

LIFE LOVE



Samfira merge mai departe

A debutat în forță pe piața românească de modă în urmă cu 15 ani, dar viitorul brandului său indică tot mai mult spre zări străine. Am discutat cu *Cristian Samfira* despre lungul drum al designului românesc de la *creație la business*.

de *Diana-Florina Cosmin*

Pentru cineva care lucrează de când se știe într-un domeniu dominat de materiale pretențioase, cusături complicate și de oameni chiar și mai pretențioși și complicați, Cristian Samfira este reconfortant de atipic. Clujean la origine, designerul face parte din „prima linie” a creației românești, apărută la începutul anilor 2000 și, poate tocmai prin prisma „vechimei” în domeniu, o discuție cu el echivalează cu o coborâre cu picioarele pe pământ din nacela prinsă de baloane multicolore în care călătorește în general moda românească.

Dacă alți colegi de breaslă adoră să lase impresia că plutesc deasupra tuturor chestiunilor lumești, precum „marketing”, „bani” și „vânzări”, la Cristian nu trebuie să te aștepti la niciun *mis-en-scene*, nici la propoziții rostite cu aroganță studiată, nici la teme tabu. Vorbește despre toate și tot, își expune problemele cu la fel de multă lejeritate precum succesele și nu se sfiște să recunoască lucruri incomode pentru alți designeri, cum ar fi faptul că în ultimii ani s-a căutat pe sine și că e un lucru absolut normal să ai dubii și perioade de reconsiderare a direcției creative.

„Simt că m-am maturizat și m-am așezat cu adevărat ca designer”, recunoaște el. A înțeles că stilul lui e feminin, dar și geometric, e spectaculos dar și purtabil și, mai ales, este mult mai conectat acum la ceea ce-și dorește femeia care va ajunge să poarte o anumită rochie sau pereche de pantaloni. „Nu mai face nimeni haine de amorul artei, în speranța că o divă o să le cumpere și o să aibă curajul să le poarte o seară, pe scenă”, zâmbește el. „Trebuie să fie în primul rând purtabile”.

PURTABILE... CU UN „CEVA” ÎN PLUS.

Un „ceva” care, dacă întrebi orice clientă fidelă a atelierului, ține de zona detaliilor miștoase și muncite, ce merg dincolo de sfera clasică a *pret-à-porter*-ului consumabil, înspre o zonă a creației prețioase. La Cristian însă, prețiozitatea nu se obține prin artificii facile, precum un material mai scump, un croi mai dezgolit sau câteva cristale aplicate pe ici pe colo. „Luxul” *à la Samfira* înseamnă combinații inedite de texturi, materiale pictate, încrețiri manuale, rozete din satin executate în ore de lucru de mână, piele tăiată cu laserul și cusături realizate cu exactitate milimetrică.

Migala sa tipic ardelenescă este completată de o altă caracteristică definitorie, atât în artă, cât și în viață: sinceritatea. Firească de altfel din partea unui design al cărui nume nu s-a legat niciodată de

mondenități sau cancanuri și care, din 2000 când a câștigat premiul pentru cel mai bun tânăr designer la Festivalul Modei de la Iași, se încapățânează să urmeze aceeași rețetă, considerată de alții desuetă: să-și vadă pur și simplu de treaba lui.

ASTA A ȘI FĂCUT ÎN ULTIMII ANI, când colecțiile lui s-au succedat cu cadență clară (ca și vernisajele de pictură, o altă pasiune a lui Cristian), iar comenzile din afara țării au venit firesc și discret, fără surle și trâmbițe în media. Nu doar că s-a așezat din punct de vedere creativ, dar s-a rodat în mixul de marketing, finanțe, psihologie și abilități interculturale de care are nevoie un designer pentru a reuși să transforme un showroom într-o afacere. Un rodaj făcut treptat, în cei trei ani de participare la Tranoi și Who's Next, târgurile pariziene care dau ora exactă în moda internațională.

Paradoxal, la început tocmai punctele sale forte – migala detaliilor și tăieturile spectaculoase – i-au dat serios de furcă. „Buyerii veneau, priveau, îmi spuneau că *c'est superb, c'est magnifique* și plecau”, își amintește el. Când și-a făcut curaj să-i abordeze, a realizat că aprecierea lor sinceră venea la pachet și cu o prejudecată. „Acei oameni recunosc imediat ceva calitativ și manual, așa porneau din start de la ideea că prețurile mele sunt peste bugetele lor”, explică el. „Și la început chiar erau”.

Încetul cu încetul, a învățat să-și ajusteze prețurile în raport cu piața, să abordeze fiecare buyer în funcție de țara de proveniență, să găsească un „cârlig” și pentru trecătorii grăbiți și să recunoască un buyer serios de unul care vine, dă o comandă de 15.000 de euro, apoi nu mai răspunde niciodată la telefon (ceea ce i s-a și întâmplat o dată). A învățat că francezii vorbesc mult și cumpără puțin și greu, că arabii negociază la sânge și sunt singurii care vor modificări pe modele sau că pe japonezi trebuie să-i lași în pace când intră în stand, altminteri se vor simți atacați și vor face rapid cale-ntoarsă. „Italianii sunt foarte prompti, iar americanii se decid în cinci minute, aruncă o privire și știu exact ce vor, ce se potrivește clienților lor și în câte exemplare le pot vinde”, zâmbește Cristian.

