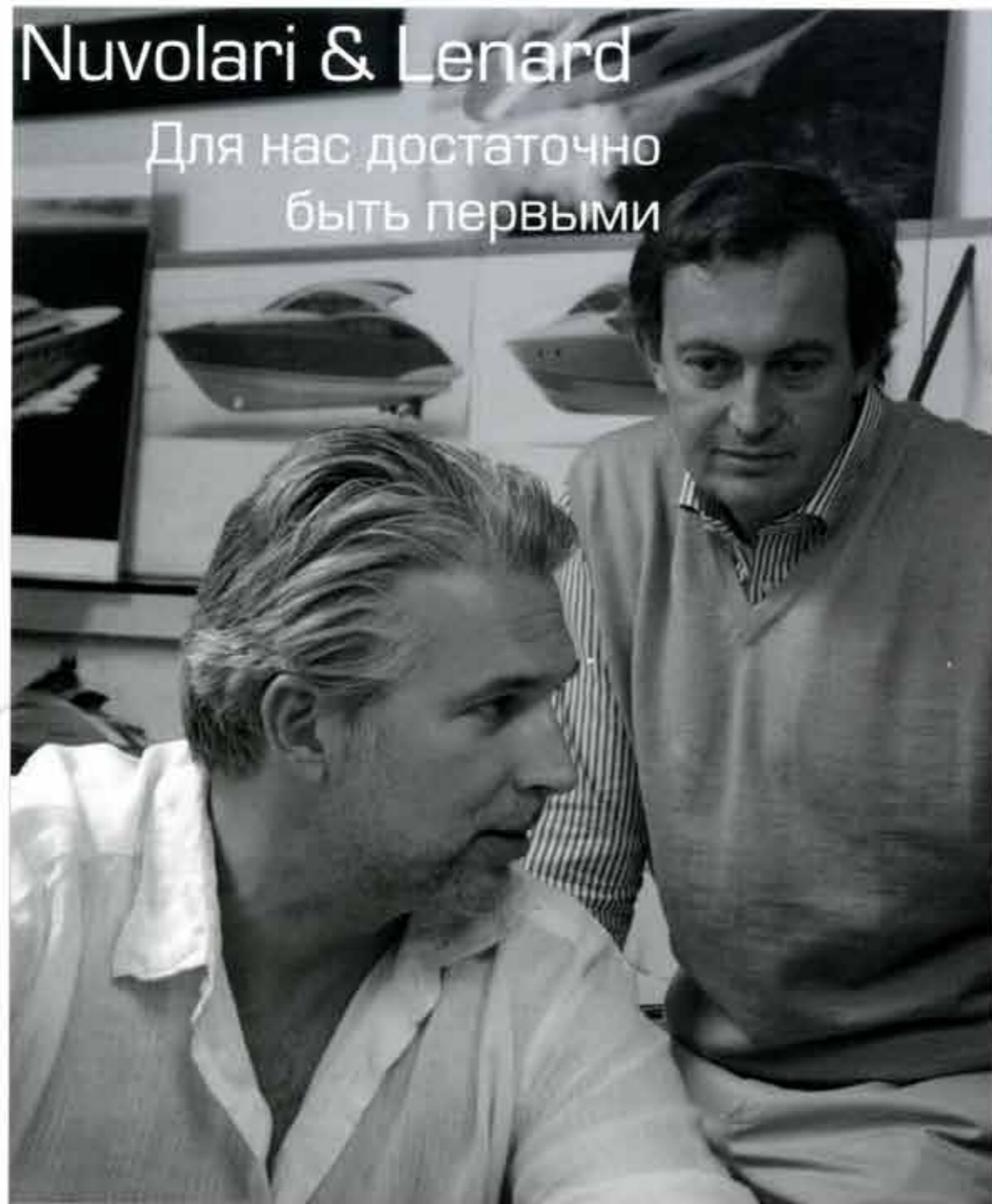


# Nuvolari & Lenard

Для нас достаточно  
 быть первыми



Текст: Владимир КРАВЧЕНКО

**Е**сть яхты, дизайн которых мгновенно покоряет публику на бот-шоу и даже становится модным. Если же к этому добавить фундаментальное влияние на развитие всего современного дизайна яхт, то речь может идти уже об уникальной способности к инновациям. Именно такие идеи в свое время сумели реализовать Карло Нуволари и Дзи Ленард, основавшие в 1989 году свою студию Nuvolari & Lenard.

