





Лидия Шамина

РОСКОШЬ

Умейте
выбирать
лучшее

УДК 391
ББК 37.2
Ш19

На переплете – кольцо Tutti Frutti Cartier. Париж, 1936.

Фото: Nick Welsh, **Cartier Collection**

© **Cartier**

Дизайн – **Александр Архутик**

Компьютерная верстка – **Алексей Колганов**

Цветокоррекция и обработка фотографий – **Александр Комаров**

Шамина, Лидия

Ш19 Роскошь. Умейте выбирать лучшее/Лидия Алексеевна Шамина.

– М.: Этерна, 2010. – 440с.: ил.

ISBN 978-5-480-00213-3

Многие по-разному понимают слово «роскошь». Если вещь нравится сегодня, завтра и через десять лет, то её можно назвать роскошной. Она – блистательное воплощение идей высокого дизайна, уникального мастерства и высочайшего качества. Недаром под обаяние роскоши попадают знаменитые актеры, художники, политики, бизнесмены, спортсмены.

Умейте выбирать лучшее!

УДК 391
ББК 37.2

ISBN 978-5-480-00213-3

© Л.А. Шамина, 2010

© ООО «Издательство «Этерна», оформление, 2010

Предисловие

Автор этой прекрасной книги – моя подруга и коллега Лидия Шамина – ничего не делает в полноги! Дочь кадровых дипломатов и в прошлом артистка ансамбля Игоря Моисеева, она объездила весь мир с гастрольями и обрела редкую для нашей соотечественницы широту взглядов. Ее сегодняшняя карьера – редчайший пример удачного обретения новой профессии после расставания со сценой. А ее связь с миром моды оказалась более чем плодотворной – успешная сотрудница многих глянцевого журналов и ведущих газет страны, Лидия сумела собрать в этой книге из всего ералаша своих статей достойный ряд блестяще написанных материалов о роскоши, такой, какая она есть на самом деле.

Это вовсе не гимн люксу и брендам, а правдивый и честный рассказ о великом труде, который стоит за каждым изделием, будь то костюм, сумочка, пара ботинок, брильянтовое кольцо или флакончик духов. Многовековая историческая подоплека, традиция совершенства, непрерываемое из поколения в поколение ремесло – есть суть того, что создало теперешний люкс XXI века. От персонажа к персонажу, от марки к марке, от интервью к интервью Лидия Шамина докапывается по возможности до сути явления, находя в таинственной тине каждого Дома свою жемчужину, что делает повествование таким интересным, увлекательным и законченным.

Беря в руки эту книгу, читатель не только порадует встрече со многими знакомыми и неизвестными марками Высокой моды – дизайнеров одежды, производителей обуви, ювелирных украшений и парфюмерии, но и окунется в мир истории и современности одновременно, чего нам так сильно не хватает сегодня в России. Вот почему, возможно, мы оказались так падки на самые традиционные марки роскоши за последние двадцать лет. Вот почему, на мой взгляд, в России современной нет теперь ни одного города-миллионника, где бы большинство из перечисленных в книге фирм не были представлены своими бутиками или представительствами. Россия последние годы потребляла 27% мирового производства предметов класса люкс, и выход книги «Роскошь», к тому же роскошно оформленной, безусловно, дань моде нашего времени, когда деньги бегут быстрее знаний.

Я счастлив, что дело популяризации моды в России получило еще одну великолепную книгу, а с ней и тысячи читателей станут умней, тоньше, понятливее, они оценят труд не только автора, но и всех ее героев, отдающих свою жизнь на алтарь моды и красоты, роскоши и вкуса, изящества и удобства. А бережливое отношение к традициям производства и есть критерий определения степени культурности каждого современного народа!

Александр Васильев,
историк моды,
Москва-Париж, 2010

Благодарности

Эта книга собиралась в течение нескольких лет из репортажей, очерков, интервью с первыми лицами домов моды, дизайнерами, ювелирами, парфюмерами, обувщиками, раскрывающими секреты создания предметов роскоши. Автор выражает огромную признательность всем этим замечательным людям. Особая благодарность – историку и аналитику моды, театральному художнику и коллекционеру Александру Васильеву, который первым подал мне мысль издать такую книгу. Ее появление – заслуга издательства Этерна: Нины Комаровой, Ольги Голевой, Ирины Кулюкиной. Я от всего сердца благодарю всех, кто помогал мне в создании материалов, давал ценные советы, оказывал дружескую и профессиональную помощь. В первую очередь, это Наталия Козлова, которая предоставила мне фото из своего личного архива, а также:

Floriane Despèrier VALLI
Вале рияМнаца ка нянAdler
Анна Строга но ваStephen Webster
Екате ри наЖада гид зеBorrelli
Елена Алек сан д ро ваCreed
Дмит рийФедо совLouis Vuitton
Елена Любез но ваLouis Vuitton
Гузель Ахмет ши на
Лари саИвано ва Atelier couture Crocus
Окса наБонда рен кdi-lu
Юлия Кочето ва Lalique, Christofle
Ольга Буро ва «Каше мири Шелк»
Екате ри наАнто но ва«Каше мири Шелк»
Ксения Нау мо ва
Игорь Захар кин
Ники таРыба ков
Сергей Каптил кин
Ольга Юдикс Bosco di Ciliegi
Елена Окути наMercury
Халед Джамиль Jamilco
Екате ри наСоко ло ваJamilco
Дина раТана нянLandau Fashion Group
Елена Сотни ко ваELLE

Эвелин Хромчен коL'OFICIELLE
Наде ж даИванцо ваCartier
Манэ Мели кян
Елиза ве таДреер Chanel
Елена Пахо мо ваChanel
Инна Ассе к ри то ваAior
Вик торМызни ковCoast
Ольга Плеша ко ваOrient Expresse
Татья наПлошко
Jacques Habas
Ирина Скорня ко ва«Золо той»
Ирина Хурги на«Нос таль гия»
Ната льяГвоздко ва«Нос таль гия»
Миха илШульман M-Colllection
Сэмми и Энди Котва ниImperial Tailoring
Анд рейНови ков
Марина Сингал

Отдель но благо да рю**Айтен Мура до** ву (Париж) за орга ни за ции прове де ние интервью, а более всех –
Нико лаяСапож ни ко ваа всемер ноесо- дейст виеи неиз мен нлюбез нуюпомощь.

Термины моды

alta moda (ит.) – высокая мода

alta sartoria (ит.) – высокопортновское искусство

dress code (англ.) – дресс-код, или требования в одежде светских приемов:

– если необходимо фрак или полный вечерний туалет: **white tie, cravate blanche, evening dress**;

– если необходимо смокинг: **black tie, cravate noir, evening dress**

– уточнения требования к дресс-коду: **semi-formal, black tie optional, cocktail**

haute broderie (фр.) – высокошее искусство вышивки

haute couture (фр.) – от-кутюрье, в буквальном смысле для французского термина означает «высокошеить». Это термин, обозначающий высшее значение «высокой моды». Так называют одежду высшего класса, каждая модель создана с единственными неповторимыми изысканными ручными.

haute joaillerie (фр.) – высокоювелирное искусство

haute parfumerie (фр.) – парфюмерия высшего класса

prêt-à-porter (фр.) – буквально термин означает «готовое для носки». Модели одежды прет-а-порте производятся целыми партиями и продаются в бутиках, принадлежащих домам мод.

Одежда прет-а-порте подразделяется на четыре класса. Первый – **prêt-à-porter luxe de luxe**. Это модели, изготовленные в основном из ценных тканей. Второй – **prêt-à-porter de luxe**, то есть примерно 100–200 экземпляров высшего качества. В классическую категорию прет-а-порте высшего класса входят вещи, которые имеют большие тиражи, а четвертый по цене имеет ограниченный производственный (свитера, футболки, джинсы). Одежда двух последних классов, как правило, поступает в мультибрендовые магазины ограниченных тиражей продаются фирменные магазины домов мод.

sartoriale (ит.) – наивысшее качество

su misura (ит.) или **sur mesure** (фр.) – эксклюзив, изготовленные на заказ

ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ

Альберта Ферретти (Alberta Ferretti)	14
Анн Демелемейстер (Ann Demeulemeester)	16
Антонио Маррас (Antonio Marras)	20
Балдессарини (Baldessarini)	24
Баленсиага (Balenciaga)	27
Бонне (Bonnet)	30
Борелли (Borrelli)	34
Бриони (Brioni)	39
Брунелло Кучинелли (Brunello Cucinelli)	44
Валентино (Valentino)	48
Вивьен Вествуд (Vivienne Westwood)	54
Джамбаттиста Валли (Giambattista Valli)	58
Джанфранко Ферре (Gianfranco Ferre)	63
Джорджио Армани (Giorgio Armani)	68
Диана фон Фюрстенберг (Diane von Furstenberg)	73
Дискваред (DSquared2)	76
Доминик Сиро (Dominique Sirop)	79
Жан-Поль Готье (Jean Paul Gaultier)	83
Зандра Роудз (Zandra Rhodes)	88
Ив Сен-Лоран (Yves Saint Laurent)	93
Китон (Kiton)	100
Кристиан Диор (Christian Dior)	103
Лавабр Каде (Lavabre Cadet)	108
Лемарье (Lemarié)	112

Леонар (Leonard) **117**
Лесаж (Lesage) **120**
Лоро Пиана (Loro Piana & Co.) **130**
Лучано Барбера (Luciano Barbera) **134**
Миссони (Missoni) **139**
Оскар де ла Рента (Oscar de la Renta) **143**
Пал Зилери (Pal Zileri) **151**
Пол Смит (Paul Smith) **156**
Пьер Карден (Pierre Cardin) **159**
Ральф Лорен (Ralph Lauren) **168**
Соня Рикель (Sonia Rykiel) **171**
Тони Уорд (Tony Ward) **175**
Труссарди (Trussardi) **179**
Франческо Смальто (Francesco Smalto) **183**
Шанель (Chanel) **189**
Шанталь Томас (Chantal Thomass) **192**
Эрмано Шервино (Ermanno Schervino) **196**
Эрмес (Hermes) **200**

ОБУВЩИКИ

Артиоли (Artioli) **220**
Берлутти (Berluti) **224**
Вестон (J. M. Weston) **229**
Джон Лобб (John Lobb) **233**
Джузеппе Занотти (Giuseppe Zanotti) **238**
Жак Антуан (Jacques Antoine) **242**
Лучано Падован (Luciano Padovan) **246**
Массаро (Massaro) **251**

ЮВЕЛИРНОЕ И ДЕКОРАТИВНОЕ ИСКУССТВО

- Адлер (Adler) 268**
- Веллендорф (Wellendorf) 272**
- Картье (Cartier) 275**
- Кристофль (Christofle) 281**
- Лалик (Lalique) 288**
- Маша Арчер (Masha Archer) 295**
- Мобуссен (Mauboussin) 301**
- Стивен Вебстер (Stephen Webster) 307**
- Тиффани (Tiffany & Co.) 312**
- Шомэ (Chaumet) 320**

ПАРФЮМЕРЫ

- Блез Мотен (Blaise Mautin) 332**
- Картье (Cartier) 335**
- Крид (Creed) 338**
- Рансе (Rance) 342**
- Тьерри де Башмакофф (Thierry de Bachmakoff) 345**
- Франсуаз Карон (Francoise Caron) 349**
- Шанель (Chanel) 352**
- Эрмес (Hermes) 356**

КУЛЬТОВЫЕ ВЕЩИ И УВЛЕЧЕНИЯ

Бархат 362

Корсет 367

Маленькое черное платье 372

Сигара 377

Смокинг 383

Фрак 388

Чулки и подвязки 394

Шампанское 398

Восточный экспресс (Orient Express) 409

Конное поло 416

Отель «Друо» (Hotel Drouot) 422

ПРОВОДНИКИ СТИЛЯ

Виват, Дягилев! 211

Марлен Дитрих 257

Жаклин Кеннеди-Онассис 325

Alberta Ferretti	Kiton
Ann	Christian Dior
Demeulemeester	Lavabre Cadet
Antonio Marras	Lemarié
Baldessarini	Leonard
Balenciaga	Lesage
Bonnet	Loro Piana & Co.
Borrelli	Luciano Barbera
Brioni	Missoni
Brunello Cucinelli	Oscar de la Renta
Valentino	Pal Zileri
Vivienne Westwood	Paul Smith
Giambattista Valli	Pierre Cardin
Gianfranco Ferre	Ralph Lauren
Giorgio Armani	Sonia Rykiel
Diane von	Tony Ward
Furstenberg	Trussardi
DSquared2	Francesco Smalto
Dominique Sirop	Chanel
Jean Paul Gaultier	Chantal Thomass
Zandra Rhodes	Ermanno Schervino
Yves Saint Laurent	Hermes



ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ

ALBERTA FERRETTI

Название марки:

Альберта Ферретти (Alberta Ferretti)

Страна:

Италия

Девиз марки:

Динамичный силуэт и конкретно выраженная идея

Специализация:

одежда, аксессуары, обувь

Поклонники марки:

Мадонна, Николь Кидман, Джулия Робертс

Хиты:

легкие вечерние платья



Альберта Ферретти в рабочем кабинете

Альберта Ферретти – не только основатель и главный дизайнер марки Alberta Ferretti, но еще и коммерческий директор компании.

