

стиль

ВМЕСТО ЦИФРЫ 8, 10, 12

В СТИЛИСТИКЕ ОСЕНИ 14, 17, 18 ГЕОГРАФИЯ ДВИЖЕНИЯ 20, 21

Коммерсантъ **Стиль**

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №25



16–26 апреля и 18–29 мая 2027

Затерянный мир Папуа и Раджа-Ампат

Экспедиционный круиз Swan Hellenic — это лучший способ открыть красочную Индонезию, самый большой архипелаг в мире, состоящий из более чем 17500 островов, многие из которых необитаемы. Вдали от современных мегаполисов участников круиза ждет настоящий рай на Земле: непроходимые джунгли, великолепные уединенные пляжи и уникальная фауна Папуа с ее райскими птицами и многочисленными эндемиками. Вы познакомитесь с традиционной жизнью папуасов, попробуете аутентичную кухню Западного Папуа и будете исследовать скрытые лагуны, мангровые каналы и карстовые лабиринты на каяках и лодках Зодиаках.

Жемчужиной экспедиции станет посещение архипелага Раджа-Ампат с его необыкновенным подводным миром. На территории этого морского парка зарегистрировано самое высокое морское биоразнообразие на планете — рыбы, моллюски и более 250 видов кораллов! Погружение с маской или аквалангом в кристально чистые воды залива Чендравасих станет редким и запоминающимся опытом близкого контакта с самой крупной рыбой на планете — миролюбивой китовой акулой.

На протяжении 11 дней экспедиции опытные гиды-натуралисты и лучшие приглашенные эксперты региона будут сопровождать круиз лекциями, презентациями, научными фактами и удивительными историями.

Путешествие на борту премиальной мегаяхты SH Minerva позволяет сочетать дух исследований с комфортом бутик-отеля на воде. Современный дизайн, просторные каюты с панорамными окнами и балконами, лаунжи и рестораны, СПА и тренажерный зал с сауной, бассейн-инфинити и смотровая площадка с видом на морские пейзажи.

Присоединяйтесь и ощутите себя настоящим исследователем Индонезии вместе с командой Swan Hellenic!

swanhellenic.com



6, 22 Новости

Тенденция

- 8 А ну-ка вспять
Игорь Компаниец
о ретротрендах
- 10 Книга как пароль
Мода на человека
читающего
- 12 Заметки на полях
Возвращение ручки
и бумаги

Гардероб

- 14 Геометрия свободы
Главные вещи
и тренды этой
осени

Коллекция

- 16 Так звучит
характер
Метафора
музыкальной
параллели
- 17 Городской герой
Boggi Milano
пересобирает
мужской гардероб

Сезон

- 18 Два сценария
одного дня
Новые коллекции
Principe di Bologna
и FABI



На обложке
Стопка виниловых
пластинок

Фото:
Getty Images

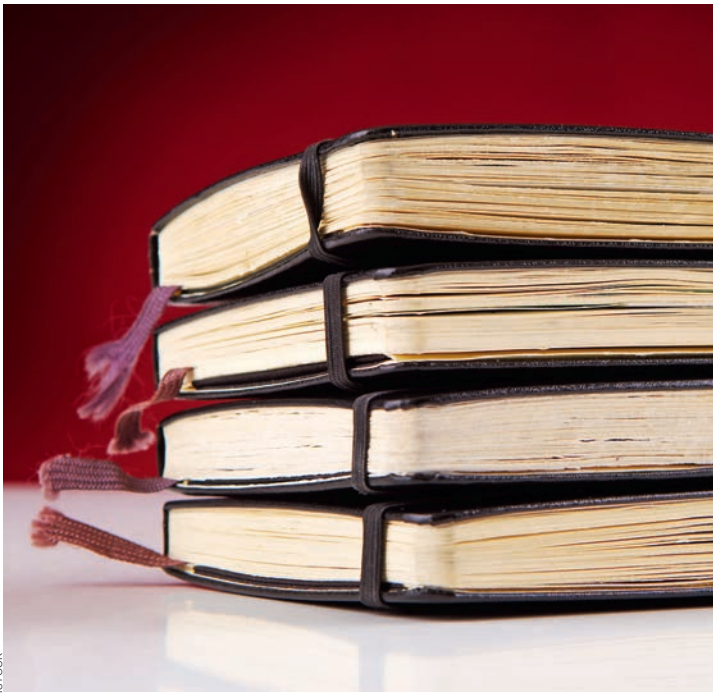


Илья Петрук

СЛОВО РЕДАКТОРА

Ответ на цифровые вызовы

Согласитесь, мир устал от идеальной (читай — ненастоящей) картинки, которую он постоянно видит в интернете. Наигранные эмоции инфлюенсеров, ретушь, ИИ, а также не встречающиеся в жизни пропорции и виды — все это довольно быстро утомило нас. Ответом на цифровые вызовы оказался на первый взгляд неожиданный, но уже отчетливо сформировавшийся тренд: возвращение аналоговости. Придя домой, не брать в руки телефон с бесконечной лентой, а вместо этого поставить любимую пластинку на проигрывателе и наконец выдохнуть — в мире, где доступно абсолютно все, такие моменты и кажутся самыми ценными. Поэтому мы решили поговорить об осязаемых радостях жизни. Например, о возвращении аналоговых музыкальных носителей (пластинки и кассеты) и пленочных фотоаппаратов, так популярных сегодня на вечеринках. О книжных клубах и том, что даже перформативное чтение лучше, чем его отсутствие. Или о блокнотах, куда хорошей ручкой хочется записать свои мысли, идеи и переживания,— ведение дневников, «джорналинг», тоже стало трендом, причем вполне терапевтическим. Возможно, это прозвучит слишком высокопарно, но я уверен: мы сделали все не зря, если хотя бы у одного человека, прочитавшего этот номер, получится замедлиться: закрыть глаза, нажать на «плей» и услышать привет со своей радиоволны. Разумеется, замедлившись, мы не забыли и о других осенних трендах — модных. Актуальные силуэты, модели, цвета нарядов, обуви и аксессуаров — на страницах сентябрьского «Коммерсантъ. Стиль».



ISTOCK

Блокноты снова
в строю

Интервью

- 19 «Всегда
направлять взгляд
в будущее»
Екатерина Моисеева
о юбилее Bosco
Family

Место

- 20 Современная
интерпретация
роскоши
Отель Iniala Valletta

Путешествие

- 21 Собственная
история
Авторская
экспедиция
в Арктику

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» «стиль» | шеф-редактор АО «Коммерсантъ» *михаил лукин* | руководитель службы «Издательский синдикат» *алексей шмелёв* | автор макета *анатолий гусев* | редактор *илья петрук* | текст-редактор *анна шафран* | главный художник *татьяна кравцова* | бильд-редактор *мария лобанова*, *викториа михайленко* | выпускающий редактор *кира васьилева* | корректура *марина данилина* | верстка *светлана заикина*, *елена богопольская*, *татьяна еремеева*, *марина заботкина*, *ирина романовская* | рекламная служба *полина праневская* *pranevskaya@kommersant.ru*, *мария минева* *mineva@kommersant.ru* | Адрес издателя и редакции: 127006, Москва, Оружейный пер., д. 41. Тел. (495)797-6970, (495)926-3301. Учредитель АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации: ПИ № ФС77-76923 от 11.10.2019 г. Типография «ООО «МДМ-Печать», Россия, 188640, Ленинградская область, г. Всеволожск, Всеволожский проспект д. 114. Тираж 41 000 экз. Распространяется бесплатно.



ARTICOLI



BOSCO

ДАРИМ
5000
БОНУСОВ

*ПРИ ПОКУПКЕ ОТ 25 000 РУБЛЕЙ

ИНТЕРНЕТ-БУТИК



BOSCO.RU



На выход

MVST представил капсульную коллекцию обуви, созданную совместно с итальянским домом René Caovilla. Сезон осень-зима 2026/27 стал первым для этой коллаборации.

История René Caovilla началась в 1934 году, когда Эдоардо Каовилла основал в Венеции семейную обувную мастерскую. Мировую известность бренду принес его сын, дизайнер Рене Каовилла. Создавая обувь, он черпал вдохновение в мозаиках собора Сан-Марко и венецианских хрустальных люстрах.

Каждая пара из новой капсульной коллекции производится в Италии преимущественно вручную, из материалов высочайшего качества. Фирменная деталь обуви — подошва с напылением «звездная пыль», которое создает эффект мерцания при ходьбе.

В коллекцию вошли слингбэки Braid из бордового бархата и черного атласа, украшенные кристаллами, босоножки Besku с сетчатыми вставками, босоножки Braid с асимметричными ремешками в черном и кремовом цветах, а также модель Dania со змеиным мотивом и ремешками, инкрустированными вручную. Завершает коллекцию модель Lindsey Margot с меховой вставкой и спиралевидным ремешком, обвивающим щиколотку.

Коллекция уже представлена в ЦУМе, ДЛТ, бутиках MVST и на сайте tsum.ru.



Идеальная строгость

Российский бренд женской деловой одежды Mezzatorre представил коллекцию деловых костюмов со строгим силуэтом. Каждая модель выпускается в трех ростовках — бренд отзывается от практики, когда покупательнице приходится дополнительно подшивать брюки или рукава.

