

New York Times bestseller



Amazon, Smithsonian and Financial Times
Best Book of 2024



Cosmopolitan Best Nonfiction Book of 2024

This edition is published by arrangement
with Waxman Literary Agency
and The Van Lear Agency LLC

Julie Satow

WHEN WOMEN RAN

Fifth Avenue



GLAMOUR AND POWER AT THE DAWN
OF AMERICAN FASHION

Джули Сэтоу

КОГДА ЖЕНЩИНЫ ПРАВИЛИ

Пятой авеню



ГЛАМУР И ВЛАСТЬ
НА ЗАРЕ АМЕРИКАНСКОЙ МОДЫ



УДК929:005(73)

ББК 65.42-2(3)

С97

Julie Satow

WHEN WOMEN RAN FIFTH AVENUE

Glamour and Power at the Dawn of American Fashion

Перевод с английского Глеба Григорьева

Сэтоу, Джули

С97 Когда женщины правили Пятой авеню. Гламур и власть на заре американской моды / Джули Сэтоу ; [пер. с англ. Г. Л. Григорьева]. — М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2025. — 384 с. : ил. — (Города и люди).

ISBN 978-5-389-25943-0

Известная американская журналистка реконструирует жизненный и карьерный путь трех женщин, которые руководили крупными универмагами Нью-Йорка в 1920-е — 1960-е годы и превратили их в рай для покупательниц всех возрастов и социальных слоев. В 1930-е Гортенс Одлам возглавила универмаг Bonwit Teller. В 1940-е Дороти Шейвер из Lord & Taylor взрастила плеяду американских модельеров и стала первой бизнес-леди, получавшей зарплату в миллион долларов. А в 1960-е Джеральдина Штутц из Henri Bendel переосмыслила концепцию элитного универмага, а потом купила 30 % его акций, сменив статус с наемного директора на управляющего партнера.

Благодаря этим женщинам американская модная индустрия обрела собственное лицо и перестала слепо копировать европейскую, прежде всего парижскую, моду. Каждая из героинь книги — сильная и яркая личность, чей пример помог миллионам женщин поверить в себя и избрать профессиональную карьеру вместо роли домохозяйки.

УДК 929:005(73)

ББК 65.42-2(3)

ISBN 978-5-389-25943-0

© Julie Satow, 2024

© Григорьев Г. Л., перевод на русский язык, 2024

© Издание на русском языке, оформление.

ООО «Издательская группа «Азбука-Аттикус», 2025

КоЛибри®

Женщины покупают и женщины продают. Женщины за прилавком и женщины перед прилавком. Женщины на каждом этаже, в каждой зале, у каждой стойки с товаром... В подвальном помещении, где идет распродажа летних платьев, — женщины. Наверху, под самой крышей, в кабинетах, где сверяются счета, заполняются конторские книги и ведется сложнейшая бухгалтерия, — женщины. Все ярусы между подвалом и чердаком заполнены женщинами... В этой суетливо текущей сплошной женской массе отдельные мужчины — покупатели, клерки, управляющие отделами — выглядят неуместными, заплутавшими чужаками.

Рэта Чайлд Дорр,
1910 г.*

* Рэта Чайлд Дорр (1866—1948) — американская журналистка и писательница. Политический деятель, редактор газеты «Суфражистка». (Здесь и далее — примечания переводчика, если не указано иное.)

Пролог



В тот день столбик термометра упал ниже нулевой отметки, Гудзон подернулся льдом. Шофер открыл дверцу машины перед ее хозяйкой Гортенс Одлам, и та вышла на тротуар Пятой авеню. Придерживая фетровую шляпку, чтобы та не слетела с уложенных в высокую прическу каштановых волос, она устремила взгляд на филигранный бронзово-хрустальный декор высокого — до второго этажа — входа в нависший над нею небоскреб с рельефными буквами **BONWIT TELLER** на известняковом фасаде. Утренний поток пригнувшихся на морозном ветру людей состоял из мужчин с портфелями, плетущихся к своим стеклянным офисам, и женщин в поношенных шерстяных пальто, которых ждал очередной день стенографирования и подачи кофе боссам. Это был пик Великой депрессии — но даже безработные здесь имели целеустремленный вид, они стояли там и тут, прижавшись к стенам высоких домов, чтобы хоть как-то защититься от стужи, и протягивая голые ладони в надежде на рождественские подаяния.

