



РЕВОЛЮЦИИ БЫТЬ?
КАК КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД,
ДЖЕЙСОН ВУ И ДРУГИЕ
ДИЗАЙНЕРЫ
ПЕРЕОСМЫСЛИВАЮТ НАСЛЕДИЕ
ВВЕРЕННЫХ ИМ БРЕНДОВ
ВСЕ ЛУЧШЕЕ СРАЗУ!
БАХРОМА, ТАРТАН, МЕХ
И ДРУГИЕ ГЛАВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
НАСТУПИВШЕГО СЕЗОНА
ДАЕШЬ РАЗУМНЫЙ ШОПИНГ!
СЕМЬ СТАТУСНЫХ СУМОК
ВНЕ ВРЕМЕНИ

29 СЕНТЯБРЯ 2015

стиль женщины

Коммерсантъ

Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №27





LOUIS VUITTON



IWC PORTOFINO. НЕЗАБЫВАЕМЫЕ МОМЕНТЫ ВАШЕЙ ЖИЗНИ

* Портофино Автоматик Мунфейз

IWC Portofino Automatic Moonphase 37. Арт. 459001:

Еще в 50-60-х годах прошлого века звезды кинематографа облюбовали небольшой городок итальянской Ривьеры, которому суждено было вскоре получить всемирную известность. Городок назывался Портофино. Необыкновенное очарование этого живописного рыбацкого селения и романтические истории, которыми оно оказалось окружено, до сих пор привлекают сюда поклонников dolce vita. Каждый экземпляр часов Portofino таит в себе роскошь и очарование прошлого и настоящего. Сегодня коллекция IWC Portofino пополнилась новой, более миниатюрной серией часов, диаметр корпуса которых составляет 37 мм. Каждая деталь этих часов, полная изящества и элегантности,

олицетворяет стиль жизни их обладателя. Полированная поверхность корпуса и отделка в виде солнечных лучей, украшающая циферблат, не только подчеркивают роскошь этой модели, но и демонстрируют выдающееся часовое мастерство. Облик часов дополняет изящный указатель фаз Луны. Тщательно отобранные драгоценные камни, украшающие ободок и циферблат часов, напоминают усыпанный звездами небосклон чарующей Италии. Непревзойденная красота коллекции Portofino, кажется, вобрала в себя вневременное очарование юга Италии и словно создана для тех особенно ценных жизненных моментов, которые мы вспоминаем впоследствии с бесконечной нежностью.



реклама

IWC
SCHAFFHAUSEN





moncler.com

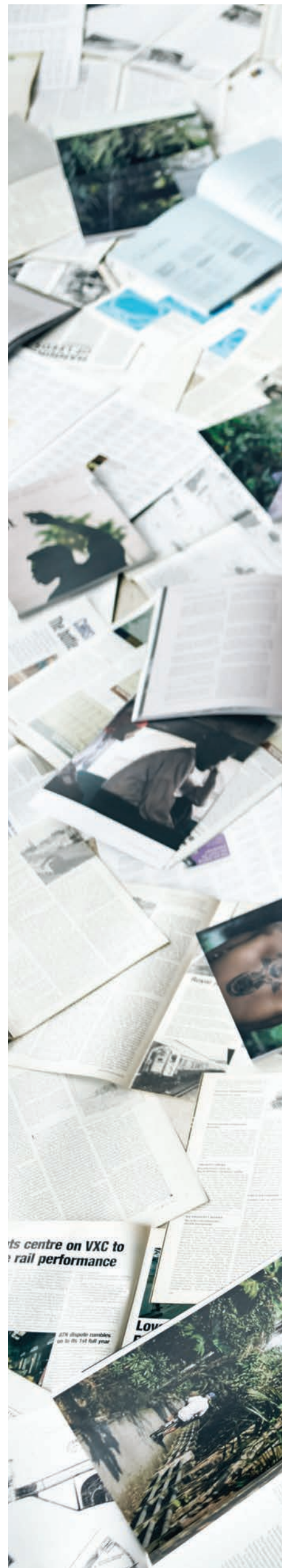


Столешников переулок, 9
МОСКВА

FARFETCH.COM

300 БУТИКОВ. 1 АДРЕС.

UNFOLLOW: ЭРИН
СВОБОДНЫЙ ХУДОЖНИК







32
стр.

Слипоны
Michael Kors
и другие новинки
сезона

16 Связь двух искусств Владимир Гридин о новой книге о Dior	22 Тенденции сезона «осень-зима 2015/16»	30,32 Shopping it-bags сезона и другие новинки осени	38 Драгоценный парад Анна Минакова о новых коллекциях haute joaillerie	43 Не спешите, три-четыре! Виктория Михайленко о фитнес-программе для лица
18 Скульптор моды Натела Поцхверия о выставке Аззедина Алайя в Галерее Боргезе	26 Деловой подход Наталия Поротикова о том, где заказывать правильный костюм	34 Создавая женщину Владимир Гридин о том, как меняется Boss	41 Хитросплетения Светлана Рысева о карбоновом кружеве в часах Hublot	44 Возрождение легенды Денис Сидоров Лондон против Парижа
20 На коне Натела Поцхверия о новом дизайнере дома Hermes	29 Идеальная пара Денис Сидоров о возвращении двухцветных туфель Chanel	36 Напоказ Денис Сидоров о понятных правилах Moncler	42 Русские душою Виктория Михайленко о новинках парфюмерной индустрии	46 Остров сокровищ Виктория Михайленко об отеле Maia Luxury Resort & Spa
		37 Время равенства полов Анна Минакова о часовом унисексе		

президент АО «Коммерсантъ» *владимир желонкин* | генеральный директор АО «Коммерсантъ» *мария комарова* | шеф-редактор АО «Коммерсантъ» *сергей яковлев* | коммерческий директор АО «Коммерсантъ» *валерия любимова* | главный редактор неделовых изданий *елена нусинова* | дизайн-проект *анатолий гусев* | главный редактор *натела поцхверия* | текст-редактор *елена гах* | главный художник *татьяна бакушина* | билд-редактор *светлана шаповаленко* | выпускающий редактор *наталья ковтун* | корректура *елена вилкова* | верстка *константин шеховцев*, *елена боготольская*, *елена ланге*, *дмитрий шиньрев* | дирекция по рекламе: отдел продаж *надежда ермоленко* ermolenko@kommersant.ru | отдел размещения *наталья чупахина* chupahina@kommersant.ru (499) 943 9108, (499) 943 9110, (499) 943 9112, (495) 101 2353 | Учредитель АО «Коммерсантъ». Адрес издателя и редакции: 125080 г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Журнал «Тематическое приложение к газете „Коммерсантъ“» зарегистрирован Роскомнадзором, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010 г. Отпечатано в Финляндии, типография Punamusta, Kosti Aaltosen tie, 9, 80140 Joensuu, Finland. Тираж 75 000 экз. Цена свободная.

Фото на обложке: Фотография Питера Линдберга. Модель в платье из первой коллекции haute couture Рафа Симона для Dior сезона «осень-зима 2012/13» | Фото Peter Lindbergh for Christian Dior

ETRO

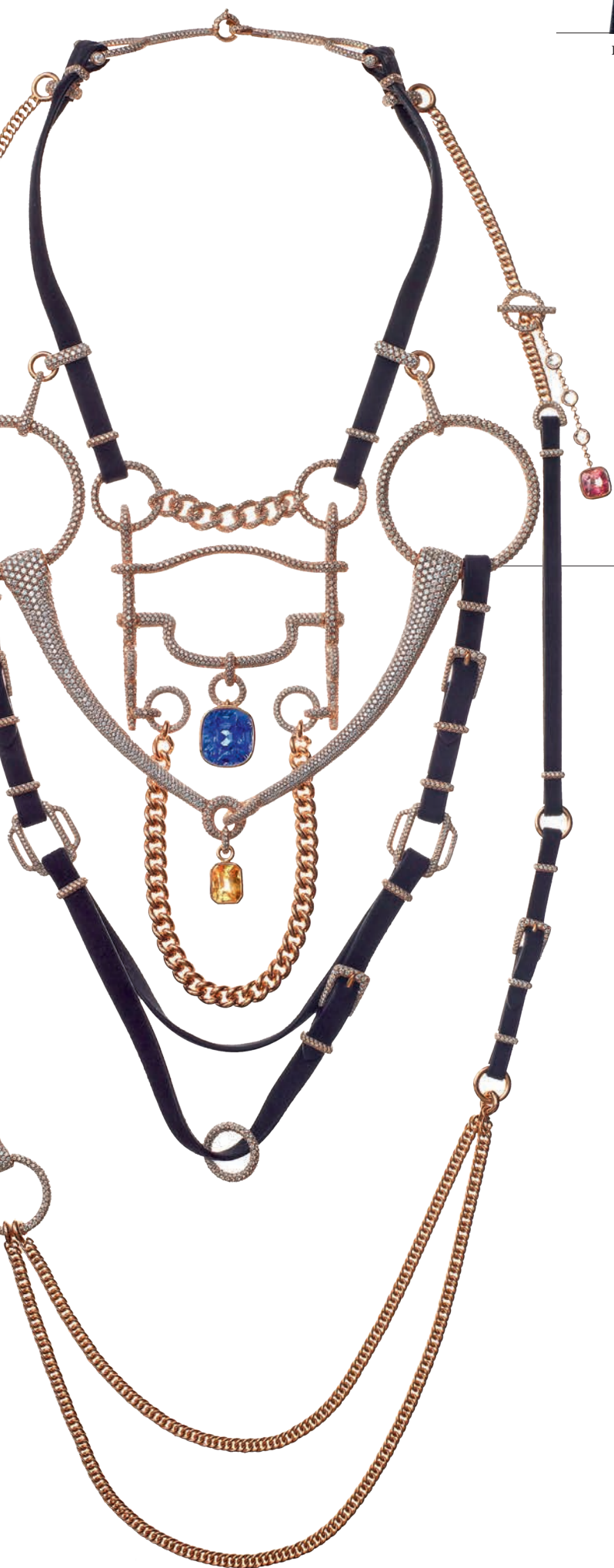


НАТЕЛА ПОЦХВЕРИЯ

Анализ ДНК

Готовы ли большие бренды к переменам? Где заканчивается свобода нового креативного директора? Есть ли место революции там, где требуется свято чтить ДНК марки? Модель на обложке, митингующая в платье из первой кутюрной коллекции Рафа Симонса для Dior 2012 года, — лучшего ответа не придумать. Когда в 1950-е появился диоровский new look — это была революция. Возвращение женственности, самый узнаваемый силуэт мира моды. Этим Кристиан Диор навсегда вписал свое имя в историю. И через много лет в Dior пришел бельгиец Раф Симонс, который встряхнул публику, привыкшую к театральности Гальяно, своим минималистичным кутюром (полностью построенным при этом на архивных материалах марки).

Свою борьбу вела и Габриэль Шанель. Мадемуазель, отвергнув каноны моды того времени, совершала революцию в женском гардеробе. Тельняшки, женские брюки, соломенные шляпки, двухцветные лодочки — Карл Лагерфельд до сих пор не исчерпал всех источников вдохновения, скрытых в архивах. Может быть, поэтому марка и не пускает посторонних в свои «подвалы», ведь неизвестно, что еще может пригодиться месье Лагерфельду для следующего показа? Зачем раскрывать карты? (Зачастую то, что некоторые журналисты принимают за ноу-хау Карла Лагерфельда, было придумано самой Габриэль Шанель, просто в то время отсутствовали технологические возможности для реализации некоторых ее идей.)



20

СТР.
КОЛЬЕ BRIDES
DE GALA, HERMES

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

Bosco & likegi
FAMILY

ИНТЕРНЕТ-БУТИК
WWW.BOSCO.RU

MOSCHINO

38
СТР.

БРОШЬ CHANEL
JOAILLERIE



30
СТР.

СУМКА-ТРЕУГОЛЬНИК
LOUIS VUITTON



22
СТР.

