



Perfect
magazine

Perfect

magazine



ФАБИО НОВЕМБРЕ
О КУХНЕ, БИЗНЕСЕ И «ПУШКИНЕ»





ПЕРВЫЙ НОМЕР

Фото на обложке:
Кирилл Овчинников

- MODERN PERFORMANCE ■
- CULINARY TRENDS ■
- LIVING DESIGN ■
- ENTREPRENEURSHIP* ■

* Современное искусство, Высокая кулинария,
Дизайн среды, Предпринимательство

Эксперты номера:



АЛЕКСЕЙ ЗИМИН

Главный редактор журнала «Афиша-Мир» составил топ-10 лучших поваров Европы.



ДИЛЯРА МУРАДОВА

Известный знаток интерьеров встретилась в Милане с Фабио Новембрэ и расспросила его о тонкостях ресторанных дизайнов.



КОНСТАНТИН БОЧАРСКИЙ

Заместитель главного редактора журнала «Секрет фирмы» ИД «Коммерсантъ» написал о бизнес-трендах.



12

34



- | | | |
|-----------|--|----|
| ■ ■ ■ ■ ■ | 100-летие Табачного Дома DUNHILL | 4 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Фабио Новембрэ интервью | 8 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Dei ex machinis главные автомобильные дизайнеры мира | 12 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Всюду жизнь фотоистория о планете из еды | 18 |
| | | |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Modern Perfomance Ротко, Серебренников, выставки | 30 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Culinary Trends Bistrot, Дюма, шеф-повара Европы | 36 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Living Design Corona Solar Light, Айв, цветные вещи | 42 |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Entrepreneurship миллион картин, Колышев, бизнес-тренды, сделки | 48 |
| | | |
| ■ ■ ■ ■ ■ | Бренд-блок события Табачного Дома DUNHILL | 56 |



ФАБИО НОВЕМБРЕ

Интервью: Диляра Мурадова



Фабио Новембре знает о ресторанах все, потому что он знаменитый архитектор, о еде все, потому что он итальянец. О том, что для него важнее, национальность или профессия, он рассказал в интервью Perfect Magazine.

— Ваш любимый ресторан?

— Кухня моей мамы. Мама отлично готовит. А какой там запах! Ни в одном ресторане ничего похожего нет. Хотя спросите любого итальянца, он вам скажет то же самое. В Италии в этом вопросе очень сильны традиции. Но это и понятно: мы непрерывно думаем о еде.

— А о том, где едите, не думаете?

— Поймите меня правильно. Не то чтобы я имел что-то против своей работы, но весь этот дизайн, украшения, роскошный интерьер ресторанов — это только способ отвлечь наше внимание от главного предмета. Красивый ресторан без вкусной еды не имеет смысла, если только вы не идете туда встречаться с людьми. Что, по-вашему, делают посетители в этих модных ресторанах, которые растут сейчас в Италии как грибы? Общаются! Разумеется, под тем предлогом, что пришли поесть. Мы ведь не относимся к тем несчастным, кому пища необходима, чтобы выжить, потому что сыты всегда. Завтрак, ланч, ужин для нас не более чем приятное времяпровождение.

— А вот если и интерьер красивый, и еда вкусная...

— Так не бывает. Хотя, наверное, это и есть идеал. Но... не для меня. Красота в данном случае только помеха. Так что да здравствует мамина кухня!

— Как же вы тогда придумываете рестораны? Разве вам не важно, чем там будут кормить?

— А вам кажется, моих заказчиков это интересует? Полагаете, они говорят: Фабио, нам нужно, чтобы в ресторане, который ты для нас делаешь, все было про еду и для еды. Нет, нет и еще раз нет! Они просто хотят, чтобы на моем дизайне можно было делать деньги. Соответственно, красота, та красота, которую я создаю, служит тому, чтобы заменить сущность еды: потому что одной этой сущности уже недостаточно. Открою вам тайну, известную только итальянцам: хотите в этой стране вкусно поесть, ищите самое неказистое место в городе. Лучшие рестораны всегда выглядят плохо. Там ничего нет: столы, чаще всего деревянные, стулья и голые стены — все. То есть созданы условия, чтобы сконцентрироваться на потреблении пищи.

— Можете посоветовать парочку?

— В Милане для меня самое лучше место — это латтерия на Сан-Марко. В этом ресторане есть только одна комната, и то маленькая, круглые столы, на стенах — розочки. Там работают муж, жена и сын. Муж — шеф ресторана — готовит, жена принимает заказы, сын подает. Предварительной записи нет, у входа всегда очередь. У них необыкновенная еда, поверьте мне, не-о-бык-но-вен-ная. Повар совершенно помешан на своей работе: представьте себе, сделал кастрюли из серебра, потому что серебро, по его мнению, придает какой-то особый оттенок вкусу. Готовят там самые простые блюда — пасту, супы... И еще запишите два места: ресторан Da Giacomo — у них замечательная рыба, и Controvapore — это если вы хотите попробовать мясо, приготовленное по традиционным тосканским рецептам.

— С рыбой и мясом понятно, но как-то странно идти в ресторан и есть там обыкновенную пасту...

— На Сан-Марко стоит, а вообще, конечно, нет. Мы тут в Италии считаем, что чем еда проще, тем она подлинней. Но беда в том, что самые простые блюда сложнее всего готовить. Вот вам пример: spaghe-

tti al pomodoro — обычные спагетти с томатным соусом, я никогда не заказываю их в ресторане. Знаете почему? Потому что их никто толком делать не умеет. Когда шеф-повар готовит что-то сложносочиненное, его ошибки не видны — шума много, говоря метафизическим языком. А попробуйте-ка не заметить, если плохо получились спагетти.

— С таким подходом, удивляюсь, что вы до сих пор не умерли с голода.

— Ну если я очень проголодалась, зову маму меня покормить. Иногда доверяю это ответственное дело друзьям.

— Что же, вы сами готовить не умеете?

— Увы, нет. Моя креативность на еду не распространяется. Наверное, потому, что для этого требуется слишком много терпения. Зато я люблю поесть. У меня дома отличная кухня. Вот смотрите: в середине я сделал специальное место для диджей, простите, я имел в виду повара. Вокруг за столом сидят люди, а еще есть площадка для тех, кто хочет потанцевать. Повар, то, что он готовит, и то, из чего он готовит, оказываются в центре внимания, а приготовление и поглощение еды превращаются в праздник.

— Очень напоминает современное устройство английских ресторанов...

— Не только английских. Хотя англичане всегда отличались особой склонностью к вуайеризму...

— Простите?

— Я имею в виду этот новый тренд выставлять шеф-поваров и кухню на обозрение публике в ресторане — в окне или за стеклянной перегородкой. Вы никогда не думали, что причина всего этого секс?

— Как-то не приходило в голову.

— Ну как же. Приготовление еды — это уже обольщение. А представьте себе процесс ее поглощения. Вы доверяете кому-то сделать что-то, что попадет в ваш рот, в ваше тело. Разве это не похоже на занятия сексом? Я думаю, мы можем сравнивать нынешнего шеф-повара с великими соблазнителями минувших эпох: каждый вечер он получает доступ в тела всех красивых женщин в ресторане — и заметьте, это происходит у всех на глазах! Еда вообще вещь очень сексуальная. Помните фильм Гринуэя «Повар, вор, его жена и ее любовник»? Там это отлично показано. Действие происходит в ресторане, очень красивом, с большой кухней и замечательным шеф-поваром...

— Вот я вас и поймала, бывают, значит, хорошие шеф-повара и в красивых ресторанах.

— Так то же в кино. Но на самом деле красота красоте рознь. Красивый интерьер — не значит выдающийся, дизайнерский или привлекающий взгляд. Он может быть совершенно обычным, я бы даже сказал, базовым. И должен быть таким, чтобы не спорить с красотой еды и процессом ее приготовления. Как на свадьбе, в белом только невеста. Если белое платье наденет другая женщина, это отвлечет внимание от виновницы торжества. И наоборот: возьмем в качестве примера ресторан Shu, который я сделал в Милане, — с золотыми руками, поддерживающими потолок. В нем очень много дизайна. Не думаю, что кто-то из известных шеф-поваров согласился бы там работать.

«Тосканские монахи всегда ели за длинным дощатым столом, одним на всех. Принятие пищи превращалось в ритуал. Мне пришло в голову повторить эту идею. В ресторане гостиницы мы поставили только один, но очень длинный стол. Постояльцы вынуждены обедать по монастырскому обычая»

О, ФАБИО!

