

good news

О ЕДЕ, СОБЕСЕДНИКАХ И НЕ ТОЛЬКО

**ЕВГЕНИЙ ГАНЦЕЛЬ, О ВНУТРЕННЕМ
ДИАЛОГЕ, СТАТУСАХ ВАТСАПА
И МЯГКОСТИ ПРОТИВ ЖЕСТКОСТИ**

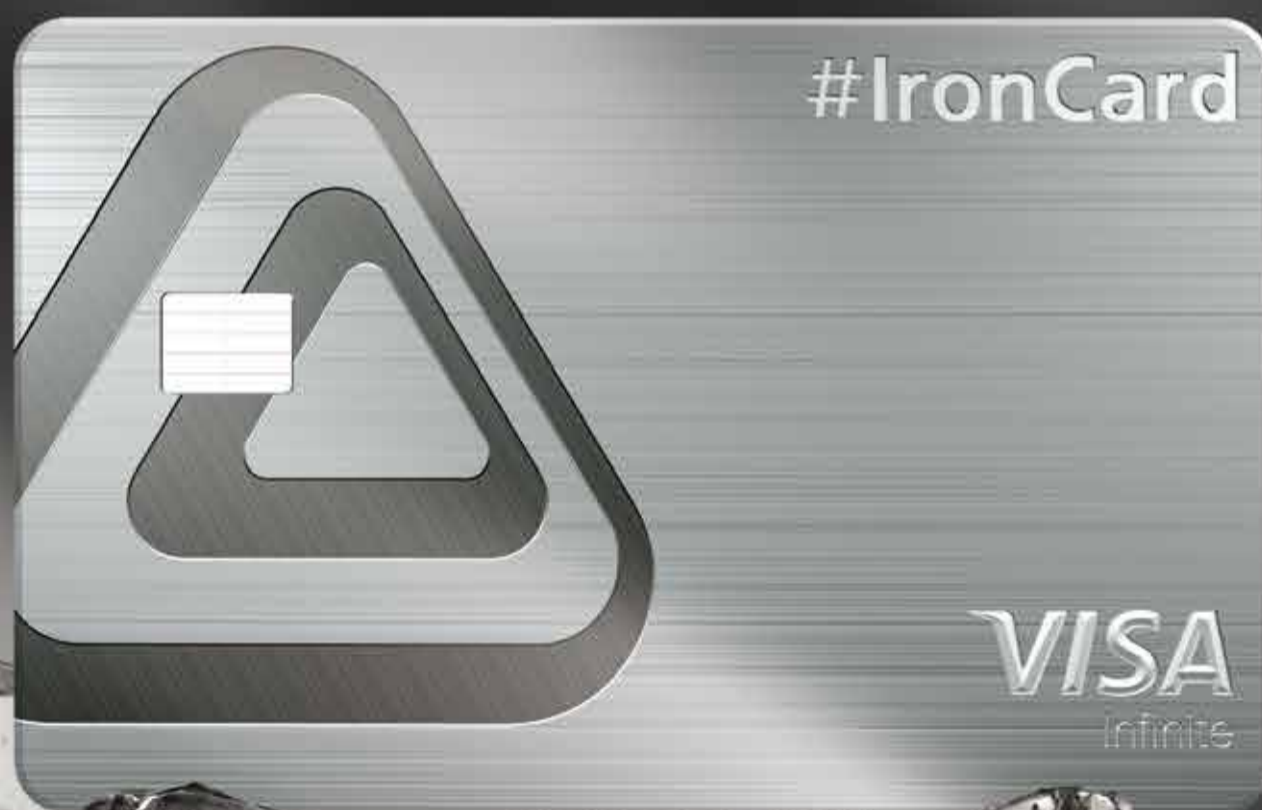
СТР. 14-16



centercredit

#IronCard

Бесплатные переводы по РК
Кешбэк до **100 000 ₸** в месяц
Страхование для всей семьи



bcc.kz

СЛОВО ИЗДАТЕЛЯ



Дорогие читатели,

Весна — это не просто смена сезона, а момент обновления взгляда: на вкус, на культуру, на самих себя.

Этот выпуск особенно важен для нас, потому что в нём мы рассказываем о двух новых проектах Good Project Family — Asai и NANA. Два разных настроения, объединённых вниманием к деталям, уважением к продукту и стремлением говорить с гостем на языке современности.

Отдельное место в номере занимает cover story с Евгением Ганцелем — разговор о внутреннем диалоге, выборе мягкости и том, как сегодня формируется личная и профессиональная позиция.

Мы говорим о людях и идеях, которые формируют сегодняшний культурный контекст — честно, точно и с вниманием к деталям.

Пусть этот номер станет для вас источником вдохновения и новых ощущений.

С уважением,
Издатель Динара Дос, [@DINARA_DOS](#)

МАСТХЭВ

Издатель
Динара Дос [@dinara_dos](#)

Выпускающий редактор
Амина Болат [@bolatamina](#)

Фотографы:
Карина Садуарт [@saduart](#)

Стиль
Айман Досан [@curatedbyaiman](#)

Красота
Sandra Beauty studio [@sandra_dostyk](#)

Дизайн
[motif design group](#)

Бухгалтер
Алия Чумакаева

Тираж:
1000 экземпляров

Печать:
Типография Print House Gerona
г. Алматы, ул. Сатпаева,
30а/3, офис 124.

Периодичность:
4 номера в год

Телефон для рекламодателей:
+7 (701) 8005525

следите за нами:

[WWW.INSTAGRAM.COM/
GOODNEWS.KZ/](http://WWW.INSTAGRAM.COM/GOODNEWS.KZ/)

[WWW.INSTAGRAM.COM/
GOODPROJECT.KZ/](http://WWW.INSTAGRAM.COM/GOODPROJECT.KZ/)

WWW.GOODPROJECT.KZ/



На обложке *Brunello Cucinelli*, на фото справа *Fendi, Triumph Pret-a-porter*

МЕНЮ НОМЕРА

СТР. 3 – PERSONNEL:
СОДЕРЖАНИЕ, МАСТХЭВ
И СЛОВО ИЗДАТЕЛЯ

АПЕРЕКТИВ

СТР. 4-5 – НАСЛЕДИЕ ВКУСА

СТР. 6 – NANA

СТР. 7 – ASAI

СТР. 8 – ASTANA GLOBAL
GASTRO

СТР. 9 – ФОТООТЧЕТ
KUNTIZBE

ГОРЯЧЕЕ

СТР. 11 – GOOD TIME: АФИША

СТР. 12 – АЙМАН ДОСАН

СТР. 14-16 – COVER STORY:
ЕВГЕНИЙ ГАНЦЕЛЬ

СТР. 18-19 – ЖАНАРА
АХМЕТОВА

СТР. 21 – ГИД ПО ПОДАРКАМ

СТР. 22 - 23 – L COLLECTION

СТР. 24 - ДИНАРА АЛЬМЕНОВА

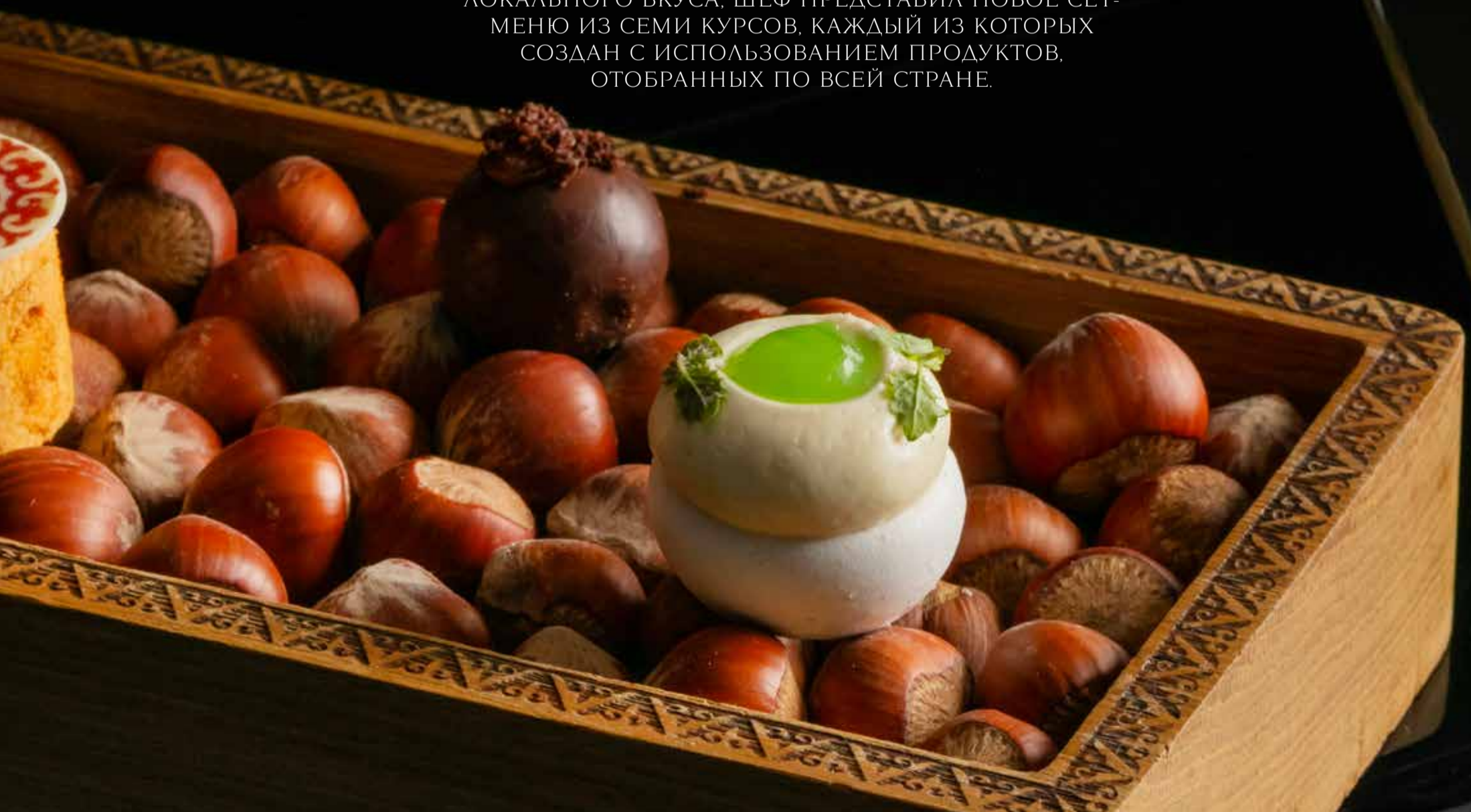
МОЖНО СЧЕТ?

