

# РОСКОШЬ

Лидия Шамина



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

## 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 Ferré	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

**А**льберта 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 перешло 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 Каптинкин

**Д**изайнер 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 МИРОЩУЩЕНИЯ. 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 условно<sup>1</sup>. 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 поделаться? 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-

<sup>1</sup> 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 природы 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

**Д**ля 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 Гре<sup>1</sup> 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

<sup>1</sup> **Мадам Гре** – 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 пощупать 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-

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



Коллекция Antonio Marras осень–зима 2008–2009

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

**В**ернер 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 лошадки 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 рукава 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 природы 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 впечатлением 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 РАДУШИЮ, 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 дезабилье – 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 Кристиобаль – на все случаи светской жизни Мона за один визит заказала 150 платьев!

В немалой степени выбор объяснялся обаянием постоянно присутствующих в Доме *mademoiselles de mappequins*, 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. Колетт, 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

**М**aison 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 пофорсить 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