Родился: в 1966 году на юге Италии, живет в Милане

Семейное положение: женат, дочек две с половиной года

Проставился: бутиками Blumarine по всему миру, барами, ресторанами и дискотеками в Италии, арт-директорством в знаменитой Bisazza, столиком на ножках-веревочках для Cappellini, сравнением архитектуры с сексом

Внешность: типичного южанина. Фотографии Фабио (с нимбом над головой, в образе Че, в черных одеждах и совсем без ничего), его жены, друзей и родственников можно посмотреть вот тут: www.fabionovembre.it. Там же есть снимки всех его проектов и мысли по разным поводам

Примечание: фотографии архитектуры вполне отражают действительность, а вот портретам Фабио верить не стоит. На самом деле он никакой не мачо, а милый, открытый, добрый человек, любящий детей и переводящий через улицу старушек

ЛИЧНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

ЕДА:

La Latteria San Marco Милан, via San Marco 24, +39 (0)2 659 76 53

Da Giacomo Милан, via Sottocorno Pasquale 6, +39 (0)2 76 02 33 13

Controavore, Милан, via Carlo Goldoni 3, +39 (0)2 76 39 06 36

ДИЗАЙН:

Кафе Atlantique Милан, 1995, viale Umbria 42, +39 (0)2 55 19 39 06

Ресторан Shu Милан, 1999, via Molino delle Armi 30, +39 (0)2 58 31 57 20

Ресторан в отеле Una Флоренция, via Pisana 59, +39 (0)5 52 27 71

— Вас это не огорчает?

— У меня другие задачи. Я рассказываю истории — о древнеегипетском боге, который хотел защитить людей, — как раз в Shu, о фабрике Энди Уорхола и баре, в который мог бы ходить он сам и его друзья. Мы реализовали этот проект в Lodi и все такое прочее. Когда ко мне приходит клиент и говорит: я хочу новый ресторан, первая моя мысль — bay! — нашелся человек, который станет спонсором и продюсером моей новой истории. А дальше не моя забота.

— То есть, кроме желания воплотить в жизнь свою идею, вы ничем больше не руководствуетесь. Но ведь ресторан — это конкретный жанр.

— Единственное обязательное условие — это связь архитектуры и интерьера с людьми. Все. Мои проекты — бар Lodi, кафе Atlantique, ресторан Shu — могли бы с таким же успехом быть воплощены в Нью-Йорке, Москве, Шанхае. Им не надо отражать место, город, как отелям, или показывать предметы, как бутикам. Рестораны похожи на роскошные лайнеры, которые путешествуют по всему миру.

— С бутиками все понятно. Но почему такая разница с отелями?

— Мне приходится много путешествовать. Когда я просыпаюсь в каком-нибудь новом отеле, в какой-нибудь новой стране, моя первая мысль: где я? Интерьер должен сразу отвечать на этот вопрос. Я сделал всего два отеля, один в Сардинии, другой во Флоренции, — но оба типичные для своей местности. Тот, что в Сардинии, очень средиземноморский: из ветра, моря, песка, голубого и желтого. А флорентийская гостиница — она... флорентийская, — хотя, конечно, это Флоренция, пропущенная через мое восприятие: фотографии, которые я видел, тосканские традиции, запомнившиеся мне портреты из галереи Уффици...

— А внутри — флорентийский ресторан...

— Разумеется, он же часть гостиницы. Когда я его придумывал, вспомнил древнюю тосканскую традицию fratino. Тосканские монахи всегда ели за длинным дощатым столом, одним на всех. Принятие пищи превращалось в ритуал. Мне пришло в голову повторить здесь эту идею. В ресторане гостиницы мы поставили только один, но очень длинный стол. Постояльцы вынуждены обедать по монастырскому обычая.

— Полагаете, они чувствуют себя удобно?

— Полагаю, они чувствуют себя флорентийцами.

— Многие из ваших коллег рассказывали мне, что они путешествуют в поисках вдохновения. Откроют, допустим, никому не известное экзотическое кафе на окраине мира, вдохновятся и, вернувшись, придумают новую коллекцию посуды или, страшно сказать, целый отель.

— Не верю. В наш век открыть какой-нибудь необыкновенный интерьер практически невозможно. Все новое, интересное тут же появляется в журналах. Остается лишь просматривать прессу и, если уж что-то очень сильно понравиться, ехать смотреть живьем.

— Куда ездили за ресторанами?

— В Париж. Мне кажется, Доминик Жакоб и Брендан МакФарлейн придумали хороший ресторан в Центре Помпиду. Там сложное про-



«Вот, к примеру, китайская кухня считается у нас дешевой и воспринимается чуть ли не как фастфуд, а ведь это самая утонченная еда в мире. Стоит ли удивляться, что в Китае есть рестораны, где блюда надо заказывать за 10 дней — просто их ровно столько готовят»

странство, сам Ренцо Пьяно строил. К тому же последний этаж, огромные окна, трубы. Из такого исходного материала было тяжело сделать что-то приличное, но им это удалось. Пожалуй, еще мне нравится лондонский ресторан Sketch на Кондитер-стрит. Его авторы провели интересный эксперимент: попытались в одном месте совместить несколько совершенно разных пространств, каждое со своей атмосферой. И все это живет в классическом окружении.

— А как вам рестораны Старка? В Москве не так давно тоже один открылся.

— Ужасно не нравятся. Незамысловатые они и очень однообразные. Старк специализируется на роскошных «Макдоналдсах». А то, что они роскошные, сути не меняет.

— Вы ему об этом говорили?

— А зачем? Он все равно никогда не слушает. Только говорит, говорит...

— На вас не угодишь. В мире миллионы ресторанов, а вам нравятся только два.

— Наверное, еще что-то есть, но не могу сейчас вспомнить. Зато я хорошо помню еду, которую когда-нибудь пробовал. Рассказать вам о ней? О еде я могу говорить часами...

— Не сомневаюсь. Но меня-то просяли расспросить вас об интерьерах...

— Я же вам уже сказал, интерьер в ресторане не главное. Поговорим о более важных вещах: вам, к примеру, известно, что большинство итальянцев возят за собой по миру пасту и готовят ее в гостиничных номерах?

— Шутите?

— И не думал. Итальянцы шовинисты во всем, что касается еды.

— А вы нет?

— Я смотрю на вещи шире. Чтобы почувствовать дух места, мне необходимо попробовать местную пищу. А поскольку я много путешествую, то у меня в этом отношении накопился большой опыт. По кухне я могу составить представление о климате, географии, истории. Вот, к примеру, китайская кухня считается у нас дешевой и воспринимается чуть ли не как фастфуд, а ведь это самая утонченная еда в мире. Понятно почему: у них очень изощренная культура и история из самых древних. Стоит ли удивляться, что в Китае есть рестораны, где блюда надо заказывать за 10 дней — их столько готовят. Вьетнамская кухня — обожаю ее — одна из лучших в Азии, по сложности стоит сразу после китайской. Очень интересная традиция у аргентинцев. На завтрак, обед и ужин они едят мясо. Как будто их специально посадили на мясную диету. Аргентинские повара — родные братья тех шеф-поваров-суперзвезд, которые работают в лучших ресторанах Италии и Франции. Вы бы видели, как они готовят мясо на гриле! Это целое шоу! Стоит дешево, но впечатляет не меньше.

— А американцы?

— Их гамбургеры — самая простая еда в мире. Протоеда. Что-то похожее на гамбургер существует во всех культурах, эта вещь из нашего общего прошлого. В Италии аналог гамбургеров — тефтельки. Все, что остается, — мясо, хлеб — вы мешаете и скатываете в шарики.

Никаких изысков, все очень просто и вкусно! Тефтельки моей мамы — лучшее из всего, что она готовит. Кстати, моя жена тоже любит гамбургеры — мы ели их после свадьбы.

— Потому что поженились в Америке?

— Угадали. Мы выбрали дату — 30 ноября 2003 года. 30.11.03 — посмотрите, все цифры симметричны. Моя жена из Аргентины, они там с ума сходят по таким вещам. Тридцатого было воскресенье. А в Италии в воскресенье можно венчаться только в церкви. Я ненавижу церкви, в смысле, здания мне нравятся, но вот священники... Короче, пришлось лететь в Лас-Вегас. Там нас зарегистрировали за пять минут. После церемонии пошли перекусить. Вам, наверное, известно, что в Италии свадебный обед — самый дорогой, длинный и разнообразный из всех возможных в этой жизни обедов. Мы решили сделать наоборот и выбрали самую простую еду из всего существующего — гамбургеры.

— Вы так вкусно рассказываете, что даже гамбургеры кажутся манной небесной. Странно, что русскую кухню до сих пор не упомянули. Не довелось попробовать?

— Почему же, довелось. Когда приезжал в Москву. В ресторане... я забыл его название. Он выглядел как библиотека. Книжные полки, книги, море книг, но в то же время все очень роскошно... Мне сказали, что он совсем недавно открылся, но интерьер был восстановлен в том виде, в котором он существовал 150 лет назад.

— «Пушкин»?

— «Пушкин»!

— Вам понравился интерьер?

— Еда была вкусной.

— И какие выводы о нас вы по ней сделали?

— Первый — в России холодно; второй — ваша страна находится очень далеко от остальной части Европы.

— Вы очень наблюдательны, но при чем тут еда?

