

MODĂ



Andreea Constantin
(stânga) și Malvina
Cservenschi sunt prietene
și parteneri de afaceri

Aritmetica afacerilor

Au crescut într-un an cât alții în zece, fără marketing, doar cu matematica din spatele croielilor și a psihologiei feminine. Pentru mărcile Rhea Costa și Malvensky, geometria de business se trasează simplu: de la un client mulțumit la altul. De Diana-Florina Cosmin

Dacă ar exista „suflete pereche” în afaceri, Andreea Constantin și Malvina Cservenschi s-ar potrivi perfect tiparului. Prietenia lor are doar câteva luni în plus peste primul an de viață al brandului „Rhea Costa”, însă cele două își termină reciproc propozițiile și-și ghicesc gândurile de parcă s-ar cunoaște de-o viață.

Povestea lor a început în aprilie 2009, când Andreea Constantin, pe atunci stilist pentru o revistă glossy, a devenit „Rhea Costa” într-o singură noapte, printr-o rochie croită în joacă dintr-o fustă de piele second-hand, un maieu bărbătesc și... o perdea de la Ikea. Într-un singur an, Andreea s-a mutat dintr-un atelier înghesuit de bloc într-o mansardă spațioasă, la câțiva pași de Palatul Victoria și se confruntă cu o problemă serioasă: cum să-și împartă orele ca să nu fie nevoită să refuze nicio clientă din cele aproape 20 care-i trec pragul într-o zi obișnuită. Și care se aduc, firesc, una pe cealaltă.

Fără să fi studiat vreodată teoria tiparelor, Andreea a devenit designer punându-și la treabă pasiunea de-o viață pentru matematică. Fiecare rochie de-a ei, unele croite și cusute în mai puțin de 30 de minute!, este ca o teoremă matematică în care pensele sau tivurile (ori mai degraba locul unde ar trebui să fie tivul, pentru că nu agreează conceptul) se calculează instantaneu la centimetru. „Uite, în rochia asta sunt două dreptunghiuri, cealaltă e un trapez”, îmi indică spre două creații de-ale sale purtate de curând pe covorul roșu de două vedete autohtone. Pentru că multe evenimente mondene devin, ad-hoc, prezentări de modă Rhea Costa, Andreea bufnește în râs când o întrebi de ce nu-și organizează o „lansare” oficială, pe un podium. „Dacă un designer face cam 20 de piese pe sezon, eu prezint colecție aproape în

fiecare weekend”, glumește ea. Dincolo de dreptunghiurile și trapezele din vrafurile de schițe, matematica ei este puțin altfel. Toate teoremele sunt demonstrabile, limitele converg spre infinit, iar întrebarea zilei e mereu aceeași: „Cum adică nu se poate? Dar de ce să nu se poată?”. Un optimism privit adesea căș, dar care a dus-o pe „Rhea Costa” de la perdeaua Ikea la dulapurile vedetelor din România. Tot cu spiritul de matematician, Andreea a ordonat haosul, creând o dezordine... organizată în atelierul său unde o echipă formată din circa zece persoane (inclusiv mama sa) se află într-un du-te-vino permanent, printre mașine, schițe și munți de materiale. „Nu pot să arunc nimic, chit că ne îngropăm în resturi. Fiecare mă inspiră pentru ceva”, explică ea. Și fiecare așteaptă momentul de glorie al perdelei Ikea.

ȘAPTE SUTE DE LEI. Absența marketingului s-a compensat cu psihologia, pentru că Andreea se raportează la nevoile și slăbiciunile clientelor care-i trec pragul. „Artiștii sunt în general egoiști, vor să-și realizeze creațiile din minte fără să-i intereseze dacă lumea le vrea sau nu așa”, crede Andreea, care citește dintr-o privire defectul – real sau închipuit – pe care fiecare clientă vrea să-l acopere. De aceea, îi propune ceva care să se potrivească și, mai ales, care să nu „moară în dulap” după o singură purtare. Malvina a pornit ca prima clientă fidelă și a ajuns, în timp, parte din sufletul mărcii „Rhea Costa”, lansându-și în paralel propria colecție de bijuterii Malvensky.

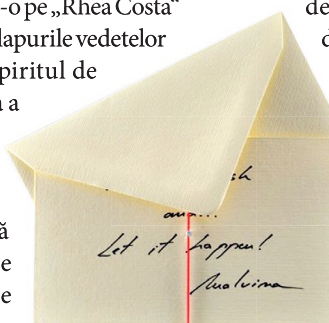
Și în cazul ei, totul a demarat în joacă, de la un șnur roșu cu două pandantive micuțe – un băiețel și o fetiță – dăruite unei

prietene fără prea mult noroc în dragoste. Entuziasmul cu care a fost primit cadoul i-a demonstrat că „lucrurile simple au cel mai mare efect”, punând în mișcare de-acum celebrele plicuri crem cu mesajul „Make a wish... and let it happen” („Pune-ți o dorință și las-o să se împlinească”), scris de mână pe un cartonaș prins de brățările roșii. Din vorbă-n vorbă, via Facebook și prin atelierul Andreei, au ajuns să se vândă chiar și 10 pe zi, tot fără lansări spectaculoase.

Un moment în care cele două au știut că se află pe drumul cel bun a fost când persoane care admirasero rochiile Malvinei au căutat brandul „Rhea Costa”

pe site-ul de lux Net-a-Porter, gândindu-se că trebuie să fie vorba de o marcă străină „în vogă” și, mai ales, costisitoare. „Când unele cliente aud că o rochie «Rhea Costa» se învârte în jurul a «șapte sute», încă se mai scotocesc prin geantă pentru a scoate șapte sute de euro”, râde Andreea. Sunt uimite să afle că, de fapt, prețul este în... lei.

UN VIS... ÎNCĂPĂTOR. În ultimul an, de când au deschis larg ușile atelierului, cele două prietene n-au avut decât patru zile de vacanță, și acelea petrecute la Roma, în întâlniri de afaceri cu furnizorii italieni de aur pentru bijuteriile Malvensky. N-au rezistat să nu-și pună, însă, o dorință la Fontana di Trevi, „kilometrul zero” al lui „Make a wish...”. „Ne-am pus una mare, care să le cuprindă pe toate”, se amuză Andreea. Mare cât să încapă, într-o zi, și Net-a-Porter-ul? „Rhea Costa” mimează brusc seriozitatea, dar abia se abține să nu râdă: „Da, crezi că nu se poate?”. Chiar așa... de ce să nu se poată?



Brățările Malvensky se vând mai ales prin intermediul Facebook