МОДЕЛЬ НА ПОКАЗЕ
RICK OWENS



Сегодня произвести революцию в моде — дело еще более сложное, чем 60 лет назад. Почти все дизайнеры крупных домов существуют в трудных условиях, когда нельзя перекраивать лекала, нельзя забывать о традициях и просто необходимо держаться в рамках ДНК. Все понимают, что желание «камня на камне не оставить» — далеко не самая разумная позиция в мире моды, где почти за каждым ярлыком стоит вековая история, а за каждой продажей — многолетний труд команды дизайнеров, портных, маркетологов, пресс-атташе, стилистов и мерчандайзеров.

Что делать? Искать баланс. Как? Универсальных советов нет. Можно, как Лагерфельд, изучать архивы. И свежий пример такого ответственного отношения к наследию — работа нового креативного директора Hermes Надеж Ване-Цыбульски, вернувшей в коллекции дома (пусть и не слишком очевидно пока) дух верховой езды (стр. 20). Баланс можно сохранить, если подать традиционные ценности под модным соусом из основных тенденций сезона. И в этом как нельзя лучше преуспел Джейсон Ву в концерне Hugo Boss (стр. 34), стараниями которого строгая, почти академичная марка Boss буквально за пару сезонов преобразилась и, похоже, метит в трендсеттеры.

А можно гнуть свою линию и продолжать дело, начатое Диором и Шанель. Вариться в собственном соку, игнорируя прогнозы аналитиков и ожидания байеров. Так делает архитектор моды Аззедин Алайя всю свою жизнь.

Очень возможно, что кого-то из них будут цитировать еще через 60 лет.



MICHAEL KORS
COLLECTION

Связь двух искусств

Новая книга о Dior

Владимир Гридин |



ПРЕДОСТАВЛЕНО DIOR



СО ДНЯ основания дома Dior его творения получали прописку не только в гардеробах верных клиентов, но и на снимках лучших фотографов мира. Книга Жерома Готье «Dior: New Looks», выходящая в октябре в издательстве Thames & Hudson, демонстрирует гармоничные отношения модного дома и фотографии с 1947 года.

В год рождения самого известного стиля XX века — того самого new look — Кристиан Диор позирует Ирвину Пенну. В том же 1947-м молодой американский фотограф Ричард Аведон впервые приезжает в Париж и делает неординарные снимки коллекции Диора прямо на улицах Парижа. Объектив Аведона, линзы которого перенесли на пленку созданные Диором женственные изгибы силуэта new look, стал первым

в череде многих. Журналист и специалист по модной фотографии Жером Готье (он хорошо известен своей монографией «Chanel. Энциклопедия стиля») в книге «Dior: New Looks» увлеченно исследует совмещение новых взглядов на моду и фотографию, анализируя искусство классиков современной фотографии и дома Dior.

Читатели будто проходят через закрытые салоны особняка под номером 30 на авеню Монтень вместе с фотографами Ричардом Аведоном, Хельмутом Ньютоном, Вилли Вандерпером. С Патриком Демаршелье заглядывают в кутюрные мастерские дома, исследуют эволюцию силуэтов Dior и искусство позирования на примере классических фотографий Ирвина Пенна, Нормана Паркинсона и Уильяма Кляйна. Проводят параллели с современными об-

разами Марио Тестино, Марио Сорренти и Дэвида Симса. Шесть тематических глав книги построены на работах Диора и его пяти наследников (Ив-Сен Лоран, Марк Боан, Жанфранко Ферре, Джон Гальяно, Раф Симонс). Линии, силуэты, вечерние платья, неожиданные дизайнерские решения и детали каскадом выразительных образов бегут по страницам. Особый раздел книги посвящен музам дома — от главного стилиста и специалиста по аксессуарам дома Dior Митцы Брикар, снятой Сесилом Битоном, до актрисы Марион Котийяр, позировавшей Жан-Батисту Мондино и Тиму Уокеру. Мода и фотография на страницах увесистого фолианта Готье, облеченного в роскошный тканый футляр, в унисон прославляют женскую красоту и грацию, как это делал сам Диор.

VIADELLEPERLE
VDP



Скульптор моды

Платья Аззедина Алайя в Галерее Боргезе

Натела Поцхверия |



ДИЗАЙНЕР, который не участвует в неделях моды, не гонится за тенденциями и не старается угодить индустрии, — это звучит неправдоподобно. Между тем такой человек существует. Его зовут Аззедин Алайя. Он трудится в небольшом ателье на улице Бельшасс в парижском районе Маре. Записаться на личную примерку почти невозможно, но купить готовое платье или ботильоны Alaïa можно в любой из 300 точек продаж по всему миру (включая московский ЦУМ). «Если фрукт еще не созрел, он не будет сладким, — любит повторять дизайнер. — Я работаю над платьем столько, сколько нужно, пока не буду полностью удовлетворен результатом».

Оценить результаты труда кутюрье почти за 40 лет работы можно до конца октября в Галерее Боргезе в Риме, где проходит выставка «Высокая мода/скульптура: Аззедин Алайя в истории моды». В богато убранных залах виллы XVI века помимо полотен Рафаэля, Караваджо и Тициана и скульптур Бернини и Кановы выставлено 65 творений Алайя, сшитых в разное время: бандажные платья, бюстье из кожи, наряды звезд (в том числе знаменитое фиолетовое платье с капюшоном, в котором блистала актриса и певица Грейс Джонс). Дизайнер признался в интервью, что выставка вовсе не о моде, а о красоте человеческого тела. К слову, Алайя называют скульптором моды. Не только потому, что он обучался скульптуре в школе изящных искусств Туниса. Те, кто видел, как работает мастер, называют его стиль лепкой. Он драпирует ткань прямо на модели. Иногда просит девушек оставаться в ателье на несколько дней, чтобы иметь возможность творить в любое время (для таких случаев есть отдельная уютно обставленная комната). Каждое пла-

Куратор выставки Марк Уилсон расположил все платья таким образом, чтобы они идеально вписывались в интерьеры виллы. Темный бархат — к полотнам Караваджо. Бандажные платья — к скульптурам Бернини. Драпировка — в зал со статуей Давида. Не обошлось и без знаменитого платья, созданного для Грейс Джонс в 1986 году



«Я РАБОТАЮ НАД ПЛАТЬЕМ,
пока не буду полностью
удовлетворен результатом»



тье Alaïa проникнуто любовью к женщине, к ее формам и линиям — они выгодно подчеркивают все изгибы женского тела и деликатно скрывают недостатки. Прозрачные фактуры, эластичные ткани и сетки — все это должно обнажать женскую фигуру, которая не требует дополнительных украшений. Поэтому выбрать более удачное место для выставки, чем галерея, хранящая художественное собрание княжеской семьи Боргезе, было трудно.



MaxMara

На коне

О новом дизайнере дома Hermes

Натела Поцхверия |



ЗА КУЛИСАМИ
ПЕРВОГО ПОКАЗА
НАДЕЖ ВАНЕ-
ЦЫБУЛЬСКИ
ДЛЯ HERMES
В ПАРИЖЕ.
СЕЗОН «ОСЕНЬ-
ЗИМА 2015/2016»



НАДЕЖ ВАНЕ-ЦЫБУЛЬСКИ

«Я СЧАСТЛИВА стать частью дома, которым восхищаюсь и чьи традиции так близки мне» — протокольное заявление, которое Надеж Ване-Цыбульски сделала, вступая в должность креативного директора дома Hermes, нельзя назвать сенсационным. А первую коллекцию, созданную Надеж, — можно.

Без преувеличения — показа нового дизайнера Hermes в марте этого года ждали в Париже почти так же, как ждали возвращения Джона Гальяно в моду. Не привыкшие молчать глянцевики журналисты с недоверием отзывались о таинственной особе, которая и интервью-то не дает (редакторы и стилисты перед парижским показом шути-

ли, что Надеж не согласится говорить, пока не научится следовать во всем политике партии Hermes).

О 36-летней француженке Надеж Ване-Цыбульски известно мало. Работала с Фиби Файло в Celine и с сестрами Олсен в The Row, трудилась в студии Maison Martin Margiela. Наверное, сдержанность она переняла у своих предыдущих работодателей. Те тоже не дают интервью.

Впрочем, причины неразговорчивости не имеют ровным счетом никакого значения, потому что своей первой коллекцией Ване-Цыбульски ответила на все вопросы, это была одна из лучших коллекций за все четыре недели моды сезона «осень-зи-





ЮВЕЛИРНЫЕ
УКРАШЕНИЯ HERMES
HAUTE BIJOUTERIE,
В ТОМ ЧИСЛЕ КОЛЬЕ
BRIDES DE GALA



МОДЕЛИ
НА ПОКАЗЕ HERMES
СЕЗОНА «ОСЕНЬ-
ЗИМА 2015/2016»

ма 2016». И похоже, что необходимый баланс между творчеством и наследием, в поисках которого пребывают последние годы почти все крупные бренды, был наконец найден. Дизайнер очень бережно отнеслась к ДНК дома Hermes и вернула в коллекции столь важный для него дух верховой езды (riding spirit). Вернула, потому что при Кристофе Лемере, предыдущем креативном директоре компании, он был почти полностью утрачен. Лемер вообще был сторонником дискретных и неочевидных кодов. Женщину от Лемера будто окутывала тайна, иногда в прямом смысле слова: объемные вещи скрывали женские формы. У женщины от Ване-Цыбульски появилась талия, а также желание нравиться и кокетничать. Огромные седла вместо карманов, легинсы, свободные блузы и другие атрибуты облачения наездников появлялись почти в каждом выходе. Надеж провела в музее семьи Дюма не одну неделю, изучая архивы дома и ища в них вдохновения. Самым заметным его источником стала полосатая попона Hermes Rosabag красного, оранжевого или коричневого цвета. Ее производили в начале XX века, и в некоторых образах из коллекции эта попона легко узнаваема.

Важная для бренда тема — шелк. И в частности — платки. По внутренним правилам дома они должны присутствовать во всех коллекциях. Надеж предложила свою интерпретацию, перенесла принт знаменитого платка Brides de Gala на ткань, из которой сшила несколько предметов одежды. Кстати, Brides de Gala нашел свое отражение и в ювелирной коллекции. Одна из моделей вышла на подиум в одноименном колье, точь-в-точь повторяющем изображение на платке. Еще одна тема, которая отчетливо прослеживалась, но не была свойственна Hermes ранее, — вечерний выход. И пикантное завершение образа — диадема. Да, все-таки женщины Hermes вновь кокетничают и заигрывают. В отличие от самой Надеж Ване-Цыбульски. Но такую задачу перед ней никто и не ставил.