— Элементарно. Во-первых, ваша еда должна быть горячей — чтобы можно было согреться, во-вторых, вы должны пить водку. Пить водку в России и пить ее здесь, в Италии, — большая разница. Если вы у нас выпьете водки за обедом, вас сочтут сумасшедшим.

— Но вы были в России и...

— Да, тоже ее пил. Я же не хотел замерзнуть.

ДЕИ МАШИН^{*}

Иллюстрации: Евгений Тонконогий

Знаменитого дизайнера Джорджетто Джуджаро однажды спросили, каким образом запросы потребителя влияют на дизайн автомобиля. «Да ни черта не влияют. Публика ничего не просит. Она берет то, что ей предлагают. А предлагаем ей что-то новое только мы, дизайнеры». Александр Ставров специально для Perfect Magazine составил список из шести самых влиятельных дизайнеров сегодняшней автоиндустрии.



**Кристофер
Эдвард
Бэнгл**

BMW

BMW X5
BMW 7 Series
BMW 1 Series

Против башни Эйфеля восставала вся парижская богема. Против реформатора стиля BMW — дизайнера Кристофера Бэнгла — поднялась 10-тысячная фанатская армия, которая потребовала отстранить этого «американца, временно проживающего в Германии» (так называет себя сам Бэнгл), этого «не помнившего родства янки» (так назвали его фанаты) от «баварской легенды» навсегда. Злые языки в интернете говорят, что максималь-

ный уровень Бэнгла — это уровень Opel, где он начинал свою карьеру, и Fiat, где он в качестве шеф-дизайнера отметился угловатым концептом Fiat Coupe. Бэнгла от BMW не отстранили, а повысили, назначив его ответственным также за Mini и Rolls-Royce. Его первой работой в BMW стал концепт Z9, с которого и началась эта эпоха любви и ненависти, фанатской истерики и устойчивого роста продаж. Баварские автомобили, расставшие-

ся со своей старомодной внешностью, но не своей высокой ценой, стали тем не менее расходиться по салонам — в том числе и российским — подобно горячим пирожкам. И не в последнюю очередь потому, что их дизайнером, который он называл дизайном «огненных поверхностей», занялся Крис Бэнгл. Сын Бэнгла, кстати, обожает Москву. И даже научил своего отца русскому слову «движуха».

BMW 7 — первый автомобиль той новой стилистики, которую потом будут ассоциировать исключительно с именем Криса Бэнгла, хотя над ней потрудился и нынешний «завбумерами» Адриан ван Хойдонк. Самое удивительное в «семерке» — несоответствие между ее авангардизмом и консерватизмом тех, кто в ней ездит, читает Forbes и про себя в Forbes.





Вальтер де'Сильва

Audi

Audi A5

Alfa Romeo 156

Lamborghini

Miura

Станет ли человек автомобильным дизайнером, если его отец — известный художник-график, а окна родного дома выходят на комплексы туринского Motor Show, где выставляются лучшие автомобили мира. Ответ мог быть отрицательным, но у теории вероятностей и истории разные ответы. Вальтер де'Сильва — это Пушкин нашего времени. По крайней мере он точно «наш» для концерна VW, где де'Сильва в ответе за дизайн. Будь то дизайн божественной красоты концепта Audi или нового страшненького «народного»

транспортера. Говорят, что, будучи начинающим подмастерьем в центре стиля Fiat, он очень не любил свою работу по изготовлению кузовных лекал. Но это не помешало ему научиться делать кузова машин, о которых потом будет говорить весь мир. Он был главным дизайнером Alfa Romeo, и именно ему, автору 156-й и 166-й моделей, удалось вернуть марке блестящую славу, зажечь ту «молнию, что яркой вспышкой освещает и соединяет былое с будущим». Это он доказал миру, причем даже без помощи певицы Шакиры, что и автомо-

били SEAT могут быть стильными. С его именем связывают все достижения автомобилей Audi последних десяти лет. Его Audi TT был признан самым красивым автомобилем прошлого года, а его на броски продаются на престижных аукционах. Он попал бы в сон великих и без иных других заслуг, но он творил Lamborghini, и это все равно, что видеть Ленина.

AUDI A5 — любимое творение мастера. Стиль итальянский, технологии немецкие — что еще нужно для идеального автомобиля? Если подходить с мерками классического искусства, то у него пропорции олимпийского бога. По автомобильным меркам — это олимпийская классика Grand Turismo. Длинный капот, короткий зад, сдвинутая к фронту передняя ось, оптимальная развесовка... Автомобиль из сферы высоких скоростей и больших амбиций.



Кен Окуяма

Pininfarina

Porsche 996

Ferrari 599

Maserati Birdcage 75th

Ferrari P4/5

Дизайнеров Ferragàti с приставкой «экс-» не бывает, как не бывает бывших в еще одной категории служивых людей. И пусть Кен Окуяма, автор Enzo Ferragàti, уже больше не работает в создававшем эту машину-легенду ателье Pininfarina, его имя все равно навсегда вписано в историю знаменитой итальянской конюшни. Его Ferragàti Rossa был признан лучшим концепт-каром 2000 года. Коллеги-дизайнеры называют его Профессором с большой буквы, и это не просто уважительное прозвище. Три года он преподавал в Университете науки и искусства японского района Тохо-

ку, служа там приходящим профессором и одновременно работая на Honda в качестве главного дизайнера проекта New Sportscar eXperimental или просто NSX. Он помогал разрабатывать дизайн Porsche 996. Успелнести свою лепту в разработку Chevrolet Camaro C5 Corvette. Он отец маленького робота Nuvo. Но главные его успехи связаны, несомненно, с ателье Pininfarina, в котором он проработал два года креативным дизайнером, где в креативе никогда не было дефицита. Впрочем, даже по меркам Pininfarina его спорные и даже опасные машины были че-

ресчур вызывающими. Тот же Enzo Ferragàti был далек от классического образа «жеребцов» из Маранелло, как Солнце от Земли. Говорят, именно поэтому его сначала отстранили от проекта 612 Scaglietti, а потом и вовсе уволили из ателье.

MASERATI BIRDCAGE

75th — одна из последних работ Окуямы для Pininfarina. В 1970 году молодой Окуяма увидел модель Modulo — первый выставочный автомобиль от Pininfarina и «захотел стать автодизайнером». Birdcage должен был сподвигнуть молодежь по всему миру на подобный же выбор жизненных приоритетов. В принципе, глядя на результат, многие потянутся за карандашом.



**Ян
Каллум**

Jaguar

Jaguar XK

Шотландец Ян Каллум, пожалуй, самый гла- мурный дизайнер сов-ременности. С другой стороны, любой, кто бы создал автомобиль, подобный Aston Martin DB7 или Jaguar XK, был бы обречен на гламур, любовь папарацци и светских хроников. Впрочем, старшему Каллуму (у него есть еще и брат, и тоже дизайнер) впору самому писать книгу — что-то типа «Моя жизнь в ис-кусстве». Искусству он учится постоянно — сперва в колледже Абер-дина, потом в Школе искусств в Глазго, потом в Королевском коллед-

же искусств в Лондоне. Он поработал в Ford и TWR, прежде чем прийти на Jaguar. Свое видение новых Jaguar он формулирует так: «Это крутые тачки, ко-торые должны привле-кать интересных крутых людей». Каждая модель Jaguar, по его мнению, должна иметь свое соб-ственное лицо — «не-что такое, что позволит вам безошибочно узнать ее, заметив в зеркале заднего вида».

JAGUAR XK — это во-площенная в формах автома-шины актриса Кейт Уинслет. Именно таким свое творение видит сам Ян Каллум. Уинслет и Jaguar — настоящие британцы с великолепными фигу-рами, «Кейт стала моей музой», — признался Каллум, — как и моя машина, она обладает содержанием, внутрен-ним миром, а не про-сто привлекательной внешностью». «На мой взгляд, фары должны быть побольше, не хва-тает бара, подсвеченно-го розовыми и голубы-ми неоновыми огонька-ми, зонтиков и ананасов», — пошутила в от-вет сама Уинслет.

ВСЮДУ ЖИЗНЬ

Акико Ида и Пьер Жавелль — парижский фотодуэт *Minimiam*, в своих работах превращающий гастрономию в увлекательное путешествие по миру еды, жители которого приветствуют инопланетян на склонах из брюссельской капусты, занимаются альпинизмом в горах из мороженого и постригают лужайки из киви.



«ПЛАНЕТА РОМАНЕСКО»

MODERN PERFORMANCE / CULINARY TRENDS / LIVING DESIGN

PERFECT MAGAZINE



« У И К Е Н Д »





« ПЛЯЖ »





PERFECT MAGAZINE

MODERN PERFORMANCE / CULINARY TRENDS / LIVING DESIGN



белый центр

Актуальность полосочек — факт неоспоримый. Рисовали их древние люди, Леонардо да Винчи, Эдвард Мунк, Авдей Тер-Оганьян. Самые дорогие полосочки в мире — производства абстракциониста Марка Ротко, «Белый центр (желтое, розовое и лиловое на розовом)», — проданы из

частной коллекции Рокфеллера на аукционе Sotheby's за не- бывало высокую сумму в \$72,8 миллиона. Ротко переплю- нул не только всех оппонентов, но и самого себя. Предыду- щий ценовой рекорд, установленный на аукционе Christie's, равнялся всего лишь \$22 миллионам и принадлежал ему же.