В коллекции использованы ткани класса премиум, отдельное внимание уделено посадке и линии талии. Mezzatorre, специализирующийся на современном крое женской деловой одежды с акцентом на качество материалов и проработку деталей, ориентируется на дам, которые ценят время и стиль.

В духе Тосканы

Флорентийский бренд аксессуаров Cuoiera Fiorentina, работающий в Реджелло (Тоскана), представил новую коллекцию сумок ABOVE сезона осень-зима 2026/27. Для бренда понятие Made in Italy — не просто указание происхождения, а часть культурного кода: создание аксессуаров здесь рассматривают как интеллектуальный процесс, в котором соединяются наследие и современный дизайн, где правит бал понимание формы. Источником вдохновения для новой коллекции стал образ парящего над городом пентхауса — пространства, где плавные линии, округлые формы и теплые органичные фактуры стирают границу между интерьером и внешним миром. Новый сезон здесь воспринимается не как время холода, а как пространство света и тишины. Сумки коллекции ABOVE поддерживают сдержанную элегантность — она не заявляет о себе напрямую, а ощущается через форму, материал и детали отделки.



В контексте трендов

Европейский бренд женской одежды Caterina Leman представил первые капсулы коллекции осень-зима 2026/27. В фокусе — респектабельный стиль в контексте последних мировых трендов. Каждая капсула представляет широкую ассортиментную группу, от верхней одежды до базовых топов, что дает отличные возможности для новых сочетаний.

Главный цвет — «какао-пудра», объявленный модной платформой WGSN одним из ключевых трендов предстоящего сезона. В коллекцию также вошли изделия разных оттенков коричневого, удачно разбавленные нотками имбиря и акцентами глубокого черного.

Что касается материалов, то главным мотивом остается кружево, которое на протяжении нескольких сезонов неизменно доминирует на мировых подиумах. Интересным дополнением стала уникальная клетчатая ткань деворе, дополнительно отделанная кружевом с изнаночной стороны. Использовались и другие материалы с выразительной фактурой: твид с пайетками, вареная шерсть, атласная вискоза. Клетчатая капсула выполнена в природных тонах: оливково-зеленом, хаки, песочном, карамельном — на контрасте с черным и коричневым, ее изюминка — асимметричный крой юбок и отделка бахромой.

Отдельная капсула посвящена итальянскому стилю: здесь в главной роли приталенные силуэты костюмов, розы и мелкий горошек на шелковистом шифоне, акцентные оттенки королевского синего и винного красного.



Мягкая зима

Итальянский бренд обуви Doucal's представил коллекцию осень-зима 2026/27 — Gentle Winter («Мягкая зима») на создание которой дизайнеров вдохновил образ зимы, прожитой с внутренней глубиной, нежностью и мягкостью. Изделия коллекции будут особенно уместны, когда хочется расслабленной, но безупречной элегантности в городских буднях, где множество ежедневных дел чередуется с моментами, посвященными заботе о себе. Обувь рассчитана на повседневное использование, но легко вписывается и в более изысканный контекст — деловые встречи или вечерние выходы в свет. Каждое изделие разработано и выполнено так, чтобы дарить владельцу ощущение роскоши: за это отвечают мягкость материалов, цветовая палитра и отделка, раскрывающая пристальное портновское внимание к деталям. Цветовая палитра коллекции продиктована гаммой мягкой зимы: успокаивающие тона, приглушенные оттенки, ассоциирующиеся с подсвеченными солнцем снегом и льдом, и землистые цвета, отсылающие к теплу внутренних пространств. Отборные материалы создают ощущение тепла и легкости, а сбалансированные современные силуэты подчеркивают естественность движений и комфорт.



MIUZ DIAMONDS

РОССИЙСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ

А НУ-КА ВСПЯТЬ

Игорь Компаниец о ретротрендах

Журналист, музыкальный энтузиаст и лицо культовой «Солянки» **Игорь Компаниец** — о том, как отдельные предметы прошлого помогают лучше формировать настоящее.

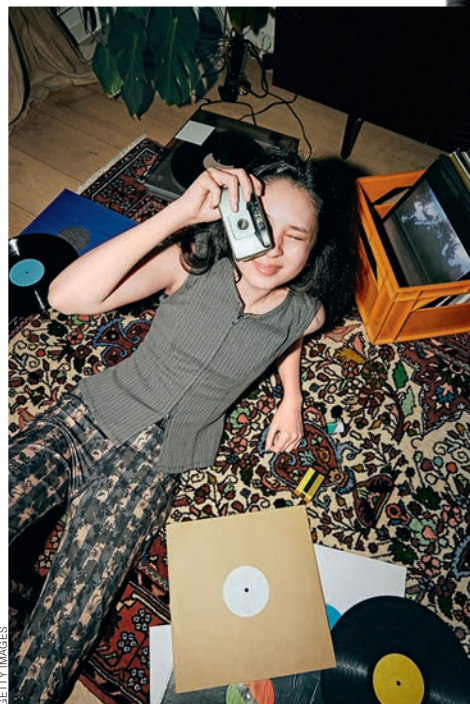
НАЧНЕМ с главного. С Москвы. Обычная сегодня зарисовка с Покровки и любой другой центральной тропы: по мостовой передвигаются пары, которые слушают две музыки в четырех проводных наушниках. Очень возможно, что звук исходит из кассетных плееров. Им навстречу идет человек, делающий снимки на пленочную фотокамеру. В кофейне, где пересекутся их пути, крутят винил, а слушатели ощущают в этом первичный приток элитарности. На вечеринке станут фотографировать не телефоном, а цифровой мыльницей с объективом-пуговицей. А где-то неподалеку от клуба будет стоять фотобудка, в которой за несколько минут можно получить четыре физические фотографии.

И все это происходит в ЦАО, где у каждого человека в кармане находится устройство, способное одновременно заменить фотоаппарат, музыкальный центр, навигатор, библиотеку, банк, кинозал и почту. И все-таки все больше людей отдают предпочтение вещам, которые делают ровно то, от чего техника последних 20 лет старательно нас освобождала.

Жить тотально в цифре удобнее. Но люди снова покупают механические часы, а к ним — бумажный ежедневник. В метро нежные девушки читают коричневый бумажный том Кафки. И их явно больше, чем пять лет назад. Что уж говорить об актуальных «устаревших» наушниках.

Никакой технологической необходимости покупать проводные «уши» нет. Они менее удобны, путаются, цепляются за одежду и требуют разьема. Просто они работают как знак, а их функция стала вторичной. На вопрос, почему, повзрослевшие представители поколения альфа говорят: «Проводные в центре не глушатся». Не надо подгонки фактов! Это вовсе не исключительно российская история. Проводные наушники появились в руках у американских и европейских модников и быстро превратились из предмета «у меня нет денег на беспроводные» в предмет «у меня есть деньги, но я хочу вот это». Такие точно есть у Беллы Хадид, Зои Кравиц, Кендалл Дженнер — а им положено пользоваться чем-нибудь передовым.

Теперь по винилу. В Москве в начале 2026-го Wildberries отчитался о росте оборота винила более чем на 65%. А средний покупатель пластинок, согласно исследованию Pult, за последние годы заметно помолодел: с 40–45 лет до 30–33. То есть нынешний покупатель все чаще не возвращает себе музыку юности — он впервые



GETTY IMAGES



знакомится с предметом, который даже для его родителей был уходящей натурой. Современная технологичность десятилетиями избавляла нас от всякого физического действия: не надо перематывать кассету, вставлять, чтобы перевернуть пластинку, ждать проявки фотографий или заводить наутро будильник. Не надо вообще ничего! А потом выяснилось: человек хочет, чтобы иногда нужно было с чем-то возиться и делать что-нибудь руками, — он по всему этому соскучился.

Пластинку надо выудить из хрустящего конверта, сдуть пыль, положить на проигрыватель, опустить иглу, вслушаться в потрескивание — а потом, через 20 минут, встать и перевернуть. Сточки зрения цивилизации XXI века это «излишний продакшен», бессмысленная последовательность действий. Но этим набором грамзапись нам и нравится. Хотя бы потому, что это: а) уютная мелкая моторика вокруг личного и коллекционного объекта; б) за эти 20 минут никто не вылезет из проигрывателя посередине песни и не предложит новый контекстный продукт для меломана вашего уровня.



Схожая ситуация и с фотографией. В России растет спрос на пленочные камеры — от Olympus и Yashica до советских «Зенитов». Но параллельно люди начали охотиться и за старыми цифровыми мыльницами Sony Cyber-shot, Canon PowerShot и, если я правильно запомнил имя агрегата моего друга-фотографа, Nikon Coolpix. Теперь человек берет устройство, которое фотографирует хуже его телефона.

Зачем? А затем, что оно не только снимает, но играет с впечатлениями: вспышка бьет прямо в глаз, а в углу готовой фотки может появиться расплывчатый палец. Экран маленький, смотреть на него с непривычки жутко неудобно. Да и фотографию никак не получится мгновенно отправить в нейросеть, попросив «чуть меньше уставшего мужчины и побольше жизни».

Теперь по нарядам. В Японии (не только там, но под восходящим солнцем очень уж показательно) год от года набирает популярность культура reproduction wear — одежды, которая не просто «вдохновлена прошлым», а максимально точно воспроизводит старые вещи. Вплоть до конструкции швов, фурнитуры, ткани и способов производства. Warehouse, Fullcount, Samurai, Studio D'Artisan, The Real McCoy's, Buzz Rickson's — дорогие, реально классные бренды, которые могут потратить массу времени и денег на то, чтобы новая куртка выглядела так, словно ее только что сняли с плеча аризонского капрала образца 1944 года.