MUGLER

SONIA RYKIEL

ALEXANDER WANG

JACQUEMUS

PROENZA SCHOULER

металлические клепки

Правило пользования
очень простое:
чем больше клепок
и металлической
фурнитуры на одежде,
тем меньше нужно
аксессуаров



MICHAEL KORS



GIORGIO ARMANI

серый костюм

Поверх свитера,
с рубашкой или
на голое тело.
Балом правят форма
и нескучный крой



CHANEL



VIVIENNE WESTWOOD



STELLA MCCARTNEY



PAUL SMITH



TOMMY HILFIGER



MIU MIU



MAISON MARGIELA



MARC BY MARC JACOBS

тартан

В Шотландии у каждого
клана есть своя расцветка.
Дизайнеры этой
традицией пренебрегли.
Выбирайте любой

стильтенденции



DIOR



SALVATORE FERRAGAMO



JIL SANDER



GIAMBATTISTA VALLI



SONIA RYKIEL

цветная геометрия

Параллелепипеды, трапеции, треугольники и другие геометрические фигуры всех цветов и оттенков и в любых количествах



CHLOE

шейные платки

Некоторые английские денди тратили по шесть часов на то, чтобы идеально завязать шейный платок. Сегодня простого узла будет вполне достаточно



GUCCI



HERMES



MONCLER GAMME ROUGE



HAIDER ACKERMANN



EMILIO PUCCI

натуральный мех

Редкий случай, когда сезонный тренд превращается в выгодное вложение на десятки лет. Обошлось без экстремальных расцветок — мода на естественные цвета возвращается



BURBERRY PRORSUM



MICHAEL KORS



FENDI



DIOR

асимметрия

Этот хитрый прием обожают архитекторы-деконструктивисты: чуть наклонил здание — и оно уже поражает воображение



анималистичные принты

Дизайнеры сделали невозможное в новом сезоне — скрестили зебру и леопарда. Критики признали эксперимент удачным



блузы с бантом

Женственная и нежная деталь вписывается и в деловой гардероб, и в вечерний. Впрочем, бант можно и вовсе не завязывать





RICK OWENS

квадратные плечи

Намек на вернувшуюся в моду маскулинность 1980-х. Утрировать не стоит, а вот обратить внимание на строгую линию плеча, как у Fendi, — вполне



VIVIENNE WESTWOOD CHANEL



FENDI



BOTTEGA VENETA



PRADA

меховая отделка

Деталь, способная украсить почти любой элемент гардероба. Еще одно изобретение гениальной Габриэль Шанель



LANVIN



BALENCIAGA



GUCCI



MICHAEL KORS



MARNI

ФОТОГРАФИИ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ АГЕНТСТВАМИ ZUMA WIRE / TACC, WIREIMAGE / GETTY IMAGES, GETTY IMAGES И КОМПАНИЯМИ DIOR, CHANEL, HERMES, MERCURY, JAMILCO, BOSCO, LOUIS VUITTON, PRADA, MIU MIU, FENDI, GUCCI

бахрома 2.0

Лето передает эстафету осени. Но на этот раз бахрома выглядит куда солиднее — сдержанные тона и отсутствие любых намеков на этнику



TOM FORD



NINA RICCI



BURBERRY PRORSUM



VALENTINO

Деловой подход Где заказать правильный костюм

Наталья Поротикова |

ЖЕНСКИЙ смокинг в 1966 году от Ива Сен-Лорана воспринимался как провокация. Собственно, он ею и был: история женского делового костюма, если сравнивать ее с историей моды, очень коротка — не более 100 лет, и начиналась она с прямых заимствований из мужского гардероба, которые с точки зрения традиционной морали оценивались как фривольность. Отдельные случаи переодеваний были и раньше, и многие из них вошли в историю — например, императрица Елизавета любила устраивать балы, на которых дамы были одеты кавалерами, и наоборот; но карнавал — это все-таки не вся жизнь.

Платье-реформа, придуманное Полем Пуаре в начале XX века, значительно продвинуло женскую моду вперед, освободив дам от корсета; но понадобилась смелость Коко Шанель, чтобы сделать частью женского повседневного гардероба настоящему удобную вещь — брюки. Так получилось, что деловой костюм — это изначально мужская история, даже если он женский. Сейчас, осенью 2015 года, жакет и брюки в гардеробе женщины не воспринимаются как заимствование; отделившись в свое время от мужского, женский деловой костюм зажил по очень похожим законам.

Как мужской, так и женский деловой костюм может быть изготовлен одним из трех способов.

Готовая одежда по стандартным лекалам, OTR — Off The Rack (буквально «с вешалки»), или RTW — Ready To Wear. Самая распространенная и самая востребованная технология: костюмы делают по стандартным лекалам, и заказчик в данном случае — просто покупатель. Такие костюмы можно и нужно подгонять в ателье.

Подогнано по мерке, MTM — Made To Measure. Используются стандартные лекала, которые корректируются под заказчика. Выбор ткани и фасона возможен, но он не очень широк; примерки не предусмотрены.

Сшито на заказ, Bespoke — это пошив по индивидуальным лекалам, когда костюм создают под заказчика с нуля. Именно этот вариант наилучшим образом подходит людям с нестандартной фигурой. Обязательны примерки, возможно даже изготовление макета. Идеальная посадка, широкий выбор самых качественных тканей и не менее 80% ручной работы — это стоит того, чтобы подождать две-три недели.

Часто, желая подчеркнуть качество и добротность костюма, владельцы ателье говорят, что они принципиально не используют клей для сборки пиджаков, а все детали сшивают исключительно вручную. Это действительно важный момент. Костюм, для уплотнения которого используется простежка из конского волоса, внешне производит гораздо более выгодное впечатление, чем тот, что был проклеен: он естественно облегает фигуру, а не стоит колом. Если вы попали под дождь, у костюма, собранного вручную, на лацканах потом не появятся пузыри.

Но само по себе использование клея — вовсе не плохо; это признанная технология, которая существенно упрощает и удешевляет процесс производства. Для сравнения: 2 часа и 30 часов — такое время требуется для уплотнения лацканов пиджака по клеевой технологии и вручную. И не всегда использование дублина (клеевая ткань) вызвано желанием сэкономить. Костюмы Chanel из рогожки сделаны с оправданным использованием дублина: рогожка, если ее ничем не закрепить, легко разбирается на нити. Кроме того, клей могут использовать в дорогих костюмах, сшитых по мерке, для укрепления швов, на которые есть дополнительная нагрузка.

Современный деловой костюм обязан быть и красивым, и практичным; он что-то вроде боярской шубы из бобра или крота: она не только имеет вид, соответствующий статусу владельца, ее блестящий мех еще и отталкивает грязь и не пропускает воду.



MAXMARA



MTM

MaxMara Tailored Suit Project

Проект стартовал год назад. Мини-ателье разместились во флагманских магазинах MaxMara по всему миру, в том числе и в магазинах, принадлежащих компании Bosco. Все изделия серии исполняются в традициях высокого портновского мастерства (идеальный крой, подгонка по фигуре, использование плотной внутренней отделки, прошивочные промежуточные слои ткани, закрепляемые вручную, послойная утюжка и моделирование). В распоряжении заказчика огромный выбор дорогих шерстяных тканей, например, чистшерстяной габардин, ангора-фланель и чистый кашемир. В серию Tailored Suit Project входят классические пиджаки (среди них есть длинный и двубортный) и сочетающиеся с ними брюки и юбки разного покроя, а также женские смокинги. В коллекции «осень-зима 2015/16» впервые появилось узкое платье. Цветовая гамма представлена оттенками синего, бежевого и серого цветов, а также более женственными светло-бирюзовым, бледно-розовым и бордо плюс классический черный для смокинга.



RTW

Paul Smith Travel Suit

Пол Смит представил динамичный и современный деловой костюм, который не мнется и очень неохотно пачкается. Новинка выпускается как для мужчин, так и для женщин. «Костюм для путешествий» сшит из чистошерстяной пряжи высокой крутки, то есть он довольно плотный. Кроме того, он обладает водоотталкивающими свойствами и неуязвим для солевых пятен. Среди других особенностей — пуговицы из семян пальмы корозо (очень твердый материал, напоминающий свойствами слоновую кость) и воротник из сукна мельтон с контрастными панелями — фирменная деталь одежды Paul Smith. Чтобы показать возможности нового костюма, в роли моделей на презентации A Suit To Travel In выступили цирковые акробаты и гимнасты. Оказалось, что в Travel Suit можно ходить на руках, строить живые пирамиды и показывать номера с цирковыми обручами. Даже если ваши деловые встречи проходят в более традиционном формате, удобство и прочность «костюма для путешествий» не оценить невозможно. Тем более что Travel Suit с осени 2015 года станет постоянной моделью. И теперь вес ткани, из которой он сшит, будет оставаться неизменным как для сезона весна-лето, так и для сезона осень-зима. Стирание границ сезонности — очень современная черта, в случае с Paul Smith далеко не единственная. В этих костюмах при всей их видимой строгости и консервативности совсем нет нафталина, и они отлично выглядят как со строгой белой сорочкой, так и с футболкой.





MTM, BESPOKE

Kiton

Kiton своими традициями многим обязан старинной школе неаполитанского портновского искусства. Даже сегодня ателье компании производит впечатление скорее большой художественной мастерской, чем современного производства. Первый этап создания костюма Kiton — выбор тканей, среди которых есть базовые, сезонные (плотные — зимой, легкие — летом) и эксклюзивные. Затем снимают мерки, и в ателье запускается кропотливый процесс изготовления костюма, который длится 10–12 недель. Для MTM-пошива костюмов, пиджаков и пальто на выбор предлагается большое количество фасонов, и легко подобрать силуэт, учитывающий особенности вашей фигуры. Профессиональный портной подскажет, стоит ли сделать пиджак чуть короче, какой должна быть длина рукава, когда делать манжеты на брюках, а когда нет. Заранее обговаривается, какими будут лацканы, шлицы и карманы; можно выбрать цвет подкладки, фурнитуру, добавить личную этикетку владельца.



RTW

Theory

Самый молодой бренд в нашей подборке; это касается и даты основания (1997 год), и возраста целевой аудитории, и собственно стиля. Theory — это четкость линий, местами переходящая в угловатость, и заметная ирония в работе с традиционными деталями, например, лацканы с контрастной строчкой, которые в летней коллекции выглядят как нарисованные. Если сравнивать марки женской деловой одежды с культурными стилями, Theory — это постмодерн: дизайнеру интересно играть с формой. Используются разные приемы: в коллекциях разных сезонов есть и минималистичные вещи, и колор-блокинг, и принт. В осенне-зимней коллекции много оверсайза, у пальто встречаются спортивные детали — молнии и накладные карманы. В целом это выглядит так, как будто самые долговечные и сильные тенденции последних лет, сохраняющие актуальность до сих пор (оверсайз, спорт-шик), дизайнер зафиксировал в виде современной классики. Цвета при этом используются очень сдержанные и консервативные — серый, верблюжий, черный.

RTW

Giorgio Armani

Джорджо Армани много сделал для женского офисного стиля, каким мы его знаем сейчас. Женский деловой костюм из плотной ткани, лаконичного кроя, без лишних деталей появился именно в таком виде уже в конце 1970-х, а в 1980-е стал синонимом понятия power dressing — «одежда для карьеры». В коллекции New Normal («Новый образец») нет мелькания сиюминутных тенденций, но есть актуальность. Основа — классические модели, сшитые из высококачественных тканей: тренч из черного бархата, брюки мужского кроя, атласный топ, пуловеры и спортивная одежда. В центре внимания — брючный костюм, знаковая модель для бренда Armani; в новой коллекции он представлен в нескольких вариациях и силуэтах из разных материалов. «Мне нравится ясно демонстрировать свои намерения. Коллекция New Normal — это квинтэссенция того стиля, который я предлагаю современным женщинам. Они утонченны, практичны, активны, они хотят выглядеть безупречно и чувствовать себя комфортно в течение всего дня. Я предлагаю им выверенный узнаваемый стиль с легким намеком на экстравагантность», — говорит Джорджо Армани.

Идеальная пара

Возвращение двухцветных туфель Chanel

Денис Сидоров |

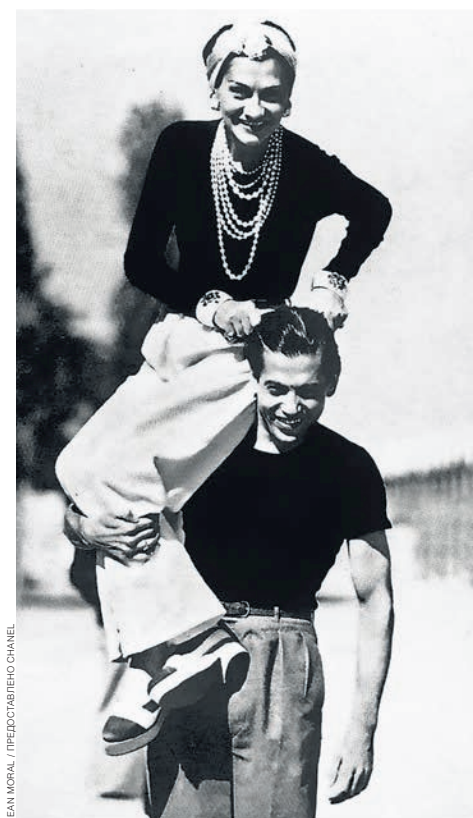


СКРЕСТИТЬ традиции векового дома с современными тенденциями — задача, с которой Карл Лагерфельд в свои 82 справляется лучше, чем кто бы то ни было в мире моды. С его подачи классические твидовые жакеты инкрустируют камнями, прошивают серебряными высокотехнологичными нитями или отпечатывают на 3D-принтере. Впрочем, есть вещи, которые остаются нетронутыми. Так в осенне-зимней коллекции бренда появились туфли, точь-в-точь повторяющие двухцветные лодочки, придуманные самой Габриэль Шанель почти 60 лет назад. По заверению Лагерфельда, это самые современные туфли, которые к тому же делают женскую ногу красивее. В подтверждение слов Мадемужель о том, что пара бежевых лодочек с черным носком подойдет к любому наряду, абсолютно всех моделей на показе выпустили на подиум именно в них.