*) Совершенное произведение

ФОТО: GETTY IMAGES/FOTOBANK.RU

ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ

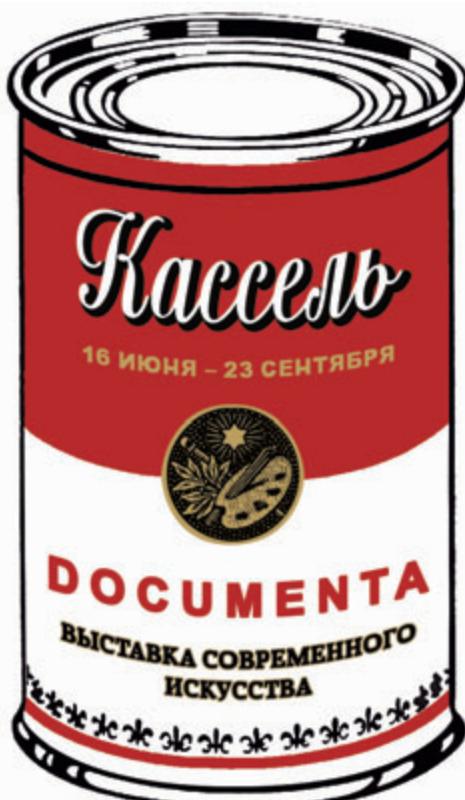
Посещение важных выставок, крупных биеннале или крохотных экспозиций малоизвестных широкой публике художников — занятие важное и достойное.

Для этого номера Perfect Magazine эксперт Александра Рудык выбрала события, пропустить которые никак нельзя.

Иллюстрации: Яша Растилин



Самое статусное событие Европы состоит из трех частей: почетные павильоны разных стран в Джардини, сборная солника всех про все в Арсенале и не попавшие в заслуженные места, разбросанные по всему городу павильоны. В этом году участвуют экспозиции 77 стран, заполнившие собой всю Венецию.



Одна из главных выставок современного искусства заполоняет собой целый маленький немецкий город Кассель. Как ориентир — на берегу реки Фульда, протекающей в черте города, можно наблюдать воткнутую в землю 12-метровую железную кирку, созданную еще в 1982 году Класом Ольденбургом.



Художники-шестидесятники, гонимые в советские времена, никогда не находились в абсолютном вакууме. Выставки проводили регулярно и шумно. С начала 90-х никаких запретов уже не было, а работ шестидесятников сохранилось хоть отбавляй. Лучшие — на этой выставке.



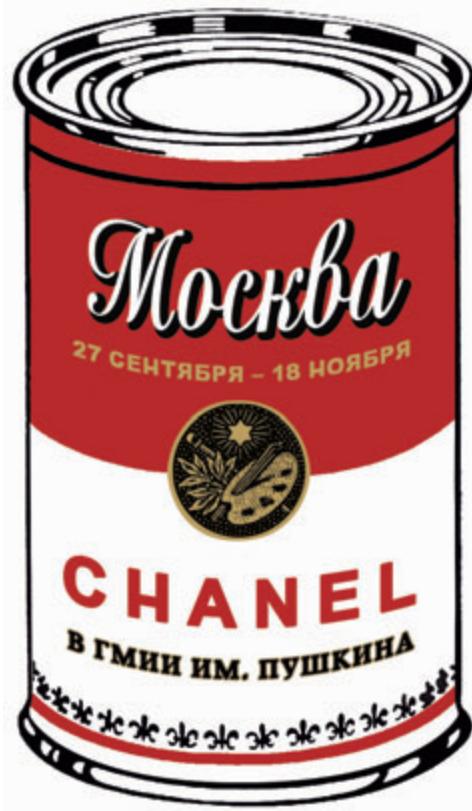
Ежегодная международная выставка современного искусства получила в этом году рекордное число заявок на участие — 500. Решением специального международного жюри было отобрано 130 галерей из 21 страны. В этом году основа — интерес к дизайну интерьера и к частному аспекту жизни.



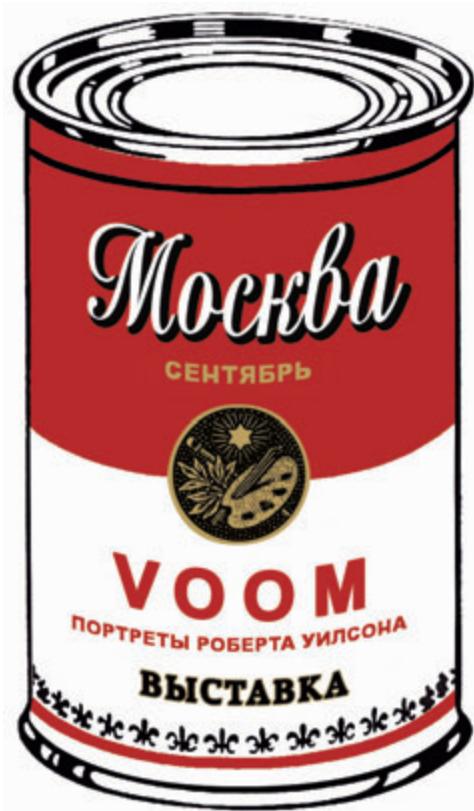
Основанный галереей «Айдан» ежегодный оупен-эйр «ArtПоле» уже третий год несет искусство в массы. Причем не самое обычное — ландшафтную скульптуру. Первым делом устроители мероприятия окунулись в Рублевку, затем переместились в Зеленоград. Куда двинутся в этом году, еще не решили.



Пражская выставка проводится всего в третий раз, но уже успела прославиться своим гостеприимством и отказом от павильонного принципа, узаконенного в Италии. К сожалению, удачно стартовав в 2003 году, пражская выставка стала менее интересной, хотя и более обширной. Этот год может стать переломным.



Выставка дома Chanel с его многолетней историей и бесконечными инновациями. На последних и выстроенная концепция выставки — визуальное отображение и интерпретации пяти главных творческих выдумок Шанель: «черный», «красный», «золото», «джерси», «твид».



Роберта Уилсона обещали привезти еще в марте на Вторую московскую биеннале современного искусства. Но так и не доехали. В сентябре шансы увидеть знаменитые живые портреты, выполненные в сложном видеоформате HD устраивают, потому что Уилсон и без того едет к нам со спектаклем.



Британская национальная галерея придумала специальную уличную выставку, дабы приобщить жителей и гостей Лондона к старому искусству. На стенах вокзала Пиккадилли и Ковент-Гарден размещены 30 репродукций работ кисти да Винчи, Рубенса, Гейнсборо, Тициана, Боттичелли и Микеланджело.



Со стен старого винного завода взирают еще молодые звезды советского кинематографа. Алиса Фрейндлих, Александр Абдулов, Ирина Алферова — лица с обложки журнала «Советский экран». Знаменитых людей снимали знаменитые фотографы: Валерий Глотов, Игорь Гневашев и Николай Гнисюк.

sommelier
restaurant/banquet
ambience/location
origination
mixologist
secondary
topics
master food & drink
classes
chief gourment
Perfect food importer
Perfect food & drink

бистро питание

Когда создатели ресторана Bistrot, модные рестораторы Кирилл Гусев и Иван Бронов («Павильон», «Обломов» на Пятницкой, Fish, Nabi), говорят, что перенесли на отечественный глинозем легендарный Bistrot респектабельного итальянского курорта Форте-дей-Марми, они откровенно скромничают. Конкурс интерьеров в нашу пользу.

Вверху — камин, канделябры и тяжелые стулья с высокими спинками, внизу — антикварные диванчики, терраса с белыми зонтами и петуниями. Шеф — обладатель двух мишленовских звезд — Массимо Феррари. Искушенная публика приходит на суп паппа аль помодоро, пасту нюоди из рикотты и запеченного с картофелем козленка.



