

# Vise cu oruri late



A fost primul designer român care a avut curajul să reînvie pălăriile ca accesoriu „cool”, iar de doi ani încoace este cunoscută și apreciată internațional, din Japonia până în cel mai prestigios concept-store parizian. De la prima vedere, Kristina Dragomir are multe în comun cu pălăriile sale: croi îndrăzneț, o linie impecabilă și, mai ales, prețiosul *je-ne-sais-quoi*. **de Diana-Florina Cosmin**



**Pe Kristina** am cunoscut-o, exact ca într-un cântec celebru, pe „Strada Speranței, la parter“, locul unde își avea atelierul cu câțiva ani în urmă, la prima noastră întâlnire. Între timp, „gaura de iepure“ desprinsă din Alice în Țara Minunilor (la propriu, pentru că Pălărierul Nebun și Iepurele tronau în mijlocul încăperilor pline de pălării de toate formele și culorile) s-a transformat într-un atelier cochet și minimalist pe unul dintre marile bulevarde ale Bucureștiului, iar pasiunea botezată jucăuș de Kristina „DogWork“ s-a cristalizat în brandul „Kristina Dragomir“, vândut acum în întreaga lume și prezentat inclusiv în publicații precum Vogue Marea Britanie sau Vogue Sposa.

De la cel mai vechi și faimos concept-store parizian, L’Eclairer, până la Beams International, o adevărată instituție japoneză a luxului sau la magazinele online Farfetch și Polyvore, creatoarea româncă – autointitulată extrem de retro-șic „modistă“ – își vede acum pălăriile în rând cu obiecte aparținând marilor branduri internaționale și simte că toată munca din ultimii șase ani a meritat efortul. De un an încoace colaborează și cu Familia Regală a României (Principesa Margareta a purtat creațiile sale la Jubileul

de Diamant al Reginei Elisabeta) și virează încet dar decisiv de la pălării la capete și de la croială la sculptură în material. Tocmai de aceea, prima colecție din 2013 s-a intitulat „Heads, not hats“, iar cea lansată pentru iarnă - „Heroes“ – sintetizează sub forma unei pălării unii dintre cei mai recunoscuti eroi de legendă, de la Omul Invizibil până la Superman.

„Pălăria se identifică cu persoana care o poartă, pentru că fiecare piesă creionează figura umană“, explică ea, zâmbind. „Dacă pălăriile ar putea prinde viață, dacă ele ar putea vorbi, ar da naștere unui alter-ego ludic și intrigant în egală măsură“. Printre inovațiile făcute în ultimul an se numără pălăria cu calotă dublă – o pălărie prinsă într-un alt trup de pălărie - și reinterpretarea cu umor a craniului uman, personalizat într-un mod cool și surprinzător (una dintre creațiile cel mai apreciate deopotrivă de bloggerii străini și de clienții magazinelor din alte țări fiind pălăria sub formă de craniu stilizat ținând în dinți un trandafir roșu).

**Deși** româncele nu-și dau încă voie să exploreze pe deplin capacitatea pălăriilor de a schimba și revoluționa o ținută, din 2008 – anul în care Kristina a pornit la drum – nișa

uibitoarelor de accesorii capilare spectaculoase a crescut vizibil, chiar și în rândul doamnelor cândva conservatoare și reticente la orice extravaganta vestimentară. „Primele cliențe care mi-au solicitat prototipuri de pălării, cu ani în urmă, au fost, în mod surprinzător, persoane de peste 35 de ani“, își amintește ea. Când s-a apucat de treabă, avea în spate cinci ani de advertising care își luaseră tribut din timpul și energia ei, dar și dorința de a crea de la zero ceva bazat în primul rând pe manualitate. A început cu marochinărie și cravate-fantezie pentru femei, vândute în primul concept-store al României, Melkior-ul creat de Alexandre Eram, și a ajuns la pălării dintr-o întâmplare frumoasă. În urma unei colecții de accesorii prezentate în 2008, și-a dat seama că jobenele și ceșcuțele răsturnate sub formă de pălării aveau cele mai multe solicitări de comenzi. Pentru a întâmpina această cerere nesperată, a creat atunci o linie dedicată exclusiv pălăriilor.

„Am luat lucrurile relaxat și am crescut firesc“, își amintește ea. Banii de pe primele pălării au finanțat producția pentru următoarele, au apărut primele utilaje, apoi restul, fără vreun plan prestabilit. Încetul cu încetul, au început

să curgă și comenzile de serie (de până la 7.000 de pălării pe lună), din partea multinaționalelor, a agențiilor de publicitate sau a teatrelor. Nu a suferit niciodată de pe urma absenței clienților, ci a meseriașilor de pălării. În România nu mai există fabrici de materiale de pălării, iar mulți dintre artizanii pe care a încercat să-i formeze la început se considerau „prea bătrâni“ ca să-și mai dorească să învețe ceva nou.

**A reușit** să-și cristalizeze însă o echipă, iar lipsa know-how-ului inițial s-a dovedit a fi, până la urmă, tot o formă de noroc. În lipsa unui mentor care s-o ghideze, Kristina a fost silită să inoveze și să-și dea frâu liber imaginației: și-a creat singură calapoade unice, cu forme inedite, înclinații, despicături și combinații de boruri, fără nicio legătură cu clasicul. A corespondat ani de zile cu designeri de pălării din Londra și a participat la cursuri, pentru a-și perfecționa arta. Cel mai mult admiră la artiștii străini generozitatea relaxată cu care-și împărtășesc cunoștințele. „În afara țării, oricine îți explică cu drag orice ce vrei să știi din meseria lui“, explică ea. „Numai în România, din păcate, oamenii se cramponează să ducă secretele cu ei în mormânt“. ■