Как ей это удается?

«Мое главное врожденное качество – креативность. А в бизнесе фантазия и креативность не менее нужны, чем в ателье. С другой стороны, мне пришлось стать предпринимателем, чтобы развивать свои дизайнерские идеи.

Чтобы добиться успеха в нашем деле, как и в любом другом, очень важно показать свою целеустремленность. Это не так трудно – главное любить то, что делаешь, всегда быть открытой новым веяниям и пропускать через себя все, что видишь. Необходимо заразить людей своими идеями. Наверное, мне это удалось: я начинала с двумя швеями, а сейчас у меня тысяча двести сотрудников.

Но вообще-то марка Alberta Ferretti началась с того, что сначала мы – моя мать и я – открыли магазин готового

платья и продавали чужие вещи – Armani, Crizia, Genny. Одновременно я создавала свои модели и развешивала их тут же в магазине. Однажды одна дама говорит: “А это чьи модели? Они продаются?” Узнав, что это мои платья, она захотела их купить. Так я состоялась как дизайнер. Хотя свою первую вещь совершенно не помню.

Я росла в мамином ателье среди тканей и манекенов, и именно она научила меня всему – и кроить, и шить, и сочинять модели. Она создавала платье, драпируя ткань прямо на клиентках – так работают только портнихи высшего класса. Сейчас все перешли на компьютеры, но я до сих пор считаю, что нарисованное платье всегда плоско, а передать линии тела и выявить новые возможности ткани и модели может только работа “вживую”, и клиентки тоже были моими учителями. Это нельзя объяснить, но, слушая их разговоры и наблюдая мамину работу, я научилась чувствовать материалы. Кстати, это было время,



Я ДЕЛАЮ ПЛАТЬЯ, КОТОРЫЕ ПОДЧЕРКИВАЮТ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ КАЖДОЙ ЖЕНЩИНЫ, КТО БЫ ОНА НИ БЫЛА. ЭТО ЧИСТО ЖЕНСКИЙ СПОСОБ СООБЩИТЬ О СЕБЕ МИРУ. И ЗВЕЗДЫ — НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ.

когда начинал Феллини, а его сценарист, Тонино Гуэрра — друг нашей семьи, и мы много беседовали. Так что можно сказать, что и Феллини был моим учителем».

Сегодня звездные клиентки марки Alberta Ferretti — Мадонна, Николь



Коллекция Alberta Ferretti весна—лето 2009

Кидман, Джулия Робертс, но синьора Ферретти считает, что между ними и обычными клиентками нет никакой разницы: «Я делаю платья, которые подчеркивают индивидуальность каждой женщины, кто бы она ни была. Это чисто женский способ сообщить о себе миру. И звезды — не исключение. Кстати, я заметила, что чем выше стоит человек, тем он проще в общении и восприимчивее к тонкостям стиля.

Стильная женщина для меня — это та, которая не суетится, культивирует свою индивидуальность и стремится осознать себя в этом мире. Те, кому это удастся, обращают на себя внимание, хотя могут быть одеты немодно. Главное — ничего не форсировать, не бояться экспериментов и быть естественной в любой ситуации. Когда женщина входит в комнату, не одежда должна привлекать к ней внимание.

Вспоминая ее, вы не должны помнить, во что она была одета. Но если не можете забыть, как и что она говорила, как двигалась, это стильная женщина, потому что она самодостаточна.

Многие не случайно предпочитают черный – я не исключение. В черном мы кажемся стройнее и выше, а блондинки, как я, еще более блондинками. В этом цвете сочетаются все формы и силуэты. И все ткани буквально играют: для дизайнера черный – просто подарок. К тому же он вне моды, что делает его еще более привлекательным. Я вообще, представляя каждую новую

коллекцию, думаю не о моде, а о том, чтобы мои вещи служили не один сезон, не надоедали, не подавляли индивидуальность, а подчеркивали ее, придавали женщине уверенности.

Я стремлюсь, чтобы моя одежда выглядела легкой, как бы незаметной, неброской. Главное – динамичный силуэт и конкретно выраженная идея. Создавая модели, я люблю думать о самых простых вещах, которые для меня ассоциируются со счастьем. Это может быть вид на море, раннее утро, поездка в горы. Только надо уметь получать от них удовольствие. Или учиться этому».

ANN DEMEULEMEESTER

Название марки:

Анн Демелемейстер (Ann Demeulemeester)

Страна:

Бельгия

Девиз марки:

Дизайнеры не должны быть диктаторами

Специализация:

одежда, обувь, аксессуары

Хиты:

пальто-фрак, туники, меховые жилеты, длинные шарфы, «солдатские» сапоги



Анн Демелемейстер
Фото: Сергей Капилькин

Дизайнер Анн Демелемейстер перевернула представление о моде: оказалось, что куда более стильно не следовать сезонным тенденциям, а прислушиваться к себе. Во всем мире ее считают культовой фигурой моды XX века, сама же Анн с недоумением пожимает плечами.

«Приятно, что кто-то так думает. Но я не хочу быть культовой фигурой – я хочу быть нормальной женщиной: оставаться самой собой в любых обстоятельствах, крепко стоять на земле и просто создавать красивую одежду.

Понимание, что создавать одежду – мое призвание, пришло как-то сра-

зу, я никогда не сомневалась в выборе профессии. Когда мы начинали, в 1985 году, мир только открыл дизайнеров-японцев Рэй Кавакубо и Йоджи Ямамото. Мы были очень молодыми, и, возможно, они оказали на нас влияние. Но я думаю, что

ПОНЯТИЕ ЭЛЕГАНТНОСТИ НЕ ИМЕЕТ ОТНОШЕНИЯ К ОДЕЖДЕ, КОТОРАЯ ВСЕГО-НАВСЕГО СРЕДСТВО ПЕРЕДАЧИ НАШЕГО МИРООЩУЩЕНИЯ. ЭЛЕГАНТНОСТЬ ИДЕТ ИЗНУТРИ.



Коллекция Ann Demeulemeester весна–лето 2005

если бы их не было, мы бы все равно создали то, что создали. Нас называли знаменитой антверпенской шестеркой, но это объединение очень условно¹. Во всяком случае, я никогда не причисляла себя к ней. Просто было очень трудно выговорить наши бельгийские фамилии – вот нас и представили миру всех вместе. Хотя каждый из нас самостоятельный дизайнер с оригинальным видением. Это было просто совпадение, что мы учились на одном курсе.

Тем не менее хотя я и верю в судьбу, но считаю, что человек сам должен предпринимать усилия, чтобы предзнаменования сбывались.

Создавая новую коллекцию, я прислушиваюсь только к себе, стараясь выразить в одежде то, что чувствую. Если потом вдруг оказывается, что это уже существующая тенденция, что я могу поделать? Идеи действительно витают в воздухе, и мы создаем то, чего люди хотели бы, мы просто слышим их и одновременно отвечаем на свои вопросы. Например, понятие элегантности не имеет отношения к одежде, которая всего-навсего средство передачи нашего мироощущения. Элегантность идет изнутри. Часто бывает, что человек одет элегантно, но его поведение, манеры, речь говорят о другом.

Многие творческие натуры считают, что блошинные рынки – стабильный источник вдохновения. Я из их числа, но это не значит, что я пропадаю в этих местах. В улочках Ан-

¹ Антверпенская шестерка – шестеро бельгийских дизайнеров – выпускников Королевской академии изящных искусств в Антверпене начала 1980-х годов; в 1985 году каждый из них создал собственный бренд: Дрис ван Нотен, Мартин Маржьела, Анн Демелемейстер, Дирк Биккембергс, Вальтер ван Бейрендонк и Дирк ван Саен. – Прим. авт.

тверпена полно маленьких приманок, где так много неожиданных подарков – это и музеи, и близкие люди, которые знают, что может меня привлечь. У меня нет времени ходить туда часто, но, когда появляется что-то, что мне могло бы понравиться, они звонят: “Анн, приходи, есть кое-что для тебя”. Это может быть что угодно: коврик, кастрюлька, абажур для лампы. Они могут подсказать новое решение.

Например, тонкую, как пергамент, кожу ламы для одной из моих коллекций, я нашла в Перу и Боливии. Я всегда использую мех или шкуры только тех животных, которых все равно истребляют в гастрономических целях. Конечно, мне пришлось поломать голову, чтобы найти способ обработки, но для многих это стало доказательством простой мысли: красоту можно создавать там, где ее не ждут. Интересные решения находятся где угодно, скажем овечья шкура вполне может сойти за шелк, если ее правильно обработать.

С другой стороны, я всегда думаю о потенциальной клиентке как о женщине, которую очень хотела бы встретить в жизни. Моя работа состоит в том, чтобы сделать ее более красивой, и поэтому этот образ собирательный. Несмотря на авангардность, мои модели могут носить не только худющие «вешалки». Я ува-

жаю каждую женщину, которая может обратить внимание на мои модели. И стараюсь сделать так, чтобы они подошли ей.

Сама я никогда не знаю, где заканчивается моя коллекция и где начинаюсь я. Поэтому я всегда одета в свои вещи – для меня это так естественно. Это моя личная роскошь, которую я могу себе позволить. Когда меня просят дать определение роскоши, я отвечаю так: “Если кто-то из близких спросит меня об этом, я отвечу: “Роскошь – твои глаза рядом”. Это мой муж, с которым мне очень повезло в жизни, потому что он всегда меня понимает, и мой девятнадцатилетний сын, которым я горжусь. Я познакомилась с мужем, когда мне было 16 лет, и с тех пор я очень счастлива с ним. Он помогает мне в работе. По образованию он фотограф, и более творческой натуры я не знаю. Он очень вдохновляет меня, и я всегда доверяю его мнению. Это мой руководитель по жизни. Настоящих друзей у меня, как у всякого нормального человека, не так уж много, как пальцев на руке, но на всех я могу положиться. Я ни от кого не люблю зависеть, кроме себя. Другое дело, что от меня зависит моя команда, но мы все не свободны в этом мире. В Антверпене меня все знают в лицо, но знают также, что я нормальный человек, и у нас у всех очень простые отношения: “привет – привет”. Если я встречу даму с ног до головы одетую от Ann Demeulemeester, она просто посмотрит на меня: “Ну как я тебе?”

Чтобы держать свою жизнь в равновесии, я научилась останавливаться. Очень важно держать дис-

САМА Я НИКОГДА НЕ ЗНАЮ, ГДЕ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ МОЯ КОЛЛЕКЦИЯ И ГДЕ НАЧИНАЮСЬ Я. ПОЭТОМУ Я ВСЕГДА ОДЕТА В СВОИ ВЕЩИ. ЭТО МОЯ ЛИЧНАЯ РОСКОШЬ, КОТОРУЮ Я МОГУ СЕБЕ ПОЗВОЛИТЬ.



Коллекция Ann Demeulemeester весна–лето 2007

танцию между собой и работой. Хотя это нелегко, и раньше я просто не знала, что это такое – вдруг перестать работать. Теперь я иду в сад. У меня два сада: один маленький в Антверпене и за городом – большой. Я люблю в природе все, но, может, больше других растений – деревья. Кстати, о роскоши: самая большая роскошь в жизни иметь землю, на которой ты можешь что-то сам создавать. Я скромный человек, не люблю выходить в свет, по-

мне, лучше побольше времени проводить с близкими людьми. Я всегда слушаю свое сердце, понимаю, что правильно для меня, и тогда уже иду напрямик. Я не люблю кривых дорожек и никогда не мучаюсь сомнениями.

Если не ладится работа, я пеку торты. Очищаю свое сознание, и потом опять приходит энергия. Я научилась понимать, что у меня есть талант, и если сию секунду он заснул, то он все равно есть, и просто должно пройти время, чтобы он мне что-то подарил. Бывают удачные моменты и неудачные – я же обычный человек. Я не боюсь, что когда-нибудь талант заснет окончательно, страх – нехорошая эмоция. Если ты чего-то боишься, ничего не добьешься. Хотя один страх у меня есть: я отчаянно боюсь летать и никогда не путешествую. Хотя машиной управляю без проблем. Больше того, у моего отца есть свой самолет, и я управляю им без страха. Но мысль о том, что я не могу контролировать процесс, заставляет меня умирать физически: я потею, голова раскалывается. Если мне все же приходится летать, я принимаю снотворное».

Надо сказать, в Москву Анн Демелемейстер все-таки прилетала и, по ее словам, испытала потрясающее ощущение: «Я приехала в страну, где никогда не была, а меня тут так хорошо знают».

На вопрос о роли вдохновения Анн Демелемейстер отвечает просто: «Трудно объяснить словами, когда оно приходит, – это случается или нет. Если оно вдруг обо мне забыло, я сама стараюсь его найти – ищу ответы на вопросы, которые меня мучают, и если нахожу, вдохновение тут как тут.

