



POVESTEA LUI 109

*Și-au botezat brandul după numărul străzii pe care se află atelierul lor, cristalizând în numai trei ani o comunitate de clienți fideli care ar recunoaște dintr-o mie orice creație cu semnătura... 109. Am stat de vorbă cu **Marina Moldovan și Ioana Dumitrescu** despre experimente creative, prietenie și surprize plăcute.*

de **Diana-Florina Cosmin**

AU ÎNCEPUT cu 15 bluze din mătase imprimate pe spate cu „View my Facebook profile“ și pe față cu picturi celebre din istoria artei. Au urmat danteluri și alte materiale prețioase croite în linie sport, tricouri imprimate cu vederi vintage de la Olănești și Năvodari, rochii cu imprimeuri cu căței de usturoi care să evoce lumea vampirilor și, din această toamnă, Delikatessen, o nouă colecție inspirată, cum îi spune și numele de... universul delicatelor culinare. Deși fundamental diferite ca temă de la un sezon la altul, creațiile 109 rămân recunoscutibile pentru fideli brandului, mai ales la nivel de linie și croi, acestea având întotdeauna un element-surpriză: suprapuneri, îmbinări de texturi sau modalități multiple de a închide și purta aceeași piesă de vestimentară.

„Nu creăm haine pentru un anumit profil de client“, îmi explica Marina Moldovan, graphic designer și jumătatea proiectului 109, la prima noastră întâlnire, în urmă cu doi ani. „Întâi concepem ceva ce ne-ar plăcea nouă, după care căutăm femeile care să se potrivească acestui stil“. Marina se ocupă de partea de creație, în timp ce Ioana răspunde de toate detaliile administrative, deși în ultima perioadă a fost convinsă să-și dea frâu și unui alt gen de creativitate, prin crearea liniei de tricouri 109 „Inside Jokes“. „Ioana e oricum o sursă de inspirație“, zâmbește Marina. „Din dialogul nostru se nasc mereu idei pe care eu le filtrez și le transpun mai departe în colecții“.

De la fete tinere și cool până la doamne trecute de a doua tinerete, cele două prietene și parteneri și-au creat o

clientelă stabilă, care a ajuns să le servească inclusiv ca inspirație de ansamblu pentru noile creații. „Când concep o nouă colecție, mă gândesc întotdeauna de ce ar avea nevoie garderoba unei femei care și-ar dori să se îmbrace numai de la 109“, explică Marina, „așa că în orice sezon păstrez câteva elemente stabile, precum sacoul, vesta, colanții și două-trei tipuri de rochii“. Din al doilea an s-a putut vorbi și de o satisfacție financiară a muncii, deși în materie de business se descriu, râzând, ca fiind „afaceriste cu mari-mari ghilimele“. Plănuiesc în viitor și o linie secundară de piese basic și foarte ușor purtabile, care să completeze colecțiile din prezent ale brandului.

CEL MAI FRUMOS compliment pe care îl primesc de fiecare dată de la clientele care le trec

pragul se leagă de identitatea dublă și surprinzătoare a fiecărei creații vestimentare 109: deși pe umeraș unele haine pot „speria“ la început femeile fără măsuri perfecte, în momentul în care acestea le probează apare surpriza și, imediat, dragostea la prima vedere. Chiar și când vorbim, spre exemplu, de o rochie extravagantă denumită sugestiv „shaorma dress“. „Există acest mit cum că unele ținute se potrivesc doar fetelor subțiri și înalte“, crede Marina, „dar când clientele vin la atelier și probează, își dau seama că nu e deloc așa“.

Din 2011, Marina și Ioana participă la târgurile importante de la Paris încercând să-și atragă primele comenzi internaționale, iar de anul trecut au și apărut primii buyeri. Surprinzător, au fost tocmai japonezii, a căror piață de





Deși pe umeraș unele haine pot „speria“ femeile fără măsuri perfecte, în momentul în care acestea le probează apare elementul de surpriză și, imediat, dragostea la prima vedere.

retail este recunoscută drept una dintre cele mai pretențioase și mature și la care majoritatea designerilor accede abia după ani de muncă. „Nu ne așteptam să prindem atât de rapid pe această zonă”, mărturisește Marina, „dar efectiv 80% dintre cei care ne intrau în stand erau buyeri din Asia”.

DEȘI UN SUCCES MĂGULITOR, cele două rămân concentrate pe piața românească, unde au mai rămas înfinit mai multe lucruri de făcut decât în afară. Vând în atelierul propriu, la *The Place Concept Store* și, în curând, și prin intermediul propriului magazin online. „Suntem norocoase să fim designeri în România”, recunoaște Marina. „Aici încă mai e loc pe piață, mai sunt lucruri de făcut, în timp ce în afară s-a experimentat deja aproape totul”. ■