СТР. 26 – АДРЕСА И
КОНТАКТЫ



СЕТ-МЕНЮ «НАСЛЕДИЕ ВКУСА»

В РЕСТОРАНЕ SELFIE ASTANA НОВОЕ СЕТ-МЕНЮ
ЕВГЕНИЯ ЧЕКАНИНА: ВДОХНОВИВШИСЬ НАСЛЕДИЕМ
ЛОКАЛЬНОГО ВКУСА, ШЕФ ПРЕДСТАВИЛ НОВОЕ СЕТ-
МЕНЮ ИЗ СЕМИ КУРСОВ, КАЖДЫЙ ИЗ КОТОРЫХ
СОЗАН С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОДУКТОВ,
ОТОБРАННЫХ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ.





ЕВГЕНИЙ
ЧЕКАНИН, ШЕФ
РЕСТОРАНА SELFIE
ASTANA

■ @SELFIEVASTANE
@CHEKANIN_EVGENIY

Географический (даже исследовательский!) гастро-опыт подкрепляется настоящей бумажной картой, по которой официант ведёт гостя через каждый курс: здесь отмечены место-рождения продукта, ключевые водоёмы и сам путь по “Наследию вкуса”.

Карту-меню каждый гость может забрать с собой. Её для Selfie Astana нарисовала астанинская художница Яна Мехтиева – так команда ресторана поддерживает казахстанскую арт-сцену

и интегрирует её в гастрономию.

Сет состоит из семи курсов: свёкла с чёрной икрой и соус из кумыса, тартар из говядины на мозговой косточке с чипсами из льна, тушпара из верблюда с вяленным сердцем коня и соусом из сорпы, Балхашский судак с озимой пшеницей и эспумой из корней, выдержанная вырезка из конины с пюре из топинамбура и цветной капустой. На десерт – мороженое из курта, крем из иримшика и попкорн из пшеницы, а завершает сет ассорти локальных конфет с необычными, даже неожиданными, но любимыми с детства вкусами.

Сет-меню действует в ресторане каждый день.



МЕРЕЙ РАШИТОВА,
ШЕФ-КОНДИТЕР SELFIE

■ @SELFIEVASTANE
@RASHITOVA_MEREY

Редакция взяла интервью у восходящей на небе кондитерского искусства звезды Мерей Рашитовой, шеф-кондитера Selfie Astana и кондитера Nana. Заглянем к ней в цех и узнаем о трендах в десертных картах, вдохновении и любимых сладостях Мерей.

– *Какие направления и тренды в кондитерском искусстве ты видишь актуальными на 2026 год?*

– Думаю, в 2026 году будут актуальны локальные и сезонные десерты. Когда работа строится вокруг времени года: свои ягоды, фрукты, свежие продукты, меню естественным образом меняется вместе с сезоном. Эта система как живой организм.

Также для меня важным направлением остаются десерты с пониженным содержанием сахара и жира. Хочется, чтобы у гостей оставалось ощущение лёгкости и сладкого удовольствия, а не тяжести, чтобы десерт был скорее логичным завершением ужина, чем перегруженным финалом.

– *Чем ты вдохновляешься, когда разрабатываешь новые десерты в*

Selfie Astana? Какой твой путь от генерации идеи до её воплощения?

– В Selfie мы сейчас стараемся чаще работать с локальными ингредиентами, в том числе с казахскими национальных продуктом. Меня вдохновляет природа, люди вокруг меня и место, где я живу. Чаще всего идея начинается с продукта или ощущения, дальше я строю десерт вокруг этого, стараясь сохранить простоту, баланс и чистоту вкуса, воплотив нематериальное в материальном.

– *Какие эмоции должны вызывать десерты у гостя по твоему мнению?*

– Десерт в первую очередь должен вызывать предвкушение и радость в моменте. Хочется, чтобы гость уходил с приятным настроением, довольным и чуть счастливее, чем до десерта. Для меня важно работать в двух направлениях: вкус в

прямом его значении и послевкусие на эмоциональном уровне.

– *В чём для тебя кардинальное отличие работы над десертами в Selfie Astana и в NANA?*

– Проекты Nana и Selfie для меня про разный подход к десертам и к креативу. В Nana есть задача передать через десерт уют и семейность. Мы создаём вкусы, которые ассоциируются с домом, детством, с чем-то тёплым и понятным, но подаём их в ресторанной подаче: аккуратно, красиво, современно. В Selfie сейчас другой фокус – сезонность и локальные продукты. Мы отталкиваемся от ингредиента и уже из него разрабатываем десерт: работаем с текстурами, используем разные техники, делаем что-то более сложное, “высокое” и гастрономичное. Мне нравится, что проекты сильно

отличаются. Есть возможность работать в разных стилях, пробовать разные техники и развиваться с двух сторон – и в комфортных вкусах, и в более концептуальных десертах.

– *Мерей, назови топ-3 позиции в десертной карте Selfie, которые должен попробовать каждый?*

– Первый – флан с эспумой из йогурта и мандариновым маслом. Для меня это про баланс: тёплый, нежный, но при этом освежающий. Второй – десерт из локального сета: мороженое из курта, попкорн из пшеницы и крем из иримшика. Сочетание сначала кажется необычным – солёное и сладкое – но это гармония! И третий – шоколадный фондан с ванильным мороженым и мисо-карамелью. Классический десерт с нетривиальным мисо-акцентом. ●



НОВЫЙ ПРОЕКТ

ASAI: ЛОКАЛЬНЫЕ, СОВРЕМЕННЫЕ, ПОНЯТНЫЕ

В ХОЛДИНГЕ GOOD PROJECT FAMILY НОВЫЙ ПРОЕКТ НЕО-ЛОКАЛЬНОЙ КУХНИ ASAI. БРЕНД-ШЕФОМ ВЫСТУПИЛ АЗАМАТ РАХМЕТУЛЛАЕВ, А ШЕФОМ – КЫЛЫМБЕК АТАГЕЛДИЕВ.

В Asai переосмысливают местную гастрономию. Даже название – неологизм, сложившийся из слова [ас] (еда, пища) и космонима [ай] (луна, месяц, звезда): связь земного мира, мира природы с небом (визитной карточкой Астаны с его таинственностью и бескрайним горизонтом. Метафорами команда деликатно обращает гостя к локальным традициям с особым уважением и тонкостью, будто намекая, а не нарочито воспроизводя напрямую.

Проект словно отвечает на вопрос какое оно сегодня – наше гастрономическое и культурное наследие?

Бренд-шеф Азамат Рахметуллаев и шеф Кылымбек Атагелдиев переосмысливают традиционную кухню через призму современной гастрономии. В меню Asai классика прочтена по-новому, но с использованием местных специалитетов. Это их большая ценность – все позиции содержат преимущественно локальный продукт. Меню построено так, чтобы каждый гость мог найти понятные позиции на каждый день или выбрать новые гастрономические решения.

В будущем команда планирует запустить меню завтраков. ●



■ @ASAI.RESTAURANT
@KYLIMBEK_O

ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА ASAI. КЫЛЫМБЕК АТАГЕЛДИЕВ ПРОШЁЛ НЕСКОЛЬКО СТАЖИРОВОК В МОСКВЕ, РАБОТАЛ ВМЕСТЕ С ЛУЧШИМИ ШЕФАМИ КАЗАХСТАНА И ИЗУЧАЛ ПРОДУКТОВЫЕ СПЕЦИАЛИТЕТЫ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ, ЧТОБЫ ТЕПЕРЬ РЕАЛИЗОВАТЬ ЭТОТ ОПЫТ В НОВОМ ПРОЕКТЕ – РЕСТОРАНЕ НЕО-ЛОКАЛЬНОЙ КУХНИ ASAI.

НОВЫЙ ПРОЕКТ

ИНТЕРВЬЮ С ШЕФ- ПОВАРОМ РЕСТОРАНА NANA— MUSHNI LIPARTELIANI



В РЕСТОРАНЕ КАВКАЗСКОЙ КУХНИ NANA ЕДА - ЭТО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ВКУС. ЭТО ПАМЯТЬ, ТРАДИЦИИ И ТЕПЛО ДОМА. МЫ ПОГОВОРИЛИ С ШЕФ-ПОВАРОМ MUSHNI - УРОЖЕНЦЕМ ТБИЛИСИ, КОТОРЫЙ ДЕСЯТЬ ЛЕТ ПРОРАБОТАЛ В АЛМАТЫ И СЕГОДНЯ ДЕЛИТСЯ СВОЕЙ ЛЮБОВЬЮ К КАВКАЗСКОЙ КУХНЕ С ГОСТЯМИ РЕСТОРАНА.