Если я вижу, что кто-то сделал шедевр или даже просто по-настоящему профессиональную вещь, если я слышу прекрасную музыку, вижу великолепную картину, тогда через меня как бы проходят токи, где-то в глубине себя я чувствую как будто толчок и понимаю, что через меня проходит вихрь энергии, которая поможет мне создать что-то действительно стоя-

щее. Я не завидую тому, что сделано хорошо, но, когда вижу небрежность или непрофессионализм, всегда думаю: «Ох, как это ужасно, я бы сделала лучше». А вот чем я могу гордиться – так это своей жизнью, которую создала сама. Своей семьей и работой – по-моему, у меня неплохо получается. Я умею настоять на своем и всегда делаю это».

ANTONIO MARRAS

Название марки:

Антонио Маррас (Antonio Marras)

Страна:

Италия

Специализация:

одежда, интерьеры, мебель, аксессуары



Антонио Маррас
Фото: Никита Рыбаков

Для Антонио Марраса, создателя известной итальянской марки Antonio Marras, нет предметов приятнее, чем всякого рода древности, из которых он создает весьма современные платья. Как получается такой контраст?

Антонио Маррас – уроженец Сардинии, а там так много живописной старины, что ее просто невозможно не использовать в моде.

«Кто только ни владел этим островом – и греки, и испанцы, и турки, и все эти народы оставили огромный след в нашей культуре. Народ у нас довольно закрытый, мужчины суровые, трудяги, потому что всегда боролись за свободу острова, который все хотели завоевать. А женщины определяют все, от кухни до моды. И все такие щедрые! У нас очень раз-

вито народное творчество: керамика, украшения, ковры – невероятной красоты. Я обожаю собирать разные древности вроде ржавых, никому не нужных гвоздей, но в какой-то момент они могут подсказать очень оригинальное решение силуэта или недостающую деталь. И еще меня очень привлекают идеи мадам Гре¹ и Коко Шанель, которые совершили революцию в моде XX века. Но я не только воспроизвожу традиции прошлого, я стараюсь увязывать их со всем новым, что происходит сегодня в мире. Как только беру ручку, она буквально

¹ М а д а м Г р е – французский кутюрье Аликс Бартон. Настоящее имя Жермен Эмили Кребс (1903-1993). В 1942 г. взяла себе псевдоним Гре (Gres) – перевертыш от Серж, так звали ее мужа, русского художника Сергея Черевкова. И под таким именем ее Дом вошел в Синдикат высокой моды. – Прим. ред.

Я ТЕРПЕТЬ НЕ МОГУ СТАНДАРТНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О КРАСОТЕ, ЕДИНСТВЕННАЯ ПОСТОЯННАЯ ВЕЛИЧИНА ДЛЯ МЕНЯ — РУССКИЕ КРАСАВИЦЫ. ЭТО НЕ ОБСУЖДАЕТСЯ. Я ВСЕГДА СТАРАЮСЬ НАБИРАТЬ ДЛЯ ПОКАЗОВ ПОБОЛЬШЕ РУССКИХ МОДЕЛЕЙ.



**Фрагмент показа коллекции Antonio Marras
осень–зима 2008–2009**

“выташнивает”, сохраните это слово, пожалуйста, то, что во мне накопилось от смешения старины и новаций.

Это касается не только одежды, но и интерьеров бутиков. Особенно я люблю диваны – они играют какую-то особую роль в интерьере.

Для московского бутика я пересмотрел примерно пятьдесят диванов, прежде чем выбрал такой солидный, мужской, коричневый, который поставил на мужскую половину, а белый, весьма легкомысленный, поставил на дамскую. Он очень напоминает диван моей тети, которая всегда запрещала мне на него садиться: “Испачкаешь!” Я клал какую-нибудь подстилку, прежде чем сесть хотя бы на краешек. И сегодня я с удовольствием плюхаюсь на белый диван, похожий на тот, тетин. И сам бутик я всегда стремлюсь устроить как театр: примерочные с занавесями, специальный свет. Это для того, чтобы женщина почувствовала себя немного примадонной. Весьма правильный маркетинговый ход: я должен сделать все, чтобы появилось желание купить что-то, чего у дамы еще нет. Это может быть самая обычная вещь, но она должна быть показана так, чтобы заставить мечтать о ней. И представлять себя героиней кино, театра, сказки. Это виды искусства, которые я обожаю, и я решил наполнить бутик вещами, которые выражали бы мои сумасшедшие мечты. Я представляю каждый свой бутик как съемочную площадку, где женщина каждый раз играет новую роль. Что меня вдохновляет? Я терпеть не могу стандартных представлений о красоте, единственная постоянная величина для меня – русские красавицы. Это не



Коллекция Antonio Marras осень–зима 2008–2009

ДАЖЕ СЕЙЧАС, ЕСЛИ Я УВИЖУ НА УЛИЦЕ ЧЕЛОВЕКА В НЕОБЫЧНОМ ПАЛЬТО, Я ИЗВИНЮСЬ, НО ПОПРОШУ ДАТЬ МНЕ ПОТРОГАТЬ ТКАНЬ ЕГО ПАЛЬТО. СЕГОДНЯ УТРОМ Я САМ В ВАННЕ СТИРАЛ ПЛАТЬЕ ИЗ СВОЕЙ КОЛЛЕКЦИИ — ПОТОМУ ЧТО ДОЛЖЕН ОЩУЩАТЬ ЕГО АУРУ.

обсуждается. Я всегда стараюсь набирать для показов побольше русских моделей.

Если говорить о мужчинах, то к понятию комильфо их приближает очень хорошо скроенный по фигуре пиджак из дорогой ткани. Важно также, как ты его носишь. Даже если с джинсами и толстовками с капюшонами, все равно будешь выглядеть элегантно. Независимо от ткани — свои я, например, специально обрабатываю: выжигаю, вытираю, покрываю пятнами, даже немного рву. Для меня очень важен тактильный контакт. Когда я был маленький, я всегда все трогал руками. Однажды я сидел на первой скамейке в церкви, и у священника на столе было такое красивое кружевное покрывало, что я не удержался и подлез поближе, чтобы потрогать его. Бац — и все, что было на столе, упало. Даже сейчас, если я увижу на улице чело-



века в необычном пальто, я извинюсь, но попрошу его дать мне потрогать ткань его пальто. Сегодня утром я сам в ванне стирал платье из своей коллекции – потому что должен ощущать его ауру. Все ткани, которые приходят ко мне в мастерскую, я должен помять, потереть, ощутить фактуру. Несколько лет назад я хотел сделать коллекцию из кожи – и когда кожа прибыла, почти всю ее отправил обратно. А чуть-чуть привез на Сар-



Коллекция Antonio Marras осень–зима 2008–2009

динию. Был август, жара тридцать градусов, я тут же постирал эту кожу, помял, потер, потоптал – и вещи из нее имели потрясающий успех. У меня дома огромный треугольный стол, заваленный красками, эскизами, пластилином – и мои руки все время вымазаны, я все делаю только вручную.

Мои модели немного странные, и дамы в возрасте стесняются их надевать, считая слишком молодежными. Я бы им посоветовал не комплексовать насчет возраста. Я, как мужчина, считаю, что у женщины возраста нет. Когда мы с женой и детьми куда-нибудь уезжаем, моя теща с удовольствием носит шорты и мини моей жены – и прекрасно в них выглядит. Конечно, слишком пышные формы обтягивать не стоит, но любую вещь можно приспособить к своей фигуре. Я очень верю в ум женщины, она значительно умнее мужчины. Чем больше я живу, тем прочнее убеждаюсь в ее умении правильно подобрать вещи. Особенно это относится к аксессуарам.

Одежда – это фундамент, на котором можно разместить то, что выделит вас из толпы. Это может быть все что угодно: браслеты, роза на груди, – все, что подчеркивает женственность. А основой может быть простая и строгая черная кофточка, на которую женщина наносит краски, которые подходят именно ей, подчеркивают ее индивидуальность.

Я и сам такой: например, ношу красную нитку на запястье – она из ткани, которую я всегда использую в своих коллекциях, его даже называют красный цвет Марраса. Это как талисман, который приносит удачу, и вся наша команда носит такие же. Эту нитку все время хочется трогать, и мне кажется, само это движение

приводит в движение механизм креативности. А браслет из монет мне подарила одна синьора в Амстердаме – она привезла его из Тибета. И я, как фанат старины, не снимаю его уже много лет. А брошь на пиджаке – лицо влюбленного бандита на фоне раненого сердца, это символ новой женской коллекции.

Когда меня спрашивают, какую женщину я хотел бы одеть, я вспоминаю о Шарлотте Рэмплинг. Это женщина из фильмов Висконти, Феллини, Пазолини. Когда я увидел фотографию Юргенса Теллера, который опирается на плечо Шарлотты, я подумал: «Как бы я хотел быть на его месте!» Очень

красивы французские женщины – однажды за ужином рядом со мной сидела Катрин Денев: какое очарование исходит от нее! А когда я думаю об Изабель Аджани в фильмах Трюффо.... Я так люблю кино, что слишком его идеализирую и стараюсь даже не приближаться к этим красавицам, чтобы их волшебный мир меня не разочаровал. Поэтому я предпочитаю думать, что Изабель Юппер в жизни такая же загадочная и гениальная, как на экране. В жизни же меня привлекают более зрелые женщины, которые имеют сложившийся характер и жизненный опыт. Наверное за то, что они умеют разговаривать».

BALDESSARINI

Название марки:

Балдессарини (Baldessarini)

Страна:

Италия

Девиз марки:

Неважно, кто владеет маркой, важно, кто ее представляет

Специализация:

одежда, ароматы, аксессуары

Поклонники марки:

Ричард Гир, Джон Траволта, Квентин Тарантино, Николас Кейдж, Майкл Дуглас, Мики Хаккинен, Карл Лагерфельд



Вернер Балдессарини
Фото: Никита Рыбаков

Вернер Балдессарини родился 23 января 1945 года в городке Кюфштейн, Австрия, получил образование специалиста по экономике торговли текстильной продукцией. Весной 1973 года, в должности байе-

ра мюнхенского универмага Hirmir, Балдессарини начинает сотрудничать с бизнесменом Уве Холи, а в 1975–2002 годах Балдессарини – главный дизайнер компании Hugo Boss. Дорогие итальянские ткани и

КОСТЮМ РУЧНОЙ РАБОТЫ МОЖЕТ БЫТЬ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ХОРОШИМ ТОЛЬКО В ТОМ СЛУЧАЕ, ЕСЛИ КЛИЕНТ И ПОРТНОЙ ЕДИНОМЫШЛЕННИКИ.

тщательность немецкого кроя в его концепции производят революцию в области мужского костюма: некий шейх закупил целую партию, а пресса и телевидение умело раздули сенсацию. В 2002 году Вернер Балдессарини основал собственную марку Baldessarini, которая выпускает мужские костюмы экстра-класса. Интересно, что сам Балдессарини терпеть не может галстуков и официальных костюмов. Обаятельный и деловой, Балдессарини привлекает к рекламе марки звезд. В то же время он принципиально не прибегает к услугам профессиональных моделей, предпочитая пиарить друзей. В 1999 году его приятель, всемирно известный владелец бара в Мюнхене Чарльз Шуманн, автор книги о коктейлях, стал лицом компании в 20 странах.

Вернер Балдессарини всегда считал, что качество и элегантность – две лошади в одной упряжке. «Для меня они являются отправной точкой для создания чего-либо, делают вашу жизненную историю прекрасной или ужасной. Если у вас отличный костюм, но плохие туфли, ваш облик никуда не годится. Если аромат не тонкий, слишком навязчивый, вашему персональному имиджу просто конец. То же и с костюмом. Костюм ручной работы может быть по-настоящему хорошим только в том случае, если клиент и портной единомышленники. Можно сделать рубашка более короткими или борта более узкими, но технологически универсальные вещи не должны под-

вергаться экспериментированию. Костюм способен корректировать недостатки фигуры. Я считаю наиболее важными частями тела мужчины плечи и, извините, попу. Ничего страшного, не смущайтесь, это международное название места пониже спины. Идет ли речь о костюме, брюках, плаще, моя идея одна и та же: если у мужчины красивые мощные плечи и маленькая попа, он в порядке. Прежде всего потому, что ему обеспечено внимание женщины. Конечно, такие идеальные линии природа дарит не всем. Когда я только начинал, то прежде всего решил, что мой крой будет исправлять эту несправедливость. При условии, что мужчина не должен чувствовать себя скованно в моей одежде. Скажем, сидя в машине, мужчина должен без усилий дотягиваться до руля. Секрет не в том, чтобы сделать одежду больше – она от этого потеряет элегантность. Остается маленькая, узкая лазейка между свободой и хорошей посадкой костюма. Конечно, существуют национальные особенности. Итальянцу куда комфортнее в легком льняном костюме – язык его тела иной, чем у более серьезного, основательного немца.

Если говорить о женской одежде, задача усложняется: у женщин гораздо больше выпуклостей, которые они хотели бы скрыть. Но женщины более внимательны, быстро понимают, что им к лицу, а чего надо избегать. Мужчины этим качеством обладают редко. К тому же они ленивы: видят в офисе или в кино костюм в полоску и решают купить такой же. Но это стыдно, потому что мода может давать столько прекрасных эмоций! Посмотрите на животных: самец всегда выглядит наряднее самки. И я

считаю, что людям надо задуматься над этим.