Эта мания хорошо заметна в актуальной стилизации униформы, ворквира и особенно в дениме. Теперь круто купить совершенно новые японские джинсы, изготовленные на старом ткацком станке, окрашенные в индиго и рассчитанные на то, что через несколько лет они будут выглядеть еще лучше, чем в день покупки. Во флагманском магазине Warehouse состаренные джинсы с потертостями — красивым естественным фейдом будут стоить дороже таких же, но совершенно новых. То есть японский покупатель буквально платит больше за то, что (как будто) кто-то другой уже несколько лет ходил в этой паре. На первый взгляд идиотизм, на второй — точная примета времени: ведь новые джинсы существуют только в качестве обещания. Вот они рядами висят в магазине на вешалке ровные, темно-синие, совершенно одинаковые, еще не знающие, что с ними случится. После первой стирки они станут немного другими, через год — еще другими, а через пять лет будут выглядеть так, как должны выглядеть идеальные джинсы. Хороший фейд — это уже история. Он показывает не то, какой вещь была задумана производителем, — ее настоящую жизнь. Вот здесь условный человек сидел, тут ходил, а здесь — засовывал телефон в задний карман. Здесь жизнь протерла ткань до другого цвета. Это антиретушь. Это кажется честным.

И все это пришло в масскульт почти одновременно. В закрытых мини-сообществах ценителей были востребованы и винил, и кассеты, и проводные наушники. Но чтобы все это плюс старые цифровые камеры, деним из Осаки, механические часы (гаджеты, кстати говоря, многие с руки снимают — перебор) и фотобудки да пошло в народ... Это уже здесь и сейчас.

Может показаться, что это просто большой ретротренд. Да, но не только — мы живем во время глобальной сетки противоположных трендов, и вообще, возможно, дело чуть глубже. Мы устали не от цифрового мира как такового. Мы устали от мира, в котором все нужно бесконечно и постоянно прокачивать, обновлять, а теперь еще и отменять. Мы не хотим обратно в 1987 год. Никто в здравом уме не требует очереди за колбасой или видеомангофон, который жует кассету. Мы просто выбираем из прошлого отдельные вещи, через которые возможен легкий и быстрый путь к замедлению. Хотя бы и во внешнем проявлении. Ну а внутренним с нами займется психотерапевты и нейропрактики, предлагающие путь примерно туда же. Но уже за другие деньги и с несколько другим усилием.

"Реклама ООО "Богги Рус" ОГРН 1187746911450, 121039, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Арбат, пл Смоленская, д. 3, помещ. 1/6"

BOGGI

M I L A N O

ПОКУПАЙТЕ НА RU.BOGGI.COM

КНИГА КАК ПАРОЛЬ

Мода на человека читающего

«Перформативного, рассчитанного на внешнего наблюдателя, чтения никогда не существовало. Есть только „чтение“ и „не чтение“. Слова из книги идут в вашу голову? Если да, тогда вы просто читаете», — возмущается в ролике в соцсетях комик из Лос-Анджелеса и блогер Дэн Донохью. Возмущения блогера заставляют задуматься: а когда сам процесс чтения кто-то посчитал возможным осудить как «ненастоящий» и не такой, как надо? И какую роль книга играет сегодня в нашей жизни?

Постграмотная эпоха

Летом текущего года в американском журнале The Atlantic вышла вирусная статья Роуз Хоровитч под заголовком «Конец чтения уже наступил» — по ее мнению, мы уже вступили в постграмотную эпоху, в которой прочтение длинного текста можно сравнить по сложности с восхождением на Эверест. Хоровитч делает акцент на том, что сейчас массово исчезает привычка читать книги, романы, длинные тексты «для удовольствия». Также испаряется и способность к глубокому пониманию прочитанного. За примерами далеко ходить не нужно — кажется, даже Кристофер Нолан не справился с экранизацией перевода «Одиссеи» Эмили Уилсон.

По данным Национального фонда искусств США, в 2022 году менее половины взрослых американцев прочитали хотя бы одну книгу любого вида; роман или рассказ — только 38%. Россия — самая читающая страна в мире (это мнение еще в 1963-м озвучил Леонид Брежнев) — справляется чуть лучше: проведенный в декабре 2025 года совместный опрос ВЦИОМ и общества «Знание» показал, что 62% взрослых в наших широтах за год прочитали или прослушали хотя бы одну книгу.

Перформативный мужчина

В ноябре 2021 года модель Эмили Ратаковски выпустила сборник эссе «Мое тело» — феминистский автофикшен про восприятие красоты и женского тела как ресурса в патриархальном мире через призму опыта самой Ратаковски. Через какое-то время в западном TikTok стали появляться ролики с улиц Нью-Йорка, в которых карикатурные парни в широких джинсах, увешанных карабинами, потягивали на верандах кафе матча-латте, держа в руках «Мое тело». Преследуемая модниками с Марса цель была довольно очевидной — произвести впечатление на противоположный пол. Так был придуман и стал вирусным термин «performative male» («перформативный мужчина») — он может просто покупать феминистскую литературу и даже не открыть при этом ни одной книги. Все равно в его социальных сетях будет создан образ безопасного и продви-

нутого мужчины, который разбирается в сортах матчи и не стесняется слова «менструация».

Маркер статуса и стиля

В апреле 2024 года запустился литературный клуб Miu Miu Literary Club. Первые чтения прошли в Милане в здании Circolo Filologico Milanese во время выставки Миланского мебельного салона. Позже команда бренда организовала Summer Reads («Летние чтения») в мировых культурных столицах. Любому желающему мог несколько часов отстоять в очереди у книжного ларька Miu Miu, чтобы получить свою книгу (отбор самой синьоры Прады) в фирменной брендированной упаковке. Это и стайлинг Лотты Волковой на показах сделали важную вещь: стало не просто модно читать. Внезапно стало модно выглядеть как человек, который читает. В 2026 году к показателям хорошего вкуса также добавилась аналоговость. Сегодня модно писать от руки в блокноте с кожаным переплетом, снимать на пленочный фотоаппарат, даже выжимать сок механическим прессом. Технологии максимально демократизировались, и на этом фоне инстинктивно хочется намеренно усложнить какие-то бытовые процессы, чтобы от этого трения о реальность снизилась фоновая тревога, замедлилось время, которое словно утекает сквозь пальцы. В такой среде возрастает мотивация взять в руки бумажную книгу.

Но — интересное дело — пока мы бежали от технологий к бумаге, сама по себе аналоговость тоже стала товаром.

В 1979 году Пьер Бурдьё опубликовал социологическую монографию «Различие. Социальная критика суждения». В ней автор утверждал, что вкус не может быть врожденным — это скорее классовая привычка, которая притворяется личным чувством. Наша тяга к тем или иным материальным благам, визуальным кодам, эстетикам, произведениям лишь закрепляет отделение «своих» от «чужих». Книга, разговор о писателе, манера фотографировать свою сумку с торчащим из нее корешком работают как некий пароль. Мы можем думать про себя «я это люблю», но на самом деле суть будет звучать так: «Я из тех, кто это любит». Поскольку в обществе мы бесконечно бегаем друг от друга, чтобы богатый мог на уровне символов отделиться от бедного, нишевый от вульгарного, умный от глупого, быть читающим человеком стало маркером определенного статуса, равно как быть завсегдатаем книжного магазина «Подписные издания» и коллекционером философских эссе издательства Ad Marginem.

Капитализация книги

Reading is sexy («Чтение — это сексуально»), гласит название одного из самых быстро растущих Telegram-каналов о литературе. За два года с момента создания основательница Дарья Терехова набрала почти 35 тыс. подписчиков, вопреки всем блоки-

ровкам и замедлениям. Среди самых просматриваемых постов в сентябре — книги для осеннего чтения по мотивам новой коллекции 2MOOD, то есть издание буквально становится частью образа наравне с одеждой. Членство в книжном клубе журналистки Татьяны Столяр «Триггер» стоит нескромные 25 тыс. руб. в месяц, при этом от желающих вступить нет отбоя. Блогер и создательница книжного клуба Мария Букреева регулярно собирает миллионы просмотров в запрещенной сети на трогательных роликах с москвичами, читающими в метро, ресторанах, на лавочках в парках. Появилось множество экспертов, которые рассказывают, что прочитать, чтобы «войти в свой интеллектуальный прайм». Кто-то на камеру переписывает от руки «Войну и мир», другие продают гайды по аннотированию.

