Pracy oddaję się całkowicie

Ta branża jest wyjątkowo hermetyczna, szczególnie w takim mieście, jak Nowy Jork. Wszystko zaczęło się od pomysłu, aby pomagać polskim modelkom w wyjazdach do Stanów Zjednoczonych i w ich promocji na tamtejszym rynku – o początkach i rozwoju agencji modelek opowiada Maggie Haese, właścicielka Magteam Model Management.

Rozmawia EWA MAJ

Jest pani właścicielką agencji modelek, menadżerem, agentem, producentem filmowym, organizatorką konkursów piękności... Która z tych ról jest pani najbliższa?

– Kocham wszystko co robię i dlatego zajmuję się tak wieloma dziedzinami. Jest mi bardzo trudno skategoryzować siebie w jeden sposób, ale jeśli musiałabym to zrobić to przede wszystkim jestem menadżerem gwiazd i modelek kreującym ich światowe kariery. Ale największą satysfakcję sprawia mi pomaganie ludziom.

Magteam Model Management to agencja modelek, której jest pani właścicielką. Jak doszło do jej powstania?

– Nie ukrywam, że początki były ciężkie. Ta branża jest wyjątkowo hermetyczna, szczególnie w takim mieście jak Nowy Jork. Wszystko zaczęło się od pomysłu, aby pomagać polskim modelkom w wyjazdach do Stanów Zjednoczonych i w ich promocji na tamtejszym rynku. Pierwszą wypromowaną przez mnie Polką była Julia Pietrucha, która otrzymała bloking na okładkę amerykańskiego wydania „Vogue", ale niestety zrezygnowała z sesji , co było dla mnie wielkim ciosem zawodowym. Jednak dzięki przebywaniu w tym środowisku poznałam Pauline Bernatchez (właścicielkę agencji Pauline`s w Nowym Jorku, która odkryła m.in. Charlize Theron). Stała się ona moją zawodową matką chrzestną – poznała mnie z wieloma sławami modelingu. Pauline była dobrą znajomą Patricka Demarchelier, który zrobił kilka niesamowitych zdjęć Juli Pietruchy. Najpierw zaproponowano mi prowadzenie scoutingu – sam John Casablancas udzielił mi wskazówek i zrobił mi podstawy trening – potem dostałam bezpośrednią propozycję zakupu jednej ze znanych nowojorskich agencji. I ta propozycja stanowiła punkt zwrotny w moim życiu zawodowym. Odmówiłam, ale jednocześnie postanowiłam podjąć ryzyko założenia własnej marki. Oczywiście, jak to zwykle bywa, zaczęło się od domowego biznesu, ale w miarę rozwoju, reprezentując coraz więcej modelek, przeniosłam swoje biuro na Piątą Aleję. Proces tworzenia agencji kosztował mnie dużo wysiłku oraz wyrzeczeń, także w życiu prywatnym, ponieważ jako osoba z pasją pracy oddaję się całkowicie. I tak oto powstało dzisiejsze Magteam Model Management – firma działająca na całym świecie, posiadająca główną siedzibę w USA oraz biuro w Polsce.

Jak w praktyce, na co dzień, wygląda pani praca?

– Management niesie ze sobą naprawdę bardzo szeroki zakres obowiązków. Zacznijmy od podstaw, przede wszystkim muszę wiedzieć i zdobywać informacje o wszystkich, chociażby najmniejszych, zmianach w zewnętrznym wyglądzie moich klientów. Zarządzając czyimś wizerunkiem trzeba także mieć na uwadze to, jakie informacje pojawiają się w mediach, jakie dane podopieczny „wypuszcza" w przestrzeń publiczną. Wymaga to dużego wyczucia oraz doświadczenia menadżera. Czy to modelka, czy gwiazda, podpisując ze mną kontrakt zobowiązuje mnie do wyszukiwania jej intratnych zleceń lub prac długoterminowych. Każdą propozycję muszę przejrzeć osobiście, zwracając uwagę na kraj, z którego pochodzi, obowiązujące tam system prawny oraz (co dla niektórych może być zaskoczeniem) warunki kulturalno-społeczne. Nie można także zapominać o tym, że należy zatroszczyć się o transport oraz zakwaterowanie na miejscu zlecenia. Zwykle mam pod kontrolą grafik podopiecznego. Z racji wykonywanej profesji muszę pozostawać w stałym kontakcie ze zleceniodawcą i kontrolować jego zadowolenie z jakości naszej usługi. Zdarza się, że muszę być dla swoich klientów także psychologiem – przecież podejmowanie nowych wyzwań zwykle wiąże się z godzinami rozmów i zderzeniem marzeń z rzeczywistością. Jako że często moje modelki i gwiazdy zaczynają swe kariery w wieku kilkunastu lat, nie można uniknąć zwykłych problemów okresu dojrzewania. Dzięki osobistemu zaangażowaniu staję się ich mentorem i doradcą. Taki bezpośredni kontakt z moimi podopiecznymi, do którego przywiązuję szczególną uwagę, jest jednym z moich znaków rozpoznawczych jako menadżera. Nie ukrywam, że zmiany stref czasowych – a pracuję w czterech – są w moim zawodzie uciążliwe i wiążą się deficytem snu. Czasami bywa tak, że w jednym miesiącu jestem na trzech kontynentach: z Nowego Jorku, gdzie mieszkam na stałe, wylatuję do biura w Warszawie, by przeprowadzić casting i poszukiwać nowych talentów, potem szybko wsiadam w samolot do Tokio,