Многие мужчины не понимают, почему надо выбрасывать бешеные деньги за костюм ручной работы, особенно льняной, – мол, мнутся одинаково дорогой и дешевый. Но пусть тот, кто морщит нос, хотя бы раз в жизни примерит пиджак ручной работы – каждый из них несет печать индивидуальности, живой энергии. А тысячи готовых костюмов похожи друг на друга, как близнецы. К тому же костюм ручной работы плохо шить из плохой ткани, и дорогая, качественная ткань только добавляет ему привлекательности.

Сегодня никто не находится долго на улице – такси, машина, метро, наконец. Потом вы попадаете в теплое помещение, и в теплом костюме вам будет некомфортно. Кроме того, в легкой одежде меньше устаешь. Наконец, это привлекательно, это требование времени и клиентов. Мир мужчин жаждет роскоши – потому что все остальное уже освоил. И костюмы из шелка, который раньше шел на галстуки, никого из снобов не удивляют. Мужчины, берущие пример с женщин, хотят испытывать наслаждение от прикосновений, и я предлагаю им жакет из кожи питона, воротник из чернобурки на сафьяновой подкладке, эспадрильи на натуральном каучуке – почему бы нет? Даже для офи-

циальных костюмов я стараюсь использовать самую легкую ткань: на производство одного квадратного метра идет 220 граммов викуньи, самой легкой шерсти. Еще недавно это было 600 граммов. Конечно, такие ткани недешевы, но знаете разницу между мятыми дорогими и дешевыми льняными брюками? Дорогие, даже абсолютно изжеванные, все равно выглядят благородно, в них чувствуется жизнь, а их владелец носит их с удовольствием.

Вообще, удовольствие – важная, я бы сказал, философская вещь. Как производитель аксессуаров скажу, что делаю только такие, которые искренне люблю. И советую покупать только те, что доставляют удовольствие, – это автоматически придаст облику покоя и благородства. Например, я ношу браслет из кожи хвоста слона – и мне приятно вспоминать время от времени, что это оригинальная вещь, от этого я чувствую себя как-то лучше, значительнее. Это не снобизм, а проявление вашего отношения к имиджу. Но вообще аксессуары мужчины должны быть не китчевыми, а мужественными. Их надо уметь выбирать. Скажем, на мускулистой мужской руке часы с циферблатом среднего размера будут выглядеть неправильно. И каждый мужчина должен чувствовать, что именно выбранный аксессуар может добавить к его облику. Например, стандартный красный паспорт, если обернуть его красивой экзотической кожей, добавит элегантности, будет доставлять приятное ощущение собственной эстетической самодостаточности. Например, я обожаю нарды, но нигде не мог найти такие, которые любил бы. И сделал их сам – из кожи,

ЗНАЕТЕ РАЗНИЦУ МЕЖДУ МЯТЫМИ ДОРОГИМИ И ДЕШЕВЫМИ ЛЬНЯНЫМИ БРЮКАМИ? ДОРОГИЕ, ДАЖЕ АБСОЛЮТНО ИЗЖЕВАННЫЕ, ВСЕ РАВНО ВЫГЛЯДЯТ БЛАГОРОДНО, В НИХ ЧУВСТВУЕТСЯ ЖИЗНЬ, А ИХ ВЛАДЕЛЕЦ НОСИТ ИХ С УДОВОЛЬСТВИЕМ.

которую нашел только во Флоренции, и тяжелого металла, – их приятно взять в руку. Потом сделал такие же шахматы: дорогие материалы, из которых они сделаны, внушают уважение, заставляют думать над игрой, понимать ее значимость. В конце концов, это просто приятно – окружать себя элегантными вещами. Причем я не вижу разницы между элегантностью юноши и старика. Возраст здесь на последнем месте. Главное – что у человека в голове.

Можно в 20 лет быть ментально зрелым мужчиной, а есть солидные господа с мышлением подростка. Идеальный клиент для меня – это личность, которая в любом возрасте имеет собственное суждение обо всем, в том числе об одежде, которую выбирает. Чем он занимается, значения не имеет, это может быть актер или банковский служащий. Важно, чтобы он был открыт миру, умел впитывать новое и с умом применять к себе».

BALENCIAGA

Название марки:

Баленсиага (Balenciaga)

Страна:

Франция

Девиз марки:

Кутюрье должен быть архитектором кроя, художником цвета, скульптором формы, музыкантом гармонии и философом стиля

Специализация:

одежда, аксессуары

Поклонники марки:

Габриель Шанель, Барбара Хаттон, Мона фон Бисмарк, Глория Гиннесс, Полин де Ротшильд, герцогиня Виндзорская, Марлен Дитрих, Ингрид Бергман

Хиты:

вечерние платья haute couture, рукав 3/4, платье-баллон, юбка-бочонок, платье-туника, платье-мешок, блузка без воротника, воротник, визуально удлиняющий шею



Кристобаль Баленсиага



В парижском Музее декоративного искусства недавно проходила выставка «Balenciaga.Paris», на которой впервые были представлены творения величайшего дизайнера

XX века Кристобалья Баленсиаги, созданные в разные годы существования Дома моды Cristobal Balenciaga.

Очарование и чисто парижский шарм выставки – в тонко продуман-

ном сочетании великолепных платьев, изящных эскизов, редких фото работы выдающихся модных фотографов XX века – экстравагантные ракурсы и позы буквально заставляли посетителей замереть в восхищении. Экспонаты сопровождали отрывки из только что вышедшей книги Памелы Гольбэн с одноименным названием «Balenciaga.Paris» – благодаря всем этим впечатлениям посетители словно переносились в элегантную атмосферу модных салонов середины прошлого века...

Вот перед вами ателье на набережной Сены, в двух шагах от аристократичной place d'Alma и avenue George V, куда начиная с 1937 года слетались все самые рафинированные модницы Европы и Нового Света. Мадемуазель Рене, директриса и первое лицо Дома Cristobal Balenciaga, уже стоит в дверях, предлагая маленькие новинки-приманки – перчатки из тончайшего бархата, сумочки из лайки, изысканных цветов шали из натурального шелка, и это лишь первый шаг на пути в волнующий мир haute couture.

«АТМОСФЕРА В ДОМЕ БАЛЕНСИАГА БЫЛА ПРЯМО ПРОТИВОПОЛОЖНОЙ РАДУШЬЮ, ЦАРИВШЕМОУ У ФАТА. ИНТЕРВЬЮ С МЕСЬЕ БАЛЕНСИАГА — ИСКЛЮЧЕНО! НЕСКОЛЬКО СЛОВ О ТОМ, ЧТО ПРОИСХОДИТ В ЕГО ДОМЕ, — НЕТ! ПОЯВЛЯЛОСЬ ЧУВСТВО, БУДТО НАД НЕВИДИМЫМ МЭТРОМ ВИТАЮТ ПРИЗРАКИ ЖЕРТВ ИСПАНСКОЙ ИНКВИЗИЦИИ...»

Анни Латур. Волшебники парижской моды. М., Этерна, 2009.

Сумасшедший перфекционист, баск по рождению, Кристоаль Баленсиага, открывший собственный Дом моды в Сан-Себастьяне двадцати трех лет от роду, отличался отменным тщеславием: соблазняя клиенток роскошными нарядами, он лихо назначал немислимые цены – и не знал поражений.

Оказавшись в 1937 году в Париже, Кристоаль Баленсиага очень быстро прослыл «королем парижской моды». Для иностранца дело немислимое. Почему? Проявив недюжинные коммерческие способности, одним махом он собрал все сливки общества – изящной серебряной ложкой, с которой явно родился во рту. К элегантному красавцу первые модницы мира слетались как мотыльки на огонь. Да, он назначал умопомрачительные цены на захватывающие дух модели, но это значит, что вы прославитесь в один вечер – если вы в туалете от Cristobal Balenciaga.

Коко Шанель считала его единственным кутюрье, который способен самостоятельно моделировать, кроить и шить. Как минимум одну модель в коллекции Баленсиага создавал собственноручно от начала до конца. Он вообще не признавал машинерию после визита в Америку, где познакомился с индустрией изготовления готового платья. Сам мастер говорил: «Кутюрье должен быть архитектором кроя, художником цвета, скульптором формы, музыкантом гармонии и философом стиля». Он действительно был гением портняжного искусства: с помощью нескольких стежков мог создать широкое пальто из единого куска ткани, а линии его рукава стали эталоном изящества. Из своих любимых тканей – плотного шелка и тонкого сукна, которые великолепно



Модель коллекции Balenciaga, 1951

держат форму, Баленсиага создавал шедевры: струясь красивыми складками, они великолепно скрывали недостатки фигуры. Его ноу-хау до сих пор не выходят из моды: высокий круглый ворот, рукав 3/4, юбка-бочонок, а также знаменитые прямые платья-туники.

Однажды легендарная миллионерша Барбара Хаттон в один прием за-

казала у него девятнадцать платьев, шесть костюмов и неземной красоты туалет из прозрачайшего муслина с драгоценной вышивкой, который проще назвать откровенным деза-биллье – или артефактом.

В гардеробе не менее знаменитой модницы, иконы стиля XX века Моны фон Бисмарк – 89 платьев от Balenciaga. Кстати, когда в железнодорожной катастрофе пропала половина ее гардероба, первый, к кому она обратилась, был душа Кристоаль – на все случаи светской жизни Мона за один визит заказала 150 платьев!

В немалой степени выбор объяснялся обаянием постоянно присутствующих в Доме *mademoiselles de mannequins*, которых Баленсиага отбирал исключительно лично. «Только дюжина – и ни одной больше, но самые лучшие в Париже!» – восклицал маэстро, оценивая дебютанток за редкие по красоте плечи, бюст, талию, лодыжки, осанку. Колеетт, чьим именем назван самый модный бутик-кафе в центре Парижа на rue Saint-Honore, была всего лишь одной из многих!

Под крылышком Баленсиаги расправили плечи, а потом открыли собственные Дома будущие мэтры моды – Андре Курреж, Эммануэль Унгаро. Сам же «король парижской моды» был вынужден сдаться под влиянием обстоятельств: в феврале 1968 года Дом моды Cristobal Balenciaga представил свою последнюю коллекцию, чтобы закрыть двери перед восторженными почитательницами – увы, уже немногочисленными. Убитая горем Мона фон Бисмарк три дня прорыдала в постели, не представляя, в чем теперь она будет выходить в свет.

Однако история Дома на этом не закончилась. В 1997 году молодой дизайнер Николя Гескьер становится директором Дома, главным образом пытаясь сохранить наследие великого кутюрье, одновременно год за годом представ-

ляя авангардные коллекции под грифом Balenciaga par Nicolas Ghesquiere, чем и вывел легендарный Дом из забвения, напомнив об ослепительном блеске haute couture ушедшего XX века, роскошного и великолепного.

BONNET

Название марки:

Бонне (Bonnet)

Страна:

Франция

Специализация:

гребни, оправы для очков, шкатулки, бальные книжки из морской черепахи caret

Поклонники марки:

Саша Гитри, Шарль де Голль, Жаклин Кеннеди, Ив Сен-Лоран, Жак Ширак



Франк Бонне за работой

Мaison Bonnet – скромная вывеска на доме номер 8 на тихой улочке Tiphaine на Левом Берегу непостижимым образом привлекает тех, кто умеет ценить шик и эксклюзив ручной работы. Газовая плитка, кастрюльки, средневекового вида инструменты, которым место на блошином рынке, – вот и все убранство знаменитого Дома. Однако каким бы важным клиентом вы ни были, вам откроют дверь только по предварительной договоренности.

«Вчера, – между делом говорит Франк Бонне, владелец крошечного ателье по производству оправ для очков из панциря черепахи, – на вашем месте сидел барон Ротшильд. Мы проболтали часа три. Его шофер истер лимузин до дыр, но я доволен:

у барона будет отличная причина пофорситься в свете».

Мода на изделия из панцирей черепах пришла во Францию из Италии, где пик расцвета ремесла пришелся на XVIII-XIX века. Но почему-то почти все семейные предприятия закрылись, и это весьма выгодное дело продолжили предприимчивые французы: гребни, оправы для очков, шкатулки, бальные книжки из морской черепахи (caret) считались весьма изысканным аксессуаром и шли нарасхват.

В Париже семейное предприятие Бонне обосновалось в 1955 году, когда дед Франка Бонне зарегистрировал марку Maison Bonnet. На витрине до сих пор стоит аббревиатура AB, Atelier Bonnet – так назывался Дом

раньше. На самом деле в семейном альбоме можно найти фото прапрадедушки нынешнего владельца, вытачивающего из панциря оправу, – семья Бонне жила в то время в департаменте Юра.

Бонне уже тогда имели своих представителей на всех континентах, выходящих на Тихий океан, а то и специально отправлялись покупать сырье напрямую у ловцов: черепахи, живущие в очень теплых водах, отличаются самым пластичным, неприхотливым в работе панцирем. Но их становилось все меньше, отлов регламентировался, как в случае со слоновой костью.

Задолго до того, как в 1974 году был принят так называемый “запрет Вашингтона”, семья Бонне, единственная во Франции, получила право пользоваться государственными запасами, создаваемыми десятилетиями на территории Франции. Правда, это сырье не подходило для товара *luxe de luxe*: панцири в основном темные, что снижает класс изделия.

