

Стиль мужчины

27 АПРЕЛЯ 2017

**СМЕНА
ПАЛИТРЫ**
Поворот
к сдержанности
| 12

**ДЖОН
КОРТАХАРЕНА**
о карьере
и мечте
| 28

**ВЕЛИКИЙ
КОРМЧИЙ**
Zenith на Кубке
«Америки»
| 36

Коммерсантъ

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №19



BENTLEY



Возвращение легенды.

Новый Bentley Continental Supersports.

Узнайте больше об обновленном поколении Continental.

У официальных дилеров. Russia.bentleymotors.com #supersports

Мощность 710 л.с.; Разгон 0-100 км/ч – 3,5 сек.; Полный Привод.

Реклама. Название «Bentley» и символ в виде крылатой литеры «B» являются зарегистрированными товарными знаками. © 2017 Bentley Motors Limited. Суперспортс.



BENTLEY



Возвращение легенды.

Новый Bentley Continental Supersports.

Узнайте больше об обновленном поколении Continental.

У официальных дилеров. Russia.bentleymotors.com #supersports

Мощность 710 л.с.; Разгон 0-100 км/ч – 3,5 сек.; Полный Привод.

BENTLEY МОСКВА

Третьяковский проезд, 1/4; Барвиха Luxury Village. Тел. +7 495 933 33 77

BENTLEY МОСКВА-ВОЛГОГРАДСКИЙ

Волгоградский проспект, д. 41. Тел. +7 495 232 41 41

BENTLEY САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ул. Гельсингфорсская, д. 2 А. Тел. +7 812 363 30 30

BENTLEY КРАСНОДАР

ул. Крылатая, д. 12. Тел. +7 861 257 00 00

BENTLEY КРАСНОЯРСК

ул. Авиаторов, 4 Б. Тел. +7 391 205 13 25

Реклама. Название «Bentley» и символ в виде крылатой литеры «B» являются зарегистрированными товарными знаками. © 2017 Bentley Motors Limited. Суперспортс.



*НУЖНО МАСТЕРСКИ ОВЛАДЕТЬ ПРАВИЛАМИ, ЧТОБЫ ИХ НАРУШАТЬ. | РЕКЛАМА
+7 495 232 45 55 | AUDEMARSPIGUET.COM

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.*

ДОЛИНА ЖУ. НА ПРОТЯЖЕНИИ ТЫСЯЧЕЛЕТИЙ – ЦАРСТВО СУРОВОЙ, НЕПОКОРЕННОЙ ПРИРОДЫ; В 1875 ГОДУ ЗДЕСЬ, В ДЕРЕВНЕ ЛЕ БРАССЮ, ОБОСНОВАЛАСЬ МАНУФАКТУРА AUDEMARS PIGUET. ЗДЕСЬ ОТТАЧИВАЛОСЬ МАСТЕРСТВО ПЕРВЫХ ЧАСОВЩИКОВ – В ПРЕКЛОНЕНИИ ПЕРЕД СИЛАМИ ПРИРОДЫ И ПОСТИЖЕНИИ ЕЕ ТАИН ПРИ РАБОТЕ НАД СЛОЖНЫМИ МЕХАНИЗМАМИ. ПО СЕЙ ДЕНЬ, ДВИЖИМЫЕ НОВАТОРСКИМ ДУХОМ, МЫ НЕПРЕРЕСТАННО ИДЕМ НАПЕРЕКОР СЛОЖИВШИМСЯ В ВЫСОКОМ ЧАСОВОМ ИСКУССТВЕ КАНОНАМ.



ROYAL OAK
ХРОНОГРАФ
РОЗОВОЕ ЗОЛОТО

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

AUDEMARS PIGUET БУТИК:
МОСКВА: ГУМ, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ

44
стр.
РЕКЛАМНАЯ
КАМПАНИЯ IWC.
ЭВАН МАКГРЕГОР,
ФОТОГРАФ
ПИТЕР ЛИНДБЕРГ,
2014 ГОД



PETER LINDBERGH FOR IWC

| 8, 42 **Новости**

| 12 **Смена палитры**
Дмитрий Черников
о цвете мужского
костюма

| 16 **«Мы продолжаем
развиваться»**
Марк Лангер
о новой стратегии
Hugo Boss

| 18 **«Мужчина должен
инвестировать
в свою страсть»**
Джанлука Исайя
о секрете успеха
Isaia

| 20 **Открытие
Америки**
Владимир Гридин
о юбилейной
коллекции
Louis Vuitton

| 22 **С итальянским
акцентом**
Дмитрий Иванов
о весенне-летней
коллекции Albione

| 23 **Три варианта
на каждый день**
Елена Кравцун
о том, как носить
пенни-лоферы

| 24 **Королева
у наших ног**
Пола Жербас
о будущих
коллекциях
John Lobb

| 25 **«Мы не создаем
технологии ради
технологий»**
Марко Пальмьери
о смарт-чемоданах
Piquadro

| 28 **Элегантность —
это то, что нельзя
купить**
Джон Кортахарена
о карьере и мечте

| 30 **Под знаком льва**
Константин Старцев
о новых Monsieur
Chanel

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» *стиль. мужчины* | генеральный директор АО «Коммерсантъ» *владимир желонкин* | шеф-редактор АО «Коммерсантъ» *сергей яковлев* | руководитель службы «Издательский синдикат» *владимир лавицкий* | дизайн-проект *анатолий гусев* | главный редактор *наталья лучанинова* | заместитель главного редактора *любовь неверовская* | продюсер, стилист *софия бурнашева* | текст-редактор *елена гах* | главный художник *татьяна бакушина* | бильд-редактор *светлана шаповаленко* | выпускающий редактор *наталья ковтун* | корректура *елена вилкова* | верстка *константин шеховцев, елена богопольская, татьяна еремеева, дмитрий шнырев* | рекламная служба *надежда ермоленко* тел. (495)797-6996, (495)926-5262 | Адрес издателя и редакции: 121609 г. Москва, Рублевское шоссе, 28. Тел. (495)797-6970, (495)926-3301. Учредитель: АО «Коммерсантъ». Адрес: 127055 Москва, Тихвинский пер., 11, стр. 2. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-64419 от 31.12.2015 г. Отпечатано в Финляндии. Типография PunaMusta, Kosti Aaltosen tie 9, 80141 Joensuu, Finland. Тираж 75 000 экз. Цена свободная. На обложке: Посол часовой марки Bulgari модель Джон Кортахарена в часах Octo Finissimo Automatic. Фото предоставлено Bulgari. Фотограф Ellen Von Unwerth





16
стр.

31 Полетная программа
Роман Белов
о юбилее Omega Speedmaster

32 Единственный
Роман Белов
о новом хронометре Vacheron Constantin

36 Великий кормчий
Алексей Тарханов
о Zenith на Кубке «Америки»

40 Проверено временем
Мария Мельникова
о московской гонке Chopard

44 «Набраться смелости быть собой»
Питер Линдберг
о красоте без прикрас

46 «У нас очереди каждые выходные»
Егор Альтман
об искусстве, увлечении и бизнесе

48 «Я не сижу часами и не наслаждаюсь своим голосом»
Константин Хабенский
о грядущей премьере

50 «Я вижу этот бизнес насквозь»
Ясубэй Энмото
о смешанных единоборствах

52 Раскрыть чакры
Алексей Джавелидзе
об аюрведической клинике Kalari Rasayana

54 Тосканская идиллия
Владимир Гридин
об Argentario Resort Golf & SPA в Маремме

56 «Дойти до самой сути»
Карло Кракко
о переизобретении итальянской кухни

20
стр.





HERNO

Столешников 13, +7 (495) 664-81-59
Галереи Времена года, Кутузовский 48, +7 (495) 225-61-64
Москва



Городские часы

Женевский часовой дом Baume & Mercier представил новую модель часов Clifton Club. Часы предназначены для активных горожан: механизм отличается высокой надежностью, а круглый стальной корпус диаметром 42 мм удобно сидит на руке. Модель Clifton Club представлена в пяти версиях: две модели с «вседорожным» ремешком из телячьей кожи с рельефным тиснением, две — со стальным браслетом, а также версия full black с циферблатом, корпусом и ремешком черного цвета.



Клубный фитнес

В лондонском отеле The Lanesborough, открывшемся в 2015 году после реновации, начал работу фитнес-клуб The Lanesborough Club & Spa площадью более 1,6 тыс. кв. м. Для постояльцев отеля и членов клуба будут доступны занятия фитнесом, йогой, индивидуальные тренировки, уроки танцев и многое другое. Члены клуба смогут пройти тестирование по программе Body Oracle, определяющей процентное содержание подкожного жира в организме и физическое состояние в целом.

Энергичные коллекции

Бренд одежды и аксессуаров BMW Lifestyle представил пять новых спортивных коллекций. Вдохновленная стилистикой 1970-х линия Motorsport Heritage отдает дань традициям BMW в мотоспорте. Во второй коллекции для любителей мотоспорта — Motorsport BMW — представлена куртка BMW Motorsport Paper Jacket из инновационного материала тайвек, на котором можно писать маркерами. Есть также линии Golfsport и Yachtsport, а в коллекции Active представлена городская повседневная одежда спортивного стиля.



Спортивный дух

Dirk Bikkembergs выпустил новый аромат DIRK для мужчин, увлеченных футболом. В массивном флаконе, повторяющем форму футбольного мяча, заключен аромат с нотами яблока, перца, цветка апельсина, кожи и мускуса. Аромат DIRK доступен в объеме 30, 50 и 100 мл в сочетании с продуктами для ухода за телом — гелем для душа и дезодорантом-спреем.



Главная роль

Итальянский бренд аксессуаров Piquadro выбрал второго героя для своего digital-проекта Passengers, запущенного в начале 2017 года. Вслед за актером Дмитрием Ендальцевым в проекте принял участие актер Сергей Губанов, получивший известность после исполнения ролей в сериалах «Высокие ставки» и «Чужая жизнь». Сергей протестировал портфель из коллекции Black Square с отделением для ноутбука, органайзером для пишущих принадлежностей и карманом для зонта.

Товар сертифицирован. Реклама.
ООО «Интернет Бутик», 109012, Москва, Ветошный пер., 17, ОГРН 5087746235760

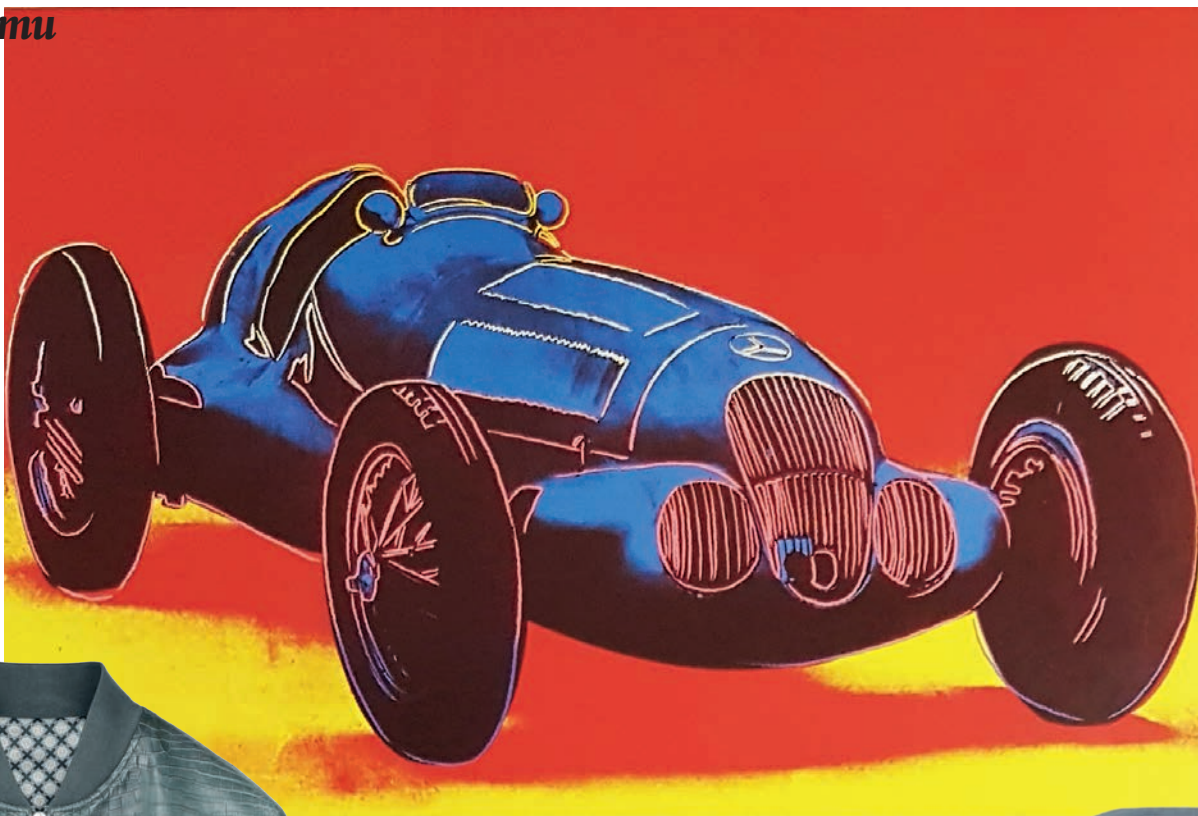
isaia.it

Bosco & Linzi
FAMILY

ISAIA^{60th}
NAPOLI



ГУМ, КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ, 3 • ПЕТРОВСКИЙ ПАССАЖ. ПЕТРОВКА, 10 • ВЕСНА, НОВЫЙ АРБАТ, 19
ИНТЕРНЕТ-БУТИК: WWW.BOSCO.RU | ☎ 8 (495) 660 0550



Машина для художника

Во флагманском салоне продаж «Мерседес-Бенц РУС» открылась выставка «Любимая машина Энди Уорхола». На ней представлены 50 копий принтов основателя поп-арта, на которых изображены старинные автомобили, футуристические модели автомобилей и любимая личная машина художника — Mercedes-Benz 300 SL.



Эксклюзивный крокодил

В весенне-летней коллекции мужской одежды Ferutdin Zakirov сочетаются классический неаполитанский крой и современный миланский стиль. Знаковой вещью сезона стал бомбер из натуральной кожи крокодила тончайшей выделки. Он изготовлен из десятка мягких крокодиловых шкур и окрашен вручную. Создан в единственном экземпляре.



С виду классика

Часовой дом Montblanc создал совместно с корпорацией Google первые smart-часы. Модель Montblanc Summit выдержана в стиле классической коллекции Montblanc 1858 в корпусе диаметром 46 мм с одной кнопкой. Часы оснащены процессором Qualcomm Snapdragon Wear 2100 с 512 Мб оперативной памяти, 4 Гб основной памяти, Bluetooth и Wi-Fi и работают на операционной системе Android Wear 2.0.

В яркую полоску

Модель кроссовок Icon Clean итальянского бренда Santoni получила очередную интерпретацию в коллекции сезона «весна-лето 2017». Классическая спортивная обувь белого цвета стала ярче благодаря широким полосам винного, черного и ультрамаринового оттенков.



Мужской подход

Wellness-клуб Pride Beauty & Spa в поселке Жуковка предлагает мужчинам комплекс процедур по уходу за собой. Базовые услуги — мужские маникюр, педикюр и массаж — дополняются уходом за лицом и телом. Наиболее востребованы комплексные процедуры для тела — душ Шарко, обертывания, аппаратные технологии Ilpro и LPG, а также уход за кожей лица — УЗ-чистка, инъекционная и безыгловочная мезотерапия. Перед процедурой требуется консультация специалиста.





РЕКЛАМА



Милан, Улица Джезу 9
Москва, Времена года - Крокус Сити Молл - Модный Сезон
Париж, Улица Ду Драгон 4

Смена палитры
Поворот к сдержанности

Дмитрий Черников |



В ПОСЛЕДНЕЕ десятилетие мы наблюдаем возрождение мужской элегантности. Мужчины вновь заинтересовались классической одеждой и превратили пользование продукцией ремесленного производства и люксовых брендов в своеобразную субкультуру. За это время в мире классики изменилось многое: сначала костюм экстремально заузился и укоротился, сейчас мы наблюдаем возврат к более традиционным пропорциям. Но самое интересное сегодня — метаморфозы цвета. Еще пять лет назад фото с международной выставки мужской моды Pitti Uomo разлетались по социальным сетям с подписями: «Почему наши мужчины не одеваются так же?», а сегодня даже самые восторженные признают: с буйством красок пора завязывать.

Важно, впрочем, уточнить, что речь о ситуации в Европе и США. Именно западные трендсеттеры представляют передний край мужской моды и определяют, что мы, сознательно или бессознательно, вскоре у них позаимствуем. Самых ярких персонажей стритстайла называют «павлинами», но российских обладателей костюмов к ним по большей части не отнести. За трендами мужской классики у нас следит узкий круг жителей столиц и городов-миллионников. Те, кто не ездит на мужские выставки, получают информацию из глянца и тематических блогов. Но остальные владельцы классических костюмов скорее

видят в них не модное высказывание, а униформу. По словам главы bespoke-ателье GB Tailors Андрея Гришина, 90% их заказчиков приобретают серые и синие костюмы только для работы и перемен в последние годы не наблюдается. Костюм, парный или непарный, все еще воспринимается нашими соотечественниками как деловой или торжественный, мало кто рассматривает его как повседневную одежду.

То, что «цветная волна» обошла Россию стороной, объясняется не только нашей врожденной «северной» скромностью. 2014–2015 годы, когда яркость международного стритстайла вышла за пределы возможного, пришлось на девальвацию рубля. В 2015-м, по данным Fashion Consulting Group, российские продажи люксовых товаров упали на 43% в долларовом выражении. Российским потребителям люкса стало не до цветных шарфов и брюк в клетку, предпочтение они отдали более универсальным вещам вроде того же темно-синего костюма.