Гортенс запахнула пальто поплотнее и робко прошла через вращающиеся двери. Ее окутал теплый воздух, а выюга вместе с уличной суетой тут же остались

позади, уступив место атмосфере приглушенного великолепия. Озираясь по сторонам, она разглядывала главный зал универмага — лабиринты прозрачных прилавков и зеркальных колонн, где редкие утренние покупательницы прохаживались по рядам между стойками — цокот их высоких каблучков по мрамору эхом разносился в обширном пространстве. Заметив в дальнем конце лифты, Гортенс направилась к ним и, нервно сжимая сумочку, назвала лифтеру одиннадцатый этаж. Наверху оказался вестибюль, а за ним — офисы менеджеров «Бонвит Теллер». Секретарша указала ей на ближайшее кресло. Вскоре одна из массивных деревянных дверей приоткрылась, оттуда высунулась голова с копной седых волос, и пожилой джентльмен в аккуратной тройке жестом пригласил ее в кабинет, где она с легкой вежливой улыбкой присела к его внушительному президентскому столу.

Семидесятилетний коммерсант Пол Бонвит переехал сюда из Германии еще в юности и, открыв магазин сорок лет назад, немало времени посвятил обхаживанию зажиточных домохозяек своими старосветскими манерами и иностранным акцентом. Но при встрече с Гортенс, стоило ему прибегнуть к привычной тактике участливых вопросов — как добрались? как дети? — свойственная ему непринужденность как-то сразу стала вянуть, и атмосфера в кабинете сделалась неловкой, даже напряженной.

«Бонвит Теллер» традиционно считался одним из самых эксклюзивных универмагов Нью-Йорка. Но три года назад началась Великая депрессия, убившая спрос на все его норковые шубки и хрустали Баккара. Оказавшись в паре шагов от банкротства, Бонвит был вынужден продать свое предприятие. Новым владельцем стал Флойд Одам, магнат с Уолл-стрит и один из

богатейших людей Америки. Бонвиту удавалось держать Одламу подальше от дел, оставаясь при этом президентом универмага, хозяином роскошного, устланного коврами кабинета. А тут вдруг на тебе, на пороге — супруга Флойда, сорокаоднолетняя мать двоих его детей, и ее внезапное появление привело Бонвита в замешательство. Гортенс была заядлой покупательницей, но сама никогда не работала — нигде вообще, а уж тем более — в магазинах.

— Там дальше по коридору есть кабинетик, миссис Одлам, который, надеюсь, вы сочтете уютным, — выдал в итоге Бонвит. — И, разумеется, моя секретарша — всегда к вашим услугам¹.

Гортенс покраснела. Она не испытывала ни малейшего желания оставаться здесь дольше необходимого. Но муж попросил ее как следует пройтись по универмагу и поделиться потом впечатлениями. Она не знала даже, с чего начать, но была готова почти на все, лишь бы угодить Флойду.

— Да что мне там делать, в этом кабинете? — раздраженно ответила она. — Понятия не имею, как себя там вести и уж тем более — как общаться с вашей секретаршей².

Когда Бонвит, учтиво подхватив Гортенс под руку, вел ее к выходу из кабинета, он и представить себе не мог, что за этим, казалось бы, абсолютно девственным незнанием жизни корпоративного мира кроется огромный дар делового чутья. Что уже на будущий год их роли переменятся, и именно она займет место за президентским столом, будет давать распоряжения секретарше, став главой универмага, чьи продажи превышали 200 млн долларов в сегодняшних ценах³. Гортенс никогда даже не помышляла о подобной карьере — это полностью противоречило ее взглядам на роль женщины и заставило лицом к лицу встретиться с непростыми

истинами. Это стало началом пути, который заложит фундамент эволюции одного из самых роскошных магазинов и преобразит весь мир американской моды.

