

FORBES

ForbesLife

Modă & Imagine

Adi Popescu (T-Shirt Couture)

Alina Lățan (Endless)

Corina
Vlădescu

Adelina Ivan

Molecula de profit

**MIRELA
BUCOVICEAN**

**Maria
Filipescu**

**Nadire Omer
(Lady Magpie)**

**Marina
Moldovan (109)**

**Sandra
Galan**

**Ioana
Dumitrescu
(109)**

**Andreea Bădală
(Murmur)**

A schimbat aproape 15 joburi până să ajungă să creeze primul magazin virtual dedicat exclusiv modei românești. Deși lucrează printre artiști, Mirela Bucovicean conduce un business pragmatic și exact. Pe care ar fi gata să-l vândă oricând.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Foto: SOBIN STANA



ADELINA IVAN

» Design multifuncțional, bazat pe culori și tăieturi simple, îmbogățite cu imprimeuri digitale și detalii ieșite din comun.

La întâlnirea cu Mirela Bucovicean nu m-am dus doar cu un arsenal întreg de întrebări, ci, recunosc, și cu o curiozitate acută. Inevitabil, îmi venea în minte Natalie Massenet, creatoarea celui mai faimos magazin online de lux al lumii, Net-a-Porter.com, cu care făcusem un interviu la Londra la începutul lui 2010. Deși este mai mult decât evidentă diferența dintre un proiect românesc de nișă, vechi de un an, precum Molecule-F și site-ul care vinde de zece ani haine Miu Miu sau pantofi Louboutin în toate colțurile lumii, mă intriga în ambele cazuri componenta de pionierat. În biroul ei de la Whiteleys Centre din Londra, Massenet, ajunsă în prezent una dintre marile antreprenoare ale lumii, îmi povestise cu nostalgie despre începuturile modeste ale unui proiect în care nu credea nimeni în afară de ea. Concepția generală pe-atunci, la începutul anilor 2000:



ĂGNES KESZEG

» Creează păpuși de modă în miniatură, precum și eșarfe din mătase imprimate cu ilustrațiile proprii.

oamenii nu cumpără lucruri scumpe de pe internet. În ultimii zece ani însă, oamenii nu numai că au început să cumpere, dar au ajuns să umple visteriile Net-a-Porter cu peste 100 de milioane de euro pe an, fără ca România să fie străină de acest boom. În ierarhia vânzărilor Net-a-Porter, româncele se află de ani buni în Top 20, în condițiile în care cele mai ieftine obiecte vestimentare încep de la câteva sute de euro și pot ajunge, în cazul pieselor cu adevărat spectaculoase, și la 20-30.000 de euro.

Totuși, pe teritoriul autohton, fie el și virtual, Mirela Bucovicean are de dus o bătălie și mai grea. Nu se luptă doar cu ideea de magazin online „made in Romania“, ci și cu percepția publicului asupra creațiilor vestimentare românești. Oamenii compară adesea prețul unei rochii autohtone handmade, din care există doar câteva bucăți, cu eticheta unei piese celebre semnate de un mare



SILVIA ȘERBAN

» Se adresează femeii care știe ce vrea și care este dispusă să joace orice rol dorește, ca și cum lumea întreagă ar fi o scenă.

„Nu mă atașez niciodată de un business, obiectivul meu este să fac bani.

MIRELA BUCOVICEAN, PROPRIETAR MOLECULE-F

designer străin și se consideră mai câștigați cu a doua variantă. Mai ales că, în ultimii ani, moda românească s-a și demonetizat considerabil prin inflația de designeri născuți (ori mai degrabă făcuți) peste noapte.

„Vând modă românească, dar mă deranjează îmbrățișarea necondiționată a designului românesc“, îmi explică Mirela, disecând minuțios și lucid toate tarele industriei de modă de la noi. Nu ne aflăm într-un „Whiteleys Centre“, cu munți de colete în jurul nostru, ci într-o cafenea din centrul Bucureștiului. Și, chiar dacă alte



T-SHIRT COUTURE

» Adi Popescu reinterpretează tricoul într-un mod spectaculos, cu inserții și alăturări inedite de materiale.

asemănări ar fi trase de păr, un lucru fundamental le unește cu siguranță pe Mirela Bucovicean și Natalie Massenet: deși lucrează cu și pentru artiști, amândouă au același discurs lucid de businesswomen cu picioarele pe pământ.

„S-a schimbat trendul, domnișoarele cu bani nu vor să se mai facă actrițe sau cântărețe, ci designeri de modă“, glumește Mirela, nu fără o doză de dezamăgire. Această confuzie întreținută scade valoarea designului românesc și demitizează, pentru a câta oară, un concept altminteri viabil. Cel mai cunoscut precedent: vintage-ul, o noțiune pe care în România au sufocat-o din fașă variantele „second-hand“ și făcăturile.

