

Bijutierul Freelancer



Dacă te-ai întrebat vreodată unde iau naștere bijuteriile spectaculoase din vitrinele Tiffany&co. sau Mikimoto, răspunsul te va surprinde: pe laptopul unui timișorean.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Expeditor: Alexandru Bunii. Destinatar: Firestone Diamond. Subiect: 100 Carats Necklace. Încarcă fișierul, două clickuri și gata. „The message has been sent“. De cealaltă parte a globului, în India, președintele uneia dintre cele mai mari companii

din industria diamantelor își deschide emailul și privește noul model de colier cu pietre de 100 de carate pe care compania să îl va realiza pentru un client cu dare de mâna. „Îmi este și frică să calculez valoarea acelei bijuterii“, glumește Bunii, aşezat turceşte, cu laptopul în brațe, pe iarba încă

verde din Piața Unirii din Timișoara. Dacă un carat poate ajunge chiar și la 20.000 de dolari, calculul nu este prea dificil de făcut: acei câțiva mega-biți de mail trimiși de la Timișoara la Mumbai se pot transforma într-o piesă unică care să sară de două milioane de dolari. Din anul 2000, când

a primit Young Designer Award în cadrul Concursului Internațional de Design Mikimoto de la New York, asemenea sume nu-l mai fac să tresără cătuși de puțin pe Bunii. Totul a început cu „La Rosa dei Venti“, un pandantiv din aur masiv cu cinci perle poziționate asemenei punctelor cardinale, fiecare dintre acestea fiind acoperită cu calote de diferite forme, care simbolizau cele patru vânturi. Piesa i-a adus lui Bunii, pe atunci student în primul an la Facultatea de Arte Plastice din cadrul Universității de Vest din Timișoara, o colaborare de patru ani cu prestigiosul brand japoinez Mikimoto precum și pașaportul către lumea bijuteriei de înaltă clasă.

După ce a realizat în 2003 și o reinterpretare îndrăzneață a unei piese Mikimoto clasice din 1937, Yaguruma, directorul departamentului de design de la Mikimoto, Amy Kim Araneo, îl eticheta pe român în cuvinte elogioase: „Formele lui sunt atât de moderne, încât șochează“. Nu-i de mirare că tocmai conceptul românumului - o bijuterie masivă care să poată fi „ruptă“ în mai multe piese și recompusă sub forma unei colecții - a fost ales pentru prezentarea realizată la aniversarea a 110 ani de la fondarea brandului Mikimoto.

Din 2000 până acum, timișoreanul a realizat piese pentru Tiffany&co. (în cadrul colecțiilor Paloma Picasso, Frank Gehry și Elsa Peretti, precum și pentru transpunerea în titan a celebrei colecții Notes) sau Mikimoto, dar și pentru alte branduri de top precum Edward Mirell, David Yurman, A.Jaffe, DiModolo, Evert deGraeve, Christine Carson sau Frank&Label (pentru care Bunii semnează și

Pentru Cirque du Soleil, Bunii a reinterpretat elemente tradiționale românești

designul interior al următorului magazin din Hong Kong). Prin intermediul lui Evert deGraeve, românul mai colaborează, din 2008, și cu spectaculosul brand Cirque du Soleil, pentru care a realizat concepte de pandantine reprezentând mici figurine surprinse în mișcări de acrobatie, măști sau brățări cu motive tradiționale. Deși canadienii de la Cirque du Soleil își doreau elemente sud-americane, Bunii a introdus în brățări motive populare românești, care au avut un mare succes.

Mai Există Glorie după Tiffany&co.?
Când ai avut ocazia să lucrezi cu cei mai mari bijutieri ai lumii, ce anume te-ar putea determina să te întorci pe călcăie și să revii într-un oraș liniștit precum Timișoara ca să-ți dai docto-

Designerul a renunțat la America pentru a lucra freelance din Timișoara

ratul? Bunii zâmbește larg și, privindu-l în „mediul său natural“, în Piața Unirii din Timișoara, răspunsul vine firesc: „Nu contează doar pentru cine lucrezi, ci locul în care poți lucra aşa cum trebuie“. Timp de aproape un an, timișoreanul a fost angajat în Statele Unite la brandul Spectore, din cadrul Edward Mirell, dar a simțit, începutul cu încetul, o diminuare a creativității.

„Singurul mod de a nu dezamăgi este să ai întotdeauna dorința de autodepașire“, crede el, iar America începea să-i sugrume, lent, motivația. Astă

Concept Alexandru Bunii pentru două piese din titaniu negru, argint și micropavé



Piese din titaniu și argint, semnate de Alexandru Bunii în colecția „Mediterranean“ a brandului american Edward Mirell

chiar dacă, în cele câteva luni petrecute la Spectore, a creat conceptul unui inel „neconvențional“: jumătate din titan, jumătate dintr-un material acrilic în care urmau să fie turnate diamante și fire de titan negru. „Socant de modern“, cum ar fi spus cei de la Mikimoto. Întoarcerea la Timișoara, la sfârșitul lui 2008, rămâne una dintre cele mai bune decizii ale sale, chiar dacă, la momentul respectiv, prietenii și colaboratorii au privit-o cu multă retință. Între cursurile de la universitate și „ședințele“ de creație care pot avea loc oriunde, inclusiv într-o cafenea cochetă de pe străzile Timișoarei, Bunii nu caută inspirația, ci o lasă pe aceasta să vină când vrea, aşa cum, de multă vreme, lasă propunerile de colaborare să curgă, în loc să le „provoace“.

Marile companii sunt cele care se agită acum să-i solicite serviciile, nu viceversa. Nu există, însă, zile în care să i se facă dor de agitația dintr-o mare companie și de forfota bijutierilor de la Mikimoto sau Spectore? Mai ales când stă singur cu laptopul în față, într-o cafenea din Piața Unirii? Alexandru Bunii râde și rezumă situația simplu: „Prefer să rămână în umbră, necunoscut tuturor în afara celor cu care colaborez direct, dar să știu că tot ceea ce iese din mâna mea este pătruns de forță și de sentimente“. Și astă se poate întâmpla doar acasă, la Timișoara. ■