Семья Бонне оказалась дальновиднее. У отца Франка, Кристиана

Бонне, в огромном сейфе до сих пор хранится солидный запас панцирей черепах со светлыми пятнами на пластинах. Это большая редкость: на весь темный панцирь приходится несколько сантиметров светлого окраса. До сих пор сырье на особо изысканные заказы Бонне-старший подбирает сам именно из этих личных запасов. Надо долго смотреть их на свет, выбирая наиболее выгодные для совмещения места.

Сегодня во Франции *Maison Bonnet* единственный, кто занимается этим ремеслом. Как-то солидная американская компания хотела купить у Бонне инструменты и производство, но оказалось, что продукция Дома считается национальным достоянием Франции и вывозить ее нельзя. Нет, вы можете заказать пару оправ, не больше, и увезти в США или какую-то другую страну, и это все. При этом даже линзы вы должны вставить во Франции – таков закон. Именно из-за этого у Бонне не сложились отношения с большими домами: когда в *Hermes*, например, узнали, что продавать за границу изделия из панциря нельзя, интерес пропал. Тогда у богачей всего света сложилась традиция лично приезжать в захламленное ателье Бонне.

Возможно, их привлекает возможность напрямую приобщиться к загадкам природы. Например, темный цвет панциря ценится ниже светлого именно из-за редкости. А также из-за трудоемкости работы: чтобы собрать вместе несколько светлых фрагментов, надо перебрать сотни вариантов, затем умело отсоединить светлые участки от темных и очень аккуратно обработать их. Только на это уходит две-три недели, но эффект получается сногшиба-



Оправа Bonnet для мужских очков из панциря черепахи светлых тонов – самая дорогая

бательный: через несколько слоев светлого панциря можно читать даже самый мелкий и неясный текст. По этой хитрой особенности оправы Бонне узнают ценители: логотип на изделие Дом не ставит принципиально, только на внутренней стороне заушника две крохотные буквы из серебра, просто старинное AB – Atelier Bonnet.

«Панцирь – это же кератин, как ногти, хрупкое, но живое вещество, – демонстрирует эластичность пластины Франк Бонне. – Он не может вызвать аллергии, это теплый и комфортный материал, который быстро принимает температуру тела. Его можно нарастить, и это будет выглядеть естественно. Много лет я делаю ложечки для икры по заказу ма-

дам Петросян¹ – только они не влияют на вкус черной икры».

Важное преимущество панциря – прочность: вчера Франку принесли ремонтировать оправу, сделанную его дедом в 1930 году.

Чтобы массивный заушник был прочным и надежным, надо спрессовать пять-шесть слоев одинакового оттенка. Для этого надо проварить сырье в соленой воде на газовой плите несколько раз. Когда оно размягчится до нужной степени, Франк кладет его под пресс на несколько часов подряд, время от времени меняя силу давления. Обычно он делает это ночью, поскольку днем приходится работать и принимать клиентов. Иногда за ночь надо вставать по нескольку раз, как к ребенку, но иначе качества не добьешься. Главное – все время контролировать степень прозрачности. Только потом, высушив, но, не дай бог, не пересушив пластины, можно начинать вытачивать изделие. Сначала лобзиком, потом напильником, потом тонкой пилочкой, потом полировать.

Франк начинает энергично орудовать инструментами, и драгоценная стружка падает под ноги. «Не переживайте, куски есaille, панциря, теряют ценность еще в полете: пыль, стружки другого цвета мгновенно воздействуют на прозрачность. Но мой отец до сих пор собирает их – как материал для реставрации. Истинная сила панциря в целостности и эластичности пластины».

Эскизы Франк делает сам, он же и доводит модели до готовности с ювелирной точностью. «Я много часов провел с офтальмологами и



Оправы Bonnet ручной работы. Париж, 1930–2010

¹ Петросян (Petrosyan) – самая известная во Франции фирма – поставщик черной икры. – Прим. авт.



Браслет Bonnet из панциря черепахи, украшенный бриллиантами. Париж, 1957



Франк Бонне проверяет оптическую точность оправы

знаю, что толстые линзы требуют более глубоких и широких впадин, а нос замеряю в трех плоскостях, чтобы дужка не натирала переносицу. Приходится быть также стилистом, определяя, какому лицу пойдет какая оправа. Для этого надо побеседовать с клиентом хотя бы два-три часа, выпить кофе или чего покрепче, чтобы понять его вкусы, мироощущение, привычки. Дед и отец научили меня этим тонкостям, а все инструменты достались мне от прадедов почти неизменными. Мы действуем по старинке, но я иначе не могу. Я впервые сел за отцовский стол в четыре года, а теперь мой четырехлетний сын Алек приходит раз в неделю и учится у меня. А может, он захочет стать клоуном? На этот случай есть у нас ученик, но после десяти лет ему пока можно доверить лишь запонки – чувство панциря должно быть в крови».

Отцу Франка, Кристиану Бонне, за полвека надоело сидеть за столом, и он взялся за пиар: колесит по Швейцарии, Корсике, Монако, Лихтенштейну, встречается с важными персонами, многие из которых его старинные личные друзья. И привозит новые заказы.

Один из недавних – для Франсуа Руссо, правой руки дизайнера Андреа Путман. «Очень требовательный клиент, просто пир для сердца, – улыбается Франк. – Он учит меня вкусу, тонкости, изыску – всему, чем славится Франция. Когда я его спрашиваю о роскоши, он говорит, что роскошью может быть свежая наволочка или салат с оригинальным соусом – вот такое определение».

Роскошь от Maison Bonnet в среднем стоит 15 000 евро. У Дома нет своего магазина, иначе цена была бы вдвое больше. Но клиенты Дома не любят суеты и любопытствующих зевак. Впрочем, как и сами Бонне.

BORRELLI

Название марки:

Борелли (Borrelli)

Страна:

Италия

Девиз марки:

Уникальность и высочайшее качество

Специализация:

одежда, аксессуары

Поклонники марки:

Неаполитанский королевский дом

Хиты:

костюмы, рубашки, галстуки ручного шитья

В истории итальянской моды неаполитанская компания Borrelli считается символом портновского искусства. Сочетание элегантности и комфорта – основа популярности фирмы. О секретах семейной компании рассказывает один из давних клиентов Borrelli – Его Превосходительство наследный принц Неаполитанского королевского дома Эммануэле Филиберто ди Савойя.

– Так уж сложилось, что портные Borrelli стали придворными поставщиками Неаполитанского королевского дома. Borrelli одевали еще моего деда. Этой семейной фирме более ста лет, и профессия портного передается из поколения в поколение. Borrelli – это привилегия посвященных. Важна каждая операция – крой, шивание деталей, утюжка. Тонкости можно постичь только на многолетнем опыте. Именно так начинал дело основатель компании Луиджи Боррелли, и благодаря его настойчивости слава семейной фирмы распро-

странилась по миру. Сегодня ее поддерживают 30 портных – профи высочайшего класса.

Я с удовольствием ношу эти рубашки и костюмы и отчасти стал рекламой, дав право использовать свое имя и наш королевский герб. Это чисто дружеский жест. Фабио Боррелли родом из Неаполя, а для нас это очень важно. Мой отец тоже родился в Неаполе, у нашей семьи там до сих пор большие связи. Неаполь считается колыбелью итальянской элегантности. Я знаю, что в Неаполь люди приезжают специально для того, чтобы своими глазами увидеть этот великолепный стиль.

Его особенности – в традициях, которые тонко сочетаются с современностью. Если говорить о традициях, это прежде всего знаменитые «неаполитанские» рубашки. С них-то и началась слава семьи Боррелли. Они считаются лучшими, и это заслуженно: рубашка от Borrelli это не просто одежда, но способ жить и думать.



ТОТ, КТО ВЫБИРАЕТ РУБАШКУ BORRELLI, ПОЛУЧАЕТ СРАЗУ И КАЧЕСТВО, И СТИЛЬ. КОГДА ВЫ ПРИКАСАЕТЕСЬ РУКОЙ К ТКАНИ, ТРУДНО ПОВЕРИТЬ, ЧТО ЭТО ХЛОПОК, НАСТОЛЬКО МЯГКОК МАТЕРИАЛ. НЕДАРОМ В 2000 ГОДУ НА СПЕЦИАЛЬНОЙ ЦЕРЕМОНИИ В МОНТЕ-КАРЛО ИЗДЕЛИЯМ МАРКИ BORRELLI БЫЛО ПРИСВОЕНО ЗВАНИЕ «ЛУЧШИЕ РУБАШКИ XX ВЕКА».

Они не подвластны времени и моде. Тот, кто выбирает рубашку Borrelli, получает сразу и качество, и стиль. Когда вы прикасаетесь рукой к ткани, трудно поверить, что это хлопок, настолько мягок материал. Недаром в 2000 году на специальной церемонии в Монте-Карло изделиям марки

Borrelli было присвоено звание «Лучшие рубашки XX века».

Я ношу рубашки Borrelli всю жизнь и знаю все тонкости их производства. Ткани выбираются самые мягкие, с самым большим переплетением нити, позволяющим наносить предельно мелкий рисунок – например, фирменную тончайшую контурную клетку. Каждая рубашка – результат нескольких ступеней ручного труда. Пройма кроится по индивидуальной мерке, что придает комфорт. Воротник также скроен столь искусно, что вы не замечаете его присутствия на шее, настолько мягко он прилегает к коже. В зависимости от высоты шеи портные Borrelli предлагают разные фасоны воротника: на высокой стойке и двух пуговицах или более низкий – всего у марки 27 видов воротников, а за всю историю фирменного порт-



новского дела было скроено около сорока видов.

Очень важна кокетка: именно она объединяет все другие произведения ручного труда. Кокетка придает рубашке изысканный вид, благодаря ей возникает идеальное соответствие изделия фигуре, и линия плеча выглядит безупречно. У готовых рубашек предусмотрен запас по полноте и по длине рукава – они специально рассчитаны, чтобы быть подогнанными точно по фигуре. У меня же в Доме Borrelli хранятся собственные мерки, мне шьют рубашки *su misura*.

Если говорить о деталях, мне особенно нравится передняя планка: безупречно ровная, прошитая особым швом, секрет которого тщательно хранят портные. Пуговицы рубашек очень удобны: всегда белого цвета и одинаковой толщины (около 3,5 мм),

независимо от фасона, назначения и цвета рубашки. Они запатентованы фирмой и всегда вырезаются из самой дорогой части австралийской раковины, которая обычно используется для ювелирных украшений. Пуговицы непременно пришиты «флорентийским швом», в основе которого три стежка, что делает его похожим на куриную лапку. Этой технике пришивания пуговиц более ста лет, она очень надежна, раньше итальянские портнихи использовали ее в изготовлении наволочек, а на сленге портных Borrelli этот шов называется «след комара». Пуговицы никогда не отрываются, потому что пришиты тонкими и крепкими шелковыми нитками. Петли обметываются также вручную, и это делает процесс одевания-раздевания быстрым и очень комфортным. Боковые разрезы всегда закре-

плены специальным треугольником, что также создает комфорт. И наконец, мне нравится подпись портного, вышитая вручную на нижней части передней полочки. Она делает каждую рубашку уникальной, единственной в мире. Для меня портные вышивают свое имя на нижнем крае планки – и каждая рубашка становится отражением моего стиля.

Действительно комфортной одеждой рубашку Borrelli делает крой, который проникнут вниманием, заботой и любовью. Важно, что рубашки шьются по той же технологии, что и сто лет назад. Когда вы надеваете рубашку, вы ощущаете, что люди, изготовившие ее, представляли себе, как вы ходите, сидите, поднимаете руку. В моем случае для пошива каждой рубашки снимается индивидуальная мерка, и все детали будущего изделия тщательно обсуждаются. Вот лишь один из секретов, придуманных когда-то Луиджи Боррелли: маленький кусочек ткани, ластовица, которая пришивается между спиной и передней частью, дает удивительную свободу движений. Рубашка от Borrelli это также деликатные швы, мягкие настолько, что их просто не ощущаешь.

Отдельно стоит сказать о манжетах. Их разнообразие впечатлит самого

продвинутого модника: на одной или двух пуговицах, классические «под запонки», с квадратным, скошенным или закругленным краем, с краями, соединяющимися встык, внахлест или отстающими друг от друга на некоторое расстояние. Особая гордость портных – старый неаполитанский манжет. Это соединение классики самого первого мужского манжета «под запонки» и удобства застежки на две пуговицы. Такой манжет прекрасно смотрится и сам по себе, и если выглядывает из-под пиджачного рукава. Разумеется, клиенту обязательно подгонят манжет по размеру запястья, подберут оптимальное положение пуговиц независимо от того, идет ли речь о готовом изделии или сшитом по индивидуальному заказу. Еще одно преимущество манжет у рубашек от Borrelli – они никогда не прокручиваются, а их края всегда выглядывают из-под пиджачного рукава на одинаковое расстояние.

Такие качества изделий фирмы, как мягкость и комфорт, для меня еще более важны, когда речь заходит о домашней одежде. Для меня пижама от Borrelli – это скорее домашний костюм, который я ценю за комфорт и элегантность. Так же как костюмы и рубашки, халаты, пижамы и белье шьют только из натуральных, тонких, изысканных тканей. При этом каждая модель несет отпечаток индивидуальности. Можно вышить шелком личный герб, как это принято в нашей семье, или инициалы, или тайный знак.