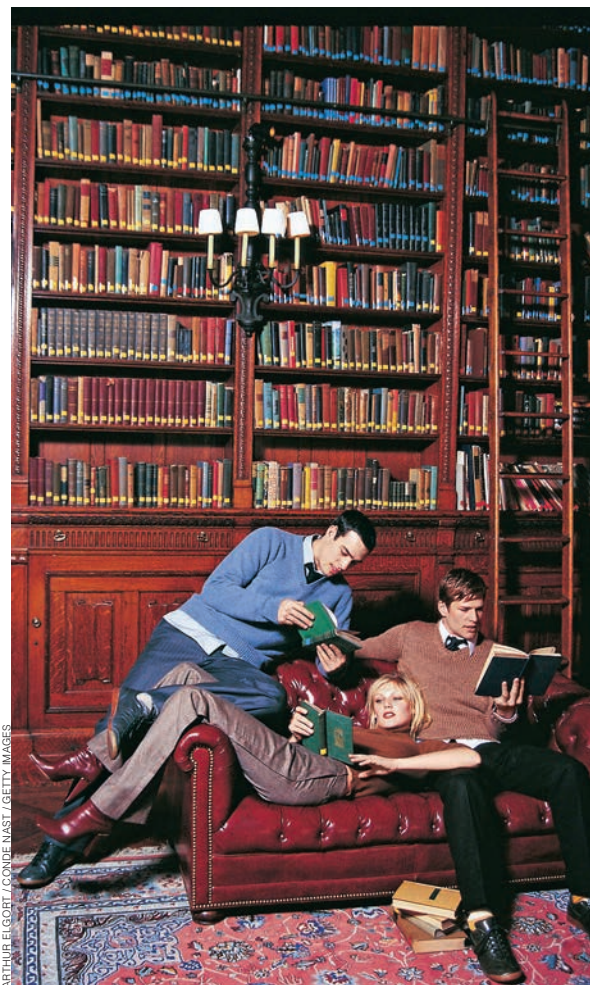
Когнитивное усилие

Пока в 2026 году чтение активно эстетизируется и всячески капитализируется, сам процесс превратился в инструмент подтверждения собственной значимости. Как иначе объяснить, что нам хочется разоблачать лжечтцов, обзывать аудиокниги ненастоящим чтением и принижать тех, кто интеллектуалке Джоан Дидион предпочитает вечера, проведенные с автором ромэнтэзи Сарой Дж. Маас? Сьюзен Зонтаг в интервью Чарли Роуз в 2000 году сказала: «Великие романы — это воспитание чувств. Они расширяют круг наших интересов. Мы словно постоянно увядаем и становимся более узколобыми — вот что

с нами делают возраст, жизнь. А художественная литература — как топор, который прорубает все это и как бы открывает нас. Чтение дает нам понимание того, как заботиться и думать о разных вещах».

Чтение — это не упражнение в том, кто лучше, а кто хуже. Случайный парень с матча-латте действительно может использовать «Под стеклянным колпаком» Сильвии Плат как реквизит для привлечения подписчиков. Девочка-подросток в поисках собственной идентичности нет-нет да откроет «Тошноту» Жан-Поля Сартра. Блогер в гонке за определенной эстетикой сделает фотографию обложки — но ведь потом ему никто не помешает открыть книгу и предпринять когнитивное усилие. И чтение случится. И этот акт не будет фальшивым или неправильным.

ДАРЬЯ КУЗНЕЦ





Реклама. Джумейра. Leading Consulting Group LTD BG175221526

Путешествие, наполненное чувствами

jumeirah.com/MarsaAlArab

JUMEIRAH

МАРСА АЛ АРАБ
ДУБАЙ

ЗАМЕТКИ НА ПОЛЯХ

Возвращение ручки и бумаги

Аналоговость постепенно превращается в новую культурную привычку. Чем больше повседневных действий перемещается в экран, тем заметнее растет интерес ко всему, что требует физического присутствия: бумажным книгам, механическим часам, рукописным дневникам. Но особенно хорошо этот сдвиг заметен в вещах, которые еще недавно казались настолько обыденными, что не заслуживали отдельного внимания. Речь о блокнотах, ручках, ежедневниках и письмах, которые снова становятся частью образа жизни.

РУКОПИСНАЯ заметка теперь может быть не просто способом что-то запомнить, а отдельным ритуалом. Красивый блокнот покупают не потому, что больше некуда записывать телефонные номера, а потому, что сам процесс письма от руки снова кажется ценным. Journaling (ведение дневника) превращается в привычку, вокруг которой формируется собственная эстетика, а хорошая ручка становится таким же личным предметом, как часы или очки.

Весь смысл цифровых технологий состоял в том, чтобы сделать запись информации быстрее, удобнее и доступнее. Мы получили возможность хранить практически все, мгновенно редактировать написанное и носить с собой целый архив в телефоне. А потом начали покупать дорогие тяжелые блокноты, чтобы снова писать медленно. Интернет, конечно, уже успел превратить и это в визуальный жанр. В социальных сетях легко найти фотографии аккуратно или нарочито небрежно разложенных блокнотов, ручек, цветных закладок и книг, где даже случайная пометка выглядит как часть тщательно продуманной композиции. В этом есть доля иронии: практика, которая должна была быть максимально личной, тоже превратилась в контент. Но популярность красивой канцелярии от этого не становится менее показатель-

ной. Нам снова хочется вещей, на которых остается след их использования. Особенно заметно это по возвращению так называемого джорналинга. Само слово давно вышло за пределы узкого сообщества любителей ежедневников и планеров. Сегодня это может быть дневник, тетрадь с эскизами, альбом с билетами и фотографиями, список прочитанных книг или



просто несколько страниц, заполненных от руки перед сном. Важна не методика, а физическое действие: открыть тетрадь, взять ручку, написать несколько строк и увидеть их перед собой. Хороший ежедневник все чаще выбирают почти так же внимательно, как одежду: смотрят на плотность и цвет бумаги, переплет, размер, вес, цвет обложки, разлиновку и то, как он будет стареть. У этой культуры есть свои сложившиеся ориентиры. Например, японская MUJI сделала минималистичную канцелярию частью собственной эстетики и превратила простые записные книжки и ручки в предметы почти универсального желания. Итальянская Moleskine одной из первых научила рынок воспринимать блокнот не просто как канцелярскую принадлежность, а как часть образа жизни. Японская Traveler's Company построила вокруг Traveler's Notebook целую систему: кожаная обложка, со временем приобретающая индивидуальность, сменные блоки, карманы и аксессуары, которые позволяют собирать блокнот под себя. По ее же стопам пошла гремющая в социальных сетях венская марка Paper Republic.

Блокнот в этом смысле оказывается частью более широкого возвращения интереса к бумажной продукции. Книги, например, давно можно читать на телефоне, планшете или ридере, не занимая места на полке. Тем интереснее, что бумажная книга при этом не исчезает, а в некоторых случаях, наоборот, становится объектом желания. Красивое издание порой хочется купить,

чтобы просто поставить на видное место и, может, время от времени брать в руки. Японцы даже придумали слово для привычки покупать больше книг, чем успеваешь прочитать, и складывать их дома: цундоку. В эпоху, когда библиотеку можно носить в одном устройстве, сам факт обладания стопкой книг выглядит как отдельное удовольствие.

Возможно, вся ценность кроется не столько в самой бумаге, сколько в несовершенстве, которое она сохраняет. Неровная строка, пятно от кофейной кружки, зачеркнутое слово, почерк, заметки на полях. Все то, что цифровой интерфейс старается устранить, на бумаге становится частью вещи. Поэтому нынешний интерес к аналоговым вещам не обязательно стоит понимать как очередную ностальгию по досмартфону времени. Скорее, в мире, где почти любое действие стало обратимым, нам понадобились вещи, которые сохраняют следы нашего присутствия. В этом нет особой логики. Возможно, в этом как раз и заключается весь смысл.

Георгий Смирнов





NOONE.RU

Реклама ООО «Арена», г. Москва, Партийный пер., д. 1, к. 11, к-та 34, ОГРН 1157746876572
На нем туфли, на ней сумка и ботильоны - все RENZO MERCURI



NO ONE

NOONE.RU

ГЕОМЕТРИЯ СВОБОДЫ

Главные вещи и тренды этой осени

У осеннего сезона есть один неоспоримый плюс: наконец-то снова можно экспериментировать со слоями, фактурами и верхней одеждой. Разбираемся, в чем будем выходить в стремительно сокращающийся дневной свет.

Силуэт

Несмотря на очевидный уход оверсайза с позиции главного тренда, джинсы скинни и приталенные фасоны еще не успели завоевать внимание абсолютного большинства. Да, от оверсайза мы постепенно отходим, но прямые силуэты и расслабленный крой все равно остаются в фокусе большинства коллекций. Новая коллекция MVST намекает: широкие брюки, прямые плащи, большие сумки — в новом сезоне, как, впрочем, и все последние пару лет, на первое место выходят комфорт и свобода движения. Учитывая, что осень — время многослойности, свободный крой еще и играет в пользу тех, кто хочет поэкспериментировать с разным наполнением своего образа.



1



3



2

ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY

ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY



4



5



6

7

1 Меховая бейсболка, MVST

2 MVST, осень-зима 2026/27

3 Лукбук MVST, осень-зима 2026/27

4 Бомбер с крокодиловой отделкой, MVST

5 Свитер Giorgio Armani (ЦУМ)

6 Дерби, MVST

7 Лоферы, MVST

- 8 MVST, осень-зима 2026/27
- 9 MVST, осень-зима 2026/27
- 10 Сумка Chloé (ЦУМ)
- 11 Шарф, MVST
- 12 Саквояж, MVST
- 13 Перчатки Giorgio Armani (ЦУМ)
- 14 MVST, осень-зима 2026/27
- 15 Ботильоны, MVST
- 16 Лукбук MVST, осень-зима 2026/27



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY



10



12



13



ПРЕДОСТАВЛЕНО MERCURY



15



16

Оттенки

Ну и конечно, какая осень без насыщенных красок! Пока на фоне серого неба всеми оттенками теплых цветов играет листва, дизайнеры предлагают похожий подход к наряду. Сочетание насыщенных цветов с более яркими оттенками выигрывает всегда. Не стоит забывать и о деталях. Перчатки, ремни, сумки — аксессуары из кожи отлично подходят на роль цветового акцента в образе. Для более привычных образов есть монохромные комплекты — например, полностью черный образ, но с разными фактурами (шерсть и кожа), как это сделали стилисты MVST.

