

ВЕЩИ В ЗАНАЯТА

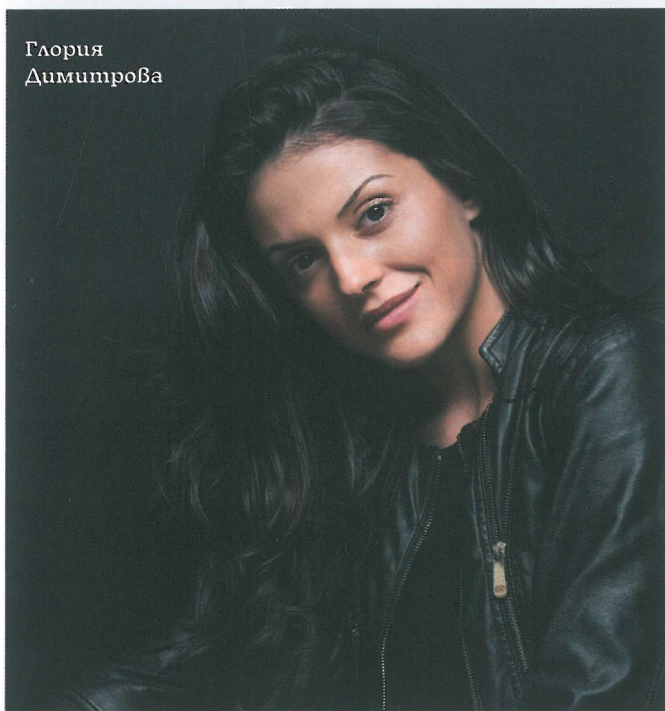
Модната индустрия в цифри от последните години стряска с мащаба си дори и хората от бизнеса: производството на дамско облекло в света носи 621 млрд. долара, на мъжкото - 402 млрд., на луксозните стоки - 339,4 млрд. Повече от 60 милиона души работят в бранша, което е два пъти повече в сравнение с 90-те години.

У нас ситуацията не е много различна и затова ви запознаваме с новото поколение създатели на модни марки, които притежават особена и сложна за уседнал начин на живот комбинация от качества: те са амбициозни, отговорни и емоционални. И млади. Учат, пътуват, работят и продават. Те са тук, светът е в техния гръб и е твърде вероятно утре да откриете, че той (гръбът) носи името на техния лейбъл. Сред тези студенти от магистърската програма "Мода и бизнес стратегии" в НБУ може би има бъдещи световни модни звезди.

PROVOCATIVE ОТ ГЛОРИЯ ДИМИТРОВА (24 Г.)

Нещата се случиха с много мечти, работа и вяра

Глория
Димитрова



Как започна всичко с Provocative?

- В процеса на работа по първата ми голяма колекция за бакалавърската програма "Мода" на НБУ. Идеята беше да има сблъсък на контрасти и на противоположни стилове и така се роди името. Всичко се разви бързо - трябваше да направя 6 аутфита за ревюто и реших, че това е малко - по-добре да са 15. Купих си шевни машини, защото ме гонеха от университета в 9 вечерта и просто нямаше къде да шия. Създадох първата си колекция, направих фотосесия и след не повече от седмица имах шанса да се запозная с президентката на Balkan Fashion Week Мария Колева, която ме покани

на първото издание с думите "Утре идваш и правиш режьо".

- Звучи лесно за начало, а какво реално ти костваше?

- Да си намеря съмишленици - сега във фирмата сме аз, още двама дизайнера и три шивачки и моделиерки. После записах "Мода и бизнес стратегии" - магистърска програма пак в НБУ, с идеята да видя как да се развивам напред. Дори един бизнес план не успях да напиша като хората, защото непрекъснато имах нещо да шия. След представянето на колекцията ми на Balkan Fashion Week 2016 получих покана от собствениците на Inlife.bg, за да обличам репортерите им.

Последва и покана от Feeric Fashion Week, کوето селектираха хора за Румънската седмица на модата. Колекцията ми беше включена в секцията Vogue Talents на италианското издание на списанието. През юни 2017 г. представих и друга колекция в сътрудничество с българския бранд за аксесоари PLIK на второто издание на Balkan Fashion Week, което отново ми донесе сериозни успехи. GQ Italy засне част от колекцията и бяхме избрани лично от собственичката на международен конкурс за дизайн в Милано - Mad Mood Milan Fashion Design Talents Competition 2017. Представихме собствено режьо в Милано и спечелихме наградата за млади таланти, което ни даде възможността да представим колекция в Лвов, Украйна.

- В момента накъде върви Provocative?

- Имаме собствен шоурум ателие в София, предлагаме облекла на сайта ни и продаваме още и в шоурум в Улан Батор, Монголия, както и в два международни сайта. В университета се запознах и с Катя Генчева, която има лейбъл за аксесоари - Kind of Gorgeous, и работим заедно. Харесвам подобни collaborations, защото аксесоарите дават друг живот на грехите. Отскоро имаме и корнър в Notogalleries в Sofia Ring Mall и ни престои да заминем за Седмицата на модата в Казахстан до броени дни.