Всемирную славу эта студия приобрела благодаря неподражаемому дизайну больших мегаяхт для самых престижных европейских верфей, таких как Oceanco, CRN или Lürssen. Более того, эти яхты стали прообразом, который сформировал дизайнерские принципы, превратившиеся в стандарт: даже заказывая эксклюзивные корпуса, многие владельцы желают, чтобы на корме, подобно «Alfa Nero» от Oceanco, был создан большой



Lürssen 56m M/Y 'Quattroelle'

бассейн и вертолетная палуба в одном лице.

Оригинальный стиль Nuvolari & Lenard прослеживается даже в разработанных проектах серийных яхт и очень красивом здании их студии, расположенной в Венеции.

Формально за дизайн отвечает именно Дзи Ленард, а сложнейшие

вопросы морской архитектуры — приоритеты инженера Карло Нуволари, однако они часто меняются обязанностями и прекрасно дополняют друг друга. На сегодняшний день студию Nuvolari & Lenard можно с уверенностью включить в пятерку самых востребованных дизайнерских компаний во обе стороны Атлантики.



Oceanco 82m M/Y 'Alfa Nero'





Проект Oceanco 120m

Пребывая в постоянных разъездах, Дэн Ленард и Карло Нуволари несмотря ни на что все так же остаются любезными собеседниками. В этот раз нам удалось пообщаться с Карло Нуволари, согласившемуся поведать читателям Yachts Review о том, как рождался дизайн легендарной «Alfa Nero», своем отношении к копированию их идей, будущему яхтенного дизайна в целом и не только.

**Y.R.** Мистер Нуволари, многие каждый раз находятся под большим впечатлением от ваших проектов для Oceanco, CRN или Lürssen. Как часто вам приходится слышать ошибочное мнение, что вы работаете над проектами только больших яхт?

Мы работаем над разными проектами. У нас есть 2-3 направления дизайна: это большие яхты, которые в основном создаются для частных владельцев. В этом случае клиент приходит к нам, чтобы обсудить проект, и мы начинаем работу над дизайном, затем дизайн согласовывается с верфью, и они в свою очередь выполняют заказ клиента.

**Yachts** review

второе направление – мы работаем с компаниями, производящими серийную продукцию, и это очень похоже на индустрию автомобилестроения. Наш клиент – это верфь, и мы никогда не знаем конечного пользователя лодки, хотя нам необходим конечный пользователь на бот-шоу и съездах, куда нас приглашают, и в ходе презентации продукции мы тщательно работаем. Мы сотрудничаем с *Marquis Yachts* и многими другими компаниями,

особенно итальянскими. Эти компании, например, делают роскошную продукцию. Другие компании, такие как *Satipo* или *Colombo*, заполняют определенную нишу, и производят очень специализированный продукт.

Случается, что клиенты, для которых мы работали над большими яхтами, просят создать интерьер для их частных домов, апартаментов, что угодно... Но не могу сказать, что это основной бизнес.



Венеция. Студия Nuvolari & Lenard



CRN 72m M/Y 'Ateca'

**Y.R.** Идеи, которые вы применили несколько лет назад, стали классикой. Как вы относитесь к многочисленным копиям ваших оригинальных идей?