Материал

Еще один фундаментальный элемент осеннего гардероба — трикотаж. Учитывая тренд на рыбацкую эстетику, недавно покоривший инфлюенсеров и модников во всем мире, при выборе трикотажа стоит обратить особое внимание на фактурные модели. Крупная вязка, косы, приятный на ощупь материал — в этом сезоне нужно искать альтернативы сдержанному и откровенно скучному трикотажу. Такие, чтобы и на встрече с партнерами, и на ужине с друзьями выглядеть уместно и при этом небанально.

Обувь

Что касается обуви, тут делаем выбор в пользу проверенной временем классики — осень остается едва ли не единственным сезоном в году, когда замшевые дерби, челси и даже лоферы выходят на первый план и подходят почти ко всему. Ну а главное — прислушиваться к себе и, пускай соглядкой на тренды, создавать образ, в котором вы будете чувствовать себя уверенно. В конце концов, именно в этом и состоит основная задача модной индустрии.

Илья Петрук

ТАК ЗВУЧИТ ХАРАКТЕР

Метафора музыкальной параллели

Модные дома уже давно перестали продавать просто одежду — сегодня они скорее дают систему координат. Дом моды HENDERSON в коллекции «Геометрия ритма», разложенной на три архетипа — лидер, стратег и исследователь, — предлагает искать такую систему в музыке: героем сезона стал виолончелист Нарек Ахназарян.



НА ПЕРВЫЙ взгляд это может показаться обычной сезонной «упаковкой». Геометрия — чистые линии, северная архитектура, сдержанные силуэты. Ритм — музыка как метафора внутренней энергии. Но, если посмотреть глубже, в коллекции заложена важная идея: мужской гардероб перестал быть набором статусов. Костюм, пальто, куртка — это не ярлыки вроде «я начальник» или «я отдыхаю», а способ держать ритм: где-то ускориться, а где-то, наоборот, сбавить темп, выдержать паузу.

МУЖЧИНА
меняет роли
в течение дня.
Утром он стратег,
днем лидер,
вечером —
исследователь

В стиле виолончели

Виолончель в этом плане становится отличным и вполне понятным символом. Она не блестит, как труба, и не командует, как барабан. В ней есть дисциплина, телесность и даже некоторая неловкость — как в мужском стиле, если не сводить его к глянцевой картинке, оставляя пространство для ошибки (и жизни). Именно поэтому Нарек Ахназарян здесь не просто герой, а человек, который умеет работать с паузой. Он понимает, как течет музыка, и может спокойно перевести это с языка нот на язык стиля.

В главной роли

Лидер — это не про громкость. В музыке лидером может быть солист, а может концертмейстер, который не играет, но держит строй. В мире вещей же это силуэт, который не спорит с телом: прямая линия плеча, отсутствие лишних деталей, материал, не теряющий форму. Лидер в этой системе не тот, кто перекрывает других, а тот, кто задает темп, — то есть не требует уважения и внимания, а органично его заслуживает. Стратег обращает внимание на слои и пропорции. В гардеробе стратега работает система: пиджак, который можно снять, не потеряв образ; пальто, которое не спорит с костюмом; рубашка, которая уверенно держит воротник без галстука. Здесь нет ничего случайного, но нет и демонстративной строгости.

Теперь о типе исследователя. В музыке это, пожалуй, перкуссия: ритм, который не всегда на первом плане, но без него все рассыпается. В одежде же это куртки, не боящиеся дождя, обувь, в которой легко пройти десять километров, и трикотаж, не требующий глажки. Исследователю необязательно идти в горы — он может заново осваивать уже изученные

маршруты любимого города, передвигаться от встречи к встрече — и каждый раз находить что-то новое. Причем не для того, чтобы похвастаться перед другими, — для себя. И изделия здесь — вспомогательный инструмент, а не основная идея.

Выбранные архетипы не исключают один другой: HENDERSON предлагает не выбирать, а переключаться. Formal, Smart Casual, Smart Business, Casual, Active & Home Wear, Ceremony — это не полки, а роли, которые мужчина меняет в течение дня. Утром он стратег, днем лидер, вечером — исследователь. Или наоборот. Тут каждый решает сам.

Понятно, что музыкальные параллели — это лишь метафоры, а не инструкции. Но «Геометрия ритма» не пытается рассказать, как выглядит успех. Скорее хочет показать, как звучит характер.

Александр Флопов



ГОРОДСКОЙ ГЕРОЙ

Boggi Milano пересобирает мужской гардероб

Пока одни бренды пытаются удержать внимание публики громкими коллаборациями, а другие — бесконечными реинкарнациями архивов, итальянская школа портновского мастерства продолжает заниматься тем, что умеет лучше всего: не всегда заметной на первый взгляд, но на самом деле тотальной ревизией мужского гардероба. Boggi Milano представила коллекцию, которая говорит не о смене цветовой гаммы или длины брюк, а о попытке зафиксировать жизненную парадигму современного мужчины.

ТОГО самого мужчины, который не всегда замечает, где заканчивается офис и начинается частная жизнь. Пандемия, гибридные форматы работы, вечные командировки — все это привело к тому, что классический костюм, еще лет десять назад служивший униформой успеха, сегодня выглядит если не архивной единицей, то как минимум избыточным жестом. Надевать пиджак, чтобы просто сидеть в коворкинге или ужинать в ресторане с семьей, — это уже не статус, а неоправданная настойчивость. Boggi Milano предлагает отказаться от игры в переодевания. Главный тезис сезона осень-зима 2026/27 — стирание границы между формальным и повседневным. И итальянцы подкрепляют его конкретной инженерной мыслью.



BOGGI MILANO



BOGGI MILANO



BOGGI MILANO

А вот мембрана, защищающая от непогоды, уже отвечает за образ городского героя, который готов ко всему.

Функциональность как новая эстетика

Верхняя одежда Shield из шерсти Smart Flannel с утеплителем — еще один шаг в том же направлении. Здесь нет попытки сделать пуховик ярким, не сказать нарядным. Объемный силуэт и технологичная начинка подчинены одной цели: сделать так, чтобы человек в этой одежде сохранил свободу движений и не выглядел при этом туристом, забредшим в город. Вся коллекция построена на многослойности, которая подкрепляется игрой фактур — джерси нового поколения, вельвет, фланель. Утеплители, водоотталкивающие пропитки, конструктивные решения — все это спрятано внутри, тогда как снаружи остается утонченная эстетика итальянского кроя.

Что за этим стоит

Boggi Milano не изобретают велосипед. Они делают то, что делает вся индустрия: отвечают на запрос времени. Но делают это с той степенью дисциплины и вкуса, которая отличает ремесленника от маркетолога. Современный мужчина больше не хочет быть «человеком в костюме» или «человеком в худи». Он хочет быть человеком, который выходит из дома в той одежде, в которой будет чувствовать себя уместно в любой точке своего маршрута.

Илья Петрук

Куртка, которая мимикрирует под пиджак

Ключевой элемент коллекции — модели Trade и Twist. На них стоит смотреть как на маркеры индустриального сдвига. Trade — это, по сути, признание того, что классический блейзер проиграл битву за комфорт. Дизайнеры взяли конструкцию пиджака (плечо, лацкан, посадка), но лишили его жесткого каркаса, заменив на легкость рубашки. Открытые швы и накладные карманы здесь не декоративный прием, а честное признание: это гибрид. Вещь, которую можно надеть и поверх футболки на встречу с инвестором, и поверх свитера в бар. Кашемир и тончайшая шерсть в материалах намекают, что компромисс не означает шага назад. Twist идет еще дальше. Это двусторонний блейзер. С одной стороны — фланель Vitale Barberis Canonico, с другой — водоотталкивающая технологичная ткань. Одна вещь, два сценария. Фланелевая составляющая намекает на настроение не совсем формальное, но и не слишком расслабленное.



ДВА СЦЕНАРИЯ ОДНОГО ДНЯ

Новые коллекции Principe di Bologna и FABI

Мультибрендовый бутик No One призывает испытать осень на прочность — то есть выбрать обувь, которая выдержит как динамичный, наполненный самыми разными событиями день в городе, так и насыщенную архитектурную прогулку.

В ритме города

Кампания FABI «In a Rush» («В спешке») построена как один день, в котором все идет не по расписанию. Герои опаздывают, перебегают дорогу в последнюю секунду, теряют ключи на переходе, хватают кофе на бегу, бросают такси и пересаживаются на велосипед. Город диктует ритм — и обувь его выдерживает. Вместо рекламного сюжета марка решила на описание обычного утра человека, живущего в большом городе.

В съемке обувь сначала появляется на газетной странице — статичный кадр, почти натюрморт. Затем — в динамике: на ступенях, перекрестках, в моменты случайных встреч. Теплый предзакатный свет, желтый борт трамвая, разметка «зебры», бетон и стекло индустриальных кварталов. Визуальный шум не мешает рассмотреть главное.