Историк и искусствовед Мишель Пастуро в своем исследовании «Черный. Теория цвета» отмечает особенность одежды XIX века: «Один лишь черный может быть гарантией авторитета и серьезного отношения к делу. По этой самой причине в черное одеваются все те, кто обладает властью или знанием: судьи, адвокаты, преподаватели, врачи, нотариусы, секретари суда». Сегодняшние

дресс-коды, хотя с каждым годом они и становятся менее строгими, основаны на том же представлении об «авторитете» мужчины в темной одежде, хотя сам по себе черный костюм — за исключением смокинга и фрака — давно моветон, его заменили темно-синий и темно-серый. Исследователь моды Николо Антонджованни в книге «Костюм» с иронией замечает: «Джентльмены понимают, что на мужчинах черный смотрится слишком елейно. <...> Такие костюмы популярны в среде, где царит атмосфера хвастовства, — например, в мафиозных кругах, в конторах лондонского Сити, — но кажутся гротескными вне этой среды».

При этом черный до сих пор служит основным цветом для мужской обуви. Токийский обувщик Ёхэй Фукуда утверждает: большинство его клиентов заказывают черную обувь по той причине, что скромность считается в Японии главной добродетелью работника, а строгий дресс-код остается необходимостью. В Европе, особенно южной, черной обуви сегодня предпочитают коричневую. Но некоторые производители классической обуви красят свои изделия в нестандартные цвета — оранжевый, зеленый или фиолетовый. Иногда это массовое производство, но чаще такая обувь изготавливается по индивидуальному заказу. Никита Злобин, управляющий партнер московского обувного ателье Lefort, рассуждает: «Люди создают миллионы цветов, а мы в своем



Гости выставки мужской моды Pitti Uomo. 2016 год

ENRICO LABROCA



CANALI, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2017»



BRUNELLO CUCINELLI, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2017»



BOTTEGA VENETA, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2017»



JEFFREY RUDÉS, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2017»



DASHING TWEEDS, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2017»

гардеробе используем два-три. Я почти не вижу крупной клетки на пиджаках, полоска на костюмных тканях консервативно скучна. Будем честны, культурный код требует от нас быть практичными и сливаться с пейзажем. Но приобретая черную обувь, мы теряем в обуви все: форму колодки, модель, цвет, фактуру кожи. Впрочем, всегда с чего-то нужно начинать. Поэтому при размещении первых заказов я предлагаю клиентам не экспериментировать и сначала сформировать базовый гардероб».

«Павлин» же бросает черно-серому миру вызов. В его гардеробе цвета и рисунки могут смешиваться самым неожиданным образом. Гай Хиллз, директор английской текстильной марки Dashing Tweeds, чья продукция славится необычными цветами и рисунками, говорит: «Костюмы из наших тканей предназначены для того, чтобы в них одевались не на работу, а для себя. В них куда приятнее развлекаться». Впрочем, границу перейти просто. Если пять лет назад перчатки, убранные в нагрудный карман пальто, казались верхом элегантной небрежности, то сегодня это настолько приелось, что не вызывает положительных эмоций. Умелое нарушение правила вроде «не сочетайте клетку с полоской», с другой стороны, до сих пор отличает опытного современного денди от неофита. Но «павлинство» — обратная сторона дендизма.

Главной целью оно ставит привлечение к себе внимания. Денди, напротив, живут по принципу «заметной незаметности», не изменившемуся за два века.

Как раз к дендизму — сдержанной, но уверенной расстановке акцентов — и возвращается мир мужского стиля. Злобин добавляет: «Костюм может быть раздельным, обувь может быть с деликатной патиной, такой, что ее будет видно лишь в ярком солнечном свете. Нагрудный платок может быть чуть ярче, чем хочется поначалу, рубашка может быть в деликатную полоску. Все это расставит акценты, украсит даже самый скучный офисный внешний вид, добавит шарма и увеличит объем продаж, если человек занимается продажами».

Журналист Уэй Коу на страницах международного журнала The Rake провозгласил смерть «павлинства» и начало эры новой элегантности. Эксперты по современной классике сходятся в том, что яркие аксессуары работают только на фоне сдержанной основной гаммы: галстук в цветок сам по себе не безвкусен, но лучше смотрится в сочетании с однотонным пиджаком. Четыре разных паттерна на пиджаке, рубашке, галстуке и нагрудном платке — сочетание заведомо проигрышное, зато один-два гарантируют, что образ не будет безликим. Броские и яркие цвета, впрочем, сохраняются на невидимых деталях пиджаков

вроде подкладки и в арсенале джентльменской домашней одежды. Шелковые халаты в «индийские огурцы», домашние смокинги с атласными лацканами, тапочки с черепами — такие вещи все еще вписываются в рамки хорошего вкуса.

Модные издания и реклама брендов демонстрируют, что внимание теперь следует обращать не на цвета, а на рисунки и фактуры. Светло-коричневый льняной костюм без рисунка прекрасно смотрится с кремовой рубашкой и галстуком из вязаного шелка медного цвета. Серый деловой

костюм начинает выглядеть совсем иначе, если он двубортный, а лацканы расширены относительно условного стандарта. В таком ансамбле зелено-коричневый галстук и однотонный коричневый платок — единственные цветные пятна, больше и не нужно. Даже часы из нержавеющей стали могут смотреться интереснее, чем из розового золота. Такие решения — не навязчивый минимализм модных дизайнеров, а напоминание о неброской роскоши «старых денег», свойственной джет-сету середины XX века. Быть может, в России трансформации классического стиля не так выражены именно из-за того, что культуры «старых денег» в последнее столетие здесь не существовало, а граница между «служебным» и «уличным» стилем до сих пор не стерлась.

И все же в эпоху, когда JP Morgan и PWC отменяют дресс-код, одеваться скучно или удивлять публику режущими глаз сочетаниями теряет смысл. Сегодня мужской костюм — это ответ на утрированную практичность футболок и кроссовок. Он не бросается в глаза и не стремится «донести месседж» дизайнера, а служит средством выражения вкуса владельца.



CANALI, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2017»

Лишь человек, который не принимает безусловно то, что кажется очевидным,
может считаться **подлинным новатором.**
piquadro.com/mystartup



Программа поддержки инноваций
Piquadro MyStartup.

 PIQUADRO

«Мы продолжаем развиваться»

Марк Лангер о новой стратегии Hugo Boss

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ директор Hugo Boss о расширении на Восток, соотношении мужской и женской коллекций и планах по завоеванию мира.



— Какие изменения произошли в Hugo Boss за последний год?

— Мы сделали все, чтобы избежать потерь и спрогнозировать будущее развитие компании. Мы урезали наши расходы, закрыли 20 неприбыльных магазинов, приступили к реструктуризации оптового бизнеса в США и пересмотрели

форматы дистрибуции, которые не соответствуют позиционированию бренда. Еще одно важное решение — все операции по онлайн-коммерции в Европе теперь полностью осуществляются самой компанией. Помимо этого, мы полностью обновили сайт и усовершенствовали мобильное приложение.

— Решение Hugo Boss закрыть 20 неприбыльных магазинов американский новостной бизнес-портал CNBC назвал кризисом самоопределения. Это так?

— Мы не согласны с таким видением ситуации. Компания избавляется от неприбыльных активов, но там, где для нас есть благоприятные возможности, мы продолжаем развиваться. В частности, в 2017 го-



BOSS, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2017»

ду в собственное управление компании перейдут три франшизы в Дубае, а также продолжится расширение присутствия на Ближнем Востоке.

— Февральская женская Неделя моды в Нью-Йорке прошла без участия Boss, бренд также сместил фокус внимания на мужскую коллекцию. С чем связано такое решение? И как оно скажется на сотрудничестве с Джейсоном Ву?

— Джейсон Ву остается креативным директором бренда, и его влияние на женскую коллекцию невероятно высоко. И несмотря на то что, действительно, фокус внимания перемещен на мужскую коллекцию, женская линия по-прежнему остается очень важным элементом бренда.

Компания уделяет особое внимание мужской коллекции, так как для бренда именно мужская линия является основополагающей.

— Компания сегодня фокусирует внимание на двух брендах — Boss и Hugo.

Почему выбран именно такой подход?

— Мы стремимся к единому позиционированию. В коллекциях Boss будут представлены вещи как в деловом, так и в менее строгом стиле. Бренды Boss Orange и Boss Green больше не будут независимыми, а будут интегрированы в общий бренд Boss. Таким образом, клиент сможет подобрать образ сразу в трех стилях — деловом, casual и athleisure (повседневная одежда в спортивном стиле). Что касается Hugo, в будущем он станет олицетворением модного бренда для тех, кто уделяет особое внимание последним веяниям и хочет выражать собственное «я» с помощью одежды. При этом цена будет очень привлекательной, а качество — соответствовать премиальному сегменту. Но мы ни в коем случае не отказываемся от люкса, потому что коллекции ручного производства Tailored и Made-to-Measure по-прежнему очень востребованы у покупателей.

БЕСЕДОВАЛА ЛЮБОВЬ НЕВЕРОВСКАЯ



**ДУМАЙ О ЗВЕНЯЩЕЙ ТИШИНЕ.
ДУМАЙ О КАПЛЯХ РОСЫ.
ДУМАЙ О ШЕЛЕСТЕ ДЕРЕВЬЕВ.**

**НЕ ДУМАЙ, КАК ЗАЩИТИТЬ
СЕБЯ ОТ НЕПОГОДЫ.
НЕ ДУМАЙ О GORE-TEX® PRODUCTS.**



**ЧЕМ БОЛЬШЕ МЫ ЗАБОТИМСЯ О ВАС,
ТЕМ РЕЖЕ ВЫ ДУМАЕТЕ О НАС.**

Ничто не дает такой защиты, как GORE-TEX® products.

gore-tex.ru

«Мужчина должен инвестировать в свою страсть»

Джанлука Исайя раскрывает секрет своего успеха



ские костюмы. Но мы до сих пор работаем и процветаем. Какие-то тенденции действительно умирают, но говорить о кризисе странно.

— И тем не менее даже «большая четверка» разрешила своим работникам не приходить на работу в костюмах, если у них нет встреч с клиентами. Что скажете?

— Ну послушайте, в 1990-е в Штатах появилась так называемая casual Friday. А мы все продаем костюмы и растем. Никто не носит костюмы круглосуточно и по любому поводу. Нашим клиентам не нужен какой-то костюм, какой-то свитер, они хотят лучшее. И они остаются с нами, потому что им нравится продукт, качество и ритуал покупки у нас. Мы стараемся дать клиентам новый опыт, новое впечатление при покупке.

— Вы как-то сравнили хороший костюм с хорошим сексом. Хочешь уложить красотку в постель — будь добр раскошелиться, точнее инвестировать в отношения: угостить ужином в дорогом ресторане, подарить что-то красивое и так далее. Костюм тоже требует инвестиций. А что еще, на ваш взгляд, требует инвестиций?

— Мужчина должен инвестировать в свою страсть. И что бы мужчина ни делал, он должен делать это со страстью. Бизнес, любовь. Где страсть, там успех.

— Всегда?

— Да, всегда.

— Вам легко говорить. Вы родились в рубашке, простите за каламбур. Ваш дед основал компанию, а вы лишь взяли в свои руки бразды правления уже успешным бизнесом.

— Не совсем так. Да, у меня отправная точка была лучше, чем у многих, но, если бы у меня не было страсти к тому, что я делаю, я бы просто загубил дело деда. Понимаете, дело не в деньгах. Я не меряю успех деньга-

ми. Я меряю успех счастьем. Если ты утром просыпаешься счастливым и получаешь удовольствие от жизни и работы, допустим, посудомойщиком, то это и есть успех. Ты уже успешен. Да, у тебя нет миллионов, и в глазах общественности ты можешь выглядеть неудачником, но это волнует только несчастных людей. Счастливым плевать на общественное мнение.

— Существует ли бизнес-этикет в вопросе выбора костюма?

— Лет десять назад были какие-то правила. Например, недопустимо было надеть пиджак и брюки не из одной пары. Сейчас носите пиджак да хоть с джинсами, на здоровье. Скроссовками. Вроде белые носки — это табу. Но однажды появится парень, который наденет белые носки и будет выглядеть невероятно элегантно. И все плюнут на табу. Я категорически против правил.

— Почему вы ушли с выставки Pitti Uomo?

— Я убежден, что выставка Pitti Uomo — лучшая выставка в мире для тех компаний, которым нужно засветиться. Когда-то мы там заводили новые контакты, выстраивали связи и находили партнеров. Сейчас, к сожалению, это превратилось в рутину. Одни и те же старые знакомые, а 80% наших продаж происходят до выставки. Нам нет никакого смысла быть там с точки зрения бизнеса. Разве что общаться с прессой.

— И что же? Будете показываться на Миланской неделе моды?

— О нет. Я немного устал от пародии на моду. Ряженные павлины, которые одеваются так только два раза в год и которыми кишмя кишит мир моды, — это не мое. Не люблю подделок. Стиль — это то, что вы носите каждый день. То, в чем вам комфортно, а не то, в чем вы хотите, чтобы вас сфотографировал модный блогер.

— Инстаграмизация моды нанесла вашему бизнесу вред?

— Нет, не думаю. Никто не будет покупать хороший костюм через инстаграм. А с точки зрения рекламы и популяризации бренда инстаграм неплохо работает.

— Вы надеваете для сравнения костюмы своих конкурентов?

— Обязательно, раз в год мы все это делаем. Мы покупаем костюмы наших конкурентов, чтобы потом внимательно их изучить и сделать выводы не столько о том, что они делают, сколько о том, чего они не делают. Это важнее.

— Чувство юмора, отменное качество тканей, расцветки — все эти отличительные черты вы уже не раз называли, описывая свою марку. Этого мало. Что же еще?

— Вы как Джордж Клуни в рекламе Nespresso — «что же еще?». (Смеется.) Мы нашли свою нишу. А это самое главное для любой компании. Знаешь, для кого ты и кто ты, делать выбор крайне легко. Сразу ясно, какие модели, расцветки могут существовать в коллекции, а каким не место. И очень



ОЧЕНЬ ЛЕГКО ПРОДВИГАТЬ БРЕНД,
потому что ты все про него
понимаешь. Попытки уговорить
людей купить то, в чем ты сам
до конца не уверен, обречены
на провал



легко продвигать бренд, потому что ты все про него понимаешь. Попытки уговорить людей купить то, в чем ты сам до конца не уверен, обречены на провал.

— **Хороший костюм может изменить жизнь?**

— Не знаю... Не думал об этом. Но вы спросили, и сейчас я понял одну штуку. Наши работники должны вкладывать в вещи душу, потому что однажды они могут изменить чью-то жизнь.

— **Если бы мужчина мог позволить себе только один хороший костюм, какую расцветку, фасон и ткань вы бы посоветовали?**

— Это все не имеет значения. Надо покупать то, в чем комфортно. У меня есть один трюк, которым я делюсь с клиентами, когда они не могут решиться на покупку или зашли в тупик с выбором. Я говорю им: «Представьте, что вы стоите на сцене и должны произнести важную речь перед огромной аудиторией. Вам комфортно будет в этом костюме выйти на сцену, чтобы тысячи глаз смотрели только на вас?» И если ответ «нет», то не надо покупать такой костюм. Любая вещь может быть элегантной, только если вам нравится ее носить, — любой дискомфорт автоматически исключает элегантность.

— **Вы смотрите на костюм человека, когда ведете переговоры?**

— Да, всегда. Первое впечатление — от него никуда не деться. Но это не будет крите-

рием оценки профессионализма или ума. Я всегда высматриваю в людях капельку дурашливости. Быть серьезным все время невозможно. Нужно сумасшествие, спонтанность, чтобы создавать что-то новое.

— **Помните свой самый сумасшедший поступок? Или хотя бы тот, о котором можете мне рассказать?**

— Как-то я прилетел в Москву в сандалиях (я почти всегда ношу сандалии, даже с

деловым костюмом). Ой, забыл сказать, это был январь. Сейчас наша самая сумасшедшая идея — интернет-магазин Isaia. Попрядчиком мы выбрали одну американскую компанию, с которой мои подчиненные переписывались почти месяц. Я устал от этого пинг-понга и дал распоряжение написать письмо следующего содержания: «Мы будем благодарны, если вы сможете приехать, чтобы можно было все обсудить лично». Вот так просто и без лишних экивоков. «Будем на следующей неделе», — в ту же секунду ответили американцы. Мы встретились, я назвал бюджет, поставил задачу и спросил, готовы ли они прямо сейчас подписать контракт? «Дайте нам пять минут». — «Да хоть все пятнадцать, но мы или подписываем контракт сегодня, или пожимаем друг другу руки и расходимся». Через 15 минут все было подписано.

ISAIA, КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2017»



— **Настоящий итальянец. Сделали предложение, от которого партнеры не смогли отказаться.**

— Ну не то чтобы так, но похоже, да. (Смеется.) Я не люблю разводить демагогию.

— **Зачем вам интернет-магазин? Кто будет покупать классические костюмы онлайн?**

— Мы уже продаем много костюмов онлайн. Покупают в основном наши же клиенты, которые уже знают размеры и наши лекала. К тому же всегда можно прийти в бутик и подогнать вещь по фигуре. Ну и конечно, это борьба за миллиалов. Без них никуда. А миллиалы 24 часа в сутки онлайн.

— **И много путешествуют. Что должно быть у настоящего джентльмена в чемодане?**

— Фото его женщины. И что-то, что приносит ему удовольствие: книга, клюшка для гольфа — что угодно. И лекарства. Не хочу сейчас быть поэтом и придумывать лишнее, просто вспоминаю, что у меня самого лежит в чемодане.

— **Как отличить хорошую вещь от плохой?**

— У нас есть такое понятие, как «автобусный тест». В автобусе выдержитесь рукой за поручень над головой. Приходится поднимать руку. Или представьте, вы в самолете, и мужчина на ваших глазах кладет чемодан на полку над сиденьями. И вот он задирет руки, а рубашка остается на месте и не выбивается из брюк. Это и есть хорошая рубашка. Мы подходим к выкройке рубашек с особой тщательностью. Не меньшей, чем к пиджакам. Или хороший галстук. Когда вы держите его за кончик, он не скручивается в спираль, а висит ровно. А еще в наших галстуках есть красная нитка. В конце дня просто потяните за нее и оставьте галстук лежать так на ночь, а утром расправьте. Галстук будет выглядеть так, будто вы его только что погладили. Кстати, галстуки нельзя гладить утюгом. Надеюсь, вы это помните. (Смеется.)

