

“El màrqueting crea grans noms que poden no coincidir amb els grans dissenyadors”

Format a cavall de Barcelona, París i Milà, Àlex Vidal és avui un dels dissenyadors valencians de més prestigi. La seua empresa és dirigida amb intel·ligència i seguretat, capaç de combinar l'encís de la moda de passarel·la amb el disseny confortable i funcional d'uniformes com el del València CF.

Alex Vidal és un home ocupat. Pocs minuts abans de l'entrevista supervisa les proves d'un vestit de núvia. El seu centre d'operacions és en un edifici al carrer d'Hernán Cortés. Als baixos hi ha una de les quatre botigues que té a València. Dalt de tot hi ha el taller: com la cambra de costura de l'àvia, però bastant més gran, amb planxes i màquines de cosir, desbordat de teles i fils de tots els colors. Hi ha uns pantalons de Moschino, propietat de Consuelo Ciscar!, penjats en un maniquí. Aturar-nos al taller pagaria la pena, però no hi ha temps. Finalment, Vidal ens rep al seu despatx, ample, endreçat, ben il·luminat.

—Després de trenta anys al món de la moda, com us veieu quan mireu enrere?

—Vaig començar molt jove, a disset anys. Em veig molt evolucionat, però també crec que em falta molt per aprendre. El món de la moda canvia tan de pressa —cada deu anys es produeix una evolució— que et poses al dia o inevitablement et quedes endarrerit.

—I com ho feu per estar al dia?

—Jo m'he especialitzat en moda femenina. Entre en l'univers de l'home, però amb menys força. El cos de la dona no ha variat. Així doncs, l'experimenta-

ció amb el patronatge és pràcticament impossible. On rau veritablement la creativitat és en el tèxtil. Aquest sí que ha evolucionat. El teixit és el que diferencia les creacions gràcies a les noves tecnologies de fabricació. Quan agafes un teixit nou, o en barreges un d'antic amb un de nou, elabores quelcom de diferent. Ací és on es troba la novetat en el disseny.

—On busqueu la inspiració quan heu de pensar una nova col·lecció?

—La creativitat és com un nen consentit que pica de peus quan li ve de gust. No sabria dir-te quan apareix. Podria posar-me a dibuixar ara i no sortiria res, i podria sobrevenir-me inesperadament al lloc més inesperat. Em sol venir sovint als avions perquè és quan estic més desinhibit, quan res del que passa no depèn de mi i puc dedicar-m'hi plenament. Mai no m'ha agradat dissenyar en espais tancats, sempre busque algun lloc agradable i que considere adequat en cada moment. Va una mica a dies i a temporades: hi ha un dia que surten coses meravelloses i n'hi ha que passen sense haver tingut un llapis a la mà.

—Però quan us trobeu amb l'obligació de traure una col·lecció per a una data concreta i veieu que encara no la teniu a punt, no us sentiu aclaparats?

—Doncs sí, la veritat. De fet, ara mateix em passa. Ja tinc teixits d'hivern per a la pròxima col·lecció, i tinc esbossos, però encara no he compaginat dissenys amb teixits. I això em preocupa moltíssim. Però com que no em deixen dedicar-me a la meua feina, que és el disseny, passa el que passa: que el temps corre contra meu.

—És clar, perquè, a banda de la vostra empresa, sou vice-president de l'Associació Prêt-à-porter industrial i director executiu de la Setmana de la Moda. Com ho compagineu, tot açò?

—Com? Diguem que el meu horari comença a les 7.45 del matí, quan entre a l'estudi, i n'isc a les 10 o 10.30 del vespre; no hi ha gaires dissabtes ni diumenges i, a sobre, viatge molt. Destine moltes hores a la feina i molt poques al lleure. Arribarà un dia en què hauré de descartar progressivament coses que deixen d'abellir-me.

—Però la moda no.

—No, la moda no. Però tot el que tinga a veure amb política, gestió, organització serà el que, a poc a poc, aniré deixant de banda. La creativitat mai no desapareix, mor amb tu; per tant, això miraré de deixar-ho al final de tot, quan ja no puga més. I, perquè passe açò, encara falten molts anys.

—Conserveu els referents que teníeu quan començàreu?

—Hi ha dues persones que admire. Als inicis, la meua pauta de disseny la marcà el meu pare. Ell era un modista de prestigi. Tenia, i té, perquè encara és viu gràcies a Déu, una manera de fer les coses que, sense voler, em va contagiar. Fou el meu primer mestre. L'altra, la vaig conèixer quan estudiava a Milà. Hi vaig treballar per a Valentino. Van ser sols sis mesos, però fou una experiència única. Valentino era un dels grans dissenyadors del moment. Imagina't com d'important podia ser per a mi a 22 anys. Ara que conec aquest món a fons, he deixat d'admirar els dissenyadors. Encara tinc en gran consideració Valentino, Dior i Saint-Laurent, però darrerament tot es redueix excessivament al màrqueting. El màrqueting crea grans noms que no coincideixen necessàriament amb els grans dissenyadors. Per això m'estime més analitzar i jutjar el producte.

—Què n'opineu, doncs, dels joves creadors valencians? N'hi ha cap que us agrade especialment o que conside-



"Després de fer vestits de treball per a moltes empreses va arribar el gran repte: el disseny de la indumentària del CF València."

R. FA GILL

reu que pot tenir una gran projecció de futur?

