

Несмотря на то что большинство владельцев "Шеви-Нива" выбрали этот автомобиль именно за его внешние данные, различные тюнинговые фирмы уже начали подвергать экстерьер машины стилистическим доработкам. Раньше всех за это взялся Санкт-Петербург.

Несмотря на то что большинство владельцев "Шеви-Нива" выбрали этот автомобиль именно за его внешние данные, различные тюнинговые фирмы уже начали подвергать экстерьер машины стилистическим доработкам. Раньше всех за это взялся Санкт-Петербург. Крупнейшее на Северо-Западе стайлинг-ателье "А-Дизайн" ("Автокомполит") первым запустило в серию комплект "пластика" для "Шеви".



Поработать с новой "Нивой" питерские дизайнеры хотели уже давно. По их мнению, при всей внешней привлекательности этого автомобиля, его стилистика направлена на то, чтобы как можно дальше отойти от "квадратного" дизайна "Нивы" классической. Этой цели производители достигли на сто процентов: найти в "Шеви" фамильные черты практически невозможно. Однако, справившись с одной задачей, конструкторы упустили другую. Если классическая "Нива" с точки зрения дизайна является воплощением брутального внедорожника из-за резких граней кузова, то "Шеви" своей "прилизанностью" напоминает дамский паркетник.

И вот дизайнерам представилась возможность воплотить свои идеи по видоизменению "Шеви" на практике. Появился клиент, желающий выделить свою машину из потока, но толком не знающий, как бы он хотел ее изменить. Это значило, что приступая к

разработке новой внешности машины, творческий отдел "А-Дизайна" имел на руках карт-бланш. Впрочем, это не означало, что художники могли рисовать футуристические эскизы, а технологи и установщики уменьшать дорожный просвет до уровня клиренса формульного болида. Габариты должны остаться прежними. Это правило давно стало своеобразным девизом "А-Дизайна", поэтому дорожный просвет и такие важные показатели внедорожника, как углы въезда и съезда, совершенно не изменились. Зато внешность изменилась довольно сильно. Передний и задний бамперы серьезно увеличились в размерах, приобрели дополнительную оптику и обзавелись отверстиями, забранными крупноячеистой металлической решеткой. Появились накладки на передние фары, агрессивные пороги и два дефлектора: первый – на капоте, второй – в задней части крыши.

Как ни странно, самой симпатичной деталью обвеса в результате оказалась накладка на капот (так называемый "мухоотбойник"), которая очень удачно сочетается с "ресничками" на фарах. Знатоки автомобильного стайлинга, возможно, удивятся: зачем устанавливать оба элемента, если для достижения внешнего эффекта достаточно либо "ресничек", либо "накапотника", который перекрывает верхнюю часть фары. Единственный приходящий на ум ответ – похоже, ребята таким образом решили подзаработать. Логика в этом утверждении есть, но только для тех, кто не работал над проектом. Во-первых, экономический эффект "сдвоенных" элементов буквально грошовый (весь комплект с установкой и покраской стоит меньше тысячи долларов), и технологи "А-Дизайна" с удовольствием отказались бы от весьма объемных работ по стыковке накладок и "мухоотбойника". Во-вторых, после установки на фары "ресничек", оказалось, что зазор между верхним краем фары и кромкой капота крайне неэстетичен. Когда капот стыкуется с прозрачным стеклом фары, это не бросается в глаза, а если закрыть часть фары накладкой – выглядит очень некрасиво. Пришлось выходить из положения, установив дополнительный дефлектор, "скрашивающий" зазор.



Еще одно нетрадиционное решение, примененное в этом комплекте, заключается в том, что передний и задний бамперы спроектированы таким образом, чтобы у владельца осталась возможность впоследствии установить "кенгурятник" и дополнительную оптику. Причем установка "кенгурятника" производится без демонтажа бампера и даже без снятия его нижней "юбки". Задний бампер содержит несколько зарешеченных отверстий. На первый взгляд, решетки установлены совершенно непрофессионально: открытые крепления в ограниченном количестве и большой вынос из посадочного гнезда. Оказывается, так и задумано. Свободный доступ к крепежу решеток и, соответственно, их легкий демонтаж совершенно необходимы, ведь за ними скрыты буксировочные крюки, установленные на внедорожниках не ради декорации.

Облицовка радиатора – единственное, что хозяин не согласился видоизменять. Фирменный значок Chevrolet нравился ему гораздо больше, чем любые предложенные варианты.

Владелец не слишком спешил забирать автомобиль, поэтому автомобиль провел в тюнинговых боксах почти все лето. За это время "А-Дизайн" успел подготовить еще несколько "Шеви" – для московской "звуковой" фирмы Sound Lab, превратившей этот автомобиль в демо-кар фирмы DLS, и для давнего партнера "А-Дизайна" петербургского дилера "Атлант-М Балтика". Затем, после официального представления комплекта, получившего к тому времени громкое название Nevada, появились заказы от частных клиентов.

Во время презентации модели специалисты "А-Дизайна", не так давно объявившие войну низкосортному ширпотребу в автомобильном стайлинге, обращали особое внимание на то, что пластиковые элементы созданы из качественных и даже экологически чистых материалов. Технологи утверждали, что "А-Дизайн" использует исключительно финские смолы, высококачественное стекловолокно, сертифицированные гелькоуты (вещество, которым покрывают стеклопластиковый элемент для того, чтобы он стал гладким, так как само по себе стекловолокно шершавое) и хорошие краски.

Вскоре после рождения у комплекта Nevada появился "московский" младший брат – Nevada DTM. Этот "пластик" отличается серией накладок красного цвета, стилизованных под аэродинамические элементы. По предварительному соглашению с заказчиком, Nevada DTM не будет тиражироваться, поэтому встретить этот комплект в Петербурге, скорее всего, уже не удастся. Пожалуй, это даже хорошо, ведь у дизайнеров "Автокомполита" теперь будет повод придумать еще один вариант внешнего

тюнинга "Шеви-Нивы". Держать в своем портфолио лишь один вариант доработок популярной модели для ателье уровня "А-Дизайна" просто несерьезно.