Magiczny Kraków

Krakowskie start-up’y z branży modowej

2016-02-25

Moda jest dziedziną pozwalającą zarobić wielkie pieniądze i sprawia, że kojarzone z nią miasta są chętnie odwiedzane. Tokio, Mediolan, Nowy Jork, Paryż i Londyn, a nawet Berlin i Warszawa to miejsca, do których przyjeżdża się po świeże pomysły na własny styl i niepowtarzalne zakupy. Moda to przemysł kreatywny, który łączy w sobie nie tylko innowacyjną myśl, ale także zaawansowaną produkcję. Na całym świecie obserwujemy trend powrotu prestiżowych marek do wytwarzania swoich wyrobów na miejscu, a nie sprowadzaniu ich z Azji. Wpływa na to możliwość szybkiego wprowadzania na rynek krótszych, lepiej nadążających za modą kolekcji oraz rosnąca świadomość konsumentów. Również w Krakowie powstają światowej klasy projekty modowe. Przyjrzyjmy się zatem przedsiębiorcom, którzy tworzą innowacje w branży nie kojarzonej przez większość ze start-up’ami.

Modowy ekosystem

Jeśli świat biznesu jest wymagający, a kariera w branży modowej należy do najtrudniejszych, to zdobycie się na założenie własnej marki odzieżowej wymaga niesamowitej odwagi. Dodatkowo niewiele jest inicjatyw, które wspierają właśnie przedsiębiorców z tej dziedziny. W Krakowie jednak powstało środowiska sprzyjające takim przedsięwzięciom. Jednym z nich jest koncept Idea Fix, autorstwa Anny Kwiatek, który pozwala młodym polskim projektantom ubrać marzenia o projektowaniu mody w konkrety i daje podstawy rynkowego działania. Oto jak przedstawia go sama założycielka:

„Idea Fix to promowanie twórców, ale głównie dzięki sprzedawaniu ich produktów. To kreatywny biznes. Działamy na trzech najważniejszych polach. Po pierwsze kultura. Po drugie edukacja. Po trzecie biznes. Współorganizowaliśmy konferencję Przemysły Kreatywne, podczas której odbył się duży panel z ćwiczeniami z przedsiębiorczości. Chcemy pokazywać, jak młodzi ludzie mogą się ze swoich pomysłów sami utrzymywać. Wskazujemy, że małe, kreatywne biznesy mają kolosalny wpływ na lokalny rynek i wnoszą dużą wartość do społeczeństwa. Tworzymy filmy i relacje z wydarzeń, produkujemy sesje zdjęciowe, udzielamy się medialnie, promujemy nasze wydarzenia w sieci. Dzięki temu projektanci korzystają indywidualnie, mogą rozwijać własne twórcze wizje. Nasza idea to nie tylko Koncept Sklep, ale „kombajn sprzedażowo-promocyjno-eventowy”.

Pod okiem mistrza

Kolejną inicjatywą pozwalającą poważnie pomyśleć o związaniu swojej kariery z branżą są warsztaty projektowania mody, pod kierunkiem Tomasza Ossolińskiego, organizowane przez Otwartą Pracownię Projektowania Ubioru, która funkcjonuje na Wydziale Architektury Wnętrz krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych. Dzięki niej studenci z różnych kierunków mogli zaprojektować swoje pierwsze kreacje pod okiem jednego z najwybitniejszych polskich krawców współczesnej doby. Tomasz Ossoliński, pytany jak ocenia pierwsze projekty ludzi, którzy być może zwiążą swoją przyszłość z modą, odpowiedział:

„Trudno jest oceniać jednoznacznie, czy ktoś sprawdzi się w tej branży. Nawet bardzo kreatywna osoba może stracić zapał w zderzeniu z tą niesamowicie wymagającą pracą. Oczywiście podoba mi się

kilka przygotowanych podczas warsztatów projektów, ale jest pytanie, czy ktoś naprawdę chce to robić? Trzeba sobie jasno odpowiedzieć – czy to jest moja bajka? Czy chcę walczyć i podejmować kolejne kroki, robić kolejne projekty? I to nie jeden, kilka, ale kilkadziesiąt projektów, by w ogóle wejść do gry. Miejsce się znajdzie, bo nikt nie ma monopolu na modę. Każdą rzecz można zrobić na wiele sposobów. Ten sam pomysł można zrealizować w kiepski sposób, albo zrobić z niego rzecz genialną."

Sukces w zgodzie ze sobą

Bycie skutecznym w biznesie, zdaniem niektórych, oznacza pójście na kompromis i sprzedanie ideałów. Z takim podejściem nie zgadza się wyjątkowa postać krakowskiej mody - Małgosia Bochenek, twórczyni marki BOHO. Jej projekty – inspirowane właśnie stylem boho – są naturalne w każdym tego słowa znaczeniu, pełne kwiatowych motywów i pozytywnej energii. Projektantka nie próbuje na siłę wpisywać się w trend, nie stara się szokować. Przecież skoro wszyscy wokół to robią, można wyróżnić się normalnością. Na pytanie co zrobić, aby odnieść sukces w modowym biznesie odpowiada:

„Własny biznes to przede wszystkim rozwiązywanie problemów każdego dnia. Gdy zwiększa się skala, zwiększa się wielkość problemów. Satysfakcja i wolność, jaką daje prowadzenie własnego biznesu, jest nie do przecenienia, ale nie każdy się do tego nadaje. Trzeba umieć narzucić sobie dyscyplinę i mieć ogromne pokłady wiary we własny pomysł. Czasem wystarczy wsparcie bliskich. Ważne jest też to, by mieć coś poza pracą, bo własny biznes pochłania. Jest się w pracy cały czas."

Sztuka inspiracji

Żeby rozpalić wyobraźnię i stworzyć projekty, które przemówią do klientów na całym świecie trzeba umieć szukać inspiracji – w dalekich podróżach i tuż obok. Wspomina o tym Anka Letycja Walicka – krakowska projektantka mody rozwijająca swoją własną markę:

„Inspiracją są filmy, muzyka, różne stany emocjonalne, pora roku – dla mnie najbardziej inspirujący jest klimat jesieni-zimy, gdyż można się wtedy lepiej skupić. Artyści, żeby tworzyć dużo podróżują i dużo oglądają. Ja też to robię, jeżdżę na wystawy, odwiedzam nowe miejsca. Zawsze jest dobry moment, żeby wyrwać się na wakacje."

Krakowski wybieg

Nie ma mody bez blichtru i spotkań handlowych, gdzie projektanci mogą pokazać swoje kreacje i inspirować się twórczością innych. Również i tego w Krakowie jest coraz więcej. Przykładem mogą być odbywające się w ICE wydarzenia: niedawny CRACK Fashion Festival czy zbliżający się Cracow Fashion Week oraz wiele innych projektów gromadzących młodych projektantów mody.