■ @NANAVASTANE
@GOODPROJECT.KZ

— *Вы родом из Тбилиси. Что для вас значит кухня вашего детства?*

— Я вырос в Тбилиси, и для меня кухня всегда была центром жизни. В Грузии всё происходит за столом: разговоры, смех, примирения, радость. Я помню, как дома внимательно выбирали продукты, как замешивали тесто, как долго и бережно готовили мясо. Никто никогда не спешил — потому что еда должна была получиться по-настоящему вкусной. Наверное, тогда я и понял, что хочу сохранить это ощущение — уважение к традициям и к каждому ингредиенту.

— *Вы десять лет работали в Алматы. Как этот опыт повлиял на вас?*

— Алматы многому меня научил. Там очень ценят вкус и качество. Эти годы стали для меня важной школой - дисциплины, точности, внимания к деталям. Но при этом я всегда оставался верен своим корням. Мне хотелось, чтобы люди чувствовали настоящий

вкус Кавказа - это не адаптированный, а живой, искренний.

— *В чем философия кухни NANA?*

— В уважении к традициям. Мы стараемся готовить так, как это делали в наших семьях. Если это хинкали - значит правильное тесто, сочная начинка и ароматный бульон внутри. Если это мясо - оно должно быть мягким, правильно выдержанным, с тонким балансом специй, чтобы раскрывался вкус самого продукта. Я очень люблю детали. Толщина теста, степень прожарки, аромат свежей зелени, это всё имеет значение. Настоящая кавказская кухня рождается из мелочей. И когда гость это чувствует, то для меня это самая большая награда.

— *В меню NANA есть раздел с семейными рецептами. Расскажите о нём.*

— Это очень тёплая история. Мы решили создать небольшой раздел, где гости и друзья ресторана делятся своими семейными кавказскими

рецептами. Это могут быть блюда, которые готовили их бабушки, мамы, которые передавались из поколения в поколение.

Для меня это особенно ценно. Кухня живёт, когда она передаётся. Когда люди доверяют нам свои семейные рецепты — это большая честь. Мы готовим их бережно, сохраняя дух семьи и традиции.

— *Что вы хотите, чтобы гости чувствовали, приходя в NANA?*

— Я хочу, чтобы человек чувствовал себя как дома. Чтобы было тепло не только от еды, но и от атмосферы. Кавказская кухня - это про щедрость, про заботу, про уважение к гостю.

Я искренне приглашаю всех в NANA. Приходите с семьёй, с друзьями, отмечайте важные события или просто заходите на ужин. Мы будем рады разделить с вами вкус настоящего Кавказа и частичку нашего сердца. ●

ASTANA GLOBAL GASTRO 2025

АМИНА БОЛАТ, PR
GOOD PROJECT FAMILY
О ASTANA GLOBAL
GASTRO



ОБЪЕДИНЕНИЕ МИРОВОГО
ОПЫТА ГАСТРОНОМИИ В
САМОМ СЕРДЦЕ ЕВРАЗИИ —
ASTANA GLOBAL GASTRO.

■ @BOLATAMINA
@GOODPROJECT.KZ

Третий сезон Astana Global Gastro стал естественным продолжением диалога, который мы начали несколько лет назад — диалога о высокой гастрономии как части современной культуры Казахстана. В 2025 году в Астане состоялись четыре ужина, каждый из которых стал самостоятельным гастрономическим событием. Разные школы, разные темпераменты, разные философии — но единый уровень мастерства. Проект продолжает объединять мировых шефов, профессиональное сообщество и гостей, для которых гастрономия — это способ видеть мир шире. Новая глава уже формируется.



AXEL SMYTH

SIMPAR, ИСПАНИЯ
🌸 MICHELIN
MICHELIN GUIDE
MADRID FUSIÓN
MEJOR CROQUETA
DE ESPAÑA 2025

CLAUDIA MERCHÁN VALDIVIESSO

SIMPAR, ИСПАНИЯ
🌸 MICHELIN BEST PASTRY CHEF
MADRID FUSIÓN HAUTE PÂTISSERIE

5.06.
2025



TIM BOURY

BOURY, БЕЛЬГИЯ
🌸🌸🌸 MICHELIN
BEST CHEF AWARDS 2024
CHEF OF THE YEAR (GAULT &
MILLAU)
97.5 LA LISTE

20.09.
2025



PAOLO ROMANO

ABaC, ИСПАНИЯ
🌸🌸🌸 MICHELIN
95 БАЛЛОВ LA LISTE 1000 (2025)

IÑAKI ALDREY

ATEMPO, ИСПАНИЯ
🌸 MICHELIN

14.1.
2025



ANDREA ANTONINI

IMÀGO, ИТАЛИЯ (HASSLER ROMA)
🌸 MICHELIN
BEST YOUNG CHEF 2024
FORBES ITALY TOP 25 GAMBERO
ROSSO

5.12.
2025

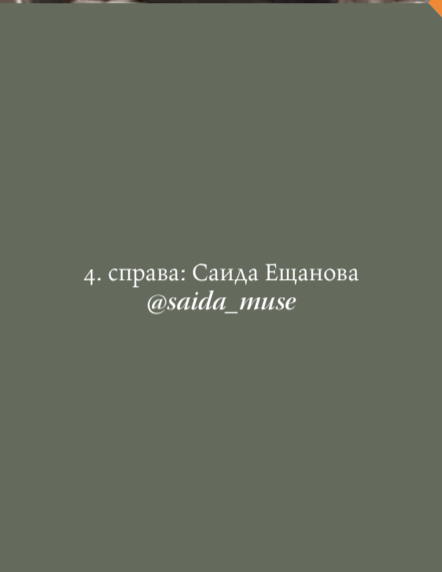


1. Динара Альменова
[@kulki.gulder](#) (оформление мероприятия)



2. Фотограф календаря Карина Садуарт [@saduart](#)

3. справа: Салима Абдуллаева
[@sali5106](#)



4. справа: Саида Ещанова
[@saida_muse](#)



5. слева: Мадина Аубакирова
[@dr.aubakirova.m](#)

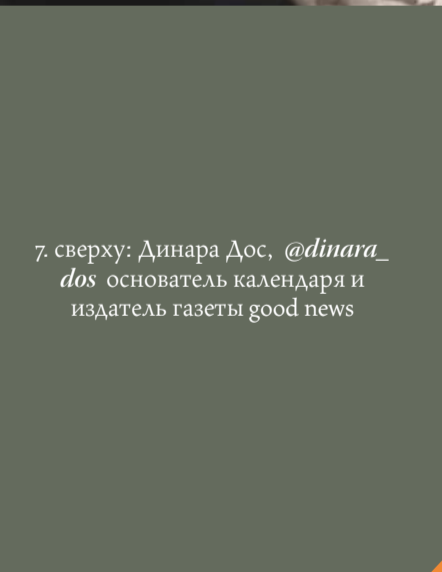


6. слева, Айжан Бакберген
[@aijanious](#)

7. справа: Динара Дос,
[@dinara_dos](#) основатель календаря и издатель газеты good news



6. справа: Жанель Сыздыкова
[@byzhanelle](#)



7. сверху: Динара Дос, [@dinara_dos](#) основатель календаря и издатель газеты good news

8. справа: Акмарал Канапина
[@akmaral_magaiiyakizy](#),
Дина Уразова [@dina_urazov](#)



9. внизу: Г аухар Кассенова
[@gaukhar_kassen](#) Салтанат Карасартова [@saltanat3333_](#)



10. справа: Динара Дос
[@Dinara_dos](#), Айман Досан
[@curatedbyaiman](#), Айзада
Налаева [@aizada](#), Жанель
Сыздыкова [@konviki](#)

11. слева: Динара Дос [@dinara_dos](#)
[@polinammm](#)



12. слева Ляйля Троицкая
[@lyailya_troitskaya](#)

13. слева: Г аухар Кассенова
[@gaukhar_kassen](#) Салтанат Карасартова [@saltanat3333_](#)





СТУДИЯ FORTADOR POWERED BY LAMBORGHINI – КОМПЛЕКСНЫЙ ПРЕМИАЛЬНЫЙ УХОД ЗА АВТОМОБИЛЕМ В САМОМ ПРЕСТИЖНОМ ДЕЛОВОМ КОМПЛЕКСЕ АСТАНЫ – TALAN TOWERS, РЯДОМ С ОТЕЛЕМ RITZ-CARLTON.

ЭКОЛОГИЧНАЯ ПАРОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ БЕРЕЖНО ОЧИЩАЕТ КУЗОВ И ОБЕСПЕЧИВАЕТ ГЛУБУЮ, ДЕЛИКАТНУЮ ПРОРАБОТКУ ИНТЕРЬЕРА. МАКСИМАЛЬНАЯ ЧИСТОТА БЕЗ АГРЕССИВНОЙ ХИМИИ И ЛИШНЕЙ ВОДЫ. СНАРУЖИ – БЕЗУПРЕЧНЫЙ БЛЕСК. ВНУТРИ – УРОВЕНЬ ДЕТЕЙЛИНГА, КОТОРЫЙ ЗАДАЁТ НОВЫЙ СТАНДАРТ.

@fortador.astana



FORTADOR[™]
powered by Lamborghini

Астана, ул. Достық, 16 · Talan Towers · уровень P1
+7771033338

GOOD TIME

КӨКТЕМ КЕЛДІ



RICKY MARTIN В АЛМАТЫ

18.07

Алматы, ул. Гоголя, 1, стр. 10, Центральный парк отдыха.

