

FORBES

ForbesLife

Modă&Imagine

Business de cristal

Dacă dai lovitura la New York, ai porțile deschise oriunde. Așa ar putea gândi și Cosmina Englizian, după ce brandul său a ajuns, într-un singur an, din Cartea Recordurilor în oferta VIP a celebrului hotel The Plaza.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Când citești „59.376 de cristale Swarovski, 50.000 de euro, 12 kilograme“, primul lucru care-ți vine în minte este, cel mai probabil, bilanțul unui depozit de accesorii de lux sau necesarul pe un an de zile al unei firme de bijuterii exclusiviste. Cu toate acestea, enumerarea de mai sus descrie un singur obiect vestimentar, creat de o româncă și intrat oficial atât în Cartea Recordurilor cât și în topul celor mai scumpe rochii de mireasă din lume, umăr la umăr (ori mai degrabă „tiv la tiv“) cu ținutele nupțiale purtate de Lady Di și Grace Kelly.

Dacă o întrebi pe Cosmina Englizian, designerul rochiei botezate „Crystal Dream“, îți va mai adăuga câteva cifre de culise: șase luni de muncă, zeci de mii de cusături făcute cu mâna, 40 de metri de dantelă elvețiană, plus aproape opt ore de numărare cele 43.008 cristale și 16.368 de perle, toate Swarovski, pentru cei de la Guinness Book of Records. „Până la urmă n-au vrut să-mi ia în considerare și perlele, deși sunt tot cristale Swarovski“, explică româncă, fără a părea, însă, prea dezamăgită. În definitiv, a omologat un record de doar... 43.008 cristale, iar numele ei a apărut, în ultimul an, pe site-uri de modă în limbile rusă, spaniolă, italiană sau engleză.

Încununarea visului (de cristal!) a venit, însă, la mijlocul lunii ianuarie, când Cosmina a devenit singurul designer de rochii de mireasă ales pentru catalogul „The Plaza Wedding“, editat pentru clienții VIP ai celebrului hotel de cinci stele din New York. Răsfoind broșura cu circuit închis, destinată mirilor dispuși să plătească 70.000 de dolari pentru o recepție de nuntă în hotelul care scrie istoria luxului newyorkez de mai bine de o sută de ani, nu poți să nu observi că rochiile cusute și tivite în atelierul bucureștean sunt vecine de pagină cu nume precum Harry Winston sau Tiffany&co. „Încă nu-mi vine să cred că am ajuns aici după o singură colecție“, mărturisește ea, încă nedezmățită din acest succes neașteptat. Discuțiile cu Plaza au început din februarie 2010, la nici o săptămână de la apariția

rochiei „Crystal Dream“ în presa internațională și înainte să fie vorba măcar de vreun titlu Guinness Book. Cartea sa câștigătoare a fost rochia-bijuterie, cu accesorizare originală, dar care să nu dea în kitsch.

Relația Cosminei Englizian cu moda pare mai mult o aventură. Până în decembrie 2005, când și-a suflinat mânele și s-a apucat să coasă și să descoasă materiale în atelier, cel mai puternic reper legat de modă era amintirea bunicii care îi făcea rochițe la mașina de cusut. Își amintește și acum de preferata ei: o rochie albă cu lalele roșii, pe care, dacă răsfășiești catalogul de rochii de seară „by Cosmina Englizian“ o vei găsi acum în varianta couture, din mătase italiană. Și, chiar dacă a absolvit Dreptul, Cosmina și-a dorit dintotdeauna un job creativ. „Am fost bună la desen tehnic și mi-am cultivat mereu pornirile către artă“, explică ea motivul pentru care a

de corset, bikini și accesorii de culoare albă) a apărut pe Reuters și a fost preluată de toate agențiile de presă. „Miresele vor să-și păstreze pentru totdeauna rochiile din ziua nunții, așa că imaginați-vă ce cutie imensă ar ocupa în dulap o ținută clasică. Acest outfit, în schimb, încapă într-un sertar, în cazul în care vrei să-l mai porți și peste 50 de ani, la reînnoirea jurămintelor de credință“ - acesta era textul jucăuș scris de cei de la Reuters, sub titlul „No wonder the bride is blushing“ („Normal că mireasa roșește“). Rezultatul s-a dovedit uimitor pentru o începătoare într-ale modei: fotografia a fost mai comentată și mai votată pe Reuters decât cea de la Victoria's Secret, iar Cosmina a primit astfel cel mai important imbold că ar trebui să-și continue „joaca“.

În 2007 a venit și pasul următor: o colaborare cu Swarovski, pentru lenjerie intimă accesorizată cu cris-

Româncă este singurul designer de rochii de mireasă din catalogul editat pentru clienții VIP ai hotelului de cinci stele The Plaza New York.

hotărât să schimbe procesele și legile pe tipare și croieli. Impulsul final i l-a dat, însă, o călătorie în Brazilia, în 2005, unde au impresionat-o câteva branduri locale de lenjerie intimă, care realizau piese extrem de colorate, total diferite de moda europeană.

Timp de un an, le-a importat în România, dar, dezamăgită de calitate și de prețurile nejustificate de mari, a luat în cele din urmă decizia de a le confecționa singură. Luând la întâmplare un sutien din garderobă, a început să se joace cu forma, croiala și designul. „La început nu știam nimic despre cum se face un sutien sau un corset“, recunoaște acum. A învățat pas cu pas, din încercări, studiu cu revistele în față și căutări pe internet iar în 2006 a avut prima prezentare de modă a brandului botezat, sugestiv, „Passion du Brasil“. După defilarea de la Bucharest Fashion Week a venit și prima surpriză: o fotografie cu „mireasa“ colecției sale de lenjerie intimă (de fapt un ansamblu

tale. Un pas mare pentru un brand micuț precum „Passion du Brasil“, pe care Cosmina l-a făcut călătorind la Innsbruck special pentru negocierile cu austriecei.