- Буквално колко струва да създадеш моден бранд?

- Без да звучи глупаво, но на мен нещата са ми се случили с много мечти, работа и вяра. Много хора ми помагаша и продължават да го правят - семейство, бизнес партньори, фотографи, стилисти, модели, гуджеи, шефове на модни седмици. Ако не бяха те, всичко щеше да ми струва много хиляди левове.

Дори в момента уча моден дизайн в един от най-скъпите частни университети в Барселона - IED, за който само съм си мечтала.

Модният бизнес изисква огромни инвестиции и сериозно количество работа, но когато човек има потенциал и се труди, хората го забелязват и му дават шанс да се развива.

- Какво научи до момента от IED?

- Че конкуренцията е огромна, интензивността на работа - безпощадна, и че един ден почивка може да ти коства много. А най-важното е да създадеш брилянтен екип, който да е мотивиран и концентриран в това, което прави.



Оувърсайз
гамско сако от
вълна с гъбуредно
закопчаване и
отворен гръб.
Новата малка
черна рокля на
съвременната
жена

Скъсен суитшърт с принт и нашивки и клош панталон с дълбоко гъно и много висока талия от 100% полиестер, материал на нашивките - силикон с добавка на пигменти - фосфоресцентни и UV реактивни



BORYANA PETROVA
ОТ БОРЯНА ПЕТРОВА (28 Г.)

Дрехите може да имат и Второ ниво на прочит

Боряна
Петрова



Каква е идеята на твоя бранд?

- Вдъхновенията са ми основно от изкуството и науката. Съсредоточавам се върху принтове вследствие на предишните ми образования - бакалавър съм по живопис и магистър по дигитални изкуства от НХА. И в марката ще има винаги разработки на визуи от изкуството, науката и дигиталната ера. Като цяло брандът ми е симбиоза от кежуъл и спортно ориентирани облекла, с възможност да се носят и с по-формални неща.

- Какво те отличава от останалите?

- Обсесията ми от цветовете, която имам от живописата. Тя не е повлияна от нашето светоусещане, а от различните промени, които може да настанат от светлината върху платата - в моя случай работата с UV осветление проявява тези ефекти. Интересува ме, защото в рамките на човешкия живот ние не виждаме подобни неща освен в нощния живот и клубовете. Там носим грехи, които може да имат и второ ниво на прочит. Винаги ще ме занимава този момент.

- Какви са най-големите ти успехи до тук?

- Участвала съм в Balkan Fashion Week 2017 със самостоятелно рево. Оттам ме поканиха за финалист на международен конкурс за млади таланти Mad Mood в рамките на Milan Fashion Week. Колекцията беше показана и по време на ревиото за нови имена в модата The Secret Code of Fashion, организирано от Мира Постолаче, талънт хънтър на Vogue, която ме намери и покани по време на Balkan Fashion Week 2018.

- Как смяташ да развиваш марката и какъв ти е таргетът?

- Хора, които не ползват ширпотреба - така да го кажа. Имат отношение към социума, културата, бъдещето на планетата и нямат против технологичния напредък. Защото има лек дуализъм и в тази посока - как точно трябва да се развива светът, да се върнем ли към естествените материали, или не. Моето проучване сочи, че полиестерът е една от най-устойчивите материци, защото 100% подлежи на рециклиране. А и употребата на вода по пътя на изработването му и на рециклирането е в пъти по-малко от останалите материци. И да, не е хубаво да е разхвърлян по океаните, но ако може да си върнеш грехата и тя да бъде направена на нова - това е супер. Ние сме произвели един куп пластмаса, която ми се струва, че е най-добре да се използва отново. Искам да се насоча в тази посока, все още обаче у нас не мога да намеря компании, които се занимават с преработка на полиестер на 100%.

- Какво предстои в най-скоро време?

- В началото на юни да пусна нова колекция и да я представя освен на сайта ми, и във вече установени платформи като etsy.com и notjustalabel.com.

Искаме Всички жени да се чувстват модерни

Разкажете за вашето сътрудничество.

- Искахме да се погразбира, че са дъмаа гуши, затова се казва THEY ARE, но не е това основното. Запознахме се, докато учехме за бакалаври по мода, но се сближихме накрая. Разбрахме се, че искаме да се занимаваме с това, записахме и манифест "Мода и бизнес стратегии", започна да става все по-хубаво, защото се появи възможност да си направим собствено ателие.

- И как се случи това, откъде гоиде финансирането?

- Спечелихме конкурс по проект за насърчаване на иновационната активност на младите хора в България, под егидата на Министерството на икономиката, за който разбрахме случайно. Имаше срок от седмица да си напишем бизнес плана и да подготвим всичко останало. След месец разбрахме, че сме одобрени. Така започна ателието. Всичко дотук, което имаме, е благодарение на тази помощ за насърчаване на млади хора, които да се развиват в България.