Открытие Америки

О юбилейной коллекции Louis Vuitton

Владимир Гридин |

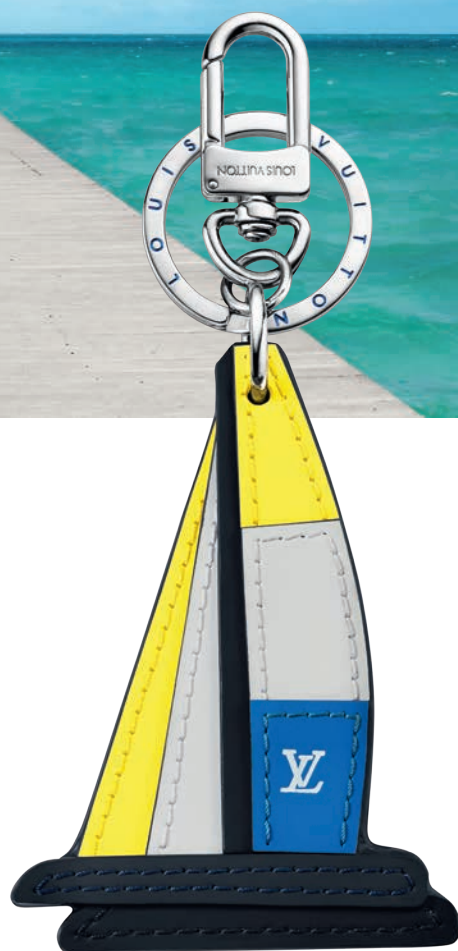
ТРИДЦАТЬ пятую годовщину своего партнерства с регатой «Кубок "Америки"» (America's Cup) Louis Vuitton отмечает выпуском мужской коллекции Lifestyle, посвященной активному образу жизни. Финал регаты «Кубок "Америки"» пройдет на Бермудских островах в середине июня.

В 1851 году, за три года до основания Louis Vuitton, в британском городе Каус яхт-клуб ее королевского величества Виктории

Royal Yacht Squadron («Королевская яхтенная эскадра») объявил о проведении 85-километровой гонки вокруг острова Уайт, пообещав победителю приз в 100 фунтов стерлингов и великолепный только что сделанный кубок. Состязание выиграла изящная ультрасовременная шхуна «Америка», построенная синдикатом членов нью-йоркского яхт-клуба. Отрыв «Америки» от соперников составил сенсационные 18 минут. Кубок получил имя в честь первого победителя, оно и стало ключевым кодом будущей регаты. Таким было начало старейшего международного спортивного состязания в мире — регата America's Cup на два десятилетия старше Кубка Англии по футболу и на 45 лет опередила первые современные Олимпийские игры.

Несмотря на почтенный возраст, регата обрела широкую популярность лишь в начале 1980-х, когда Louis Vuitton стал ее партнером. До этого желающие побороться за кубок просто бросали вызов предыдущему победителю. С 1983 года в партнерстве с брендом проводится знаменитая гонка претендентов. Ее победитель получает право встретиться с действующим чемпионом. Даже в случае проигрыша ему останется на память Кубок гонки претендентов Louis Vuitton. Этот десятикилограммовый серебряный трофей напоминает одновременно пересекающиеся паруса идущих рядом яхт и знаменитый логотип Gaston V. Созданная Гастоном Луи Вюиттоном в 1930-е годы эмблема воплощает в себе главные ценности дома Louis Vuitton: Volez, Voguez, Voyagez — путешествия по воздуху, воде или суше.

Гонка претендентов и следующая за ней регата America's Cup состоятся в этом году на Бермудах. Грейт-Саунд — небольшая природная гавань вулканического происхождения, почти со всех сторон окруженная островами, — станет идеальным природным амфитеатром для состязания элиты парусного спорта. Финиш — всего в нескольких футах от трибун, построенных по образцу стадионных. Отсюда зрители смогут наблюдать за всеми перипетиями гонки, в которой пять профессиональных команд и пять яхт, воплотивших в себе все чудеса современных технологий, будут яростно биться за малейшее преимущество перед соперниками. Пять команд приложат все силы, чтобы добиться права бросить вызов Oracle Team USA в битве за «Старый кубок»





(именно так — The Auld Mug — называют Кубок «Америки» посвященные).

В регате «Кубок "Америки"» состязаются ультрасовременные катамараны с жесткими парусами и на подводных крыльях класса AC. Они разрезают воду и могут изменять свой наклон. Судно буквально взлетает над водой под действием подъемной силы, словно крыло самолета. Эти яхты настолько совершенны, что гонки дронов в сравнении с сегодняшней регатой кажутся не сложнее игры в петанк. По уровню адреналина эта регата мало чем отличается от скоростных автогонок.

Среди фанатов и яхтсменов наверняка будет немало тех, кто в качестве экипировки выберет вещи из капсульной коллекции Louis Vuitton America's Cup — непринужденные и элегантные, предназначенные для повседневного ношения. Пушистый

трикотаж, верхняя одежда, шорты карго и поло представлены в сезонных цветах — темно-синем и белом с эффектными акцентами желтого и традиционной красно-синей гаммой логотипа Gaston V.

Вещи для пляжного отдыха и для торжественного вечера перекликаются благодаря ярким графичным принтам Gaston V, Semaphore и Tropicoral. Коллекция также включает обширный ассортимент кожаных изделий, представленных во множестве вариантов и созданных специально для путешествий. Новая версия исторического узора Damier в темно-синем и белом цветах представлена как на легендарных сумках, таких как Keepall, так и на новой модели Semaphore и Tropicoral.

Свобода, отвага и смелость начинающий — в этом настоящий дух и Louis Vuitton, и America's Cup.

С итальянским акцентом

О новой коллекции Albione

Дмитрий Иванов |

РОССИЙСКИЙ рынок классической одежды потребителей не балует. Представленные на нем коллекции отечественных брендов обычно проигрывают импортным в цене, качестве или актуальности. Экономия на материалах и дизайне оставляет потребителя со стереотипной «классикой», которую не за что любить: на выбор предлагают костюмы, будто бы сшитые специально для того, чтобы в них прели мелкие служащие. Но даже в ассортименте готовой одежды есть приятные исключения. В их числе продукция Albione — российско-итальянской марки, возникшей в городе Комо и получившей известность в России и Польше. Сегодня в Москве, Санкт-Петербурге и Тюмени действует почти 30 магазинов бренда плюс есть возможность онлайн-шопинга по всей стране.

В весенне-летней коллекции марки взят курс на дендизм: крайняя сдержанность соседствует здесь с выраженными акцентами и трендовыми находками. Примерно так сегодня одеваются иконы стиля вроде Тома Хидделстона и Эдди Редмейна. Кричащих цветов, за исключением одного электрически-голубого костюма, здесь нет, паттерны тоже минималистичны. Но в этой сдержанности нет застоя. Костюм становится полотном, которое легко раскрашивается более яркими аксессуарами: галстуками, запонками и нагрудными платками.

Самая интересная модель весенне-летней коллекции Albione — серый костюм в темно-бордовую клетку. Дизайнер Роза Кафаро с точностью ухватила тенденции новой мужской классики: во-первых, клетка «принц Уэльский», ставшая одним из самых популярных рисунков последнего времени; во-вторых, расширенные и заостренные лацканы, чуть приподнятые к воротнику; в-третьих, рукав с выраженным маскулинным окатом. «Карман для билетов» над правым боковым карманом отсылает к загородному английскому



чите манифест беззаботности, не уходящей в шалопайство. Предпочитаете выглядеть консервативнее? Ограничьтесь белой рубашкой с коричневыми туфлями. Коллекция хороша именно универсальностью — из десяти вещей можно собрать полсотни образов.

Классические костюмы здесь непременно однобортные, двухпуговичные, приталенные и слегка укороченные, но без нарушения пропорций. Силуэт — нечто среднее между «английским» и «итальянским»: с естественным плечом без лишних накладок, но без покатости. Он мягкий, но при этом не теряющий формы. В цветовой гамме и чуть строгий фактурный графит, и нетривиальный однотонный индиго. Albione — одна из немногих российских марок, представивших полноценный мужской смокинг: с атласными шалевыми лацканами и контрастной алой подкладкой. Подкладка всех костюмов новой коллек-

ции, кстати, сделана из купро — разновидности вискозы, более дорогой и приятной на ощупь. Эту ткань чаще используют не в массовом, а в индивидуальном пошиве.

Выбор материалов — сильная сторона бренда. Для костюмов используют итальянскую шерсть, в том числе Lanificio Fratelli Cerruti — деликатную, с высоким коэффициентом кручения S120–S150. Это значит, что из одного килограмма шерсти изготавливают 120–150 километров нити. На галстуки и платки идет шелк Guabello, а плащевая ткань Limonta защищает от влаги и низких температур.

стилю, удачно рифмуясь с клеткой. К такому костюму подойдут однотонная рубашка и галстук в редкий горошек или медалеообразный орнамент.

Непромокаемые и непродуваемые куртки темных оттенков (преимущественно иссиня-черные) подойдут и к костюму, и к кэжуалу. Тем более что смарт-кэжуал у Albione теперь множество. Приятное неформальное сочетание — пиджак из меланжевой серой шерсти с рисунком «птичий глаз» и темно-бордовые чиносы. Добавьте к ним рубашку в мелкую контрастную клетку и белые кеды — полу-



Как носить пенни-лоферы

Три варианта на каждый день

Елена Кравцун |

НАСТУПЛЕНИЕ тепла приближает время ношения легких пенни-лоферов. В отличие от оксфордов, дерби и брогов этот вид мужской обуви явно недооценен. Многим кажется, что пенни-лоферы не сочетаются с повседневной одеждой. Мы решили развеять это заблуждение и показываем, как носить пенни-лоферы с джинсовым костюмом, бомбером и брюками чинос.

В 1934 году американская обувная компания G.H. Bass & Co выпустила свою версию прошитых вручную лоферов, добавив к ним полоску кожи с прорезью в виде ромба. Так появился новый вид мужской обуви — пенни-лоферы. «Их красота — в универсальности», — говорилось тогда в рекламе компании. В 1950-х годах в США они приобрели популярность среди старшеклассников, которые уже тогда умели сочетать куртку, футболку и шорты с пен-

ни-лоферами. Считается, что именно учащиеся и придумали название этой обуви. Позже пенни-лоферы стали носить все — от Джеймса Дина до Джона Кеннеди. Большими поклонниками пенни-лоферов были герцог Виндзорский, который часто сочетал их с костюмом, актеры Марчелло Мастоияни и Джин Келли. Их носили на босу ногу и с белыми носками, как Майкл Джексон в клипах «Beat It» и «Billie Jean».



С брюками чинос

Одежда на каждый день из натуральных материалов: легкая куртка и чиносы Atelier Portofino, сорочка Marol и замшевые пенни-лоферы с плетением Barrett.



С бомбером

Бомбер Atelier Portofino выполнен из шерсти, шелка и льна — все лучшее вместе. Не отстают от него в качестве и джинсы Jacob Cohen, главный секрет прочности которых в использовании тамбурного шва. Благодаря ему джинсы отличаются высокой износостойкостью. А с зонтом Pasotti и в пенни-лоферах Barrett любая непогода будет вам нипочем.



С джинсовым костюмом

Черные пенни-лоферы итальянского бренда Barrett будут отлично смотреться с джинсами Jacob Cohen классического синего цвета с подкладкой в стиле милитари. Образ стоит дополнить рубашкой поло нейтрального цвета и прихватить зонт на случай дождя. Зонты Pasotti славятся своими массивными рукоятками — в виде змеиного хвоста, головы бульдога или кристалла Swarovski, напоминающего глаз крокодила.



Королева у наших ног

Пола Жербас осваивает John Lobb

ИЗВЕСТИЕ о том, что молодая красавица Пола Жербас будет командовать дизайном одной из старейших обувных марок Соединенного Королевства, было воспринято с удивлением. Десятилетиями на фабрике в Нортгемптоне правил похожий на гаррипоттерского гнома мистер Андрес Эрнандес, и вот он уступил свое место статной красавице Поле. Но мы верим, что руководители Hermes, которой с 1976 года принадлежит John Lobb, знают, что делают, и ждут, что вместе с мужской обувью появится и женская.

— Я помню вашего предшественника Андреса Эрнандеса, интереснейшего человека, изящного, похожего на пожилого мальчика с бородкой. Кажется, что он заложил раз и навсегда мужские основы John Lobb. Как вас приняли после него?

— Андрес ушел на пенсию, но мы работали вместе до тех пор, пока он не покинул компанию. Мы проводили много времени вместе, для того чтобы я могла понять, как John Lobb создает свою обувь, вникнуть во все процессы, и именно Андрес познакомил меня с людьми, которые здесь работают, с мастерами.

— Итак, теперь вы руководите большим коллективом, который привык работать с мужчинами, создавать коллекции для мужчин. Каково вам?

— Для меня все вполне естественно, так как я проработала шесть лет на Сэвил-Роу и привыкла к мужскому окружению. Мне с мужчинами даже лучше, чем в коллективе, где много женщин. Поэтому, когда я пришла в John Lobb, я словно вернулась домой.

— Для каждой женщины очень важно иметь хорошую обувь. И я вижу, что вы думаете над созданием женской коллекции обуви John Lobb.

— Кто вам сказал об этом?

— Я просто увидел на фабрике ваши эскизы.

— Ну, раз так, чего уж скрывать. Зато вы точно не знаете, что John Lobb готовил коллекцию прет-а-порте для женщин. Я проникла в эту тайну почти случайно. На фабрике я нашла формы, которые мне показались слишком маленькими и элегантными для того, чтобы быть мужскими. Я спросила у Эрнандеса: «Что это такое?» И он мне ответил: «А, это женская коллекция». — «Как?! У John Lobb была женская коллекция?» И он сказал: «Да, она была у нас в 1990-е годы». И тогда мне показалось естественным возродить эту идею. Кстати, если я не ошибаюсь, первая пара обуви, созданная John Lobb в Австралии, была продана женщине. Конечно, для меня на первом плане всегда будет мужская коллекция. Женская же позволит нам удовлетворить спрос тех женщин, которые хотят иметь обувь прет-а-порте.

— А вы сами наденете John Lobb?

— Конечно! Сама я ношу только мужские туфли. Знаете почему? Я никогда не встречала женской обуви того же качества, как мужская. И я решила, что настало время исправить эту несправедливость. Я думаю, что наша женская обувь будет более элегантной, чем мужская, но это по-прежнему будет John Lobb.



JOHN LOBB,
КОЛЛЕКЦИЯ
ВЕСНА—ЛЕТО 2017

— А как насчет сумок и чемоданов?

— Это как раз возможно, потому что все это изделия из кожи, материала, с которым мы хорошо знакомы. Что касается одежды, то это совсем другая техника. Я убеждена, что нам нужно по-прежнему концентрироваться на обуви. Может быть, мы могли бы начать выпускать какие-то аксессуары и дорожные сумки: раз многие наши клиенты возят обувь с собой, почему бы не придумать чемоданы для обуви? Но одежда — никогда.

— Я всегда считал, что быть кутюрье и дизайнером обуви — принципиально разные вещи. И вот передо мной ваш необычный пример. Как вы к этому пришли? Вы всегда интересовались изготовлением обуви?

— Я всегда интересовалась качеством, конструкцией и тем, как можно скроить и создать объект. Неважно какой — стул, или манто, или ботинок.

— Вы занимались промышленным дизайном?

— Да, я разрабатывала дизайн предметов для дома. Сфера моих интересов довольно обширна, но я всегда делаю акцент прежде всего на качестве, и главное для меня — сырье и материалы. Например, я могу сделать что-то из очень красивой шерсти, или альпаки, или кожи, или даже из камня. И когда меня пригласили в John Lobb, это был настоящий вызов.

— Но и большая радость, вероятно?

— Я много читаю, постоянно учусь и всегда стремлюсь узнать как можно больше, и я очень люблю проводить время с мастерами. Но, конечно, меня нельзя было назвать дизайнером обуви. И я сказала себе, что надо проводить как можно больше времени в мастерской в Париже, я действительно расспрашивала их, как мне всему этому научиться. Моей целью было добиться доверия мастеров. И где-то через полгода мы уже не только сидели на мануфактуре или в мастерской и говорили об обуви, но и могли пойти в бар выпить пива. Мне кажется, это очень важно — установить человеческий контакт, прежде чем приступить к производству чего-либо. Я всегда придерживалась этого принципа, где бы я ни работала. И знаете, за два года, что я провела в John Lobb, многое изменилось. Когда я только пришла, люди меня не знали и потому выдавали мне не всю информацию. Но я долблю, долблю, долблю... Я спрашиваю: «Есть ли какая-то техника, которой вы пользовались раньше, но больше не пользуетесь, есть ли что-то, что вы раньше делали, но сейчас уже не делаете?» И я каждый день узнаю все больше и каждый день понимаю, какая же это крутая марка мне досталась — John Lobb.

БЕСЕДОВАЛИ КИРИЛЛ САРХАНИЯНЦ
И АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

«Мы не создаем технологии ради технологий»

Марко Пальмьери о смарт-чемоданах

ПОТЕРЯЛСЯ чемодан на рейсе Москва—Гонконг, а ты включил смартфон и нашел свой багаж где-нибудь в Тихуане. Мечта? Благодаря Riquadro скоро это станет реальностью. Генеральный директор компании Марко Пальмьери рассказал Нателе Поцхверия, какие еще чудеса ждут путешественников, которые выберут для своих поездок чемоданы и рюкзаки Riquadro.

— Москва была одним из первых городов мира, где вы решили открыть собственный бутик. Почему Россия?

— Мы верим в эту страну и планируем расширяться и дальше. У нас прекрасные партнеры и отличные клиенты. Собственно, надежные партнеры и убедили нас много лет назад открыть бутик в Москве на Петровке.

— А что дальше?