Для консервативной моды 1957 года появление двухцветных туфель — прорыв. По правилам того времени обувь непременно должна была сочетаться по цвету с нарядом. Но Шанель, разумеется, бунтовала. Ей хотелось создать универсальные туфли, «которые завершат по-настоящему эле-



КАРЛ ЛАГЕРФЕЛЬД / ПРЕДОСТАВЛЕНО CHANEL



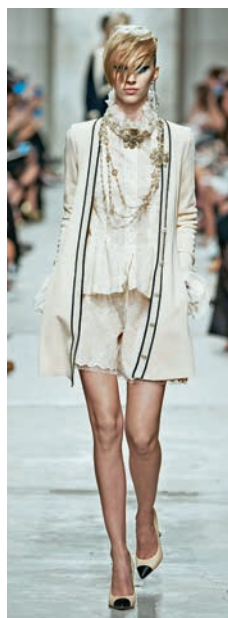
JEAN MORAL / ПРЕДОСТАВЛЕНО CHANEL

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ CHANEL СЕЗОНА «ОСЕНЬ-ЗИМА 2015/16», СНИМАЯ КАРЛОМ ЛАГЕРФЕЛЬДОМ. ГАБРИЭЛЬ ШАНЕЛЬ И СЕРЖ ЛИФАРЬ НА ФОТОГРАФИИ 1937 ГОДА АВТОРСТВА ЖАНА МОРАЛЯ

гантный образ». Так появились двухцветные лодочки: «Утром мы выходим из дома в бежевых туфлях с черными носками, в них же мы обедаем, в них же идем на вечерний коктейль. Таким образом, мы элегантны всегда, с утра и до вечера!» Помимо прочего они делают ноги визуально длиннее, а стопу изящнее.

Справедливости ради стоит заметить, что, прежде чем вернуться к истокам, Лагерфельд вдоволь экспериментировал с этим знаковым для Chanel аксессуаром. В 1994 году велел сделать лодочки черно-белыми и добавил ремешок вокруг щиколотки. А для коллекции Paris—Bombay в 2011 году дизайнер превратил двухцветные лодочки в высокие сапоги. В бутиках время от времени появлялись балетки, сандалии и эспадрильи, напоминающие те самые двухцветные туфли.

Габриэль Шанель всегда была на два шага впереди своих современников, поэтому все ее творения, будь то стеганая сумка 2.55 или твидовый жакет, остаются вне времени. Дух авантюризма — то, что объединяет Шанель и Лагерфельда. И, похоже, иногда, чтобы в очередной раз удивить всех, достаточно просто поднять архивы.



СЛЕВА НАПРАВО: КОЛЛЕКЦИЯ CHANEL HAUTE COUTURE, «ВЕСНА-ЛЕТО 2013/14»; КРУИЗНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ CHANEL, 2013 ГОД; КОЛЛЕКЦИЯ CHANEL METIERS D'ART PARIS-SALZBURG, 2015 ГОД

Подтвердить статус It-bags сезона

София Бурнашева |

ИСТОРИЯ приписывает изобретение «сумки-статуса» малоизвестной ныне даме Джулиане Коем Камерино. Ее модный дом гремел в середине 1950-х, а идеи до сих пор, не стесняясь, берут за основу Bottega Veneta, Gucci и Prada. Большие бренды находят удачную модель и выпускают ее из года в год, меняя то размер, то материалы, то расцветки. Модели сохраняются в коллекциях десятилетиями, новые «объекты желаний» дополняют линейку редко. Над этими сумками не властны модные тенденции, и подходят они к подавляющему большинству вещей в гардеробе. Звучит нереально? «Великолепная семерка» осенних новинок готова с этим поспорить.



Bottega Veneta — Monaco

Сумка Monaco отлично держит форму и напоминает канонический саквояж — только без металлической застежки сверху. Три размера и множество материалов. Некоторые модели — с отделкой плетением intrecciato, которым славится марка и которое изготавливается вручную.



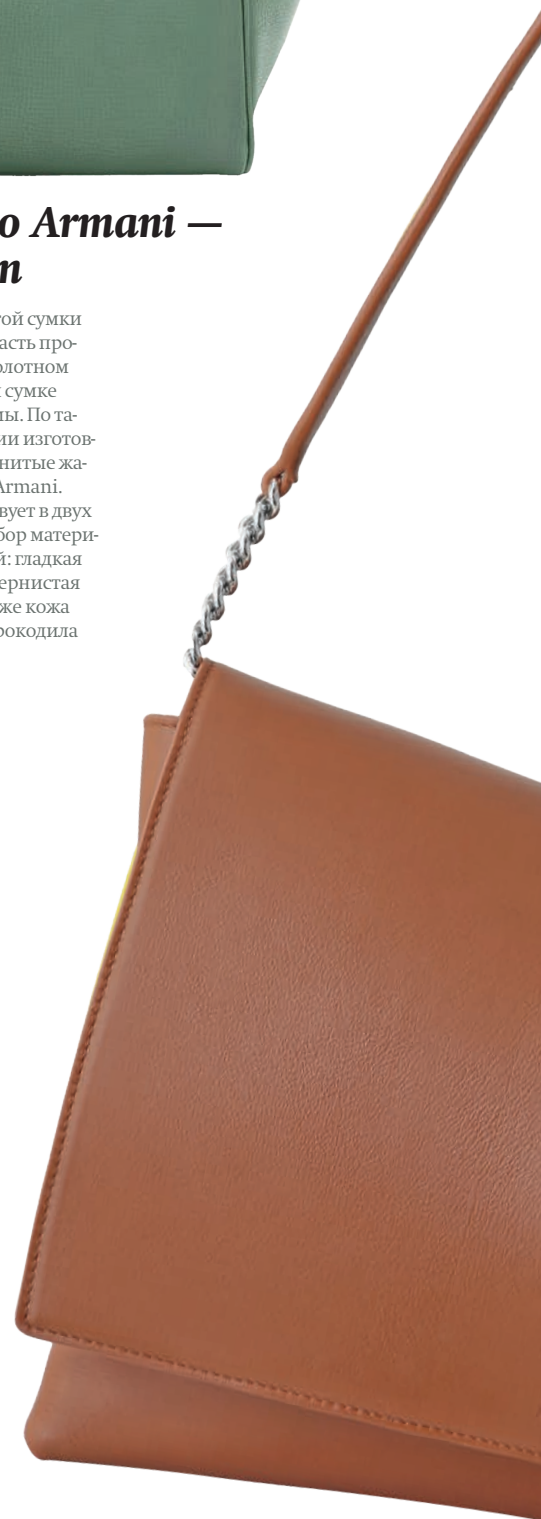
Furla — Viva

В рекламной кампании марки 2006 года снялись сотрудницы бренда. Это было послание Furla женщинам, смысл которого в том, что хорошая сумка нужна всем, а не только глянцевым куклам. Сумка уже поступила в продажу во все магазины бренда.



Giorgio Armani — Balloon

При сборке этой сумки передняя ее часть проклеивается плотным для придания сумке жесткой формы. По такой технологии изготавливаются знаменитые жакеты Giorgio Armani. Сумка существует в двух размерах. Выбор материалов широкий: гладкая кожа наппа, зернистая телячья, а также кожа ящерицы и крокодила.





Louis Vuitton — Sac Triangle

Застежка сумки Sac Triangle (дословно «сумка-треугольник») напоминает замки легендарных сундуков Louis Vuitton. Сумка изготавливается из цельного куска кожи: материал скрепляется заклепками, так же как при обработке краев сундука. Формой сумка напоминает конверт (так Louis Vuitton обыграл излюбленную тему путешествий) с отделкой металлическими марками

Jil Sander — View Bag

Минимализм — это отличительная черта Jil Sander. Почерк бренда настолько узнаваем, что трудно представить себе эту сумку с какой-то другой этикеткой на внутренней стороне. View bag делают из гладкой телячьей, крокодиловой кожи, а также из кожи питона

Lanvin — Nomad

Сумка Nomad существует в двух версиях: на длинном кожаном ремне, который крепится к сумке золотистыми застежками и позволяет носить ее через плечо или на плече, и на коротком ремешке, чтобы держать сумку в руках. Вторая — меньше размером и украшена декоративной цепочкой, она больше подходит для вечерних выходов. Шьют эту сумку из телячьей кожи вишневого цвета, черной кожи страуса, темно-синего нубука или кожи питона карамельного цвета



Hermes — Harnais

Седельная сумка — это напоминание о том, что дом Hermes начинался с шорной мастерской. Harnais — сумка с богатой родословной, но при этом она непретенциозна, эта аристократка следует принципу «замечная незаметность»

Новинки осени

Одежда, часы, драгоценности



Rendez-vous

В магазины **Rendez-vous** поступила новая коллекция. Главные фавориты редакции из всего модельного ряда — ботги Nero Giardini.



Michael Kors

В бутиках **Michael Kors** уже доступна коллекция обуви Jet Set 6. В капсуле, состоящей из шести пар, — обувь на все случаи жизни. Охота на слипоны со змеиным принтом объявлена.



IWC Schaffhausen

В честь 75-летнего юбилея часов **Portugieser** швейцарская мануфактура **IWC Schaffhausen** выпустила обновленную линейку «португальцев», дополнив их годовым календарем. А модель **Portugieser Perpetual Calendar** получила вечный календарь с индикатором фаз Луны. Корректировка лунного календаря понадобится лишь через 577,5 лет!



Via Delle Perle

Лимитированная коллекция итальянского бренда **Via Delle Perle VDP Gold** названа так не для красного словца. Новая линия трикотажа производится вручную и только из шерсти мерино. Согласитесь, ручной труд сегодня действительно на вес золота.



TSE

Клаудия Шиффер создала специальную коллекцию для бренда TSE (уже более 25 лет он славится своим кашемиром). Вряд ли немецкая топ-модель вяжет по ночам свитера своим ребятишкам, но толк в трикотаже она знает. Коллекция мягкого кашемира от Клаудии Шиффер представлена эксклюзивно на stylebop.com.



Ermanno Scervino

Итальянский бренд Ermanno Scervino празднует десятилетие своего пребывания в России и по этому поводу выпустил коллекцию, созданную специально для нашей страны. Купить ее можно в бутике Ermanno Scervino в Петровском пассаже и в обновленном бутике марки в ГУМе.



David Morris

SOHO Jewerly открыла новый бутик британского ювелирного дома David Morris. Именно вокруг драгоценностей Дэвида Морриса разворачивалась главная интрига седьмого фильма о Джеймсе Бонде «Бриллианты навсегда». Купить вечные ценности теперь можно и в ТТ «Времена года» на Кутузовском проспекте.



Piaget

Это чувства должны быть настоящими, а вот цветы вполне могут быть и из драгметаллов. Как, например, розы в коллекции ювелирных украшений Piaget Rose. Коллекция, выпущенная в 2012 году, пополнилась новыми изделиями. Среди прочего серьги и подвеска из белого золота с розовым турмалином, усыпанные бриллиантами.