В начале XX века универмаги были царством шика и разнообразия. За один визит вы могли распланировать свадебную церемонию (или похороны), узнать даты экзаменов для поступления на госслужбу, отправить телеграмму со стойки «Вестерн Юнион», а потом, оставив ребенка на попечение здешних временных яслей, спокойно перекусить тут же в кафе и навестить парикмахера, к которому записались накануне, оформить экспресс-доставку на дом горностаевого палантина, купить замороженные стейки и заказать пару редких зеленых попугайчиков с Сейшел. В некоторых магазинах были мини-зверинцы или пруды с рыбками и лодочками, а в других — даже медицинские отделения экстренной помощи с квалифицированными сестрами. Универмаг в Оклахома-Сити, например, прославился тем, что провел «неделю малышей», где потенциальным приемным родителям предлагались девять младенцев-сирот — и шестеро из них обрели новые семьи. В витринах можно было порой увидеть работы Джорджии О'Кифф или Сальвадора Дали, затейливые рождественские паровозики и башни из расписных пасхальных яиц.

Почти любой человек воспринимал универмаги как настоящую страну чудес, где ты получаешь доступ к практически безграничному ассортименту товаров и услуг, но женщины видели в них нечто гораздо большее. Ведь с самого своего появления эти магазины были именно женской вселенной, где им принадлежала власть, недостижимая в любом ином месте. Здесь

покупательницы владычествовали над продавцами и клерками, чья работа и состояла в том, чтобы их ублажать. Здесь — причем в те времена, когда появление женщины на публике без сопровождающего считалось грубой и даже опасной выходкой, — дамы могли, не опасаясь осуждения, гулять между прилавков, собираться в компании на свой вкус, разглядывать витрины, совершать покупки. Но и здесь же, в универмагах, женщины имели возможность зарабатывать себе на жизнь, — даже более того — получить образование и пройти переподготовку, чтобы превратить работу в длительную карьеру.

Парижский «Бон Марше», основанный в 1838 году, сегодня считается старейшим универмагом в мире. Воображение поражали не только огромные витрины с разодетыми по последней моде манекенами, но и сам тот факт, что двери были открыты для любой посетительницы, даже если та не собиралась ничего покупать, а просто зашла, чтобы с наслаждением провести рукой по выложенным в ряд шелковым шалям, примерить к себе легкие зонтики всех цветов радуги, вдохнуть аромат, царящий над прилавками с парфюмерией.

В Штатах первое подобное заведение открылось в 1846 году. «Мраморный дворец» на манхэттенской Чеймберс-стрит сразу поразил современников — величественный четырехэтажный универмаг с разного рода новинками вроде «дамской гостиной», где клиентки имели возможность прихорашиваться у привезенных из Парижа зеркал в полный рост. В 1862 году появилась новая нью-йоркская — еще грандиознее по размерам и шикарнее — «мекка шоппинга» под названием «Чугунный дворец». Его создал основатель и владелец «Мраморного дворца», ирландский эмигрант Александр Терни Стюарт, который вскоре вошел в тройку

богачейших американцев, уступив лишь Уильяму Астору и Корнилиусу Вандербильту.

Стоявший на Бродвее между Девятой и Десятой улицами «Чугунный дворец» с его литыми из металла фасадами стал крупнейшим на тот момент универсамом в мире с длинным списком весьма зажиточных клиентов, включая Мэри Тодд Линкольн, чья страсть к пополнению гардероба была столь безудержной, что как-то раз она за одно лишь лето накупила в кредит товаров на полмиллиона долларов в сегодняшних ценах, а ее супругу, президенту Аврааму Линкольну, такая сумма оказалась не по карману⁴.

