров — шарфов, галстуков из белой, черной и серой норки, воротников-горжеток из шиншиллы. Мы много комбинируем, и в одном изделии может присутствовать несколько типов меха, обычно я сочетаю очень короткий мех — например, стриженую норку и мех с длинным волосом. Я стараюсь придать любой вещи модные интонации, сделать ее женственной, игривой, сезонной.

Беседовала Екатерина Истомина

«Наша одежда — это легкий разговор»

Дизайнеры Au Jour Le Jour о том, как плыть по течению



AU JOUR LE JOUR,
БЕСНА-ЛЕТО
2013

Мирко Фонтана и Диего Маркес, создатели небольшой итальянской компании Au Jour Le Jour, в качестве своего девиза выбрали философскую цитату из романа Сэмюэла Беккета. Между тем в их одежде нет ничего заумного: это итальянский повседневный гардероб, созданный с английским юмором.

— Как вы встретились и почему решили создать собственную компанию?

Мирко Фонтана: Я работал в сфере маркетинга, а Диего занимался продажами. Оба мы весьма успешно трудились в крупных корпорациях и могли бы работать там многие годы, взбираясь по карьерной лестнице. Мы познакомились и через какое-то время поняли, что устали работать на других. Захотели открыть собственный бренд. И открыли!

Диего Маркес: При создании марки нами, конечно, двигали эмоции, а совсем не финансовые расчеты. Мы не знали, получится у нас или нет. Первая коллекция Au Jour Le Jour появилась в феврале 2010 года, сегодня мы выпустили уже шесть сезонных линий. — В чем заключается философия Au Jour Le Jour и почему вы выбрали цитату из Беккета, для того чтобы объяснить суть вашей работы?

Диего Маркес: Не стоит принимать нас за великих философов. Беккет возник отчасти случайно, но это, наверное, была закономерная случайность. Нас заинтересовал поток повседневности, ежедневное человеческое существование. День за днем. С помощью нашей одежды мы хотели ответить



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

НАША ЛЮБИМАЯ ЭПОХА — PIN-UP.

Это смешное и очень расслабленное, чувственное время

на вопрос: какова же она, каждодневная жизнь современного человека?

Мирко Фонтана: Современный человек находится в постоянном процессе сопротивления, в постоянном стрессе. В современной ежедневной жизни люди замкнуты на себе, сконцентрированы на собственных проблемах. Нам кажется, что необходимо разорвать этот круг, заставить человека научиться легко и свободно плыть по течению жизни.

— И как это сделать?

Мирко Фонтана: Кто же может назвать верный рецепт? Наша задача — дать человеку

возможность не думать о своих проблемах. Вот почему мы делаем веселую одежду. У нас, например, много принтов. Это комиксы, миниатюры, сценки из жизни, смешные нарисованные ситуации. Есть одежда — это майки, пальто, платья, юбки — с принтами, изображающими птиц и животных. Наша любимая эпоха — pin-up. Это смешное и очень расслабленное, чувственное время.

Диего Маркес: Нас занимает стиль 1950–1960-х годов. Это наше самое любимое время. Все чуть-чуть буржуазно. Обязательно смешно. Обязательно легко. По-

настоящему стильно. Многие критики сравнивают наши принты с комиксами из лучших британских журналов. В каждую вещь мы непременно закладываем легкость. Наша одежда — это легкий разговор с текущей жизнью.

— Как вы работаете над коллекциями? Трудно ли придумывать смешные истории в паре?

Диего Маркес: Нет, до больших скандалов у нас дело не доходит, но спорные моменты возникают часто. Работать в паре непросто. Но у нас одинаковое чувство юмора — это самое главное. Мы смеемся над одинаковыми вещами и ситуациями.

Мирко Фонтана: Мы спорим в основном о цвете и о сочетании различных цветов. Идеологических разногласий никогда не возникает. Что касается производства, то все наши коллекции производятся только в Италии. Наше дизайн-бюро располагается в Милане, а одежда и аксессуары изготавливаются на небольших фабриках в Ломбардии. Производство в Италии — это наша принципиальная позиция. Потому что только итальянские старые фабрики и ателье могут обеспечить качество. Смех смехом, но мы не хотели бы шить однодневные вещи.

— Сейчас в Au Jour Le Jour представлены женская одежда и аксессуары. Будет ли линейка развиваться дальше?

Диего Маркес: Мы будем расширять аксессуарную линию — сумки и солнечные очки. Конечно, будем выпускать и обувь — скорее всего, в конце 2013 года.

Беседовала Екатерина Истомина

200 лет правления Юбилей Reine de Naples Breguet в Неаполе

Екатерина Истомина |



BREGUET, REINE
DE NAPLES, 2007



САРОДИМОНТЕ —
БЫВШИЙ ДВОРЕЦ
НЕАПОЛИТАНСКИХ
КОРОЛЕЙ,
А НЫНЕ МУЗЕЙ
ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ
ИСКУССТВ



ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА



КОРОЛЕВА НЕАПОЛЯ
КАРОЛИНА МЮРАТ,
В ДЕВИЧЕСТВЕ
БОНАПАРТ, БЫЛА
ГЛАВНОЙ МОДНИЦЕЙ
ЭПОХИ

ПРАЗДНОВАНИЕ юбилея одной из самых знаменитых часовых моделей дома Breguet — Reine de Naples («Королева Неаполя») — удивительным образом растянулось на два года. В 2010-м отмечали старт изготовления модели главным часовщиком всех времен и народов Абрахамом Луи Бреге, а в 2012-м — успешное завершение давнего грандиозного проекта. Именно в честь финиша дом Breguet дал большой бал в столице бывшего Неаполитанского королевства.

Он состоялся в величественном Саро-димонте, бывшем дворце неаполитанских правителей, а ныне огромном и знаменитом художественном музее с шедеврами Боттичелли, Тициана, Караваджо и Беллини.

Трехэтажный дворец кирпичного цвета стоит на высоком холме, откуда как на ладони виден весь огромный приморский город: именно такое «высокое» положение и дало название музею. От обстановки королевы Неаполя, младшей сестры французского императора Наполеона Бонапарта, в Саро-димонте практически ничего не сохранилось: все исторические предметы — стулья, два комода, фарфоровые вазы и

золоченая карета — поместились в крохотной комнатке на втором этаже.

Каролина Аннунциата Бонапарт была любимой сестрой Наполеона, выдавшего ее замуж за своего генерала Иохима Мюрата, героя переворота «18 брюмера» (9 ноября 1799 года). Боевой генерал и 18-летняя девушка поженились 20 января 1800 года, но получили королевские титулы только весной 1808 года. Их царствие оказалось недолгим: в 1815 году короля Неаполя казнили. Бывший наполеоновский генерал вел себя мужественно: он попросил солдат не стрелять в лицо, а целиться прямо в сердце.

Такой театральности смерти короля Неаполя есть объяснение: короткое правление этой четы можно считать одним из самых дорогих, эффектных блестящих правлений за прошедшие 200 с лишним лет. Королева Неаполя могла уступить разве что французской королеве Марии-Антуанетте по части увлечения новыми модами и прочими дорогостоящими новинками. Неаполитанские король и королева были клиентами дома Breguet: часы работы этого мастера покупал и сам император Наполеон, бывший также и клиентом дома Chaumet.



BREGUET, REINE DE NAPLES, 2010



BREGUET, REINE DE NAPLES, 2004



ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА



ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА



КОЛЬЕ ИЗ ЮВЕЛИРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ REINE DE NAPLES ИЗ ЗОЛОТА, С БРИЛЛИАНТАМИ И САПФИРОМ, 2011

БРЕГЕ ПОТРАТИЛ НА ИЗГОТОВЛЕНИЕ наручных часов для королевы Неаполя два года: часовщик презентовал их сестре Наполеона 21 декабря 1812 года

8 июня 1810 года мастер Бреге получил новый заказ: в парижском музее часовой марки сохранились старые архивы с подробным описанием требуемой модели. Итак, королева Неаполя пожелала иметь наручные часы с бриллиантами и минутным репетиром и внесла аванс — более 5 тыс. франков. На работу Бреге потратил целых два года: необыкновенные часы были презентованы королевской семье 21 декабря 1812 года в Неаполе.

Спустя 200 лет — в марте 2002 года, когда марка Breguet входила в состав Swatch Group, посетителям часовой выставки BaselWorld была показана новая модель Reine de Naples. Человеком, который придумал возродить легендарные ювелирные часы, был глава Swatch Group и президент Breguet Николас Хайек.