— Мы осторожный бренд с точки зрения развития. Сейчас мы делаем ставку на диджитал- и онлайн-издания. И я столкнулся с огромным количеством опасностей в интернете. Самая частая, когда онлайн-магазины используют наше имя, чтобы привлечь клиентов и трафик, и вывешивают объявления из серии «Riquadro со скидкой 70%». Конечно, трафик растет, но, пройдя по ссылке, либо вообще не обнаружив наших чемоданов (это в лучшем случае), либо там продают подделки, а это страшный удар по нашему имиджу.

— Вы делаете на чемоданах какие-то метки, подтверждающие подлинность?

— У каждого чемодана и любого другого продукта Riquadro есть уникальный серийный номер. На сайте по номеру можно проверить подлинность чемодана. Все элементарно. Но не все об этом знают, к сожалению.

— Вы ведь начинали в сфере IT?

— Да, мой первый бизнес был связан с информационными технологиями, но в какой-то момент мне все это наскучило, и я продал компанию. Истал думать, чем хотел бы заниматься. И задался одним вопросом. Вот я, бизнесмен, не хочу кичиться тем, что у меня брендированный портфель, но при этом мне нужна надежная и прочная вещь на годы. Есть ли такие портфели и чемоданы на рынке? Я не нашел ничего долговеч-



Новая модель BV3849BM, представленная на выставке Pitti Uomo в январе. Чемодан может через Bluetooth подключаться к смартфону, оснащен портативным зарядным устройством. Функция геолокации отправляет владельцу уведомление через приложение Sonnequ, если чемодан будет украден или поврежден

ного, что не кричало бы своим внешним видом о высокой цене. И тогда я со своими инженерными мозгами занялся созданием чемодана. Оказалось, что многие дорогие модели малофункциональны, а я со своим утилитарным подходом смог сделать очень практичные чемоданы и рюкзаки. В нашем первом бутике на Виа де ла Шпига в Милане мы стали продавать сумки и рюкзаки черного и оранжевого цветов. Тогда, почти 20 лет назад, это было шоком для покупателей. Сейчас мы развиваем

технологии и новые функции в чемоданах. Конечно, наш чемодан — это не спутник и не ракета, но мы стараемся добавить туда максимум функций.

— Какими изобретениями вы особенно гордитесь?

— У нас их десятки. Замки, которые открываются с телефона или со смарт-часов. Технология, позволяющая отыскать потерянный чемодан в здании аэропорта. Чемоданы со шкалой весов. Рюкзаки с подсветкой, которая зажигается, и со смартфона в том числе. Наша новинка — рюкзак, подсветка которого зажигается, если вы резко останавливаетесь. Например, едете на велосипеде и останавливаетесь на светофоре, у рюкзака срабатывает стоп-сигнал. Все эти продукты активно используются. Я с уверенностью говорю об этом, потому что вижу количество скачиваний нашего приложения в AppStore. И главное отличие наших технологий от остальных в том, что мы никогда ничего не создаем для маркетологов. Все изобретения — только для потребителей с учетом интересов потребителей.

— То есть, приезжая в отель, путешественник должен зарядить не только телефон и смарт-часы, но еще и рюкзак, чемодан, кошелек и так далее?

— Нет, батарейки на наших устройствах не требуют ежедневной подзарядки. Например, заряда устройства Sonnequ, которое позволяет искать потерянный чемодан в аэропорту, хватает на полгода. Недавно я увидел какие-то трусики с сенсорным управлением, простите, и не понял, зачем они нужны. Это технологии ради технологий. Riquadro этим не занимается. Мы не внедряем технологии ради технологий, мы хотим облегчить жизнь покупателям.

— Я знаю, что у вас очень много благотворительных программ. Расскажите, пожалуйста, подробнее о Фонде семьи Пальмьери (Fondazione Famiglia Palmieri).

— Да, наш фонд сотрудничает с фондом, который поддерживает людей с синдромом Дауна. Как-то я купил своим детям книгу, которую написал человек с синдромом Дауна, и решил почитать им перед сном. Престранная была книга, но вот удивительно, я не мог от нее оторваться уже после того, как дети уснули. У этих людей потрясающе креативное мышление. Я поехал в центр, где занимались люди с синдромом Дауна, и обнаружил стену, полностью увешанную удивительными рисунками. Мы выкупили несколько и сделали коллекцию сумок с этими рисунками, назвали все это Гарри Вокс. На свои средства мы отремонтировали центры, построили новые и так далее. Но в этом году мы расширили программу. Договорились с большой сетью Соор, которая выделила нам 2,5 тыс. корнеров в своих магазинах, и стали продавать Гарри Вокс там — часть вырученных средств перечисляли в фонд, а часть вместе с Университетом Болоньи решили отдать двум стартапам, которые создают продукты, облегчающие жизнь людям с синдромом Дауна. Это могут быть вещи, которые используют эти люди, или программа, которая им поможет. В ноябре нам прислали множество бизнес-планов, мы отобрали пять лучших. Сейчас выбираем победителя, которому подарим €30 тыс. на реализацию проекта.





ALBIONE

shop.albione.ru

Элегантность — это то, что нельзя купить

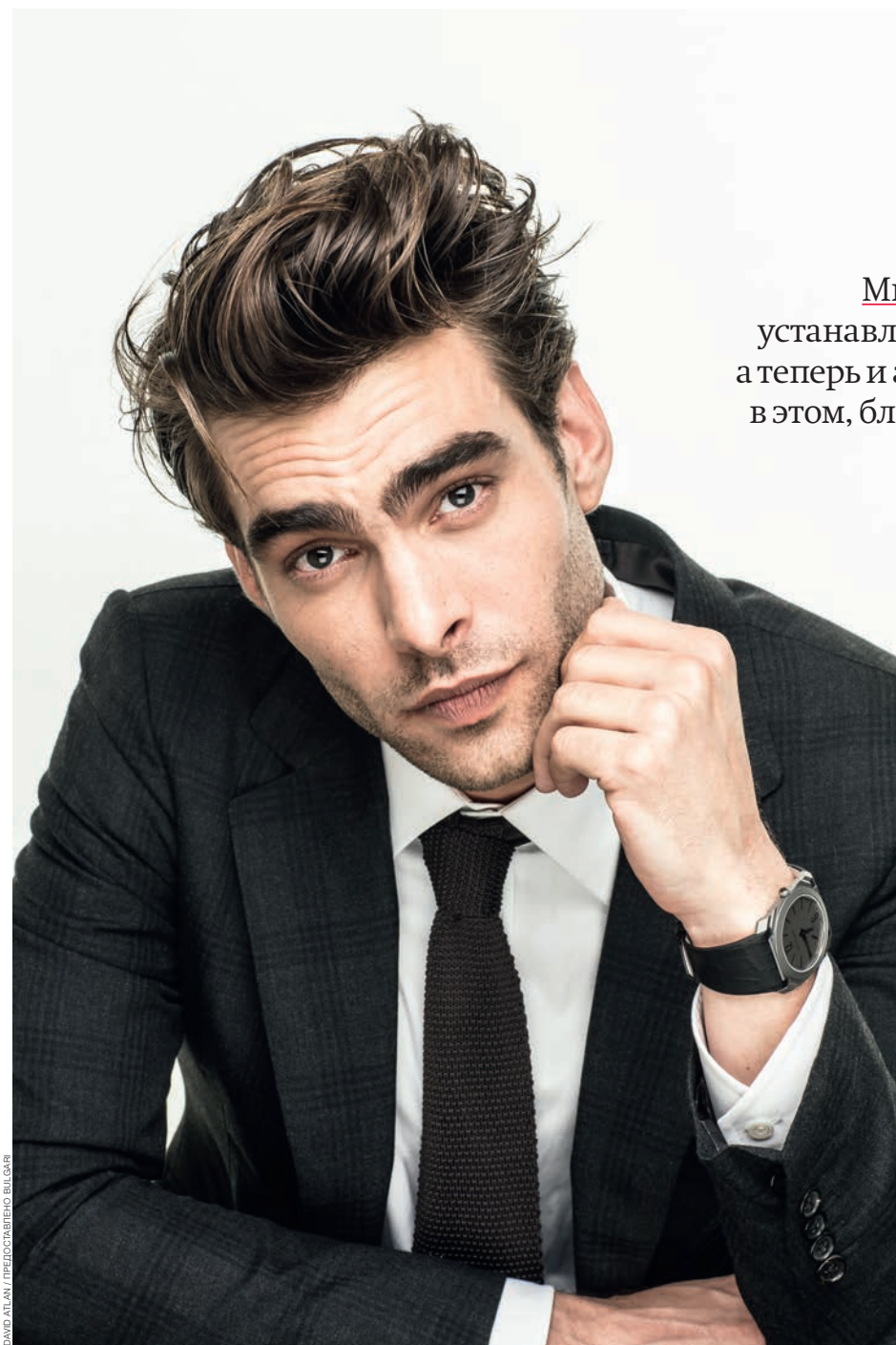
Джон Кортахарена, новый посол Bulgari, о карьере и мечте

Любовь Неверовская |

ГЕРОЙ мира моды XXI века Джон Кортахарена входит в список Forbes как один из десяти самых влиятельных представителей модельной профессии в мире.

Джон завоевал множество наград в качестве модели с тех пор, как его «открыли» в 2003 году. Кортахарена работал с самыми выдающимися современными фотографами — с Питером Линдбергом и Марио Тестино.

Кортахарена прославился как любимый герой Тома Форда. После дебюта в фильме «Одинокий мужчина», номинированном на «Оскар», Джон Кортахарена появился в музыкальных клипах Мадонны и Ферги, снялся в фильме Пенелопы Крус и в испанском телесериале «La Verdad».



DAVID ATLANT / ПРЕДСТАВИТЕЛИ BULGARI

О МОДЕЛЬНОЙ КАРЬЕРЕ

Мне нравится общение, я люблю устанавливать контакт. Моя модельная, а теперь и актерская работа помогает мне в этом, благодаря ей я нахожусь на связи с множеством людей.

О МОДЕ

Классический стиль — это всегда удачный выбор. Еще лучше, если вы внесете в него индивидуальные штрихи и позволите себе немного риска. Я думаю, что должен быть баланс между вашим импульсом и здравым смыслом. Рискуйте, получайте удовольствие, но всегда чувствуйте себя комфортно и непринужденно.

ОБ АКСЕССУАРАХ

Часы всегда были моим любимым аксессуаром. Только от того, что у вас на запястье, зависит, выглядите ли вы хорошо одетым: часы — это решающий штрих. Вы можете проверять время в телефоне, но хорошие часы представляют собой важный стилистический элемент вашего имиджа. Я помню, как мама подарила мне мои первые часы на день рождения, когда мне исполнился 21 год. Она сказала, что у каждого мужчины должны быть хорошие часы. Думаю, тогда я и понял, что уже не ребенок.

Есть режиссеры и фильмы, которые я считаю непревзойденными. И таких много, от Кокто, Феллини и Пазолини до Бертолуччи и Альмодовара. Конечно, я хотел бы сыграть у них, но самая главная в жизни роль, о которой я мечтаю, — стать отцом.



Джон Кортхарена
в фильме «Одинокий
мужчина», режиссер
Том Форд, 2009 год

ОБ ЭЛЕГАНТНОСТИ

Элегантность — это то, что нельзя купить, но можно немного помочь себе при помощи нескольких хороших вещей, которые вам подходят. Не правильно подобранный галстук или ботинки, а харизма — вот что действительно имеет значение.

О BVLGARI

Я обязан дому Bulgari очень многим.
Мы начали работать вместе три года назад,
и все развивалось постепенно.
С самого начала мне было очень комфортно.
Некоторые члены семьи Bulgari
останутся в моем сердце навсегда.
Недавно в Базеле мы представили новый хронометр
Bulgari — Octo Finissimo Automatic. Они настолько
тонкие, что кажется, будто это часть твоей кожи.
Увидев их впервые, я понял, что они будут моими.
И посмотрите — они мои!



ЧАСЫ BVLGARI OCTO
FINISSIMO AUTOMATIC

Под знаком льва

О новых Monsieur Chanel

Константин Старцев |



ВРЕМЕНА, когда Chanel воспринимался исключительно как женский бренд, миновали. Теперь мужчины могут носить часы с мануфактурным калибром в корпусе из платины — новинку прошедшей выставки в Базеле, которая завершилась 30 марта.

Часовой департамент бренда основан 30 лет назад. С тех пор было выпущено множество коллекций, приобретших большую популярность. Узнаваемая издавна, массово копируемая коллекция J12 является, пожалуй, самой успешной. А новые Monsieur Chanel заставили говорить о марке как о серьезном игроке в сегменте мужских часов.

Иметь собственный мануфактурный калибр не только престижно, но и выгодно, поскольку это обеспечивает независимость от фабрик, выпускающих механизмы, возможность контролировать качество и менять технические характеристики. Calibre 1 был разработан практически полностью силами компании, ис-

ключение составили некоторые детали, которые помог сделать небольшой независимый бренд Romain Gauthier.

Новая версия мало чем отличается от предыдущей: в качестве материала корпуса диаметром 40 мм была выбрана платина, а черный циферблат сделан по технологии горячей эмали Grand Feu. Эмалевый порошок наносится на основу циферблата, и затем он обжигается в печи при температуре 840 градусов. Только опытный мастер способен контролировать процесс многократного обжига: каждый слой подвергается высокотемпературной обработке не один раз. На каждом этапе важно следить за температурой и временем: малейшая ошибка — и заготовка испорчена. Зато готовый циферблат не меняет со временем интенсивность и насыщенность цвета. На изготовление одного циферблата уходит несколько десятков часов.

Дизайн и функционал часов остались прежними: индикация времени осуществляется с помощью «прыгающего часа», расположенного на отметке «6 часов», минуты указывает ретроградная стрелка со шкалой на 240 градусов плюс малый секундный циферблат. Окошко часа прямоугольное и формой напоминает вид Вандомской площади сверху — такая форма часто используется и в других продуктах Chanel, ведь флагманский бутик марки расположен в этом легендарном месте.

На заводной головке выгравирована львиная голова — символ и талисман Коко Шанель, этот же знак есть и на самом механизме. Отныне лев будет присутствовать на всех мануфактурных калибрах дома. Задняя крышка часов сделана из сапфирового стекла, что позволяет рассмотреть финишную отделку скелетонированных мостов, декорированных круговым зернением, и платины. Chanel Monsieur укомплектованы ремешком из кожи аллигатора и выпущены лимитированной серией — 100 экземпляров.

Полетная программа

Omega Speedmaster празднуют юбилей

Роман Белов |

ЧАСАМ Omega Speedmaster 60 лет. Они имеют статус культовых, заслужить и поддерживать который на протяжении нескольких десятилетий непросто. Но Speedmaster сделали это.

Все началось в 1957 году с идеи выпустить крупный и надежный спортивный хронограф, дизайн которого перекликался бы с дизайном итальянских гоночных автомобилей. Нельзя забывать, что с 1932 года компания Omega является официальным хронометристом Олимпийских игр и часы, позволяющие измерять отрезки времени с точностью 1/5 секунды, казались весьма полезным инструментом и подчеркивали роль компании в спортивном мире.

Первое поколение часов Speedmaster получило негласное название Broad Arrow, в переводе знаменитая «широкая стрелка». Это был первый наручный хронограф с тахиметрической шкалой, вынесенной на bezель. Сейчас эта модель крайне востребована коллекционерами, ее стоимость на аукционах достигает нескольких десятков тысяч евро.

В 1959 году увидела свет обновленная модель. Слегка увеличилась в размерах (с 39 до 40 мм), сменила светлый стальной bezель на черный алюминиевый и приобрела новые, так называемые альфа-стрелки. Эта модель стала первыми часами Omega, побывавшими в космосе. Часы были на руке астронавта Уолли Ширры, когда он совершил полет на корабле Mercury-Atlas 8 в октябре 1962 года.

Это были его личные часы, но идея снабдить астронавтов надежным хронографом понравилась руководителям NASA. После жестких испытаний (48 часов при температуре плюс 71 градус по Цельсию, четыре часа при температуре минус 18 градусов, резкое охлаждение и нагревание, перегрузки, вибрации и т. д.) часов трех производителей — Longines, Rolex и Omega — в NASA выбрали модель Speedmaster CK2998. И уже в июне 1965 года часы Omega Speedmaster были на руке Эда Уайта во время первого выхода американского астронавта в открытый космос.

Первый же в истории человечества выход в открытый космос состоялся тремя месяцами раньше, и совершил его советский космонавт Алексей Леонов. Он же стал командиром космического корабля «Союз-19» во время знаменитого полета в июле 1975 года по программе «Союз-Аполлон», в ходе которого была осуществлена стыковка советского и американского космических кораблей. Во



Члены экипажа космического корабля «Аполлон-11» Нил Армстронг и Эдвин Олдрин, первыми из жителей Земли ступившие на поверхность Луны, во время полета и высадки также пользовались часами Speedmaster — моделью ST105.012 в стальном 42-миллиметровом корпусе.

В NASA были удовлетворены работой часов Omega в нештатных условиях и, планируя продолжение пилотируемых полетов, в конце 1960-х—начале 1970-х годов предложили компании Omega создать «идеальные» космические часы, способные работать в условиях экстремальных температур. Это были проекты «Аляска» и «Аляска II», которые осуществлялись в условиях чрезвычайной секретности. Результатом стало создание прототипов часов, которые, к сожалению, не использовались в космических полетах.

Об истории модели Speedmaster можно рассказывать долго. Посетители прошедшего в марте Baselworld 2017 на стенде Omega смогли посмотреть выставку самых знаменитых моделей Speedmaster, а в это же время в Москве, в галерее «Времена года», 60-летию коллекции Speedmaster посвятили небольшую экспозицию, в которую были включены редкие фотографии из архива компании Omega, копии документов из фонда Музея космонавтики, посвященные выходу Алексея Леонова в открытый космос, и, конечно, часы Speedmaster, в том числе и из собраний российских коллекционеров.

время полета он пользовался часами Speedmaster Professional 145.022. У американских астронавтов также были часы Omega Speedmaster. В том же 1975 году, чтобы отметить уникальное событие, компания Omega выпустила лимитированную серию часов Speedmaster Apollo-Soyuz.