Ricky Martin — легенда латиноамериканской поп-музыки, которого так давно ждали казахстанцы и казахстанки, наконец посетил южную столицу и зарядил страну своим по-настоящему южным темпераментом. Это как Джей Ло — только ещё мощнее, ведь такую яркую и открытую харизму может вынести не каждый. Рики, мы тебя ждали!

CIRQUE DU SOLEIL С ШОУ OVO

4-7.07

Астана, Барыс Арена

OVO — яркое шоу от Cirque du Soleil, погружающее в фантастический мир насекомых через акробатику, живую музыку и эффектные костюмы; обновлённая версия возвращается в Казахстан — это первые гастроли в Центральной Азии после ЕХРО-2017 в Астана.

На сцене артисты в образах насекомых выполняют сложные трюки, всего запланировано 14 семейных представлений (0+) длительностью около двух часов с антрактом; для тура привезут около 200 тонн оборудования, сохраняя масштаб и качество шоу. Это редкая возможность увидеть легендарную постановку вживую без поездки за границу. Шоу одинаково впечатлит и детей, и взрослых, благодаря сочетанию зрелищности и тонкого юмора.



BORAN-БОРАН

до 20.04

г. Астана, Улица Бейбарыс Султан, 12а

Очень личную выставку Асель Есжанова рекомендуем к посещению и внимательному погружению. В своих работах художница обращается к личным воспоминаниям, раскрывая через них коллективную память и связь с предками. Войлок, бумага, дерево, железо и камень — материалы, близкие казахстанской земле и людям, — обретают форму и глубокий смысл в её тонкой исследовательской и художественной практике. Среди экспонатов — лодка-колыбель, которая проводит зрителя по коридорам памяти и возвращает к самым ранним детским ощущениям через голос матери художницы.



«ВАН ГОГ. ОЖИВШИЕ ПОЛОТНА»

до 30.04

г. Алматы, Алматы Арена

Мультимедийный музей Lumiere-Hall в Астана с января принимает выставку «Ван Гог. Ожившие полотна», прибывшую из Нидерланды — родины Винсента ван Гога: масштабное мультимедийное шоу позволяет зрителям погрузиться в его мир, перемещаясь сквозь время, письма и картины, чтобы глубже прочувствовать его творчество и личность, а также узнать историю создания знаменитых работ, оказаться внутри изображённых сцен и увидеть пейзажи и портреты в новом формате; выставка продлится до конца апреля.

БЕЛЫЕ НОЧИ

8.04

г. Астана, Государственный академический русский театр драмы им. М. Горького.

Спектакль «Белые ночи» от музыкального театра Stages отправляется в свой первый тур по Казахстану. Двое одиноких мечтателей встречаются в городе, где ночь не спешит наступить: несколько ночей, разговоров и признаний пробуждают в них надежду — но сбудется ли то, чего они ждут? Постановка по раннему роману Фёдора Достоевский — это история о любви, одиночестве и тонкой человеческой близости, в которой легко узнать себя. В апрельском туре спектакль впервые



будет сыгран новым актёрским дуэтом — Чингиз Капин и Татьяна Турлай, которые впервые встретятся на сцене именно в этой истории. Атмосферу дополняют живая скрипка и звучание великой классики, делая постановку особенно чувственной и камерной.



АЙМАН ДОСАН

АЙМАН ДОСАН — МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ФЭШН-КУРАТОР, КРЕАТИВНЫЙ СТРАТЕГ И АРТ-ДИРЕКТОР. УВЛЕЧЕНИЕ МОДОЙ С РАННЕГО ДЕТСТВА, А ЗАТЕМ И АКАДЕМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В МИЛАНЕ СФОРМИРОВАЛО ЕЁ ВЗГЛЯД НА МОДУ КАК НА КУЛЬТУРНЫЙ ЯЗЫК, А НЕ ИНДУСТРИЮ ВЕЩЕЙ. ЕЁ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ ОХВАТЫВАЕТ ЛЮКСОВЫЙ РИТЕЙЛ, ЗАПУСКИ ПРОЕКТОВ С НУЛЯ, РЕДАКЦИОННУЮ РАБОТУ И КРЕАТИВНО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ БРЕНДОВ. СЕГОДНЯ ОНА ОСНОВАТЕЛЬ MAISON NO NAME, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КРЕАТИВНОГО АГЕНТСТВА, ПРОШЕДШЕГО РЕБРЕНДИНГ И СФОКУСИРОВАННОГО НА ПОСТРОЕНИИ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ КАК ДОЛГОСРОЧНОГО АКТИВА БИЗНЕСА.

Что сегодня происходит с люксом?
Мы находимся в точке культурной коррекции. Люкс десятилетиями строился на демонстрации доступа к капиталу, к статусу и к редкости. Цифровая эпоха изменила правила: эстетика стала массовой, визуальный уровень выровнялся, логотип перестал быть гарантией веса. Исторически роскошь всегда трансформировалась после кризисов,

будь то социальных и экономических переломов, менялась её тональность. Сейчас происходит то же самое. Люкс смещается из демонстрации в идентичность.

Почему новое поколение не реагирует на классические маркеры престижа?

Потому что оно выросло в среде изобилия. Если вещь доступна, она перестает быть маркером исключительности. Молодая аудитория оценивает не цену, а позицию. Им важно понимать, какие ценности стоят за брендом, какой культурный код он транслирует, совпадает ли он с их собственной системой координат. Если совпадения нет, покупка не происходит независимо от бюджета.

Насколько визуальный нарратив сегодня критичен для бизнеса?

Он перестал быть дополнительной опцией. В условиях перенасыщения продукт — это лишь базовый уровень. Конкуренция происходит на уровне смыслов и тональности. Визуальный нарратив сегодня — это не “красиво”. Это структура восприятия: как бренд звучит, как выглядит, как выдерживает паузу. Если хотите, тот же самый tone of voice сегодня важнейший стратегический инструмент. Он формирует доверие быстрее, чем рекламная кампания.

С какими запросами к вам приходят предприниматели?

С нового года я провожу креативные стратегические сессии. Ко мне обращаются владельцы бизнесов и люди, работающие над личным брендом. Часто запрос звучит не напрямую, формально речь идёт о развитии, масштабировании, выходе на новый уровень, а фактически о поиске собственной оси. Мой опыт в разных секторах позволяет видеть общую динамику: где бренд начинает звучать не в своей тональности, где визуал опережает содержание или наоборот. Иногда достаточно изменить угол зрения, чтобы изменилась стратегия. Я замечаю это даже в обычных разговорах с подругами, когда меняется перспектива, меняется решение. Бизнес не отличается от личной жизни, он подчиняется тем же законам восприятия.

Почему сегодня так много разговоров об идентичности?

Потому что мы живем в состоянии постоянной турбулентности. Геополитические кризисы, экономическая нестабильность, климатические изменения — все это влияет на потребительское поведение. В периоды неопределенности люди становятся требовательнее к себе и к брендам. Были времена, когда можно было продавать за счет тренда и громкости. Сейчас тренд живет слишком коротко, а постоянная громкость

утомляет. А в конечном счете остается только ясность. Идентичность становится не эстетическим выбором, а фундаментом на котором строится дальнейшая работа. Если у бренда есть внутренняя ось, он выдерживает колебания. Если ее нет, он растворяется в шуме.

Что вы ожидаете от ближайших лет?

Я ожидаю усиления фильтрации. Рынок станет более избирательным. Побеждать будут те, кто умеет формировать культурный голос, а не просто выпускать продукт. В своей личной практике и проектах Maison No Name работаем именно на уровне архитектуры восприятия. В мире, который становится сложнее, роскошь все меньше связана с избытком и все больше с внутренней согласованностью. Честность становится конкурентным преимуществом. И, анализируя все происходящее вокруг, прихожу к выводу, что это самый зрелый этап развития индустрии за последние десятилетия. Сегодня бренды больше не могут позволить себе быть поверхностными. Мир стал прозрачным, а аудитория чувствительной к фальши. В этом изобилии всего выделяются не самые громкие, а самые цельные. Те, у кого есть внутренняя согласованность между тем, что они создают, тем, как они говорят, и тем, во что они действительно верят. ●

8 АПРЕЛЯ | 19:00

АЛМАТЫ
Дворец
Республики



DINARA SULTAN

SEN ÖZİÑE SEN

СОЛЬНЫЙ КОНЦЕРТ

Билеты на сайте
ticketon.kz

SADU HOTEL

MEMBER OF
RADISSON Individuals.

FREEDOM
TICKETON

SEN MUSIC
VOICE
STUDIO

SADU GROUP

ULYS
RESTAURANT

ALMATY
AYENDERI
РЕСПУБЛИКА САРАМ - ДВОРЕЦ РЕСПУБЛИКА



[@7STEPS_TO_DREAM_BODY](#)

ГЛАВНОЕ — НЕ ВОЕВАТЬ С СОБОЙ

ЕВГЕНИЙ ГАНЦЕЛЬ,
ЭКСПЕРТ ПО ПИТАНИЮ И ФИТНЕСУ ISSA,
НУТРИЦИОЛОГ, ПСИХОЛОГ

арт директор | фэшн стилист *Айман Досан* [@CURATEDBYAIMAN](#)
фотограф | ретушер *Карина Садуарт* [@SADUART](#)
мастера по визажу и волосам *Sandra Beauty* [@SANDRA_DOSTYK](#)
вся одежда *Triumph Pret-a-porter* [@TRIUMPHPRETAPORTER](#)

В какой момент вы поняли, что стандартные схемы питания или тренировок не работают в долгую, и что именно в них вас перестало устраивать?