- Каква е концепцията на бранда?

- Правим дамска конфекция, следвайки модата и нейните промени. Създадохме и линия за жени с нестандартни размери (plus size). Направихме онлайн магазин, който се казва theyare2.com, и извършваме частни поръчки към момента. Искаме да продаваме повече извън България, целият сайт е направен така, че да търси подобен таргет. И в началото на май трябва да пуснем втората си колекция. Вдъхновена от деконструктивизъм и асиметрия, наситена с нежни цветове в розово-бежова гама, с акценти от циклама и зелено. Ръчно плетени изделия са част от концепцията на бранда - "червената нишка" за цялостна визия.

- Кажете още за линията за жени с нестандартни размери.

- Дадохме си сметка, че пазарът у нас е много беден в тази ниша. Много жени все повече пазаруват от други държави, защото тук няма предлагане. Искаме да им предложим облекла, с които да се чувстват модерни и да забравят, че имат по-различни физически данни от тези на моделките.

- Колко души работят за Вас?

- Николко. Всичко правим сами. Все повече и повече обемът на работа ни се увеличава и сме в търсене на млади хора, които да бъдат част от нашият екип.



Асиметричен шлифер, бюстие, широк панталон с бастии. Деконструктивна насоченост в детайлите



Мартина Бонев



Христина Чекова

АНИТА ПЕТРОВА (41 Г.)
И АДРИАН МИХАЙЛОВ (30 Г.) ОТ ADRIAN MI

Мечтите ни стават реалност

Каква е идеята на Adrian Mi?

АДРИАН: Брандът е създаден преди половин година и точно толкова време ми трябваше да направя първата си колекция от мъжки облекла. Но винаги съм имал едно наум, че искам да правя и дамска мода. Както и аксесоари, обувки - въобще да покрия всичко. С Анита се запознахме в университета, знаех, че работи като конструктор на облекла и толкова.

АНИТА: И преди по-малко от месец, тъкмо бях приключила работните си ангажименти, той ми направи предложение - да подготвя дамската линия за марката. В момента имам непосилната задача да произведа артикули за много кратко време...

АДРИАН: ...защото в началото на май стартира онлайн магазинът ми adrian-mi.com с мъжката колекция от грехи и аксесоари, които искам да са допълнени с дамски.

АНИТА: Но за зимната ще имаме госта повече време и двете колекции ще са в пълен състав.

- Как решихте да работите заедно, какво ви събра?

АНИТА: Имахме общи идеи накъде да върви брандът не само като стил. На мен също ми харесва да правя аксесоари и изобщо да предлагам грехи, които всеки да знае с какво може да бъдат съчетани.

- От маркетинг гледна точка къде би следвало да се намирате?

АДРИАН: Извън България е целта на всички според мен. Ние сме наели човек, който се занимава с позиционирането на бранда като цяло. Залагаме на представяне и реклама в социалните мрежи, виждаме, че този метод работи и за по-големите. Така че за момента следваме вълната.

Панталон с висока талия, спортна блуза и палто с високи ценки и принт с флекс фолио, контрастът между стилове е и в материалите

Анита
Димитрова



Сако с лого ленти, панталон 7/8 с цип, тениска с ръчно рисуван принт "пуканки", изработени от памучни материци и Вискоза

- Колко души работят за Вас?

АДРИАН: Общо с нас сме пет човека. С Анита сме гизайнери и конструктори, имаме две шивачки и моделиер. Аз рисувам всички десени за грехите и колкото и нескромно да звучи, започнах и да си ги снимам - облеклата имам предвид. Направих си малко студио в ателието и така.

- А как стигнахте до идеята да се занимавате с мода?

АДРИАН: Преди три години реших, че най-накрая ще заложа на това. Предишното ми образование е икономическо, благодарен съм на родителите си, че ме накараха да го завърша, но модата винаги ме е гърпала. Вече имах идея как да направя един бизнес работещ и мечтите ми сега се реализират.

АНИТА: И моето първо образование няма връзка с модата, завършила съм маркетинг и мениджмънт, работила съм и в рекламни агенции, докато не се стигна до момента, в който случайно започнах работа в едно шивашко ателие, запалих се и исках да науча всичко. И така се стигна готук - записах тази магистърска програма съвсем на шега, но ужасно ми хареса. И продължих да не искам да има нещо, което не знам в конструирането.

- А заедно как решихте да работите?

АНИТА: Пак случайно - той идваше в ателието, където работех, за да си печата кройките, в един момент му казах, че съм приключила работа там, и това беше.

АДРИАН: Предложих ѝ в момента на разговора. Не съм го мислил преди. Знаех, че е много добра. ■

Реълото Fashion Forecast на гизайнерите от магистърска програма "Мода и бизнес стратегии", НБУ, може да видите на Balkan Fashion Week в началото на юни.



Адриан
Михайлов