Модель Reine de Naples de Breguet с самого начала выделялась среди ювелирных часов других марок. В первую очередь удивительной формой корпуса: он имел форму яйца. Был необычен и браслет — из черного сатина со сложной застежкой. В самой дорогой версии браслет Reine de Naples представлял собой ампирную цепочку из золотых — с бриллиантами и сапфирами

— звеньев. Циферблат часов был сделан из белого перламутра с розовыми и голубыми прожилками. В качестве усложнения часовщики выбрали фазы Луны, причем изображение спутника Земли было выполнено в подчеркнуто винтажном стиле: на лунном диске был рисунок «мордочки Луны». В сущности, Reine de Naples стоит называть первой моделью, положившей моду на винтаж.

Николас Хайек тогда особо подчеркивал, что линия Reine de Naples — это не специальная лимитированная серия, а базовые ювелирные часы дома и их выпуск может быть ограничен только производственными возможностями мануфактуры Breguet. За десять лет присутствия в линейке Breguet марка выпустила более 30 версий Reine de Naples: миниатюрные вариации и побольше; с бриллиантами, сапфирами, рубинами в различных огранках; на золотых и жемчужных браслетах, на сатиновых ремешках; с различными усложнениями — вроде лунных фаз или минутного репетира, с камнями на циферблатах. Три года назад у Breguet появилась и совсем уж необычная модель — очень большая, с корпусом из стали, на

простом ремешке из коричневой кожи. Кстати, именно Reine de Naples стала основой для других часов Breguet, например, серии high jewellery «Мария-Антуанетта». Кроме того, у Breguet существует и ювелирная коллекция Reine de Naples, в которую входят украшения класса high jewellery из белого золота — с белыми бриллиантами, синими сапфирами.

В январе этого года дом Breguet организовал выставку в женевском павильоне Cite du Temps, посвященную Каролине Мюрат. Это была экспозиция, куда вошли личные вещи знаменитой титулованной модницы — ее портреты, книги, а также предметы туалета вроде маленьких туфелек из атласа персикового цвета. Там же были и амбарные книги часовщика Бреге, исписанные сложным, трудно читаемым почерком. Где-то в одной из этих пожелтевших книжек есть та самая запись о королевском заказе от 8 июня 1810 года, сделанная Бреге. Лучшей романтической истории о часовой модели, которой через неделю исполнится 200 лет, пожалуй, не отыскать. Это хорошо понимал и Николас Хайек, один из величайших маркетологов современности.



ЕКАТЕРИНА ИСТОМИНА

КАРЕТА КАРОЛИНЫ МЮРАТ ИЗ СОБРАНИЯ CARODIMONTE

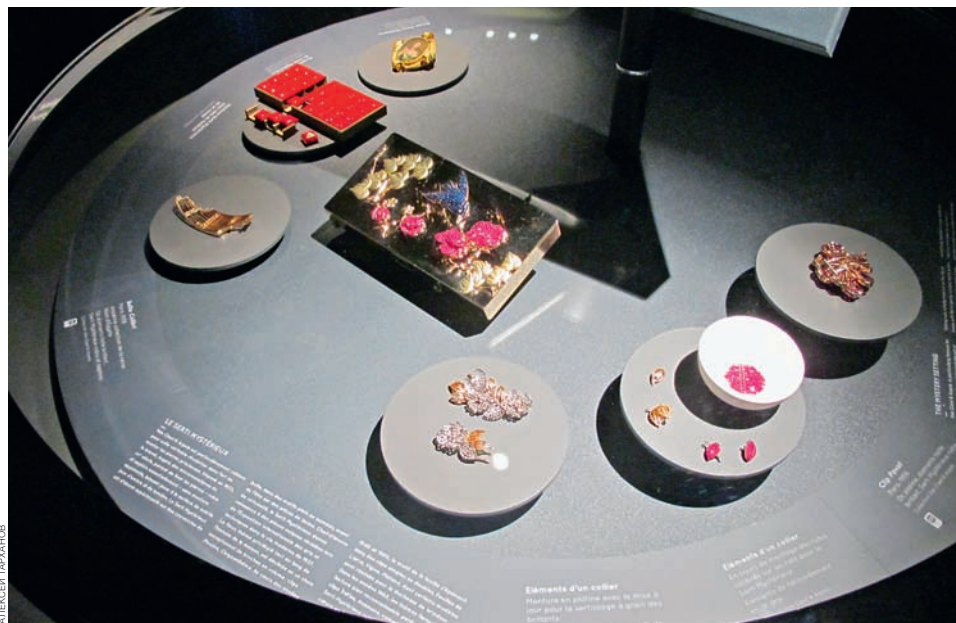


КОЛЬЦО ИЗ ЮВЕЛИРНОЙ КОЛЛЕКЦИИ REINE DE NAPLES ИЗ ЗОЛОТА, С БРИЛЛИАНТАМИ И САПФИРОМ, 2011

Живой дом

Van Cleef & Arpels в Парижском музее декоративного искусства

Алексей Тарханов |



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



ВЫСТАВКА ВЕЛИКОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЮВЕЛИРНОГО ДОМА В ПАРИЖСКОМ МУЗЕЕ ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА СТАЛА САМОЙ БОЛЬШОЙ РЕТРОСПЕКТИВОЙ МАРКИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ

МУЗЕЙ декоративного искусства — через стенку от Лувра и не менее знаменит, хотя и значительно моложе. Восемь лет назад он открыл залы ювелирного искусства, где показаны работы многих марок и мастеров, составивших славу французских империй и республик. Успех был так велик, что теперь настало время более пристальных экспозиций. Героем одной из первых заслуженно стал дом Van Cleef & Arpels (VCA).

У этого дома особое положение — баловня и любимца. Есть дома постарее, есть дома помощнее, но мало найдется на свете домов симпатичнее. Не зря ювелиры VCA используют природные мотивы с большим удовольствием, чем геометрические. Они почти по-детски любят все красивое и эту свою любовь умеют передать с такой недетской ювелирной мощью и точностью, что остается только позавидовать.

Когда я пытал Станисласа де Керсиса, открывавшего выставку в последний раз в качестве главы Van Cleef & Arpels (с 1 января 2013 года он становится у руля Cartier), что отличает его марку от ближайших соседей, он отвечал: «Оптимизм. Van Cleef & Arpels был основан двумя влюбленными, и это оставило отпечаток на истории дома. Если вы спросите влюбленных, каким они видят мир, они, разумеется, скажут, что воспринимают его полным счастьем. Счастья, которое они сами испытывают и готовы отдать другим. Мир, их окружающий, — мир без недостатков. Если в Van Cleef & Arpels рисуют розу, это роза без шипов, если ди-

ких зверей — у них нет клыков. Мы описываем мир, который дарит счастье. В этом мире летают стрекозы, бабочки, божьи коровки — и все божьи твари у нас одинаково милы».

История дома и вправду начинается с союза двух семей, бельгийских и голландских — с союза Альфреда Ван Клифа и Эстель Арпельс. Однако русским давно объяснили, что все счастливые семьи счастливы одинаково и никому нет дела до твоего счастья, если оно не совпадает со счастьем других. Марка появилась в 1906 году, но заставила говорить о себе в 1920-х, безумных годах — когда Европа, измученная Первой мировой, опрометчиво решила, что все ужасы позади, и надо наслаждаться жизнью. Эстетика VCA звучала в унисон с лейтмотивом эпохи. Впереди художественный мир ожидало торжество ар-деко, последнего недемократичного и оттого особенно привлекательного стиля, иногда называемого конструктивизмом для самых богатых. Модерн, ар-нуво, разрушил старую эстетику, ее добила война, и VCA работала над тем, чтобы выработать новые каноны ювелирного дела. Они изучали классическое наследие — греческие, римские и даже египетские стили, вошедшие в моду вместе с открытием англичанина Говарда Картера, нашедшего погребальную камеру юного фараона Нового царства Тутанхамона. И тем не менее почерк VCA был удивительно современным. Исторические стили не утяжелили его, он оставался шумливым, семейным, домашним. Неслу-

чайно в 1930-е годы с легкой руки Альфреда Ван Клифа женские сумочки заменили ювелирные минодьеры: коробочки для всего — от сигареток до губной помады. Мастерами было освоено множество ювелирных техник: классические эмали и вновь вошедшие в моду на Западе традиционные восточные лаки. А в качестве абсолютной новости ювелирами VCA была изобретена знаменитая техника невидимой, или «таинственной» насадки serti Mysterieux, которая впервые дала возможность показывать только камни, спрятав оправу. Serti Mysterieux надолго стала гордостью марки и одной из главных отличительных черт ювелирного искусства Франции.