«Чугунный дворец» Стюарта стал ядром, вокруг которого — от улицы Астор-плейс до парка Мэдисон-сквер — вырос целый торговый район Лейдиз-Майл, «Дамская миля». Это название произошло от новой национальной забавы — разглядывания витрин дорогих магазинов, — в которую с энтузиазмом окунулись представительницы среднего и высшего класса, в основном белого. Те универмаги и впрямь были настоящим пиршеством для взора: ассортимент обновлялся регулярно, а внушающие мысль о престиже и максимально эффектно представленные образцы последней моды притягивали глаз и содержимое бумажников. На первом этаже — парадные лестницы, витражные окна и головокружительной высоты застекленные потолки, сквозь которые струится солнечный свет, длинные прилавки с вращающимися стульями, где тут же можно примерить кожаные перчатки или попробовать косметику. Кондитерские с огромным выбором сладостей, галантерейные отделы с лентами и кружевами. В подвальных помещениях кухарки и фабричные работницы выстаивались в очереди за уцененными товарами — одеждой прошлого сезона и посудой, — а на верхних

этажах зажиточные дамы в приталенных пальто разглядывали шелковое постельное белье и фарфор.

Когда в 1896 году открывался универмаг «Сигел-Купер», на эту помпезную церемонию пришли 150 с лишним тысяч женщин, чтобы поглазеть на сотни выставленных там роялей, на самую крупную в мире фотогалерею, на отдел зоотоваров, где кроме привычных кошек и собак продавались обезьянки или даже детеныши львов и пантер.

Это были в высшей степени изысканные, фантастические заведения. Скажем, в «Мейсиз» на Геральд-сквер без малого 90 тыс. квадратных метров торговой площади посвящались коврам, а для посетителей были установлены 33 гидравлических лифта, четыре эскалатора и главная диковина — аналог пневмопочты, — сеть прикрепленных к потолкам труб, через которую перемещались как деньги за покупку, так и сами покупки.

Нью-Йорк, разумеется, не обладал монопольным статусом «столицы крупных универмагов». Так, в чикагском районе Луп располагался целый ряд шикарных магазинов, среди которых особенно выделялись «Маршалл Филдз» (76 лифтов, 31 милья коврового покрытия) или «Тиффани», чей купол был составлен из 1 млн 600 тыс. стеклянных фрагментов. Именно его основателю принадлежат знаменитые слоганы — «дайте женщине то, чего она хочет», и «клиент всегда прав», а любой товар здесь можно было в любое время вернуть без объяснения причин за полную его стоимость. В Сан-Франциско на Маркет-стрит и Юнион-сквер — «Уайт Хаус», «Эмпориум» и «Ай Магнин», в Бостоне — «Джордан Марш» и «Филинз». Рубеж XIX—XX веков ознаменовался ростом числа подобных универмагов. В Филадельфии появились «Уанамэйкерз» и «Стробридж энд Клотье», в Питтсбурге — «Кауффманз»

и «Хорнз», в Атланте — «Ричс», а в Сент-Луисе — «Феймес-Барр».

Но если снять со всех этих фасадов глянцевую шелуху, то мы — в отличие от толпы покупательниц тех времен — увидим целую армию работниц: расторопные продавщицы мечутся между кладовками в надежде удовлетворить запросы нетерпеливых клиенток, а упаковщицы с потрясающим проворством укладывают свитера в коробки и обвязывают их ленточками. В те времена количество работающих женщин неуклонно росло, и универмаги стали своего рода трамплинами, с помощью которых вы при наличии амбиций могли, достигнув достаточной квалификации, получить возможность карьерного роста. Жизнь здесь была ключом — в лабиринтах офисов на верхних этажах десятки бухгалтерш рыскали между рядами шкафов с документами и перерывали горы бумаг, а копирайтеры обоих полов корпели над новыми рекламными текстами для воскресной газеты, в то время как зажиточные клиентки за своими письменными столами продумывали очередной визит на показ парижской моды.