Primele rezultate au apărut la începutul anului trecut, când au început să vină și comenzile din toată lumea: Statele Unite, Arabia Saudită, Italia, Qatar, Kuweit, Irlanda, China, Dubai. Și, spre satisfacția lui, majoritatea clienților o reprezintă concept-stores de lux, unde creațiile Cristian Samfira stau în rând cu piese Phillip Lim, Lanvin și Céline. „Mi se spusese că în primii doi ani de participare



Foto: Mihai Barbu/Photoliu

Ca designer, trebuie să reușești să crezi ceva foarte simplu și curat, dar care să arate diferit, spectaculos și scump. Cel mai greu lucru dintre toate.

buyerii nu-ți comandă nimic, vor doar să vadă dacă ești serios și dacă ai continuitate de la un sezon la altul”, explică el. „Și exact în al treilea an au venit primele comenzi, deși cu unii dintre clienți ne cunoșteam deja foarte bine”.

Să execuți și să livrezi internațional peste 200 de rochii cu detalii manuale elaborate înseamnă un ritm de muncă extrem de alert pentru un atelier mic, care a crescut organic, fără investiții masive. De aceea, în spirit realist, Cristian îmi spune franc că nu-și dorește să primească prea curând „comanda vieții lui”: „Nu aș fi pregătit din punct de vedere logistic, trebuie să mai cresc puțin”. În prezent lucrează la mărirea echipei, găsirea unor croitorese pricepute fiind însă marea problemă a industriei românești de modă, poate chiar mai mare decât marketingul și promovarea la un loc.

ÎN ACEST AN DE EXTINDERE RAPIDĂ, mâna dreaptă în atelier a fost soția lui, Ștefana, la rândul său artistă și provenind dintr-o familie renumită de actori. Tatăl său este celebrul actor Florin Zamfirescu, mama sa este la fel de renumită Valeria Sitaru, iar fratele său – Vlad Zamfirescu – s-a remarcat în filme de succes, precum „Restul e tăcere”. Eficientă și antreprenorială, Ștefana și-a pus rapid la bătaie abilitățile organizatorice. „Ca actriță, îmi dai o situație și o rezolv”, zâmbește ea. Chiar și când nu înseamnă conturarea unui personaj, ci tablele

cu măsuri, design de etichete și supravegherea tăieturilor făcute de croitorese.

Împreună, Ștefana și Cristian au o dinamică extraordinară și e suficient să-i observi câteva minute ca să-ți dai seama de complicitatea care-i leagă. Au glumele și acoladele lor și par mai curând o pereche de îndrăgostiți aflați la primele întâlniri decât un cuplu cu doi copii, dintre care unul de doar șapte luni. Și, după cum recunosc amândoi, râzând, la trei zile de la nașterea cel mic se afla deja în atelier, unde părinții aveau treabă serioasă de făcut și livrări de onorat. „Odată ce intri în acest joc al producției, e foarte dificil”, recunoaște Cristian. „Iar eu nu vreau să fiu un tată care vine acasă la zece seara și își vede copiii deja dormind”.

CA „VETERAN” AL MODEI ROMÂNEȘTI, privește imaginea de ansamblu foarte lucid și fără false menajamente: „În țara noastră poți vedea, în acest moment, produse demne de Londra și Paris”, explică el. Problema stă în mecanismele extrem de precare ale așa-zisei industriei de modă de la noi. „România nu te solicită”, îmi spune, cu tristețe. „Îți vine azi o clientă, mâine o clientă, una vrea rochia pe roz, alta o vrea mai cambată acolo, cealaltă mai strânsă dincolo, și cam atât”. În ultimii trei ani de deschidere internațională a înțeles subtilitățile creației de modă, de la locul în care amplasezi fermoarul pentru a fi confortabil pentru cât mai mulți clienți până la modul în care reușești să crezi ceva nespun de simplu și curat, dar care să arate extrem de complex, spectaculos și scump. Adică exact cel mai greu lucru pentru orice designer.

Dincolo de comenzi și încasări însă, contactul cu oameni din toate colțurile lumii i-a dat lui Cristian ceea ce România nu reușise în 15 ani de carieră: imaginea clară a locului și a potențialului său în lumea modei. „E foarte important să vină cineva care cunoaște acest domeniu și care n-are absolut niciun interes la tine și să-ți spună că *e magnifique* ceea ce faci”, recunoaște el. „În România nu vine nimeni să-ți spună asta doar așa, din bunăvoință, fără să aibă niciun interes la tine”.

Cristian Samfira are o asemenea ușurință de a povesti lucrurile încât nu pare niciodată că se plânge, doar constată, analizează și-ți oferă concluzia a ceea ce a privit în jur. Este și rețeta care l-a ținut pe piață atâta vreme, în ciuda unor vremuri deloc lipsite de greutate. „Da, sunt multe lucruri de făcut încă, sunt multe lucruri care lipsesc în România”, crede el, „dar dacă ajungi ca un om din celălalt colț al lumii să-ți spună *«Wow, this is so luxe»*, înseamnă că a meritat tot efortul”. □