



Мне нравится создавать вещи, которые делают людей счастливыми

ДЖОРДЖИО ВАФИАДИС

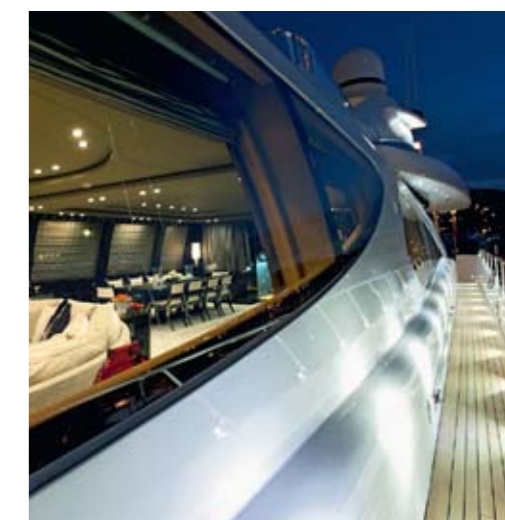
Джорджио, одна из ваших самых свежих работ — яхта Rush. Расскажите о ней.

Первое, что я хочу сказать об этой яхте, — на ней много пространства. Причем как снаружи, на открытых палубах, так и внутри. Это самая большая яхта Overmarine. Думаю, одна из главных особенностей этой лодки — сложность дизайна. Целый комплекс взаимосвязанных элементов делает ее такой, какая она есть. В этом и состоит мой подход как дизайнера. Но, придумывая все эти элементы, я всегда думаю о владельце, о его личности, вкусах, образе жизни и о том, как он будет использовать свою лодку. То есть мой дизайн строится вокруг владельца. Если бы я делал яхту для вас, то, скорее всего, это была бы совершенно другая лодка. У Rush довольно строгий, маскулинный интерьер. В то же время она очень изысканна: использованы ценные редкие материалы — макасар, мрамор, перламутр, особые сорта кожи.

Это в большей степени яхта плейбоя или семейная лодка?

Мне кажется, это очень хорошая яхта для отдыха с семьей, потому что она достаточно просторная и удобная, но эти же качества позволяют ей быть еще и идеальной площадкой для вечеринок. На Rush три основные гостевые зоны на открытом воздухе. Кормовая палуба, где вы можете обедать, загорать или просто отдыхать, сидя на диванах. Флайбридж, преимущественно используемый для солнечных ванн. И наконец, фордек, где есть все вышеперечисленное плюс джакузи. Из каждой из этих трех зон открывается свой вид, и вам гарантированы разные ощущения от пребывания на воде. На фордеке вы смотрите вперед, по ходу движения яхты, видите ее нос, и возникает ощущение динамики, движения. На кормовой палубе, в тени и прохладе, у вас возникает ощущение покоя, вы расслабляетесь. С флайбриджа открывается прекрасный вид, вы купаетесь в лучах жаркого солнца. Лодки класса орег вообще часто используются для вечеринок. Они яркие, эффектные, привлекают внимание, на них

ДЖОРДЖИО ВАФИАДИС — ОДИН ИЗ САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ЯХТЕННЫХ ДИЗАЙНЕРОВ СОВРЕМЕННОСТИ, ПРОЕКТИРУЮЩИЙ КАК БЫСТРОХОДНЫЕ ЯХТЫ ОРЕГ, ТАК И МЕГАЯХТЫ. ВО ВРЕМЯ СВОЕГО ВИЗИТА В МОСКВУ ОН ПОДЕЛИЛСЯ С НАМИ ПОДРОБНОСТЯМИ НЕСКОЛЬКИХ НОВЫХ ПРОЕКТОВ. ВОПРОСЫ: ДМИТРИЙ КИСЕЛЕВ



В НОСОВОЙ ЧАСТИ
ЯХТЫ RUSH РАСПОЛО-
ЖЕНА ПРОСТОРНАЯ
МНОГОФУНКЦИО-
НАЛЬНАЯ ЗОНА
ОТДЫХА. ВНИЗУ:
КРУГЛАЯ ЛАУНДЖ-
ЗОНА С КРАСИВЫМ
СТОЛИКОМ ИЗ ДЕРЕВА
И МРАМОРА В САЛОНЕ.



На Rush очень много пространства. Причем как наружного, так и внутреннего. На яхте три обширные зоны отдыха на открытом воздухе, и в каждой из них вам гарантированы разные ощущения от пребывания на воде.

все гости на виду, и, кроме того, быстроходность этих яхт позволяет вам с легкостью перенестись в нужное место, если вдруг возникнет спонтанная идея посетить какой-то близлежащий остров, порт с модным клубом, искупаться в открытом море, да мало ли что еще.