Продавщиц и бухгалтерш становилось все больше, но среди менеджеров среднего звена женщин были считанные единицы, не говоря о более высоких должностях. Первая женщина на посту президента крупного универмага появилась много позднее — уже во времена Великой депрессии. Это была Гортенс Одлам, домохозяйка из фешенебельного пригорода, жена и мать. Несмотря на отсутствие опыта, на то, что прежде ей вообще не доводилось где-либо работать, она встала к штурвалу идущего ко дну заведения на Пятой авеню, универмага «Бонвит Теллер», и превратила его в прибыльного лидера отрасли в тот момент, когда многие конкуренты готовились к банкротству. При этом у Гортенс никогда и в мыслях не было посвящать себя карьере и к

своему статусу «бизнесвумен» она неизменно испытывала двойственные чувства. Позднее она отказалась от своего поста, заявив, что сожалеет о годах, потраченных на «Бонвит Теллер», поскольку это привело к массе проблем в личной жизни.

А тем временем в универмаге «Лорд энд Тейлор» свой путь вверх по служебной лестнице начинала Дороти Шейвер, целеустремленная женщина с решимостью во взгляде. Нацеленная на карьерный рост Дороти сторонилась любовных отношений, полностью отдавшись своим амбициям, а ее гениальные способности в сфере продаж и маркетинга сыграли одну из ключевых ролей во взлете американской модной индустрии. В 1945 году Дороти получила назначение на пост президента «Лорд энд Тейлор» и стала одним из самых высокооплачиваемых топ-менеджеров — женщин в истории США, а журнал «Лайф» назвал ее американской «бизнес-леди № 1». В последующие годы высокое положение позволило ей влиять на политику и текущие события в стране — она посещала Советский Союз еще при Сталине, обсуждала вопросы свободы мысли с Эдвардом Марроу*, общалась с самыми разными выдающимися людьми — от Альберта Эйнштейна до Агнес де Милль**.

И наконец — как раз когда срок карьеры Дороти в «Лорд энд Тейлор» близился к концу — во главе универмага «Генри Бендель» встала яркая и артистичная 32-летняя Джеральдина Штутц, возглавлявшая до этого отдел моды в журнале «Гламур». Она руководила самым шикарным магазином Нью-Йорка в эпоху

* Эдвард Р. Марроу (1908–1965) — американский теле- и радиожурналист, прославившийся репортажами во время Второй мировой войны и ставший позднее звездой политической журналистики.

** Агнес де Милль (1905–1993) — американская танцовщица, выдающийся балетмейстер.

«бушующих 60-х» и дискотеки 70-х — продвигала самых передовых модельеров, делала постоянными клиентами знаменитостей вроде Джеки О* и Мика Джаггера. В 80-е Джеральдина приобрела долю в «Бенделе», став первой в истории женщиной — владелицей одного из крупнейших универмагов Нью-Йорка. Но вскоре Америку охватит повальное увлечение торгово-развлекательными центрами и розничными сетями, и Джеральдина потеряет все, что создала. Одно-единственное фатальное решение погубит «Генри Бендель». Более того, оно станет предвестником краха всей индустрии.

Сами по себе универмаги с давних пор остаются темой второго плана, в то время как главными героями выступают их основатели, легендарные бизнесмены — Мейси, Филлин или Блумингдейл. Но эти заведения по своей природе всегда были истинно женскими. Вошедшая в модный магазин женщина чувствовала себя свободной от многих из навязанных обществом ограничений. Истории Гортенс, Дороти и Джеральдины, их жизнь, их карьера незаслуженно обойдены вниманием. И хотя все это происходило за десятилетия до моего рождения, их опыт остается актуальным, а проблемы, которые им приходилось решать, и сейчас выглядят насущными, ведь предубеждения тех лет вместе с укоренившимся в обществе сексизмом живы по сей день.

Эти личности были сильными, непростыми, пусть с очень разными, но в чем-то похожими судьбами — пионер своей эпохи, каждая из них внесла вклад в формирование мира американской моды, и вместе они проложили путь сегодняшним женщинам.

