

«Audi» все-таки доиграется! Не сейчас, но через пять-шесть лет немцам все же придется искать нового де Сильву, а может, даже и нового Криса Бэнгла. Проблема в том, что к тому моменту подобные личности в автомобильном бизнесе вымрут как динозавры — маркетологи их изничтожат...



Этот процесс давно запущен и идет полным ходом. Бэнгла знали все, его преемника Адриана ван Хойдонка — только фанаты. Создателей новой «трешки» Кристофера Вайля и Кристиана Бауэра — единицы. А ведь с точки зрения стиля это лучший продукт баварской компании за последнее время. О том, что Вайль имел непосредственное отношение к GT, а Бауэр — к «шестерке», и вовсе ведают только в недрах BMW.

Автомобильный дизайн как искусство стремительно обезличивается, превращаясь в главный маркетинговый инструмент для отлова бестейджеров (от best age) — наиболее «плодоносный» клиентский слой, в основном сложившийся из уже состоявшихся в жизни «предпенсионеров». Даже отлично начавший в KIA Питер Шрайер постепенно выходит в тираж (поначалу его работы были вполне оригинальны, ныне же корейцы штампуют новинки как под копирку). Бизнес — это замечательно, но что они будут делать дальше? Рисовать инвалидные коляски? Бестейджеры пока только стареют, на смену же им приходит поколение IKEA и коробкообразного VW up!.. И уж совсем непонятно, кто этим будет заниматься, поскольку в когорте нынешних автодизайнеров дееспособными вскоре останутся лишь стажеры, способные дорисовывать и копировать, но не творить.

Первой на эту скользкую дорожку вступила «Audi». В головном офисе марки в

Ингольштадтecto-тоумный изрек: «Эй, ребята, мы все равно не догоним ни “Mercedes”, ни BMW, поэтому давайте просто заработаем кучу денег». И идею подхватили.

Причем, как ни странно, произошло сие во времена правления Вальтера де Сильвы — наверное, самого яркого шеф-дизайнера бренда с середины 90-х. Он пришел, сделал прекрасную А5, затем подогнал под нее А4 и... ушел в «Volkswagen», так как боссам в Вольфсбурге не понравились идеи Мюрата Гюнака. Хотя с турком VW имел реальные шансы сломать все набившие оскомину визуальные стереотипы.



А теперь задайтесь вопросом: кто руководит дизайном «Audi» сегодня? Штефан Зилафф? Честно говоря, эту фамилию я услышал, только когда он ушел на повышение вслед за де Сильвой. Остался Вольфганг Эггер, отвечавший, по сути, за стилистическое развитие «Audi Group» (а это еще и SEAT, и «Lamborghini») с 2007 года. Ему просто добавили новую позицию. И это очень печально, поскольку означает, что в ближайшие пару лет в машинах бренда ничего не изменится, они будут все больше напоминать дорого отделанный VW.

В подражании родительскому бренду, может, ничего плохого и нет — унификация снижает себестоимость, и лично я ни в коем случае не виню немцев за их желание больше зарабатывать. Тем не менее год за годом штамповать похожие друг на друга машины — путь, на мой взгляд, губительный, во всяком случае, для премиум-бренда.

Взять хотя бы Audi Q3. На дороге этот кроссовер заметен. Но только благодаря цвету — ярко-оранжевое пятно в грязном бело-черном потоке априори приковывает взгляд. Но в то же время это идеальный шпионский автомобиль: уже через минуту его невозможно описать. Можно вспомнить цвет, примерный размер и, разумеется, четыре фирменных кольца... Однако это будут лишь общие слова, иных деталей не вспомнит никто. Покрась в тот же цвет Tiguan — эффекта от него на порядок больше.

Самое смешное, что этих деталей не вспомнит и владелец. И не потому, что большую часть времени он проводит внутри. Машины «Audi» уже давно не являются носителями какой-то оригинальной идеи. Практически все современные авто с кольцами на «гриле» — это дорогой ширпотреб. Не кичливый Luis Vuitton (это к «Bentley»), а как дорогое пальто. Окружающие примерно понимают, сколько оно стоит, предполагают, что в нем удобно, что там отличная шелковая подкладка и что это скорее всего натуральная шерсть. И оно определенно лучше точно такого же, но сшитого в какой-нибудь китайской подворотне из отходов местного химкомбината... Однако это пальто совершенно обычно.

Так и Q3. Эта машина отнюдь не ужасна, нет. Она ужасно банальна. До зубного скрипа. «Audi» явно нуждается в эмоциональном взрыве, причем как раз в малом сегменте. Это не значит, что немцам нужно бросить все и призвать под знамена Джеффа Кунса или Аниша Капура, но это позволит обнулить все, что было до того, и начать с чистого листа. Но то, что и Q3, и только что презентованная в Женеве A3 вышли совершенно «десильвовскими», приводит к трагической мысли: следующего шанса нам ждать еще лет восемь...