У меня было американское образование по фитнесу и питанию и российское образование нутрициолога, и я искренне считал, что делаю всё правильно: тренировки, движение, рацион — системно и по науке. Но практика быстро показала обратное. Это была классическая ошибка начинающего специалиста — эффект Даннинга–Крюгера, когда сложную задачу воспринимаешь как простую. Спорт и даже идеально составленное питание сами по себе не гарантируют результат и, тем более, не обеспечивают его удержание. Переломным моментом стала работа в первом проекте по снижению веса. Мы видели, что результат клиента часто выглядит как лотерея — 50 на 50. Тогда стало ясно: проблема не в рекомендациях, а в человеке и его внутреннем состоянии. Только тогда можно эффективно влиять на процесс и гарантировать результат. Пока не решен психологический конфликт и не выстроены отношения с телом и едой, даже пресловутый «минус» калорий не даст результата.

Если честно: что в вашей методике родилось из личного опыта ошибок, а не из учебников и исследований? Практически всё. Я абсолютно обычный человек: у меня бывают разные состояния, я люблю сладкое,

люблю компании, вкусную еду, вино и совсем не фанатею от спорта. Более того, я довольно ленивый человек, когда речь идет о тренировках. Главный инсайт пришел из моего конфликта между «внутренним ребенком», который хочет удовольствий и не хочет напрягаться, и «взрослым», который понимает, что именно сейчас действительно выгодно для будущего. Со спортом этот диалог был особенно жестким: моя голова виртуозно находила любые причины, чтобы не идти на тренировку или «перенести на завтра». Именно через наблюдение за собой, внутренние диалоги и работу с этим конфликтом — шаг за шагом, буквально на ощупь — я нашел стратегию, которая сработала лично для меня. Сегодня эту же стратегию я передаю своим клиентам — не как теорию, а как прожитый опыт.

Были ли идеи или убеждения, от которых вам со временем пришлось отказаться, потому что практика показала их несостоятельность?

Да, и это было мое большое заблуждение. Долгое время я искренне считал, что нашим людям нужен более жесткий подход, а англоговорящим — наоборот, максимально мягкий и бережный. Казалось логичным: мы выросли в системе контроля и дисциплины, значит, «пожестче» нам привычнее и эффективнее. Первые годы я действительно так работал. Формально это давало результат, но

внутри всегда оставалось напряжение — ощущение давления и отношений «родитель — ребенок». Со временем стало ясно: наши люди от этого устали. Они не хотят, чтобы их контролировали, стыдили или «воспитывали». Им важен мягкий, уважительный, поддерживающий подход — тот, которого никогда не было. Успех приходит, когда вас наконец перестают ломать и начинают слышать. Самым неожиданным открытием стало то, что с англоговорящими клиентами всё работает наоборот. Людям, выросшим в культуре мягкости и поддержки, как ни странно, сейчас очень хорошо «заходит» четкая структура, жесткие рамки и контроль.

Если представить вашу программу как путь, то где на этом пути люди чаще всего хотят сойти — и почему именно в этом месте?

Самый сложный момент в моей 10-недельной программе — это седьмая–восьмая неделя. И с этим сталкивается примерно 60% клиентов. Важно сразу сказать: в этот момент не «падает мотивация». Она просто меняется — тихо, незаметно, на подсознательном уровне. Первичный запал уже иссяк — и это нормально. Любой энтузиазм имеет срок годности. К этому моменту человек уже увидел первые результаты: успел им порадоваться, потом испугаться, а затем почти неизбежно столкнулся с плато. Тело адаптируется. Но самое интересное — дело вовсе не в теле

и не в усталости. В этот момент начинают выходить на поверхность подсознательные процессы: страхи, травмы, внутренние конфликты, неуверенность в себе. Очень часто — особенно у женщин — мы опираемся в простую, но болезненную истину: вес долгое время был формой защиты. Когда вес уходит, вместе с ним начинает исчезать и эта защита. А это пугает. Именно поэтому на этом этапе так важна профессиональная поддержка. Потому что мы начинаем касаться не симптомов, а корня проблемы.

Какой внутренний сдвиг у человека для вас важнее всего как маркер настоящих изменений — даже если внешне результат ещё неочевиден?

Самый точный маркер — вовсе не цифры на весах. Это аватарка в WhatsApp. В начале пути почти у всех одинаково: на аватарке либо вообще ничего нет, либо дети, цветы, природа — что угодно, только не она сама. Как будто женщина незаметно говорит миру: «Меня здесь нет». Самый сильный показатель изменений — когда на аватарке «вдруг» появляется её фото. С психологической точки зрения это очень глубокий сигнал. Это означает, что женщина начинает принимать себя и возвращает себе право быть видимой. Этот маркер почти всегда появляется раньше, чем достигается поставленная цель.

Бывает ли, что клиент формально достигает цели, но вы понимаете:



одежда Fendi, Triumph Pret-a-porter

работа на самом деле не завершена? По каким признакам вы это чувствуете?

Да, такое бывает. Есть женщины, которые могут пройти весь путь на силе воли, буквально «зажав» чувства и просто дотянув до финала. Но мы живые люди, и всё, что было подавлено, рано или поздно проявится. Для меня результат — это не цифра на весах. Важно, чтобы изменились отношения с едой и отношения с собой. Моя задача — отпустить человека с ощущением завершенности. Если он пока не готов, я всегда говорю: «Вы можете вернуться в любой момент, когда будете готовы».

Если через годы человек вспоминает работу с вами, что вам хотелось бы, чтобы он говорил не о теле, а о себе самом?

Мне бы хотелось, чтобы человек сказал: «Я больше не воюю с собой». С телом, с едой, с зеркалом, с собственными чувствами. Чтобы появилась тихая, устойчивая уверенность в себе.

С чем вы чаще всего сталкиваетесь в людях — с ленью или со страхом

изменений? И почему одно часто маскируется под другое?

Чаще всего — со страхом изменений. Лень — это удобная ширма, за которой прячутся страхи: а вдруг не получится? а если получится? Изменения — это подсознательный страх потерять старую идентичность, даже если она причиняет боль. Поэтому человек говорит «мне лень», когда на самом деле боится выйти из привычной зоны. Когда страх назван и прожит, «лень» исчезает сама.

Есть ли у вас личное определение дисциплины, которое со временем изменилось? Как вы понимаете её сегодня?

Раньше я искренне верил в дисциплину — жесткую, почти военную. Сегодня я всё меньше верю в дисциплину как универсальное качество и всё больше — в точную настройку под конкретного человека. Жизнь — это не ровная линия. Есть периоды силы и периоды уязвимости. Поэтому важно не заставлять себя, а понимать себя. После 35 лет устойчивость строится не на дисциплине, а на понимании себя.

Какая история клиента до сих пор остаётся с вами — не из-за результата, а из-за глубины

человеческих изменений?

Александра пришла ко мне с весом около 135 кг. Она жила в Крыму и находилась в тяжелом браке. Мы работали больше 10 недель. Вес стал около 80 кг — но главное произошло глубже. Она вместе с дочкой переехала в Москву, получила образование психолога и сегодня работает практикующим специалистом.

Бывают ли случаи, когда вы понимаете: человеку сейчас не нужно менять тело? Как вы с этим работаете?

Честно — я почти не встречал людей, которым действительно не нужно ничего менять. Чаще всего за запросом о теле стоит гораздо более глубокий запрос — разобраться с собой. Тело становится безопасной точкой входа в изменения.

Где для вас проходит граница ответственности специалиста — и что вы принципиально не берёте на себя?

Я принципиально не работаю с детьми и с людьми с клиническими медицинскими диагнозами: онкология, ВИЧ, диабет первого типа. Если я понимаю, что психологическая проблема глубже формата моей

работы, я рекомендую подключать психоаналитика. Ответственность специалиста — не во всеисилии, а в умении вовремя передать человека другому специалисту.

Какой вопрос о теле, здоровье или самодисциплине, на ваш взгляд, общество пока боится задать вслух?

Нам нужно честно говорить о масштабе домашнего насилия, с которым сталкиваются женщины. Очень часто слой жира становится формой психологической защиты от травм, обид и насилия, пережитых в детстве или в отношениях.

Если смотреть на себя сегодняшнего со стороны — что для вас сейчас важнее: масштаб, глубина или смысл того, что вы делаете?

Для меня важнее глубина. Когда базовые потребности закрыты, появляется пространство для смысла. Самое сильное ощущение — видеть, как человек ухаживает за свою жизнь. Когда клиенты приглашают меня на свадьбы, на дни рождения, радуются случайной встрече — это и есть настоящее подтверждение ценности работы.●



CREME M.E.C.

PHASE DE SOIN

Bi-gel remodelant de la structure épidermique
- visage, cou et décolleté -

Bi-gel epidermal structure remodeler
- face, neck and décolleté -

**BIOLOGIQUE
RECHERCHE**

1.7 FL. OZ.



■ @AMIBEAUTY_AST
@ZHANIKO807

КРАСОТА — ЭТО СОСТОЯНИЕ. ЭТО НЕ ПРО ТРЕНДЫ.

ЖАНАР АХМЕТОВА
ОСНОВАТЕЛЬНИЦА
ПРОСТРАНСТВА КРАСОТЫ И
ЗДОРОВЬЯ «AMI BEAUTY»

Как начался ваш путь в beauty-сфере и в какой момент салон красоты Ami стал для вас не просто проектом, а делом жизни?

Я всегда была фанатом идеально сияющей кожи. Даже летала специально в Корею, чтобы узнать как можно больше о том, как продлить молодость и сохранить красоту кожи. Со временем это перестало быть просто интересом — я поняла, что хочу делиться этими знаниями и возможностями с другими женщинами. Так Ami стал для меня не просто проектом, а настоящим делом жизни.