Выставке отведено самое почетное место в Музее декоративного искусства. Это главный неф, где расставлены круглые витрины, а над ними развешены искусственные небеса и облака, их подсвечивающие. Около 500 украшений, начиная с 1920-х и до наших дней. И не подумайте, что богатый дом Van Cleef & Arpels просто положил в эти витрины все, что считал нужным показать. Эта выставка собрана не самой маркой, а ювелирным отделом музея. Марка лишь помогала им, а не командовала. Исследователям были открыты архивы, с ними поделились вещами из собственного музея, но точно так же среди экспонатов оказались вещи из государственных собраний и частных коллекций.

«С самого начала, — говорит куратор выставки Эвелин Посеме, — мы хотели представить наследие Van Cleef & Arpels таким,

VAN CLEEF & ARPELS, БРОШЬ ИЗ ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ И РУБИНАМИ, ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КОТОРОЙ БЫЛА ИСПОЛЬЗОВАНА ТЕХНИКА «НЕВИДИМАЯ ОГРАНКА», НАЧАЛО 1950-Х



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



РЕКЛАМНАЯ АФИША
ДОМА, 1940-Е

ЭТО ЕДИНСТВЕННАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ увидеть украшения, которые больше никогда не выйдут на публику

каким видят его специалисты. Распределить его по десятилетиям, по тому, что они привнесли в ювелирное дело. С одной стороны, они тщательно сохраняют техники, известные их предшественникам, с другой — все время изобретают новые. И еще одна вещь, которая меня у них очень привлекает, — это работа с объемами. Часто ювелирные произведения создаются как бы в двух измерениях, а здесь, когда вы смотрите, как подана, например, брошь с изображением ленты, вы видите не схему, не стилизацию, а изображение ленты со всеми ее узелками и складками».

Serti Mysterieux — это не единственное изобретение ювелиров с Вандомской площади. Дизайнеры Van Cleef & Arpels сделали знаменитые passe-partout: сплетенные золотые шнуры, завязанные узлами. Это иная идея работы с драгоценными металлами, представавшими раньше торжественной, статуарной, неподвижной массой. Passe-partout предвосхитили нынешнюю моду на создание первых драгоценностей-трансформеров, которые можно было носить и вокруг шеи и на руке в виде браслетов. Исследователи считают, что эти игры с драгоценным металлом стимулировал недостаток камней в послевоенные годы, но мне кажется, что ювелиры только развивали свой вкус к объемной работе. Среди их следующих идей — браслет Ludo, названный по домашнему прозвищу Луи Арпельса, получил гибкую ленту, собранную на манер пазла из золотых деталей, не только прямоугольных, но и куда

более сложной формы. Или застежка для браслета Cadenas, или же «Замочек». Через несколько лет в этом драгоценном замочке появился и циферблат часов.

Замечательная история — создание кольца Zip. Идею застежки-молнии из бриллиантов на платиновой основе принесла одна из самых известных любительниц Van Cleef & Arpels — герцогиня Виндзорская, дважды разведенная американка Уоллис Симпсон. А осуществила ее художественный директор марки Рене Пюиссан, дочь Эстель Арпельс и Альфреда Ван Клифа. Это потребовало свыше десяти лет работы, первое кольцо Zip появилось в 1951-м и с тех пор считается одним из самых необычных украшений, созданных в XX веке. Вот пример сотрудничества клиента и ювелира. Он важен, потому что доказывает: любой модный дом, а ювелирный дом — это модный дом, не может существовать сам по себе, как бы хорош он ни был. Это сложный симбиоз мастеров и клиентов, точно так же, как короля делает свита, ювелира делают женщины, которые носят его украшения. Разумеется, на выставке рассказано и про них как про верных участниц работы: здесь есть и Барбара Хаттон, и та же Уоллис Симпсон, и Грейс Келли времен своего монашеского княжения, и Мария Калласс, и Элизабет Тейлор.

В отдельном зале идет серия фильмов, посвященных нынешним мастерам Van Cleef & Arpels, их mains d'or, или золотым рукам. Это необычайно интересно — разговор с мастерами заставляет тебя совер-

шенно по-другому отнестись к тому, что ты только что видел в витринах. И, конечно, среди нынешних мастеров есть и часовщики. После того как на рубеже прошлого и нынешнего веков Van Cleef & Arpels купил холдинг Richemont Group и во главе марки стал Станислас де Керсис, было принято стратегическое решение — развивать часовое направление. Казалось бы, сделать это просто, пользуясь умениями соседей по Richemont, среди которых такие часовщики, как Jaeger-LeCoultre или IWC. Ничего не надо придумывать. Но марка пошла совершенно иным путем, сделав очередное ювелирное открытие. Они начали работать над «поэтическими усложнениями» — тематическими часами с механизмами, которые не поучали, а забавляли, на их циферблатах оживали привычные персонажи ювелирного мира — балерины, феи, бабочки.

Выставка продолжается уже четвертый месяц, но очереди на нее не становятся меньше. Еще бы — это единственная возможность увидеть украшения, которые никогда больше не выйдут на публику — даже на тонкой шее и длинных запястьях модной дивы. Эти вещи свое отгуляли. Никто больше не наденет корону иракской шахини или кольцо, заказанное для Элизабет Тейлор ее очередным щедрым любовником. Но, прощаясь со знаменитыми клиентками, мы не прощаемся со знаменитым домом, который показывает себя сейчас живым как никогда. Его еще явно рано сдавать в музей.



VAN CLEEF & ARPELS,
БРОШЬ ИЗ ЗОЛОТА
С БИРЮЗОЙ И РУБИНАМИ,
КОНЕЦ 1960-Х ГОДОВ



VAN CLEEF & ARPELS,
БРОШЬ ИЗ ПЛАТИНЫ
С БРИЛЛИАНТАМИ
И РУБИНАМИ, ВЫПОЛНЕННАЯ
В ТЕХНИКЕ «НЕВИДИМАЯ
ОГРАНКА», 2001



VAN CLEEF & ARPELS,
БРОШЬ ИЗ ЗОЛОТА
С БРИЛЛИАНТАМИ,
РУБИНАМИ
И РОЗОВЫМИ
САПФИРАМИ, 2004

Свод законов торговли

Galeries Lafayette празднует столетие купола

Мария Сидельникова



СВЕТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ
ФАСАДА ДОВЕРИЛИ
ФРАНЦУЗУ ЯНУ КЕСАЛЕ



НЕОБЫЧНЫМИ ДЛЯ ТОРГОВОГО ЗАЛА
были и помпезные балконы, и парадная
лестница. Покупательницы словно
оказывались не в магазине, а в соседней
Опере

СТО ЛЕТ НАЗАД, 8 октября 1912 года, по адресу 40 Boulevard Haussmann состоялась инаугурация купола Galeries Lafayette — это событие стало фактически вторым рождением некогда скромного семейного начинания Теофила Бадера и Альфонса Кана и окончательно утвердило их «ярмарку товаров» на небосклоне «больших магазинов». Сам же купол вошел в число парижских памятников архитектуры, наряду с коваными козырьками Эктора Гимара, нависающими над входами в столичное метро.

История крупнейшего европейского универмага, которому с ежедневной посещаемостью в 50 тыс. человек сегодня тесно в трех многоэтажных зданиях, началась в 1894 году напротив Оперы, в двух шагах от вокзала Сен-Лазар и Больших Бульваров. Это было место, давно облюбованное торговцами. Здесь фланировали как буржуазные дамы, так и бедные гризетки. Коммерсанты ставили на первых, братья Бадер и Кан стремились привлечь и тех и других. В новом соседе, торговавшем женскими безделушками и нарядами по приемлемым ценам, опытные лавочники никак не могли заподозрить будущего гиганта, который спустя несколько лет не оставит от них и следа и захватит власть над всем кварталом. Так, к 1905 году Galeries Lafayette разрослись до бульвара Осман, и тогда наиболее деятельный из братьев — Теофил Бадер — затеял масштабный ремонт. На проектирование купола были брошены лучшие силы. Архитектор



ПОДБОРКА
ФРАНЦУЗСКИХ ГАЗЕТ
С РЕКЛАМОЙ МАГАЗИНА



ГОЛЛАНДЕЦ РЕМ КОЛХАС
ПОДГОТОВИЛ ВЫСТАВКУ
ИНСТАЛЛЯЦИЙ: ИСТОРИЯ
МОДЫ В СОВРЕМЕННОМ
ОФОРМЛЕНИИ



Фердинан Шаню придумал революционную конструкцию по меркам начала века: металлическое кольцо с десятью лучами он «поставил» на бетонные колонны-опоры (соединять бетон и металл тогда еще побаивались). Орнамент этих металлических лучей перекликался с витражами Жака Грюбе из стекол, переливающихся всеми оттенками желтого, оранжевого и синего. Бадеру казалось, что в этом ориентальном блеске и кроется дух настоящего «базара роскоши». Строительство завершили в рекордно короткие сроки: разрешение от города удалось получить в 1911 году, а 8 октября 1912-го купол уже возвышался над торговыми витринами на высоте 43 метра. Необычными для торгового зала были и помпезные балконы, и парадная лестница — покупательницы словно оказывались не в магазине, а в соседней Опере.