Un motiv în plus pentru ca site-ul pe care Mirela l-a început în 2010 să se bazeze pe o selecție drastică, de care nu trec decât numele care au cu adevărat ceva de spus. Pardon, de croit. Într-un an, a ajuns la puțin



ALINA BOTEA

» Obiecte vestimentare în serie scurtă, cu stil elegant și minimalist, care au ca țintă femeia rafinată și pretențioasă.

peste 20 de designeri și nu își propune să depășească prea curând pragul de 30, pentru ca fiecare dintre ei să poată primi atenția cuvenită. Printre cei selectați se află nume cunoscute deja, precum Adelina Ivan, Ana Alexe sau Corina Vlădescu, dar și creatori talentați, aflați la început de drum, pe care i-a descoperit căutând din atelier în atelier. Multe dintre creațiile de pe site, precum cele semnate de Lady Magpie, Lucian Broscățean sau Andra Clițan, fac parte din colecții realizate exclusiv pentru Molecule-F.

Deși jobul său pare unul ideal – scotocirea atelierelor în căutarea

25%

a fost creșterea înregistrată, în fiecare trimestru de la lansare, de Molecule-F.



ANA ALEXE

» Ținute fluide și, pentru anumite colecții, șocant de originale: rochiile imprimate cu părți anatomice sau cape brodate cu cruci.

de artiști talentați, selecția de haine din colecțiile designerilor cunoscuți și analizarea de book-uri primite prin poștă –, pentru Mirela nu a fost încununarea unui vis de-o viață, ci suma logică a unui parcurs profesional care cuprinde nu mai puțin de 15 joburi.

Absolventă de Relații Economice Internaționale, femeia de afaceri din spatele Molecule-F a făcut, printre altele, transport maritim, radio, TV, presă scrisă la „Salut!“, publicitate la Saatchi & Saatchi; a fost recepționeră, director de marketing, inspector de daune, iar timp de zece ani a ținut un atelier vestimentar, cu 40 de lucrătoare în două ture. „Cunosc fiecare detaliu și segment al businessului“, recunoaște Mirela, al cărei ultim job de dinainte de Molecule-F s-a derulat într-o companie de consultanță pe dezvoltare imobiliară și brokeraj de terenuri. Chiar dacă a luat-o de la zero de nenumărate ori, nu se consideră

vreo neînfrică. Ba chiar dimpotrivă. „Înțeleg frica de eșec, pentru că este temerea mea cea mai apropiată“, îmi explică, luând o înghițitură de ceai, „dar eu merg pe ideea că într-un proiect nu investești decât atât cât îți permiți să pierzi“. Sună ușor pesimist, dar este o filosofie de business care a

client: accesul la creațiile designerilor români era anevoios și uneori de-a dreptul imposibil. În 2009, Mirela a descoperit în concept-store-ul Idelier creațiile designerului Corina Vlădescu, dar a reușit cu greu să ajungă în atelierul ei pentru a-și comanda mai multe piese. Nu înțelegea cum, într-o

românești încep tocmai de aici, din lipsa de promovare și transparență. Majoritatea designerilor buni desenează haine izolați ca într-un cocon în atelierelor lor și le vând pe o piață de nișă, total ruptă de realitatea imediată. Dintr-o discuție cu cinci prieteni, freelanceri din zona de modă și PR, s-a născut, astfel, ideea unui site care să aducă moda românească la o distanță de un clic de client. Numele, ales de pe o listă „scurtă“ de 60 de propuneri: Molecule-F. Molecula de fashion. Cele 15 locuri de muncă precedente s-au dovedit a fi de mare ajutor Mirelei, pentru că a găsit oamenii potriviți să o ajute dintr-o singură căutare în agenda de telefon. De layout s-au ocupat foștii colegi de la Saatchi & Saatchi, pe IT echipa din real-estate, iar prietenii stilști au ajutat-o la dezvoltarea conceptului în sine și la realizarea fotografiilor.

La fix un an de la lansare, Molecule-F vinde circa 60 de piese pe zi -, un volum moderat, dar

Crezul în afaceri al Mirelei Bucovicean este că nu investești decât atât cât îți poți permite să pierzi.

ferit-o, până acum, de mari rateuri. Ca investiție de început, costul unui site precum Molecule-F se ridică la circa 5.000 de euro, care s-au amortizat în primele șase luni. Investiția cu adevărat consistentă, pe termen lung, este cea pe partea de analiză, gândire și logistică, mai greu de cuantificat în bani decât în timpul consumat.

