

MÉTERRŐL > MÉTERRE

A Blind Chic 2011 nyarán született, amikor a magyar divattervező Vesmás Juli és a szlovén tervezőgrafikus Neza Peterca találkoztak egy Ljubljanától Budapestig tartó kerékpáros túrán. De az igazi utazás akkor kezdődött, amikor a fővárosba költöztek.

Szöveg és kép - Páczai Tamás

„A kerékpáros túra után visszautaztam Ljubljanába, hogy lediplomázzak, majd azon gondolkodtam, hogy mi legyen a következő lépés az életben. Juli akkoriban költözött Madridból Budapestre, a Fogasházban volt egy kis stúdiója, ahol dolgozhatott. Szólt, hogy van nekem is ott egy hely, menjek, ha úgy gondolom. Már az egyetem alatt volt egy kis vállalkozásom, táskákat és egyéb kiegészítőket csináltam, így odaköltöztem, hogy a Fogasházban folytassam a munkát” – mesél Neza a kezdetekről. A két lány egy műhelyben dolgozott, majd egy napon eldöntötték, hogy kéne valamit csinálni közösen. Az első projekt az a hátizsák volt, ami azóta is a Blind Chic kollekciók alapja. Juli elmondása szerint „az első darab – Wolf néven – katonai sátraknál alkalmazott waxolt vászonból készült táska volt, amely 2011 novemberére készült el sok tervezés és tesztelés után. A »biciklifüggőségünk« miatt olyan hátizsákot akartunk készíteni, ami a nyeregből leszállva is jól illeszkedik a városi környezetbe, nem pedig hi-tech szabadidős anyagokat használó, sportruházatot kívánó kiegészítő, így bárki viselheti. Ugyanakkor fontos szempont volt a funkcionalitás, valamint az, hogy időjárásálló anyagokból készüljön.”

Juli és Neza mondhatni csak kíváncsiságból készítették el a táskát, ki akarták próbálni, mi történik, ha bedobják a közönsbe a biciklizés és a tervezés iránt érzett szerelmüket. „Nem volt anyagi lehetőségünk és csapatunk sem arra, hogy évek munkájával bevezessünk a piacra egy új márkát, így egy próba volt az egész, hiszen két varrógéppel és néhány méter anyaggal és az évek során gyűjtött tapasztalatokkal indultunk.”

Készítettek egy rövid fotósorozatot és videót az Andrásy úton (ezeket Neza fotózta, azóta is ő készíti a Blind Chic

kampányfotóit), majd elküldték egy kerékpáros blognak, akik posztolták az anyagot: „Nézzétek meg, srácok, ezt az új magyar hátizsákot!”. Ezt követően nagyon gyorsan elterjedt a hír a legnagyobb nemzetközi designer és kerékpáros blogokon, weboldalokon. Azonnal és folyamatosan érkeztek a megrendelések úgy, hogy Juli és Neza kezében mindössze néhány darab volt. „Nagyon meglepődtünk, hogy mennyi üzlet keresett meg minket, semmilyen szinten nem voltunk felkészülve egy nagyobb kapacitást igénylő gyártásra. Volt olyan megrendelő, aki egyszerre 300 darabot akart két héten belül.”

Kalandos időszak kezdődött ezután a Blind Chic életében, hiszen a semmiből és mondhatni azonnal kellett kialakítani az évi több száz darabos rendeléseket kiszolgáló feltételeket. Sokat tanultak az útközben elkövetett hibákból is – nem tudták az összes anyagot itthon beszerezni, a táskáik kialakítása is folyamatos evolúción ment át, amelynek során teljes mértékben figyelembe vették és veszik a vásárlók tapasztalatait –, a megrendelők pedig türelmesen álltak a helyzetükhöz. „Méterről méterre fejlődünk, ahogy jöttek a megrendelések, úgy tudunk egyre több anyagot vásárolni” – mondja Neza. Öt év alatt hosszú utat járt be a Blind Chic, jelenleg a világ számos országában árulják a táskáikat, olyan helyeken is, mint Peru, Dél-Afrika vagy Japán. A legnagyobb piacuk Németország, Magyarországon pedig az utóbbi három évben kezdenek bekerülni a divat vérkeringésébe.

„A táskáink egyik legfontosabb jellemzője a lecsavarható, az úgynevezett 'roll-top' tető, amivel a zsák méretét szabályozhatjuk, ezt az ötletet a biciklisfutárok táskáitól kölcsönöztük. Úgy alakult, hogy a Blind Chic a városi fiatalok körében divatos és népszerű, nem csak kerékpárosok használják.” ♦