Столетний юбилей купола в Galeries Lafayette отмечают с размахом. Для подготовки тематической выставки в Париж позвали голландского архитектора Рема Колхаса, световое оформление фасадов доверили французам Яну Керсалу. Его инсталляция называется «Chrysalis» и состоит из сотен световых пикселей, которые хаотично разбросаны по фасадам зданий: с наступлением темноты геометрическая мозаика загорается разными цветами. Какое отношение она имеет к столетию купола, сказать сложно, но в Galeries Lafayette гордятся «новой чувственной кожей» магазина. «Передел» художник и виновник торжества. Впрочем, сделал это крайне

деликатно: подсветив естественные цвета купола и добавив яркости так, что юбилей стал выглядеть лет на 40 моложе.

Выставка архивных документов и фотографий «1912–2012. Хроника творческого пути» — поздравление, быть может, не столь сверкающее, но ничуть не менее интересное. Специальное выставочное пространство «Галереи галерей» на первом этаже магазина Рем Колхас разделил на несколько тематических частей — все вместе они складываются в неплохой учебник по продвижению бренда. Вот работа с прессой — подборка французских газет свидетельствует, что директора Galeries Lafayette никогда не скупилась на рекламу, покупая лучшие полосы и размещая свои объявления в передовицах. Вот работа с клиентами — посетители делают магазину не только кассу, но и бесплатный промоушен, распространяя в интернете тысячи фотографий. На них — счастливые люди всех национальностей на фоне галерей, в ней или вовсе без нее (этими улыбающимися снимками на выставке оклеен глобус). А вот имиджевый проект, раскрывающий другую, некоммерческую сторону галерей. Отгороженный архитекторами «салон», обставленный мебелью разных эпох и обклеенный образцами выпускавшихся мастерскими галерей обоев, становится символическим местом встречи коммерсантов и художников, здесь на своеобразной «стене почета» представлены фотографии тех, чьи имена вош-

ли в историю магазина: от Коко Шанель и Сони Рикель до Дэвида Линча и Клода Левека.

В центре выставки — главный аттракцион. Занырнув в круг истории Galeries Lafayette (замкнутая конструкция подвешена так, что остаются видны только ноги зрителей), оказываешься в одном из годов столетнего пути. Ключевые даты представлены в свете политических и социальных событий, таким образом, история галерей, а если смотреть шире — моды, становится частью истории Франции, сквозь которую красной линией проходит кривая доходов семейной империи. Так, за два года до «черного вторника» 1929 года график достигает своего пика на отметке €0,85 млрд и затем начинается стремительное падение: к началу войны годовая выручка составляет €0,22 млрд. Судя по этой экспозиции, нынешний кризис оказался менее болезненным. В «черном» 2010 году потери магазина оценивались в €0,33 млрд (£1,29 млрд в 2009-м против €0,96 млрд в 2010-м), но к 2012-му кривая уверенно поползла вверх и сегодня уже добралась до отметки €1,19 млрд.

К праздничным мероприятиям подключились и обитатели Galeries Lafayette. Дизайнеры Louis Vuitton для витрин магазина Дома на бульваре Осман придумали так называемый бал века: в танце под куполом кружатся пингвины, медведи, розовые фламинго и панды. Золотые геометрические узоры отсылают к орнаменту и архитектуре юбилейра, а в экзотических зверях и птицах безошибочно угадывается стиль LV.



«ГАЛЕРЕЯ ЛАФАЙЕТ»
РАЗРОСЛАСЬ ДО
БУЛЬВАРА ОСМАН
К 1905 ГОДУ

«Это был настоящий театр!» О жизни под хрустальным куполом Galeries Lafayette

Флоранс Браше-Шамсор |

Galeries Lafayette, расположенные на бульваре Осман, — это старинное парижское заведение, которое не только гордится своей историей, но и имеет для этого особый департамент, распоряжающийся архивами и призванный сохранять наследие одного из главных парижских «больших магазинов». Этот департамент возглавляет Флоранс Браше-Шамсор.

— Название выставки «100 ans sous la Coupole», «Сто лет под куполом» подошло бы для юбилея какого-нибудь знаменитого цирка.

— Я бы говорила не о цирке, а о театре. Galeries Lafayette стали новым типом «большого магазина». Архитектор Фердинанд Шаню сделал круглое пространство и увенчал его куполом. Это была революция, потому что до этого большие магазины были вытянуты вдоль — как торговые ряды. А здесь главным был круглый зал, ротонда со стеклянным куполом и парадная лестница, которая, к сожалению, не дожила до наших дней — в 1974 году ее пришлось заменить менее зрелищными, но более удобными для наших покупателей эскалаторами. Она была сделана на манер лестницы Парижской оперы. Представьте себе ощущение женщины, которая пришла за покупками, поднимается по этой лестнице, как будто бы идет по подиуму, а с балконов на нее смотрят. Это поистине театральное пространство намного превосходило утилитарные торговые потребности — Galeries Lafayette стали зрелищем. Настоящий театр! Эта идея театрализации, окультуривания, если хотите, процесса покупок и была главной идеей Galeries Lafayette. Здесь был устроен, например, и салон-библиотека для женщин, где они могли читать, писать письма, назначать встречи подругам. Отличная идея — превратить торговое место в место развлечений, место досуга, место, где тебя видели, как в ложе театра.

— Сто лет — круглая дата, но Galeries Lafayette — не самая старая из «больших магазинов» Парижа?

— Самая молодая. Эра началась с Le Bon Marche — того самого «дамского счастья» Золя. «Большие магазины» развивались в Париже во время Второй империи. В 1855 году были построены «Магазины Лувра», которых сейчас не существует, в 1856-м — BNV и Printemps, наш ближайший сосед. Компания появилась в 1893 году: двоюродные братья, евреи из Эльзаса, Теофил Бадер и Альфонс Кан открыли первый магазин на улице Лафайет, которая и дала название магазину. Всего 70 квадратных метров. Но в 1896-м они уже владели всем зданием на улице Лафайет. Как видите, успех пришел к ним очень быстро. В конце концов владельцы Printemps всполошились и купили дом по соседству, чтобы блокировать развитие Galeries Lafayette. Тогда Бадер и Кан приобрели на бульваре Осман участки, на которых и было возведено здание, отмечающее сегодня свое столетие.

— А ваш отдел наследия, что это? Архивы, фотографии?

— Это огромный архивный фонд. Наши замечательные фото за сто лет позволяют делать выставки и печатать книги по истории моды и торговли Парижа. Он был создан в 2008-м. В нем есть все наши каталоги, все проекты рекламных кампаний: от самых первых — «Дома, где все дешевле, чем в Париже» до знаменитых слоганов 1960-х — «Все найдется в галереях Лафайет» и «Каждую секунду здесь что-нибудь происходит», до со-



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

ИДЕЯ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ, окультурирования процесса покупок и была главной для Galeries Lafayette

временного «Мода сильнее всего в галереях Лафайет». Плюс все работы художников, которые с нами сотрудничали: от Шарлотты Периандо Жана-Поля Гуда. Galeries Lafayette были не просто продавцами. С первых лет существования Бадер и Кан организовали производство одежды — чтобы можно было вдохновляться моделями высокой моды, производить их в наших ателье и в течение 15 дней выводить на рынок по ценам, доступным для публики

— Это была Зага начала XX века?

— Нечто вроде. Это отличало нас от конкурентов. Мы производили вещи под собственной маркой. К примеру, на нынешней выставке есть купальный костюм из наших мастерских, который стал музейной ценностью, — он хранится в музее моды Галлера. Мы многое сделали в свое время для того, чтобы Шанель смогла создать свои духи, мы были мажоритарным акционером такого замечательного модного дома как Vionnet, в 1960-х Galeries Lafayette помогали разработать французский дизайн, а в

1970–80-х приглашали знаменитостей — от Боба Уилсона до Дэвида Линча.

— Вы партнеры парижской ярмарки современного искусства FIAC. В чем это выражается?