Единственный

О новом хронометре Vacheron Constantin

Роман Белов



дикатор «день/ночь» и индикатор запаса хода, функцию уравнивания времени.

Входящие в коллекцию эксклюзивных изделий Les Cabinotiers, часы показывают времена года, знак зодиака, дни солнцестояния и равноденствия. На обратной стороне — карта звездного неба для Северного полушария с Млечным путем, а также линиями небесного экватора и эклиптики. В положении «шесть часов» виден фрагмент минутного турбийона с кареткой в виде мальтийского креста.

Для создания калибра столь сложных часов потребовалось пять лет напряженной работы. Механизм диаметром 36 мм и толщиной 8,7 мм состоит из 514 деталей. Надо отметить, что, несмотря на наличие требующих значительного расхода энергии двух с половиной десятков усложнений, модель обладает запасом хода около трех недель. Этого удалось достичь использованием шести заводных барабанов, применением специального прочного и гибкого сплава Bioflex для пружины барабанов, а также оптимизацией использования энергии и ее передачи. Механизм помещен в элегантный корпус из белого золота диаметром 45 мм и толщиной 13,6 мм.

Как и все часы Vacheron Constantin, модель Celestia Astronomical Grand Complication 3600 сертифицирована Женевским клеймом. Часы выпущены в единственном экземпляре.

НЕ ПРОШЛО и двух лет с тех пор, как мастера мануфактуры отметили 260-летие Vacheron Constantin созданием самых сложных часов в истории, карманных Reference 57260 с 57 усложнениями. Жюри Женевского Гран-при высокого часового искусства (GRHG) удостоило трех часовщиков мануфактуры специальной наградой за эту модель. В 2005 году эти три мастера, Жан-Люк Перрен, Янник Пинтус и Мике Пинтус, уже получили премию Гран-при «Aiguille d'Or» за модель Tour de l'Ile, которая тогда являлась самой сложной в мире.

И вот в начале 2017 года компания представила наручные часы Celestia Astronomical Grand Complication 3600 с минутным турбийоном и 23 усложнениями на двух циферблатах. Большинство усложнений астрономические, владелец часов сможет определить одновременно гражданское, солнечное и звездное время, длительность дня и ночи, время восхода и заката. Весьма впечатляюще выглядит индикация времени приливов и отливов и указатель положения Луны, Земли и Солнца (с трехмерными моделями этих небесных светил). Кроме указателя фаз Луны имеется и показывающий количество дней, прошедших с полнолуния, указатель возраста Луны.

Разумеется, часы информируют о текущем месяце, дне недели, дате и имеют указатель високосного года, содержат ин-



ЧАСЫ
MICHAEL KORS



ПОРТМОНЕ MICHAEL KORS





РЮКЗАК MICHAEL KORS

Великий кормчий Zenith на Кубке «Америки»

Алексей Тарханов |



ПРЕДОСТАВЛЕНО ZENITH

Бен Эйнсли

БЕРМУДЫ — остров контрастов. Британская территория в Атлантическом океане, сохранившая все очарование старой заморской Англии, навсегда потерянное Гонконгом и Сингапуром. Маленькие домики (единственный стеклянный небоскреб в порту достигает аж 8 этажей), чистые дороги, песчаные пляжи. Два города, старый и новый. Новый — Гамильтон, старый — Сент-Джордж. Первый на севере, второй на юге. От одного до другого полчаса на авто, и тем не менее один из них так южный, другой — совершенно северный. Разница — как между Сицилией и Миланом.

Что привело нас на Бермуды? Здесь к одному из этапов America's Cup готовятся яхтсмены нескольких стран. И знаете, почему этот кубок называется «Кубком «Америки»»? Не столько в честь Соединенных



FRANCESCO SAPPENZA

НА ЧАСЫ ZENITH Я МОГУ

полагаться и на суше, и на море. Они отсчитывают время гонки, они ведут меня домой, к жене и дочери

Штатов, но в честь ее посланника — шхуны «Америка». Именно это парусное судно, победив британцев в гонке английского Королевского яхт-клуба, увезло за океан волшебный приз, ставший America's Cup и положивший начало одному из старейших соревнований в истории спорта. Недаром, говоря об America's Cup, любят подчеркивать, что он появился на 45 лет раньше современных Олимпийских игр.

Кубок делал знаменитый английский мастер Роберт Гаррард — основатель существующей и поныне компании. Едва ли официальный ювелир британского двора, занимавшийся драгоценностями и коронами монархов, мог предположить, что его

кубок, называвшийся при рождении «кубок ста гиней», попадет в руки американцев и получит имя в честь шхуны, выставленной ими на гонки 1851 года вокруг острова Уайт.

Эти гонки проводились по жестким правилам, в которых учитывался только победитель. Как рассказывают, королева Викто-

рия, наблюдавшая за гонками с борта своей яхты, на свой вопрос «Кто же пришел вторым?» получила ответ: «Вторых здесь не бывает, ваше величество». Кубок хранил у себя Джон Кокс Стивенс, тот самый, который решился снарядить шхуну против англичан. После его смерти «кубок ста гиней» попал в Нью-Йоркский яхт-клуб, и в 1870 году решено было организовать международную гонку, наградой которой станет легендарный кубок, только названный отныне America's Cup.

С тех пор и до наших дней главной интригой гонки было то, смогут ли британцы вернуть себе кубок (и, возможно, сменить его название). Совершенствовались типы судов, менялись правила. Сейчас кубок разыгрывается не в одной гонке, а в целой серии, в которой против яхтсмена из той страны, которая победила в прошлых соревнованиях (его называют Defender), выступает Challenger, претендент. Владелец кубка имеет право выбрать место следующих состязаний и тип яхт, на которых они будут проходить.

35-й финал гонки пройдет осенью 2017 года у берегов Сан-Франциско. Участники будут выступать на новых катамаранах



ЧАСЫ ZENITH EL PRIMERO CHRONOMASTER SPORT LAND ROVER BAR

с подводными крыльями и жестким парусом. Яхты такого класса несут парус 32-метровой высоты, имея вес 4,2 тонны, длину 19 метров по ватерлинии и ширину около 12 метров. Скорее космический корабль, чем утлая лодочка. Они развивают огромную скорость и могут развернуться буквально на пяталке. Мы видели это в море. Когда ветер мешает даже мощной моторной лодке, катамаран гонщиков летит на подводных крыльях, как самолет — на воздушных. Управлять им сложнее, чем аэробусом.

Кто же бросит вызов американцам из BMW Oracle Racing? Бен Эйсли, самый знаменитый яхтсмен Британии, рыцарь Империи, готовится к этому со своей командой. В команде британцы. Почти все. Лодка — бри-





ЯХТСМЕНЫ НЕ ЖИРУЮТ НА БЕРМУДАХ.

Курортные условия — не для них. Они живут по казарменному расписанию: подъем в семь утра, занятия, тренажеры, выход в море бегом марш

танская. Почти вся. Спонсоры — британские. Почти. Потому что вместе с Land Rover в парус Бену Эйнсли поддувают швейцарские часовщики из Zenith.

Швейцария и океанские паруса? Нет бы горные лыжи. Но, между прочим, и Швейцария была владычицей морей. Кубок «Америки» побывал у швейцарской команды Alinghi. Так что выход часов в море для швейцарцев привычное дело.

Мы гости у рыцаря Эйнсли, и нас допускают в огромный ангар, где собираются

яхты, их две: главная и дублер. Это место засекречено, как пусковая установка межконтинентальных ракет. Рядом такие же закрытые палатки соседей-конкурентов. Снимать нельзя, смотреть нельзя, спрашивать нельзя. Нам — все можно. Дело в том, что за нами авторитет Zenith, часовой марки, за которой сейчас следят так же внимательно, как за командой сэра Эйнсли.

Сэр сидит перед нами за столом в помятой рубашке и спортивных брюках. Яхтсмены не жиреют на Бермудах. Курортные условия не для них. Они живут по казарменному расписанию: подъем в семь утра, занятия, тренажеры, выход в море бегом марш. В столовой — картошка и бобы. Как будто бы растят гребцов на галерах. Но так оно и есть. У автобуса есть реактивные двигатели, на лодке работают люди. И чем сложнее лодка, тем больше усилий они должны прилагать к лебедкам и шкотам. Команда — живые моторы, горы мускулов, руки как ноги. На их фоне наш собеседник кажется чуть ли ни шуплым. Он — мозг, а не мышцы команды.

«Если речь идет об участии в Олимпиадах или в Кубке «Америки», в таких гонках, которые требуют особой физической силы, где нагрузки особенно велики, — говорит Бен, — там спортивную карьеру обычно заканчивают лет в 35. Мне, как шкиперу, легче, конечно. От меня требуется в первую очередь опыт. Физическая подготовка важна, очень важна, но не критична. Я знаю шкиперов, которые и в 45 занимаются своим делом. Но да, 45 лет — это уже знак, что карьера подходит к концу».

Бен Эйнсли — опытный капитан, побеждавший много раз в ситуациях, когда никто этого не ждал. И на вопрос «Как вы поймали ветер» отвечающий спожатием плеч: «Разве вы его не видите?»

Лозунг его команды «Вернуть кубок домой». Проще сказать, чем сделать.

«Руководить командой сложнее, чем управлять яхтой, — говорит нам Эйнсли. — У нас очень молодая команда. Из-за этого нам сложнее, чем другим. Нам придется догонять уже известные команды, у которых давно существует собственная инфра-



ГЕРЦОГ И ГЕРЦОГИНЯ
КЕМБРИДЖСКИЕ
ПОДДЕРЖИВАЮТ
БРИТАНСКУЮ
КОМАНДУ И БОЛЕЮТ
ЗА БЕНА ЭЙНСЛИ

структура, в то время как нам пришлось начинать с нуля. Надо было на весьма ограниченном рынке искать лучшие таланты, лучших дизайнеров, лучших экспертов по инфраструктуре, лучших коммерческих партнеров. Это все было непросто. Но в результате с нами лучшие. Такие бренды, как Zenith, например».

Мы спрашиваем его, верит ли он в силы судьбы, готов ли положиться на случай, который многих выводит. И не суеверен ли, как некоторые матросы.

«Я не верю во всякие там знаки судьбы и в плохие приметы. Конечно, есть такое понятие, как невезение. Ты можешь быть на сто процентов подготовлен, но что-то может пойти не так. Но все же я считаю, что разговоры о какой-то особой «невезучести» — это оправдание собственных неудач. Собственных недоработок. Этому меня научила жизнь и гонки».

Всемирно известный скромный человек очень рад тому, что в него верят. Он благодарен Land Rover и с радостью носит на руке часы Zenith: «Я могу на них полагаться и на суше, и на море. Они отсчитывают время гонки, они ведут меня домой, к жене и дочери. Zenith и гонка почти современники. America's Cup существует с 1851 года, а Zenith родился в 1865 году. Я мечтаю побывать у них на мануфактуре в Швейцарии, столько о ней слышал, вот только график тренировок слишком плотный».

На наш вопрос, были ли моменты, когда он боялся за свою жизнь, Эйнсли пожимает плечами: «Неприятные моменты были, но все-таки яхтенный спорт — не «Формула-1». Был один случай на гонке в Австралии, когда, оглядываясь назад, я понял, что мы были в очень сложной ситуации, потенциально очень опасной. Но эта история или вообще какие-то ужасы о море мне не снятся. Хотя меня мучил однажды сон, он меня преследовал месяц, наверное, после того, как я выиграл свое первое олимпийское золото. Мне снилось, что все это ошибка. Просыпался с

ужасным чувством. Но потом понимал, что это только сон».

Бен Эйнсли мягок, приветлив и терпелив. И наступает момент, когда, устав от вежливых английских оборотов, я спрашиваю его, ругается ли он, как настоящий шкипер. Ну как там? «Три тысячи чертей» или «Акула тебе в глотку». Тут сэр слегка краснеет. «Конечно, бывают моменты, когда я злюсь. Когда вдруг кто-то делает ошибку, особенно такую, которую не должен был делать, какую-то такую элементарную, то, конечно, это выводит из себя, ну и приходится, знаете, как-то подбодрить команду».



ПРЕДОСТАВЛЕНО ZENITH

Проверено временем О московской гонке Chopard

Мария Мельникова



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ MERCURY



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY

КЛАССИЧЕСКИЕ автомобили как выдержанные вина: с возрастом только прибавляют в цене. Автомобиль, проживший несколько десятков лет, не просто ретро. Это образец искусства, ценность которого измеряется уже совсем другими категориями, нежели лошадиные силы или мягкость сидений. И

неважно, где и кем он произведен. Это раритетный механизм, точный и отлаженный, работающий несмотря на возраст и амортизацию. Работающий как часы.

Неудивительно, что многие часовые бренды трепетно относятся к автомобилям и автоспорту, выступают в качестве партнеров или организаторов известней-

ших соревнований, ведь в автоспорте, где все механизмы работают на выносливость, важна именно техническая составляющая. Более того, время — категория измерения гоночного успеха, и многие часовые компании производят также системы хронометража, используемые в автоспорте.

В 1860 году Луи-Улисс Шопар основал компанию, по-прежнему носящую его имя. 143 года спустя сопresident компании Карл-Фридрих Шойфеле, большой ценитель классических автомобилей, впервые организовал в Москве ралли L.U.C Chopard, на старты которого до сих пор выходят удивительные и редчайшие автомобили, а победители получают в качестве приза часы фирмы Chopard.

Справедливости ради надо отметить, что интересы Chopard сосредоточены не на одном только российском ралли.

Уже более двадцати лет компания является официальным хронометристом ралли Mille Miglia, Grand Prix de Monaco Historique, официальным спонсором аргентинского ралли 1000 Millas Sport, египетского Rallye des Pharaons, ежегодной встречи владельцев раритетных автомобилей в Санкт-Морице (British Classic Car Meeting), ретроралли в швейцарском Гштаде (Oldtimer Rally).

В 2003 году в самом сердце Москвы, в Третьяковском проезде, впервые давались старты ралли классических автомобилей L.U.C Chopard. Тогда в соревновании принимали участие всего 11 машин, зато какие это были автомобили! Старейшим из них был Auburn Speedster Boattail 1929 года.

На следующий год благодаря приглашению Карла-Фридриха Шойфеле принять участие в ралли в Москву приехал сам





ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБЕЙ MERCEURY



МОДЕЛЬ ЧАСОВ L.U.C. TIME TRAVELER ONE «MOSCOW», ЛИМИТИРОВАННАЯ СЕРИЯ ИЗ 15 ЭКЗЕМПЛЯРОВ ВЫПУЩЕНА СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ РОССИИ

Жаки Икс. Это не только один из самых титулованных гонщиков планеты, но и, пожалуй, самый универсальный, ведь свои награды он зарабатывал как в «Формуле-1», так и в «24 часах Ле-Мана» и даже на «Дакаре».

Ралли 2006 года стало, пожалуй, самым сложным из-за погодных условий: многие экипажи на открытых автомобилях буквально залило дождем, но это не сломило их духа — почти все успешно финишировали. Старты 2010 года собрали рекордное количество автомобилей — больше 120. В 2012 году в честь десятилетия московского ралли компания Chopard представила специальную модель часов «L.U.C 1937 Classic» — «Moscow Classic Rally 10th Anniversary».

Участники ежегодного ралли Chopard в большинстве своем коллекционеры или люди светские, но в 2013 году состав экипажей пополнился и звездами нашего автоспорта. В ралли приняли участие Алексей Васильев (это имя знакомо всем, кто следит за российским автоспортом), чемпионка России по ралли Анна Завершинская, еще в одном звездном экипаже выступал первый российский пилот в «Формуле-1» Виталий Петров, а компа-

нию ему составила пилотесса серии FIA GT Наталья Фрейдина.

Был тот год примечателен и уникальными как с технической, так и с исторической точки зрения автомобилями. Дистанцию прошли белоснежный Rolls-Royce Silver Cloud III 1965 года выпуска, ранее принадлежавший Жаклин Кеннеди, и Mercedes-Benz 1978 года, которым владел Владимир Высоцкий. Самым грозным среди участников выглядел трехосный Mercedes-Benz Type 290 Cabriolet C 1934 года выпуска, который в 1938 году был подарен нашему народному комиссариату внутренних дел немецким гестапо в знак тесного сотрудничества и взаимопомощи. Одним из самых редких и необычных стал Avions Voisin C11 Cabriolet, а также первый в мире электромо-

биль Waverly Electric 1913 года выпуска, но больше всего восторга у зрителей вызвал трехколесный крохотный Messerschmitt KR-200.

В 2014 году было принято решение о переносе старта ралли к ЦУМу. В заезде участвовали два столетних автомоби-

ля — выпущенные в 1914 году Renault EF и Locomobile Model 48. В 2015 году специально на ралли L.U.C Chopard в Москву был привезен легендарный Bentley Blower, незадолго до этого отметивший свое 85-летие участием в одной из самых известных гонок раритетных автомобилей — Mille Miglia. Ралли 2016 года было приурочено сразу к двум юбилеям: 20-летию часовой мануфактуры L.U.C. во Флере и 40-летию коллекции Chopard Happy Diamonds. Старейшими в этом заезде стали Renault EF и Mercedes Benz 22/50 Faeton 1914 года выпуска.

Что же такое ралли Chopard? По сути, это ралли третьей категории, любительское соревнование, которое не требует ни-

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ CHOPARD КАРЛ-ФРИДРИХ ШОЙФЕЛЕ НА СТАРТЕ 14-ГО РАЛЛИ В МОСКВЕ



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБЕЙ MERCEURY

каких особых автоспортивных навыков членов экипажа или специальной подготовки автомобиля. Главное требование, чтобы автомобиль был старше 30 лет. Основная задача участников — пройти заданную дистанцию в соответствии с заданием, сформулированным в так называемом роуд-буке — книге, в которой указан маршрут и время прибытия на каждый из пунктов проверки. Один из главных принципов ралли — соблюдение всех правил дорожного движения: это заложено в маршрут и время его прохождения. Тут уж без хронометров Chopard не разобраться! Чем выше точность прохождения маршрута, тем больше шансов на успех и на получение призов: победителям вручают часы и хронометры Chopard.

