

moda

Sportowe szaleństwo

#tenniscore 141

Joanna Hawrot i jej kimona

Wystawa w Muzeum

Narodowym 132

Cóż, że z Japonii?

Awangarda wiecznie żywa 136

Wiejskie życie

słońce
WZDYWA



Naturalna OSOBNOSĆ

Odwaga w noszeniu się inaczej niż wszyscy
może być sposobem na życie

ZDJĘCIA JULIA HUSZCZA DLA KAROLINA NAJI,
STYLIZACJA KAROLINA NAJI, TEKST MAGDALENA KACALAK







*Karolina Naji to marka charakterystyczna,
z rozpoznawalnymi projektami*





*Zalety naturalnych tkanin docenia się dopiero
w ekstremalnych temperaturach*



Ostatnie miesiące Karolina Naji spędziła w hiszpańskiej Andaluzji. Energia i kolory tego regionu odcisnęły się na jej projektach. Kiedy rozmawiamy o letniej kolekcji „Verano”, Karolina wciąż jeszcze jest niedaleko Malagi, skąd planuje podróż samochodem do Portugalii, a potem jeszcze przystanek w Toskanii. Brzmi jak świetny plan na wakacje, ale ta wycieczka ma też służyć poszukiwaniu nowych producentów tkanin, których czasem łatwiej znaleźć, podróżując palcem po mapie, niż przeszukując kolejne strony w przeglądarce. Karolina lubi osobiście poznać ludzi, z którymi będzie pracowała, zobaczyć zaplecze produkcji i wymienić uścisk dłoni. Zawsze poszukuje unikatowych materiałów, bo coraz trudniej jest znaleźć coś, czego nie mają wszyscy.

A u niej tkanina bywa równie ważna jak sam projekt. Wystarczy wspomnieć jedwabne żakardy, które pojawiały się w poprzednich kolekcjach, czy jakościowe lny łączone z bawełną, o nadruku w kwiaty, które robiła na zamówienie. Wszystko zawsze naturalne, co docenia teraz, gdy testuje nowe projekty w ekstremalnych letnich hiszpańskich warunkach. Choć od założenia marki minęło sześć lat, Karolina w branży jest dłużej. Studiowała projektowanie mody w Wyższej Szkole Sztuki i Projektowania w Łodzi, a potem pracowała dla jednej z większych marek w Polsce. Decyzja o przejściu na swoje nie była łatwa, ale projektantka już na wczesnym etapie określiła estetykę marki i potrafiła przekonać do niej klientki.

To marka bardzo charakterystyczna, z rozpoznawalnymi wzorami. Jest elegancka, w duchu nieco retro, ale równocześnie kobieca. Do tego okraszona nowatorskimi rozwiązaniami konstrukcyjnymi. Projektantka, poszukując dla siebie niszy, początkowo skupiła się na koszulach, choć wiele szwalni odmawia ich szycia ze względu na zbyt dużą komplikację w krojach. Wymyśliła więc modele, mogące definiować strój służbowy, a jednocześnie nadające się do noszenia po domu bez dyskomfortu. Powiększyła kołnierze i otworzyła dekolt, dodała bufiaste rękawy i obniżyła linię pach. Dzięki długim mankietom wyeksponowała nadgarstki i dłonie, które są dla niej istotnym elementem kobiecego ciała. Ten przepis na koszulę stosuje do dziś, choć klasyczne modele stale ewoluują. Podlegają ulepszeniom i poprawkom na wnioski klientek, które dzielą się wrażeniami po zakupach. Karolina ma pod nadzorem social media swojej marki, bo ceni sobie te kontakty. Praca na własne nazwisko wymaga bycia konsekwentną wizerunkowo, ale z tym projektantka nie ma kłopotu. Dżinsy i tak nosi rzadko, a jej styl jest najlepszą wizytówką własnych projektów.

Uroda ubrań Karoliny nie ustępuje precyzji wykonania. Już w poprzednich sezonach trudno było dopatrzeć się niedoróbek, które często kryją się po lewej stronie ubrań, ale teraz projektantka wzniosła się na wyższy poziom. Współpraca z nową szwalnią zmotywowała ją do rezygnacji z overlocka i podjęcia decyzji o zastosowaniu w całej kolekcji szwów francuskich (tzw. podwójnych), które ukrywają ścięgi, a jednocześnie mocno trzymają delikatną tkaninę w ryzach. Wymagają więcej czasu i uwagi, ale gwarantują dłuższe życie ubrań. Podobne decyzje podejmują zazwyczaj marki luksusowe, typu Gucci czy Louis Vuitton, którym zależy na najwyższej jakości wykonania.

Karolina nie ma potrzeby zmieniać grupy docelowej, sektor premium jest dla niej wygodny (za koszulę z metką Naji trzeba zapłacić ok. 500-600 zł), ale chciałaby w przyszłości świadomie budować markę za granicą. Już dziś sprzedaje we Włoszech, w Azji czy krajach arabskich, ale w planach ma otwarcie sklepu w Hiszpanii, bo ten rynek zaraz po rodzimym zna najlepiej. Mówi, że Polki są bardzo modne i wciąż szukają czegoś, by się wyróżnić. Jej koszule ozdobione wypustkami, lamówkami czy autorskimi spinkami do mankietów, które Naji traktuje jak biżuterię, są dla nich odskocznią od formalnych garsoniek czy tzw. mody biurowej, która bywa pułapką i zmorą polskich kobiet. W letniej kolekcji więcej jednak u Karoliny koloru niż szarości. Róż na koszuli i sukienkach walczy o uwagę z czerwienią, która pojawia się na lnianym zestawie z szortami.

Total look Karolina uwielbia, taki mundurek czy uniform pozwala na stylizacyjną swobodę, a jednocześnie dobrze kojarzy się z piżamką, najwygodniejszym strojem na świecie. Ponieważ w Andaluzji wiele dziewczyn nosi kamizelki, taki projekt trafił do letniej kolekcji. Dwustronna fuksjowo-żółta kamizelka w żakardowe kwiaty to ukłon dla stylu country i nowy dla Karoliny element boho. Hiszpańska przygoda dała jej projektom trochę frywolności i dziewczęcego uroku, nie tracąc nic z perfekcji wykonania. ♦