Vertu

Корпус смартфона Vertu Aster Quilt выполнен из титана и отделан стеганой теллячьей кожей. Добавьте к этому 5-дюймовый экран из единого поликристалла сапфира, камеру в 13 мегапикселей от Hasselblad, 4-ядерный процессор — и вы получите телефон, который не захочется выпускать из рук.

Создавая женщину

Как Джейсон Ву меняет Boss

Владимир Гридин |



НАЗНАЧЕНИЕ Джейсона Ву, американского дизайнера с тайваньскими корнями, креативным директором немецкого концерна Hugo Boss летом 2013 года стало сенсацией. И это не журналистское клише. Случилось назначение спустя полгода после того, как другой американец с Тайваня, Александр Вэнг, стал креативным директором Balenciaga. Мир моды заговорил о том, что отныне молодые дизайнеры с азиатскими корнями — новый тренд. Нерешительный Вэнг значительных побед не добился (критики обвиняли его в дословном пересказе архивов дома), поэтому с ним быстро попрощались. А Ву удалось повысить продажи известного в первую очередь своими мужскими костюмами немецкого гиганта едва ли не вдвое. Вэнгу не хватило энергии для адаптации архивов знаменитого дома к современности. Ву не занимать решительности в создании новой эстетики марки, основанной на строгой архитектурности линий и урбанистическом прагматизме.

«ПРАГМАТИЗМ КАК ИДЕЯ

ВЫГЛЯДИТ ДОСТАТОЧНО ХОЛОДНО.
Я хочу сделать его элегантным
и привлекательным»

Джейсон Ву очень точно формулирует свою задачу: «Прагматизм как идея выглядит достаточно холодно. Я хочу найти способ сделать его элегантным и привлекательным». И добавляет: «Структура и хирургическая точность — это ДНК Boss, так что в этой коллекции я пытался найти способ соединить их с женственностью и мягкостью». Созданные под влиянием наследия Баухауса пальто, костюмы и платья — ода архитектурной красоте. Выверенные портновские решения, рациональные, обтекаемые формы и сдержанная графика складываются в коллекцию, обладающую одновременно структурой и ясно выраженным настроением. Пронизанная индустриальным шиком, она перерабатывает темы мужской моды, отточенные Boss до сияния, до блеска, в вещи, которые придутся по вкусу не только суровым бизнес-леди.

Продолжая тему взаимосвязи человека и природы, на которой основана эстетика Джейсона Ву для Boss, дизайнер объединяет четкие жесткие линии с более мягкими и создает образ, вдохновленный стилем наездницы, которая закована в броню пальто и жакетов воительницы — Жанны д'Арк. Объединяя жесткое и мягкое, натуральное и синтетическое, мужское и женское, Ву сочетает классические мужские ткани и декор, вдохновленный эпохой индустриализации. Из этого непредставимого ранее микса он формирует новый тип современной женственной элегантности, на которой Boss может построить будущее своей женской линии.

Яркие контрасты оттенков антрацита, ванили, энергичного красного и черного буквально переплетены друг с другом в вещах из твида. Узкие брючные костюмы сшиты из меланжевого шерстяного джерси, а необработанные края подчеркивают двустороннюю инновационную ткань контрастных цветов.

Стеклярус, блестящая лазерная сетка, пластиковое покрытие и тюль добавляют

остроты, в то время как с помощью традиционных техник достигнуты трехмерные формы-оригами, напоминающие рыцарские доспехи. Деликатные металлические нити вплетены в светящиеся, как кольчуги, трикотажные платья.

Аксессуары идеально вписываются в концепцию: челси из шерстяной фланели и кожи, трехцветные ботильоны со скульптурными, гранеными каблучками, сапоги на плоской подошве, четкий прямоугольник сумки Bespoke из телячьей кожи, шкуры пони или фетра с застёжкой, вдохновленной запонками, — все это привет строгому функционализму мужской портновской традиции.

Сам Ву — талантливый портной, которому не надоедает работать в ограниченном пространстве и день за днем придумывать, скажем, воротнички. Вместе с броскими, смыслообразующими для коллекции вещами вроде двухцветных угольно-оранжевых пальто и костюмов с необработанными краями он предлагает двусторонний шелковый смокинг, платье-комбинацию из черного сатина, впечатляющие платья-футляры из шерсти с диагональным бегом линий лазерного кроя и чувственные платья из трикотажа. Ву явно предпочитает в этой коллекции платья, хотя некоторые из них и могут сравниться с костюмами и точностью кроя, и лаконичностью конструкций.

Предложенные в коллекции решения — от черного шерстяного тренча с накладными карманами до серо-голубого жакета с поднятыми арками линиями плеч, экстраприлегающего смокинга и расшитого стеклярусом платья — гораздо смелее, чем можно было ожидать от Boss. На этом фоне более чем вероятными смотрятся прогнозы аналитиков об удвоении продаж брендом женской одежды в ближайшие три года. Весьма позитивно для 91-летней компании, чья женская линия появилась только в 2000 году.



КОЛЛЕКЦИЯ BOSS
«ОСЕНЬ-ЗИМА 2015/16»



Напоказ

Понятные правила Moncler

Денис Сидоров |

БРЕНДЫ освоили, кажется, все возможные трюки, рассчитанные на привлечение покупателей. Оскароносные режиссеры снимают для модных марок короткометражные фильмы, дизайнеры создают в социальных сетях личные аккаунты, а рэперы выпускают куплеты, в которых что ни строчка, то название люксового бренда. Поэтому трудно себе представить, что кого-то все еще можно заинтересовать красивой витриной. Маркетологи Moncler уверены — только так и нужно. Вот несколько простых правил.

Идти в ногу со временем

Чтобы превратить пуховик в объект желания, компания Moncler сотрудничала с итальянским дизайнером Алессандро Факкинетти (некогда дизайнер Gucci, креативный директор Valentino а ны-

достойных конкурентов в деле защиты от холода у нее до сих пор нет. Ведь за это время Moncler неоднократно улучшала куртку, применяя в ее производстве новейшие разработки. Видимо, чтобы подчеркнуть свою прогрессивность, в бутиках по всему миру привычные манекены, демонстрирующие Maia, Moncler заменила андроидами. Правда, зачем пуховики роботам — неясно, но тепловым без них точно не обойтись зимой.

Не отрываться от природы

Другая сторона маркетинговой стратегии бренда — демонстрация своих изделий на фоне красот природы. Все рекламные фото Moncler снимаются в умопомрачительных пейзажах, поэтому для многих покупателей горные вершины — первая ассоциация при упоминании марки. В оформлении ви-



ботающий для Moncler, не поступится комфортом в угоду творчеству. Хотя генеральный директор Ремо Руффини настаивает: удобство и мода могут гармонично сосуществовать. Лучшее тому доказательство — мужские коллекции эксцентричного Тома Брауна для Moncler Gamme Blue. Главная тема его линии — спорт. Маркетоло-



не главная в женской вселенной Tod's), основателем марки Erdem Эрдемом Моралиоглу и Александром Маттиуси, получившим в 2013 году главный приз ANDAM — французской Национальной ассоциации развития модных искусств. Сегодня за женскую линию Moncler Gamme Rouge отвечает Джамбаттиста Валли — поэтому в обиход вошло новое выражение «спорт-кутюр». Именно так окрестили коллекцию критики.

Экспериментируют не только с дизайном, но и с материалами. Например, куртку Carmaux производят из особого водоотталкивающего нейлона, разработанного специально для американской армии. Бестселлер марки — куртка Maia — была представлена 60 лет назад, а

этим прием также широко применяется. Прошлой весной покупателям Moncler предложили заглянуть в морскую пучину: специальная подсветка и листы из органического стекла в витринах бутиков создавали ощущение морских глубин, а манекены лавировали между огромными металлическими рыбами. А чтобы напомнить о том, что Moncler отнюдь не только зимняя одежда, весенне-летнюю коллекцию этого года выставили на фоне гигантских листьев тропической лианы монстеры. Все логично. Зимой — горные вершины Альп, летом — леса Амазонки.

Не забывать об удобстве

Это правило соблюдается неукоснительно. Никогда ни один дизайнер, ра-

логи эксплуатируют ее наиболее охотно. Если Браун переосмыслил форму игроков в поло, то в витринах будут все атрибуты игры — разве что без лошадей обошлось. Когда дизайнер обратился к теме бокса, витрины превратили в боксерские ринги: манекены экипировали шлемами и перчатками и развесили над рингами боксерские мешки и груши.

Прямолинейный и понятный подход к продажам, уверены в Moncler, работает лучше, чем попытки превратить витрины в произведения искусства. Для Moncler простота — залог успеха, ведь именно она помогла компании заработать в 2014 году почти \$1,5 млрд. А это больше, чем прогнозировали самые смелые аналитики. И продажи продолжают расти.

Время равенства полов

Часовой унисекс

Анна Минакова |



CHANEL
BOY.FRIEND



PIAGET BLACK TIE
VINTAGE



BREITLING
CHRONOMAT
38 SLEEK T



PARMIGIANI
FLEURIER TONDA
1950 SQUELETTE



ZENITH EL PRIMERO
CHRONOMASTER 1969
TRIBUTE TO THE
ROLLING STONES



PANERAI LUMINOR
MARINA 8 DAYS
CHRONO 44 MM
(PAM00590)



HERMES
SLIM D'HERMES



MONTBLANC HERITAGE
CHRONOMETRIE
ULTRA SLIM



ULYSSE NARDIN
MARINE CHRONOMETER
MANUFACTURE LADIES



AUDEMARS PIGUET
ROYAL OAK 33 MM



ROLEX
DAY-DATE 40

В СЕНТЯБРЕ в продажу поступает новая коллекция от Chanel — созданные специально для женщин часы, ставшие великолепной реализацией задачи «словно бы позаимствованные с мужского запястья». Именно поэтому модели в прямоугольных корпусах Première размеров L (34,6x26,7 мм с кварцевым калибром) и XL (37x28,6 мм с механическим калибром) получили название Boy.friend. Но «часы бойфренда» — не изобретение Chanel Horlogerie, а устойчивое в часовом мире словосочетание, обозначающее модели, изначально предназначенные для мужчин, но понравившиеся женщинам, или женские часы, имитирующие мужские. В одном только 2015-м кроме Boy.friend от Chanel появилось немало интересных новинок, которые можно считать часовым унисексом.

Среди таковых — необычной формы Black Tie Vintage от Piaget. Часы 1973 года выпуска (а именно из 1960–1970-х пошла мода на унисекс), которыми вдохновлена данная модель, ранее красовались на руке Энди Ворхола, а теперь могут подойти и для женского запястья. Оснащены они, в отличие от первоисточника, не кварцевым B21, а автоматическим калибром 534P, дизайн-решение по сравнению с моделью 1970-х выбрано более лаконичное: вместо желтого золота — белое, а с циферблата из оникса убраны цифры и индикатор даты. Другая интересная новинка — Tonda 1950 Squelette от Parmigiani Fleurier. Тонкие

Tonda 1950 вообще прекрасно смотрятся на изящном запястье, а скелетонизированный механизм только добавляет часам легкости. Их механизм создан на мануфактуре Vaucher, принадлежащей на 75% Parmigiani (а точнее — владеющей маркой группе Sandoz), а на 25% — Hermes, здесь же разработали и «братский» калибр для Slim d'Hermes. Родство с Tonda 1950 легко определить по организации механизма с микроротором, видимого через прозрачную заднюю крышку корпуса. Декорация механизма, правда, несколько проще, зато есть очень приятный бонус — версия в стальном корпусе, которой у Tonda 1950 нет. Еще одни ультратонкие часы, которые прекрасно сыграют роль часов бойфренда, — Montblanc Heritage Chronometrie Ultra Slim в 38-миллиметровом корпусе.