В этом году состоится 15-е, юбилейное ралли Chopard, и в честь этого в ралли примет участие новая категория экипажей — суперкары. Так что на этот раз около Центрального универмага Москвы соберутся не только самые заслуженные, но и самые красивые и мощные автомобили.

Чтобы понять, насколько высоко Шойфеле ценят свое присутствие в России и возможность проведения московского ралли, достаточно сказать, что в этом году специально для российского рынка выпущена лимитированная серия (15 экземпляров) «L.U.C Time Traveler One «Moscow»». Эта модель будет представлена публике во время 15-го ралли L.U.C Chopard, которое в этом году состоится в Москве 4 июня.



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБЕЙ MERCEURY



Поднять паруса

В 2017 году итальянский часовой бренд Officine Panerai 13-й раз станет спонсором и организатором международной серии соревнований Panerai Classic Yachts Challenge для классических и винтажных парусных яхт. В честь этого часовой дом выпустил две новые модели часов Luminor 1950 PCYC 3 Days Chrono Flyback Automatic, чей дизайн вдохновлен парусным спортом. На задней крышке часов также выгравированы силуэт классической яхты и надпись Panerai Classic Yachts Challenge.

Снова в школу

Турецкий отель Hillside Beach Club, в котором расположена штаб-квартира первой в Турции школы вейкбординга и водных лыж, является первым курортом в стране, принимающим международные соревнования по водным лыжам. Благодаря этому гости Hillside Beach Club могут воспользоваться услугами команды профессиональных инструкторов под руководством известного организатора шоу на водных лыжах Дона Буфа и обучиться катанию на водных лыжах, монолыже, а также вейкбордингу и нибордингу.



Смарт-мрамор

Компания Feld & Volk, создающая корпуса для iPhone из редких и драгоценных материалов, выпустила новую модель Marble. Ее центральным элементом стала панель из обработанного натурального мрамора. Природный узор прожилок благородного камня дополнен рамкой из карбона, опоясывающей гаджет по периметру. Модель Marble выпущена одновременно для iPhone 7 и iPhone 7 Plus.



От всех проблем

Линия для ухода за мужской кожей Dior Homme Dermo System дополнена эссенцией для сужения пор. Это средство, предназначенное для ежедневного использования, визуально уменьшает поры, борется с жирным блеском и придает коже сияние.



Экостиль

Итальянский бренд Geox, чья коллекция экологичной обуви имела большой успех, представил на 90-й выставке Pitti Uomo во Флоренции верхнюю одежду линии NEW:DO™. Все этапы создания этой коллекции — от разработки дизайна до производства — были продуманы таким образом, чтобы добиться максимальной экологичности каждого изделия.



Большая игра

Компания TAG Heuer объявила о том, что станет официальным хронометристом авторитетной серии гоночных видеоигр Gran Turismo Sport. Разработанные TAG Heuer технологии измерения времени были интегрированы в серию игр, что помогло обеспечить высокую точность фиксирования времени в гоночном симуляторе. Это первый для TAG Heuer опыт сотрудничества с индустрией видеоигр.

Уравнение времени

В часах Breguet Marine Equation Marchante 5887, выпущенных швейцарским часовым домом Breguet, присутствует сложная функция «уравнение времени»: они показывают разницу между средним и истинным солнечным временем. Модель представлена в двух вариантах: в корпусе из платины 950-й пробы с ремешком из крокодиловой кожи и в 18-каратном розовом золоте с циферблатом из посеребренного золота.

Модный конструктор

В мужской весенне-летней коллекции итальянского обувного бренда Jog Dog присутствуют и бестселлеры, и новые модели: в каждой из них сочетаются спорт и классика, делая обувь Jog Dog яркой деталью гардероба.



«Набраться смелости быть собой»

Питер Линдберг о красоте без прикрас

— Питер, вы известный противник повального увлечения фотошопом. Почему?

— Я считаю, что люди должны уметь достойно стареть, а не использовать фотошоп, чтобы манипулировать публикой. Лицо хранит твою историю, и ретушировать ее — преступление. В 40 или 50 лет у тебя лицо, которое рассказывает о твоей жизни, а потом приходит кто-то и делает из тебя 18-летнего дитя. Мы обманываем других и подменяем истинное, потому что у нас ложные идеалы. Почему ты должен быть всегда молод? Или почему ты всегда должен быть совершенен? Я не раз высказывался против фотошопа. Конечно, если модель выглядит уставшей или свет выставлен не так, как хотелось бы, можно воспользоваться ретушью. Например, убрать круги под глазами. Но манипулировать и менять лица... Тогда зачем вообще ты их снимаешь?

— То есть современные идеалы красоты вы считаете ложными?

— Понятие «красота» коммерциализировано. Идеал современной красоты — это в первую очередь то, что идеально подходит для продажи. Для меня, когда я работал над календарем Пирелли, главное было показать, насколько прекрасно естественное. Одно из определений красоты для меня — если ты себя принимаешь, то ты всегда прекрасен. Это самая простая формула красоты — набраться смелости быть собой. В этом случае абсолютно невозможно быть некрасивым. Все эти идеальные отретушированные лица — это никто, этого человека не существует. Как это может быть красивым?

— Вы долго уговаривали Николь Кидман или Шарлотту Рэмплинг предстать перед камерой для календаря Пирелли в максимально естественном виде?

— Я очень хорошо их всех знаю. И очень близко. Когда ты кого-то фотографируешь — это всегда очень интимно. Ты не можешь это делать на дистанции. Ты должен быть близок с этими людьми. Для актрис очень сложно фотографироваться «вне образа». Они всегда кого-то играют перед камерами. Николь Кидман может бегать голым по улицам среди бела дня, если она кого-то изображает. Но будучи самой собой, она очень застенчива. Мы дружим с ней уже около 20 лет. Недавно она призналась, что ни с кем, кроме меня, не стала бы делать ничего подобного. А ведь речь идет только о портрете, это не обнаженка, но для актрис быть собой — это гораздо больше, чем обнаженка.

— Вам приписывают заслуги в создании феномена супермоделей 1990-х годов. Вы сняли историческую фотографию для британского Vogue, ознаменовавшую новую эру в модельной индустрии. С кем из супермоделей было сложнее всего работать?

— Ни одна из супермоделей, с которыми я работал, не капризничала, они все слишком умны. Возможно, с кем-то другим, но не со мной. Они могли опоздать на час или что-то в этом роде, но они не были капризными, потому что знали, что получат хорошие фото. Они знали, что это их шанс

на успех. А если ты будешь капризничать, фотограф с тобой больше не будет работать. (Смеется.) В 1988-м мы делали фотосет с белыми рубашками, и мои модели сразу сообразили, что нужно делать, чтобы все получилось. И затем была та история в январе 1990-го на съемках британского Vogue с «великолепной пятеркой» супермоделей того периода — Синди Кроуфорд, Кристи Тарлингтон, Наоми Кэмпбелл, Линдой Евангелистой и Таней Патитц. Все они очень умные женщины. Они быстро поняли, что если они понравятся друг другу и особенно мне, то выиграют от этого все.

— Что сегодня может стать сенсацией в модной индустрии? Ведь кажется, что все уже было, и не раз.

— Знаете, я стараюсь держаться подальше от модной индустрии. Я не хочу быть модным фотографом, мода меня не вдохновляет, хотя я и снимаю для модных журналов. Зато я могу восхищаться потрясающими дизайнерами, которые создают фантастическую одежду. Но я все-таки не настолько в этом заинтересован. Я, конечно, могу оценить качество и красоту одежды, но не больше, чем я, например, могу оценить красоту машины. Я машинами тоже не интересуюсь, но всегда могу сказать, что Bentley — это очень красивая машина. Я не посещал модные показы уже 20 лет. Все спрашивают: «Ты ненавидишь моду?» Нет, конечно! Но я не хочу ею вдохновляться. Кроме того, в первую очередь мода — это бизнес. Если тренды так быстро меняются, то многое из того, что произведено, просто не будет использовано. Почему все должно меняться каждые полгода? Чтобы люди, следящие за модой, снова тратили деньги. Это бизнес. Мне это неинтересно.

— Многие критики отмечают, что в ваших фотографиях заметно ваше увлечение кинематографом. Я знаю, что вы очень любите фильмы Тарковского, например.

— Тарковский — один из моих самых любимых режиссеров. Еще Фриц Ланг, 20-е годы, Германия до прихода нацистов, все эти черно-белые берлинские фильмы. Германия тогда была очень интересной страной. Еще я очень люблю Марлен Дитрих. Она действительно вдохновляет. Мой са-

Знаменитый немецкий фотограф Питер Линдберг приехал в Москву на Московскую международную биеннале «Мода и стиль в фотографии-2017», чтобы прочесть лекцию в Мультимедиа Арт Музее и лично представить новый выпуск календаря Пирелли, для которого он на этот раз снял Николь Кидман, Пенелопу Крус и многих других известных актрис без грима, не применив даже ретуши.

мый любимый фильм с Марлен — «Голубой ангел». Я всегда себе говорил: «Когда будешь старым, не влюбляйся в моделей и не ходи на вечеринки. Все будут смеяться над тобой, как над тем профессором». (Смеется.) В этой ленте прекрасно все — история, картинка, Дитрих и ее платья. С «Голубым ангелом» связаны мои первые сильные впечатления от кино. Мне тогда было 18 лет, я приехал в Берлин и ходил по городу с широко открытыми глазами, все было настолько потрясающим! Тогда же я увидел и «Метрополис» Фрица Ланга. Эти впечатления живут во мне до сих пор. Я вырос в Дуйсбурге, очень индустриальном и далеко не самом красивом городе с множеством фабрик. Серость. Но я все равно его люблю, он у меня в крови. Я всегда говорил, что если бы я родился в Венеции, мои работы были бы совсем другими. А благодаря Дуйсбургу я не люблю вещей, которые слишком красивы, слишком идеальны.

— В художественной школе вы изучали живопись и хотели стать художником. Вы продолжаете интересоваться современным искусством?

— Когда я учился в школе искусств, я делал работы, которые нельзя было назвать «классическими», они всегда были другими, во время обучения я даже выставлялся в очень большой, абсолютно потрясающей галерее. По прошествии года после этой выставки из Америки до Германии дошло концептуальное искусство. И когда я его увидел, я подумал, что это лучше всего, что я видел и слышал об искусстве. Тут я решил, что мне необходимо приостановиться, чтобы осознать то, что лежит за горизонтом моего видения. Перерыв длился полгода. В это время друг предложил мне поработать ассистентом, ведь я все равно ничем не был занят. Я начал работать и понял, что фотография прекрасна и мне очень хочется ею заниматься. Я до сих пор думаю, что те концептуальные работы, которые я увидел тогда, великолепны. Идеи многих из них были настолько революционны, что, кажется, я до сих

пор под впечатлением. Сегодня арт-рынок очень большой, но зачастую очень трудно увидеть интересные вещи. Слишком много всех этих арт-Базелей, арт-Майами, арт-Гонконгов. Это как в моде. Очень большой спрос на арт, и все поставлено на коммерческие рельсы.

— Любите ли вы путешествовать? Какая у вас любимая страна или место на земле?

— Мое любимое место — это дом. (Смеется.) У меня есть квартира в Париже и дом на юге Франции, но в «суровой» его части, а не в приличной, туристической. И дом на Ибисе. В Москву мы, кстати, прилетели прямо оттуда, проводили там отпуск. Но дом всегда в Париже.

— Как, по-вашему, должен выглядеть гардероб современного мужчины? И какие вещи предпочитаете вы?

— Даже не знаю, что сказать. То, что я сегодня надел, — это только для официальных мероприятий. Обычно я ношу футболки, брюки цвета хаки, теннисные туфли. В этом смысле с модой я вообще не связан. Я никогда не надену жакет с каким-нибудь интересным кроем и принтом, потому что буду чувствовать себя клоуном. (Смеется.) Мои часы — это в основном подарки. У меня много таких подарков от компании IWC, для которой я фотографировал и которая производит потрясающие часы. У них контракты со многими актрисами. Кейт Бланшетт в том числе. Но они не делают обычных рекламных фото, на их фотографиях часы либо еле видны, либо их вообще

не видно. И это очень интересная концепция. У меня часов от IWC, наверное, штук десять. Каждый раз, когда я работаю с IWC, мне говорят: «Посмотрите, мы выпустили новые часы». И я принимаю от них все эти новые часы. Но те, что на мне сейчас, — это подарок Брэдли Купера.

— Вы нечасто фотографируете мужчин. Почему?

— У мужчин чаще всего уже есть сложившееся представление о себе, и с этим очень трудно что-то сделать. А женщины в основном открыты экспериментам.

— Из чего складывается стиль?

— Стиль, наверное, непосредственно связан с дизайном. Самая опасная вещь в моде — это то, что с кредитной картой ты можешь стать кем угодно. С кредиткой я могу пойти в Dior, купить себе черных костюмов и носить их с галстуком, и я буду совсем другим человеком. Вы будете меня совершенно по-другому воспринимать. А у женщин таких возможностей даже больше. Я думаю, что стиль — штука опасная. Потому что он дает возможность притвориться не тем, что ты есть. Ты можешь всегда ходить в безупречных костюмах, а можешь выглядеть как попрошайка, то есть как я сейчас. Но и это тоже стиль. Я, например, не хочу ходить в костюмах. Стиль очень часто разделяет людей на категории. Стиль — это способ провозгласить себя частью чего-либо. Иначе никому он был бы не нужен. Неандертальцам, жившим в пещерах, стиль был не нужен.

БЕСЕДОВАЛА ЕЛЕНА КРАВЦУН



Я НЕ ХОЧУ БЫТЬ

МОДНЫМ
ФОТОГРАФОМ,
МОДА МЕНЯ
НЕ ВДОХНОВЛЯЕТ,
ХОТЯ Я И СНИМАЮ
ДЛЯ МОДНЫХ
ЖУРНАЛОВ

«У нас очереди каждые выходные» Галерист Егор Альтман об искусстве, увлечении и бизнесе



В прошлом году в центре Москвы открылась Altmans Gallery, галерея, которая занимается продажей литографий современных художников, в первую очередь западных. Александр Шаталов поговорил с ее основателем бизнесменом Егором Альтманом о том, что такое тиражная графика и насколько выгодной может быть такая покупка.

— Галерея для вас увлечение или бизнес?

— Я всегда стараюсь из любых процессов, которыми занимаюсь, извлекать прибыль. Если это не что-то связанное с домом или с хобби. Очень важно, что я сам не коллекционирую литографии. У меня дома нет ни одной литографии из того, чем я занимаюсь. Ноль. Притом что у меня достаточно большая коллекция, может быть, работ 70.

— А какого плана ваша личная коллекция?

— В основном это работы шестидесятников. Во-первых, у меня, естественно, большое собрание Игоря Вулоха, он был моим отчимом, у меня около сорока его работ. Также у меня много работ таких художников, как Яковлев, Гробман, Франциско Инфанте, Марлен Шпиндлер, Краснопевцев.

— Поскольку вы специалист по шестидесятникам, логично было бы ожидать, что вы откроете галерею, которая специализировалась бы на художниках этого поколения.

— Нет, совсем не логично. Потому что было бы заранее понятно, что проект провалится.

— Почему?

— Потому что в тот момент, когда, проделав уже некоторое количество практической работы и сделав несколько выставок Вулоха в Москве, а он сложный художник, я понял, что из таких проектов невозможно извлекать коммерческую прибыль. Если бы завтра или послезавтра у меня возник вопрос, что мне приобретать в качестве сохранения денег (инвестиции) или для собственного престижа, я уж точно покупал бы не шестидесятников. Потому что есть прекрасные современные западные художники, цены на работы которых, безусловно, менее подвержены падению. Что мы видим с тем же Айвазов-

ским сегодня? Цены на него были очень завышены, рынок был перегрет. И что мы наблюдаем? Мы видим, что рынок упал процентов на 70%. В принципе это катастрофа. Восстанут ли цены на Айвазовского? Думаю, что нет.

— Это спорный вопрос, потому что национальные рынки часто самодостаточны: китайцы покупают китайцев, русские — русских. Картины Айвазовского успешно продавались на аукционах европейского искусства XIX века и на протяжении всего двадцатого столетия. Он был одним из самых успешных русских художников, которые всегда продавались именно на Западе.

— И все же потенциальные покупатели, рассматривая современное искусство как инвестицию, безусловно, предпочитают инвестировать в западное искусство, потому что на него существует вторичный рынок, то есть, купив картину успешного западного художника, покупатель знает, что сможет ее продать или по той же цене, или по более высокой.

— В вашей галерее представлена тиражная графика. Тиражная графика — это инвестиции или декоративно-прикладное искусство?

— Ответ будет непростой, потому что и вопрос непростой. Если взять рынок искусства как инвестиции, то он очень волатилен, потому что на нем сказываются тренды и мода. Там нет какой-то устойчивой тенденции. Если взять индекс роста искусства и индекс роста биржи, понятно, что в акции вкладывать деньги выгоднее. Когда вы покупаете, предположим, акции Facebook, у вас никакого удовольствия от их обладания, у вас есть строка в экселевской таблице, говорящая, что в вашем портфеле есть и такие. Это как

деньги в банке — они есть, но их физически вроде и нет. А что вы получаете в случае искусства? У вас есть, с одной стороны, проинвестированные деньги, а с другой — предметы искусства, которые поднимают вам настроение, которыми вы можете наслаждаться.

— А кто ваши покупатели?

— Это на 80% мужчины, 40+, с высшим образованием, высоким доходом. Очень похоже на аудиторию вообще всех люксовых мужских продуктов.

— Выбор мужчин и выбор женщин, которые покупают картины, одинаков или нет?

— Женщина ищет более романтический даже не сюжет, а название. То есть, допустим, работа Шагала «Рай» — она будет большим спросом пользоваться у женщин. Причем сюжет не важен. Мужчины предпочитают более содержательные сюжеты с точки зрения каких-то завоеваний, достижений.

— Сегодня можно говорить о коммерческом успехе вашей галереи?