Знаменитая техника изготовления галстуков *cette piegne*/семь складок, когда каждый кусок ткани кроится вручную, есть у многих фирм. Секрет Borrelli в том, что они не жалеют ткани: только на один галстук идет полтора метра материала, в то время как

НА НИЖНЕЙ ЧАСТИ ПЕРЕДНЕЙ ПОЛОЧКИ ВРУЧНУЮ ВЫШИВАЕТСЯ ПОДПИСЬ ПОРТНОГО. ОНА ДЕЛАЕТ КАЖДУЮ РУБАШКУ УНИКАЛЬНОЙ, ЕДИНСТВЕННОЙ В МИРЕ. ДЛЯ МЕНЯ ПОРТНЫЕ ВЫШИВАЮТ СВОЕ ИМЯ НА НИЖНЕМ КРАЕ ПЛАНКИ – И КАЖДАЯ РУБАШКА СТАНОВИТСЯ ОТРАЖЕНИЕМ МОЕГО СТИЛЯ.

самые знаменитые в мире производители из этого количества ткани выкраивают два галстука. Для галстуков выбирается шелк, лен, кашемир, хлопок – только высочайшего качества. Портные рассказывали мне, что после того, как каждая складка тщательно вырезана с помощью ножниц, все они складываются вместе, скалываются булавками и затем сшиваются вручную. «Душа» галстука, его центральная часть, всегда кроится под углом в сорок пять градусов и только из стопроцентной шерсти. Любой из двенадцати известных человечеству галстучных узлов выглядит на галстуках превосходно. Особенность фирмы – кроме галстуков стандартной длины в полтора метра, специально для высоких и крупных мужчин здесь шьют галстуки длиной 1,65 м.

Я всегда узнаю галстук от Borrelli по подкладке, которая делается из основной ткани, часто из шелка контрастного цвета. Галстук никогда не теряет формы, потому что в основной шов продевается прочная хлопковая нить с петлей – это делает деформацию невозможной. Я могу вечером просто бросить галстук на стул – и к утру он примет идеальную форму.

Выбор костюма я начинаю с разглядывания тканей. Как правило, это шерсть с кручением нити 120–150, для зимних моделей – шерсть с кашемиром. Она тонкая, приятная на ощупь и при этом весьма практичная. Менее ноская ткань с кручением нити выше 150 используется только для пошива вечерних костюмов. Как и любой заказчик, я всегда участвую в выборе ткани и подкладки, выражая свой вкус и пожелания – таков закон портных фирмы. Костюм может быть очень строгого стиля – тогда ткань и подкладка подбираются тон в тон. Иногда

уместны контрасты: пиджак темно-синий – подкладка из шелка винного цвета. Внутренность рукава всегда отделывают белым хлопком в тонкую контурную клетку синего цвета – это еще один элемент фирменного стиля. Мы обсуждаем также цвет строчки: нитки могут быть оранжевыми или песочного цвета, что всегда выглядит эффектно на темном фоне. Выбор пуговиц – также предмет обсуждения: их вырезают из натурального перламутра всех оттенков синего и белого, из коры карибского фрукта корозо, из металлов, в том числе драгоценных. Затем портной делает обмеры – и через месяц костюм готов.

Удивительно, но в костюмах только три машинных шва, которые необходимы для поддержания формы: боковые, на спине и внешней стороне рукава. Все остальное – ручная работа. У меня больше двадцати костюмов – однобортные, с двумя или тремя пуговицами, классические двубортные на шести пуговицах, – и все они вне моды. Я молодой человек, но больше моды ценю качество и комфорт. Мой стиль – классика. А это и есть Borrelli. Кстати, к каждой вещи прилагается паспорт с указанием её индивидуального номера и имени мастера. Документ гарантирует ее подлинность, уникальность и высочайшее качество, которые и являются главными секретами мужской элегантности.

СЕКРЕТ BORRELLI В ТОМ, ЧТО ОНИ НЕ ЖАЛЕЮТ ТКАНИ: ТОЛЬКО НА ОДИН ГАЛСТУК ИДЕТ ПОЛТОРА МЕТРА МАТЕРИАЛА, В ТО ВРЕМЯ КАК САМЫЕ ЗНАМЕНИТЫЕ В МИРЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ИЗ ЭТОГО КОЛИЧЕСТВА ТКАНИ ВЫКРАИВАЮТ ДВА ГАЛСТУКА.

BRIONI

Название марки:

Бриони (Brioni)

Страна:

Италия

Специализация:

мужская одежда и аксессуары

Поклонники марки:

герои бондианы: «Золотой глаз» (1995), «Завтра не умрет никогда» (1997), «И целого мира мало» (1999), «Умри, но не сейчас» (2002), «Казино «Рояль»» (2006). Для каждой картины было сшито 60–70 костюмов, семь-восемь из которых предназначались для главного героя, остальные – для дублеров и каскадеров. Среди клиентов Brioni Гари Купер, Кларк Гейбл, Джон Уэйн, Кирк Дуглас, Пеле, Энтони Куинн, Тайгер Вудс и много других известных людей

Хиты:

КОСТЮМ, СМОКИНГ



Умберто Анджелони
Фото: Игорь Захаркин

Вrioni – символ качества и элегантности. Неслучайно костюмы и смокинги Brioni предпочитают носить звезды кино и эстрады всего мира.

Первый дом модной одежды для мужчин основали в 1945 году в Риме закройщик Назарено Фонтicoli и модельер Гаэтано Савини. Чтобы сразу заявить о своих высоких амбициях, они решили назвать его Brioni – в честь одного из шикарных курортов на Адриатике. Покрой и качество одежды аристократов, которые облюбовали это место, считались в тогдашней Италии символом качества и служили эталоном для портных.

Вот и новый дом мужской моды взял курс на элегантную классику.

И не прогадал – мужчины, уставшие от военных лишений, с радостью приветствовали возвращение к элегантности. Интерес к дому рос вместе с количеством коллекций, от покупателей не было отбоя.

Когда в 1950 году Рим превратился в одну из студий Голливуда, кинозвезды не могли не заметить костюмы Brioni. Гари Купер, Кларк Гейбл, Джон Уэйн, Кирк Дуглас и многие другие стали клиентами Brioni. Показы коллекций в Palazzo Pitti во Флоренции в 1952 году принесли Brioni мировую известность. В 1954 году модное шоу решено было показать в Нью-Йорке, а потом еще в восьми городах Америки. За Домом Brioni окончательно закреп-

пилося звання короля мужської одягу. Іменно в ці роки Brioni зби́рали величезну кількість нагород світа моди, магазини марки відкри́лись в усіх столицях світа.

Щоб задовольнити запити клієнтів, компанія Brioni відкри́ла фабрику в Абрु́зо, потім купила фабрику по пошиву рубашок і до́м моди виробів шкіри, почала виходити і жіно́ча лі́нія.

Четверта части́на шьє́ться для 25 тисяч спеці́альних клієнтів, кото́рі замовляють не́сколько раз в ро́ку 2-3 костю́ма або смо́кінга. Є́сть і особі́е ентузіасти марки – одна́жды один султа́н із Середнього



Моделі Brioni весна–літо 2009

Восто́ка замови́в сотню костю́мів за міся́ць. Ка́ждий сезо́н око́ло тися́чи портни́х створю́ють 200 моде́лей. На ка́ждую ча́сть одя́гу уходи́ть від 18 го́дин ро́боти, плю́с пере́риви, не́обходи́мі для при́гонки де́талей. Щоб костю́м сиді́в як влі́то, його́ отпарива́ють не́ менше́ 184 раз в те́чення дво́х міся́ців.

Діло́ві чолові́ки, на́віть одя́гані в іго́лочку, на ви́гляд всі́ ка́жуться о́ди́наковими – офі́ційний костю́м не́ передпо́лагає різно́образи́я. Ме́жду те́м за ску́пною обо́лочкою мо́же хова́тися мно́жество смисло́в. Ра́зказа́ти о них лу́кше всі́х мо́же Умбе́рто Анджело́ні, мно́го ро́ків бу́вший ге́неральним ди́ректо́ром іта́лья́нської ко́мпанії Brioni.

Умбе́рто Анджело́ні зако́нчив еко́номі́чний фа́культет ро́мського уні́версите́та, потім отримав ді́плом MBA в Уні́версите́ті То́ронт, Кана́да. Пре́жде че́м ста́ти ге́неральним ди́ректо́ром ко́мпанії Brioni в 1990 ро́ку, синьо́р Умбе́рто Анджело́ні,



Модели Brioni весна–лето 2009

МНОГИЕ СЧИТАЮТ, ЧТО МУЖСКОЙ КОСТЮМ — ЭТО ВСЕГО ЛИШЬ ПИДЖАК И БРЮКИ. МОЙ ВЗГЛЯД ШИРЕ. МУЖСКОЙ КОСТЮМ — ЭТО ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПРОЯВЛЕНИЕ СИЛЫ, МОЩИ, НЕ В БУКВАЛЬНОМ СМЫСЛЕ, НО ИНТЕЛЛЕКТА. КОСТЮМ ДОЛЖЕН БЫТЬ БЕЗУПРЕЧЕН И НАДЕЖЕН — В ИЗВЕСТНОМ СМЫСЛЕ ДЛЯ МУЖЧИНЫ ЭТО БРОНЯ.

поэт, исследователь, издал несколько книг о культуре и искусстве итальянского *arte di vivere* во всех проявлениях. Знаток и ценитель европейской поэзии, синьор Анджелони выпустил в свет ограниченным тиражом сборник «Любимые поэты» и дарит его исключительно близким друзьям.

«Многие считают, — улыбается синьор Умберто Анджелони, — что мужской костюм — это всего лишь пиджак и брюки. Мой взгляд шире. Мужской костюм — это прежде всего проявление силы, мощи, не в буквальном смысле, но интеллекта. Костюм должен быть безупречен и надежен — в известном смысле для мужчины это броня. Отправляясь на ответственные переговоры, важную встречу, мужчина выбирает лучший из своих костюмов. Подсознательно он хочет выглядеть победителем уже с порога. Дорогой элегантный костюм, который сидит на нем безупречно, придает ему уверенности, а его аргументам — убедительности. При одном условии — если он избегает ошибок и соблюдает принципы элегантности.

Первое: нельзя, чтобы костюм был сильнее личности. Не нужно быть одетым больше, чем для какой-то конкретной ситуации. Второе — в костюме не должно быть детали, которая убивала бы все остальное. Розовый галстук Тони Блэра — это катастрофа. Принцип третий — особое внимание к деталям. Все они должны быть очень высокого уровня. Многие мужчины напрасно забывают об обуви. Взгляд должно радовать все — от макушки до пят, никакого снижения качества. Принцип четвертый — шить костюмы и обувь на заказ, это выгодно отличает мужчину, выделяет его из толпы, помогает выявить индивидуаль-

СОЗДАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ ИЗ ОБЫЧНЫХ ВЕШЕЙ — РУБАШКИ В ПОЛОСКУ, ГАЛСТУКА В ГОРОХ, ТКАНИ КОСТЮМА — ОСОБОЕ МУЖСКОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ, ОСОБЫЙ СЛОВАРЬ ЭЛЕГАНТНОСТИ. ЧЕМ БОЛЬШЕ В НЕМ ПОНЯТИЙ, ТЕМ ИЗЫСКАННЕЕ ОБЛИК.



Модели Brioni весна–лето 2009

ность. Здесь очень важна роль стилиста, который может задать направление, но выбор деталей – внутренняя работа личности. Это необходимость эксперимента, умение учиться у других, быть любопытным, пробовать без конца в поисках совершенства. Чтобы это занятие не наскучило, важно научиться находить в этом удовольствие, преодолевая разочарования от ошибок. Чем больше это удовольствие, тем изысканнее человек. Джакомо Леопарди¹ говорил, что удовольствие – дитя усталости.

При этом, чтобы всегда выглядеть элегантно, необходимо четко понимать, что вам к лицу, и не слишком увлекаться модой. Скажем, в миланских витринах, в рекламных роликах полно галстуков немного приподнятых под самым узлом. Это совсем не новый модный акцент, как могут подумать, а всего лишь рекламный трюк, чтобы обратить внимание на деталь.

Детали – коварная вещь, можно безнадежно перегрузить ими облик. Общих принципов ограничения нет, все определяет ситуация, социальное положение, стиль личности. Если человек не умеет уловить эти тонкости, он лишает себя главного удовольствия – искусства жить. Но многие мужчины слишком поглощены работой и не умеют получать удовольствие от жизни. Научиться этому нельзя, это заложено на уровне ДНК. Но можно потренироваться не разделять жизнь на отдельные моменты – работы и отдыха. Сегодня у меня тяжелый день, но я нахожу удовольствие в том, чтобы узнавать что-то новое от каждого собеседника. Я не думаю о том, что вот, я мог бы сейчас лежать на берегу моря, а вместо этого... Я нахожу удовольствие в том, чтобы стимулировать свой интеллект, точно формулируя ответы. Я научился этому сознательно: в среднем я даю сто интервью в год и всегда стараюсь находить в разговорах особые нюансы и извлекать из них что-то новое для себя. Так же и с другими сферами моей работы. Многие деловые мужчины терпеть не могут аэропорты и самолеты, считая это тратой времени, досадной паузой в работе. Я провел около трех лет своей жизни

¹ Леопарди, Джакомо (Leopardi, Giacomo) (1798–1837), итальянский писатель и поэт. — Прим. ред.