A obținut dreptul de a-și pune eticheta Swarovski pe produse abia după un an de tatonări. Motivul: înainte să confere acest drept, cei de la Swarovski trebuie să se asigure că partenerii folosesc numai cristale Swarovski, și „nu pun trei cristale originale și restul pietre obișnuite“, explică ea. Hotărârea cu care i-a abordat atunci pe cei de la brandul austriac a ajutat-o ulterior cu „Crystal Dream“, când Swarovski a fost de acord să îi sponsorizeze integral proiectul.

Conștientă de anvergura unei asemenea idei, româncă a început mai întâi lucrul la un corset de lenjerie intimă din aceeași dantelă elvețiană, pentru a vedea dacă ideea sa este viabilă și în practică. Lenjeria a jucat rolul schiței preliminare, iar de la desen



The Plaza este unul dintre simbolurile New York-ului.

Topul celor mai scumpe creații nuptiale din lume

8,6 mil. €

O rochie de mireasă Renée Strauss cu diamante însumând 150 de carate, creată în 2006 de un designer american în colaborare cu Martin Katz Jewelers.

6,3 mil. €

Rochie Yumi Katsura decorată cu 1.000 de perle, un diamant alb de 5 carate și un diamant verde de 8,8 carate, cusute pe satin și mătase.

580

de mii de €

Rochia prințesei Diana a fost realizată din dantelă, mătase și 10.000 de perle cusute de mână, cu fir de aur.

250

de mii de €

Rochie Mauro Adami din 40 de metri de țesătură unică, realizată din mătase și platină.

225

de mii de €

Rochia prințesei Grace de Monaco a fost creată din 100 de metri de mătase și 20 de metri de tafta.

150

de mii de €

Rochia de mireasă a lui Catherine Zeta-Jones, creată de Christian Lacroix.

100

de mii de €

Kanchan Couture, din 9.999 de pietre prețioase colorate.

95

de mii de €

Rochie John Galliano pentru Melania Trump.

75

de mii de €

Rochia de mireasă a Victoriei Beckham.

50

de mii de €

Rochia Cosminei Englezian.

la rochia finală s-au făcut multe schimbări. „Sunt un designer care a învățat totul văzând și făcând“ recunoaște ea. Și la numărul magic „59.376“ s-a ajuns după nu mai puțin de patru comenzi succesive făcute celor de la Swarovski, având în vedere că, pe măsură ce accessorizarea dantelei de pe „Crystal Dream“ avansa, stocul de cristale devenea, de fiecare dată, insuficient.

Între lenjeria intimă și rochiile de mireasă a mai existat, însă, și etapa intermediară: rochiile de seară în culori vii și cu croieli simple, dar de efect. Ele i-au făcut și trecerea către „Crystal Dream“. „Participam la târguri, buyerii erau încântați, dar voiau de fiecare dată să vadă și o rochie de mireasă“, își amintește Cosmina. Așa a creat prima colecție de ținute nuptiale, a cărei piesă de

rezistență a fost chiar rochia de Cartea Recordurilor. Ca și în cazul lenjeriei intime, prima încercare s-a dovedit cea câștigătoare. De la intrarea în Guinness Book, numărul clientelor sale a crescut simțitor, deși prețurile sunt comparabile cu branduri celebre din afară: cel mai simplu model de rochie pornește de la 800 de euro și, în funcție de accessorizare (cristale sau aplicații speciale), poate ajunge și la 10.000 de euro.

Cosmina are patru-cinci întâlniri cu clientele în fiecare zi și, pentru fiecare dintre ele, încearcă să demitizeze conceptul de mireasă-prințesă, adânc înrădăcinat în moda nupțială din România. Dincolo de experimentul cu „Crystal Dream“, nu agreează rochiile voluminoase, grele, cu crinolină, care, glumește ea, nu pot fi duse decât de trei

persoane. „Poți fi prințesă și cu o rochie din mătase, vaporosă și lejeră, în care să te simți bine toată seara” – acesta ar fi conceptul brandului său. Între timp, a mai identificat o nișă: rochii pentru mirese însărcinate, un segment de piață pentru care croiala potrivită poate face minuni.

Luxul se vinde online

Deși numele său este acum alăturat în catalogul „The Plaza Wedding” unor branduri renumite, Cosmina se autodeclară designer self-made, care a învățat meserie la locul de muncă. „E o joacă bazată pe un talent”, astfel își definește ea pasiunea. Pentru că unele lucruri le vezi și le înveți doar în momentul în care începi să croiești, să măsoari și să însăilezi, joaca devine tot mai serioasă odată cu trecerea timpului.

50.000

de euro este valoarea rochiei
de Guinness Book.

Cu spirit de businessman, soțul său a fost cel care a încurajat-o să gândească la scară mare, iar Cosmina se află acum în negocieri cu magazine de rochii de mireasă din Londra și Statele Unite. Din 2011, lenjeria „Passion du Brasil” se va vinde și pe internet, iar rochiile de mireasă le-ar sta bine, cândva, în cel mai faimos magazin virtual de rochii de mireasă din lume – „The Bridal Boutique” – de pe site-ul Net-a-Porter.com.

Nu a făcut niciun demers deocamdată, dar după surprizele cu Reuters, Cartea Recordurilor și Plaza, neprevăzutul îi este cel mai bun prieten. „Nu se știe niciodată”, concluzionează ea, cu un zâmbet, după întrebarea despre Net-a-Porter. „Do you want to buy this dress from Cosmina Englezian?”; viitorii clienți de la The Plaza ar putea răspunde printr-un singur clic. **F**



Rochia „Crystal Dream”