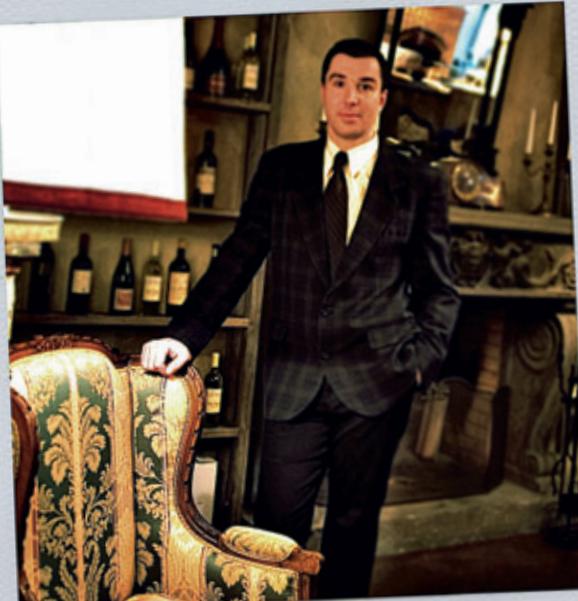
Посуда



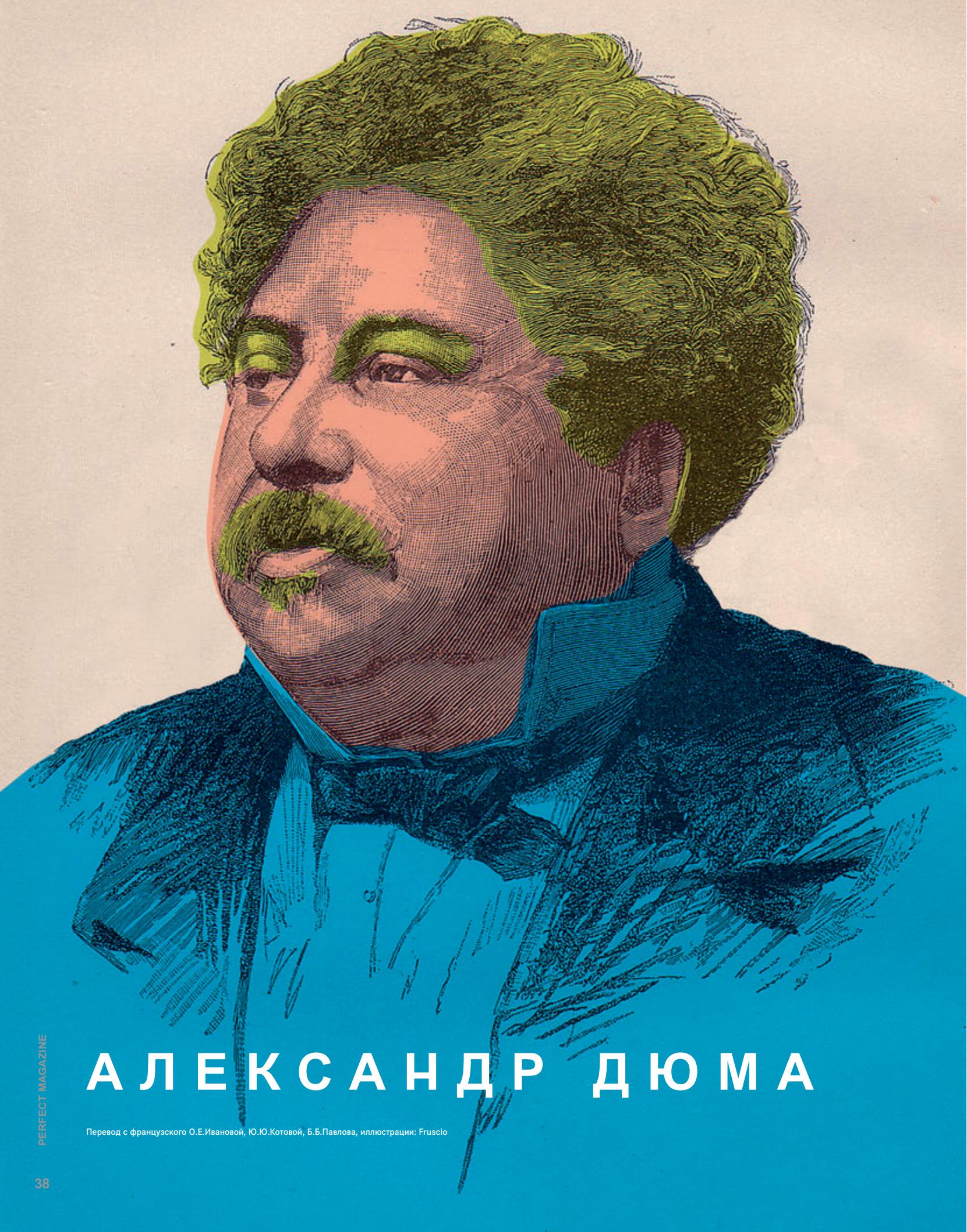
Пицца «Променутто с инжиром»



Аппетитное мясо молодого козленка



Сотрудник ресторана



АЛЕКСАНДР ДЮМА

Перевод с французского О.Е.Ивановой, Ю.Ю.Котовой, Б.Б.Павлова, иллюстрации: Fruscio

Из русского издания:

Александр Дюма «Большой кулинарный словарь»

Издательство «Олимпия-Пресс», 2006

[ОБ АЛКОГОЛЕ]

Это слово арабского происхождения, обозначающее твердую субстанцию или жидкую, летучую. Но сегодня в обиходе это слово употребляется лишь для обозначения способной улетучиваться, воспламеняющейся жидкости, полученной после перегонки, то есть винного спирта, так называемой «души вина».

[О БАРАГУЭНЕ]

Два бретонца-путешественника попали в город, где говорили лишь на французском языке. Обессиленные от голода и жажды, они принялись выкрикивать на старом кельтском наречии: «Барагуэн», но никто не мог их понять; наконец, взглянувшись в их отчаянные жесты, люди поняли, что они хотят пить и есть, и накормили их. Вот так появилось всем известное французское слово «барагуэн» (baragouin), что означает нелепый, непонятный язык — тарабарщину, а в реальности оно состоит из двух слов бретонского языка: *baga*, что означает «хлеб», и *quin* — «вино».

[О ВИНЕ]

Любитель хорошего вина привел следующее радостное умозаключение своему исповеднику, который распекал его за пьянство, заявляя, что тот никогда не обретет спасения, если не исправится:
— Отец мой, хорошее вино делает хорошей кровь, хорошая кровь дает хорошее настроение, хорошее настроение рождает хорошие мысли, хорошие мысли рождают добрые дела, а добрые дела ведут человека на небо.
— Да будет так, — сказал ошеломленный священник.

[О КОФЕ]

Кофе стал необычайно популярен во Франции, когда в 1806 году Наполеон опубликовал свой декрет о континентальной блокаде, лишив страну разом и сахара, и кофе. Кофе стали наполовину смешивать с цикорием, что принесло большие прибыли бакалейщикам и порадовало кухарок, встретивших цикорий с восторгом: они утверждали, что кофе с цикорием вкуснее и полезнее для здоровья. К счастью, сегодня континентальный декрет канул в Лету, но кухарки запечаттели его в своем сердце и продолжают по-прежнему смешивать кофе с определенным количеством цикория, уверяя, что таким образом они оздоровляют своих хозяев.

[О ПОВАРАХ]

По утверждению Брийя-Саварена, можно стать отличным поваром, но оставаться плохим «жарельщиком мяса», ведь умение жарить мясо приходит свыше, как дар поэта.

[О ЛЯГУШКАХ]

Англичанам, которые приходят в ужас от подобного яства и которые, вне всякого сомнения, именно по этой причине рисовали карикатуры, изображающие французов, поедающих лягушек, следует все-таки навсегда прочитать следующий отрывок из истории острова Сант-Мартин:

Доминго, написанной неким англичанином по имени Этвуд:
«На Мартинике, — утверждает он, — водится много жаб, которых употребляют в пищу. Англичане и французы предпочитают их курицам. Из этих земноводных готовят фрикадес и супы».

[ОБ ОБЕДЕ]

Ежедневное основополагающее действие, достойно осуществить которое могут только просвещенные люди, поскольку за обедом недостаточно просто поглощать пищу, необходимо еще и вести веселую, искреннюю и непринужденную беседу. Беседа должна искриться вместе с рубинами сладких вин, обретать пленительное очарование вместе со сладкими десертами и достигать глубины за кофе.

[О БУЛЬОНЕ]

Люди, предрасположенные к полноте, должны отказаться от хлеба и мучных блюд и есть только бульон.

[О ТОСТАХ]

Тосты появились во Франции благодаря французской революции. Это название мы получили от англичан, которые, выпивая за здоровье кого-либо, клали в каждую кружку пива ломтик поджаренного хлеба, который назывался тостом. Тост доставался тому, кто выпивал кружку до дна.

[ОБ УСТРИЦАХ]

Гурманы утверждают, что не следует есть устриц в месяцы, в названии которых отсутствует буква Р.

[О МЕДВЕДЯХ]

Когда якуты, сибирская народность, встречаются с медведем, они снимают с головы шапки и приветствуют его, называют хозяином, стариком или дедушкой и обещают, что никогда не нападут на него и не сделают ничего плохого. Но если он сделает вид, что хочет броситься на них, они стреляют в него и, убив, разрезают на куски, зажаривают и едят, непрерывно повторяя: «Тебя едят русские, а не мы».

[ОБ ОХОТНИКАХ]

Приятный, жизнерадостный мужчина, любящий хорошо поесть и еще более выпить, он рано ложится спать и спит всю ночь до утра. Женщины в большинстве своем охотников не любят.