— Да, мы официальные партнеры FIAC с 2009 года и поддерживаем десять молодых галерей, выбранных довольно строгим жюри. В конце ярмарки мы награждаем одного из художников — покупаем его произведение и финансируем выставки в Palais de Tokyo во время следующей ярмарки. И, разумеется, мы устраиваем экспозиции в нашей Galerie des Galeries «Галерее галерей», созданной в 2001-м и имеющей три сотни метров выставочных площадей. Именно там мы и показываем «Сто лет под куполом». Чтобы оформить выставку, мы обратились к знаменитому голландскому архитектору Рему Колхасу и его бюро ОМА/АМО. Он был рад отдать дань своим коллегам, которые сто лет назад воздвигли наш Купол. Недаром в строительстве участвовали еще и выдающиеся художники того времени — Луи Мажорель и Жак Грюбер. Рем — не только практик, но и видный теоретик архитектуры, он понимает, что исторические места продаж — это в сущности места культуры. Особенно Galeries Lafayette, где что только ни происходило. Посмотрите, какие страницы из нашей истории он выбрал.

— А что выбрали бы вы?

— Много, если не все. Но мне нравится история летчика Жюль Ведрина. После открытия нового здания и купола создатели Galeries Lafayette кинули клич, предлагая приз тому авиатору, который сможет приземлиться на крыше, а потом взлететь. Отличная рекламная акция, как мы сейчас бы сказали. Отважный истребитель Первой мировой Жюль Ведрин 19 августа 1919 года смог посадить на террасу Galeries Lafayette свой самолет «Кодрон». Ну, правда, не смог потом взлететь, потому что его встречали не только болельщики, но и полиция, которая оштрафовала его на 16 франков — у него не было разрешения летать над Парижем на такой небольшой высоте.

Беседовал Алексей Тарханов

Минимализм в идеальной форме

45 лет Pomellato

Екатерина Истомина |



POMELLATO, DUNA,
2009

POMELLATO, «1967»,
2012



POMELLATO, NUDO,
2010

В САМОМ центре Милана, на улице Сант-Андреа, открылся магазин Pomellato: это миниатюрный временный бутик, который завершит свою работу в марте будущего года. В этом магазине нельзя купить, например, украшения из линий Nude, Sabbia или Tabou, так как он целиком отдан под одну-единственную коллекцию «1967». Эта линия, в которую включены украшения из серебра с полудрагоценными камнями, выпущена специально к юбилею марки.

Одна стена бутика напоминает оригинальную галерею славы: она украшена черно-белыми рекламными проспектами разных лет. Здесь и Бой Джордж, и Катрин Денёв, и Софи Лорен, и любимица Фассбиндера актриса Ханна Шигулла, рекламирующие итальянские драгоценности, — отличное представление о стиле Pomellato.

Pomellato — это, конечно, очень молодой бренд, если сравнивать его, предположим, с величественными итальянскими домами Buccellati или Bvlgari. Дизайнеры Buccellati и Bvlgari, двух знаменитых исторических ювелирных домов Италии, в сущности, заняты тем, чтобы сохранить

ЗНАМЕНИТЫЙ СТИЛЬ POMELLATO: простые формы, яркие камни со смешанной техникой огранки

национальное наследие. Мастера Buccellati ориентированы на самый сложный стиль Бенвенуто Челлини, а в Bvlgari работают со старыми средиземными формами, используя элементы стиля этрусков и древнеримского стиля (например, основной рисунок легендарной коллекции Parentesi Bvlgari скопирован с кладки мостовой в Древнем Риме). Тем не менее, несмотря на скромный возраст, Pomellato удалось найти свой личный стилистический ход: драгоценности этой марки продуманы и взвешены, словно это математическая формула, будто это решенное уравнение.

Нынешний президент Pomellato Андреа Моранте, работавший ранее в домах Gucci и Prada, характеризует стиль так: «Это со-

временный стопроцентный люкс. Наши вещи приносят эмоциональное, тактильное, зрительное удовольствие. Наши вещи идеальны». Разумеется, здесь можно заметить, что любой президент должен обязательно говорить о том, что продукты его бренда являются идеальными. Но Андреа Моранте в данном случае имеет в виду, что любая вещь Pomellato очищена от всего лишнего. В вещах Pomellato нет и не может быть лишних деталей.

Лучшим доказательством концепции Pomellato является легендарная коллекция колец и серег Nudo, отметившая два года назад свое десятилетие. Вещи Nudo («Обнаженная») не фигуративны, они абстрактны, их никак нельзя назвать юве-

лирной скульптурой. Но в то же самое время и серьги, и кольца Nudo как раз и являются минималистскими скульптурами. Кольцо Nudo — это не вещь, а блистательный манифест идеального кольца, в котором нет ничего лишнего.

Линия «1967», выпущенная в честь 45-летнего юбилея, представляет собой мемориальное, ретроспективное собрание. Так, например, здесь много вещей, сделанных из звеньев: именно с создания драгоценных цепей когда-то и начинала марка Pomellato. Звенья могут слагаться в цепочки, на которых подвешены кулоны (например, серебряные медведи), в кольца, в браслеты, в очень короткие колье-шейники. Подвески-шармы (основные продукты марки Dodo, бывшей некогда второй линией Pomellato, а ныне являющейся самостоятельным брендом с собственными магазинами), также эмблематичны: это роботы, колокольчики, ключи.

Серебро — демократичный, но все-таки довольно трудный металл, он не столь блистателен и однозначен, как цветное золото. Выбрав для юбилейной линии серебро, дизайнеры Pomellato хотели продемонстрировать, что совершенство формы в состоянии побороть любые трудности.

Миру — Рим

Tod's реставрирует Колизей

Екатерина Истомина |



© IMAGERY/RYN / GOMEDIA

TOD'S ВЫДЕЛЯЕТ €25 МЛН

на реставрацию Колизея. Работы завершатся в середине 2015 года



Мэр Рима Джанни Алеманно и глава Tod's Диэго Делла Валле на пресс-конференции. Рим, июль 2012 года



Tod's, TRAVEL TOTE BAG LIGHT CAMEL BROWN, ОСЕНЬ-ЗИМА 2012

НЕУГОМОННЫЕ римляне привыкли выходить на улицы по разным поводам. Однако последние уличные протесты в Вечном городе способны удивить даже преданных поклонников Италии: на сей раз обитатели итальянской столицы решили протестовать против реставрации Колизея, которая началась 1 декабря. Римлян возмутил факт переноса касс и сувенирных палаток с привычных мест, а также изгнание с территории комплекса артистов, исполнявших роли гладиаторов, и обыкновенных попрошайек. Но вот туристы, намеревающиеся посетить Колизей, например, на рождественские и новогодние каникулы, не должны паниковать. Колизей в связи с реставрацией, которая завершится к середине 2015 года, римская мэрия закрывать не собирается.

Деньги на давно требовавшиеся работы дала компания Tod's, и выделенная сумма звучит внушительно — €25 млн. Президент Tod's, знаменитый бизнесмен Диэго Делла Валле, комментирует спонсорство следующим образом: «Участие в этом проекте, нацеленном на сохранение символа

Италии, а также на поддержку культурного наследия страны, для нас большая гордость. Я надеюсь, что подобная инициатива с нашей стороны позволит привлечь еще больше туристов, а также повысить трудовую занятость населения в той сфере, где мы являемся бесспорными лидерами. Хотелось бы также, чтобы данный проект послужил хорошим стимулом и для других компаний, которые заботятся о чудесах нашего культурного и художественного наследия».

Марка Tod's дает только деньги: все реставрационные заботы легли на Министерство культуры Италии и Министерство архитектуры Рима, которые и должны были выбрать лучшие европейские компании для реставрации на основе тендера.

Проект реставрации Колизея состоит из разных этапов. Первый — реставрация интерьера и всех памятников, расположенных внутри. Второй — реставрация галереи для прогулок и большей части подземной территории. Третий этап — пропитка внешних и внутренних поверхностей древнего здания особым органическим покрытием. Четвертый

— постепенная замена элементов, защищающих арки первого уровня, а также установка новой ограды. И, наконец, заключительный этап — существенное (на 25%) увеличение территории, открытой для посещения туристами. За сроками и качеством работ будет наблюдать специально созданная комиссия, которую возглавили итальянский археолог Мария Розария Барбера и мэр Рима Джанни Алеманно.