Вы не раз говорили, что вы визуал. Как это качество помогает вам формировать эстетику и философию салона Ami — от пространства до работы с клиентом?

В Ami всё направлено на комфорт и удобство гостей. Мы, женщины, в первую очередь любим глазами, и с первых минут наше пространство делает пребывание у нас приятным. Поэтому

визуальная часть для меня очень важна — именно с неё начинается любовь к Ami. А всё остальное мы доказываем делом и результатом.

Спорт занимает важное место в вашей жизни. Как он повлиял на ваше понимание красоты тела и как этот подход отражается в концепции салона?

Спорт в сочетании с регулярным уходом даёт отличные результаты. Он наполняет энергией, формирует тело, а системный уход позволяет продлить молодость и сохранить качество кожи. Именно этот комплексный подход мы транслируем в Ami — красота невозможна без регулярности.

Современная красота для вас — это внешность или состояние? Какой баланс вы закладываете в работу салона Ami?

Красота — это состояние. Это ежедневный труд, питание, уход. Это не про тренды. Сейчас мир постепенно

возвращается к естественным эталонам красоты: уход без перебора, без излишних вмешательств. Наши специалисты на 100% могут это обеспечить. Сияющая кожа без тонны косметики, блестящие здоровые волосы, подтянутое тело, здоровые ногти — всё это возможно без утяжеления и чрезмерных процедур.

Что для вас сегодня Ami — бренд, бизнес или отражение ваших ценностей и взгляда на красоту?

Ami — абсолютное отражение меня. Всё, что представлено у нас из продукции и аппаратов, я лично пробую и использую в своём ежедневном уходе. Мы не просто рекламируем услуги — мы ручаемся за результат. Но важно понимать: только регулярность даёт эффект. Часто женщины делают одну процедуру в год и ждут волшебства. Но молодость и красота — это постоянство. Поэтому я всегда рекомендую составлять для себя план ухода, чтобы систематизировать процедуры и не

«перебирать» услуги.

Каким вы видите развитие салона красоты Ami в ближайшие годы и какое ощущение вы хотите, чтобы гости уносили с собой после визита?

Мне хочется, чтобы гости чувствовали себя у нас как дома, ощущали любовь, заботу и спокойствие. Ami — это прежде всего акцент на косметологию. У нас представлены лучшие аппараты, и сегодня нет необходимости ложиться под нож, если уход систематизирован. Я хочу, чтобы гости возвращались к нам снова и снова. Мы даже чаепитие сделали приятным и полезным. Поэтому с большим удовольствием ждём гостей в Ami — хотя бы на чашку чая или кофе. ●





Taste of Things.

Бутик Kulturist - концептуальный магазин уникальных предметов. Для себя, для дома, для друзей

[@KULTURIST.SHOP](#)

Астана, ул. Кайым мухамедханова 11/2 нп-5

ГИД ПО ПОДАРКАМ

ОТ ЖАНЕЛЬ СЫДЫКОВОЙ, ОСНОВАТЕЛЯ КОНЦЕПТ-СТОРА @KULTURIST_SHOP

В НАШЕЙ ВЕСЕННЕЙ ПОДБОРКЕ Я РЕШИЛА ПОКАЗАТЬ И РАССКАЗАТЬ О НОВИНКАХ МАГАЗИНА, ТАКЖЕ О ТОМ, ЧТО ОТРАЖАЕТ СЕГОДНЯШНИЕ НАСТРОЕНИЯ. ВСЕ ПОДАРКИ - ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ СКАЗАТЬ БЕЗ СЛОВ, О СЕБЕ, О КУЛЬТУРЕ, О ТОМ, ЧТО ТЫ ЖЕЛАЕШЬ ЧЕЛОВЕКУ. ТРАДИЦИОННО РАЗБАВИЛИ СПИСОК МОДНЫМИ ХОТЕЛКАМИ.

ТАРЕЛКА KESE CERAMICS

16.000 ₸

@KULTURIST.SHOP

Мы любим красивую керамику и особенно ценим казахстанские бренды. Сегодня в Казахстане появляется всё больше локальных керамических проектов, и их качество ничуть не уступает крупным франшизам — это действительно радует. Тарелочка алматинского бренда *kese* станет стильным акцентом в буфете или на полке любого, кто ценит эстетику.



СУМОЧКА CHANEL SMALL FLAP BAG

\$5,000

/WWW.CHANEL.COM

Если вы давно хотели «что-то от Chanel», кажется, настал тот самый момент — поводов отказывать себе в этой роскоши почти не осталось. Новая коллекция под руководством креативного директора Матье Блази буквально перезапустила интерес к бренду: он переосмыслил культовые формы сумок, добавив новые силуэты и детали. Цены, конечно, кусаются, но очереди говорят сами за себя — похоже, пора решаться.

СКУЛЬПТУРА DEKO OBJECT ОТ NORMANN COPENHAGEN

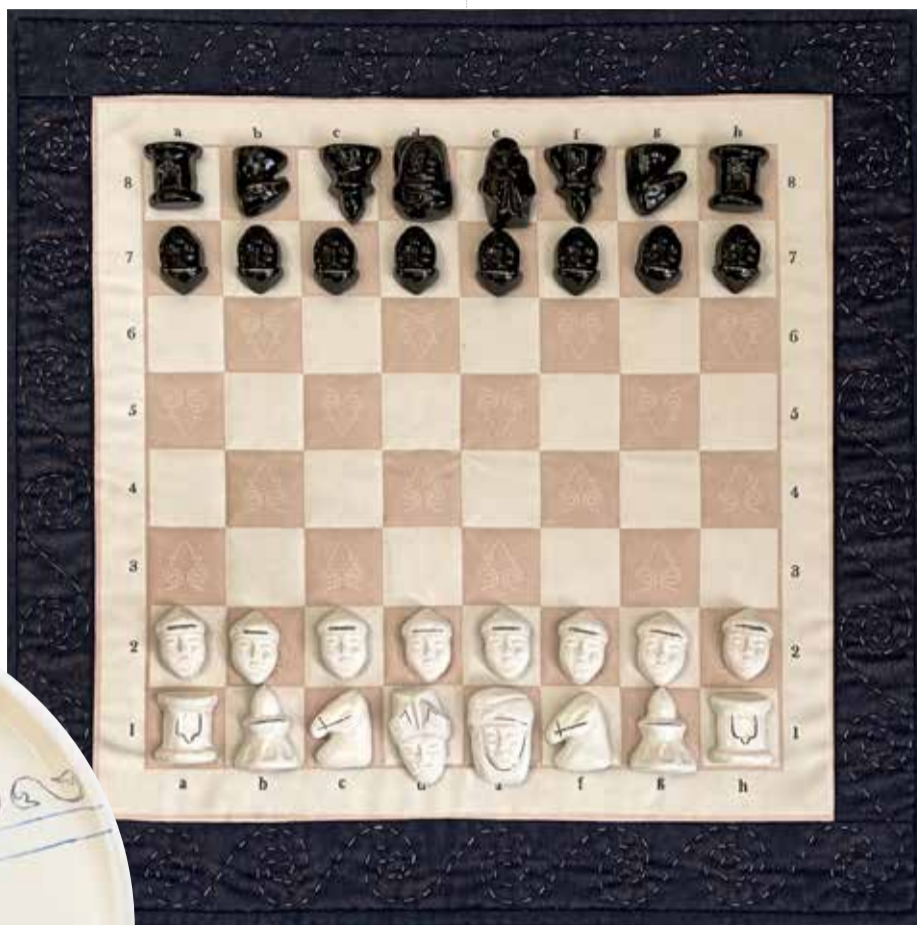
29,000 - 59,500 ₸

WWW.ELEMENTS.GALLERY

Deko Objects — это скульптурные вазы, которые легко подстраиваются под ваше настроение и становятся стильным способом преобразить пространство. Разные по форме и цвету,



их можно комбинировать между собой, создавая уникальные композиции — от арт-объекта до функциональной вазы или контейнера с крышкой. Такой предмет не только украшает интерьер, но и становится отличным подарком с характером.



ШАХМАТЫ LEMARA_ART

185,000 ₸

@KULTURIST.SHOP

Абсолютный бестселлер магазина и самый востребованный по запросам товар — шахматы ручной работы, созданные по идее художницы и дизайнера Лемары Идриссовой. Полностью произведенные в Казахстане, они уже разлетелись по всему миру и стали особенным подарком с историей.