bo tam prowadzę największe interesy i jestem menadżerem gwiazdy Alexy Łuczak. Czasami zahaczam też o Indie, tak jak było tego lata lub o Fashion Weeki w Europie: Paryżu, Londynie i Mediolanie, gdzie również pracują moje modelki.

Jest pani nazywana łowcą talentów. Jakie cech trzeba posiadać, aby zasłużyć na to miano?

– Być może po prostu mam „sokole oko". Udało mi się wśród tłumów zgłaszających się do mnie nastolatek i nastolatków wyszukać takie osoby, których sukcesów była pewna. Wśród nich znajdują się obecnie: Alexy Łuczak, pierwsza Polka występująca w japońskiej telewizji śniadaniowej PON! TV w języku japońskim, Amanda Streich, pierwsza i jedyna Polka biorąca udział w kampanii światowej marki Guess Marciano 2013 i pierwsza polska Playmate Playboya w USA, Sonia Niekrasz, pierwsza Polka, która została twarzą koncertu „The Wall" inauguracyjnego trasę koncertową solisty grupy Pink Floyd, Rogera Waltersa w Madison Square Garden w Nowym Jorku, wystąpiła też w teledysku do piosenki Jaya-Z i Alicii Keys „Empire State of Mind". W przeszłości miałam przyjemność współpracować także z Julią Pietruchą, Rozalią Mancewicz oraz Renatą Piotrowską.

Jak wygląda takie łowienie talentu, a później praca nad przyszłą gwiazdą? I czy w Polsce przebiega to podobnie jak w USA?

– Na początku robimy próbne zdjęcia, czyli testy. Są modelki, które od początku bardzo dobrze pracują z obiektywem, pięknie wychodzą na zdjęciach, ale są też takie, które potrzebują trochę więcej czasu i dobrego nauczyciela. Początkowo fotograf podpowiada, co mają robić, bo one muszą nauczyć się świadomości własnego ciała i pracy przed kamerą. Później, już podczas zleconej sesji, nikt nie będzie modelce udzielał porad. Klient oczekuje, że dziewczyna przychodząc na sesję jest przygotowana profesjonalnie i potrafi pozować oraz że jest oswojona z kamerą, a przede wszystkim jest miła i słucha poleceń. W Polsce z reguły wysyłamy zdjęcia nowej twarzy do klientów, fotografów, stylistów… Za granicą jest tak, że klienci wysyłają do agencji informacje o naborze i to agencja wysyła dziewczyny na wybrane spotkania, w zależności od tego, która modelka pasuje do danego castingu. Są też spotkania z tamtejszymi fotografami i stylistami oraz choreografami. Im lepsza agencja, tym lepsze, bardziej intratne kontrakty. Czasem zdarza się, że nie zawsze nowe modelki mogą się dostać na taki casting. Klient otrzymuje najpierw od wszystkich agencji cały plik kompozytek, a potem casting director i styliści wybierają ewentualnie sto dziewczyn, które chcą

Maggie Haese z podopieczną kampanijną modelką Guessa Amandą Streich

zobaczyć na castingu. Następnie wybierają z nich taka liczbę, jaka jest potrzebna w danym pokazie. Trzeba mieć duże szczęście, ale też i siłę przebicia oraz wiarę w siebie.