Колизей — символ Рима, построенный в период правления династии Флавиев, одна из самых больших арен Древнего мира, — много раз приходил в запустение и страдал от пожаров. В последние годы из-за просачивания дождевой воды, вибрации и атмосферных загрязнений памятник пришел в критическое состояние. Итальянское правительство несколько раз объявляло о начале сбора средств на его реставрацию, и в конце концов деньги дала компания Tod's. «Пока будет стоять Колизей, будет стоять и Рим: исчезнет Колизей, исчезнет и Рим — и вместе с ними и весь мир», — гласит поговорка VIII века. Колизей будет стоять, стало быть, и мир тоже.

Модная «баржа» Центр моды и дизайна в Берси

Мария Сидельникова



«ЗЕЛеной» штуковиной» новый Центр моды и дизайна в Париже окрестил бывший президент Франции Никола Саркози. Как-то оказавшись на востоке французской столицы в Берси, он обнаружил на левом берегу Сены, неподалеку от вокзала Аустерлиц огромное сооружение, вытянувшееся вдоль набережной, словно какой-то хищник.

«Несколько лет я не был в Берси, район сильно изменился, и я заметил, что кто-то взялся за строительство здания на Сене. Эта зеленая штуковина, приклеенная сверху на стены, должно быть, и есть архитектура. Что ж, у каждого свой вкус», — рассуждал тогда президент. Письмо в Елисейский дворец с проклятиями и упреками в отсутствии вкуса за подписью авторов проекта, архитекторов Доминика Жакоба и Брендана Макфарлана (агентство Jakob+MacFarlane) не заставило себя ждать. Сохранив исторические бетонные конструкции складов, которые были построены в порту Аустерлиц в 1907 году, они придумали только новую оболочку из стекла. Огромные павильоны, расположенные на трех уровнях общей площадью более 14 тыс. квадратных метров, победители архитектурного конкурса упаковали в зеленый камуфляж, сделали внешние лестницы, а на крыше выстроили деревянную террасу, утопающую в зелени. Ночью футуристический «зверь» загорается так, что его видно аж с острова Сен-Луи. «Баржа»,

«крокодил», «Бобур на Сене» — как только не называли консервативные парижане Центр моды и дизайна. Впрочем, архитектурные страсти быстро улеглись: здание находится в строящемся районе, а значит, честь исторического центра оказалась не запятнана.

Идея создать новую экспериментальную площадку в Париже, посвященную прежде всего французской современной моде и дизайну, появилась еще в 2002 году. Одним из инициаторов этого проекта стал Паскаль Моран, директор Французского института моды — в новое здание его студенты въехали первыми, еще в 2008-м. Кроме этого в бывших складских помещениях также предполагались выставочные площадки, галереи, магазины молодых дизайнеров, показы экспериментальных коллекций, клубы, рестораны — одним словом, из «зеленой штуковины» хотели сделать новое модное место Парижа. Но сначала все как-то не складывалось. Строительство затянулось, команды за пять лет поменялись трижды, открытие несколько раз откладывалось, арендаторы не выстраивались в очереди. И когда, казалось, в Париже уже никто не верил, что машина оживет, Музей Гальера, или попросту Музей моды, закрытый на реконструкцию до осени будущего года, сделал в Центре моды и дизайна две великолепные экспозиции, ставшие главными блокбастерами парижского выставочного сезона. Здесь

открылась ретроспектива «Кристобаль Баленсиага, коллекционер моды» («Cristobal Balenciaga, collectionneur de modes»), приуроченная к 40-летию со дня смерти великого испанского модельера, и свою коллекцию весна-лето 2012 «Белая драма» («White Drama») представила основательница Comme des Garçons японка Рей Кавакубо.

Корсеты, кружевные воланы и мантии, бархатные болеро, кашемировые палантины и кринолиновые платья XVIII, XIX и XX веков — все, что вдохновляло Кристобаль Баленсиагу, все, что он любовно собирал. На выставке рядом с этими историческими костюмами — его платья и пальто, которые определили лицо дома моды Balenciaga в 1937–1968 годах, и сегодня стали классикой моды века двадцатого. Если этот поэтичный, вымышленный музей Баленсиаги легко можно представить в интерьерах роскошного особняка Гальера, то для коллекции бунтарки Рей Кавакубо бетонные стены Центра моды и дизайна стали идеальной сценографией. Свой новый спектакль создательница Comme des Garçons назвала «Белая драма». Вместо моделей — деревянные манекены, вместо подиума — пластиковые пузыри-витрины, вместо привычного черного — все оттенки белого. Эксперты назвали эту коллекцию знаковой в карьере революционерки 1980-х: от провокации она перешла к чистой, почти религиозной поэзии. Одни в

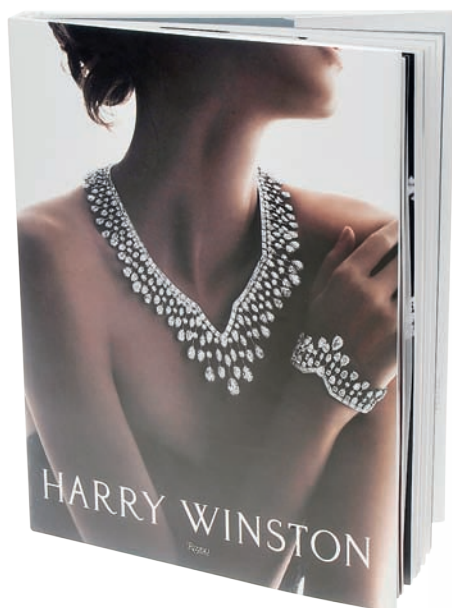
платьях-трапециях, платьях-коконах и накрученных узлами головных уборах усмотрели подвенечные наряды, другие — одежды севильтцев в Страстную неделю. «Мне хотелось, чтобы как можно больше людей испытали от этой коллекции те же сильные эмоции, что и я», — объясняет куратор выставки, директор Музея Гальера Оливье Сайяр, — потому что она не подвластна коммерческим законам, а это сегодня приносит свежесть в мир моды».

Для Центра моды и дизайна эти две выставки стали не просто освежающими, а живительными. За пять месяцев их посетили более 80 тыс. человек, а новая площадка так вписалась в культурный ландшафт Парижа. Теперь здесь кипит не только модная, но и ночная жизнь французской столицы. На набережной Аустерлиц прописались авторы самых шумных вечеринок и проектов. Летом на террасе владельцы парижского «Барона» Лионель Бенсемун и Андре Сарайва устроили пляж с лежаками, джакузи и девушками в бикини, куда слеталась застрявшая на каникулы в Париже молодежь. Для художественной богемы и андрогинов из Маре основатели Silencio Дэвида Линча открыли в Центре моды и дизайна клуб Wanderlust. Помимо танцев до утра здесь проводятся мастер-классы современных модельеров, лекции по истории моды, показывают старые фильмы и бесплатно обучают йоге.

Разговор с Гарри Уинстоном

Rizzoli представляет историю Harry Winston

Екатерина Истомина |



HARRY WINSTON, WATER COLLECTION, КОЛЬЦО ИЗ ПЛАТИНЫ, С БРИЛЛИАНТАМИ, АМЕТИСТОМ И БИРЮЗОЙ, 2012



TIME LIFE PICTURES/GETTY IMAGES/ FOTOBANK



СВАДЬБА ЖАКЛИН КЕННЕДИ И АРИСТОТЕЛЯ ОНАССИСА, 20 ОКТЯБРЯ 1968 ГОДА

МАГАЗИН HARRY WINSTON НА ПЯТОЙ АВЕНЮ, НАЧАЛО 1950-Х

ИЗДАТЕЛЬСТВО Rizzoli продолжает свою серию больших и щедро иллюстрированных книг, посвященных великим ювелирным домам. Вслед за роскошным, 600-страничным альбомом Dior Joaillerie вышла 286-страничная история американского ювелирного дома Harry Winston.

Эта книга, с одной стороны, конечно, энциклопедия жизни и творчества одного бренда. На ее страницах мелькают легендарные бриллианты — вроде алмаза Норе, который весил 45,52 карата и был передан Уинстоном в ноябре 1958 года в Музей естественной истории при Смитсоновском институте в Вашингтоне и где находится до сих пор. Вот поднимает руки вверх Мэрилин Монро — это кадр из фильма «Джентльмены предпочитают блондинок», где она спела «Поговорите со мной, Гарри Уинстон! Поговорите о лучших друзьях, о бриллиантах!». Улыбаются британская королева Елизавета II, принцесса Диана и Кейт Мидлтон. Склоняется к плечу нового спутника жизни — миллионера Аристотеля Онассиса Жаклин Кеннеди. Герцогиня Виндзорская, верная клиентка Cartier и Van Cleef & Arpels, которая в середине 1940-х и ввела Harry Winston в европейскую моду, приветствует публику на рядовом банкете.