—Sóc, justament, un dels pioners en el llançament de joves creadors, perquè no vaig tenir la sort que algú ho fera amb mi als inicis. Avui els dissenyadors disposen de més ajudes, tant des del govern com des de l'Associació de Dissenyadors. Lògicament, no tots

reeixiran. Hi ha més competència i el nivell d'exigència és més gran que a la meua època. Hi ha dissenyadors de vàlua, però cal que s'esforcen una miqueta més perquè es palese que hi són. Ara mateix hi ha un grup de dissenyadors reconeguts, que compten amb el suport de l'Associació de Dissenyadors i de la Setmana de la Moda, i que tenen futur.

L'únic que els cal és constància, que és a la base primera del disseny. Perquè no pots traure avui una col·lecció meravellosa i després deixar-ne passar tres sense fer res.

—**Llavors, penseu que València pot consolidar-se com un espai de tendència?**

—Com a ciutat, València ha aconseguit més bé que cap altra de crear-se una imatge i de projectar-la. Tanmateix, en el camp del disseny, la nova escola que hauria de prendre el testimoni dels que ja hi són, com Francis Montesinos o jo mateix, que fa anys que demostrarem que som bons, o mitjanament bons, apareix molt tímida. No hi ha grans dissenyadors amb empenta i, si n'hi ha, de moment no s'han fet veure. De fet, a la Setmana de la Moda busquem dissenyadors per al futur, però tenim força dificultats per a trobar-ne. Travessem un moment, diguem-ne, d'escassetat.

—**Això pot afectar negativament la passarel·la del Carme?**

—Nosaltres mirem de fer de la nostra passarel·la un trampolí que ens acoste al nivell de Cibeles, que és la més important de l'estat espanyol. Tractem que guanye en força i en prestigi. Ens hem d'espavilar, perquè, actualment, el nostre disseny no té gaire fons. Fa deu anys va sorgir una generació molt bona, la de Tónuca, Alejandro de la Torre, Noelia Navarro, que són joves (entre 35 anys i 45) i que avui estan ben situats. Però la generació que hauria de moure la màquina els deu anys vinents a penes si existeix. Alguns ho intenten de valent, però són quatre gats. Caldrà buscar gent de fora si volem que la Setmana de la Moda no s'esllanguesca.

—**I el vostre fill? Perquè sembla que l'heu enganxat, gairebé com us va passar amb el vostre pare...**

—Potser sí. Però vaja, és ací perquè vol. Malgrat que fa molts anys que s'impregna de tot allò que té relació amb la moda, no va descobrir que volia dedicar-s'hi fins que no va aterrar a Milà. Milà viu i respira moda, i el va captivar. Fa tres anys que començà a treballar i aquesta temporada ha estat el seu llançament oficial. La seua proposta ha tingut una bona acollida i ara és considerat com un dels joves dissenyadors més prometedors. Com a pare, me'n sent molt orgullós. Com a dissenyador, és una competència.

—Però, en realitat, sou complementaris, perquè ell confecciona moda per a l'home.

—També dissenya per a dona. Encara més, li exigesc que ho faça, perquè pense que decantar-se únicament per un estil pot resultar compromès. A més, quan hom porta el disseny als gens, com ell, ha de saber expressar-se en tots els registres. Un dissenyador crea qualsevol tipus d'objecte: joies, sabates, bosses... el que li vinga de gust. Jo, per exemple, vaig dissenyar aquest edifici, tant per fora com per dins.

—La veritat és que no us heu limitat en absolut, perquè també us heu atrevit a fer la indumentària del València CF i, fins i tot, els uniformes d'Iberia.

—No tothom està capacitat per a fer-ho. Els uniformes tenen uns perfils molt específics: comoditat, elegància, imatge... I això per a un dissenyador convencional de moda resulta complicat. Jo vinc del disseny industrial. Com que ningú no apostava per comercialitzar els meus dissenys, vaig crear-me una empresa a mida. Em vaig veure obligat a aprendre com funcionava la indústria i el màrqueting, cosa que m'ha estat molt útil després. Guanyar el concurs d'Iberia en aquella època va ser molt important. Després he fet vestits de treball per a moltes empreses fins arribar al gran repte, que va ser el disseny de la indumentària del València. Hi havia una experiència prèvia a Itàlia, amb Dolce & Gabbana i Armani, però ací era la primera vegada que un dissenyador vestia un equip de futbol. Va ser un èxit en tots els sentits.

—Per acabar, hi ha algú a qui us encantaria vestir?

—A tu, per exemple. Per què no? El nom no fa la persona. No vull vestir tal senyoreta perquè siga molt coneguda i puga vendre la meua imatge. La meua imatge ja és prou consolidada. No és aquest el tipus de dona que busque. En canvi, una dona que normalment no pense que la puga vestir un dissenyador és la dona que m'agradaria vestir. Tu no has pensat que jo poguera fer-te un vestit en cap moment. Però de segur que aconseguiria, dins el teu estil, traure't el màxim partit. I descobriria una part de tu que, probablement, no coneixes.

Cristina Simón



Quan el vi és una excusa

En només tres anys, el celler la Muntanya, nascut de l'empenta de dos autodidactes de Muro d'Alcoi (Alcoià), ha aconseguit de situar-se a l'avantguarda de la vitivinicultura del País Valencià. A més, ha fet reviscolar el respecte per l'agricultura allí on s'havia abandonat.

Joan Cascant arriba amb el temps just a la cita. Acaba d'arribar de la Cambra de Comerç d'Alcoi, on ha assistit a un curs per a aprendre a bastir una empresa al voltant del Celler la Munta-

nya. I sense quasi demanar-li-ho, Joan comença a explicar la història d'un projecte —el de fer un celler— que mai no es va esdevenir. Perquè la història del Celler la Muntanya és, en realitat, la histò-