В числе традиционных часов унисекс — модели Panerai. Среди коллекционеров часов итальянской по рождению марки есть немало семейных пар, которые носят экземпляры из своей коллекции по очереди. Лучшая из новинок для хранителей таких семейных традиций — Luminor Marina 8 Days Chrono 44 mm (PAM00590), самая маленькая по размеру корпуса новинка Panerai.

Классика жанра — носить мужские модели Rolex. Особенный шик — винтажные, но и среди новинок есть немало прекрасных для любого запястья моделей. Таких как Day-Date 40 с механизмом нового поко-

ления (калибр 3255) — еще более точным и выносливым (отличается большим запасом хода и ударопрочностью).

Лимитированные и специальные (тематические, но не ограниченные определенным количеством экземпляров) серии, сделанные в партнерстве с художниками или, например, приуроченные к важным событиям, которые посвящены посланникам той или иной марки, нередко выпускаются именно на базе мужских моделей, но получают совершенно новым часовым унисексом. Таковы, например, Zenith El Primero Chronomaster 1969 Tribute to The Rolling Stones. Пусть корпус 45 мм кому-то и покажется великоват, но любовь к роллингам это пересилит.

К «часам бойфренда» можно причислить и те, что сначала выпускались для мужчин, а позднее обрели женскую версию: в корпусе уменьшенного размера или с декорацией бриллиантами. Среди таковых — культовые Royal Oak от Audemars Piguet, новая женская версия которых Royal Oak 33 mm выполнена из стали с розовым золотом и оснащена кварцевым калибром. Еще один удачный свежий пример — Breitling Chronomat 38 SleekT, адаптированный для женского запястья хронограф Chronomat. Из мужской в женскую коллекцию переключался и Marine Chronometer от Ulysse Nardin — новый Marine Chronometer Manufacture Ladies был представлен на выставке Baselworld-2015.

Драгоценный парад

Новые коллекции haute joaillerie

Анна Минакова |



CHANEL JOAILLERIE |
СЕРЬГИ, КОЛЬЦО
И БРОШЬ LES TALISMANS
DE CHANEL



BVLGARI |
КОЛЬЕ
GIARDINI
ITALIANI



БУДУЩИЙ ГОД станет последним годом проведения парижской Биеннале антикваров. Но никакой трагедии: выставка с 2017-го вернется, правда, уже в ежегодном формате — и потому не очень понятно, под каким названием. И это — маленькая победа ювелиров над антикварами, ведь биеннале полностью соответствовала своему названию лишь однажды — в год первого проведения выставки в 1962 году. Уже с 1964-го делить стенды с торговцами стариной стали ювелиры. Состав драгоценных участников менялся, ювелиры то уходили, то приходили вновь, но в последние годы с момента возвращения выставки в Гран-Пале за Биеннале антикваров закрепилась слава одного из главных ювелирных событий мира, ведь именно здесь раз в два года главные ювелирные дома представляют свои новые коллекции haute joaillerie. Причем этот ювелирный парад вполне сравним с парадом военных: главная цель — поразить зрителя, заставить его затаить дыхание от мощи драгоценного арсенала. Именно эта мощь и смутила антикваров, когда-то добровольно решивших делить с ювелирами выставочное пространство: блеск бриллиантов так слепил посетителей биеннале, что антикварам начало казаться, что ничто другое в поле зрения уже не попадает. Синдикат антикваров искал разные варианты решения: были предложения и убрать всех ювелиров с выставки, и разделить их с антикварами на год через год, но кавалеры бриллиантовых орденов одержали победу. В итоге биен-

нале перешла в ежегодный режим и место под нефом Гран-Пале на выставке нового формата обещают найти всем. Для профессионалов и любителей ювелирного искусства это событие радостное, но и прерывающее другую славную традицию: в годы между биеннале ювелирные дома рассредоточивались по городам и странам, представляя свои новые коллекции haute joaillerie. Конечно, наибольшая концентрация драгоценных новинок наблюдалась в Париже, на разных площадках в дни Недели haute couture, но все же было время передохнуть между просмотром шедевров. А теперь — только по пути от стенда к стенду Гран-Пале. Нынешний год — хорошее завершение старой традиции, ведь коллекции получились настоящим финальным аккордом. Но обо всем по порядку. Летний высокий ювелирный сезон открыл итальянский дом Bvlgari. В первой

декаде июня итальянские ювелиры попросили всех в сад. Именно в традиционном саду на флорентийской вилле состоялась премьерный показ коллекции Giardini Italiani, вдохновленной, как нетрудно догадаться, теми самыми итальянскими садами, появившимися во времена Ренессанса. Сады Bvlgari — это не листики с цветочками (хотя и им, разумеется, нашлось место; самое интересное в этой части — колье Spring Ecounter, инспирированное украшением 1969 года из музейной коллекции дома), прежде всего — это цвета и геометрия. Апофеоз садовой геометрии — существующие в версиях с разными драгоценными камнями колье Sparkling Hearts, вдохновленные садами Боболи. Примерно в то же время и также вдохновившись садами, но уже садами секретными (типичными для Милана), представил коллекцию и другой итальянский дом — Pasquale Bruni. Коллекция Giardini Segreti

(«Тайные сады») вышла под стать названию — дискретная и в нужной степени романтическая. Особенно интересны в ней крупные кольца с сердцевинкой из морганита, берилла или аметиста и лепестками в деликатном снежном паве с эффектом деграде. Далее высший ювелирный свет переместился на Лазурное побережье, где в конце июня в Монако Van Cleef & Arpels показал свою коллекцию Seven Seas. Посвящена она, как то очевидно из названия, морям и океанам. «Семь морей» — старое образное выражение, обозначавшее Мировой океан, и название сборника Киплинга по совместительству. Van Cleef & Arpels провел водные границы следующим образом: Аравийское море, Красное, Средиземное, Черное, Каспийское, Адриатическое и большая единая часть — Индийский и Атлантический океан — именно так называются семь линий Seven Seas. Каждая — со своим характером. От традиционных для ювелирного освоения темы океана украшений в бело-синей гамме до нестандартных цветовых решений в тонах красного и розового — с розовыми сапфирами, кораллами и шпинелями в украшениях из частей Mediterranean Sea и Red Sea. Коллекцию Seven Seas глава ювелирного дома Никола Бос называет «круизной» — и это, как объясняет президент Van Cleef & Arpels не только настроение коллекции с ее легкомысленными морскими звездами, фламинго и рыбками, но и то, что вещи созданы более простыми и удобными в носке и — относительно цен Van Cleef & Arpels — более доступными. Но все



BOUCHERON |
КОЛЬЕ BLEU
DE JODHPUR



VAN CLEEF & ARPELS |
КОЛЬЕ И БРОШИ
SEVEN SEAS



CHAUMET |
ТИАРА И КОЛЬЦО
JOSEPHINE



PASQUALE BRUNI |
КОЛЬЦА GIARDINI
SEGRETI

это совсем не значит проще: в коллекции нашлось место и сложнейшим трансформерам, и фирменным брошам-фигуркам (на сей раз это сирены и владычицы морские), и редчайшим камням, которые в доме принято называть Pierres de caractere («камни с характером»). Самый сильный характер, пожалуй, у сапфиров из колье Bleu Absolute — эти пять каплевидной формы кабошонов с превосходными характеристиками ранее принадлежали махарани Бароды — одной из главных, если не самой главной клиентке Van Cleef & Arpels.

Наивысшая концентрация редких и крупных драгоценных камней по традиции была достигнута в Париже во время Недели haute couture. Здесь свои новые коллекции показывали сразу несколько ювелирных домов. Бал здесь правила, разумеется, французы. Boucheron показал вдохновенную Индию, а точнее, городом Джодхпуром коллекцию Bleu de Jodhpur, в которой вполне по заветам основателя дома Фредерика Бушера представил украшения необычной формы (такие как потребовавшее от мастеров-ювелиров 1700 часов работы двустороннее колье Jodhpur, носить которое можно хоть мраморно-бриллиантовой, хоть бриллиантово-сапфировой стороной) и материального содержания — кроме уже упомянутого мрамора (причем не абы какого, а точно такого же, как тот, из которого построен Тадж-Махал) есть в Bleu de Jodhpur и такой экзотический материал, как песок. Песок из пустыни Тар заключен в элементы из горного хрусталя.

Привезен он в ателье Boucheron Гахсингом II, махараджей Джодхпура времен Британской Индии, который принимал самое непосредственное участие в создании коллекции и консультировал креативного директора Boucheron Клер Шуан.

Дом Chanel обошелся материалами из привычного ювелирного арсенала — золотом и драгоценными камнями, да и тему избрал для себя вполне себе традиционную — Les talismans de Chanel. Как известно, Мадемуазель была крайне суеверна и верила в нумерологию, астрологию, счастливые парные фигурки и символизирующие изобилие колосья. Дом Chanel все любимые Габриэль Шанель символы эксплуатирует более чем активно: в коллекциях и оформлении бутиков найдутся и львы, и кометы, и счастливые числа. Les talismans de Chanel можно было бы создать по схожему принципу, но ювелирные дизайнеры во главе с Бенжамином Комаром пошли

другим путем. 50 украшений из новой коллекции обошлись без традиционных для Chanel символов, главным мотивом Les talismans de Chanel стал стилизованный ромбовидный элемент. Его можно увидеть и в украшениях с эмалью (их в этой коллекции непривычно для Chanel много), и в предметах с неограниченными сапфирами, и в напоминающей орден броши Attirante — одном из лучших предметов в коллекции.

Дом Chaumet под руководством нового генерального директора Жан-Марка Мансвельта пока курс свой еще не сменил. Представленная коллекция — продолжение фирменной темы Josephine. Дебютировавшая еще восемь лет назад, линия посвящена Жозефине, придворным ювелиром которой и ее супруга Наполеона служил основатель Chaumet Мари-Этьен Нито. Коллекция, подразделенная на три части (Eclat Floral, Rondes de Nuit и Aigrette Imperiale) получилась чинной и парадной. Тут и тра-

диционные для Chaumet тиары (и повторяющие их форму кольца с навершиями из камней огранки «подушка»), и господство белого (белое золото с бесцветными бриллиантами), а если уж цвет, то выраженный королевскими камнями — сапфирами. Новая Josephine — коллекция превосходная, но в следующем году хотелось бы увидеть эксперименты более для Chaumet неожиданные.

Креативный директор Dior Joaillerie Виктуар де Кастеллан также выбрала тему уже освоенную: новая Soie Dior — словно бы продолжение прошлогодней Archi Dior: снова кутюр, снова архитектурность края, снова оммажи легендарному основателю дома. В нынешнем году де Кастеллан даже сузила тему, выстроив ее вокруг мотива шелковой ленты — неперменного атрибута кутюрных нарядов. В драгоценном исполнении лента то ложится складками, то распускается, то лихо перекручивается или завязывается в узел. И передать эту пластику и иллюзию движения — дело технически сложнее. Но и эта задача усложнена — использованием редких крупных драгоценных камней и смелыми сочетаниями цветов. К желтому золоту тут прилагаются изумруды с розовыми сапфирами, желтыми и бесцветными бриллиантами (сет Pli Plat Saphir Rose). Практически ни у кого такое сочетание не работает, а у де Кастеллана — работает, и прекрасно. Это такой же ее секрет, как представить коллекцию на ту же тему, но подать ее совершенно по-новому.



TIFFANY & CO. |
КОЛЬЕ, БРАСЛЕТ
И КОЛЬЦО MASTERPIECES



CARTIER |
СЕРЬГИ И БРАСЛЕТ
ETOURDISSANT



CHOPARD |
КОЛЬЦО FLEURS D'OPALES



LOUIS VUITTON |
БРАСЛЕТ И КОЛЬЦО
ACTE V/THE ESCAPE



PIAGET | БРАСЛЕТ
SECRETS & LIGHTS —
A MYTHICAL JOURNEY
BY PIAGET



ALEXANDRE REZA |
БРАСЛЕТ DUNE



GIAMPIERO BODINO |
БРАСЛЕТ CHIMERA

Удачная вторая серия и коллекция Acte V/The Escape от Louis Vuitton — продолжение представленной в прошлом году коллекции Acte V. Вдохновленная стрим-лайном, она отличается дизайном одновременно чистым и функциональным. Особенно лаконичны, но и особенно хороши предметы из линии Newport.