В мужской части коллекции — зеркально отполированные дерби на педалях хромированного велосипеда, пенни-лоферы в пешеходном потоке, строгие модели с металлической пряжкой и кожаные ботинки на скошенном каблуке. В женской — высокие сапоги из гладкой кожи с ремешком на щиколотке, дерби с круглым мысом (их предлагается надевать с плотными носками) и массивные лоферы с классическим кожаным килти. У каждого силуэта свой характер, но все модели объединяют выверенная анатомическая колодка и лаконичные формы.

Философия FABI сформулирована без пафоса: классику не нужно изобретать заново. Марка продолжает историю, где элегантность сочетается с долговечностью, а стиль остается внесезонным. Кожа и замша обрабатываются вручную: мастера слой за слоем добавляют и снимают пигмент, добиваясь глубины цвета и мягкого эффекта. Такая отделка делает материал пластичным, и обувь садится по ноге с первой примерки. Это не маркетинговый трюк, а ремесло, которое ощущается физически.



ная фактура Урбисальи рифмуется с коньячным цветом укороченной шубы и лоферами с черепаховым принтом. Это не эклектика ради эклектики, а попытка вписать обувь в ландшафт, который старше любой моды.

Для прогулок по крепостным стенам предлагаются ботинки дерби из нубука на открытой шнуровке, стеганый жилет-пуховик с капюшоном и сапоги из вошеной замши на массивной подошве. В числе более нарядных решений — модели

из гладкой бордовой кожи на скошенном каблуке и каркасная замшевая сумка бакет с латунным замком, оммаж старинным дорожным кофрам.

Исторические декорации не единственная локация. Фрески собора Сан-Лоренцо перекликаются с мокасинами из песочной замши с опушкой из овчины. Для узких улочек средневекового города бренд предлагает сапоги-трубы из черной кожи на геометричном каблуке и пуховик с воротником-стойкой, переходящим в капюшон. Мужская линия отвечает коричневыми кедами из кожи и войлока на высокой резиновой подошве, хайкерами из нубука с амортизатором, монохромными ботинками на наборном каблуке или перфорированными брогами с закрытой шнуровкой. Дубленка-авиатор из дымчатой овчины и жилет из стеганой замши замыкают гардероб.

В сухом остатке: Principe di Bologna предлагает не столько экипировку для крепости, сколько способ замедлить шаг. Вещи здесь не спорят с архитектурой, а продолжают ее — по фактуре, цвету и весу.

На штурм крепости

Осенне-зимняя кампания Principe di Bologna отправляется в итальянскую крепость Рокка-ди-Урбисальи, спрятанную вблизи долины Фиастра региона Марке. Средневековые рыцарские турниры и «кастлкор» здесь важны как способ проверить вещи на прочность. Камни крепости и гибеллинские башни с зубцами задают оптику: вещь существует вне времени и вне трендов. Дизайн-команда работает с миксом шерсти, меха и кожи в канонической осенней колористике — от слоновой кости до графитовой палитры. Теплая кирпич-

Обе коллекции представлены в бутиках и на сайте No One.



«ВСЕГДА НАПРАВЛЯТЬ ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ»

Екатерина Моисеева о юбилее Bosco Family

В нынешнем году компании Bosco Family исполняется 35 лет. Вице-президент и коммерческий директор фешен-направления Екатерина Моисеева рассказала «Коммерсантъ. Стиль», что такое рубеж в 35 лет для бренда, как создавать новое в привычном потоке и что делать людям, которые кардинально хотят сменить стиль.



ПРЕСС-СЛУЖБА BOSCO

Bosco Family — 35. Если сравнить бренд с человеком того же возраста — чему он научился за это время?

Сегодня человек в 35 лет считается молодым. Для компании, конечно, особенно в нашей стране, где часто меняется ситуация и есть необходимость постоянно адаптироваться к новым условиям, это достаточно приличный возраст. И с возрастом как человек, так и компания приобретают опыт, определенный иммунитет, который

помогает жить и выживать в разные времена. Но главное и для человека в любом возрасте, и для компании — не жить в прошлом времени, вспоминая хорошее, а всегда направлять взгляд в будущее.

Вы с нуля сделали коллекцию Bosco Family Special Edition. Что самое трудное в создании новой линейки и есть ли у вас в ней любимые предметы, которые вы считаете особенно удачными?

Самое трудное, мне кажется, на любом старте — это начать, не оглядываясь на свой богатый опыт. Как это ни странно. Так как опыт очень отягощает в таких творческих начинаниях. Любимые предметы, пожалуй, — это головные уборы, которые для меня лично играют огромную роль в создании любого образа, а значит, и настроения.

они одеты. Наша коллекция для людей, которые умеют и хотят получать удовольствие даже от самых незначительных моментов в своей жизни.

Мир переживает глобальный тренд на все настоящее — излишняя цифровизация и вылизанная картинка больше не привлекают. Согласны ли вы с тем, что в неидеальной жизни больше?

На мой взгляд, в навязывании тех или иных идеалов в принципе есть что-то насильственное. Мы все рисуем себе определенные рамки, ставим цели. Если этих целей не будет, то, наверное, станет как-то скучно. Поэтому я на самом деле за стремление к целям и идеалам, за самосовершенствование в любых направлениях. А поскольку это процесс, а цели, как правило, недостижимы, то в процессе как раз и есть жизнь.

На что вы первым делом обращаете внимание в облике человека? И есть ли для вас какие-то модные табу?

Я всегда обращаю внимание на состояние человека. Если его внешний вид находится в гармонии с его состоянием, если все выглядит органично, то это моментально чувствуется и, как правило, выглядит очень хорошо. И наоборот.

Наверное, если говорить о моде, то в той или иной степени я очень подвержена модным тенденциям, но иногда четко понимаю: вот это мне совсем

не подходит. Хотя не могу назвать это табу. Потому что бывали случаи, когда сегодня для тебя что-то табу, а завтра — любимый тренд.

Поэтому применительно к моде у меня нет никаких табу.

Как звучит ваш совет человеку, который хочет кардинально сменить образ, но не знает, с чего начать?

Если кто-то хочет кардинально сменить образ, то надо поменяться внутренне. То есть, как правило, люди ходят кардинально поменять образ при кардинальном изменении жизни. Поэтому совет звучит так: с понедельника начать новую жизнь.

Беседовал Илья Петрук



ПРЕСС-СЛУЖБА BOSCO

ПРЕСС-СЛУЖБА BOSCO



ПРЕСС-СЛУЖБА BOSCO

Бренд Bosco ассоциируется с довольно широким понятием «хорошая жизнь». Но для вас, как для участника внутренних процессов, наверняка марка значит что-то свое?

Мне приятно слышать, что бренд Bosco ассоциируется с понятием хорошей жизни, потому что хорошая жизнь бывает у человека, который прежде всего живет в гармонии с самим собой. А значит, он доволен своим внешним видом и умеет транслировать свое состояние вовне.

Поэтому, безусловно, наша коллекция Bosco Family для людей самодостаточных, уверенных в себе, которые умеют поднять настроение себе и окружающим тем, как

СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РОСКОШИ

Отель Iniala Valletta

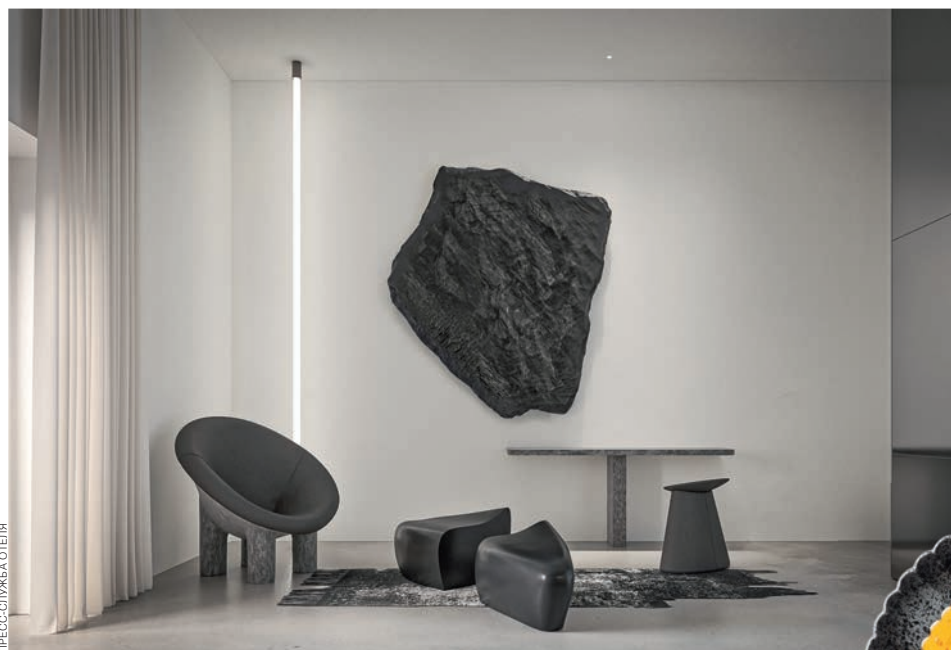
Иногда так случается, что место, выбранное для путешествия, лучше всего раскрывается не через музеи или путеводители, а в буквальном смысле слова через окно. В столице Мальты Валлетте таким окном становится Iniala — бутик-отель, расположенный на бастионе Святой Барбары: здесь впечатляющая панорама Гранд-Харбор начинается каждый ваш новый день, а закаты окрашивают известняковые фасады в оттенки меда и янтаря.