* Прозвище, данное папарацци супруге убитого Джона Кеннеди Жаклин, которая, выйдя замуж за греческого магната Онассиса, взяла его фамилию.

ЧАСТЬ 1



Я — не бизнесвумен. Я всегда мечтала об одной-единственной карьере — заниматься домом¹.

Гортенс Одлам

Глава 1

Гортенс идет в магазин



Первое купленное в Нью-Йорке платье осталось в памяти Гортенс навеки. Ничего уродливее она никогда прежде не надевала — черный шифон за десять долларов в подвальном отделе распродаж какого-то универмага, который и близко не стоял к «Бонвит Теллер» и остальной роскоши Пятой авеню. «Совершенно жуткое. Мне было всего двадцать пять, а в нем я выглядела на все пятьдесят», — вспоминала она¹. На тот момент — 1916 год — и месяца не прошло, как Гортенс с мужем и их новорожденным сыном Стенли перебрались в Нью-Йорк, в битком набитую жильцами бруклинскую квартиру, в комнату с виниловой мебелью и соседом, чье присутствие снижало арендную плату. Флойд служил мелким клерком в уважаемой адвокатской фирме на Манхэттене. Зарплату он получал скромную, но зато имел шансы на карьерный рост, что немало важно для молодой супружеской пары с амбициями.

Флойд работал днями напролет, а новоиспеченная мать посвящала все свое время младенцу и домашнему хозяйству, пытаясь уложиться в мизерный бюджет.

«Я сэкономила абсолютно на всем», — рассказывала Гортенс, для которой практика считать каждый цент была не в новинку — ведь в юности ей приходилось выклянчивать у родителей средства даже на предметы первой необходимости. Чтобы поднять детей, ее мать пускала постояльцев, а еще у семьи имелись свои куры и хилый сад на клочке выжженной солнцем земли.

В Нью-Йорке от Гортенс не требовалось ничего выращивать, но она экономила средства другими способами: покупала фарш вместо мяса для стейков, а домашние платья шила сама из оставшихся в лавках обрезков ткани. Латала рубашки Флойда, пока тот «не отказывался их носить — даже после уговоров “это в самый последний раз”», а потом все это шло на одежду для Стенли².

Гортенс свылась с ролью создателя домашнего уюта. «Мне нравилось нянчиться с малышом, заниматься бытом. Я получала громадное удовлетворение, зная, что муж усердно трудится, а я тоже помогаю ему своим собственным усердием», — напишет она позднее в автобиографии. И добавит: «Мытье посуды и полов становилось достойным занятием, обретало смысл»³.

Но не прошло и нескольких месяцев жизни в Нью-Йорке, как вся эта идиллия дала трещину — когда коллега Флойда пригласил чету на ужин в День благодарения. В Бруклине Гортенс мало с кем общалась, а родни у нее там и вовсе не было, и появиться перед посторонними в своем простецком, домашнем гардеробе — это было немыслимо. «Мы не можем пойти», — заявила она Флойду. Да и со Стенли сидеть некому, но дело даже не в этом: «Мне нечего надеть», — расплакалась она. Флойд попытался отклонить приглашение, сославшись на отсутствие бебиситтера, однако сослуживец не принял его оправданий, сказав, что будет рад видеть их



вместе со Стенли. Чтобы избежать позора, Гортенс ничего не оставалось, кроме как выкроить из скудного семейного бюджета средства на покупку нового платья.

На следующее утро, убаюкав Стенли, она выбежала из дома и ринулась к метро. «Я поехала в один манхэттенский универмаг, который мне рекомендовали — мол, там есть приличные и недорогие платья»⁴. Оказавшись в магазине, Гортенс впала в уныние при виде хаотической массы корзин и стоек, переполненных уцененными товарами всевозможных фасонов и размеров. Практически все платья были неприглядного кроя, сшитые из низкосортной ткани, сплошь усеянные ленточками, пуговичками, бисеринками. По задумке элегантно, а на деле лишь подчеркивает дешевизну.