— Первой нашей выставкой была выставка Шагала, потом у нас была абсолютно успешная коммерческая выставка художника-мультипликатора Юрия Норштейна. Ее посетили 10 тыс. человек, причем — внимание — вход был 250 рублей. То есть это не просто люди, которые пришли посмотреть, а те, которые заплатили за вход, при этом наша цена конкурирует с ценой билетов в крупные российские музеи. Здесь стояли очереди. И на Дали, который проходит сейчас, у нас очереди каждые выходные. В первый уикенд на Дали пришло 1,1 тыс. человек. Это поток, притом что галерея у нас совсем небольшая — 60 квадратных метров, как типовая «двушка» в сталинке.



WORLD FASHION CHANNEL

WF

WORLD FASHION

WWW.WFC.TV

программа

БИЗНЕС-СТИЛЬ

16+

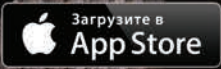
реклама

НОВЫЙ ДРЕСС-КОД / ЧТО ТАКОЕ BLACK TIE / КОСТЮМ НА ЗАКАЗ / СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД / ПОСЛЕДНИЕ ТЕНДЕНЦИИ

ЗАГРУЗИТЕ НА

 Google play

Загрузите в

 App Store





ПАРТНЕР ПРОГРАММЫ

 **МЕРКУРИЙ ТАУЭР**

Доступ к телеканалу World Fashion можно получить через следующих кабельных и спутниковых операторов:












«Я не сижу часами и не наслаждаюсь своим голосом»

Константин Хабенский о грядущей премьере

20 апреля в прокат выходит полнометражный анимационный фильм «Урфин Джюс и его деревянные солдаты», и говорить главный злодей Волшебной страны будет голосом Хабенского. Елена Кравцун расспросила актера о его герое, мультсериале «Тимон и Пумба» и об озвучивании как отдельном виде искусства.



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ

— Мультфильм поставлен по одной из легендарных сказочных повестей Александра Волкова. А какие вы в детстве книги читали?

— В детстве я не очень любил читать, любовь к чтению у меня появилась позже.

— Ну, может быть, какая-нибудь сказка вас поразила? Меня вот в пять лет абсолютно потряс «Незнайка».

— «Незнайка» — это первый-второй класс. Да. У нас все «незнайки» были.

— А если брать сегодняшних детей, тех, кто «родился со смартфоном в руке», как вы думаете, история про Урфина Джюса их заденет?

— Мне кажется, если история человечная — и речь не только о фильмах, где люди снимаются, но и об анимации тоже, — наивная и прекрасная, как с Урфином, она вполне может найти отклик у тех, кто айфоном еще не стал.

— Чем Урфин, по-вашему, от других злодеев отличается?

— Это наивный человек, прекрасный в своем заблуждении. Его фантазия стать властелином мира залетела далеко-далеко. Когда его мечты не совпадают с реальностью, он страшно разочаровывается. Но в этом своем наиве он бесконечно обаятелен. Вот и получается, что Урфин — наивный злодей. Интересный персонаж. Одинокий. Это важно.

— В фильме оживший Клоун говорит Урфину: «Страшила мудрый, а ты сильный». Для вас что важно — быть мудрым или сильным?

— Эти слова Клоун ему говорит, внушая. Человек, который открыт и наивен, быстро «съедает» эту фразу и пытается стать сильным. Если бы ему сказали, что он мудрый, он бы в своем наиве попытался стать мудрым. И от этого был бы еще смешнее. Что

сильный, что мудрый — в исполнении Урфина вышло бы одинаково комично.

— Получается, процесс озвучивания какой-то отдельный вид искусства. Как вы готовитесь говорить за героя?

— Зайдите посмотрите, если вам так интересно. Я серьезно. Озвучивать анимационные фильмы сложнее, чем обычные. В обычных изначально действуют живые люди, а в анимации — нарисованные. Их нужно озвучить так, чтобы зритель поверил, что перед ним человек, а не картинка. Нужно поработать. Но работать мегаответственно здесь нельзя, надо веселиться, веселить партнеров на съемочной площадке и звукорежиссера. Да и самому необходимо держаться в хорошем настроении, для того чтобы получилась многовариантная история — забавная, наивная, трогательная. Потому что, если озвучивать так, как раньше озвучивали закадровым голосом западные фильмы, ничего, кроме комичного эффекта, не получится.

— Вы сказали, что на съемочной площадке на озвучивании анимации необходимо веселиться, во время работы над Урфином что смешного запомнилось? Команда-то у вас была серьезная: генерала озвучивал Сергей Шнуров, медведя — Дмитрий Дюжев.

— Я сразу вам скажу, что я не рассказчик забавных историй — нет у меня такого дара. Достаточное количество смен прошло. Когда мы добрались до конца и нашли персонажа, режиссер и продюсер поняли, что в начале он у нас получился «мультяшным» по сравнению с финалом. И мы переозвучивали. Понимаете, это тоже поиск. Он отличается от театрального или киношного. Это тот момент, когда твой голос и твоя интонация превращают нарисованного «мультяшку» в живого человека.

— В какой момент вам стало интересно заниматься озвучиванием? В вашем списке ведь много разнохарактерных работ: «Мадагаскар», «Савва. Сердце воина» и одна из первых — мультсериал «Тимон и Пумба».

— Да, это одна из первых моих «травм».

— Почему «травм»?

— Ну, потому что Тимон оказался очень болтливым персонажем и болтал он на протяжении сорока серий. В какой-то момент я стал уже проклинать его: он не останавливается в своих монологах, диалогах, комментариях. Из-за него я ходил с хронически сорванным голосом, это было, еще когда я работал в Санкт-Петербурге.

— Зато насколько обаятелен ваш Тимон!

— Да, мультфильм получился симпатичным. Эти ребята из той же оперы, что и Урфин. Тимону нужно только веселиться, есть и пить, больше проблем для него не

существует — тоже такой своеобразный наив.

— После Тимона вы еще много за кого говорили. Я знаю, что за вашим голосом буквально охотятся, когда дело доходит до озвучивания взрослых интеллигентных героев. А вам самому собственный голос нравится?

— Я отвечу вам: я не сижу часами и не наслаждаюсь своим голосом. Мне нравится запись аудиокниг в меру, нравится озвучивание анимации в меру. Мне не нравится, и я стараюсь не заниматься озвучиванием других актеров. Была пара вынужденных попыток сто лет назад, и больше я этим не занимаюсь. Все в меру. Нельзя быть везде, нужно соблюдать режим экономии. Зритель должен ждать.

— В Советском Союзе самые смелые мысли вкладывались в уста мультяшных персонажей — в анимации можно было чувствовать себя более свободным, чем в полнометражном художественном кино. В новом «Урфине Джюсе» есть двойной смысл?

— Не могу вам сказать. Вкладывание двойных смыслов ведь происходит не сплошь и рядом. То, что мы старалась показать, — это история наивного человека без двойного плана. Для меня важнее другой второй план: наш благотворительный фонд вместе с компанией «Наше кино» запустил акцию помощи тем зрителям, которые сейчас не могут попасть в кинозалы. Для этого любой может отправить сообщение с текстом «УРФИН сумма пожертвования» на номер 7535. Мне кажется, это хорошая история с благотворительностью и кино. Приятно, что многие компании соглашаются помочь. От создателей блокбастера «Время первых» до не менее эпического фильма «Урфин Джюс».

— Раз мы заговорили на «взрослые темы»: я знаю, что в Мексике режиссер Константин Статский начал снимать восьмисерийную драму «Троцкий», где у вас главная роль. Герой для вас знакомый, но в сериале «Есенин» это был эпизодический персонаж, а теперь — главный. Пришлось ли изучать архивы?

— Я не буду вам ничего рассказывать об этом проекте: я никогда не говорю о работе, которая еще не закончена. Вот вы знаете, что мы «начали снимать», а мы уже на финишной прямой.

— Когда выйдет сериал?

— А как вы думаете?

— К юбилею Октябрьской революции 1917 года.

— Значит, и выйдет не к Новому году.

— Будет ли любовная линия с Фридой Кало?

— Конечно.



ОЗВУЧИВАТЬ АНИМАЦИОННЫЕ

фильмы сложнее, чем обычные.

Это нужно делать так, чтобы зритель поверил, что перед ним человек, а не картинка. Понимаете, это тоже поиск

«Я вижу этот бизнес насквозь»

Ясубэй Энмото о смешанных единоборствах

— До того как начнется бой, какие слова вы себе говорите, чтобы успокоиться? Или вы не волнуетесь?

— Еще как волнуюсь. Но приступы настоящей паники могут накрывать за три-четыре дня до боя и почти никогда — перед самым боем. Я занимаюсь йогой и стараюсь успокоиться. И очень много слушаю разную успокаивающую музыку для медитации. Это тоже помогает.

— А крик ликующей толпы вокруг ринга вам помогает или мешает?

— Из тысячи голосов я слышу только голос моего брата. Разумеется, он очень громко кричит, но мне скорее важно, что он кричит: он очень меня поддерживает и дает верные советы.

— Бои без правил — это серьезная индустрия. На боях совершаются сделки, там отдыхают сильные мира сего. Много политиков. Вас пытались когда-то втянуть в какие-то игры вне ринга?

— Да, разное было. Но я занимаюсь спортом, а не политикой. Я понимаю, на что вы

намекаете. Бойцы — цирковые обезьянки. Они игрушки в руках спонсоров, инвесторов и других крупных рыб. По этой причине я сам себе менеджер. Я занимаюсь всеми своими делами и делами своего брата. Мне всегда было важно развивать не только свои мышцы, но и свой интеллект. Было интересно, как устроен этот бизнес. Оказалось, в нем много обмана и лжи, поэтому я верю только себе. Мои коллеги часто жалуются на то, что много дерутся, но почти всегда на мели. У меня такой проблемы нет, потому что вокруг меня нет обманщиков. Нас двое — я и мой брат. И все. Я вижу этот бизнес насквозь.

— Очень много молодых ребят, которые начинают заниматься борьбой, боями без правил, но не умеют себя защитить, как бы это странно ни звучало, в финансовом плане. Что вы им посоветуете?

— Учиться и тренировать ум. Это же очевидный ответ. Во всех своих проблемах с менеджерами бойцы виноваты сами, потому что пустили все на самотек. Вы же

не отдадите свои деньги какому-то незнакомому парню и не попросите его: «Эй, присмотри за моими деньгами». А спортсмены почему-то делают это сплошь и рядом. Так что я за то, чтобы учиться в школе, в университете, у менеджера, у тренера. Я был слаб в джиу-джитсу и нашел лучшего тренера. С менеджерами то же самое — учитесь у них, перенимайте их опыт.

— У вас были ситуации, когда вы ловили человека на вранье?

— Конечно, миллион. Сколько всего я не знал в начале пути! Но я страшно недоверчив. С детства. Поэтому, чтобы работать со мной, надо сперва заслужить мое доверие. У меня был один менеджер, который якобы договаривался о каком-то бое с промоутером. Но он не знал, что я сам на связи с этим промоутером. Естественно, его махинации быстро раскрылись. У меня нет огромной команды, которая есть у других бойцов. Я сам по себе почти всегда.

— А ваши тренеры?

— Мой брат. Я в ответе за свое расписание, свои спонсорские программы. Обычно бойцы — маленькие винтики большого механизма. Я не такой. Но у меня проблемы с доверием. Я контроль-фрик.

— Простите, не могу не спросить. Откуда проблемы с доверием?

— Так, ну вот еще плакать мне тут не хватало. Нас с братом мама в детстве оставила с отцом. Обещала скоро вернуться и вернулась через много лет. Сейчас у нас все хорошо, мы общаемся. Правда, наши бои она смотрит только в записи и если знает, что мы победили.

— Неужели вы с детства хотели быть бойцом?

— Вообще-то я хотел быть шеф-поваром. И у меня отлично получаются блюда итальянской кухни: паста, лазанья. Но что у меня было всегда — это азарт и желание соревноваться. Я увлекся джиу-джитсу, и мой тренер предложил мне поучаствовать в каком-то бое. Я тогда чуть не умер. (Смеется.) Был в плохой форме, задыхался. Действительно думал, что со мной все кончено. И это притом, что я выиграл бой. А что было бы, если бы проиграл? Я пошел в душ, лег там на

16 побед и 9 поражений. Родился в Швейцарии в семье перуанца и японки. Швейцарский самурай Ясубэй Энмото — боец в смешанных единоборствах — рассказал Нателе Поцхверия, как справляется со своей болью и откуда у него столько сил.



ЧТО У МЕНЯ БЫЛО ВСЕГДА — это азарт и желание соревноваться

пол. Вода поднималась, а у меня не было сил встать или хотя бы перевернуться на спину, чтобы не захлебнуться. Потом мы много шутили с братом, что это была бы самая глупая смерть — «захлебнулся в душевой кабине».

— **Это спорт, который связан с болью, независимо от победы или поражения. И после победы справляться с болью, наверное, легче, чем после поражения.**

— Да, и я точно знаю, чем бы я хотел заниматься, после того как брошу большой спорт. Я бы хотел быть коучем, потому что умею справляться с проигрышами и провалами. И я буду очень востребован как коуч. Бои без правил — это шоу-бизнес, и здесь нужно всегда оставаться на коне, потому что иначе тебя сожрут. У меня был сложный период, когда я проигрывал, и у меня была страшная депрессия. Я еле вылез из этой ямы и эмоциональной дыры. Но я спас себя тогда сам.

— **Бои — это шоу-бизнес?**

— Ну конечно! У каждого бойца своя легенда, свой образ, свои поклонники. Мы как актеры. Есть такой атлет Ямамото. Когда он выходит на ринг, девушки падают без сознания от восторга и экстаза.

— **То есть получается, что это все спектакль?**

— Боль настоящая, а все остальное — спектакль. Хотя себя я актером не считаю. Мой персонаж — самурай в перуанской шапке, у меня действительно есть в роду самураи, а моя мама — из Перу.

— **Вы помните, что сказал Федор Емельяненко о детских боях, которые проходили в Чечне?**

— Конечно. Большой был скандал. Но Федор все правильно сказал. Детям там не место. Вот представьте. Существует банк, которому нужен управляющий. Кто-нибудь в здравом уме назначит управляющим 16-летнего мальчишку, который только начал свою карьеру? Не думаю. Почему дети шести-семи лет должны сражать-

ся как взрослые, без защиты и в кровь? Это же опасно для мозга, в конце концов. Такие сильные удары могут навредить детскому здоровью больше, чем они вредят здоровью взрослых бойцов. Может быть, дети вообще не хотят заниматься боями без правил.

В Швейцарии тысячи таких примеров. Родители давят на сыновей с детства, а потом сыновья в подростковом возрасте шлюют все к черту. У брата недавно родился сын. И он не против того, чтобы тренировать ребенка в игровой форме, но принимать за него решение, быть профессиональным бойцом или нет, брат не хочет. Да и я сам, когда видел, как бьют брата, не мог выносить этих сцен. Пару раз меня даже приходилось держать, чтобы я не рванул на ринг защищать брата.

— **Ваш спорт на грани жизни и смерти. Можно получить смертельную травму. Зачем этот спорт нужен?**

— Послушайте, это не бессмысленный мордобой. Здесь целый спортивный комплекс, который состоит из множества единоборств, техник, тренировок. Специальное питание, специальные программы поддержания себя в форме. Этот спорт развивает не только тело, но и голову. Я имею в виду тактическое мышление и логику. Нужно очень много думать и наносить точные удары. Просто этот спорт должен стать 18+. И все. Не вижу смысла защищать мой спорт. Не нравится — не смотрите.

— **Так в чем ваша главная мотивация? Почему вы этим занимаетесь?**

— Я очень люблю побеждать. Во мне бурлит дух соперничества.

— **Вы когда-нибудь ввязывались в уличные драки?**

— Нет. Это мой хлеб. С какой стати я должен драться с кем-то бесплатно? (Смеется.) У меня были разные ситуации, когда меня звали «выйти». Я всегда спокойно отвечаю, что с радостью выйду, после того как мой оппонент и его друзья снимут все свои сбережения и опустошат карманы полностью,



чтобы заплатить мне за бой. Обычно это вызывает удивление и вопрос: «С чего бы нам тебе платить?». Я объясняю, что за то, чтобы кого-то отделать, я получаю неплохие деньги и не буду тратить свои силы на тех, кто не в состоянии мне даже заплатить. Обычно конфликт на этом исчерпывается, потому что меня принимают за сумасшедшего. (Смеется.)

Раскрыть чакры

Об аюрведической клинике Kalari Rasayana

Алексей Джавелидзе |



В ЮЖНОЙ части индийского штата Керала, недалеко от столичного Тривандрума, находится одна из лучших аюрведических клиник в мире — Kalari Rasayana.

Керала — родина аюрведы, древней науки о здоровой долгой жизни, в которой главным фактором благополучия считается единство тела, органов чувств и движения, ума и души (Чарака-самхита ок. 700 г. до н. э. — один из первых текстов по аюрведе).

В аюрведе пять элементов — эфир, воздух, огонь, вода и земля — образуют мир. Элементы группируются в три основные фундаментальные жизненные силы — доши (вата, питта, капха), — которые регулируют все функции организма. Человек здоров, когда доши находятся в сбалансированном состоянии. Если же ваши доши не сбалансированы, то самое время подумать о традиционной индийской медицине аюрведе и обратиться в аюрведическую

клинику. Я давно мечтал пройти одну из очистительных программ именно в Kalari Rasayana и однажды оказался там. Машина от клиники встречала меня в аэропорту Тривандрума, и через два часа ранним утром я оказался в Kalari Rasayana. Клиника расположена на берегу красивого озера Паравур в пальмовой роще. Клиника небольшая; меня разместили в одном из 22 сьютов и попросили ознакомиться с правилами, которых нужно придерживаться во время пребывания.

1. Клиенты не могут покидать территорию Kalari Rasayana во время прохождения лечения.

2. При заезде выдается три комплекта одежды из хлопка (рубашка и брюки) и халат для посещения аюрведических процедур. Эту одежду нужно носить, свою одежду носить не рекомендуется;

3. Не рекомендуется носить кожаные изделия, обувь тоже не должна быть кожаной.

