

La perfecta elecció d'un bon vestit

La tarragonina Irene Pérez dirigeix l'agència The Basement amb l'objectiu de potenciar grans marques de moda, bellesa i luxe



La tarragonina Irene Pérez | Cedida

The Basement és una agència de comunicació i relacions públiques dedicada al sector de la moda, el luxe i la bellesa dirigida des de Madrid per la tarragonina **Irene Pérez**. Es dedica a la representació de grans marques com Óscar de la Renta, Aquazzura o Roberto Diz, entre moltes d'altres, per tal que tinguin un paper important en l'àmbit editorial, comunicatiu i d'esdeveniments arreu de l'estat.

¿Parlem de marques sota el concepte de luxe?, explica Irene Pérez, qui detalla que el seu objectiu és que aquestes estiguin ?molt ben representades en revistes de moda, per exemple, i que tinguin la màxima presència en els millors esdeveniments i a les xarxes socials?.

Irene és **perruquera i maquilladora** de professió, tot i que va estudiar fotografia. Treballava en un saló de bellesa de Tarragona quan, el 2005, ?vaig optar per anar més enllà i intentar professionalitzar-me en el que realment m'agradava: la moda i la bellesa?. Així les coses va fer tres màsters, dos a Barcelona i un a Madrid. Va ser cursant aquest darrer quan, arran d'un inici col·laboratiu, va acabar treballant a l'agència de comunicació Showme That, fins al punt de dirigir-

la durant vuit anys junt amb els mediàtics Luis Medina i Naty Abascal.

Després de la pandèmia, Showme va abaixar la persiana i la Irene va optar per obrir The Basement. ¿Em vaig endur totes les marques amb les quals treballàvem per continuar amb els seus projectes?, comenta.

Un vestit per a Eurovisió

El treball d'Irene Pérez convida a no parar mai quiet. De fet, admet que ¿és complicat definir el meu dia a dia?. Actualment es troba preparant la presentació de les tendències d'estiu per a la premsa especialitzada, influenciadors i editors. També treballa junt amb els Premis Fotograma, enlllestint opcions per vestir a algunes de les actrius que hi assistiran.

Al mateix temps, manté un contacte estret amb les revistes de moda ¿per saber les últimes tendències i que les marques que represento estiguin tan ben posicionades com sigui possible?. L'objectiu de The Basement no és altra que ¿vestir actrius o celebritats amb les últimes tendències?, tenint en compte fins al més mínim detall com el color de la catifa de benvinguda, la il·luminació de l'escenari o el pentinat.

Darrere d'això, a més, hi ha un treball per localitzar ¿a qui representi millor la marca?. Es tracta d'una feina constant que ha recuperat part de la normalitat amb celebració presencials dels festivals de cinema de Venècia o el de Sant Sebastià, entres d'altres. Fins i tot a Eurovisió. En l'última edició, la **portaveu dels vots estatals** lluïa un vestit que ¿vam fer expressament junt amb Roberto Diz?.

Els viatges també estan a l'ordre del dia d'Irene Pérez. Es desplaça entre dos i tres cops a Milà, i també a París. Amb anterioritat també visitava en repetides ocasions Istanbul i Nova York. Com amb tot, la crisi ha fet estralls i el teletreball ha provocat el fet de no haver de pujar tant en un avió. En resum, un treball atrafegat que la tarragonina ¿no considera feina, sinó una passió?. ¿Puc estar responent correus electrònics a les 12 de la nit a l'altra punta del món o programar publicacions a les xarxes socials?, explica entre rialles.

El paper dels "influencers" i les xaxes socials

Des del desconeixement es pot pensar que tractar amb personalitats és una tasca molt complicada. La Irene desmenteix aquesta afirmació: ¿Sempre he tingut experiències meravelloses amb un tracte molt senzill?. Ho expressa després d'haver treballat amb infinitat d'actors i actrius, cantants, models o influenciadors com Gala González, Clara Lago, o, fins i tot, Penélope Cruz als Goya.

¿Cal entendre que per a elles és el seu treball?, diu. I com es tria la persona perfecta per representar alguna de les seves marques? ¿Hem de tenir molt en compte la repercussió professional i el volum que té per arribar a molta gent?, comenta Pérez, qui creu que ¿cada esdeveniment és diferent i, a més, intento fixar-me també en la part professional de la personalitat triada?.

Precisament en aquest sentit hi ha hagut en els darrers temps un auge dels influenciadors en el terreny de la moda. Un fet que ha servit també ¿per entendre el canvi a les xarxes socials i la volta que s'ha donat en la manera de comunicar?. Per a la representant de The Basement, ¿les xarxes socials i els influenciadors han arribat per quedar-se?, i remarca que actualment ¿tinc una important feina en la part virtual, que dona una repercussió espectacular a les marques que represento?.

El que més li agrada a Pérez de la seva professió ¿és participar en la creació de les desfilades i en grans esdeveniments de les revistes de moda on conflueixen molts sectors?. És aquí on la tarragonina posa en valor la rellevància de l'agenda de contactes. ¿Diria que és una de les parts

més importants de la meva professió i em permet accedir a tota classe de personalitats?, valora.

Els productes de bellesa s'incrementen durant la pandèmia

La situació sanitària ha afectat ?bastant? el món de la moda, un dels principals sectors amb els quals tracta la relacions públiques. ?No hem d'oblidar que les desfilades i els esdeveniments es van aturar de sobte i tots plegats vam parar de consumir productes per tenir vida social?, explica la Irene.

Tot i això, reconeix que ara ?tornem d'una forma intensa?. L'àmbit de la moda va patir una caiguda econòmica del voltant del 40% de la qual, avui dia, ?ja s'està recuperant?. Però tot no va ser negatiu, ja que el fet d'estar a casa va fer ?que ens dediquéssim més al benestar personal?. En aquest sentit, doncs, sectors com la bellesa han incrementat les seves vendes, ja que ?hem tingut més temps per cuidar-nos?.

A tall de curiositat, Pérez també destaca que els **productes de luxe** ?han incrementat els seus beneficis?. La directora de The Basement té clar que ?la gent té moltes ganes de tornar a consumir?. Preveu un auge ?de sortir i compartir?. ?Després d'una gran crisi ara arriba el moment de viure?, expressa, i augura que hi haurà un augment considerable ?en la compra de roba de festa i compartir l'experiència?. No s'oblida de la seva ciutat natal: ?Trobo molt a faltar el mar i la llum de Tarragona?, comenta la Irene, tot i que és molt conscient ?que les oportunitats que m'ha donat Madrid m'ho han compensat?.

Té la gran sort de disposar d'una casa a Tarragona que li permet tornar sovint a la ciutat, però això no fa que enyori ?la sensació de calma i poder veure l'horitzó?.

Article publicat al Tgn/blog.