На страницах множатся эскизы украшений, наброски, записи о сделанных заказах. Здесь есть даже часы Harry Win-

ston — бриллиантовые дамские сокровища и «авторские» модели из авангардной серии Opus, основанной Максимилианом Бюссером в Женеве в 2000 году. На страницах преданно позирует нарядный хоровод талантливейших голливудских красавиц, чья красота неизменно выгодно подчеркивается великолепиями белых бриллиантов.

С другой стороны, это настоящий импрессионистский роман, где главные герои — не актрисы и даже не великие бриллианты, а загадочный Гарри Уинстон. Он появляется в покоях своего флагманского магазина на Пятой авеню в Нью-Йорке. Он многозначительно и высокопарно говорит о страсти к алмазам, об одержимости своими камнями. Он торжественно и грозно склоняется над витринами и над рабочими столами собственных мастеров.

Но образ бриллиантового короля Голливуда все равно ускользает, множится в алмазных лучах, рассыпается в мерцании колье, браслетов, брошей, колец и серег. Гарри Уинстон здесь бриллиантовый призрак, маг и волшебник, режиссер магического театра красоты.

Эта книга действительно невероятно красива — как раз потому, что в ней много скрытой лирики и настоящего драматизма. Но она не о мастерстве ювелира и не о непреходящей моде на «лучших друзей девушек». Это история алмазной тайны.

Верхние этажи айсберга Ювелирные мастерские Cartier

Вместе с Ксавье Гарга |



КСАВЬЕ ГАРГА,
ДИРЕКТОР
ЮВЕЛИРНЫХ
МАСТЕРСКИХ CARTIER



МАХАРАДЖА
ПАТИАЛА, КЛИЕНТ
CARTIER С 1929 ГОДА



АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



CARTIER, БРАСЛЕТ
В ИНДИЙСКОМ СТИЛЕ
ИЗ КОЛЛЕКЦИИ
BIENNALE DES
ANTIQUAIRES, 2008

— Я РАБОТАЛ в нескольких ювелирных домах,— говорит Ксавье Гарга,— но нигде у мастеров не было таких возможностей, какие есть у мастеров Cartier. Это все-таки особенный дом. В других местах вы можете прожить целую жизнь, но так и не встретиться с такими удивительными камнями и техниками, с которыми мы здесь встречаемся чуть ли ни каждый...

— День? — спрашиваю я.

— Ну что вы, конечно, не день. Но, даже если я скажу вам «каждый год», это тоже будет необыкновенно часто.

Ксавье Гарга руководит главными ювелирными мастерскими дома Cartier, расположенными на верхних этажах того же самого дома на парижской rue de la Paix, в котором в 1899 году был открыт бутик великой французской ювелирной марки.

Мне предстоит увидеть, как происходит работа над вещами, заказанными клиентами ювелирного дома. Конечно, не с начала и до конца — иначе мне пришлось бы остаться там жить.

— Примерно 80% наших заказов — это уникальные украшения, и каждое из них может потребовать тысячи часов работы. Вот изготовление этого браслета с пантерой, который мы сейчас делаем, займет примерно 2500 часов.

Ксавье Гарга говорит, что творчество начинается вовсе не с эскизов дизайнера. Первыми создателями украшений становятся люди, которые закупают драгоценные камни, руководствуясь при этом вовсе не стоимостью, а красотой. Творческий процесс начинается там, продолжается у рисовальщика и завершается работой ювелиров.

— В этих мастерских больше ювелиров, чем где бы то ни было,— говорит Гарга.— Это 40 человек, у других — 10, максимум — 20. У нас два человека, которые занимаются огранкой. Один работает с цветными камнями, другой — с бриллиантами.

Я спрашиваю, в чем различие.

— Абсолютно разные профессии,— отвечает Гарга.— Для бриллианта важны грани, фасеты, углы. Это настоящая геометрическая работа. Очень сложная, но все же предсказуемая. А для цветного камня главное — материал. Каждый камень уникален, из этого и исходят наши мастера.

В мастерских на rue de la Paix работают два часовщика. Их задача — не собирать часы, для этого у Cartier есть целая мануфактура в Швейцарии, расположенная в Ла-Шо-де-Фоне. Часовщики здесь для того, чтобы укладывать готовые механизмы в ювелирные скульптуры.

У Cartier собственные «сертиссеры» — специалисты, которые укрепляют драго-

ценные камни. Их пятеро. Вставив камень в подготовленное отверстие, мастера обжимают его с шести сторон острием тонкого шила. Металл чуть деформируется и закрепляет камень. В комнате у «сертиссеров» — приглушенный свет, потому что тяжело работать при постоянном бриллиантовом блеске. И полная тишина, потому что они работают с очень ценными камнями, постоянно рискуя их сломать, а нервы — не камни.

Шесть нажатий для каждого бриллианта. Для того чтобы покрыть браслет пантерой, который у меня в руках, нужно 6 тыс. маленьких бриллиантов. 36 тыс. точных нажатий — и после этого работа над каждым, чтобы идеально выгладить поверхность. Более крупные камни устанавливаются на лапки — и это еще более сложный процесс, поскольку камень должен сидеть как влитой, иначе есть риск его однажды потерять.

Ксавье Гарга очень горд своей литейной мастерской. По его словам, это принципиально изменило метод работы ювелира.

— Раньше, чтобы сделать такой браслет, ювелир брал слиток золота, расплавлял его, создавал основную форму и дальше работал с ней. Мы возродили античную технику скульптуры в воске,— рассказывает он.

У ювелиров теперь специальный тип твердого воска, который позволяет воспроизводить мельчайшие детали. Первые 400 часов ювелир работает с моделью из воска, которая затем передается литейщику и отливаются в материале.

— Но вы понимаете, что, если что-то не получается, мы, выходит, потеряли 400 часов работы и восковую модель заодно,— говорит Гарга.

Я спрашиваю его на прощание, что все-таки отличает мастерские Cartier от мастерских соседей по Вандомской площади.

— У ювелира есть два счастливых момента,— отвечает Ксавье Гарга.— Когда он получает работу и когда он прощается со своим произведением. Оно, как правило, не возвращается к нему. Нотолько не в Cartier. Если мы видим, что вещь хороша, но могла бы стать лучше, мы возвращаемся назад. Этого не делает никто. Никто не может себе позволить такую роскошь. К этому надо привыкнуть. Я работаю ювелиром с 16 лет, я руководил большими мастерскими знаменитых марок. Когда 15 лет назад я пришел в Cartier, я был отличным профессионалом с огромным опытом. У меня не было комплексов, я считал, что готов для работы. Но мне понадобилось еще три или четыре года, чтобы соответствовать качествам и стандартам Cartier.

Алексей Тарханов

«Когда вещь приносит эстетическое наслаждение — это прекрасно»

Ксения Кутепова о театре и часах



ВЫБОР КСЕНИИ КУТЕПОВОЙ: JAEGER-LECOULTRE RENDEZ-VOUS NIGHT & DAY, СТАЛЬНОЙ КОРПУС И БРАСЛЕТ, АВТОМАТИЧЕСКИЙ КАЛИБР JAEGER-LECOULTRE 898A С ИНДИКАЦИЕЙ «ДЕНЬ-НОЧЬ» И ЗАПАСОМ ХОДА НА 43 ЧАСА. КОЛЛЕКЦИЯ RENDEZ-VOUS СТАЛА ГЛАВНОЙ ПРЕМЬЕРОЙ МАНУФАКТУРЫ JAEGER-LECOULTRE В 2012 ГОДУ

Российская актриса Ксения Кутепова стала другом швейцарской часовой марки Jaeger-LeCoultre. Она носит модель Rendez-Vous Night & Day.

— Почему вы выбрали эти часы?

— Они красивые. Подходят к любому наряду. Честно говоря, я спокойно отношусь к часам и обычно их не ношу, но эти мне понравились. Когда вещь приносит эстетическое наслаждение — это прекрасно.

— Вы играете в театре и снимаетесь в кино. Чего сейчас в вашей жизни больше?

— Сейчас 90% времени я провожу в театре, репетируя новый спектакль. Он называется «Моряки и шлюхи». Спектакль ставит талантливый и одаренный Олег Глушков. «Моряки и шлюхи» — совершенно новый для нашего театра опыт. Серьезный и рискованный эксперимент. Это спектакль практически без слов.

— От чего зависит то, как проходит спектакль? Бываете ли вы довольны тем, как сыграли?