в аэропортах и перелетах и научился находить в этом приятные моменты. Я представил мир аэропорта и самолета как свой особый виртуальный мир. Я открыл, что свободен в своих решениях. Если мне это доставляет удовольствие, я могу наблюдать за людьми и открывать новые стороны человеческого характера, а могу не обращать ни на кого внимания и читать, думать, вспоминать стихи – жить своей внутренней жизнью, не обращая внимания на окружающих. Например, формулировать такое многообразное понятие, как искусство одеваться.

Истинный джентльмен одевается как можно более изысканно, элегантно – и всегда делает это с удовольствием. Мужчина так же тщеславен, как и женщина, и он еще более требователен к качеству, которое воздействует на чувства. Например, неслучайно все шеф-повара – мужчины. Это тщеславные, невероятно требовательные чревоугодники. Так же и в искусстве одеваться особое удовольствие – пойти к портному, со вкусом выбрать ткань, провести примерку, придираясь к нюансам, подобрать галстук, рубашку – и увидеть полную картину. Поскольку элементы мужского костюма ограничены, то и выбор сложнее. Создать что-то новое из обычных вещей – рубашки в полоску, галстука в горох, ткани костюма – особое мужское удовольствие, особый словарь элегантности. Чем больше в нем понятий, тем изысканнее облик.

Даже не выходя за рамки классики, можно найти живописное разнообразие. Вот смокинг – вроде бы самая простая вещь: черный костюм, белая рубашка. Но джентльме-



Модели Brioni весна–лето 2009

ну нужно иметь смокинг летний и зимний. Это уже шелк и все возможные сочетания. Кроме черного, хорошо иметь смокинг темно-синий, ибо это суперклассика, также смокинг белый, смокинги однобортные и двубортные, из разных тканей, так что только смокингов требуется не меньше дюжины.

Один из наших клиентов, Пирс Броснан, исполнитель роли Джеймса Бонда, никогда не выглядит усталым, но всегда – образцом элегантности. Для последнего Бонда, Дэниела Крейга, мы тоже сшили особый смокинг – специально для сцены, где он играет в покер».

BRUNELLO CUCINELLI

Название марки:

Брунелло Кучинелли (Brunello Cucinelli)

Страна:

Италия

Девиз марки:

Материал высочайшего качества и безупречная работа

Специализация:

одежда из кашемира, аксессуары

Поклонники марки:

Эрос Рамазотти, Роберто Бенини, Рауль Бова, Шарлотта Рэмплинг

Хиты:

яркие разноцветные свитера и пуловеры



Брунелло Кучинелли в своем доме в Соломео (Италия), 2009

Брунелло Кучинелли, создатель всемирно известной итальянской марки одежды из кашемира Brunello Cucinelli, не считает себя очень важной персоной и настоящим капиталистом: «Вообще-то я крестьянский сын, ну, учился на инженера». Как сказать – в своем родном городке Соломео на умбрийских холмах он построил суперсовременный театр, где намерен проводить мировые премьеры, свободно цитирует философов, от Конфуция до Маркса, – томики их сочинений разбросаны тут и там в его мастерской, всех служащих знает по именам и считает родными людьми.

Империя Brunello Cucinelli располагается в старинном замке, в котором прежде всего он старался сохранить дух Средневековья: сигнализации в нем нет, а двери закрываются настоящими большими ключами, чтобы вся обстановка по-

особому настраивала на работу. Впрочем, замок он отреставрировал и превратил в интереснейший объект современного дизайна. А началось все с того, что в 25 лет Брунелло Кучинелли вдруг подумал: «А почему бы мне не заняться кашемиром?»

– Я решил, что хочу что-то создавать, но не ради денег, а ради возможности нести добро людям. Кашемир показался тем теплым, вечным материалом, который поможет мне в этом. Начал я с красивых свитеров для женщин. Это всегда самый беспроектный вариант. Мне было интересно соединять различные детали, что так любят делать женщины, и оказалось, что до меня никто серьезно этим не занимался. Я стал делать их яркими, и это всем понравилось. Не знаю, почему я так решил, но, видно, Бог помогал мне. Я сразу стал работать только с лучшим

кашемиром для трикотажа – китайским и монгольским.

О разнице между кашемиром и пашминой, особым сортом шерсти, синьор Кучинелли знает все. «Пашмина – это более благородный кашемир. Но не путайте его с шатуш! Как и шерсть викунья, это самое благородное полотно в мире. Шатуш – это маленькие животные, обладающие мягчайшим пухом, из которого делают очень дорогие тончайшие шали. Сейчас их даже запретили продавать, настолько мало осталось этих животных. Викунья, не менее чудес-

ное животное, живет в Андах и дает очень благородное полотно. Если говорить о табели о рангах, более всего ценятся шатуш и викунья, затем идут пашмина и кашемир. Но кашемир тоже бывает разного качества. Потому что счесывают шерсть как с брюшка, так и с подбородка, разумеется, на подбородке он нежнее. Чтобы сделать один дорогой свитер, надо понемножку состригать в течение года с подбородка эту нежную шерсть с двух коз. Бывает кашемир в 100 раз дешевле – это шерсть, которую состригают с шейной части, со спины. Лично я всегда покупаю только самый лучший сорт, потому что мое кредо – материал высочайшего качества и безупречная работа. При этом я бы без всякого сомнения купил бы свитер с маркировкой "Made in China". Мы все боимся Китая, а между тем там потрясающие мастера, и это страна, которая стремительно развивается. А завтрашнему дню надо учиться сегодня. Я это делаю всю жизнь. Например, 25 лет ощупываю кашемир везде, где только ни окажусь. Знаете, я даже руки никогда не мою с мылом, а когда принимаю душ, надеваю резиновые перчатки, потому что иначе кончики пальцев утратят чувствительность, а я болею за свое дело.

У нас маленькая фабрика, и мы не стремимся расширять дело. Потому что я верю в настоящий добротный капитализм, вернее, в просвещенное герцогство, мне хотелось бы, чтобы капитализм был просвещенным. Я не очень верю в демократию – меня вдохновляют примеры великих людей.

25 ЛЕТ Я ОЩУПЫВАЮ КАШЕМИР ВЕЗДЕ, ГДЕ ТОЛЬКО НИ ОКАЖУСЬ. ЗНАЕТЕ, Я ДАЖЕ РУКИ НИКОГДА НЕ МОЮ С МЫЛОМ, А КОГДА ПРИНИМАЮ ДУШ, НАДЕВАЮ РЕЗИНОВЫЕ ПЕРЧАТКИ, ПОТОМУ ЧТО ИНАЧЕ КОНЧИКИ ПАЛЬЦЕВ УТРАТЯТ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ, А Я БОЛЕЮ ЗА СВОЕ ДЕЛО.



Модель женской коллекции Brunello Cucinelli весна–лето 2009

Я ХОЧУ ПРОДАВАТЬ НЕ ПРОСТО СВИТЕР, Я ХОЧУ ПРОДАВАТЬ АТМОСФЕРУ, СТИЛЬ, ВКУС К ЖИЗНИ. ТАК, КАК ПОНИМАЕМ ЕГО МЫ, ИТАЛЬЯНЦЫ, СИБАРИТЫ И ТРУЖЕНИКИ ОДНОВРЕМЕННО.



Смокинг из кашемира. Мужская коллекция Brunello Cucinelli весна–лето 2009

Например, театр у нас в поселке, в Соломео. Я начал строить его в 1985 году, и только в 2008 году в нем сыграли первый спектакль. Это самое большое хобби моей жизни: я работал вместе со всеми с половины седьмого утра, потом шел в мастерские, а после работы опять на стройку. Я хотел сделать что-то великое, грандиозное. Меня вдохновлял пример Людовика XIV, который, прогуливаясь, говорил своим министрам: “Мы должны сделать нечто, что прославит нас в веках”. Кольбер разводил руками: “Но у нас нет

денег, Ваше Величество”. На что Людовик отвечал: “Ты не понимаешь, о чем мы говорим”. Таким же был Петр Великий – грандиозный, великий человек, который хотел прославить свою страну.

Я вырос среди тех, кто работает на моей фабрике, знаю истории их семей, и мне хочется, чтобы они были довольны жизнью. Не так, как происходило в моей семье, когда хозяин угнетал рабочих, а мой отец, возвращаясь домой, плакал от непосильного труда. Поэтому я хочу продавать не просто свитера, но философию жизни: более гуманный способ производства, веру в людей. И они отвечают мне тем же. Я считаю, что только люди, которые работают в спокойной обстановке, способны творчески подходить к делу. И мы отлично понимаем друг друга. Например, мои работники не просто работают на меня, но живут одной жизнью со мной. Я построил ресторан, где все мы можем вместе собраться в обеденный перерыв, поболтать. Мне нравится так жить. Как капиталист, я получаю от этого выгоду – люди работают, вкладывая душу. И это дорогого стоит.

Понимаете, есть вещи дорогие, а есть дорогостоящие, на которые ушло много времени, технологий, человеческой энергии и труда. Есть более простой аргумент: известная марка – синоним качества. Например, в нашей коллекции есть пальто из викунии, которое стоит 15 000 долларов. Если вы его потрогаете, даже не поймете, из чего оно сделано. Такое мягкое, из рук не выпустите!

Кстати, вот вам мое наблюдение за много лет: перелопачивая каж-



Модели мужской коллекции Brunello Cucinelli осень–зима 2008–2009

дый год гардероб, ни одна женщина не выбросит кашемировую вещь, скорее передаст ее по наследству. Думая о причине этой притягательности, я вспоминаю о происхождении каждой вещи. Она начинается с пастуха где-то в Монголии, который пасет коз: один, как отшельник, вокруг десятки километров... О чем он думает ночами, что или кого представляет себе, о чем мечтает? Его душа – тоже часть свитера нашей марки. Я хочу продавать не просто свитер, я хочу продавать

атмосферу, стиль, вкус к жизни. Так, как понимаем его мы, итальянцы, сибариты и труженики одновременно. Я не хочу увеличивать цены на изделия, но я даю своим рабочим возможность зарабатывать больше ручной работой. Это штучный товар, а они – настоящие артисты, их всего-то около 500 человек, и каждый вкладывает собственные мысли и мечты в свою работу. Если из моей продукции уйдет ручная работа, я потеряю все: из моих свитеров уйдет душа.

VALENTINO

Название марки:

Валентино (Valentino)

Страна:

Италия

Девиз марки:

**Три «Э»: элегантность, экстравагантность,
эмоциональность**

Специализация:

одежда, аксессуары, ароматы

Поклонники марки:

**Элизабет Тейлор, Одри Хепберн, Жаклин Онассис,
Кортни Кокс, Фара Дибба, Джулия Робертс,
Дженнифер Лопес**

Хиты:

**вечернее алое платье, свадебное кружевное платье
цвета айвори (цвет слоновой кости)**

Ранним утром пятого сентября 2007 года мир Высокой моды облетела давно ожидаемая и все-таки неожиданная весть: после 45 лет непрерывной работы основатель и бессменный руководитель Дома моды Valentino 75-летний Валентино Гаварани покидает пост арт-директора.

«Вряд ли мне удастся снова пережить ту радость, которую я испытал. Как говорят англичане, давайте уйдем с вечеринки, пока она в самом разгаре». Валентино и его давний деловой партнер Джанкарло Джамметти официально ушли в отставку в январе 2008 года, и коллекция, которая была показана в октябре в Париже, стала последней коллекцией прет-а-порте для женщин от Valentino – как и haute couture в январе 2008 года.

Новым креативным директором Valentino стала 35-летняя Алессандра Факинетти, успевшая прославиться в мире моды созданием женской линии Gucci, элитными пуховиками Moncler и неизменным почтением к маэстро: «Для меня это огромная честь».

В Италии маэстро приветствовали с римской роскошью: ретроспективной выставкой его моделей в музее Ара Пачис и ужином для избранных в храме Венеры на римском Форуме. Чествовать простого смертного в исторических декорациях? Такого еще никто не удостоивался! Но мэр Рима Вальтер Велтрони легко заткнул рты недовольным: «Валентино – это Рим».

Когда изящной походкой светского льва Валентино Гаварани выходил на подиум, зал неизменно взрывал-



Коллекции весна–лето 1996

Фото: Joe Dorsey

Из личного архива Н. Козловой

ся аплодисментами. Стройный, голубоглазый, сверкающий улыбкой и средиземноморским загаром, этот красавец купался в овациях, словно голливудский герой или балетный премьер. А как еще вести себя человеку с изысканным именем Валентино Клементе Людовико Гаравани, пусть и сыну продавца электрических лампочек?

Он родился в начале мая 1932 года в местечке Вогера в Ломбардии,

с детства обожал дорогие вещи и мечтал стать кутюрье, чем повергал в удивление родственников.

