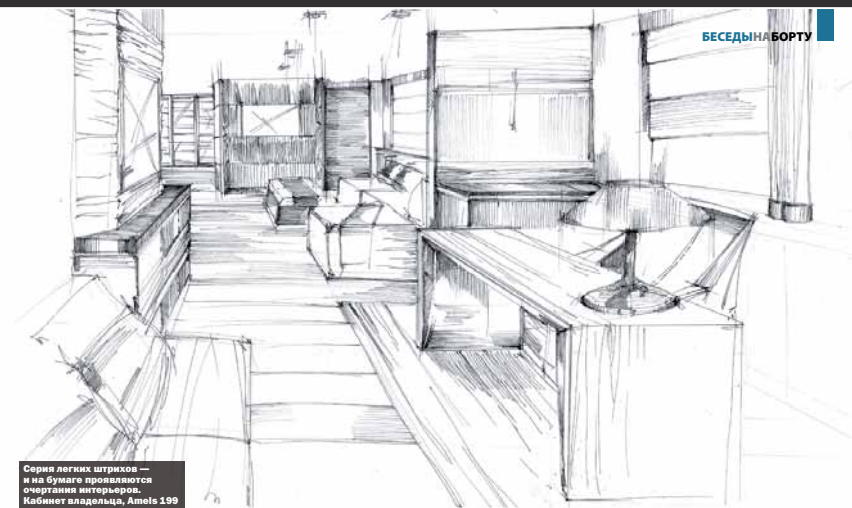




**ДЭН ЛЕНАРД,**  
яхтенный  
дизайнер:  
«Отсутствие  
красоты возникает  
из-за хаоса идей  
и беспорядка  
в их реализации».

Фото: Алексей Чернышев



БЕСЕДА НАБОРТУ

Серия легких штрихов — и на бумаге проявляются очертания интерьера. Кабинет владельца, Amels 199

**Э**того высокого седого мужчину в белой рубашке навьпуск и потертых джинсах во время яхтенной выставки в Каннах можно было увидеть на разных стендах и яхтах. Мы заметили его и среди тех, кто вел презентацию бренда Monte Carlo Yachts, принадлежащего холдингу Beneteau. Потом почти столкнулись с ним на борту новой Monte Carlo 65, которую только что посмотрели и еще продолжали одобритительно обсуждать — яхта произвела действительно хорошее впечатление.

Мы говорили на родном языке, но севаласий джентльмен пристально смотрел на нас.

Неожиданно он задал вопрос по-английски:

— Вы довольны?

Я незамедлительно ответил шуткой: — Был бы доволен, кабы владел такой лодкой...

Мужчина рассмеялся, мы познакомились и разговорились... Собственно, это он знакомился с нами — мы-то хорошо знали в лицо Дэна Ленарда, совладельца яхтенной дизайн-студии Nuvolari & Lenard из Венеции, входящей в первую десятку, а то и в пятерку наиболее

известных и востребованных в мире. А потом Дан согласился побеседовать с нами на стенде компании Monte Carlo Yachts, к проектированию лодок которой приложил руку.

**Дан, проекты яхт какого типа вы предпочитаете?**

Мы с Карло Нуволари работаем во всех сегментах яхтенного рынка. Недавно спроектировали 26-футовую лодку Colombo, при этом создаем дизайн для многих серийных производителей в среднем сегменте и одновременно трудимся над 120-метровой суперяхтой Osealpo. Сейчас мы работаем с брендами

*Свою первую лодку я нарисовал в 18 лет и с тех пор занимаюсь только этим*

Monte Carlo Yachts, Marquis, Sarnico, Palmer Johnson.

Здесь Monte Carlo Yachts представляет нас как дизайнеров суперяхт, пытающихся принести атмосферу и роскошь крупных судов на серийный рынок. Обилие заказов радует. Я с удовольствием берусь за создание как больших, так и маленьких лодок, ведь они

Перо, бумага и вдохновение — все, что требуется Дану Ленарду для работы





Создавая модели Monte Carlo, мы пробуем привнести атмосферу и роскошь суперяхт на серийный рынок



Студия Nuvolari & Lenard разрабатывает дизайн всего модельного ряда Palmer Johnson

предназначены для решения совершенно разных задач, и это интересно.

Студия Nuvolari & Lenard осуществляет полный цикл разработки яхт. Какова ваша личная роль в этом процессе? Я занимаюсь непосредственно дизайном и маркетингом дизайна — ишу участников рынка, которым нужны наши услуги. Провожу маркетинговые исследования и могу, например, сказать: чтобы найти своих покупателей, яхты Monte Carlo

должны выглядеть именно так, иначе будет иметь место прямая конкуренция с другими производителями. Прежде чем сесть разрабатывать дизайн, мы тщательно анализируем выбранный сегмент рынка — все лодки этой длины, независимо от страны производства и популярности бренда. Затем начинается проработка концепции всей будущей линейки, а потом уже собственно дизайн отдельных взятых моделей. Дальше присоединяется Карло — конструктор от рождения и сущий «адвокат дьявола», когда

речь заходит о деталях. Он обладает поразительной способностью оценивать все взглядом заказчика и с этих позиций аргументированно критикует мои предложения.

