

FACTORUL MIAU ÎN BUSINESS

„MOTANUL ÎNCĂLȚAT” NU MAI E LA MODĂ, SE POARTĂ MOTANUL CU JOBEN, BASCĂ SAU BERETĂ. OBLIGATORIU HANDMADE! ACEASTA A FOST VIZIUNEA CÂȘTIGĂTOARE A UNEI ROMÂNCE CU IMAGINAȚIE, CARE ȘI-A DUS CREAȚIILE INEDITE TOCMAI LA HOLLYWOOD.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

De data asta curiozitatea n-a mai omorât pisica, vorba proverbului, ci a transformat întreaga tagmă a felinei în pretext global de modă. Cu șase ani în urmă, în ceea ce va rămâne în istorie drept anul negru al economiei mondiale, Amalia Segărceanu-Davidson pornea cu încredere un mic business taman în epicentrul falimentelor: Statele Unite ale Americii. Cine a spus că în criză există mari perdanți, dar și mari câștigători, nu s-a gândit niciodată că printre afacerile vizionare care ar putea înflori în plină recesiune s-ar număra un business cu... pălării pentru pisici. „Am studiat bine piața americană”, își amintește Amalia, „și mi-am dat seama că industria de produse destinate animalelor de companie este foarte puternică”. Cu o excepție: nișa pisicilor. Deși americanilor le place la nebunie să-și costumeze micii companioni necuvântători pentru Halloween, nunți sau sărbători naționale, stăpânii felinei erau siliți să improvizeze cu diferite creații vestimentare realizate pentru câini. „Tocmai adoptasem și eu o pisicuță și mi-am dat seama că nu se simte confortabil purtând ceva de îmbrăcat”, rememorează Amalia. „Am început să mă gândesc, atunci, cum aș putea restiliza ideea de costum într-o variantă cu totul nouă”.

La scurt timp, căutând pe internet idei de marketing pentru reactivarea unei mai vechi pasiuni – pictura în ulei – româncea a descoperit site-ul de produse vintage și handmade Etsy.com și, odată cu el, diferite tehnici

textile de care nu avusese habar vreodată. I-a atras atenția de la bun început felting-ul – pe românește „împâslirea” – prin care fibrele de lână pot căpăta o cu totul altă textură, urmând niște pași uimitor de simpli, pe înțelesul tuturor. „Ca să nu mai spun că tehnica în sine este aproape terapeutică”, glumește ea. Așa s-a născut, ori mai bine zis s-a împâslit, prima creație a brandului botezat „To Scarborough Fair” (inspirat de un ținut miraculos, aflat la intersecția dintre mit, poveste, vis și teatru): un mic sombrero brodat cu fir metalic, delicat și incredibil de ușor, pe care iubitorii sărbătorii americane Cinco de Mayo l-au cumpărat instantaneu pentru felinele lor de companie.

De la primul sombrero vândut cu succes pe Etsy.com în 2008, româncea a ajuns să confecționeze aproape o sută de creații pe lună, vândute online la prețuri cuprinse între 10 și 60 de dolari.

Are oferte de la magazine cu ștaif din Beverly Hills, iar momentul suprem de glorie s-a consumat în 2011, când Universal Studios i-a solicitat câteva berete pentru comedia „Bridesmaids” (produsă de Judd Apatow, responsabil pentru „Virgin la 40 de ani” și „Knocked-Up”). După interviul dat în celebra emisiune matinală „Good Morning America”, Amalia a intrat în vizorul presei internaționale: a apărut în ziarul britanic „The Sun”, în „The Daily Telegraph” de Australia, în „Britannica Metro” (care a

PĂLĂRIE TIP FEDORA DIN LÂNĂ ÎMPĂSLITĂ: 57 DE DOLARI.



CARIERA DE FOTOMODEL A LUI PIXIE

Pisica simpatică ce joacă - de altfel serios și extrem de expresiv - rolul de model pentru toate creațiile „To Scarborough Fair” se numește Pixie și are o istorie proprie. „A fost adoptată de noi de la Humaine Society of Northeast Georgia”, povestește Amalia. „Este o asociație de care ne simțim foarte legați și la care contribuim periodic”.



BERETĂ DE
INSPIRAȚIE FRANȚUZESCĂ,
DIN LÂNĂ MERINOS ÎMPĂSLITĂ:
37 DE DOLARI.

PĂLĂRIE DIN LÂNĂ ÎMPĂSLITĂ,
INSPIRATĂ DE FILMUL
ANIMAT „PUSS IN BOOTS”:
45 DE DOLARI.



BERETĂ ÎN STIL
FRANȚUZESC,
DIN LÂNĂ ÎMPĂSLITĂ,
37 DE DOLARI.



AMALIA SEGĂRCEANU-DAVIDSON A
PUS BAZELE „TO SCARBOROUGH FAIR”
ÎN 2008, PE SITE-UL DE PRODUSE
VINTAGE ȘI HANDMADE ETSY.COM.



