



Ascunde-o pe Barbie sub pat!

Cui îi pasă că păpușile Barbie tocmai au împlinit 51 de ani? Fetițelor de zece ani și... investitorilor versați care obțin până la 25.000 de dolari pentru o piesă de colecție. De Diana-Florina Cosmin

La sfârșitul lui 2009, mii de cumpărători din întreaga lume nu mai pridideau să-și treacă numele pe lista de așteptare pentru cea mai nouă creație a designerului francez Christian Louboutin. Seria era limitată: doar 7.700 de exemplare și, după cum se știe, piesele de încălțăminte cu talpă roșie ale „pantofarului de lux” pot ajunge și la 2.000 de euro perechea. De această dată, însă, produsul „limited edition” nu venea ambalat într-o cutie de pantofi cu sigla Louboutin, ci într-o cutie de carton transparentă, cu sigla „Barbie by Christian Louboutin”. Pe listele de așteptare se aflau și numeroși colecționari mânați de marile

speranțe ale profitului. Majoritatea cumpărau cu scopul clar de a repeta, peste cinci, zece sau 20 de ani, momentul epocal din 2006, când o Barbie „Midnight Red” de colecție s-a vândut cu 17.000 de dolari la casa de licitații Christie’s din Londra.

CU SAU FĂRĂ CUTIE. În cartea „Warman’s Barbie Doll Field Guide”, editată de Paul Kennedy, este menționată valoarea maximă plătită vreodată pentru o păpușă Barbie: 25.000 de dolari pentru o „Ponytail Barbie no.1”, prima păpușă produsă pe 9 martie 1959. Îmbrăcată în costum de baie dungat, cu sandale negre și cu părul prins în coadă de cal, păpușă s-a vândut inițial

cu trei dolari. Acum, prețul său variază între 4.000 și 9.000 de dolari, în funcție de cât de bine a fost păstrată. În terminologia colecționarilor, prețul scade de la „NRFB” - intactă, în cutie - până la „MNB” - în stare bună, dar fără cutie. Pentru „Ponytail Barbie no.2”, singurele schimbări sunt forma cerceilor și faptul că picioarele păpușii nu sunt fixate pe un suport rotund. Asemenea detalii se traduc în diferențe de mii de euro pentru „conaisseur”, care licitează „doar” între 3.500 și 7.000 de dolari.

În întreaga lume se află, conform estimărilor companiei Mattel, peste 100.000 de colecționari de Barbie. Având în vedere că 45% dintre aceștia cheltuiesc peste o

mie de dolari anual pentru a-și îmbroșpăta colecțiile, prețul de vânzare al păpușilor cu semnătura Louboutin - între 150 și 200 de euro - ar putea fi considerat aproape un chilipir. Fiecare dintre cele trei păpuși Barbie cu semnătura francezului (cea de-a doua tocmai a fost lansată la începutul lunii martie) este prevăzută cu diverse piese de încălțăminte ambalate în... cutii miniaturale Christian Louboutin.

ÎNCALȚĂ-TE CA BARBIE. Pentru că se bucură de un succes imens, designerul a decis să producă „pantofii lui Barbie” pentru femeile din lumea întreagă, comercializându-i pe Net-a-Porter.com, celebrul site britanic de haine și accesorii de lux. În exclusivitate pentru Forbes România, Natalie Massenet, creatoarea brandului Net-a-Porter, comentează fenomenul, numindu-l „nebulia adorabilă a lui Louboutin”. „Când a apărut prima păpușă a lui Christian, îmi era teamă că nu voi prinde una, așa că am cumpărat repede trei. Pe una am ascuns-o sub pat”, povestește ea, răsând ca de-o poznă. „Am crescut cu Barbie și înseamnă foarte mult pentru mine”. Cunoscătorii știu de ce.

Născută în anii '60, Natalie Massenet a prins exact perioada de glorie, în care păpușa Barbie fusese îmbrăcată în deupieces, primise o servietă-diplomat în mână și devenise un „soldat” înrolat în așa-numitul „război al sexelor”. În prezent, doamna antreprenor vinde păpuși Barbie de designer pe site-ul său cu o cifră de afaceri de peste 90 de milioane de euro pe an și se numără printre cele mai influente femei de afaceri din lume. Dacă ar mai fi în viață, Ruth Handler, creatoarea Barbie, s-ar simți mândră. În autobiografia publicată în 1994 - „Dream Doll: The Ruth Handler Story”, ea își caracterizase creația drept „o reprezentare la scară mică a faptului că orice femeie poate face alegeri și poate fi exact cine vrea să fie”.

Când Barbie a împlinit 16 ani, în 1974, o porțiune din Times Square din NY a fost botezată „Bulevardul Barbie” timp de o săptămână. La 51 de ani, asemenea titluri onorifice nu mai valorează mare lucru. Pentru Barbie, dar și pentru cei care încă mai cred și mai investesc în ea, adevăratul succes valorează acum de la 25.000 de dolari în sus.