Был ли какой-то «звездный» проект, после которого резко выросла популярность? Это длинная история, ведь студии уже 22 года. Когда мы начинали, мне был 21 год, а моему партнеру Карло Нуволари — 28. Карло был инженером, я отвечал за дизайн, а теперь мы нередко меняемся профессиями.

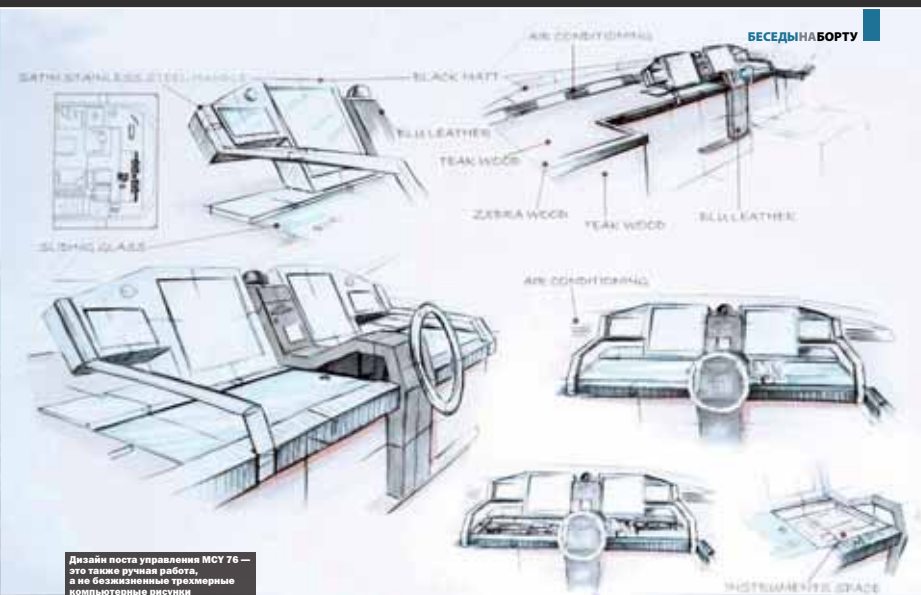
Monte Carlo Yachts 76 стала родоначальницей оригинального дизайна всего модельного ряда

**Общая тенденция заключается в том, чтобы сделать яхты более доступными, не снижая при этом качество постройки**

Студия всегда занималась разными лодками, хотя одни считали, будто мы работаем исключительно над суперяхтами, а другие в то же время были уверены, будто наша специализация ограничена лишь серийными моделями. Сказать точно, когда мы обрели известность, сложно. Но если все же попытаться найти переломный момент, то стоит вспомнить появление новых Мосхи на рубеже веков.

**Вы занимаетесь только яхтами или делаете что-то еще в сфере индустриального дизайна?**

В 18 лет я нарисовал свою первую лодку и никогда не занимался ничем другим, кроме яхт. Разве что собственным домом и виллами нескольких наших яхтенных заказчиков. Ведь яхты — бесконечное поле для работы: мы разрабатываем для них даже дверные ручки и ткани, словом, практически все. Бывает, что созданный для суперяхт дизайн у нас



Дизайн поста управления MSCY 76 — это также ручная работа, а не безликие компьютерные рисунки

покупают компании для массового производства, например, мебели, но при этом мы все же остаемся яхтенными дизайнерами.

**Какие современные тенденции в яхтенном дизайне вы видите?**

Общая тенденция в том, чтобы сделать яхты более доступными. Качество при этом снижать нельзя, поэтому приходится внедрять новые эффективные технологии, и это тоже задача дизайнеров. При постройке яхт объем автоматизации минимален, а доля ручного труда значительна, причем дешевая рабочая сила не выход — хороший продукт могут создать только хорошие специалисты. Вот и приходится ломать голову над технологиями, делая их более эффективными. Например, мы предложили для яхт Monte Carlo модульный интерьер: модули собирают отдельно, а затем монтируют в корпус. Мы каждую неделю общаемся с верфью и обсуждаем детали, поскольку сотрудничество дизайнеров и строителей должно быть тесным. Если лодку длиной 40 футов еще можно с натяжкой сравнить

с автомобилем, то крупные яхты гораздо сложнее: разработка их дизайна является важнейшей частью проектирования и производства, а не просто рисованием красивых линий. И дизайнер должен жить в этом мире.