Мы одновременно гордимся и довольны тем, что происходит оборот идей. Мы принимаем то, что наши идеи копируются, так как мы учим этим вещам на нашем курсе в университете, учим нашему дизайну, который может быть смешан, и это не сек-

рет. Секрет в том, что наша идея была прежде других. Вот что ценно. Использование идей первыми – вот в чем суть. Авторство всегда останется за нами. Например, дизайн «Alfa Nero», лодки от Oceanco. Они были вне норматива, это было как открытие нового тренда. Мы знали это, и нам был известен тот факт, что через некоторое время все верфи будут использовать концепт бассейна на корме и трансформацию его в вертолетную

площадку. Это природное последствие: когда хорошая идея выходит в свет, ее обязательно фиксируют и извлекают из нее прибыль. Но для нас достаточно быть первыми. Присутствует разрыв между нашими яхтами и яхтами наших конкурентов, и этого достаточно для нас. Потому что если клиенты, особенно на рынке *luxury*, хотят чего-либо, они не принимают копий. Так что они звонят нам.

**Y.R.** Ваша студия осуществляет полный спектр дизайнерских работ и проектирования. Вы лично работаете только над морской архитектурой или также и дизайном?

Мы компетентны в этих вопросах, и достоинством нашей компании является то, что мы работаем в основном в команде. Мы одна из компаний, которая может сочетать хороший дизайн и стилизацию, инновационные идеи и в то же время хорошее техническое содержание. Потому что большая проблема состоит в развитии судов в комплексе, так как они должны функционировать, ходить на определенной скорости. Существует множество



Команда Nuvolari & Lenard

**Yachts** review



дизайнеров, которых я поддерживаю, или стилистов в мире. Они стараются применить свои идеи к кораблям. И я считаю, что мы добились огромного успеха, соединив хорошее инженерное оснащение и стиль. И все это в одной компании, что не очень обычно в нашей сфере.

Конечно, я выполняю определенный процент инженерной работы, но мы работаем в команде, так как дизайн — это уникальная вещь. Иногда клиенты звонят нам и говорят: «У нас замечательный салон, сделайте нам красивый дизайн экстерьера». Яхта — уникальная вещь, такая как спортивная машина или самолет, все должно быть сбалансировано, интерьер с экстерьером и экстерьер с интерьером, поэтому мы начинаем все с чистого листа. Конечно, в последнее время, когда яхты становятся все больше и больше, когда мы, например, говорим о яхте больше чем 120 метров, инженерная составляющая займет очень много времени. Поэтому, если у верфи есть очень хорошая инженерная база, такая как начальный инженерный план, мы стараемся взять стилевую часть на себя.

**Y.R.** Сегмент больших custom-яхт не слишком большой. Насколько эту нишу заполняют заказчики из Восточной Европы?

Россия и Украина — это центр рынка. Поэтому их роль очень важна. Сейчас очень много русских и какой-то процент украинцев среди владельцев больших яхт. Если вы говорите о Дальнем Востоке, например, Китае — они не готовы для больших яхт. Некоторые люди в Китае могут позволить себе большую яхту, но благодаря их менталитету они принимают море так, как мы принимаем деревню. Среди них есть люди, которые живут у моря, но среди них не считается благополучным быть моряком или рыбаком; они относятся к нижнему классу. Они не понимают, почему яхта должна считаться предметом роскоши. Рынок еще не готов развиваться. У меня есть клиент в Китае и несколько



Oseance 85 M/Y -Seven Seat-

компаний, но они только начинают. Русские и украинцы поддерживают рынок в Европе. У Америки очень хорошая потенция, но она очень осматривательна. У них есть определенные экономические проблемы. Будучи политически корректными, они не хотят тратить деньги, но сменяют вас за верить, что деньги у американцев

есть, поэтому рынок до сих пор очень важен.

**Y.R.** Вы упомянули американский рынок, однако в США найдется не так много яхт со столь уточненным дизайном, как ваши работы для Palmer Johnson. В чем главное отличие яхт, произведенных в США?



Palmer Johnson PJ135-2 Diagon



Palmer Johnson 150 M/Y -Hokulani-

Типичный американский покупатель 90-х, как мы называем его, «человек-кадилак», обращает много внимания на техническое качество лодки, ее размер, но стиль их не сильно интересовал. Сейчас люди меняются. Спросите, какую машину они считают хорошей? Они покупают Audi, покупают Mercedes и т.д., стильную машину.