F

GASTRONOMIE

Cei mai pofticioși ani ai Americii

„Julie&Julia” i-a adus lui Meryl Streep a 16-a nominalizare la Oscar și a urcat cota de piață a cărților de bucate vintage. De Diana-Florina Cosmin



Julia Child, interpretată de Meryl Streep, a urmat cursurile unei prestigioase școli franceze de gastronomie



În filmul „Julie&Julia”, cartea de bucate a lui Child este prezentată drept biblia bucătarilor americani



Bucătăria Juliei Child se află expusă la muzeul Smithsonian din New York

După ce a inspirat un film de Hollywood cu încasări de aproape 123 de milioane de dolari, chiar și o carte de bucate poate deveni un best-seller. Ediția princeps din 1961 a volumului „Mastering the Art of French Cooking”, scris de „bucătăreasa Americii”, Julia Child (cu Simone Beck și Louisette Bertholle), s-a vândut recent pe eBay cu 450 de dolari. Tranzacția a lansat o febră a cărților de bucate vintage, publicate din anii '30 până în anii '70. Cât despre reeditarea cărții Juliei Child, aceasta se vinde ca pâinea caldă în librăriile americane, iar la secțiunea de cărți din magazinul londonez Selfridges a fost la loc de cinste pe lista bestsellerurilor lunii ianuarie.

SINGUR ÎN BUCĂTĂRIE. Pelicula „Julie&Julia” este inspirată dintr-o poveste adevărată: americanca Julie Powell decide să gătească pe parcursul unui an de zile toate cele 524 de rețete din cartea de bucate a Juliei Child și să-și povestească experiența pe blog. În paralel cu maratonul său gastronomic, filmul intercalează bucăți din povestea adevăratei Julia Child și a „genezei” celebrei sale cărți de bucate. Ca să înțelegi succesul de casă al filmului „Julie&Julia”, cu Meryl Streep în rolul Juliei Child, nu trebuie să fii nici cinefil, nici colecționar de cărți de bucate și nici măcar... gurmând. E suficient să fi copilărit cu Sanda Marin. Vizionarea filmului m-a încărcat cu dulcea familiaritate a vremurilor în care Sanda Marin făcea legea în bucătăriile românilor și mi-a amintit de cuvintele lui Andrei Pleșu: „În copilărie, credeam că e un singur cuvânt - sandamarinul - care denumește o ustensilă cu care poți găti orice”. În ziua de azi, pe plitele românilor ciorbele mai fierb și cu Jamie Oliver, iar salatele se mai taie și în cubulețe „à la Gillian McKeith”, dar Sanda Marin nu și-a încheiat „domnia”.

Child și-a scris celebrul volum după încercări eșuate de a găsi o carte de bucate franțuzească tradusă în engleză. A dedicat-o, cu tălc, „americanului tipic, fără servitori”, care trebuie să se descurce singur în bucătărie. Sanda Marin, pe numele adevărat Cecilia Maria Simionescu, a scris cartea de căpătâi a bucătarilor români tot dintr-o nemulțumire, dar față de volumele de rețete de la începutul anilor '30. **F**

Tribute to Mimi
costă 37.200
de euro

Ceasuri vintage în ediție limitată

Producătorul de Broadway Lee Segall lansa, în urmă cu cincizeci de ani, o frază devenită celebră: „Un om cu un ceas știe întotdeauna cât e ora; un om cu două ceasuri nu poate fi niciodată sigur”. Elvețienii de la Carl F. Bucherer i-ar desface teoria „șurub cu șurub”, cât ar trece un secundar pe cadranul unui „Manero tribute to MaBu” sau al oricăruia dintre „bijuteriile” cu aer vintage care aprind imaginația colecționarilor de ceasuri fine. Produs în doar o sută de exemplare, Manero tribute to MaBu a fost conceput în onoarea lui Max Bucherer, fratele lui Carl Friedrich și cel mai boem spirit al familiei de ceasornicari elvețieni.

Ceasul este prevăzut cu un mecanism „vintage” restaurat, un Valjoux 92 de la începutul anilor '50, vizibil cu ochiul liber, prin cristalul de safir de pe spatele carcasei din aur roz. „Valjoux” este, de fapt, prescurtarea pentru regiunea elvețiană „Valée de Joux”, situată la o înălțime de 1.000 de metri, unde cele mai fine mecanisme pentru ceasuri au început să fie produse în 1895. Pentru un brand de nișă precum Carl F. Bucherer, creațiile „tribute” lansate pe lângă colecțiile permanente Patravi sau Alacria fac deliciul colecționarilor

de ceasuri de lux în ediție limitată. Tot cu aer vintage, „Tribute to Mimi” a fost produs în 70 de exemplare și este o reinterpretare a unui ceas de damă tipic perioadei Art Deco, asemeni celor care ar fi fost purtate de Mimi Bucherer-Heeb, soția lui Carl F. Bucherer. Ceasul din aur alb și paladiu este împodobit cu 108 diamante de 1,45 de carate, iar mecanismul este unul original din anii '20, cu încărcare manuală.

— Diana-Florina Cosmin

Tribute to
MaBu costă
16.200
de euro