**Если не секрет, у вас есть яхта и какая?**

Есть. Чтобы успешно проектировать яхты, надо самому быть яхтсменом. Я с ранних лет хожу под парусом, начинал на лодках класса Laser. Сейчас у меня куча всевозможных лицензий, и я могу управлять почти всеми лодками, которые мы создали. У меня карбоновая парусная лодка, выполненная по индивидуальному проекту, до этого был 43-футовый катер Samco Spider, на котором я за час доходил из Венеции в Хорватию. Уже три года я владею моторной яхтой, и если выпадет свободное время, провожу его на борту. Яхтинг — главное увлечение моей жизни, а дизайн — лишь

**Дешевая рабочая сила — не выход: хороший продукт могут создать только хорошие специалисты**



Ходовая рубка Oscealo Y708



За простым с виду эскизом стоят сотни часов работы





БЕСЕДА НАБОРТУ

Если в яхте все «придумал» компьютер и не чувствуется талант дизайнера, то лодка не получится красивой

Проект Palmer Johnson World

CV ДЭН ЛЕНАРД



**Возраст:** 43 года  
**Образование:** высшее  
**Место рождения:** Лобнина, Словения  
**Место жительства:** Венеция, Италия  
**Семья:** женат, двое детей  
**Хобби:** прогулки с семьей и друзьями под парусом на яхте собственной постройки, подводное плавание, горные лыжи

*Дизайн без идеи — это как оркестр без дирижера, где все музыканты хороши сами по себе, но общей мелодии и гармонии нет*

инструмент для его развития. И Карло в этом отношении не отличается от меня — он держит лодку прямо под окнами своего дома в Венеции.

**Вы много сотрудничали с американскими верфями и, на наш взгляд, придали их лодкам европейский облик. Есть ли существенная разница между судостроителями из США и Европы?**  
 Различия есть, но раньше они ощущались сильнее. Мы привыкли считать, что американцы не мыслят в дизайне, однако их яхты технически совершенны. За океаном полагают также европейские лодки хорошо выглядят, но отстают в плане техники. Теперь эти несоответствия в прошлом.

американские яхты «подтянулись» по дизайну и по-прежнему остаются на высоком техническом уровне. Имеет смысл скорее говорить о глобализации дизайна, нежели о европеизации американского продукта — это тоже тенденция. В яхтинге, на мой взгляд, существует одна, универсальная красота. Но американцы успешны в функциональном дизайне. Например, при проектировании Monte Carlo 65 мы применили форму «двойная 5» для носовых шпангоутов с высокими надводным бортом, встречающуюся на американских рыбачьих катерах.

**Как вы решаете важное противоречие между мореходностью яхты и объемом помещений?**  
 Рынок в лице покупателей предъявляет противоположные требования: с одной стороны, надо увеличивать обитаемое пространство, в частности, в носу, а с другой — не снижать мореходность. Поэтому компромисс неизбежен. К примеру,

некоторые итальянские верфи предлагают просторные интерьеры в «плоскодонных» корпусах. В случае с Monte Carlo, как я уже говорил, мы сделали высокий нос, позволивший обеспечить мореходность, необходимый объем помещений и одновременно ставший дизайнерской особенностью брэнда. Это не революция, но решение значительно более функциональное.

**Здесь, на выставке, множество лодок. Есть ли среди них действительно ужасные по дизайну модели?**

Я не сужу о красоте с позиций субъективного, личного восприятия, но если в яхте все «придумал» компьютер и не чувствуется талант дизайнера, то лодка получается некрасивой. Таких примеров здесь немного. Да, в них, казалось бы, масса деталей, технических штук, но нет того тепла, которое оставляет рука человека-творца. Это как оркестр без дирижера, где все музыканты хороши сами по себе, но общей мелодии и гармонии нет. Отсутствие красоты

возникает из-за хаоса идей и беспорядка в их реализации. Представьте симпатичную девушку, которая переборщила с макияжем, — это неизбежно разочарует вас, как бы красива она ни была. С другой стороны, у любой лодки есть свой покупатель, и дело в основном сводится к способностям продавца. Как на выборах, где вам нужно убедить людей проголосовать именно за вас.

**Возможна ли ситуация, когда верфь создает одну удачную модель и успешно продает ее много лет, как, скажем, Apple продает iPhone?**

Это справедливо для небольших лодок, где есть «иконки» вроде маленьких Riva или старой Monte

*Концепция «иконки» будет работать, пока стоимость лодки не превышает цену дорогих авто*



Бассейн на Palmer Johnson World находится в районе миделя

Carlo 32 Offshorer, которую мы спроектировали в начале 1990-х годов. Такая концепция будет работать, пока стоимость лодки не превышает цену дорогих авто и товар попадает в категорию «суббрендных покупок». Другими словами, стоимость лодки не должна выходить за рамки суммы, которую готов импульсно потратить обеспеченный человек в хорошем настроении.

**Ваши работы не раз удостаивались наград. Какие яхты вы вспоминаете с особой теплотой?**  
 Вопрос сложный, ведь мы делаем десяток проектов в год. Могу, пожалуй, назвать три моторные яхты, работа над которыми оставила у меня больше всего впечатлений. Самый первый корпус Palmer Johnson 120 под названием Cover Drive, затем ставшая очень

популярной суперяхта Alfa Nero и, наконец, Monte Carlo 76, которую мы фактически создали с чистого листа, но людям при этом она очень нравится. Разумеется, будущи любители паруса, не могу не упомянуть 212-футовую Felicità West, построенную на Perini Navi в 2003 году. Мало кто знает, что мы участвовали в ее создании, ведь это совсем другой сегмент. MBV