Оливье Реза, сын легендарного Александра Реза и продолжатель его ювелирного дела, представил новые украшения (в высоком ювелирном искусстве Alexandre Reza нет места коллекциям, как и большому числу изделий) в закрытом салоне на Вандомской площади.

Самое интересное из них — браслет Dune из розового золота с более чем 32 каратами бриллиантов, который ювелирное ателье создавало более двух лет!

Схожий принцип представления украшений и у гостя из Италии Джампьеро Бо-

дино — креативного директора группы Richemont, а ныне и главы собственной ювелирной марки Giampiero Bodino. Он в салоне отеля «Бристоль» представил пополнения своих линий Primavera, Tesori del Mare и Chimera. Браслеты в виде змей из последней вышли особенно эффектными, а кроме того, редким удачным переложением античных форм и мотивов на современный ювелирный лад.

В гостях в Париже представил новую коллекцию и швейцарский дом Piaget. Secrets & Lights — A Mythical Journey by Piaget стала продолжением представленной двумя годами ранее A Mythical Journey by Piaget. Как и первая часть, новая коллекция посвящена Великому шелковому пути, но на сей раз — двум городам на этом маршруте. Венеции и Самарканду. А оттого в коллекции много арабесок и бирюзы, в честь Самарканда, а вот перья — это уже дань уважения Вене-

цианскому карнавалу. Над украшениями с плюмажем — браслетом, украшением для головы и брошью — работала лучший плюмажист в мире Нелли Сонье. Это не первый ее опыт в ювелирно-часовом деле (ранее она уже сотрудничала с Harry Winston) — и опыт определенно удачный.

Еще один гость Парижа — Chopard. Став членом Federation Francaise de la Couture, дом начал пользоваться своим положением и представлять коллекции во время недель haute couture. Зимой он в Париже дебютировал, а летом уже развернулся в полную мощь. Главной летней новинкой стала линия из шести колец (правда, на момент парижского показа было готово только три из них) Fleurs d'Opales. Экзотические, кажущиеся хищными цветки выполнены в сочетании титана с золотом, поверхность которых инкрустирована цветными драгоценными камнями.

Заокеанским гостем Недели haute couture стал Tiffany & Co., представивший здесь новую коллекцию Masterpieces. «Шедевры» интересны не только дизайном, отсылающим к ар-деко и голливудскому гламуру 1940-х, но и тем, что это совершенно новая для дома концепция: если раньше центральной коллекцией года для Tiffany & Co. была весенняя премьера Blue Book, то теперь ее балансирует осенний запуск Masterpieces, который обещают сделать ежегодным. Любопытно, кстати, где, начиная с 2016-го, ее будут запускать: Tiffany & Co., в отличие от большинства упомянутых здесь брендов, в биеннале не участвует. Но, может, начнет. Ведь Louis Vuitton уже заявил о своем возвращении после перерыва, а от Chopard такое заявление очень хочется услышать в самое ближайшее время.

Картина летних ювелирных премьер была бы неполной без Cartier, представившего коллекцию позже всех — в конце июля в Антибе. Etourdissant — это великое ювелирное собрание, коллекция на самом деле «Ошеломляющая» (а именно так переводится ее название с французского). В Антибе показали чуть больше половины — 62 украшения из 122, но этого было достаточно, чтобы оценить размах. И редчайшие камни, и сложные техники, и фирменные мотивы, получившие новую интерпретацию. Так, тутти-фрутти сделали более упорядоченным и геометричным, а пантеру вырезали в черной яшме. Финальным аккордом Etourdissant стал браслет с сапфиром в 197,8 карата! Браслет выполнен из платины с бриллиантами, центральный сапфир из него можно вынимать, заменяя элементом из горного хрусталя. Но и это не все: сам сапфир ранее принадлежал Романовым, один раз он уже попадал в руки Cartier в 1928-м и позднее был оправлен в кольцо для польской оперной певицы Ганны Вальска, а недавно дом заполучил редкий камень снова, выкупив его у дилера. И новый браслет — не только блестящая точка всех летних премьер, он еще и прекрасное доказательство того, что лучшие ювелиры имеют полное право быть в Гран-Пале в дни выставки, ныне известной как Биеннале антикваров. Ведь один этот браслет Cartier может рассказать историй больше, чем целые антикварные стенды.

Хитросплетения

Кружево и карбон в часах Hublot

Светлана Рысева |



ПО ЗАКОНАМ здравого смысла ультрасовременная часовая мануфактура Hublot и старинная кружевная мануфактура Bischoff Textil не должны были встретиться. Но именно это и произошло, когда у дизайнеров Hublot родилась мысль украсить циферблат, bezель и ремешок новой модели часов Big Bang Broderie кружевом. К производству подключили хайтек-лабораторию, занимающуюся карбоном. Ту же, которая несколько лет назад помогла претворить в жизнь задумку с внедрением в циферблат и bezель часов Big Bang Jeans джинсовой ткани.

Модель — квинтэссенция философии Hublot — Art of Fusion: использование передовых технологий, сохранение традиций швейцарского часового мастерства и яркий, привлекающий внимание дизайн. Над тем, как будут выглядеть часы, трудились не только дизайнеры Hublot, но и главный дизайнер Bischoff Textil Рейчел де Ляжене. Было решено поместить на ци-

ферблат кружевное изображение черепа — главного символа барочных натюрмортов, который с успехом переключал в современное искусство. Именно из-под пера де Ляжене вышел финальный эскиз, который утвердили в штаб-квартире Hublot.

Дальше — непростой процесс производства. Сначала кружевных дел мастера на станке выткали нитями по тончайшей сетке нужный узор и отправили его к специалистам по карбону. Те вырезали рисунок, спрессовали его и поэтапно залили слоями жидкого карбона. Самое трудное — точно рассчитать место стыка узора на ободке и на циферблате. Следующий этап — соединить каучуковый ремешок и гипюр (для этого тоже обратились в специальную мануфактуру). Результат ошеломляет (иначе тут не скажешь). Получилось три модели: с вышивкой из серебряных нитей, из золотых и версия All Black. Паве из 198 бриллиантов общим весом 1,12 карата украшает корпус всех трех.

BIG BANG BRODERIE —

слияние традиций
и самых передовых
технологий

Русские душою Новинки парфюмерной индустрии

Виктория Михайленко |



Lancôme. Climat

Восьмидесятилетие со дня основания марки и сорок лет на российском рынке — прекрасный повод для компании Lancôme вернуть культовый аромат Climat. Но только в количестве 3 тыс. экземпляров. Перевыпущена будет версия Parfum. Они с предком не очень похожи внешне — форма флакона другая, нет притертой пробки, но тесемку на горлышке все-таки оставили. Понятно, что «того абсолюта» мы уже не услышим: после введения Международной ассоциацией по ароматическим веществам (IFRA), контролирующей использование различных ингредиентов в парфюмерной индустрии, очередных запретов на натуральные ингредиенты, из состава ароматов по разным и не всегда очевидным причинам были исключены многие компоненты, такие как иланг-иланг, бергамот, мох, табак. Их заменяют теперь синтетическими аналогами, но, к сожалению, получившиеся ароматы не являются стопроцентными копиями прежних, выпускавшихся 30–40 лет назад. Парфюмеры Lancôme постарались максимально приблизить нынешний Climat к винтажной версии 1967 года: действительно цветочный зеленый аромат — узнаваемые альдегиды, та же пудровость и кремовость, привычная нежность. Продажа в Articoli ГУМ. 18 000 руб.



Yves Saint Laurent. Magnificent Blossom Russian



28 июля 1976 года в Императорском балльном зале отеля «Интерконтиненталь» Ив Сен-Лоран впервые представил коллекцию одежды под названием «Opera-Ballets russes». «Русская» коллекция до сих пор считается одной из важнейших в истории моды и одной из лучших в творчестве дизайнера. Интересно, что в подготовке именно этого показа впервые участвовали гримеры — до этого манекенщицы красились сами. Вскоре после показа у Ива Сен-Лорана появилась собственная коллекция косметики и макияжа. Но несмотря на то, что именно «русский» показ стал началом одного из важнейших направлений деятельности для дома Yves Saint Laurent, ни косметических, ни парфюмерных коллекций, посвященных России, у него не было. И вот теперь наконец парфюмерный дом Yves Saint Laurent выпускает аромат, созданный специально для и в честь нашей страны. Шипровый Magnificent Blossom Russian — аромат классической школы — идеально выверенные цветочные аккорды белого букета из жасмина самбак, цветов апельсина, флердоранжа и иланг-иланга, подчеркнута нотами бергамота, мандарина и пикантного шафрана (разумеется, их синтетическими аналогами). Дизайн коробочки тоже отсылает к российским реалиям, а точнее, к одной из самых известных достопримечательностей — стилизованные изображения куполов русского храма присутствуют на внутренних стенках шкатулки, хранящей флакон. Новинка будет выпущена ограниченным тиражом.

Продажа в Articoli ГУМ.
18 000 руб.

ЭТИ РЕДКИЕ АРОМАТЫ ВЫПУЩЕНЫ

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО
для России. Купить их
можно только в ГУМе.
Количество очень
ограниченно



Не спешите, три-четыре!

Фитнес-программа для лица в клинике Kraftway

Виктория Михайленко |

ЧТОБЫ лицо было в тонусе, клетки кожи должны получать нагрузку — как бицепсы, трицепсы или пресс. Спортклубов для них, правда, пока не открывают — но, к счастью, изобрели процедуру FinePeel с «тренажером» — лазерным аппаратом Clear + Brilliant. Этот аппарат — младший брат всем известного Fraxel — приводит клетки кожи в тонус и заставляет их «взбодриться». Процедура очень понятная: активируешь клетки, они начинают сами работать — это и правда как тренировка в спортзале, чтобы клетки не ленились и вырабатывали collagen. Показания к применению: мелкие морщинки, шрамы и рубцы, следы угревой сыпи, пигментные пятна, расширенные поры, неровный и тусклый цвет, повышенная сухость или жирность кожи.

Как любая фитнес-программа, курс FinePeel построен на сочетании физической тренировки и специальной системы питания кожи. Надо отметить, что FinePeel Clear + Brilliant настолько безопасен для кожи, что получил разрешение FDA (Федеральная комиссия США по контролю качества пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств — Food and Drug Administration) для работы по подвижному веку и проведению процедур в летнее время.

Общий принцип работы FinePeel таков. Это тонкий лазерный луч, сфокусированный на определенном участке кожи, который формирует микрозону повреждения. Длина волны излучения — 1440 нанометров, что позволяет воздействовать максимально деликатно и таким образом избежать дискомфорта и периода реабилитации. В процессе восстановления обновляется дерма не только поврежденной зоны, но и вокруг нее.

Теперь о самой процедуре. Она длится примерно 40 минут, если делать лицо (в том числе веки), шею и зону декольте. При соприкосновении луча с кожей чувствуется достаточно сильное тепло и резкое покалывание. Не болезненное, но немного дискомфортное. Ощущения усиливаются в более чувствительных зонах — это верхние веки, верхняя губа и виски, но все вполне терпимо. После процедуры лицо выглядит как после парилки в течение примерно получаса, потом цвет приходит в норму. Врачи предупреждают, что болевые ощущения достигают максимума через пару часов после процедуры, а потом постепенно утихают. Для домашнего пользования выдается крем, который уменьшает

дискомфорт. Через два дня кожа на лице начинает шелушиться, но незаметно, небольшую шершавость можно ощутить только при прикосновении. Шелушение проходит через неделю, и как раз тогда становится виден результат: улучшается общий тонус и цвет лица, поры уменьшаются, мелкие морщинки не так заметны, как раньше. И главное — можно больше не пользоваться тональным кремом и пудрой. Полное восстановление кожи после FinePeel про-

исходит примерно через две недели (у всех по-разному). В моем случае кожа стала более упругой, увлажненной, очевиден лифтинг-эффект. Отмечу, что пигментное пятно «глубокого залегания» все же не исчезло даже после двух процедур, но стало значительно светлее. Курс FinePeel составляет от трех до шести процедур, которые проводятся раз в месяц. Для каждого случая врач-косметолог подбирает индивидуальную косметическую программу.