PĂLĂRIUȚĂ PENTRU
NUNTĂ, CU PANGLICĂ
DIN SATIN IMPRIMAT ȘI
CU FUNDĂ LA SPATE:
22 DE DOLARI.



PĂLĂRIE TIP
ROBIN HOOD/PETER PAN,
DIN LÂNĂ ÎMPĂSLITĂ:
43 DE DOLARI.



ȘAPCĂ DE MARINAR
DIN LÂNĂ ÎMPĂSLITĂ,
BRODATĂ MANUAL:
54 DE DOLARI.



MODEL DE PĂLĂRIE
REALIZAT SPECIAL PENTRU
ZIUA RECUNOȘȚINȚEI:
21 DE DOLARI.



CITIȚI MAI MULTE IDEI
INEDITE ȘI PROFITABILE
DE START-UP PE

Forbes
ro

SOMBRERO DIN LÂNĂ
ÎMPĂSLITĂ: 38 DE
DOLARI.



numit-o „un geniu al businessului“, pe toate site-urile de coolhunting, pe „The Huffington Post“ (și echivalentul felin, „The Fluffington Post“), în People, Trendhunter și Ladies Home Journal, dar și într-o revistă franțuzească pentru bărbați, Gentside. În paralel cu micul business handmade, românca predă pictura și engleza ca limbă secundară, dar cele mai mari împliniri i le aduc tot pălă-

riile: „Bucuria pe care le-o aduce oamenilor chiar și vizionarea creațiilor mele mă inspiră și mă motivează încontinuu“.

Povestea americană a Amaliei - care, până să fie „pălărier“ de pisici a absolvit un master în literatură română modernă și contemporană - începe cu patru ani înainte de geneza „To Scarborough Fair“. În 2004 lucra la editura Corint, semna o rubrică în revista Casa Lux și tocmai își publicase prima carte, despre opera lui Urmuz. O lună mai târziu, aflată în vizită la rudele din America, îl cunoaște pe viitorul său soț, iar în 2005 se mută deja pe coasta de est a Statelor Unite, în Gainesville, Georgia.

Despre începuturile sale într-o cultură total diferită de a noastră ar putea să scrie lejer încă o carte. „În America te simți european mai mult decât te simți român“, explică ea, „pentru că mentalitatea e foarte diferită, iar interesul lor pentru orice se află în afara Americii e mult mai mic decât ne-am aștepta“.

I s-a întâmplat ca eleve de liceu s-o întrebe cu toată seriozitatea dacă în Europa se vorbește „europenește“ sau, dimpotrivă, dacă franceza este limba oficială a tuturor statelor de pe Bătrânul Continent.

Totuși, taman din aceste diferențe de viziune s-a născut

și businessul, pentru că americanii, poate mai mult decât orice alt popor, pun preț pe sărbătorile care presupun costumații elaborate și își implică animalele de casă în orice eveniment festiv.

Când am văzut primele fotografii cu creațiile Amaliei, mi-a venit inevitabil în minte unul dintre primele mele articole din Forbes, din 2009, intitulat „Zece afaceri care nu ar fi trebuit să meargă nicio dată“. Am povestit atunci, printre alții, despre o româncă din Păulești care exporta lunar în Statele Unite 50.000 de globuri din sticlă sub titulatura de „globuri pentru vrăjitoare“ - de agățat de Halloween în fața caselor pentru ca duhurile rele să se prindă înăuntru - și despre o antreprenoare cu zeci de mii de dolari în cont, câștigată din confecționarea de haine

personalizate pentru găștele de piatră care decorează grădinile americanilor. De ce nu ar fi mers, așadar, și un business cu pălării pentru pisici, făcut de cineva care să creadă sută la sută în idee? Și care, așa cum face Amalia, să fie gata să facă totul singur: de la proiectare, design, fotografii și editare, până la marketing, promovare și finanțe.

„Este un one-woman-show“, râde ea. „Dacă nu aduci trafic de la început, te pierzi în mulțime și nu-ți calcă nimeni pragul virtual“. La fel ca-n viața reală.

Zâmbetele pe care le așază pe chipurile oamenilor și comenzile speciale care curg la foc automat, adorabil de stranii („o doamnă a vrut o replică în miniatură a unei pălării adevărate, de la Nordstrom, pentru ca ariciul ei, Anabelle, să o poarte la Kentucky Derby“) o fac fericită, însă depărtarea de casă se simte. Înțelege mai bine cuvintele autorilor contemporani pe care-i studia cândva la facultate și îi dă dreptate lui Norman Manea, care spunea că exilul, voit sau impus, este un soi de „traumă privilegiată“. Cât e traumă și cât e privilegiu? „Indiferent de orizontul de așteptare, există mereu un melanj din amândouă“, concluzionează ea. „Chiar dacă procentajele diferă, dar sunt mereu părți din amândouă“. ■