— Для меня до сих пор загадка, от чего это зависит. А главное, где объективная оценка удачности или неудачности спектакля. Бывает, мне кажется, что все было ужасно, а зал в восторге аплодирует. Либо, наоборот, я уверена, что все прошло отлично, а зрители встают и тихо расходятся. Здесь нет никаких законов, никакой системы. Тем, как сыграла, я бываю довольна редко. Но если это происходит — жизнь прекрасна! Такой энергетический подъем, что можно сразу же сыграть еще один спектакль.

— Больше 20 лет вы работаете в «Мастерской Петра Фоменко». Принимаете ли вы участие в спектаклях других театров?

— Да. Например, я играю в «Белой гвардии» и «Крейцеровой сонате» во МХТ. И это замечательный опыт. Сложный, полезный, поучительный. Когда выпадаешь из гнезда, выходишь из тепличного пространства своего театра, где все для тебя, ради тебя и ты со всеми говоришь на одном языке, начинаешь ценить вещи, о которых раньше не задумывался. Это, как обливание холодной водой, — закаляет, учит быть устойчивой.

— У вас есть любимые роли?

— Практически все! Мне только Горького играть не нравилось.

— А особенно любимые писатели?

— Их так много, что перечисление может занять пару часов. Благодаря Фоме клитературе я отношусь очень трепетно. Он был очень внимателен к слову. Все время подсовывал нам книжки, чтобы мы читали. У Фомы были очень долгие, полностью посвященные тексту «застольные» репетиции, длившиеся бесконечно. Ему была важна каждая запятая, все звуки и буквы... В спектакле оставалось только то, что было действительно необходимо. Ничего лишнего.

— Вы снимались в фильме Годара «Дети играют в Россию». Что вам запомнилось?

— Это было очень давно, в 1993-м, но я помню, что это было для меня событием. Я понимала, что это такое — вдруг попасть к Годару. Помню, съемки проходили очень неформально. Он сам сочинил сценарий, позвал Каролин Шампетье — оператора, собрал своих единомышленников... Там не было большой съемочной группы. Просто было какое-то количество актеров — и был Годар. При первой встрече он долго и подробно объяснял свой замысел, очень старался, чтобы все понимали, чего он хочет.

Беседовала Мария Мазалова

Тематические приложения к изданиям ИД «Коммерсантъ»

2013

График рабочий. Возможны изменения, дополнения и пр.

Приглашаем к сотрудничеству рекламодателей. Размещение рекламы: 8 (499) 943 9112/10/08/00, kommersant@kommersant.ru

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ»

Приложения к газете «Коммерсантъ» «Дом», «Нефть и газ», «Металлургия», «Логистика», «Банк», «Здравоохранение», «Лизинг», «Страхование», «Аудит и консалтинг», «Коммерческий автотранспорт», «ТОП-1000 российских менеджеров», «Информационные технологии», «Железнодорожный транспорт», «Авиастроение», «Энергетика» и др. — тенденции, прогнозы, перспективы, анализ и комментарии, рейтинги. «Стиль» — коллекции, часы и украшения, путешествия, подарки, мода. «Коммерсантъ Kids» — детский мир. «Коммерсантъ Beauty» — мир прекрасного

февраль Стиль (часовой, ювелирный)/A3 Коммерсантъ Beauty/A3 Дом/A2

март Стиль (подарки)/A3 Авто/A2 Банк/A2 Здравоохранение/A2 Коммерсантъ Kids/A3 Информационные технологии/A2 Дом/A2

апрель Нефть и газ/A2

Стиль (женский)/A3 Логистика/A2 Стиль Travel/A3 Коммерческий автотранспорт/A2 Лизинг/A2 Стиль (часовой, ювелирный)/A3 Дом/A2 Стиль (мужской)/A3

май Железнодорожный транспорт/A2 Информационные технологии/A2 Дом/A2 Metallurgy/A2 Коммерсантъ Beauty/A3

июнь Банк/A2 Стиль Travel/A3 Нефть и газ/A2 Дом/A2

июль Дом/A2

август Авиастроение/A2 Коммерсантъ Kids/A3 Дом/A2 Нефть и газ/A2

сентябрь Банк/A2 Авто/A2 BG Деловая авиация/A3 ТОП-1000 российских менеджеров/A2 Стиль (женский)/A3 Дом/A2

октябрь Лизинг/A2

Стиль (часовой, ювелирный)/A3 Здравоохранение/A2 Информационные технологии/A2 Аудит и Консалтинг/A2 Железнодорожный транспорт/A2 Логистика/A2 Дом/A2 Стиль (мужской)/A3

ноябрь Metallurgy/A2 Коммерческий автотранспорт/A2 Стиль Travel/A3 Нефть и газ/A2 Дом/A2 Коммерсантъ Kids/A3 Страхование/A2 Стиль (часовой, ювелирный)/A3

декабрь Коммерсантъ Beauty/A3 Банк/A2 Информационные технологии/A2 Здравоохранение/A2 Дом/A2 Стиль (женский)/A3 Стиль Рождество/A3 Энергетика/A2

Еженедельный экономический журнал «Коммерсантъ Деньги»

Приложения к журналу «Коммерсантъ Деньги» «Рейтинг страховых компаний», «Банковский рейтинг», «Рейтинг аудиторов и консультантов», «Рейтинг оценщиков», «ИТ-Рейтинг», «Жилой дом», «Образование» — рейтинги, анализ и комментарии, тенденции, технологии, статистика, рейтинги, цены и предложения

март Образование Рейтинг страховых компаний Банковский рейтинг

апрель ИТ-рейтинг Энергоэффективные технологии Жилой дом Рейтинг аудиторов и консультантов

июнь Рейтинг страховых компаний Жилой дом

июль Рейтинг оценщиков

сентябрь Образование Рейтинг крупнейших компаний России Рейтинг страховых компаний

Банковский рейтинг Жилой дом

ноябрь Жилой дом Банковский рейтинг

декабрь Рейтинг страховых компаний

Ежемесячный деловой журнал «Коммерсантъ Секрет фирмы»

Приложения к журналу «Коммерсантъ Секрет фирмы» «I-One. Информационные технологии», «Юридический бизнес», «Бизнес-образование», «Рейтинг бизнес-школ», «Экспресс-доставка», «Каталог франшиз», «Коммерческая недвижимость», «Коммерческие автомобили», «Экспресс-доставка» — анализ рынков, тенденции, статистика, рейтинги

февраль Бизнес-образование

март I-One. Информационные технологии Бизнес-образование Коммерческие автомобили

апрель Рынок экспресс-доставки Каталог франшиз Коммерческая недвижимость I-One. Информационные технологии

май Юридический бизнес I-One. Информационные технологии

сентябрь Рейтинг бизнес-школ Каталог франшиз I-One. Информационные технологии Юридический бизнес

октябрь I-One. Информационные технологии Рынок экспресс-доставки Бизнес-образование Коммерческая недвижимость

ноябрь I-One. Информационные технологии

декабрь I-One. Информационные технологии

Еженедельный общественно-политический журнал «Огонёк»

Приложения к журналу «Огонёк» «Путеводитель» — впечатления, поездки, цены, модные и сезонные направления

март Путеводитель

май Путеводитель

декабрь Путеводитель

Нефть и газ, Лизинг, Metallurgy, Логистика, Авиация, Экспресс-доставка, Энергетика Евгения Карлина

Дом, Коммерческая недвижимость, Жилой дом Наталья Пронина

Банк, Банковский рейтинг Ирина Пшеничникова

ИТ-Рейтинг, I-One. Информационные технологии Галина Григорьева

Коммерческие автомобили, Авто Оксана Дурова

Страхование, Аудит и консалтинг, Рейтинг страховых компаний, Рейтинг аудиторов и консультантов, Рейтинг оценщиков, Юридический бизнес Светлана Романова

Каталог франшиз Наталия Крюкова

Стиль Travel, Путеводитель Юлия Сальникова

Стиль Надежда Ермоленко

Здравоохранение, Образование, Бизнес-образование, Рейтинг бизнес-школ Ольга Савинова

Помимо приложений, выпускаемых по графику, ИД «Коммерсантъ» осуществляет выпуск целевых приложений по тематике компании-спонсора.

товар сертифицирован, реклама



часы и ювелирные украшения

МОСКВА, ГУМ, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ, 3 | ТЕЛ.: (495) 620 3311, 620 3390
МОСКВА, ВЕСНА, НОВЫЙ АРБАТ, 19 | ТЕЛ.: (495) 543 9879
СОЧИ, МОРСКОЙ ВОКЗАЛ, ВОЙКОВА, 1 | ТЕЛ.: (8622) 41 8167