Kiedy modelka zaczyna na siebie zarabiać?

– To zależy od szczęścia. Może się zdarzyć tak, że już pierwsze zlecenie będzie sukcesem. Trzeba jednak zaznaczyć, że wydatki agencji na modelkę są odciągane od jej zarobków. Agencja początkowo inwestuje, podejmuje ryzyko. W Polsce ta inwestycja może nie jest aż tak duża, ale za granicą wchodzą w to koszty mieszkania, biletów lotniczych, kieszonkowego, testów itd...

Na początku swojej drogi zawodowej pracowała pani przy konkursach piękności. Czy nadal bierze pani udział w podobnych przedsięwzięciach?

– Tak, początki mojej pracy zawodowej to współpraca z biurem Miss Polonia. Jako tłumaczka i asystentka prezesa biura konkursu nauczyłam się organizacji takich przedsięwzięć. Miałam możliwość współpracy między innymi z Anetą Kręglicką, Joanną Michalską czy Kariną Wojciechowską. W USA, poza budowaniem Magteam Model Management, zajęłam się także produkcją filmów i konkursów, w tym między innymi współprodukcją z Mrs. World Paegent. Z czasem zaczęto mnie zapraszać do paneli sędziowskich. I tak na przykład w udziale przypadło mi sędziowanie w międzynarodowym konkursie IMTA, gdzie jako jedyny polski sędzia miałam okazję pomóc przy odkrywaniu takich talentów, jak Ashton Kutcher, Jessica Biel, Eva Longoria, Katie Holmes, Elijah Wood czy Josh Duhamel. Do tej pory jest mi miło otrzymywać coroczne zaproszenie na to niesamowite wydarzenie do Nowego Jorku czy Los Angeles. A obecnie moja agencja jest organizatorem konkursu Fresh Faces World, który uchodzi za jeden z najbardziej prestiżowych konkursów w świecie modelingu. Projekt ten jest autorski i jest pierwszym tego typu plebiscytem, który połączył głosowanie online i promocję w mediach społecznościowych. W 2015 roku zorganizowaliśmy pierwszą edycję konkursu Fresh Faces Poland. Zakończyła się ona wielkim sukcesem medialnym w 2016 roku. Druga edycja natomiast była jeszcze większym sukcesem i właśnie wtedy postanowiłam stworzyć autorski konkurs międzynarodowy Fresh Faces World. Bo wiem, że jest taka potrzeba na rynku konkursów dla modelek i modeli.

Szukałam możliwości zrealizowania w Polsce projektu z przyszłością, nowoczesnego i jednocześnie na światowym poziomie dla obiecujących aplikantów do zawodu modelki i modela.

Zwycięzca tego konkursu pojedzie do Nowego Jorku na międzynarodowy konkurs IMTA, gdzie będzie mógł zdobyć kontrakty modelingowe z międzynarodowymi agencjami z całego świata. Podoba mi się nowatorskość formuły w Polsce. Dopełnieniem są regionalne castingi na żywo. Bez nich konkurs nie miałby sensu. Oczywiście pierwsza edycja uświadomiła nam także, jak bardzo obserwują nas polskie agencje. Nie ukrywam, schlebia nam to. Finaliści poprzednich edycji mogą się pochwalić wielkimi sukcesami. Biorą udział w pokazach mody na najważniejszych wybiegach świata – w Nowym Jorku, Londynie, Mediolanie, Paryżu, Barcelonie. Ich twarze zdobią okładki prestiżowych magazynów, tj.: „Elle", „Harper's Bazaar", „L'Officiel". Pracują przy licznych globalnych kampaniach. Zapraszam serdecznie wszystkich chętnych zainteresowanych branżą mody.

Co w pracy daje pani największa satysfakcję?

– Wyszukiwanie młodych dziewcząt i otwieranie im drzwi do świata mody. Ten pierwszy duży booking oraz związana z tym radość modelki i moja są czymś, czego nie da się zapomnieć. Przyjazd dziewczyny z malutkiej miejscowości do naszego biura w Warszawie już sam w sobie jest ogromną zmianą w jej życiu. Nie mówiąc już o tym, gdy z Warszawy wkracza ona na wybiegi Nowego Jorku, Paryża czy Tokio. ■

ZGŁOSZENIA DO KONKURSU
http://magteammodels.com/casting
FRESH
FACES
WORLD
FFW
Tel +48 883309111