[О ПИВЕ]

Один несчастный, приговоренный к смертной казни, уже на эшафоте испытал приступ сильнейшей жажды и попросил напиться. Ему подают бокал пива, который тот отталкивает с криком: «Нет, только не пиво! От него образуются камни в почках!»

[О ФАЗАНАХ]

О них написана поэма, состоящая всего из одной строки: «Из птицы фазии готовят блюдо, предназначенное для богов».

Perfect
magazine

PERFECT
THING*

Ночь



Ночь



День



В темноте

светильник

Foto: Shane Kohatsu, Jeremiah Hadjian

Загородные участки, дома или целые усадьбы в частном пользовании — масштабами владений мало кого можно удивить. Удивлять стоит конечным результатом — оформлением интерьера, экстерьера дома и прилегающих территорий. Дизайнеры из калифорнийской студии SKcollab взяли за основу форму обычного подсолнуха и превратили его в новое

«растение» на вашем участке — Corona Solar Light. Гениальное просто: в течение дня лампа накапливает солнечный свет, ночью отдает его, мягко освещая окрестности. Лампы, имитирующие цветок, можно закрепить на стене или положить на столик. Но в образе растения идея работает лучше всего — любой загородный участок становится уникальным.

*) Совершенная вещь



ДЖОНАТАН АЙВ

Интервью: Design Museum, перевод: Zen, иллюстрации: Fruscio

Джонатан Айв — старший вице-президент по дизайну в Apple, изобретатель iPod, iMac и iPhone, обладатель всех мыслимых премий в области дизайна и одновременно самый закрытый человек в своей сфере, интервью с которым — событие планетарного масштаба.

Помню, меня всегда интересовали созданные предметы. Из-начально на дизайн я не особо обращал внимание или, скорее, обращал, но не в первую очередь. В детстве я любил разбирать на части все, что мне попадалось под руку. Позже я стал больше интересоваться тем, как предметы собраны, механизмом их работы, формой и материалом, из которого они изготовлены.

К 14 годам я понял, что хочу рисовать и конструировать.

Но я долго не мог определиться с конечным предметом, мне было все интересно: машины, товары, мебель, украшения, корабли. Посетив несколько консультаций по дизайну, я решил, что начну с дизайна товаров, так как это могло означать все что угодно. В школе я изучал искусство и дизайн, а потом поступил в Политехнический институт в Ньюкасле. Очень скоро я понял очень простую, но важную вещь: форма и цвет непреднамеренно меняют восприятие предмета. Получив базовые знания о создании предметов, я стал понимать исторические и культурные контексты их дизайна. Я всегда хотел научиться по-лучше рисовать, но сейчас меня это волнует не так, как тогда.

В институте у меня очень плохо получалось работать на компьютере, и долгое время я был убежден, что просто технически не-пригоден для работы на нем. Это, конечно, меня расстраивало, так как я понимал, что компьютер мне может изрядно помочь в реализации различных дизайнерских идей. Уже заканчивая институт, я впервые узнал о существовании Mac. И прямо-таки поразился, насколько он прост в обращении по сравнению с остальными компьютерами, на которых мне приходилось работать до этого. Работая на нем, я чувствовал мысленную связь через компьютер с дизайнерами, которые его создавали.

В начале 1990-х я жил в Лондоне и работал с клиентами из Японии, США и Европы в Tangerine. В то время в Apple искали нового консультанта по дизайну, и меня приняли на работу. Я все еще помню, как в Apple описывали эту фантастическую возможность, а я чудовищно волновался, боясь все испортить. Тогда я еще не думал, что смогу благополучно работать в большой корпорации: я всегда предполагал, что буду работать независимо. Но, посодружничав с Apple, я вскоре принял предложение работать у них на постоянной основе и переехал в Калифорнию.

Одной из причин, почему я решил работать в Apple, было чувство разочарования, которое я испытал, работая консультантом. Работая вне компании, сложно оказывать какое-либо значительное влияние на планы развития определенного товара, привносить инновации. К тому моменту, как ты подписал контракт и получаешь какие-то полномочия, очень много важных решений (это касается и дизайна) уже принято. Я все лучше понимал: для того, чтобы что-то в корне изменить, необходимо, чтобы резкие перемены произошли сразу в нескольких частях организации.

Мне очень повезло работать в компании, где все, кто тебя окружает, разделяют твои взгляды. Важно, чтобы не только руководство компании четко понимало, чем мы занимаемся и роль дизайна в нашем деле,

но и чтобы отделы развития, маркетинга и продаж нацеленно работали на один результат. Мне нравится быть частью чего-то большего, чем дизайн. Я предан Apple и горжусь тем, что эта компания внесла большой вклад в дизайн. Я также чувствую большую ответственность за то, что делаю, ведь последствия нашей работы могут быть очень разными.

Я волновался, что после работы фрилансером с несколькими клиентами одновременно будет сложно перестроиться и работать над дизайном широкой линии продуктов одной компании. К моему удивлению, это не стало проблемой, ведь сейчас мы делаем дизайн систем с множеством различных компонентов — наушники, пульты, мышки, колонки, а также компьютеры. Главное было сосредоточиться на дизайне продуктов на технологической основе. Мне нравится работать с такой сравнительно новой категорией продуктов. Здесь есть огромный потенциал, так как ты можешь работать над одним продуктом, который потом может повлиять на всю историю этого вида. iPod — хороший тому пример, так как он полностью изменил взгляд на возможность хранения и прослушивания музыки.

В 1970-е компания Apple заявляла, что то, что они делают, — пересечение технологии и искусства. Я думаю, что созданные мной гаджеты действительно являются результатом тех целей, которые были поставлены в то время. Это простота в использовании и легкость в восприятии.

Возможно, решающим фактором для меня является фанатичный интерес к обычным вещам: пристальное внимание к деталям, на которые обычно не обращают внимания, таким как провода, зарядные устройства. Возьмите iMac, наши попытки сделать его менее эксклюзивным и более доступным коснулись нескольких уровней. Хороший пример — ручка. В то время как ее главная функция — дать возможность пользователю легко переместить предмет, неотъемлемая часть этой функции — непосредственная связь, которая проводится с пользователем, ведь форма ручки повторяет форму вашей руки. Видя компьютер с ручкой, пользователь на подсознательном уровне понимает, что о нем позаботились, — я могу поднять компьютер, передвинуть его, это не что-то недоступное.

Материалы, технологические процессы, состав продукта и его устройство — основные двигатели в дизайне. Новые способы обработки материалов дают возможность создавать продукцию из пластика, о которой мы раньше не могли и мечтать. Сдвоенные материалы — соединение различных пластмасс или сплав пластмасс с металлом — открывают еще больше возможностей в дизайне, которых ранее не существовало.

Я думаю, что двигатель дизайна — это личное упорство и высокие ожидания потребителей. Существует так много компаний, которые состязаются между собой в похожих сферах. Многие из них стремятся лишь поверхностно отличаться от остальных. И заботятся больше о том, чтобы установить различия, вместо того чтобы внести новшества, вложив средства в ресурсы и применение новых технологий, чтобы попытаться и сделать что-то лучше.





