

Croială nemțească

Are nume german, buletin de Brașov și un CV parafat în Austria, care include celebre branduri de modă „Made in Italy”. De ce a ales Stephan Pelger să facă afaceri în București?

DE DIANA-FLORINA COSMIN

O haină scurtă, din blană de vulpe polară, un costum de ski roz-aprins și o fustă înflorată, creată prin reinterpretarea unui material folosit pentru confecționarea genților, împart un stender în atelierul lui Stephan Pelger. Într-o altă epocă, toate aceste piese ar fi avut poate privilegiul de a se afla în garderoba actriței Audrey Hepburn: suficient de feminină, dar și de curajoasă pentru a pune în valoare combinațiile inedite de mătase, neopren, plastic sau stofă pe care designerul în vârstă de 31 de ani le propune, de șase ani încoace. Dacă s-ar fi născut cu vreo 50 de ani mai devreme, Stephan ar fi aspirat fără rezerve la un loc în dulapul celebrei „My Fair Lady”. „Pe la zece ani, desenam rochii inspirate de costumele purtate de Hepburn în acel film”, își amintește el, așezat pe un scaun de bar, în atelierul pe care-l visa în copilărie.

Tocmai a terminat de schițat colecția pentru Mercedes-Benz Fashion Week de la Berlin. Este unul dintre designerii selectați, alături de nume precum Escada Sport sau Hugo by Hugo Boss, pentru evenimentul de modă patronat de brandul auto german, la sfârșitul lunii ianuarie. După ce i-au văzut cele 40 de ținute create pentru eveniment, organizatorii

Mercedes-Benz Fashion Week l-au ales să închidă festivalul. Un motiv de mândrie pentru tânărul brașovean, care se prezintă simplu: „Stephan Pelger din România”.

Din 20 ianuarie, el reprezintă România și la emisiunea de modă „Fashion & Fame”, difuzată în prime-time la cel mai vizionat post de televiziune german, PRO7.

Pe rețeta celebrei emisiuni „Project Runway” din SUA, șapte designeri au fost aleși din câteva mii de candidați pentru a se întrece în tipare, modele și cusături în fața unui juriu de personalități din lumea modei. Câștigătorul își va vinde colecția pentru catalogul german de modă OTTO. Cel mai important lucru în această afacere este, însă, notorietatea dobândită, care îl va ajuta pe Stephan și în cel de-al treilea proiect major pentru 2011: primul său magazin monobrand la München. Un pas mare, dar asumat, având în vedere

70%
din businessul lui Pelger
îl reprezintă creațiile
vestimentare „sur mesure”.

precauția cu care a construit până acum. „Nu am vrut un business care să explodeze și apoi să se scufunde”, explică el. Afacerea sa a început cu un singur angajat și cu o investiție de 10.000 de dolari în renovarea primului sediu, o garsonieră pe lângă Teatrul Mic. A crescut în fiecare an cu 50%, acumulând o bază de 600 de clienți, dintre care circa 250 trec pragul atelierului său din București măcar o dată pe lună.



Foto: LASZLO RADULY

De la Benetton la... Benetton

Născut la Brașov, într-o familie de origine germană (tatăl a fost prim-preot la Biserica Neagră), Stephan a intrat în lumea croielilor și a cusăturilor aproape instinctiv. La zece ani, se juca desenând colecții de modă inspirate de Audrey Hepburn pentru prima sa muză, o mătușă din Elveția. La 13 ani avea deja primul său job creativ: decorarea vitrinelor magazinului Benetton din Brașov, deținut

în franciză de către aceeași mătușă. Povestea lui te convinge, într-adevăr, cât de mică e lumea! Câțiva ani mai târziu, avea să-și facă lucrarea de diplomă de la Fashion Institute din Viena pentru nimeni alții decât... Benetton și Sisley.

Bursa la celebra școală de modă austriacă a venit în 1998, când tocmai terminase liceul la Brașov. Pe lângă tricotate, design de accesorii, design grafic sau arta tiparelor, austriecii l-au