4. Пользоваться телефоном в общественных местах не рекомендуется, все разговоры по телефону только в своем номере;

5. На территории клиники есть Wi-Fi, но пользоваться им желательно тоже в номере или на балконе. В номерах нет телевизоров. Врачи клиники очень советуют ограничить общение по телефону и пользование компьютером.

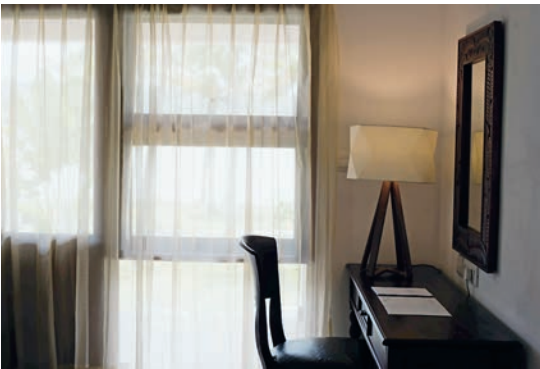
Ознакомившись с правилами и выпив свежевыжатого апельсинового сока, я пошел на прием к врачу.

Шрирал Санкар — главный аюрведический доктор клиники и мой лечащий врач на все время пребывания в клинике. К нему я должен приходил на консультацию дважды в день. Выслушав мой рассказ про «болячки», он назначил лечение. В клинике существуют программы лечения, рассчитанные на 14, 21 и 28 дней, а моя программа — «Общее омоложение», Pancha Karma.

Меня еще в Москве предупредили о том, что за две недели до приезда в клинику

нужно отказаться от обильной пищи, алкоголя, курения. Нужно загодя подготовить организм к маленьким порциям еды. По прибытии сразу сажают на диету и выдают исключительно вегетарианскую еду пять раз в день маленькими порциями. В меню используются местные овощи, рис, один раз в день дают сок и фрукты — гранат, банан, ананас или папайю. Полностью отсутствуют кофе, чай, мясо, рыба, яйца хлеб и сахар.

Также нужно соблюдать режим. Вставать с рассветом, не спать в течение дня и ложиться не позже 21:00. Желательно посещать утренние занятия йогой и дневные занятия по пранаяме (дыхательные упражнения в йоге) и йоге-нидре (йогический сон). А буквально через два дня я начал пить масло гхи. И пил его пять дней. Малоприятная процедура — пить масло гхи, но это вначале, а потом привыкаешь, некоторым оно даже нравится. Каждое утро после разговора с доктором о самочувствии



вы получаете стакан теплого масла и кусочек лайма с водой. Это и есть ваш завтрак, и следующий прием пищи вечером — только ужин. Масло гхи — «золото аюрведы» — это топленое сливочное масло, в котором нет лактозы, воды и примесей. Оно активизирует пищеварение, смазывает организм изнутри — и токсины, накопленные в теле, начинают выходить из тканей в желудоч-

но-кишечный тракт. Многие испытывают при этом сильную усталость, апатию, сонливость. Но как бы паршиво вам ни было (правда, некоторые этого счастливо избегают), вы чувствуете огромную заботу и поддержку со стороны доктора, диетолога, йога-терапевта и всех сотрудников клиники. На пятый день масло отменили, и это значит, что организм полностью им пропитался. Но этим лечение не ограничивается. Также вы принимаете аюрведические таблетки, вам готовят вегетарианскую и очень вкусную еду каждый день после совещания доктора, диетолога и шеф-повара, и каждый день ваш личный терапевт-массажист делает вам аюрведические (в основе своей масляные) процедуры. В Kalari Rasayana в первый же день сразу после консультации меня знакомят с моим личным массажистом, который проводит все процедуры. А они самые разнообразные: калари ужичиль (мягкий массаж головы и ритмичный мас-

саж всего тела специально подобранными маслами), дхатху пушти ужичиль (массаж всего тела маслами в четыре руки), пижичил (умасливание тела и потоотделение), широдхара (процедура, в ходе которой на лоб, в район третьего глаза, тонкой струйкой выливается теплая вода или лечебный раствор травяных масел, пахты и молока), подикижи (массаж, который проводят два массажиста горячими мешочками, с травяной пудрой и маслом) и так далее. После очищения кишечника и потери веса (в итоге я сбросил 6,7 кг) чувствуешь невероятную легкость и прилив сил. Но время быстро летит, и наступает день отъезда. На последней консультации пациенты бесплатно получают аюрведические лекарства на два месяца вперед, рекомендации по питанию и занятиям йогой. Доктор даст свои индивидуальные рекомендации, а директор клиники соберет персонал и сделает памятную фотографию с вами.



Что такое панчакарма?

Панчакарма — это классическая пятиступенчатая система омоложения. Процедуры, которые входят в программу очищения, выводят токсины и шлаки из организма, улучшается микроциркуляция, происходит регенерация клеток и омоложение тканей. Благодаря маслам и травяным настоям токсины, накопившиеся в теле человека, принимают водорастворимую форму, и это существенно облегчает их выведение из организма. Список болезней, для лечения которых используется эта программа, весьма внушителен: вегетативные нарушения, заболевания сердечно-сосудистой, нервной систем, болезни желудочно-кишечного тракта, заболевания суставов и позвоночника, аллергия, гинекологические заболе-

вания и многое другое. Панчакарму назначают и здоровым людям — для улучшения кровообращения, ускорения обмена веществ, общего омоложения, очищения сосудов от шлаков и холестерина, снятия синдрома хронической усталости и повышения жизненного тонуса. При помощи панчакармы можно восстановить баланс дош и гармонию в организме.

Тосканская идиллия

Об Argentario Resort Golf & SPA в Маремме

Владимир Гридин |



ИТАЛИЯ вся сплошь состоит из пасторального счастья. Промышленные зоны, скучные производства, какие-нибудь цементные цеха и автозаводы тут, конечно, тоже есть, но в глаза они не бросаются и выглядят скорее пришельцами, чем хозяевами. Стадо овец, пасущихся рядом с римским аэропортом Фьюмичино, мельтешение складывающихся в живой ковер рядов виноградных лоз, одинокие рулоны прошлогоднего сена, крестьяне, продающие у дороги спаржу и артишоки, — вот Италия, которую любят во всем мире.

Эта буколика достигает пика в тосканской Маремме. Когда-то очень бедное, заболоченное побережье Тирренского моря сегодня место, где царит идиллия. Чистейшие пляжи, многочисленные живописные бухточки, крохотные города, которые сами

жители называют «средневековыми жемчужинками», — вся жизнь здесь проходит под знаком «эко». Тишина и безмятежность разливаются не только в воздухе, но и заполняют каждую клеточку души и тела.

Пить холодное белое верментино или отдающее ароматами красных ягод и специй вино с виноградников маркизов Фрескобальди, любоваться с лодки видом на бывший дом королевы Нидерландов, гулять по улочкам Порто-Эрколе, рассматривать яхты в марине Порто-Санто-Стефано или отправиться в Гроссето поглазеть на церквушку Святого Франциска, в которой венчался Адриано Челентано, — мало ли в Маремме дел у знающего толк в блаженном безделье туриста?

Монте-Арджентарио был когда-то островом, но со временем море намыло две

песчаные косы, соединив его с сушей, а человек построил третью, чтобы добираться до сверкающего серебристой листвой олив берега как можно быстрее. Между склоном Серебряной горы и прибрежным холмом раскинулась долина курорта Argentario Resort Golf & SPA. Ведущая к нему узкая дорога умалчивает о великолепии открыточных видов, которые вам достанутся вместе с одним из 73 номеров отеля.

Отель входит в коллекцию Design Hotels, все его пространство заполнено предметами дизайна, к которым можно было бы прилагать таблички с именами создателей. Но даже на этом фоне выделяется Home Suite. Номер 403 — 70-метровый, с почти такой же террасой. В нем винтажные металлические шкафы, столы из состаренного дерева, идеальные кровати и диваны и бюст кондо-





тьера Гаттамелаты, вошедшего в историю не столько своими подвигами, сколько статуей работы Донателло, складываются в путеводитель по рустикальному шику с модернистским акцентом.

Ресторан Dama Dama (на местном диалекте так называют косулю) — еще один дизайнерский подвиг. Фанерные олени головы и столики-кабанчики устраивают забавную игру в традиционный охотничий домик, в то время как шеф-повар Риккардо Капелли с исключительной серьезностью готовит гастрономические версии традиционной тосканской кухни.

Архитектор Андреа Фольи вписал четырехэтажный бумеранг здания из стекла и камня в холм так, что он почти сливается с пейзажем. Окна номеров распахиваются на просторные террасы. Законы

перспективы и принципы сфумато становятся инстинктивно понятными при взгляде на необъятное гольф-поле на 18 лунок с лагуной на заднем плане. Там — азартные игроки, вымеряющие силу и точность удара, там — уроки с итальянским чемпионом по гольфу Эмануэле Каноникой, знаменитым своим потрясающе сильным ударом (в 1996-м мяч улетел на 416 метров), там — гольф-кары и кедди.

Фанатам гольфа адресован и новый проект отеля. На склонах долины строят два десятка дизайнерских резиденций в стиле традиционной тосканской виллы — с небольшим оливковым садом, беседкой и патио с подогреваемым гидромассажным бассейном. Примерно за €5 млн можно по-



лучить не просто дом в Тоскане, но и весь сервис отеля: СПА, фитнес-центр, гастрономический ресторан, шаттл на живописный пляж Il Tramonto, вертолетную площадку и другие преимущества.

Внутри отеля устроено развлечение не меньшей выразительности. Это огромный Spa Espace с кабинетами массажа, цвето- и ароматерапии, сауной и хаммам, тренажерным залом и бассейном, из которого можно выплыть прямо на тер-

расу, к шезлонгам. Для любителей уединения все спа-услуги доступны в особом бьюти-сьюте. Прогулки в окрестностях приводят мышцы в тонус ничуть не менее эффективно, чем фитнес-программы на тренажерах Technogym. Среди зарослей розмарина, дубов и пиний есть шанс встретить кабанов, лис и даже дикобразов. Эта живность ничуть не меньше людей ценит покой и уединение тосканских холмов.



«Дойти до самой сути» Карло Кракко о переизобретении итальянской кухни



НАША РАБОТА —
это провокация.
Мы пытаемся
изменить
восприятие
итальянской кухни,
знакомой всему
миру

ОБЛАДАТЕЛЬ двух звезд Мишлен, шеф-повар Карло Кракко открыл в московском отеле Lotte Plaza ресторан OVO. Кракко замыслил сделать OVO самым влиятельным и знаменитым итальянским рестораном в России, призванным наглядно демонстрировать, как итальянская кухня сменила платье бабушки-стряпухи на элегантный вечерний наряд.

— Как произошла эта тихая революция?

— Я не революционер, мне важно всего лишь показать авторский подход к итальянской кухне. Как в России нет человека, который мог бы отразить в себе всю страну, так и я не могу отвечать за Апеннины целиком. Итальянская кухня выражается в простоте и вкусе — вот ее суть. Но если мы то же самое будем делать в новаторских эстетических подачах, она превратится в высокую кухню. В этом и состоит работа шефа. Полвека назад лучшими шефами были мамы и бабушки, которым важнее был вкус, а не эстетика лазаньи или рагу болоньезе. Мы можем и должны сделать эти блюда современными.

— На ваш взгляд, стоит ли использовать сегодня выражение «высокая кухня»?

— Высокую кухню придумали французы в позапрошлом веке. Итальянская тогда была домашней стряпней. Сегодня это совсем не так. Высокой можно назвать американскую, датскую, корейскую, русскую кухню — любая страна может преуспеть в этом. Это демократизация кухни. Она не принадлежит больше одной стране. Сегодня все страны — и Россия в том числе, благодаря Владимиру Мухину, чей ресторан прямо через дорогу, — интерпретируют традиционную кухню в современном ключе. Мы делаем то же самое, пытаемся переизобрести итальянскую кухню, внести в нее свежесть.

— Для создания такой кухни критически важен артистический подход. С творчеством каких художников вы чувствуете эмоциональную связь?

— Из современных итальянских художников мне больше всего нравятся Гаэтано Пеше, Миммо Паладино, Миммо Ротелла, который делает невероятные коллажи. Они просто потрясающие, я их обожаю. Это искусство очень современное, но протягивающее тонкую нить традиции в глубину времени. Маурицио Каттелан для меня лучший скульптор всех времен и народов. Потому что он не просто стучит молотком, а думает над созданием новых образов, часто безумных и провокационных.

Такое же впечатление на меня производит Мазаччо. Мне очень хотелось бы, чтобы у меня была его работа дома, но приходится довольствоваться книгами и визитами в музеи. В его картинах такие чистота, человечность и в то же время сила, которые нельзя не заметить.

— У всех этих художников есть общее — экспрессия, точность в передаче деталей и пропорциональность всех частей их произведений. Это все признаки классического искусства. Но Каттелан

не просто отражает действительность, но и ставит острые вопросы.

— Этим занимаемся и мы. Наша работа — это тоже провокация. Мы пытаемся изменить восприятие итальянской кухни, знакомой всему миру. Итальянская кухня по-настоящему народная, ее любят все. А мы хотим обновить ее. Приходится смешивать провокацию, смелость, эксперимент и давать позитивные сигналы.

— Что вам в этом помогает?

— Мечта и способность меняться. Когда я начал работать, кухня была вполне определенной. Я начал работать в 15 лет, а в 19 мое восприятие кухни полностью изменил Гуальтьеро Маркези, отец современной итальянской кухни. Люди тогда ничего не понимали из того, что он делал, возмущались: «Это не итальянская кухня!» Потому что до этого, в 70–80-е годы люди ели совсем по-другому. Мне пришлось изменить все мое понимание еды и заново научиться готовить. Он посоветовал мне учиться во Франции, и опять мне пришлось меняться. А когда я вернулся, перегруженный всеми этими знаниями и навыками, я решил забыть все и найти себя заново. Это ужасно сложный процесс, ты все время сомневаешься в себе, но только так можно стать шефом.

Эта профессия заставляет жить на разрыв. Ты все время пытаешься открыть новые вкусы, которые не можешь даже себе представить. Шеф должен быть открыт всему, быть похожим на радар, фиксирующий все и вся. В этом есть что-то от упрямства, но гораздо больше желания дойти до самой сути. И борьбы со временем, конечно. Художники, о которых мы говорили, создают произведения, живущие в веках. Повара — блюда, которым отпущена минута-другая, не больше. Можно сделать фото или видео, но вкус зафиксировать невозможно. Он ведь у меня и у вас будет разным! И готовить одно и то же блюдо одинаково невозможно. Меняется настроение шефа, продукты, погода.

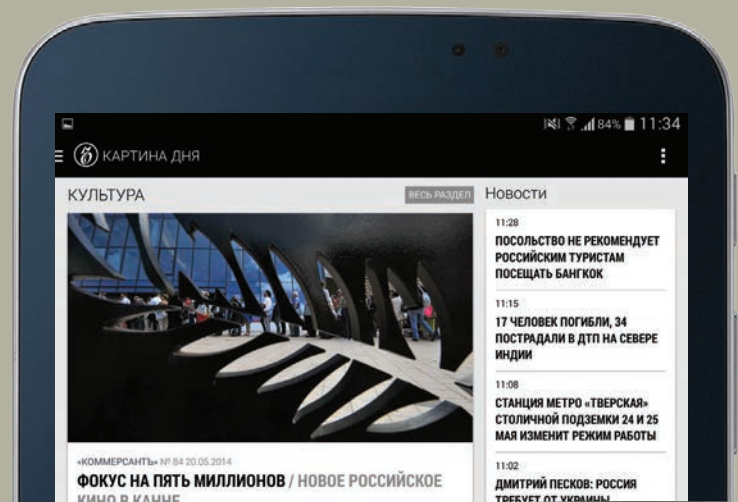
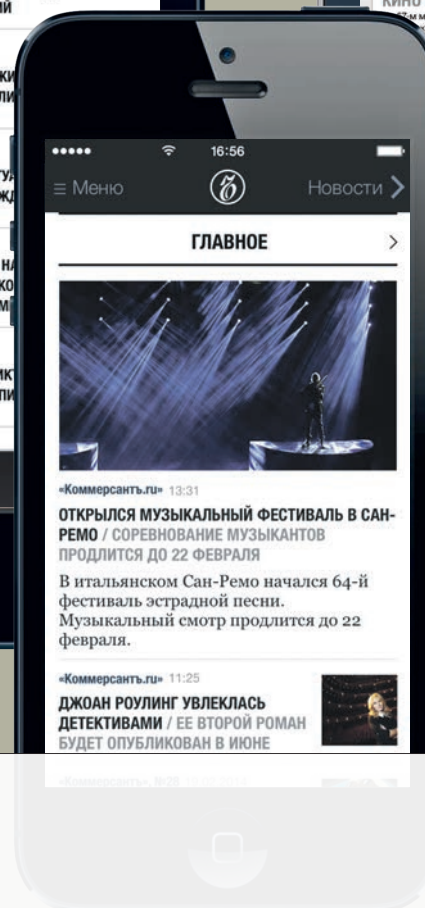
— Как же быть?

— Наслаждаться всем этим! Почему кухня меняется? Потому что мир не стоит на месте. Мы теряем какие-то продукты, потому что перестаем их использовать, зато появляются новые, о которых мы прежде и не слышали.

Беседовал Владимир Гридин

Коммерсантъ

В кармане



16+

реклама

Получайте ещё больше новостей в режиме реального времени

Читайте все материалы газеты «Коммерсантъ», журналов «Огонёк», «Автопилот» и Weekend

Слушайте прямой эфир радиостанции «Коммерсантъ FM»

Используйте настройку на свой регион, сервис интеграции с социальными сетями

Оформляйте подписку на журнал «Огонёк»

БОЛЬШЕ ЧЕМ ЛЕГЕНДА



NAVITIMER 46 MM

БУТИК BREITLING

ПЕТРОВКА 17 СТР.1

МОСКВА

+7 495 621 96 33