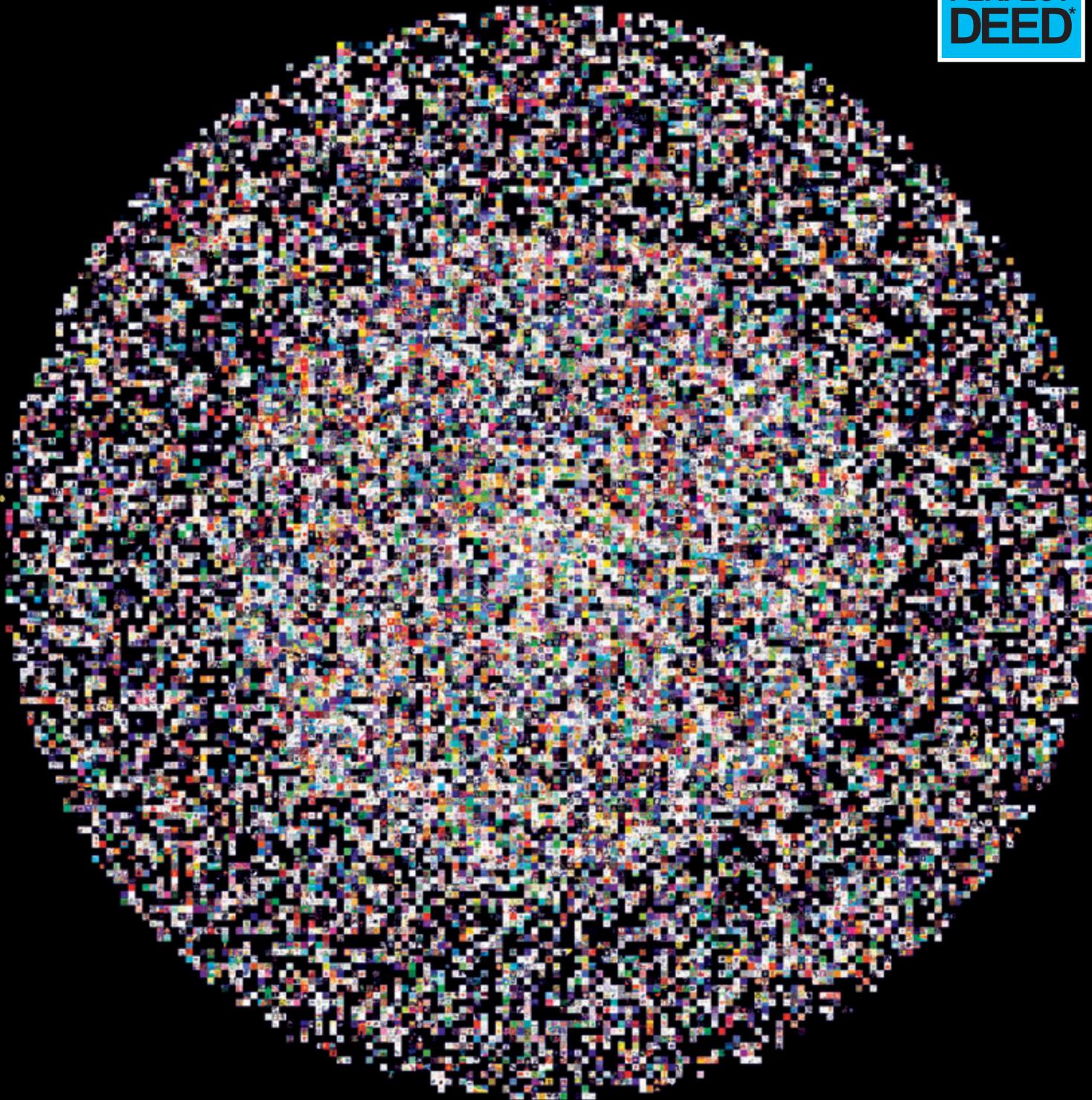
ВАМ ПОСЫЛКА!

Яркие цвета в этом сезоне — главный тренд. Насыщенность уже перестала пугать как дизайнеров, так и тех, кто пользуется плодами их фантазии. Ярким теперь позволено быть чему угодно — от куртки строгих форм до шкафчиков в гостиной. И все это не может не радовать.

Иллюстрации: Яша Растилин



Perfect
magazine



всем мира

Текст: Александра Рудык

Благотворительность имеет силу только в том случае, если ей занято внушительное количество человек — это как раз о проекте «Миллион шедевров» (www.millionmasterpiece.com), который уже собрал более 25 000 участников и более 20 миллионов долларов. Регистрирующимся на сайте и вносящим пожертвование участникам предоставляется возможность нарисовать небольшую картинку — абсолютно

любую, — которые все вместе составляют эдакую планету, портрет человечества. В конце 2007 года картины всех совершивших финансовое вложение будут соединены в одну размером 20x80 м и отправятся по миру в рамках выставки-рекорда. Если делать из этого полотна выводы, то в современном мире преобладает сверхнаивная живопись, а главный творческий мотив — угловатое и неровное сердечко.

*) Совершенное дело

СОСТАВНОЙ ПРОДУКТ

Тексты: Константин Бочарский
«Секрет Фирмы», ИД «Коммерсантъ»

Что будет, если совместить пакетик чая и кружку, в которой его нужно заваривать? С потребительской точки зрения — собственно чай. С точки зрения маркетологов чайной компании — новаторский продукт.

Для его создания решено объединить «на своей территории» два продукта, которые раньше потребитель привык соединять самостоятельно.



Джинсы Levi's RedWire DLX со встроенным пультом управления плеером — один из многих вариантов совмещения продуктов

В этом году посетители некоторых российских фастфудов получат необычную новинку — одноразовый стакан с прикрепленным к его дну заварочным пакетиком чая. Специалисты давно обратили внимание на проблему, с которой сталкивается каждый потребитель фастфуда: как избавиться от пакетика уже заваренного чая? Его нужно выловить, куда-то выбросить, он пачкает руки, стол и т.п. Решение оказалось простым: круглой формы фильтр — пакетик с чаем закрепили промышленным способом на дне стаканчика. Идея объединить «под одной крышей» два разных продукта — известный прием создания новинок. Еще Филип Котлер и Фернандо Триас де Без в книге «Новые маркетинговые технологии» описывали этот метод как одну из стратегий «латерального маркетинга» — подхода, когда разработчик мыслит не «вдоль», а «поперек». Латеральный маркетинг — чрезвычайно широкая философия. Она приветствует любые нестандартные шаги: слом стереотипов, сдвиг парадигмы, инверсию, — но совмещение разных продуктов, пожалуй, нагляднее всего. Итальянский предприниматель Ферреро Роше соединил шоколадное яйцо и игрушку, получив в результате Kinder Surprise — единственную мировую марку шоколада, ежегодные продажи которой превышают \$1 млрд. Одна из россий-

ских компаний соединила корм для собак и йогурт и создала биойогурты для домашних животных «Акти-Дог» и «Акти-Кэт». Многие мировые компании выпускают одежду со встроенным MP3-плеером. Вслед за трендом даже славящаяся своей консервативностью компания Levi's объявила о выпуске со специальным карманом джинсов, совместимых с iPod. Пространство для подобного латерального объединения продуктов безгранично, но достоинство в данном случае тут же превращается в недостаток. Как определить, что и с чем совмещать? Многообразие открывающихся возможностей завораживает, но излишняя свобода действий чаще помеха, чем помощник. Как упростить задачу выбора продуктов, соединение которых ведет к появлению успешной новации? Беспроигрышный вариант — обратить внимание на то, что потребители сами совмещают в реальной жизни, а потом создать соответствующий продукт. Именно так появились в свое время многие популярные сегодня товары «несколько в одном»: одноразовые пакетики с растворимым кофе, сахаром и сливками, супы моментального приготовления в пластиковых стаканчиках, шампунь и бальзам в одном флаконе, видеодвойки и конфеты с ликером. Совместить за потребителя то, что он так или иначе соединит самостоятельно, — поистине многообещающая стратегия.

ПОТРЕБИТЕЛЬ = ВЛАДЕЛЕЦ

Иллюстрации:
Яша Растилин

Потребителя можно рассматривать как средство обогащения, а можно — как сотрудника своей компании, партнера и даже акционера. Последний подход порождает принципиально новые модели бизнеса. Не исключено, что они-то и есть единственно правильные.



Потратив всего 10 фунтов, каждый мог стать сопродюсером киноленты «Outlaw», снятой киностудией Vertigo Films

На оригинальной кассете фильма «Business», выпущенного в прошлом году британской кинокомпанией Vertigo Films, изображены бассейн, красотка и гангстеры. Однако все не так просто. Vertigo специализируется на малобюджетной жесткой кинопродукции. А еще у Vertigo Films есть полтора миллиона фанатов, подписанных на получение обновлений с сайта компании. На эту армию преданных поклонников она и решила сделать ставку.

Запуская новую ленту — «Outlaw», Vertigo предложила каждому желающему стать сопродюсером картины. Для этого нужно всего лишь внести предоплату в 10 фунтов стерлингов — и студия обещает поместить на DVD с фильмом его фамилию, выдать ему фирменную футбольку, а также, собственно, и сам фильм. Но главное, что приобретает «продюсер», — осознание того, что именно он дал возможность ленте появиться на свет.

Таким образом исправляется, пожалуй, одно из самых нелепых заблуждений экономики — разделение ее субъектов на бизнес и его клиентов. Компании привыкли видеть в потребителе лишь пассивное звено. В лучшем случае они награждают его титулом «короля» и удостаивают большим, чем обычно, вниманием. Но потребитель всегда остается «по другой сторону баррикады». Перетянуть его на свою сторону, превратить из «средства обогащения» в равноправного партнера — задача, решение которой может поставить сам бизнес с ног на голову. Или с головы на ноги? Сделав ставку на потребителя как на инвестора, компании решают сразу несколько серьезных задач. Выпускают то, что клиент на са-

мом деле хочет получить, а главное — за его деньги. А вот одна из британских гостиничных компаний решила воплотить концепцию «клиент — инвестор» в гостиничном бизнесе. Она сдает номера в престижном лондонском отеле, но не на одну ночь, а на 999 лет. Стоимость комнат (объем инвестиций) колеблется от \$243000 до 520000. Таким образом, за каждый год владения номером клиент-инвестор выложит всего от \$250 до 530. За это он (и его потомки) получат право проживать в отеле в течение 52 дней в году. Но главное, к чему призывает компания: «Зарабатывайте деньги, пока другие спят». Если клиенты-инвесторы решат сдавать «свои» комнаты другим постояльцам, 50% выручки они оставляют себе, а другую половину отдают. Чистая прибыль клиентов-партнеров, по оценкам компании, составит не менее 6%. Похожую идею реализует и элитный лондонский клуб M1NT: 250 человек, вступившие в него первыми, одновременно становятся его акционерами и, соответственно, получают доходы. По данным BBC, сегодня среди членов клуба числятся девять голливудских миллиардеров. Между тем вовлечь клиента в дело способны отнюдь не только компании, ориентированные на кинозвезд. Так, один из австралийских производителей пива предложил своим покупателям следующую услугу: за четыре минуты прямо на сайте компании каждый может придумать пиво под собственным брендом, с оригинальным дизайном, логотипом и надписью. За \$30 компания доставляет потребителю уже готовую бутылку. Самое же приятное, что с каждой подобной покупкой клиент получает акции пивоваренной компании.

СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ

Мир большого и очень большого бизнеса — территория постоянных сделок. Кто кого купил, и главное, за сколько, — в обзоре самых громких покупок сезона.

Текст: Сергей Морозов
Иллюстрации: Максим Новиков

Thomson слился с Reuters

\$17,24 млрд

17-миллиардное слияние канадской медиакомпании Thomson и британской Reuters позволит занять им треть рынка деловой информации. Thomson-Reuters опередит компанию Bloomberg, бывшего безусловного лидера. Антимонопольные органы в США и Европе затянули крупнейшее расследование: а не станет ли новая компания монополистом. Это все время будет держать нового лидера в напряжении.

ABN Amro в стадии продажи

\$95,4 млрд

В сделке по продаже голландского банка ABN Amro самое интересное не переговоры, а то, как она начиналась. Глава банка получил письмо от владельца 1% его акций — хедж-фонда The Children's Investment Fund — с ультиматумом прекратить наконец кормить акционеров завтраками и заняться продажей банка. Письмо отправил Кристофер Хон, сын автослесаря с Ямайки, а теперь управляющий английским фондом на 4 миллиарда фунтов стерлингов, уже заставивший в прошлом году Франкфуртскую биржу отказаться от покупки Лондонской биржи и увеличить дивиденды акционерам. Последнее предложение по продаже ABN Amro — \$95 миллиардов от Barclays.

Allianz купила АФК «Система»

\$750 млн

Allianz — один из крупнейших в мире страховщиков: никогда в своей истории, выходя на новый рынок, не создавал совместных предприятий. Ситуация изменилась: покупка этого года АФК «Система» обошлась им в три четверти миллиарда долларов.

Texas Pacific Group купила TXU

\$45,4 млрд

Фонды прямых инвестиций (ФПИ) делают все более крупные покупки. Вот инвесткорпорацию во главе с Texas Pacific Group, куда вошли еще Goldman Sachs и Kohlberg Kravis Roberts (KKR) приобрел тихоокеанскую энергетическую компанию TXU за \$45 млрд (это примерно полтора ВТБ на троих).

KBC Group купила «Абсолют Банк»

\$956 млн

Иностранные уже купили в России кучу банков — и купят еще больше. Но сделка по покупке «Абсолют Банка» бельгийской группой KBC выделяется из этого ряда. По сравнению с другими проданными банками у «Абсолют Банка» отличные показатели доходности.

Cerberus Capital купил Chrysler

\$7,4 млрд

10 лет назад компанию купили «мерседесовцы» — Daimler. Тогда сделку гордо называли слиянием равных, что не помешало топ-менеджерам тут же перегрызться, так как немцы все время пытались занять позиции сверху. В общем, хорошего альянса не получилось. И вот многострадальный Chrysler снова продан — фонду Cerberus Capital.

«Базэл» купил долю в Magna

\$1,54 млрд

Олег Дерипаска начинает осваивать заработанные на толлинге алюминия деньги. Вот за полтора миллиарда — самая большая для его «Базэла» покупка — приобретает долю в одном из крупнейших в мире производителей автокомпонентов, компании Magna. Говорят, он долгое время сомневался: может быть, стоит избавиться от автобизнеса. Но все-таки выбор сделан — российский автопром будет жить.

AT&T купила BellSouth

\$86 млрд

К середине 80-х AT&T стала монополистом дальней связи, этаким американским Ростелекомом. Монополистов в Америке тогда сильно не любили — и компанию заставили разделиться на 7 (правда, для этого понадобилось десятилетнее разбирательство). В начале 2007-го AT&T купила BellSouth за \$86 млрд. После сделки в рамках единой AT&T окажутся уже четыре ранее выделившиеся из нее компании. И она вновь станет крупнейшей телекоммуникационной компанией Америки.



СОВЕРШЕНСТВО
В ПОДЛИННОМ ИСПОЛНЕНИИ

Телефон горячей линии DUNHILL: 8-800-200-35-35

Сигареты сертифицированы

Содержание в дыме сигареты: 10/0,8 мг смолы/никотина

■ **Perfectionists in tobacco™**

Dunhill



**МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЯ РОССИИ
ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: КУРЕНИЕ ОПАСНО
ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ**

ВЕЧЕРИНКА DUNHILL Тор LEAF. ON THE ТОР*

Новый шаг на пути к совершенству

Табачный Дом DUNHILL представил новые сигареты DUNHILL Top Leaf, сочетающие безукоризненный стиль и безупречное качество. Вечером 20 декабря 2006 года на верхнем этаже самого высокого в Европе жилого здания на закрытый прием Табачного Дома DUNHILL собрались люди, достигшие подлинных вершин карьеры и творчества.

Новые сигареты DUNHILL Top Leaf, сочетающие безукоризненный стиль и безупречное качество, — яркая индивидуальность в линейке продуктов DUNHILL и достойное продолжение богатой истории Табачного Дома. Верхние листья табачных растений получают больше солнечного света, накапливая питательные вещества и приобретая особенный аромат. Именно такие листья табака «вирджиния» отбираются экспертами Табачного Дома DUNHILL для создания уникальных сигарет с ярким, насыщенным вкусом и ароматом — DUNHILL Top Leaf. Новые сигареты гостям вечера представил директор по корпоративным отношениям группы компаний «Бритиш Американ Тобакко» в России Александр Лютый.

Вечер, получивший громкое название On the Top, прошел на самом высоком уровне, и по окончании гости долго не хотели расходиться.

Яркую индивидуальность DUNHILL Top Leaf подчеркнула экспозиция работ скульптора-монументалиста Александра Повзнера и фотографий Нелли Константиновой, Тирзяна Артешеса и Габана О'Киффи. Авторы фотографий отнюдь не профессиональные фотографы. Они бизнесмены, журналисты, дизайнеры, достигшие вершин карьеры в своей области. Однако сильный характер, живой

ум и яркая личность постоянно подталкивают их к новым достижениям.

Табачный Дом DUNHILL пригласил принять участие в мероприятии настоящего художника высокой кухни — Тома Вульфа. Маэстро известен тем, что не только в совершенстве владеет секретами европейской кухни, но и является автором совершенного нового подхода к подаче традиционных блюд. Выступление трио The Puppini Sisters, востребованного в столицах Франции и Великобритании, но совершенно не известного московской публике, стало не просто яркой завершающей музыкальной нотой вечера. Это был блестящий дебют. Именитые гости готовы были подпевать и без устали аплодировать трем красавицам в открытых красных платьях. Красивые чистые голоса солисток, зажигательные танцевальные номера и концептуальный репертуар харизматического трио никого не оставили равнодушным. Гостям приема On the Top Табачный Дом DUNHILL сделал особый подарок: до 1 февраля 2007 года только у них была возможность заказать персональную доставку новых сигарет DUNHILL Top Leaf. В продаже эти сигареты появились в феврале.

DUNHILL Top Leaf. Яркая индивидуальность. Индивидуальность аромата.



МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЕ КУРЕНИЕ ОПАСНО

Валентина Климчукова

Мария Карузева

Екатерина Земцовская

Владимир Маргуци

Вадим Савицкий

Александр Повзын

Татьяна Ширкитка

Арина Пономарева и Дарья Мусатова

Вадим Шаповаленко

Владимир Костенко и Анна Айтмузалиева

The Puppini Sisters

The Puppini Sisters

The Puppini Sisters

Екатерина Гладких и Олег Даинеков

Жозе Ламбер

Юлия Косован

Гарри Таничук и Виктория Пухина

Александр Ломтей

Шарлотта Финч

Валентина Семакова

Сергей Архаров и Анна Маргуци

Дарья Коваличукова и Татьяна Позднякова

Андрей Шаров

Виктор Моджика и супруга Анна Дональд Стивенс

Антони Моски

ДЛЯ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:
ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ



«Есть хорошая причина, чтобы быть знаменитым: ты можешь читать все толстые журналы и знать всех, о ком там пишут. Страница за страницей идут твои знакомые. Я обожаю такое чтение — ради этого и стоит быть знаменитым».

ЭНДИ УОРХОЛ О ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ
ЦИТАТА ИЗ КНИГИ «ФИЛОСОФИЯ ЭНДИ УОРХОЛА (ОТ А К Б И НАОБОРОТ)»

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect

Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect Perfect