В спешке — ведь надо вернуться, пока Стенли не проснулся, — Гортенс обратилась за советом к продавщице. Когда та узнала, что бюджет на покупку — десять долларов, ее взгляд поскущел и устремился вдаль, она вяло махнула в сторону отдела дешевых платьев. Гортенс ринулась туда, сняла впопыхах несколько не таких уродливых нарядов и уединилась в примерочной. Там она совсем пала духом — каждое следующее платье смотрелось хуже предыдущего, а секунды между тем тикали. Наконец она выбрала наименее противное — из простого черного шифона — в надежде, что, когда она спокойно наденет его у себя в спальне, оно станет выглядеть лучше. «Я прекрасно понимала — оно мне совсем не идет, я едва не рыдала, но ведь нужно было что-то делать».

Добравшись на метро до Бруклина, Гортенс сунула Стенли рожок с молоком и облачилась в новое платье у зеркала в спальне. К ее ужасу, «оно смотрелось так же, как в магазине, даже хуже»⁵. Гортенс тогда в полной

Научно-популярное издание
Массовое издание

Танымал ғылыми баспалық
Бұқаралық баспалық

Серия «Города и люди»

Сәтоу Джули

КОГДА ЖЕНЩИНЫ ПРАВИЛИ ПЯТОЙ АВЕНЮ ГЛАМУР И ВЛАСТЬ НА ЗАРЕ АМЕРИКАНСКОЙ МОДЫ

Ответственный редактор *Е. Туинова*
Выпускающий редактор *Т. Маслова*
Художественный редактор *Н. Данильченко*
Технический редактор *Л. Синицына*
Корректор *Е. Шумская*
Компьютерная верстка *В. Брызгаловой*

В оформлении обложки использована иллюстрация © 99950069/Shutterstock.com.

Подписано в печать / Баспаға қол қойылды 26.02.2025.

Формат 60×88^{1/16}. Гарнитура «NewJournal».

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 23,52.

Тираж 2000 экз. О-GIL-34914-01-R. Заказ №

Изготовитель:
ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» —
обладатель товарного знака «КоЛибри»
115093, Москва, вн. тер. г. муниципальный округ
Даниловский, пер. Партийный, д. 1, к. 25
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19
E-mail: sales@atticus-group.ru

Филиал ООО «Издательская Группа
«Азбука-Аттикус» в г. Санкт-Петербурге
191024, Санкт-Петербург,
Херсонская ул., д. 12–14, лит. А
Тел. (812) 327-04-55
E-mail: trade@azbooka.spb.ru
www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Отпечатано в России.

Өндіруші:
«Издательская Группа «Азбука-Аттикус» ЖШҚ —
«КоЛибри» тауар белгісінің иесі
115093, Мәскеу, қ. іш. аум. Даниловский
муниципалдық округі, Партийный т.ш., 1-үй, к. 25
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19
Эл. поштасы: sales@atticus-group.ru

Санкт-Петербург қаласындағы «Азбука-Аттикус»
Баспа Тобы» ЖШҚ филиалы
191024, Санкт-Петербург, Херсон көшесі,
12–14 үй, лит. А
Тел. (812) 327-04-55
Эл. поштасы: trade@azbooka.spb.ru
www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Ресейде баспы шығарылған.

Техникалық реттеу туралы РФ заңнамасына сай баспалықтың сәйкестігін
растау туралы мәліметтерді мына адрес бойынша алуға болады:
<http://atticus-group.ru/certification/>.

Знак информационной продукции (Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)
Ақпараттық өнім белгісі (29.12.2010 ж. № 436-ФЗ федералдық заң)



Федеральный закон № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
от 29.12.2010 г. не распространяется.

«Балалардың денсаулығы мен дамуына зиян келтіретін ақпараттан қорғау туралы»
29.12.2010 ж. № 436-ФЗ Федералдық заңы қолданылмайды.