АДИЛ АУБЕКЕРОВ, СЕРИЯ РАБОТ «МАНГЫСТАУ»

от 900\$

@KULTURIST.SHOP
@TSE.ART.
DESTINATION

Выразительные работы Адиль Аубекеров привлекают внимание обилием деталей и сложных образов, вдохновлённых визуальной культурой казахских кочевников, биологией и анималистикой: от палеолитических петроглифов и скифского золота до образов животных Казахстана — всё это складывается в эпическое графическое отражение культурного кода

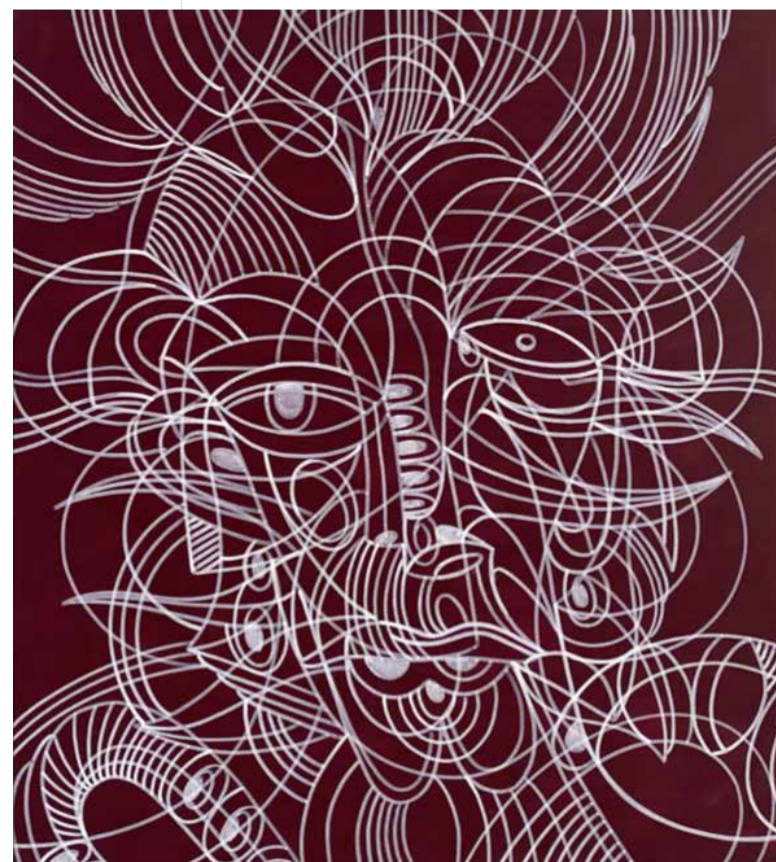


МЫШЫРАҚ СВЕЧИ

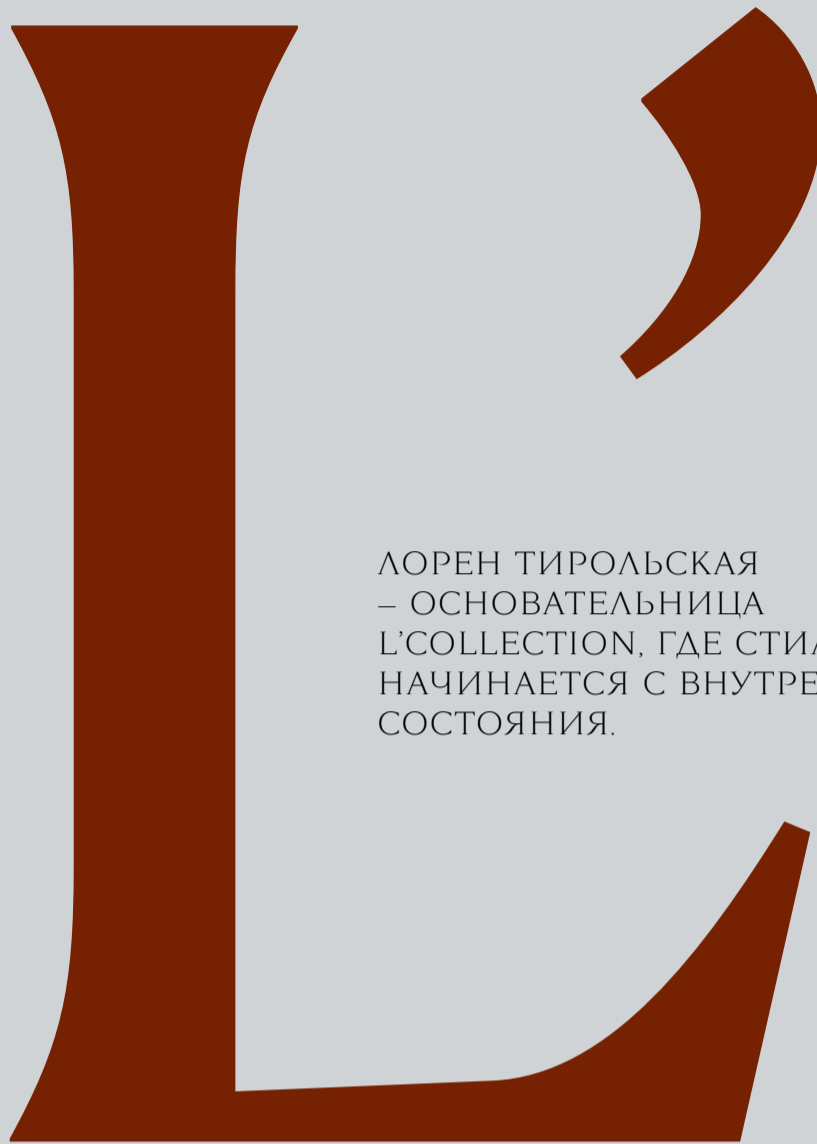
34,900 ₸

@KULTURIST.SHOP
@MYSHYRAQ

Очень эстетичные свечи, которые украсят любой интерьер. Без запаха и дыма, они мягко привносят в пространство ощущение тепла и живого огня, наполняя дом особой атмосферой и, будто бы, очищая его от лишних и тяжёлых мыслей. Уникальная технология — в по-настоящему впечатляющей упаковке.



Центральной Азии. Художник словно совершает воображаемое путешествие сквозь время, наблюдая рождение культур и смену цивилизаций — от наскальной живописи до современного граффити, погружаясь в почти медитативное состояние и создавая работы без эскизов, в свободном потоке сознания, что отсылает к практике сюрреалистов и их методу автоматического письма.



ЛОРЕН ТИРОЛЬСКАЯ
– ОСНОВАТЕЛЬНИЦА
L'COLLECTION, ГДЕ СТИЛЬ
НАЧИНАЕТСЯ С ВНУТРЕННЕГО
СОСТОЯНИЯ.

@L.COLLECTION.LINGERIE
@LOREN_TIROLSKAYA

Ваша эстетика узнаваема — в ней есть сдержанность, чувственность и внутренняя дисциплина. Как со временем формировалось это ощущение стиля и позиции?

Моя эстетика формировалась постепенно — через опыт, наблюдение за женщинами и через глубокое понимание того, что бельё — это не просто предмет гардероба, а очень личная часть жизни женщины. Когда я начала работать с бельём и создавать L'Collection, для меня было важно уйти от поверхностного представления о сексуальности. Мне всегда была ближе другая эстетика — более интеллигентная, сдержанная, но при этом очень чувственная. Та, где нет избыточности, но есть внутренний характер и достоинство женщины. Со временем это стало нашей философией. Я много наблюдаю за нашими клиентками — за тем, как они живут, как они меняются, какие роли совмещают: бизнес, материнская, отношения, заботу о себе. И мне всегда хотелось, чтобы бельё поддерживало женщину в этом ритме жизни, а не просто украшало её. Наверное, поэтому в эстетике L'Collection появилась та самая внутренняя дисциплина. Для меня она про баланс — между красотой и комфортом, между чувственностью и элегантностью, между смелостью и тактом. И со

временем я поняла ещё одну важную вещь: настоящий стиль — это не про громкость. Он про уверенность. Когда женщина чувствует себя гармонично, она не нуждается в излишней демонстративности. Её чувственность становится более глубокой, более зрелой. И именно такую женщину — осознанную, красивую, многогранную — мы стараемся показывать через L'Collection. Потому что для меня это не просто бренд, а пространство, где формируется культура отношения женщины к себе.

Вы работаете с категорией lingerie — одной из самых интимных в моде. Почему для вас было важно говорить с женщиной именно через этот язык?

Для меня бельё — это самый честный язык, на котором можно говорить с женщиной. Одежду мы часто выбираем для мира: для работы, для встреч, для того, как нас воспринимают другие. А бельё — это то, что остаётся между женщиной и ею самой. Это пространство очень личное, очень тихое, и именно поэтому в нём так много правды. Когда я начала развивать L'Collection, мне было важно говорить с женщиной именно на этом уровне — не через внешний эффект, а через её внутреннее состояние. Через

ощущение уверенности, красоты, принятия себя. Потому что правильно подобранное бельё может изменить не только силуэт, но и самоощущение женщины. Я часто вижу это в наших бутиках: женщина приходит за комплектом, а уходит с совершенно другим настроением, другой осанкой, другим взглядом на себя. И в этот момент ты понимаешь, что бельё — это гораздо больше, чем просто вещь. Для меня lingerie — это язык заботы о себе, уважения к своему телу и своей женственности. Это культура, которую мы постепенно формируем через L'Collection. Культура, в которой женщина выбирает бельё не потому, что «так нужно», а потому что она хочет чувствовать себя красивой, живой и уверенной каждый день.

Создавая L'Collection, вы формировали не просто ассортимент, а определённый взгляд на женственность. Как бы вы описали его сегодня?
Когда я создавала L'Collection, для меня действительно было важно не просто собрать красивый ассортимент белья. Мне хотелось сформировать определённый взгляд на женственность — более глубокий, осознанный и уважительный к самой женщине. Сегодня я бы описала эту женственность как зрелую и уверенную. Это не про демонстративность и не про навязан-

ные стандарты. Это про внутреннее ощущение себя, когда женщина может быть разной — сильной и мягкой, сдержанной и чувственной, деловой и очень нежной. Мне всегда была близка эстетика интеллигентной чувственности. Когда красота не кричит, а раскрывается через детали, через посадку, через то, как бельё работает с телом и поддерживает женщину в её ритме жизни. И, наверное, для меня очень важно, что современная женственность — она многогранная. Наши клиентки — это женщины, которые строят карьеру, воспитывают детей, путешествуют, создают проекты, но при этом не забывают про себя. Поэтому через L'Collection мы говорим о женственности, которая идёт изнутри. О женщине, которая умеет наслаждаться своей природой, своей красотой и своим телом — спокойно, уверенно и без необходимости кому-то что-то доказывать.

В какой момент вы поняли, что L'Collection должен появиться в Астане — и что стало для вас решающим аргументом?