Toată povestea Molecule-F a început, de fapt, de la o constatare de

economie așa-zis modernă, poți să-ți dorești un produs și să nu ai de unde să-l cumperi. „Avem o falsă pudoare și o nepotrivită modestie“, apreciază ea acum. „Într-o lume competitivă, nu trage nimeni de tine să-i vinzi ceva, iar dacă nu ridici capul să te prezinți, rămâi în spatele ușii.“

După ce a studiat problema îndeaproape, Mirela și-a dat seama că toate relele industriei de modă



ANDRA CLIȚAN

» Se inspiră din folclorul românesc și reinterpretează atât modele cât și materiale tradiționale în formulă modernă.



ANDREEA TINCU

» Creațiile sale se caracterizează prin geometria volumelor, dar și printr-un oarecare minimalism.



BOLD

» Linie de modă basic lansată la sfârșitul lui 2010 și dedicată celor cu potențial de trendsetter.

promițător pentru un business de nișă care a crescut în fiecare trimestru cu aproximativ 25%. Un avantaj îl reprezintă și faptul că adaosul comercial se anulează cu discountul preferențial primit la cumpărarea colecției pentru site, iar prețurile ajung, astfel, identice cu cele din atelierul designerilor. Pentru ca mecanismul să funcționeze fără sincope, conceptul și platforma nu au fost cumpărate sau copiate din afară și implementate aici, ci create în detaliu pornind de la designerii cu care se bătuse palma.

Prima a fost chiar îndelung-căutata Corina Vlădescu. S-a discutat cu fiecare în parte, pentru a înțelege plusurile, minusurile și piedicile posibile în colaborare, sistemul fiind creat pe baza nevoilor de business. Mașinăria online este acum pusă la punct în cel mai mic detaliu, astfel încât greșeala este, procedural, aproape imposibilă.

„Am ajuns în stadiul în care putem să francizăm cu ușurință“,

Am ajuns la stadiul în care putem franciza cu ușurință platforma în afară.

MIRELA BUCOVICAN, MOLECULE-F

explică Mirela. Altfel spus, dacă un antreprenor dintr-un alt colț al lumii dorește un proiect similar pentru piața sa de origine, conceptul și logistica platformei pot fi vândute ca un pachet la cheie, care să fie populat cu brandurile dorite de proprietar.

Chiar dacă magazinul virtual se deschide mai întâi cu un homepage în engleză, promovarea pe piața internațională începe cu adevărat abia în acest an, prin participarea la târgul de Pret-a-Porter de la Paris cu o selecție de designeri. Costurile de expediere în afara României ajung la 29 de euro pe colet, o sumă considerabilă (există piese care costă tot atât pe site), dar

pe care clienții străini, obișnuiți cu tarifele similare ale Net-a-Porter.com sau TheOutnet.com, ar putea fi dispuși s-o plătească fără prea mari bătăi de cap. Mai ales că, spre deosebire de începuturile site-ului, când accentul cădea pe piesele mai ieftine, segmentul care merge cel mai bine în prezent este cel high-end. Piese unicate sau serie limitată (maximum 10 produse de un singur fel). „Oamenii care cumpără de la noi vor piese-declarație, care să fie altfel și să spună ceva despre ei“, apreciază Mirela.

Deși primește săptămânal 2-3 e-mailuri din partea designerilor dornici să apară pe site, filtrarea se face dur, tocmai pentru a nu coborî ștacheta și „din respect pentru cei deja prezenți pe Molecule-F“. Se solicită un book, se analizează, iar dacă designerul este promițător, se face prima selecție de piese. În curând vor intra în componența „moleculei“ Stephan Pelger, M12, Endless, Mirela Diaconu și Aura Cercel. Aceasta din urmă



CORINA VLĂDESCU

» Printuri îndrăznețe sub semnătura celei care a creat costumele pentru turneul mondial al cântăreței Róisín Murphy din 2009.



ELENA CRIȘAN

» Bijuterii unicate, create de mână, din argint, care nu respectă simetria, ci preferă liniile surprinzătoare.



ELENA PERSEIL

» Designer stabilit la Paris, Elena a studiat în India broderia de mână și creează haine cu influențe neo-baroc.

