

Încălțată cu o pereche de pantofi roșii, stiletto, cu toc de zece centimetri, Wilhelmina Arz pășește pe parchetul din atelierul său, ducând în fiecare mână câte o tavă ticsită de cutiuțe de ceai, plus un ceainic de porțelan plin cu apă fierbinte. Fără să fi vărsat măcar o picătură pe scările înguste și abrupte care separă cele două etaje ale clădirii cochete din zona Aviatorilor, Wilhelmina desface una dintre cutiuțele de metal și mă îmbie să miros un ceai de fructe de pădure. „Se cheamă «Miracle in Amsterdam», mi-a plăcut numele...“, zâmbește ea.

Orașul libertății depline are o însemnătate specială pentru Wilhelmina Arz. De mai bine de zece ani, familia sa locuiește acolo. În ultimul său an de facultate a primit la rândul ei o ofertă de angajare ca designer în Olanda. A ales să rămână în România, pentru că la începutul anilor 2000 firmele Just Sons Studio sau Tina R tocmai angajau tineri designeri: „Creierul îmi spunea să plec, inima să rămân. Am ales cu inima“. Și, chiar dacă se numără printre puținii creatori români pentru care moda este și business, nu doar supraviețuire, întreaga sa carieră se compune din pași făcuți mai degrabă cu emoție decât cu pragmatism. Și, din multe întâmplări providențiale pe care le numește, în glumă, „momente Harry Potter“: a studiat amenajări interioare pentru că picase examenul la pediatrie și a ajuns în modă după câștigarea unui concurs de angajare pe care, inițial... îl pierduse.

Mademoiselle Arz

Selectată din 160 de candidați, Wilhelmina a ajuns astfel în echipa Just Sons Studio, o marcă în vogă în anul 1997, căreia i-a urmat Tina R,

Moda de business

În urmă cu un deceniu, au dat medicina și informatica pe un loc în noul val al modei din România. Au greșit oare?

DE DIANA-FLORINA COSMIN ȘI RALUCA BĂRA-IACOB

cu o rețea de 20 de magazine și un mecanism de business bine pus la punct. Atunci, a simțit cu adevărat gustul succesului, văzându-și creațiile „mărșăluind“ pe Bulevardul Magheru, însă, chiar și din postura celui mai bine plătit designer al Tina R, a ales din nou cu inima în 2001. Și-a dat demisia pentru a-și deschide propriul atelier, după ce câștigase la Gala Tinerilor Designeri banii necesari pentru prima colecție. De atunci, echipa ei formată din patru oameni a creat sute de haine pentru dulapuri de businesswomen din România, costume de teatru pentru Dan Puric, dar și proiecte speciale pentru firme mari precum Romtelecom sau RBS. Pentru banca scoțiană a reamenajat foaierea Ateneului Român, cu mobilier creat din plexiglas, cu ocazia aniversării a 15 ani de RBS în România.

Se mândrește cu faptul că obiectele ei și-au găsit ulterior locul în sediul firmei: „Creațiile mele sunt pe termen lung, nu vreau să iau banii clienților și atât“. A creat haine pentru reprezentanții României la Eurovision, și-a prezentat colecțiile printre opere de artă la Artmark și a semnat câteva zeci de rochii de mireasă. Ca orice designer

român, trebuie să facă puțin din toate pentru a rămâne pe piață, deși numele său are deja o vechime de 13 ani în lumea modei. La 41 de ani, consideră că secretul succesului în viață este să ai mereu frământări creatoare. Dacă îi ceri să-și caracterizeze cariera într-un singur cuvânt, te va amenința din start că urmează să-l „plagieze“ pe maestrul Radu Beligan, căreia i-a fost pusă aceeași întrebare într-o emisiune TV: „Mulțumesc!“. Pentru tot.

Nebun după detalii

Tot un produs al anilor 2000, brandul lui Cristian Samfira și-a croit cu mare grijă drumul în lumea modei românești. Micul atelier din București în care, cu doar două croitorese, îmbracă o clientelă fidelă de 20-30 de persoane și potrivește în măsuri și tușe originale propriile colecții, îi asigură poate lucrul cel mai important pentru munca de creație: independența. „Nu mă interesează tendințele. Nu funcționez pe principiul copy-paste“, spune Samfira (34 de ani), originar din Cluj. Vorbește repede, tranșant, cu pasiune. Nu l-ai vedea pe Samfira în ipostaza unui IT-ist înrăit și totuși, doar faptul că nu a luat examenul la Liceul de Informatică, unde se



Designerul Wilhelmina Arz provine dintr-o familie cu rădăcini rusești și germane

înscrisesse ca să scape de gura părinților, l-a salvat de la o carieră nepotrivită. Așa a ajuns să ocupe unul din locurile rămase la secția Textile-Tapițerii și, timp de doi ani, să țese la război. Au urmat doi ani de pictură și Facultatea de Artă, secția Modă, care l-au legat de București. Stilul primei colecții i-a adus, în 2000, premiul pentru cel mai bun tânăr designer la Festivalul Modei de la

ca vânzările să nu-i acopere facturile, nu s-a gândit niciodată să renunțe. Profit sau supraviețuire? Cu siguranță supraviețuire, ne asigură el (potrivit datelor raportate de Ministerul de Finanțe, cifra netă de afaceri a studioului a fost de circa 15.000 de euro în 2009). O supraviețuire în termenii stabiliți de el, și păstrați cu încăpățânarea ardeleanului neclintit în fața superficialității unor clienți

mătăsurii, dantele, voal sau materiale din fibre naturale, dar și preferatele sale, stofele. În ipostaza creatorului de costume de teatru, a realizat ținute inclusiv pentru piese care s-au jucat la Teatrul Molière din Paris. Totuși, aproximativ 70% din vânzări sunt susținute de rochiile de mireasă și rochiile de seară. Samfira nu poate concepe moda de dragul modei, veșmântul-obiect



Din lumea modei, Cristian Samfira preferă creațiile Givenchy, Alexander McQueen și Hussein Chalayan

Iași. Confirmarea internațională a venit doi ani mai târziu, la un concurs de design din Belgia, unde s-a clasat în primii zece din cele câteva mii de participanți. Nu s-a transformat, însă, în „abonat” concursurilor. „Sunt un tip mai comod, nu sunt foarte «business», să stau să pun lucrurile cap la cap”, explică el. Totuși, de cinci ani, de când și-a deschis propria afacere, a fost nevoit să gândească și în termeni pragmatici și, chiar dacă s-a întâmplat

care, vorbind la telefon din atelierul său, spuneau că se află la... croitor. „Vreau să fac lucrurile așa cum simt eu. Atelierul este foarte mic și îmi permite asta”, insistă Samfira.

Detaliile îi sunt cu adevărat dragi. Colecțiile lui se evidențiază prin motivele care se repetă (solzi, rozete, intervenții manuale). Samfira este atras de linia masculină a vestimentației. Materialele pentru colecții vin din Franța, Italia și Japonia:

făcut pentru podium, prin urmare proiectul următor va îmbrăca „ceva extrem de grotesc într-o formă foarte frumoasă”. Zâmbește. Chiar dacă nu scoate încă profituri sănătoase, știe că nu mai este mult până când românii bogați vor depăși euforia mărcilor de lux și vor căuta produse unicate. De zece ani încoace, el și ceilalți copii teribili ai modei anilor 2000 și-au însușit lecția succesului: să muncească plini de elan și să aștepte cu răbdare. **F**