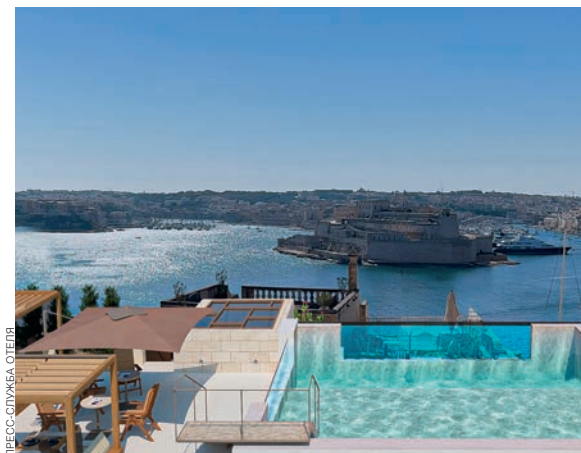
ПРЕСС-СЛУЖБА ОТЕЛЯ



ПРЕСС-СЛУЖБА ОТЕЛЯ



ПРЕСС-СЛУЖБА ОТЕЛЯ



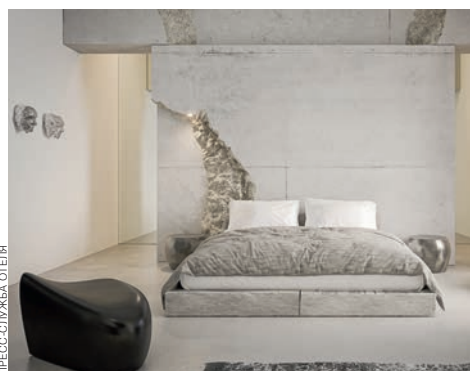
ПРЕСС-СЛУЖБА ОТЕЛЯ

В СТОЛИЦЕ Мальты, где рыцарское наследие соседствует с галереями современного искусства и новыми гастрономическими адресами, отель Iniala Valletta сумел деликатно вписаться в многослойную историю города.

Отель занимает несколько аристократических особняков XVII века, восстановленных с исключительным вниманием к деталям. Iniala Valletta — это массивные каменные стены традиционной мальтийской кладки, сводчатые потолки и высокие окна, открывающие виды на одну из самых красивых естественных гаваней Средиземноморья. Все остальное — современная интерпретация роскоши: произведения искусства музейного уровня, коллекционный дизайн, скульптурная мебель и интерьеры, где историческая архитектура становится значимым элементом декора.

Здесь практически нет двух одинаковых номеров. Одни напоминают частную резиденцию коллекционера, другие — минималистичные городские апартаменты, залитые естественным светом. В каждом чувствуется индивидуальность, а не выверенная универсальность сетевого luxury.

Самая ценная привилегия Iniala — ощущение принадлежности городу. Стоит выйти за дверь, и уже через несколько минут вы окажетесь у садов Верхней Барраки, в соборе Святого Иоанна или в одном из небольших винных баров, которые так любят сами мальтийцы. Середина осени — прекрасное время для таких прогулок: погода на Мальте стоит по-прежнему летняя. Днем здесь тепло, солнце не спешит уступать место облакам, а вечером приятно пройтись без куртки. Туристов становится меньше, и Валлетта меняется: в ней появляется больше обычной городской жизни, а не только бесконечного броуновского движения экскурсионных групп. Затем так же легко можно вернуться в пространство абсолютной тишины, где шум города растворяется за толстыми известняковыми стенами.



ПРЕСС-СЛУЖБА ОТЕЛЯ

Гастрономия в Iniala развивается в том же ключе, что и сам отель: без показной театральности, но с вниманием к происхождению продуктов и к местным вкусам. Средиземноморская кухня получает современное прочтение, а завтраки на террасе превращаются в неспешный ритуал: свежая выпечка, сезонные фрукты, хороший кофе. И бесконечное движение яхт и лодок — традиционных выкрашенных в яркие цвета мальтийских рыбацких лодок в гавани.

После долгих прогулок по мощеным улицам Валлетты особенно притягательным становится wellness-пространство отеля с крытым бассейном, хаммамом и несколькими процедурными кабинетами. Оно не пытается конкурировать с масштабными курортными спа-комплексами — скорее напоминает частный городской клуб, созданный для тех, кто умеет ценить спокойствие.

Вообще, именно сервис превращает Iniala Valletta в один из самых интересных адресов Средиземноморья. Здесь не говорят о персонализированном подходе — его просто ощущаешь. Консьерж может организовать прогулку по гавани на лодке, частную экскурсию по мастерским местных художников или заказать столик в ресторане, о котором еще не успели написать путеводители.



Сегодня Валлетта переживает культурное возрождение. Молодые шефы открывают новые рестораны, исторические особняки становятся галереями, а основанный в Средние века город все увереннее входит в число самых интересных европейских столиц для коротких путешествий. Iniala лучше многих отражает эту новую Валлетту — интеллигентную, космополитичную, но по-прежнему глубоко связанную со своим прошлым.

Это не тот отель, который выбирают ради его пяти звезд или размера бассейна. Сюда приезжают за ощущением места — чтобы просыпаться под звон колоколов старого города, наблюдать за жизнью гавани из окна и открыть для себя Валлетту такой, какой ее знают местные жители и немногие посвященные.

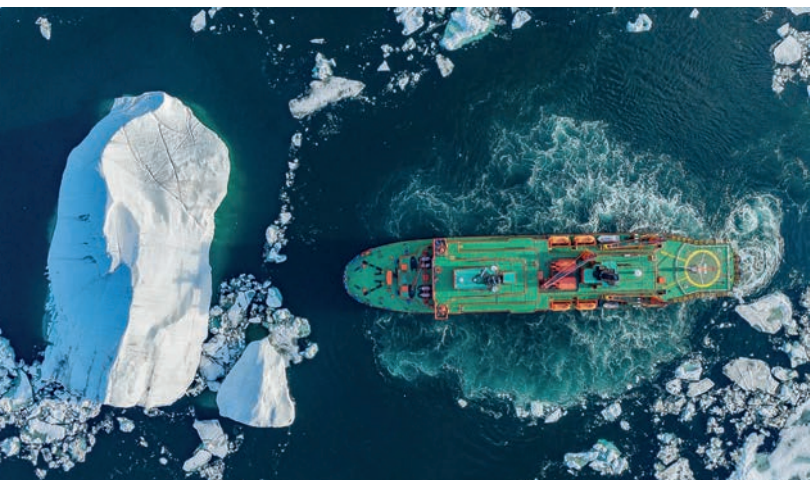
В эпоху глобализации, когда многие luxury-отели становятся похожими друг на друга, Iniala остается редким примером гостиницы с ярко выраженным характером. И именно поэтому после поездки вспоминается не только ощущение города, но и отель, который сумел его передать.

СЕРГЕЙ ПЕТРОВ

СОБСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ

Авторская экспедиция в Арктику

Началась подготовка к уникальному путешествию. Летом 2027 года в высоких широтах Арктики состоится совершенно необычный экспедиционный круиз. На борту атомного ледокола «50 лет Победы» история освоения Крайнего Севера, музыка и театр сойдутся в единый 13-дневный сюжет — маршрут пройдет по местам, напрямую связанным с легендарными полярными экспедициями и событиями знаменитого романа Вениамина Каверина «Два капитана».



ПРЕДОСТАВЛЕНО «КЛУБ ПОЛЯРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ»

ПРЕДОСТАВЛЕНО «КЛУБ ПОЛЯРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ»



ПРЕДОСТАВЛЕНО «КЛУБ ПОЛЯРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ»

ПЛАНИРУЕТСЯ, что путешествие начнется 11 июля 2027 года и продлится 13 дней. Маршрут пройдет по одному из самых труднодоступных уголков Арктики. Участники экспедиции посетят острова архипелага Земля Франца-Иосифа: они увидят бухту Тихую, остров Чамп с его загадочными каменными шарами — сферолитами, остров Рудольфа, откуда в свое время уходили полярные экспедиции, — здесь до сих пор сохранились их материальные следы — жилые дома, метеорологические постройки, технические сооружения полярной станции, на которой в советское время жили более ста человек и даже рождались дети. Сейчас здесь национальный парк. Судно подойдет и к действующей полярной станции на острове Хейса, где и сегодня продолжают работу российские ученые: участникам экспедиции предложат подняться на станцию и узнать о буднях полярников из первых уст. Программа круиза предусма-



ПРЕДОСТАВЛЕНО «КЛУБ ПОЛЯРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ»



ПРЕДОСТАВЛЕНО «КЛУБ ПОЛЯРНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ»

тривает полеты на вертолете над ледяными просторами Арктики, а также ее участники смогут увидеть местных обитателей — белых медведей и моржей. После Земли Франца-Иосифа маршрут продолжится к архипелагу Новая Земля, который тоже был свидетелем многих полярных драм. Ну а главной особенностью экспедиции станет театральная программа на борту ледокола — артисты Центрального академического театра Российской армии представят гостям круиза адаптированную для походных условий версию мюзикла «Святая Анна». Мюзикл посвящен одной из самых трагических и загадочных страниц истории освоения Севера — экспедиции

Георгия Брусилова, в свое время вдохновившей Вениамина Каверина на создание романа «Два капитана». В честь шхуны Брусилова спектакль и получил свое название. Максим Дунаевский, автор музыки, станет специальным гостем экспедиции вместе с режиссером Климом Шипенко. «На данный момент это моя лучшая, всеобъемлющая работа — достойный венец творчества, к которому я долго шел», — делится Максим Дунаевский. В экспедиции постановка перестанет быть обычным гастрольным спектаклем и сделается частью самого путешествия — ведь участники круиза смогут побывать на местах событий, легших в основу сюжета.