își vinde deja bijuteriile și tricourile în componenta „non-virtuală” a Molecule-F: un pop-up-store în cadrul magazinului The Place, unde sunt expuse alte piese decât cele de pe site, dar semnate de către aceiași creatori români (inclusiv designerul de pălării Kristina Dragomir). „Am vrut să-mi duc designerii chiar și mai aproape decât distanța de un clic”, glumește Mirela, care visează în taină la Net-a-Porter.com, fără a pierde contactul cu realitatea. „Știu că nu avem cum să ajungem vreodată de talia lor, suntem o nișă, dar ne putem apropia de calitatea pe care o au ei.”

Au început deja, cu prezentarea detaliată a produselor pe site, prin fotografii în cel mai mic detaliu, dar și cu ambalajele, care speculează asul din mânecă al conceptului de comandă: „sindromul cadoului”. Deși expedițiile în România sunt gratuite, se investește în ambalaj de lux și personalizare,

▲ Nu încurajez îmbrățișarea necondiționată a designului românesc.

MIRELA BUCOVICAN, MOLECULE-F

pentru ca fiecare client să se simtă surprins când primește coletul. Hârtie de mătase cu pliuri manuale, cartolină de mulțumire, hârtie reciclabilă, fundă dublu satinată, plus cutii mari, chiar dacă pachetul în sine e mic. „Costă ceva în plus pentru noi, dar omul se bucură și rămâne client”, explică ea resorturile logice ale acestui efort. Pe același principiu, a înțeles că personalizarea este secretul vânzărilor reușite. Fiecare client fidel are anumite specificații care se păstrează de la o comandă la alta (pachet livrat fără siglă, după caz, sau mesaje personalizate de cadou), iar după fiecare confirmare se solicită înălțimea persoanei, pentru a ajusta produsul și a-l face să stea la aceeași distanță de gambă sau de genunchi precum în cazul



IZABELLA PETRUȚ

» Designer de bijuterii handmade din argint, în combinație cu materiale neconvenționale sau cu pietre semiprețioase.



LUCIAN BROSCĂȚEAN

» Tânăr designer premiat, ale cărui creații stau sub semnul unor concepte precum hiperrealism și reconfigurare urbană.



LADY MAGPIE

» Creațiile lui Nadire Omer sunt realizate din dantelă vintage, piese metalice vechi sau noi și, pe cât posibil, materiale naturale.



MARIA FILIPESCU

» Cunoscută pentru bijuteriile din vechi componente de ceas, în combinație cu mătase, dantelă, sticlă sau materiale inedite.



ROZALB DE MURA

» Un brand caracterizat prin piese spectaculoase, care sprijină mixul dintre modă și arte vizuale.



MURMUR

» Andreea Bădală a pus bazele brandului după realizarea unor stagii la Alexander McQueen, Richard Nicoll și Venera Arapu.



SANDRA GALAN

» A studiat la Londra și desenează haine caracterizate prin volume supradimensionate, drapaje și combinații inedite de țesături.



109

» Un duet creativ care realizează haine și accesorii inedite, destinate celor care vor să iasă din mulțime și să atragă atenția.

manechinului de 1,75 metri înălțime folosit pe site. Designerilor care, sub pretextul statutului lor de „artiști“, evită înadins orice bătaie de cap legată de asemenea detalii de marketing sau vânzări le reamintește, cu tact, că moda este întâi de toate o industrie care face bani frumoși. Și care, da, are o componentă numită artă, care nu ar putea supraviețui fără ingredientele esențiale numite marketing, poziționare și strategie de vânzări. Pentru că știe cât de dificilă este această lecție pentru un designer ieșit din școală fără o viziune clară de business, se bucură când munca ei este apreciată. „Sunt pragmatică și fac diferența între prietenie și business, dar când un designer îmi mulțumește pentru ceea ce fac pentru el simt o mare bucurie în suflet.“

Componenta de artă din modă nu poate exista fără marketing și o strategie de poziționare.

În decembrie, la nici un an de la începutul site-ului, businessul Molecule-F fusese evaluat la 100.000 de euro, cu clauza ca Mirela să rămână încă șase luni pentru a-l duce mai departe. A avut de ales între a vinde sau a continua să crească un proiect născut, după cum singură recunoaște, dintr-o joacă. „Nu mi-am imaginat niciodată ceea ce se întâmplă azi“, zâmbește ea. „Îmi închipuiam că fac și eu un bloguleț, ca să nu mă plictisesc.“

A ales să nu renunțe la blogulețul devenit business, însă din intuiție și fler, nicidecum din sentimentalism, pentru că nu se atașează niciodată de afaceri. „Nu fac asta nici pentru glorie și nici pentru amuzament, o fac cu obiectivul clar de a câștiga bani“, recunoaște Mirela. Tocmai de aceea, mai așteaptă să-și crească afacerea. Atomii din Molecule-F mai au loc să se înmulțească. **FB**