

ELEGANCIA ÉS JÁTÉKOSSÁG

„Tapasztalaim szerint az elegancia segít a nőknek mindennapjaik teljesebb megélésében: egy munkanapot alapvetően meghatároz az, hogy szépnek és elegánsnak lássák magukat az indulás előtti utolsó tükörképben” – vallja **Oláh Zsigmond**, akinek show-roomja májustól a diplomatanegyedben várja vendégeit.

Szöveg és kép - **Páczai Tamás**

◆ **Hogyan született meg a Zigi?**

Kényszerhelyzet szülte a márkát, mert az előző munkahelyem megszűnt, én viszont nem akartam elmenni másik tervezőhöz dolgozni. A közeget és a munkát megszerettem, ezért jött az ötlet, hogy saját márkát alapítsak. Kezdetben semmi tudatosság nem volt benne, egyszerűen ruhákat csináltunk és kitaláltunk egy jól hangzó nevet.

Kollekcióid jellemzésében nagyon erősen jelen van a nők és az elegancia tisztelete.

Minden egyes kollekció tervezésekor próbálok beleképzelni magam a vendégeim helyzetébe, azaz hogyan viselkedhetnek a munkában, hogy nevelik a gyerekeket, milyen eseményekre, szórakozóhelyekre járhatnak szabadidejükben. Nekem ez segít a legjobban, hogy olyan ruhák készüljenek, amelyekkel testalkattól és kortól függetlenül a legjobbat hozhatjuk ki.

Kik találnak rátok?

Főleg közép- és felsővezetői körből találnak meg minket. Ezeknél a hölgyeknél a munkájuk által van egy szükséglet, hogy extrábban kell öltözniük az átlagnál, rajtuk kívül pedig vannak olyan vásárlóink is, akiknél generációk óta a hétköznapi élet szerves része az elegancia. Szerencsére egyre több az olyan nő, aki kíváncsiságból próbálja ki az eleganciát, vagy annyi inger éri a környezetéből, hogy döntéshelyzetbe kerül. Úgy tapasztalom, hogy Nyugat-Európában már hosszú évek óta

reneszánszát éli a főleg az 1970-es évek után háttérbe szorult elegáns öltözködés. Itthon ehhez még idő kell, de a Zigi négyéves története és fejlődése is azt mutatja, hogy a folyamat elindult.

Hogyan inspirálódsz?

Ha éppen tervezési szakaszomat élem, akkor bármiben meglátom a lehetőséget. Az élet apró pillanatai inspirálnak, nem kell elutaznom a Hortobágyra vagy a Holland-Antillákra, hogy beinduljon a fantáziám. Főleg a szezonok közötti fél évek határozzák meg kollekcióimat, ekkor időm is van gondolkodni és képet rajzolni a bennem élő és formálódó női ideálról. Az aktuális trendek általában visszanyúlnak régebbi korok divatjaihoz, ezeket használjuk mi is, de nem fekszünk rá évtizedekre vagy a mostanában trendi retróra. Ezért lesznek frissek a ruháink, mert a mai kort szólítjuk meg, kevés bennünk a nosztalgia.

Hogyan lett a Zigi gondosan felépített marketingterv és kommunikációs hadjárat nélkül pár év alatt országosan ismert és keresett márká?

Főleg ajánlás útján terjed a hírünk és ezt is szeretjük a legjobban, hiszen a szájhagyománynál jobb ajánlólevél nincs. Persze megjelenünk rengeteg magazinban, internetes felületeken, főleg az elmúlt hónapokban már jóval tudatosabban építjük a márkát, de nagyon fontosnak tartom, hogy a születéskor jelen lévő lazaságot elegánsan megőrizzük. ◆