FOTOLIA/PHOTOXPRESS.RU

ПОСЛЕ ПРОЦЕДУРЫ ЗАМЕТНО

улучшается общий тонус и цвет лица, мелкие морщинки не так видны, как раньше. И главное — можно больше не пользоваться тональным кремом и пудрой

Курс: 3 процедуры + система домашнего «питания» кожи
Длительность: 3 месяца
Где пройти: клиника Kraftway, Кулаков пер., 13, тел. 8 495 232 27 52
www.clinic.kraftway.ru

Возрождение легенды

Лондонский отель The Lanesborough против парижского Le Bristol

Денис Сидоров |



КАЖДЫЙ НОМЕР
В LE BRISTOL СЛОВНО
ОТДЕЛЬНАЯ ПАРИЖСКАЯ
КВАРТИРА С ВИДОМ
НА УЛИЦУ ФОБУР-СЕНТ-ОНОРЕ
ИЛИ ВНУТРЕННИЙ САД ОТЕЛЯ



ИНТРИГИ ради можно сказать, что эти отели, входящие в число самых роскошных в Европе, своим процветанием обязаны пакетику с разрыхлителем для теста. Но это было бы большим преувеличением, хотя доля правды в этом определенно есть. В середине прошлого века семья Эткер, чей успешный бизнес начался именно с продажи разрыхлителей, стала выкупать первоклассные европейские отели. Сегодня эти отели объединены под маркой Oetker Collection.

В 1891 году аптекарь Август Эткер основал компанию Dr. Oetker и в 1903-м запатентовал пекарский порошок, проще говоря, разрыхлитель. При Рудольфе Эткере, внуке Августа Эткера, компания стала настоящей корпорацией и получила название Oetker-Gruppe. К этому времени

в управлении семьи Эткер уже находился один отель — роскошный Brenners Park-Hotel & Spa в Баден-Бадене. Позже семья купила легендарный Le Bristol, и Hotel du Cap Eden-Roc на мысе Антиб, и Chateau St. Martin & Spa в Вансе. В управлении Эткеров находится еще несколько отелей в Европе и один в Марокко. В 2014 году к Oetker Collection присоединился The Lanesborough, первый отель компании в Великобритании.

Его уже сравнивают с Le Bristol и прочат славу еще более громкую, чем у парижского «собрата». Воображение рисует идеальную картину выходных: ночь в «Бристоле», суперстар до Лондона, и ночь в «Лейнсборо». Но если все же приходится выбирать, то вот вам несколько аргументов в защиту каждого. И решайте сами.

LE BRISTOL

В 1923 году предприимчивый отельер Ипполит Жаме выкупил у графа Жюль де Каstellана особняк XVIII века, чтобы через два года открыть в нем самый роскошный отель Парижа. Le Bristol сразу же приглянулся миллионерам и заезжим знаменитостям, среди гостей отеля были такие звезды Голливуда, как Рита Хейворт и Чарли Чаплин. Во время Второй мировой войны в отеле разместились штаб-квартира посольства США, но даже тогда отель не прекратил работу. В 1978 году Le Bristol приобретает Рудольф Эткер. Отель, кстати, по праву считается символом Парижа. Состоятельные парижане заходят в здешний бар после работы выпить и поболтать с приятелями.

Le Bristol — это не просто отель. Это переживание. Возможность почувствовать себя настоящим французом, пусть и

на одну ночь. Просторные светлые номера обставлены мебелью эпохи Людовика XV и Людовика XVI, а стены украшены оригинальными гравюрами XVIII века. Каждый номер здесь — словно отдельная парижская квартира с видом на улицу Фобур-Сент-Оноре или внутренний сад отеля. Если вы приехали в Le Bristol с ребенком, то ему непременно подарят плюшевого кролика-садовника по имени Ипполит, названного так в честь основателя отеля. Есть у отеля и свои талисманы — кот-бирманец Фараон и его подруга Клеопатра. Их нередко можно встретить у стойки консьержей или на ресепшене.

Особая гордость отеля — четыре звезды «Мишлен». Три из них принадлежит ресторану Ericure, где трудится команда под руководством шеф-повара Эрика Фрегона. Еще одна — у Brasserie 114 Faubourg.



РАСПОЛОЖЕННЫЙ В НЕСКОЛЬКИХ ШАГАХ ОТ БУКИНГЕМСКОГО ДВОРЦА THE LANESBOROUGH ВКЛЮЧЕН В СПИСОК ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В этом году Le Bristol отмечает свое 90-летие и устраивает для гостей череду праздников. 24 октября Эрик Фрешон даст закрытый гала-ужин в стиле «ревуших двадцатых». Дамам в этот вечер предложат примерить платья с заниженной талией, расшитые бисером, а мужчинам — играть гангстеров, посетивших закрытый клуб.

Кроме того, с октября по июнь в Le Bristol пройдет серия концертов классической музыки. Раз в месяц в салонах отеля будут выступать знаменитые французские музыканты и оперные солисты: пианистка Эммануэль Жаспар, сопрано Натали Манфрино, мужской вокальный квартет Take a Spar и многие другие.

Еще одно по-настоящему французское развлечение в отеле — традиционные салонные вечера «Книги и вино». На этих званных ужинах гости отеля могут

познакомиться с французскими писателями и наравне с хорошей литературой насладиться отменными винами. В этом сезоне свои книги представят Фредерик Миттеран, писатель и бывший министр культуры Франции, Жан-Луи Дебре, председатель конституционного совета Франции, и член Гонкуровской академии Филипп Клодель.

THE LANESBOROUGH

Поместье The Lanesborough House на углу Гайд-парка возвели в 1719 году по приказу Джеймса Лейна, второго и последнего виконта Лансборо. В 1733 году было принято решение открыть в нем больницу Святого Георгия, которая просуществовала в The Lanesborough более двух веков. За это время реконструкция поместья проводилась лишь однажды, в 1825 году, но

именно благодаря ей The Lanesborough стал символом архитектуры эпохи Регентства.

В 1980 году больница Святого Георгия покинула The Lanesborough, и особняк пришел в упадок. Спустя семь лет владельцы здания приняли решение вернуть The Lanesborough былую роскошь и открыть здесь отель, восстановив интерьеры и легендарный фасад здания. Обновленный отель The Lanesborough открылся в новогородную ночь 1991 года. Следующая масштабная реновация отеля прошла уже в 2014 году, когда отель стал частью Oetker Collection.

The Lanesborough, пожалуй, самый аристократичный отель во всем Лондоне. И единственный, где 24 часа в сутки предоставляются услуги личного дворецкого. Парк отеля насчитывает 14 автомобилей,

среди которых есть Rolls Royce Phantom. Сигарный салон The Garden Room на весь Лондон славится своей коллекцией редких кубинских сигар, а выбрать лучший чай во время традиционного 5 o'clock в отеле поможет чайный сомелье.

К реновации отеля привлекли лучших британских мастеров. Над интерьерами отеля трудились вышивальщицы, стеклодувы, краснодеревщики, лакировщики, специалисты по позолоте и бронзе, декораторы — всего более 300 человек. В каждом номере реставраторы бережно воссоздавали оригинальные фрески на потолке. Более 2 тыс. листов 23-каратного золота понадобилось для декорирования лобби, залов и номеров. Расположенный всего в нескольких шагах от Букингемского дворца, The Lanesborough включен в список объектов культурного наследия Великобритании.

Остров сокровищ

Об отеле Maia Luxury Resort & Spa

Виктория Михайленко |



африканского и французского колониального стилей, декор спокойный и уютный. Единственное, что может здесь вывести из равновесия и заставить сердце биться сильнее, — это вечерний вид на бассейн, когда вокруг ванны зажигается множество свечей и она как бы парит над бассейном, в свою очередь, «висящим» над океаном.

Виллы скрыты друг от друга. Случайный прохожий никогда не увидит, что происходит за плетеным бамбуковым забором. Обслуживает каждую собственная дворцовая. Попросить его можно о чем угодно — приготовить расслабляющую ванну, подать завтрак у бассейна, организовать ужин на вертолетной площадке. Впрочем, если все же захочется нарушить уединение, в отеле есть ресторан «Тес Тес». Кухню здесь предлагают в основном французскую, но помноженную на карибский темперамент.

Еще один повод ненадолго покинуть виллу — это прогулка в SPA-центр. Начните с процедур, которые готовят кожу к воздействию местного жаркого солнца, потом можете попробовать те, что помогают расслабиться. Перед отъездом восстановите кожу после морских купаний или подводных погружений. Часть процедур делают в саду, в уютных беседках. В состав всех средств по уходу за кожей входят эфирные и растительные масла, цветочная вода и экстракты местных растений в высокой концентрации. Массаж бывает специальными и обыкновенными: микс азиатских и западных методов оздоровления. К специальным относятся наиболее удачные образцы восточных практик — шиацу, балийский, тайский, китайский плюс акупунктура. Обычным — виды лимфодренажа, антицеллюлитный, глубокий внутримышечный, ароматический. Любая из процедур действенна сама по себе, но дополненная тишиной, спокойствием, белым песком, зеленью и бирюзовой водой дает больший эффект.

СЕЙШЕЛЫ — зеленая страна, безупречно прекрасная, сплошь покрытая джунглями. И цветет круглый год — на зависть любой оранжерее. Аборигены без лишней скромности утверждают, что живут в раю. Можно поверить им на слово, но лучше убедиться лично — отправившись на один из островов архипелага.

Maia Luxury Resort & Spa, открывшийся в сентябре 2006 года, расположен на юго-западном побережье острова Маэ, на живописном холме, возвышающемся над пляжем Anse Louis. Построен отель был в соответствии с концепцией полного единения с природой, так что окружающий ландшафт оказался нетронутым — а это без малого 12 акров экзотических тропических садов, коллекция холмов и пузатых прибрежных скал. Капустные пальмы хамропс, латании, альбиции, гуаяки, панданусы, терминалии, хлебные деревья, папские чаши и многие другие растения

образуют один из самых красивых экваториальных лесов во всем Индийском океане. В этом лесу спрятаны 30 номеров-вилл — каждая общей площадью 250 кв. м. Виллы отличаются только расположением относительно холма — 10 из них находятся у его подножья (8 Ocean Front Villas и 2 Maia Signature Villas), остальные (20 Ocean Panoramic Villas) спрятались от посторонних глаз на его склоне или гребне. Концептуально виллы состоят из двух частей. Огромная открытая гостиная «газебо» с баром и отделенная от нее спальня с бассейном и выходящей к нему ванной. Во внешнем и внутреннем дизайне сочетаются элементы



Виллы обслуживает собственный дворецкий. Попросить его можно о чем угодно — приготовить ванну или организовать ужин на вертолетной площадке



ПОБЕДИМ РАК ГРУДИ.
**ВМЕСТЕ
МЫ
СИЛЬНЕЕ.**

Любое действие – ценная помощь.
Присоединяйтесь: BCAcampaign.com
#BCAstrength

КОРПОРАЦИЯ ESTÉE LAUDER
КАМПАНИЯ
ПРОТИВ
РАКА
ГРУДИ

В поддержку просвещения
и медицинских исследований.



PIAGET

*Тайны и Свет

реклама



- Остров Джудекка, Венеция -

Коллекция Secrets & Lights*
Высокое Ювелирное Искусство

piaget.com

Москва: Столешников, 5, (495) 980 9047
ГУМ, 1-я линия, (495) 662 7577
Киев: ул. М. Заньковецкой, 4, (38044) 279 4658