Какова была роль владельца в этом проекте? Он диктовал какие-то решения или всецело полагался на вашу фантазию?

Я хочу сказать, что у этого клиента очень хороший вкус. Владелец хотел, чтобы интерьер Rush был элегантным, строгим, но комфортабельным. Мы предложили ему несколько вариантов, один из которых максимально отвечал его потребностям и индивидуальности, а остальные представляли альтернативные решения. У нас было полное взаимопонимание с клиентом. Он выбрал то, что лучше всего ему подходило, и в итоге получилась очень хорошая яхта. Я думаю, он гордится ею, и я счастлив, что смог ему угодить.

Какие интересные детали есть на этой яхте?

Их достаточно много. Например, мы оборудовали личный бар для владельца, так что ему необязательно обращаться к экипажу, если он захочет чего-нибудь выпить или перекусить. В носовой части у нас полноценная зона отдыха с бассейном, баром и динеттой, а не просто площадка для загорания.

Кто помогал вам работать над этим проектом?

Управление проектом осуществляла компания Imperial. Мне понравилось с ними сотрудничать. Мы работали в тесном контакте, они быстро и четко решали все организационные и производственные вопросы, и я мог целиком сконцентрироваться на дизайне.

Какие еще проекты сейчас на вашем рабочем столе?

Только что закончилось строительство яхты Aifos на верфи CBI Navi. Мы спроектировали ее вместе с Серджио Кутоло. Это полуводоизмещающее судно из алюминия с шестью каютами. На борту есть кинотеатр, игровая комната, гостиная с роялем и фитнес-центр. У нее черный корпус и темно-серая настройка. Также наша студия работает над третьим корпусом AB 140, Mondomarine 41 м, Mondomarine 50 м. На верфи Golden Yachts в Греции по нашему проекту недавно построена 40-метровая быстроходная яхта O'Pati. Строится 54-метровая яхта. Кроме того, опять же в Греции только что приступили к строительству 60-метровой яхты. И конечно, 106-метровая яхта Dream, наш самый большой проект на сегодняшний день. Это ро-

скошная мегаяхта с мастер-свитом площадью 130 м², дискотекой, спа, четырьмя столовыми, крытым бассейном, спортзалом и вертолетной площадкой.

Есть ли у вас клиенты из России?

Да, двое. С одним из них мы уже работали раньше, второй обратился к нам впервые. Для одного мы строим 41-метровую трехпалубную яхту, второй заказал 42-метровую орп. Первая яхта строится на верфи Mondomarine, вторая — на AV Yachts.

Каково работать с российскими клиентами?

Прежде всего, они не приемлют компромиссов в том, что касается качества. Требуют только самое лучшее. Они всегда заказывают особые яхты, не похожие на другие, очень красивые, с дорогой и качественной отделкой, оборудованные по высшему разряду.

Вы говорите, что им нужно самое лучшее. А цена при этом имеет значение?

Цена имеет значение для всех. Вообще мне кажется, что миф о том, что русские не считают денег, когда речь идет о роскоши, преувеличен. Дело в том, что ваши соотечественники всегда стремятся получить яхту как можно быстрее. Они нетерпеливы и не скрывают этого. И вначале многие продавцы и производители, естественно, пытались на этом спекулировать. «Вы хотите яхту не через два года, а через год? Без проблем, но это будет стоить вам лишних денег». Сейчас ситуация изменилась. Заказчики из России стали опытнее, они научились мыслить рационально, находить самые выгодные предложения, а к продавцам пришло понимание того, что, если они хотят заполучить лояльного клиента, который придет к ним снова и снова, они должны пересмотреть свою политику. Вот что происходит сейчас.

Как вообще повлиял на дизайн-индустрию кризис? Заметили ли вы какие-то новые тенденции, изменения в предпочтениях клиентов, в качестве самих клиентов?

Многие люди сейчас уверены, что в связи с кризисом они могут получить лодку за дешево. В каких-то случаях это справедливо, в каких-то — нет. За качество всегда приходится платить. Некоторые верфи предлагают большие скидки, но зачастую это означает, что они пошли на компромисс в плане качества. Большие возможности (для клиентов) сейчас открылись на рынке секонд-хенд. На рынок выставлено много хороших яхт по привлекательной цене. Если говорить о сегменте new construction, то здесь я, напротив, не вижу существенного снижения цен.



Чтобы построить идеальную яхту для молодого человека, приходится заглядывать в его будущее и будущее его яхты. Ведь сегодня он хочет одну лодку, а завтра у него появится семья и понадобится совсем другое судно.



Стали ли заказчики больше тяготеть к экономии и рациональности?