Валентино часами рассматривал журналы мод и с удовольствием рисовал модели. А еще – категорически отказывался носить готовую обувь. Родители только вздыхали – и делали новый заказ для капризного модника. Кем быть, маленький эстет уже решил и упорно шел к цели.

В миланской Академии искусств талантом и прилежанием никого не удивишь. Но отчего-то именно о Гаравани там помнят до сих пор: как сутками он пропадал в библиотеке, зубрил неправильные французские глаголы, а в редкие минуты отдыха забавлял приятелей балетными антраша – этот парень еще успевал брать уроки танца! «Зачем тебе французский?» – удивлялись однокашники. Гаравани отшучивался. Он никого не пускал в свою мечту – покорить Париж, столицу моды.

В Париже он начинал как все: посещал престижную школу при Chambre Syndicate de la Haute couture, но вечерами не кутил с приятелями, а придумывал модели, которые (он был уверен!) принесут ему славу. Неудивительно, что на конкурсе молодых дизайнеров International Wool Secretariat он получил первую награду

Но на стажировку в знаменитый парижский Дом моды Balenciaga его не взяли. Зато приняли в знаменитый Дом моды Jean Desses – откуда тоже вскоре выставили за дверь: Париж не слишком-то жалует иностранцев. Однако главный иллюстратор Дома, Ги Ларош, время от времени поручал Валентино самые

трудные задания, а когда решил открыть собственный салон, предложил поработать вместе с ним. Два года работы с Ларошем стали отличной школой для Валентино: его линии становились все изысканнее, крой – безупречным, и он стал разбираться в модном бизнесе. Все шло отлично, но неожиданно для всех Гаравани вернулся в Рим. Его душили амбиции, он твердо решил, что любимый Париж обязательно



Коллекция осень–зима 1996–1997

Фото: Yannis Vlamos

Из личного архива Н. Козловой



Коллекция haute couture весна–лето 1999

Фото: Avelino Estevez

Из личного архива Н. Козловой

падет к его ногам, но лишь тогда, когда он станет знаменитым кутюрье.

И тут судьба подарила ему шанс в лице иранского шаха, искавшего лучшего дизайнера, чтобы заказать свадебное платье для невесты. Но лучшие заломили баснословные цены. И тогда шаху подсказали адрес малоизвестного и не слишком капризного Valentino. Тот сделал невесте сумасшедший наряд, а себе – блестящую рекламу, оповестив об этой истории прессу.

«Я не думаю, что мужчины жаждут увидеть рядом с собой женщину, одетую как мальчишка». В эпоху безраздельного царства мини-юбок Валентино предложил женщинам роковой алый, рискованные декольте и роскошные платья в пол – и по-

бедил. Потому что ставил на самое верное – чувственность.

Первые 120 моделей, показанные в 1959 году в Риме, столице Alta Moda, были раскуплены в считанные дни. У салона Valentino на via Condotti уже с утра толпились римские модницы. Глядя на них из-за прилавка, Валентино посмеивался: женщина всегда жаждет соблазна, а соблазна не умеет и не желает ждать.

Когда в дверях салона появилась Элизабет Тейлор, Валентино едва не подпрыгнул: его мечта начинает осуществляться! Звезда заказала сразу восемь платьев, причем одно, белое, с глубоким декольте – специально для римской премьеры «Спартак». Так началась их многолетняя дружба.

Следующей грандиозный промоушн талантливому итальянцу сделала Жаклин Кеннеди. Когда в 1967 году маэстро посвятил ей «Белую коллекцию», критики моды называли его поэтом белого цвета, а вскоре весь мир обошли фото Жаклин в кружевном платье цвета айвори от Valentino, в котором она вышла замуж за миллиардера Аристотеля Онассиса. Жаклин была так хороша, что маэстро пришлось повторить ее платье еще тридцать восемь раз!

С тех пор успех прочно поселился в Доме моды Valentino. Его роман с алым цветом, который впервые покорила Валентино в ложах барсе-

лонской оперы, стал легендой моды, его элегантный крой, чувственные линии привлекают все новых поклонниц. Гаравани обожают самые изысканные, прекрасные и знаменитые женщины мира, актрисы, принцессы и королевы. Одри Хепберн выходила в свет в его платье из трехслойной черной органзы, Джеки Кеннеди – в голубом атласном платье-тоге с серебряной вышивкой, и недавно в этом же платье была замечена Дженнифер Лопес.

Модные критики ломают головы, гадая о секрете притягательности моделей Валентино. Между тем все просто, он творит для идеальной женщины, которую придумал сам: тело Шарлотты Рэмплинг, грудь Шэрон Стоун, силуэт Наоми Кэмпбелл, волосы Грейс Келли, шея Мариэллы Аньелли. «Такую идеальную даму, – улыбается синьор Гаравани, – одеть легко. Нужно всего-то три «э»: элегантность, экстравагантность, эмоциональность».

Именно поэтому его платья никогда не входили в разряд «писк моды», от них не захватывало дух, они далеко не всегда оригинальны, но неизменно элегантны. И узнаваемы: маленькие накладные плечи, осиная талия, узкие бедра, диагональные сборки, банты, горошек, «зоологический» рисунок, алый и белоснежный – вот знаки, по которым сразу узнаешь стиль Valentino. Его цель – подчеркнуть красоту женщины. А сексуальность, фетиш модниц XX века, по его утверждению, должна быть девственной: «Женщина должна выглядеть непорочной – или казаться таковой. Платье должно подчеркивать ее сексапильность, но легко и ненавязчиво».

ЕГО МОДЕЛИ — БЛИСТАТЕЛЬНЫЙ АТРИБУТ ОСКАРОВСКИХ ВЕЧЕРИНОК, В ПЛАТЬЯХ ОТ VALENTINO ВЫХОДИЛИ ЗАМУЖ ЭЛИЗАБЕТ ТЕЙЛОР, ЖАКЛИН ОНАССИС, КОРТНИ КОКС И ДЖЕННИФЕР ЛОПЕС.

**ЧЕСТВОВАТЬ ПРОСТОГО СМЕРТНОГО
В ИСТОРИЧЕСКИХ ДЕКОРАЦИЯХ? ТАКО-
ГО ЕЩЕ НИКТО НЕ УДОСТАИВАЛСЯ!
Но мэр Рима Вальтер Велтрони
ЛЕГКО ЗАТКНУЛ РТЫ НЕДОВОЛЬНЫМ:
«ВАЛЕНТИНО — ЭТО РИМ».**

Благодаря Valentino роскошь стала синонимом Высокой итальянской моды, а сам Валентино — ее олицетворением, символом и адептом.

Во многих европейских столицах у синьора V есть собственные дома, поскольку он не признает современных гостиниц, считая их недостаточно респектабельными. В путешествиях его сопровождает свита вышколенной прислуги, содержащей дома и поместья Валентино в образцовом порядке и умело выполняющей все прихоти хозяина. Например, у его мажордома — ирландца Майкла Келли всегда под рукой безупречно отглаженные небесно-голубые льняные салфетки: жестом фокусника он ловко бросает их на колени хозяина, когда многочисленные и безмерно любимые мопсы Марго, Мильтон, Молли, Мод, Монти лезут тому на руки.

Постоянно маэстро живет в замке Видвиль под Парижем, который скорее похож на роскошный музей со множеством коллекций дорогого фарфора, картин, восточных ковров, хрустальной посуды и старинных книг. Хотя он честно признается, что книг не читает — просто любит тиснение переплетов и искусными иллюстрациями. «Если б я столько не работал, то только и дела бы, что искал и покупал прекрасные вещи!» Одно из последних приобретений маэстро — очередная картина Дэми-

ена Херста, культового британского художника, ловкого предпринимателя и суперзвезды.

Из всех домов самое любимое место Валентино — поместье на Капри, где стоит на приколе его знаменитая 55-метровая яхта TM Blue, которую обслуживают одиннадцать шкиперов и которая прославилась во всех светских хрониках шумными вечеринками для звездных друзей.

Когда речь идет о роскоши, фантазия синьора Валентино не знает удержу. Например, свой первый парфюм Valentino Classique в 1978 году он представил публике в аристократичном парижском Theatre de Champs Elysees на премьере «Пиковой дамы» с Михаилом Барышниковым в главной партии. Еще перед спектаклем зрители в фойе получа-



Модель из коллекции ready-to-wear осень-зима 2004–2005. Дефиле компании Saga Furs



Коллекция Valentino couture весна–лето 2000

Фото: Franziskus

Из личного архива Н. Козловой

ли в подарок изящный флакон. Сидя в ложе рядом с принцессой Грейс и ее дочерьми, Валентино ликовал.

Этот человек умеет наслаждаться и всегда готов дарить это чувство, идет ли речь о клиентках или возлюбленных. В свете его деликатность и обаяние вошли в поговорку. Маэстро всегда тщательно скрывал свои любовные похождения. Любовник Валентино еще со времен восьмидесятых Брюс Хоксима, модель и дизайнер, говорит, что тот всегда старался скрыть свою гомосексуальность. Даже на вечеринки они

приезжали на разных машинах и на публике делали вид, что едва знакомы друг с другом.

Однако несколько лет назад Валентино перестал скрывать от мира свои привязанности и откровенно рассказал на страницах Vanity Fair об отношениях с бизнес-партнером Джанкарло Джамметти. «Это не история денег или моды, это история любви. О нашей совместной жизни никогда не сообщали в прессе. Однако я считаю, что не нужно делать секрета из того, что хорошо известно. Мир вокруг нас изменился. То, что раньше было бы неприятно прочесть про себя в газете, сегодня не может задеть».

Они познакомились в Риме, когда слава только искала дорогу к Дому Valentino. Джанкарло Джамметти, студент-архитектор, который был так одержим модой, что бросил университет, однажды пришел в кабинет Валентино. Джанкарло предложил свою помощь и на долгие годы остался управляющим Домом Valentino. Именно его таланту предпринимателя приписывают небывалый успех Дома: Джанкарло создал настоящую империю бутиков в Европе, США и Японии, открыл в 1989 году Academia Valentino, которая стала всемирно известным культурным центром. Говорят, именно он создал в середине семидесятых ставший культовым логотип «V».

В 1990 году Гаравани и Джамметти создали ассоциацию помощи жертвам СПИДа L.I.F.E., а ее «крестной матерью» стала давняя подруга Валентино Элизабет Тейлор.

Разумеется, все это требовало немалых средств, и, чтобы не обанкротиться, в 1998 году Гаравани и Джамметти продали Дом моды

Valentino холдингу HdP (Holding di Partecipazioni Industriali) за 310 миллионов евро. С тех пор марка пережила серию неудач, несмотря на надежды обоих возродить ее былую славу и восстановить конкурентоспособность.

Однако надежды не оправдались по причине довольно расточительного образа жизни маэстро. «Да, я понимаю, что быть таким избалованным человеком тяжело и неудобно. Но что поделать, возраст! Измениться я уже не могу».

Тем не менее он изменился. В последние годы это было видно по его глазам на подиуме – усталым и безжизненным, особенно в контрасте с

летающей походкой и энергичными жестами: небрежно заложенной в карман правой рукой и приветственно размахивающей левой. Он напряженно всматривался в зал, будто искал ответа на вопрос о будущем – чтобы завтра бодро рапортовать газетчикам: «Мое будущее наполнено новыми идеями и волнительными приключениями. У меня огромное количество планов и задумок. Есть столько вещей, которыми я люблю заниматься: создавать модели, украшать дом и развлекать людей».

Что ж, теперь у него будет сколько угодно времени для любимых занятий. Кстати, он с детства мечтал стать пейзажистом.

VIVIENNE WESTWOOD

Название марки:

Вивьен Вествуд (Vivienne Westwood)

Страна:

Англия

Девиз марки:

Цель моды – чтобы вас в конце концов раздели

Специализация:

одежда, аксессуары, обувь, бижутерия, парфюмерия

Поклонники:

Джерри Холл, Ким Кэтролл, Памела Андерсон

Хиты:

юбки-тюбики, мини-кринолины, топы на шнуровках с бусами из булавок и бритв



Знаменитый британский дизайнер Вивьен Вествуд, обладательница титула «Дама Британской империи», икона панк-стиля, бунтарка, эпатажница

и хулиганка, на самом деле – оригинальный философ, тонко чувствующий человек и внутренне вполне респектабельная дама, которая телевизору предпочитает книгу, а о

Публицистика

Шамина Лидия Алексеевна

РОСКОШЬ

Умейте выбирать лучшее

Ведущий редактор

И.В. Кулюкина

Художественное оформление

А.Б. Архутик

Компьютерная верстка

А.Н. Колганов

Цветокоррекция и обработка фотографий

А.Е. Комаров

Технический редактор

Т.Ю. Симонова

Корректор

О.В. Круподер

Подписано в печать с готовых диапозитивов 26.10.2009

Формат 84x108/16

Гарнитура Pragmatica LightC

Печать офсетная. Бумага мелованная

Печ.л. 27 Тираж 3 000 экз.

Заказ №

ООО «Издательство «Этерна»

115477, Москва, Кантемировская ул., д. 59а

Тел./факс: 755-81-23

www.eterna-izdat.ru

E-mail: info@eterna-izdat.ru