Сейчас они взяли курс на европейские лодки. Palmer Johnson — лодки не для американского рынка, 99% их лодок продаются в Европе.

**Y.R.** Вы создавали оригинальный дизайн для серийного ряда Monte Carlo и не только. Вы пытались применить ваш образ как дизайнеров мега-

яхт и использовать эти стандарты для серийных моделей?

Стиль — это стиль, и не важно, что это за лодка. Лодки разные по размеру и так далее. Обязанность — это обязанность. Мы стараемся сделать нашу работу красивой. Архитектурные критерии разные, как я уже говорил, и корабли разные. Мы проектируем любой дизайн, потому что это наша обязанность.

**Y.R.** Сегодня мы часто слышим об экологических проектах так называемых «зеленых яхт». Что представляет собой «зеленый» яхтенный дизайн сегодня и каким он будет в будущем?

«Зеленая» яхта — это маркетинговый ход. Единственное, в чем заключается идея «зеленой» лодки — это в том, что вы можете установить мачту и выйти в плавание. Вот что такое «зеленая» лодка. Потому что нет никакого другого выхода быть «зелеными», так как мы сжигаем много топлива. Мы можем стать более «зелеными», думая не о концепции лодки, потому что если мы собираемся сдвинуть объект весом более 1000 тонн, мы не можем быть зелеными, а о том, чтобы использовать материалы, которые легче будет потом переработать, или материалы, которые не несут никакого урона окружающей среде. Но таких материалов нет. Людей в магазинах пытаются запутать, говоря о «зеленых» дизельных генераторах, хотя это электричество не «зеленое», ведь даже заряд в батарейках производится с помощью топлива. Это путь быть более деликатными с атмосферой, если вы находитесь в национальном парке или в прибрежных водах.

**Y.R.** Многие ваши мегапроекты имеют очень оригинальную форму. Даже сейчас, когда мы смотрим на «Alfa Negro», складывается впечатление, что она явилась из будущего. Как родилась эта идея?



PJ 81 м. Проект World



Это просто. Мы знаем о том, что физически лодки очень выросли в размере. Ранее лодка в 50 метров была супер-, мегалодкой, но сейчас 50 метров – это вполне заурядная яхта. Но с увеличением размера лодки, когда ты начинаешь ходить на ней (а мы делаем это часто, так как мы это любим и тратим много свободного времени на это), у нас создается впечатление, что мы на круизном лайнере, на корабле. И как только ты спускаешься с палубы в трюм, у тебя теряется ощущение размера. Ты не видишь ее со стороны. Многие люди ощущают себя счастливыми, глядя на свою лодку, понимая, насколько она красивая. Вы не представляете, сколько миллионов люди готовы спустить на лодки.

И вторая причина – когда вы находитесь на 80-ти или 90-метровой лодке, нет абсолютно никакого удовольствия плавать за бортом, потому что это пресно. Вы скорее будете плавать в бассейне, чем за бортом. И мы подумали, что было бы не плохо плавать в бассейне прямо возле воды, сделать что-то типа пляжного клуба, и у нас создается впечатление, что вы на лайнере. Вам будет более комфортно оставаться на лодке, так как вы и должны остаться на ней.

**Y.R.** Думаю, вам часто задают вопрос о том, какие новые детали появятся в дизайне яхт будущего. А какие, быть может, ненужные элементы должны исчезнуть?

Люди берут яхту для того, чтобы были хорошие воспоминания. Они должны быть горды лодкой, они должны проводить там хорошо время, это должен быть хороший, позитивный опыт. Мы стараемся избежать плохого опыта и плохих ощущений, таких как шум или качка. Проведя неделю в пути и возвращаясь домой, человек должен думать о том, как скоро он опять вернется обратно, а не о неудачном путешествии.



Samico Grande 24 m