Безусловно. И заказчики, и верфи, и дизайнеры сейчас одержимы идеей рациональности. И те, и другие, и третьи придают большое значение топливной экономичности. Многие верфи и дизайнеры стараются максимально упростить конструкцию своих яхт — сохранить качество, но упростить дизайн, что дает возможность снизить цену и привлечь клиентов. В то же время, в условиях очень насыщенного рынка, верфи пытаются привлечь клиентов новыми разработками, технологиями, дизайном — в общем, всем тем, что может подтолкнуть клиента сделать выбор в пользу новой яхты.

Вы согласны, что яхты semi-custom вытесняют full-custom?

Да. Людям хочется получить яхту как можно быстрее. Не все готовы ждать два-три года. И концепция semi-custom привлекает все больше и больше заказчиков. Кроме того, для многих имеет значение то, что, покупая semi-custom, они застрахованы от ошибок — конструкция уже отработана. Хотя и в случае с индивидуальными спроектированными яхтами верфи зачастую строят суда с одинаковыми или похожими характеристиками, используют одни и те же агрегаты и конструктивные решения, планировку и так далее. То есть далеко не каждая custom-яхта может считаться созданной с чистого листа.

Что происходит на рынке материалов? Кризис как-то повлиял на цены и предложение?

Что касается эксклюзивных и редких материалов, мрамора, кожи, древесины — они всегда стоили дорого, и никаких предпосылок к изменениям здесь нет. Натуральные материалы всегда недешевы, потому что их не хватает. Другое дело, например, композиты. Кризис сильно отразился на верфях, которые используют для строительства смолу, и соответственно, у некоторых поставщиков скопились большие запасы, которые они стремятся распродать подешевле. В то же время цены на алюминий, к примеру, растут.

Сколько лет большинству ваших заказчиков? В чем разница между молодыми клиентами и более старшим поколением?

От 30 до 65. Молодые клиенты порой не знают, чего хотят. Или знают, но лишь до тех пор, пока случайно не увидят что-то, что им внезапно понравится боль-

ше. Клиенты с опытом, в том числе жизненным, хорошо знают, что им нужно. При этом я бы не сказал, что молодым нравятся исключительно современные яхты, а пожилым — классические. Часто бывает совсем наоборот. Я делал однажды яхту для двух братьев, довольно молодых, и они заказали подчеркнуто традиционный интерьер.

Вы говорите, что молодые клиенты не знают, чего хотят. Получается, вы для них что-то вроде учителя?

Я бы так не сказал. Я никогда не навязываю клиенту своего мнения или своего вкуса, я стараюсь подобрать то, что больше всего подходит заказчику. С молодыми приходится работать дольше, больше времени уходит на то, чтобы понять, что именно им нужно и как они будут использовать яхту. У кого-то есть семья, у кого-то ее нет, но это не значит, что через год она не появится, и так далее... То есть, чтобы построить идеальную яхту для молодого человека, нужно заглядывать в его будущее, его самого и его яхты.

В последнее время часто приходится видеть попытки дизайнеров автомобилей, промышленных дизайнеров, архитекторов и так далее спроектировать яхту. Особенно много таких проектов можно было наблюдать перед кризисом, пока яхтенная индустрия была на подъеме. Что вы об этом думаете?

У яхт и автомобилей действительно есть общие черты в дизайне. Ведь и те и другие — движущиеся объекты. Но у них совершенно разный масштаб. И я уверен, что ни один дизайнер автомобилей не сможет создать яхту. Во всяком случае, хорошую. Многие, если не все, пытались это сделать — Джуджаро, Бертоне, но я не видел ни одного по-настоящему удачного проекта. Яхта не просто транспортное средство, это еще и дом.

А у вас есть опыт неяхтенного дизайна?

Да. Наша студия работала над дизайном пассажирских салонов бизнес-джетов. Это довольно сложная область дизайна, поскольку она ставит массу ограничений как в плане выбора материалов отделки, так и в плане формы, которая должна быть прежде всего безопасной, а уже потом красивой. Мы также делаем дизайн апартаментов и вилл, офисных зданий, отелей.

Но больше всего, наверное, вам нравится заниматься все же яхтенным дизайном?

Это зависит от клиента. С кем-то лучше всего получается делать яхты, с кем-то дома и так далее. Мне нравится создавать вещи, которые делают людей счастливыми. ☺

РОСКОШНЫЙ СТОЛ С ОРИГИНАЛЬНЫМИ СТУЛЬЯМИ В САЛОНЕ НА ГЛАВНОЙ ПАЛУБЕ. ОБЕДАЮЩИЕ ГОСТИ МОГУТ НАСЛАЖДАТЬСЯ ПРЕКРАСНЫМ ВИДОМ НА МОРЕ ЧЕРЕЗ БОЛЬШИЕ ОКНА И ОТКРЫТЫЕ ДВЕРИ САЛОНА.