învațat, în cei trei ani și jumătate, și o componentă esențială a modei. Una despre care puțini designeri români sunt în stare să vorbească dezinvolt: businessul. „Nu e adevărat că poți să faci orice doar cu creativitatea“, crede Stephan, care îmbină arta cu meticulozitatea nemțească. Școala este cea care te învață care sunt structurile unui business de modă și modul în care se construiește și se finalizează o colecție, pași pe care orice designer,

indiferent dacă este genial sau mediocru, nu-i poate sări în drumul spre succes. A avut norocul să aflu aceste lecții de la profesori care lucraseră cu Gaultier sau Westwood ori chiar de la designerii invitați să țină prelegeri. „La Viena am învățat cum să-mi fac marketingul personal“, explică el. A învățat și „munca de jos“ din spatele unei colecții, în zilele petrecute în spatele mașinii de cusut, însăilând pene

pe care le mai avea cu magazine din afară, inclusiv cu buyeri din Dubai, paradisul shoppingului. „Prefer să renunț pentru moment și să revin când businessul va crește suficient“, afirmă el, având în vedere că posibilitățile de producție ale atelierului său nu sunt deocamdată atât de mari încât să poată acoperi cererea. Producția de la 100 de bucăți în sus se realizează în colaborare cu o fabrică de confecții,

După Mercedes-Benz Fashion Week și show-ul de modă „Fashion&Fame“ de la PR07, designerul își va deschide primul magazin la München.

și paiete pentru celebra firmă Missoni. A decorat vitrine, a lucrat ca stilist la televiziunea germană, la Schella Kann, o casă de haute-couture care face costume pentru opera din Viena, sau pentru producătorul de cașmir Di Vercallo. Și, în cele din urmă, a tras aer în piept și s-a angajat în vânzări, ca să învețe să-și depășească timiditatea de artist care stă în culise.

Se spune că este dificil să fii și designer și om de afaceri, în același timp. Stephan recunoaște deschis că i-a reușit doar prima parte a ecuației. Deși a deprins multe despre business de șase ani încoace, partenera sa de afaceri, care îi este și prietenă încă de la grădiniță, este cea care se ocupă de roțile financiare ale brandului Stephan Pelger. Tot ea l-a convins să se întoarcă în țară, în 2004, pentru a-și lansa marca. „În străinătate n-aș fi avut posibilitățile financiare pentru a-mi deschide un business“, recunoaște el. Cunoștințele de germană și oamenii pe care i-a întâlnit la Viena și la diferitele stagii i-au lăsat însă multe uși deschise. Pe care, rând pe rând, a început să le folosească pentru extinderea brandului. Și-a pregătit terenul pentru viitorul magazin de la München, luând o decizie grea: încetarea tuturor celorlalte colaborări

iar cei 13 oameni din atelier se ocupă mai ales de prototipuri și de clientele sur-mesure (la comandă), care ating un procent de 70% din businessul său.

Norocos chiar și fără Chanel

Pentru că nu-și dorește să fie un „one man show“, spiritul german al lui Stephan sfidează meteahna românească de a le face singur pe toate. Și-a angajat încă două tinere designer, care să-l ajute cu desenatul, iar o agenție din afară se ocupă de imaginea sa în străinătate. Refuză să-și ia prea în serios succesul, pe motiv că „Stephan Pelger din România“ nu este încă Giorgio Armani sau Cristóbal Balenciaga. „Trebuie să-ți cunoști lungul nasului“, crede el, râzând de visele cu care a plecat la Viena în urmă cu 12 ani. Pe atunci, se și vedea ieșind pe poarta facultății direct în departamentul de creație de la Chanel. Chiar dacă are suflet de artist, nu de businessman, face bilanțul lucid al pașilor parcurși de la începuturi și până acum, iar de cele mai multe ori se simte un mare norocos. „Sunt un fiu de preot din Brașov, care a reușit să plece în afară și să-și trăiască visul“, își rezumă el, dintr-o singură suflare, reușita. Și un român care s-a întors să-și împlinească visul în țara lui. **F**

Stilul Stephan Pelger



» **MATERIALE INEDITE.** Elementul definitoriu care a individualizat creațiile Stephan Pelger îl reprezintă alăturările neașteptate de materiale (neopren industrial și plastic, în combinație cu mătase, catifea sau stofă). Cu o condiție sine-qua-non: rezultatul nu trebuie să hrănească doar vanitatea designerului, ci să reprezinte, crede Stephan, „creații portabile, vandabile și mai ales șic“.

» **BLĂNURI.** Brașoveanul a dat lovitură anul trecut cu o colecție de haine de blană de vulpe polară (cea mai scumpă costă în jur de 1.300 de euro), care s-au vândut neașteptat de rapid.

» **COSTUME DE SKI.** Colaborarea cu brandul elvețian de costume de ski Vuarnet s-a concretizat, în 2010, într-o colecție de costume atipică, în culori tari și accesorizări cu blană de vulpe.

» **ROCHII DE MIREASĂ.** Acestea costă între 1.000 și 3.000 de euro, iar cea mai scumpă s-a vândut cu 4.000 de euro.

» **PREȚURI.** Creațiile designerului merg de la 100 de euro pentru veste sau sacouri până la 500-1.500 de euro pentru creațiile *sur mesure*.