Решение открыть L'Collection в Астане было очень осознанным и, в каком-то смысле, закономерным этапом развития бренда. Я давно наблюдала за этим городом. Астана — очень динамичная, амбициозная столица, где живёт много

«НАСТОЯЩИЙ СТИЛЬ — ЭТО НЕ ПРО ГРОМКОСТЬ.»

современных женщин: активных, образованных, требовательных к качеству и эстетике. И я чувствовала, что здесь есть запрос не просто на бельё, а на другую культуру его выбора. На самом деле всё началось задолго до открытия бутика. Мы стали приезжать в Астану примерно раз в три месяца и проводить выездные шоурумы. Это были очень тёплые встречи: личные примерки, живое общение с женщинами, знакомство с брендом. Постепенно я начала видеть, как в городе формируется круг наших клиенток, и с каждым приездом почитательниц L'Collection становилось всё больше. В какой-то момент стало очевидно, что женщины этого города готовы к более осознанному отношению к белью — как к важной части гардероба и образа жизни. Они много работают, строят карьеру, ведут насыщенную социальную жизнь, и при этом хотят чувствовать себя красиво и уверенно каждый день, не только по особым поводам. И, конечно, для меня было важно, что через бутик в Астане мы можем продолжать нашу миссию — формировать бельевую культуру. Показывать, как правильно подбирать бельё, как интегрировать его в гардероб, и как через такие, казалось бы, небольшие детали женщина может по-новому почувствовать себя. Поэтому открытие L'Collection в Астане для меня стало не просто расширением ге-

ографии бренда, а ещё одним шагом в развитии нашей философии и диалога с женщинами.

Что для вас важнее в lingerie — эстетика как форма или состояние, которое женщина уносит с собой, выходя из пространства L'Collection?

Для меня в lingerie гораздо важнее состояние, с которым женщина уходит. Эстетика, безусловно, имеет огромное значение — я всегда уделяю внимание форме, линиям, посадке, качеству тканей. Всё это создаёт тот визуальный язык, через который мы говорим с женщиной в L'Collection. Но со временем я всё больше убеждаюсь, что настоящая ценность белья не только в том, как оно выглядит, а в том, как женщина начинает себя чувствовать. Очень часто я наблюдаю один и тот же момент: женщина приходит немного сдержанной, иногда даже сомневающейся в себе, а после примерки у неё меняется осанка, взгляд, появляется лёгкость. И для меня это самый важный результат нашей работы. Поэтому, если выбирать, для меня первично именно состояние. Эстетика — это инструмент, язык, через который мы его создаём. Но то ощущение уверенности, красоты и внутренней гармонии, которое женщина уносит с собой, выходя из пространства L'Collection — вот что по-настоящему имеет значение. ●



ДИНАРА АЛЬМЕНОВА, АРХИТЕКТОР ЭМОЦИЙ

■ @KULKI.GULDER
@ALMENOVA_STUDIO

Как вы пришли в сферу декора и оформления мероприятий? Что стало вашей отправной точкой?

В декор я пришла не из бизнеса — я пришла из ощущения красоты. Мне всегда было важно, как пространство чувствуется, а не только как выглядит. Тринадцать лет назад я начала с маленьких проектов — оформляла камерные события, свадьбы друзей. И в какой-то момент поняла, что для меня декор — это не про цветы и ткани. Это про создание атмосферы, в которой люди проживают один из самых важных дней своей жизни. Моей отправной точкой стало осознание: пространство может менять эмоции людей. И мне захотелось научиться делать это осознанно и красиво. Так начался мой путь.

Как бы вы описали свой стиль и философию в работе? Какие принципы для вас важнее всего при создании декора?

Я всегда говорю: декор — это архитектура эмоций. Для меня важно, чтобы оформление было не просто красивым, а имело характер и смысл. Мой стиль — это баланс между эстетикой, масштабом и атмосферой. Я люблю сложные композиции, архитектурные формы, необычные решения. Но есть несколько принципов, которые для меня неизменны: уважение к пространству, чистота и продуманность деталей, эмоция важнее трендов. Тренды приходят и уходят. А ощущение, которое остаётся у людей после события, — это то, что действительно важно.

Вы называете себя «архитектором эмоций». Что это значит для вас? Как вы хотите, чтобы люди чувствовали себя на событиях, которые вы оформляете?

Я называю себя архитектором эмоций, потому что каждый проект для меня — это сценарий чувств. Мы продумываем не просто декор. Мы продумываем, что человек почувствует, когда войдёт в пространство: удивление, тепло, восхищение, ощущение, что этот момент — особенный. Мне важно, чтобы гости на событии на секунду остановились и подумали: «Вау... как красиво». А для заказчика — чтобы это пространство стало отражением его истории.

Как вы выстраиваете диалог с клиентом, чтобы понять его настроение и мечту? Есть ли у вас свой подход или система?

Для меня работа начинается не с декора. Она начинается с разговора. Я всегда стараюсь понять человека: какой он, какие у него ценности, что для него важно. Иногда клиенты приходят без конкретного видения — только с ощущением. И моя задача — поймать эту эмоцию и перевести её в пространство. Мы обсуждаем настроение события, цвет, музыку, атмосферу. Я задаю много вопросов. Потому что самый красивый проект — это тот, в котором человек узнаёт себя.

Какой проект стал для вас самым запоминающимся — и почему? Был ли

момент, когда вы особенно гордились собой или своей командой?

За тринадцать лет проектов было много. Каждый по-своему важный. Но самые запоминающиеся — это всегда те проекты, где нужно выйти за рамки привычного. Когда команда работает почти без сна, когда конструкции собираются сутками, когда ты стоишь в пустом зале до того, как там начнётся монтаж, и осознаёшь масштаб задачи. А потом вы реализуете всё задуманное, гости заходят, и пространство начинает говорить с ними, декорации вызывают самые тёплые эмоции. И в этот момент ты понимаешь: мы сделали невозможное возможным. Я всегда особенно горжусь своей командой. Потому что за каждым красивым кадром стоит огромная работа людей, которые верят в этот результат так же сильно, как и я.

Если описать вас вне профессии — какая вы? Что вас вдохновляет, какие ценности ведут вас по жизни?

Вне работы я очень чувствительный к красоте человек. Меня вдохновляют пространства, архитектура, природа, цветы, путешествия, искусство. Я могу долго рассматривать свет в комнате или форму ветки — и из этого может родиться идея для проекта. Но самое главное — меня вдохновляют люди и их истории. Я верю в честность в работе, в уважение к своему делу и в то, что красота — это не роскошь, а язык, через который мы говорим с миром. И, наверное, именно поэтому я до сих пор так люблю свою профессию. ●

+7 707 130 99 80
+7 707 788 20 23
+7 747 705 88 88



BRONX FITNESS



Г. АСТАНА, 1, HIGHVILL, A-1, BLOCK, A, УЛ. АХМЕТА БАЙТУРСЫНОВА,
+7-776-599-88-55 | @NANAVASTANE

АДРЕСА

ЗАВЕДЕНИЯ GOOD PROJECT FAMILY
И НАШИ ПАРТНЕРЫ

— На қыше
г. Астана, мкрн. Акбулак, 3,
ул. Жалаури, 2, тел.: +7 (777) 8080909
инстаграм @nakryshe.rest

— Selfie
г. Астана, ул. Достык 16, The Ritz-Carlton
18 этаж, тел.: +7 777 000 05 15
инстаграм @selfievastane

— Eva Wine Cafe
г. Астана, ул. Ахмет Байтурсынулы, 3
тел. +77052199777
инстаграм @eva.winecafe

— Две реки,
г. Усть-Каменогорск, ул. Набережная Славского 60/2
тел. +77019098505
инстаграм @dvereki.rest

— Malena bar,
г. Астана, ул. Рақымжан Кошкарбаев, 2
тел. +77777159977
инстаграм @bar_malena

— Lilou bar et bistro
г. Астана, ул. Жанибек хандар, 32
БЦ Grey Plaza -8 этаж
тел. +77010279797
инстаграм @bar_lilou

— Asai,
г. Астана, ул. Кунаева 8/1
+7 771-439-91-99
инстаграм @asai.restaurant

— Nana, г. Астана, 1, HighVill, A-1, Block, A,
ул. Ахмета Байтурсынова, +7-776-599-88-55
инстаграм @nanavastane

style

— Бутик Kulturist,
г. Астана, ул. Кайым Мухамедханова, 11/2 блок
5, тел.: ++7 702 903 8786

— ONE GOGA showroom
BY GAUKHAR KASSEN
Кайым Мухамедханова 4
+7 705 114 4584

— TRIUMPH PRET•A•PORTER, г. Астана,
ул. Ахмета Байтурсынова, 9
инстаграм @triumphpretaporter

услуги /
здоровье

— Sandra. г. Астана, ул. Мангилик ел, 41/3
@sandra_kazakhstan
@sandra_dostyk

— Biologique Recherche. Ami beauty
г. Астана, ул. Аскар Токпанов, 22
@amibeauty_ast

— The Ritz Carlton Spa, г. Астана, ул. До-
стык 16, 3 этаж
@ritzcarlton_astana



детская стоматология без страха и боли
г. Астана, ул. Орынбор,
10/2, нп-1, жк Inju Arena
+7 771 7714441
@sevil_kids

SELFIE ASTANA ВОШЕЛ В
ЕЖЕГОДНЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РЕСТОРАННЫЙ РЕЙТИНГ LA LISTE,
УДОСТОИВШИСЬ 75 БАЛЛОВ ИЗ 100,
И ПОЛУЧИЛ 3 КОРОНЫ.