

În șifonierul lui Lady Gaga

Ingrid Vlasov crede în destin, dar își face singură norocul în business. Brandul său a crescut de zece ori într-un singur an, în lumina blițurilor de pe podiumurile internaționale de modă.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Doar 20 de secunde. Atât a durat ieșirea la rampă a creatoarei românce Ingrid Vlasov la finalul prezențării din cadrul Săptămânii Modei de la Paris, la începutul lunii octombrie. În fosta sală de mese a unei mănăstiri franciscane din Arondismentul 6, „Couvent des Cordeliers“, 29 de fotomodele (dintre care patru românce) tocmai prezentaseră colecția sa de primăvară-vară 2011 pe acordurile muzicii celebrului DJ parizian Michel Gaubert.

Așezați pe băncuțe, de-a lungul celor aproape 60 de metri cât măsoară încăperea cu tavane înalte și coloane din lemn de acum 400 de ani, jurnaliști de modă de la peste 40 de publicații – inclusiv patru ediții „Vogue“, „New York Times“, „Paris Match“ sau „Vanity Fair“ – își luau febril notițe. „Une collection très Ingrid“, „Magnifique!“, „She keeps a low profile“ - zumzăiau în jurul meu vocile criticilor de modă, mai încântați ca niciodată de broderiile fine de inspirație românească, devenite simbolul creațiilor Ingrid Vlasov.

Chiar dacă brandul său există la nivel internațional doar de un an, discreția creatoarei este deja bine cunoscută. Fotografii de la capătul podiumului abia au apucat să prindă un cadru cu Ingrid, îmbrăcată într-un palton negru, cu aplicații metalice aurii (o altă „semnătură“ a colecțiilor sale).

Pentru a prezenta la Paris trebuie să arăți în mod constant că îți meriți locul în sistem

Singurul designer român prezent la Săptămâna Modei de la Paris (pentru a treia oară consecutiv) lasă creațiile să vorbească în locul său... dar are parte și de ambasadoare precum Lady Gaga sau Rihanna, care și-au făcut deja loc în dulap pentru mătasea și dantelurile semnate Ingrid.

Asocierea unui star planetar cu eticheta „Ingrid Vlasov“ pare un noroc venit peste noapte. Un noroc pe

care româncă l-a construit, însă, cu răbdare, de aproape 20 de ani încoace. La începutul anilor '90, când erau doar câțiva producători de haine în România, „Casa Wanda“, afacerea familiei Vlasov, se impunea cu mai multe magazine în toată țara, livrând confecții făcute în propriile fabrici.

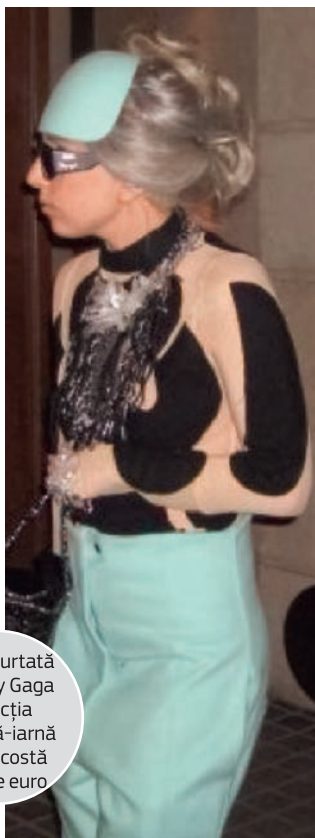
De la Casa Wanda la Ingrid

În prezent, magazinele cu același nume din Iași și București sunt profitabile și se lucrează la deschiderea unei versiuni online „Casa Wanda“, în paralel cu un boutique Ingrid Vlasov la București. Brandul personal al lui Ingrid a trecut la rândul său prin câteva etape esențiale. În 1998, după întoarcerea din Italia de la studii, româncă a pus bazele mărcii „Ingrid Line“, care s-a bucurat de succes încă de la lansare și căreia i-a urmat exclusivistul „Ingrid Vlasov“. În ultimul an, vânzările acestuia din urmă au crescut de zece ori pe plan internațional, iar în următorii doi-trei ani se așteaptă transformarea brandului într-un business veritabil. Ca pentru orice artist,





Bluza purtată de Lady Gaga (colecția toamnă-iarnă 2010) costă 350 de euro



Rochia aleasă de cântăreață (primăvară-vară 2011) costă 888 de euro



inspirația vine de nicăieri și de peste tot, dar sora sa geamănă, Vanda, este poate cea mai îndrăgită „muză“, deși nu are nimic de-a face cu lumea modei. „Vanda este un amestec de frumusețe, logică, siguranță de sine, umor, bunătate și un praf de... ironie“, își rezumă Ingrid sufletul geamăn.

Cât despre stafful care duce în spate brandul „Ingrid Vlasov“, răspunsul este neașteptat de franc: „echipa“ în adevăratul sens al cuvântului include doar două persoane. Pe Ingrid și pe soțul său, fostul manechin Marian Nedelcu. Recunoaște deschis că acest răspuns i-a surprins adesea și

pe editorii de modă din Paris, dar „în afară de Marian, restul sunt oameni care vin la serviciu, în fiecare zi“. Oameni la care ține, însă, foarte mult.

Parisul ține de destin

Învăluit într-o aură de mister, accesul creatorilor la Săptămâna Modei de la Paris seamănă izbitor cu procesul de obținere a unui job în compania visurilor tale. Primești acceptul în urma unor interviuri și pe baza unor criterii dure, dar trebuie să dovedești, în timp, că îți meriți locul în sistem. „Practic ți se deschide «poarta»“, explică Ingrid, și intri într-un „malaxor“ al agențiilor

de vânzări, al presei, al buyerilor și, nu în ultimul rând, al stilistilor care aleg ținute pentru garderoba marilor vedete. Deși hainele „Ingrid Vlasov“ din dulapul lui Lady Gaga au în spate 20 de ani de muncă, româncă vorbește cu sinceritate despre norocul fără de care talentul și efortul rămân, adesea, fără ecou. La fel ca în lumea filmului sau a muzicii, în modă contează fiecare relație sau oportunitate care-ți iese în cale și pe care ești dator s-o valorifici. „Talentul devine o povară dacă nu-l poți exprima liber“, crede ea: „Iar asta este, categoric, și o chestiune de destin.“

Momente-cheie pentru brandul Ingrid Vlasov

ingridvlasovonlineshop.com

De anul acesta, cele patru linii de creație Ingrid Vlasov (Noelle, Love, Classic, precum și linia principală, prezentată la Paris) se vând și pe internet. Site-ul a avut comenzi din primele zile și a început să înregistreze profit din cea de-a doua lună de funcționare.

Lady Gaga

Stilștii marilor vedete de talia lui Lady Gaga participă la prezentările de modă din Paris și selectează creații potrivite cu stilul clienților lor. Ingrid Vlasov se numără printre brandurile adoptate de extravaganța interpretă a melodiei „Alejandro“.

Presa internațională

Creațiile lui Ingrid, precum și articole despre activitatea sa au apărut în publicații precum Vogue Franța/Italia/Spania/SUA, Vanity Fair, W Magazine, L'Officiel, NYTimes, Paris Match, Washington Post, Berliner Zeitung, Le Figaro sau Daily Telegraph.