«Мы хотим предложить не просто путешествие в Арктику, а возможность прожить историю, — объясняет замысел проекта Николай Савельев, основатель Клуба полярных путешествий, организатора экспедиции. — Маршрут экспедиции проходит там, где более века назад разворачивалась история экспедиции «Святой Анны». Когда сплетаются музыка, театр, документы той эпохи и это сплетение происходит там, где когда-то разворачивался сюжет, человек становится участником большого исторического повествования — и одновременно пишет собственную историю арктических открытий».

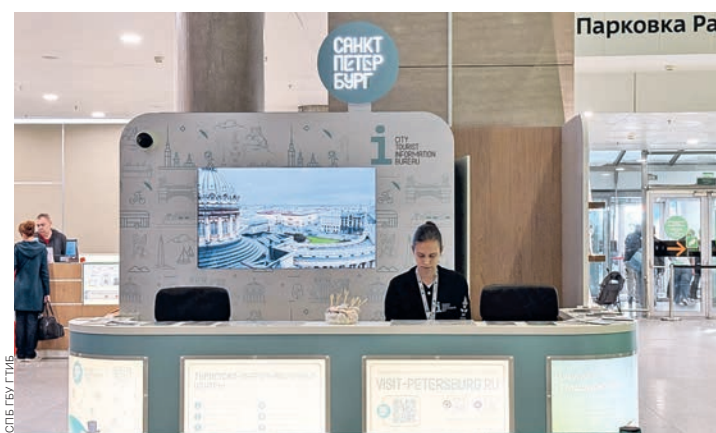
СЕРГЕЙ ПЕТРОВ

Новая формула информации

Накануне Всемирного дня туризма, который отмечался 27 сентября, в аэропорту Пулково открылись обновленные стойки Городского туристско-информационного бюро. Они расположены в зонах прибытия внутренних и международных рейсов. Специалисты инфостоек Городского туристско-информационного бюро более 15 лет помогают гостям и жителям Петербурга составлять экскурсионные маршруты, рассказывают о городских событиях и работе общественного транспорта. Здесь можно бесплатно получить карты, путеводители на разных языках и буклеты с маршрутами для самостоятельных прогулок. С июня 2025 года на стойках также выдают банковские карты «Мир» иностранным туристам. «Аэропорт — первая точка личного знакомства многих гостей с Петербургом. Поэтому особенно важно, чтобы уже по прилете пассажиры получили высокий уровень сервиса и необходимую информацию», — отметил Леонид Сергеев, генеральный директор «Воздушных ворот Северной столицы», управляющей компании аэропорта. Для удобства пассажиров в Пулково действует система сопровождения по терминалу на основе искусственного интеллекта, которая помогает сократить время ожидания на разных этапах. Онлайн-ассистент позволяет следить за статусом рейса.



В 2025 году услугами 13 городских инфоцентров воспользовались около 300 тыс. человек, в том числе почти 40 тыс. иностранных туристов. За год посетителям выдали более 110 тыс. карт, путеводителей и других печатных материалов. «Мы уверены, что открытие современных и удобных инфостоек в аэропорту Пулково станет важным шагом в развитии туристической инфраструктуры города и позволит увеличить эти показатели», — подчеркнула генеральный директор Городского туристско-информационного бюро Яна Макшина. Сотрудники таких пунктов регулярно проходят обучение: знакомятся с новыми достопримечательностями и туристическими продуктами, совершенствуют навыки общения с посетителями и учатся урегулировать конфликтные ситуации.

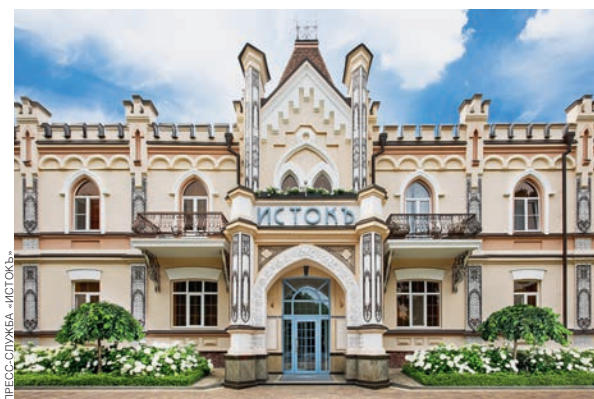


Индонезийские сказки

Круизная компания Swan Hellenic открыла продажи экспедиционных круизов Asia Pacific на 2027 год. Флагманами сезона станут два маршрута по Индонезии: в Западное Папуа и на архипелаг Раджа-Ампат — регионы с самым высоким биоразнообразием на планете, к удаленным островам архипелага можно добраться только по морю. 16 апреля и 18 мая гости отправятся из индонезийского Соронга на борту пятизвездной экспедиционной мегаяхты SH Minerva на 10 и 11 ночей через залив Чендравасих и архипелаг Раджа-Ампат — две акватории Кораллового треугольника. Мегаяхта рассчитана на 152 гости. На борту — каюты с панорамными окнами и балконами, ресторан высокой кухни и лаунжи, спа и тренажерный зал с сауной, бассейн-инфинити и смотровая площадка. Ключевая точка обоих маршрутов — Кватисоре, одно из немногих мест в мире, где китовые акулы держатся у побережья круглый год. В программу также входят карстовые лабиринты залива Кабуи, смотровая площадка острова Пенему и остров Мисул с озером, где обитают безжалые пресноводные медузы. Помимо Западного Папуа сезон Asia Pacific 2027 охватывает Новую Зеландию, острова Тихого океана, Папуа—Новую Гвинею, Филиппины и Японию — маршрутами продолжительностью от 10 до 13 ночей.

Бархатный сезон на водах

В сентябре компания «Водоходь» объявила о начале осеннего сезона: на теплоходах появились соответствующий времени года декор и теплые пледы, по судовому радио запустили осенний плейлист, в программу круизов включили камерные концерты при свечах и творческие мастер-классы по изготовлению «теплых» сувениров, гостям стали подавать ароматный глинтвейн, а в ресторанах ввели сезонное меню в рамках гастрономической концепции «Родные берега». Для бронирования доступны более 600 осенних путешествий разной продолжительности, среди которых круиз выходного дня на Валаам из Санкт-Петербурга, недельное путешествие между двух столиц, города Золотого кольца за пять дней, двухнедельная поездка в Пермский край, круиз в Ростов-на-Дону, экспедиция по Енисею. Путешествовать можно будет до конца ноября. Завершающий рейс навигации пройдет с 23 по 25 ноября на флагманском теплоходе «Мустай Карим». На осенние круизы уже продано более 23 тыс. путевок.



В благородной стилистике

В октябре санаторий «Истокъ» в Ессентуках будет отмечать 25-летие. За четверть века здравница приняла более 50 тыс. гостей и стала одним из заметных санаториев премиум-класса в Кавказских Минеральных Водах, сохранив при этом главное наследие курортов — традиции лечения и отдыха «на водах», сложившиеся в Ессентуках еще в XIX веке. Санаторий располагается в историческом дореволюционном здании, где в 2000 году была проведена капитальная реновация с восстановлением фасада, после которой «Истокъ» открылся заново — уже как здравница премиум-класса с современной лечебной базой и пятизвездным сервисом. Сегодня санаторий предлагает 11 оздоровительных программ продолжительностью от семи дней до трех недель, в основе которых минеральная вода «Ессентуки №4», «Ессентуки №17» и «Новая»; питьевые курсы назначаются врачами индивидуально. Основные направления — программы по лечению заболеваний органов пищеварения и нарушения обмена веществ, восстановлению двигательной активности и снижению стресса, а для короткого пребывания предусмотрена программа «Оздоровление», доступная даже тем, кто приехал всего на один день. Классическая медицина здесь сочетается с бальнео-, климато- и грязелечением, лечебным массажем, прогулками по терренкурам и антиэйдж-терапией.



КОЛЛЕКЦИЯ «РИТТЕР» – СОВРЕМЕННОЕ ДИЗАЙНЕРСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ «МЯГКОГО БРУТАЛИЗМА».

Это естественный ответ бренда «Лавсит» на изменение планировок и образа жизни. Простая, но четкая геометрия, цельный объем и спокойные пропорции становятся тем языком формы, через который современное жилое пространство собирает свою внутреннюю архитектуру.

На фото: Радиусный диван «Риттер», кресло «Риттер»

ЛАВСИТ

- Сотрудничество с дизайнерами
- Кастомизация под ваш интерьер
- Выбор из 1000+ вариантов обивки





MVST

Москва: ЦУМ, Барвиха Luxury Village
Третьяковский проезд, Кутузовский проспект 31
Санкт-Петербург: ДЛТ

mvst.ru