

Victor Vasilev

IL DESIGN È UNA FOLLIA TUTTA ITALIANA DESIGN IS A QUINTESSENTIALLY ITALIAN CRAZINESS

foto Cristina Fiorentini

“Sono un prodotto del Politecnico”, esordisce Victor Vasilev, bulgaro di nascita, israeliano di adozione, che, dopo il servizio militare in Israele e una tappa a Firenze per imparare l'italiano, arriva a Milano nel '96 e inizia gli studi di architettura, durante i quali è già consapevole di voler rimanere. Dopo la laurea, un paio di anni in uno studio e poi, in proprio, attiva collaborazioni con Boffi, Living Divani, MDF Italia, Antrax, con le quali ottiene diversi riconoscimenti internazionali.

Milano polo che attrae creatività, perché?

La ragione principale è che l'industria del design è concentrata in quest'area. Chi vuole davvero partecipare a questo gioco, questo è il campo. Ci sono realtà che si stanno sviluppando nel Nord Europa, ma l'industria vera, quella che fa le cose sul serio, è qui.

Grazie a cosa?

È un fattore culturale: qualsiasi cosa si provi a realizzare si tenta di farla bella. Un valore aggiunto, a ben vedere tipico italiano, che ad altri magari potrebbe sembrare superfluo o una perdita di tempo, mentre qui acquista maggior significato. Un atteggiamento che ha portato a tante eccellenze in tanti settori. Gio Ponti diceva che Milano è la città più italiana d'Italia. Ho imparato tutto a Milano: attenzione e cura in ogni ambito della vita, la qualità di vivere circondato di bellezza. Qui c'è una passione quasi irrazionale orientata a fare piacere a se stessi. Una costante ovunque, che non può non influire su chiunque vi metta piede. L'identità di Milano è data dalla passione per l'estetica che scavalca il necessario, e la passione è sempre una follia, è quella che ti conduce oltre verso grandi risultati. Il design è una follia tutta italiana perché si concentra su oggetti banali del quotidiano e non si ferma come la razionalità dei nordici, che agiscono in maniera più pacata e distaccata e raggiunto l'obiettivo hanno finito.

Come si è modificato lo scenario creativo milanese?

L'ambiente ha continuato a svilupparsi seguendo una sua naturale crescita. Ciò che trovo più



difficile oggi è il riflesso della crisi economica globale sul settore che ne subisce le conseguenze. Dal 2008 in poi tante cose si sono bloccate e peggiorate, a livello globale e anche locale. Le aziende ora sono timorose. La creatività ha bisogno di un certo tipo di benessere per rischiare ed arrivare a ottenere qualcosa di diverso. Allo stesso tempo, le persone con la voglia di fare in questo campo sono più stimolate a tirar fuori risorse che non credevano di avere.

È così anche per te?

Sicuramente. Io sono arrivato al mondo del design spinto dalla crisi. Il mio lavoro principale era quello dell'architetto d'interni, con la crisi i clienti sono calati drasticamente, sebbene ci sia una clientela al di fuori della logica della crisi, tutti hanno subito un arresto per vedere cosa stava succedendo. Il lavoro era calato e ho co-

minciato a fare un po' di concorsi. Uno nel 2010 organizzato da Marmotec di Carrara, in collaborazione con Antoni Lupi, sondava il territorio e nuove idee legate all'utilizzo del marmo nel bagno. Lì ho vinto, a mia sorpresa. L'anno dopo ho fatto quello indetto da Cristalplant, con MDF Italia, e la fortuna ha voluto che vincessi anche quello. Così sono entrato in MDF Italia. Il progetto è stato messo a catalogo dall'azienda consentendomi di aprire un dialogo con loro per altre realizzazioni.

Come è nata la collaborazione con Boffi?

Nel 2012, esattamente dopo il secondo concorso. Sull'onda dell'entusiasmo delle due vittorie ho pensato di proporre concretamente qualcosa alle aziende. Ho iniziato a mandare mail e ho contattato direttamente l'azienda. Hanno valutato la mia proposta, un sistema/libreria - CTI-

ne, ADI Design Index 2013 -, un oggetto ibrido che è stato posizionato nel bagno ma anche nel living, qualcosa che non richiedeva grandi investimenti e che hanno provato a sperimentare. È andata bene e dopo mi hanno dato la possibilità di lavorare ad altri temi: ho realizzato 3 collezioni bagno e sono nel 5° anno di collaborazione.

Cosa hai imparato da loro?

È un'azienda che non ha l'assillo di presentare necessariamente un gruppo di prodotti ad un evento, hanno la forza di pazientare anche di fronte ad appuntamenti importantissimi. Se non si è convinti, meglio ragionarci. Sono molto selettivi ed esigenti, sia con se stessi che con i collaboratori. Valutano ogni cosa con estrema attenzione e c'è una ricerca della perfezione estrema. Mi hanno insegnato tanto perché sono arrivato per caso a questo settore, ho studiato architettura, non disegno industriale.

Ho imparato sul campo e ho avuto la fortuna di collaborare con aziende che sono eccellenze non tanto per quello che producono ma per la loro mentalità. La differenza tra le aziende la fa la testa. Il modo con cui si approcciano al progetto e al designer. www.victorvasilev.com

M.D.M.

"I am a product of the Polytechnic University", commences Victor Vasilev, born in Bulgaria, naturalized Israeli citizen who, after serving the Israeli army, and spending some time in Italy for learning Italian, moved to Milan and, starting from '96, studied architecture, straight understating that his life should have been exactly there. After graduating, he trained for two years in a firm; further, he started to cooperate with Boffi, Living Divani, MDF Italia, Antrax - achieving international recognitions.

Why Milan is a creativity-attracting hub?

The main reason is that the design industry is mostly based on this area. If you want to be part of the game, this is the right field. Some good attempts are occurring in Northern countries: anyway, the real industry, meaning business, is based exactly here.

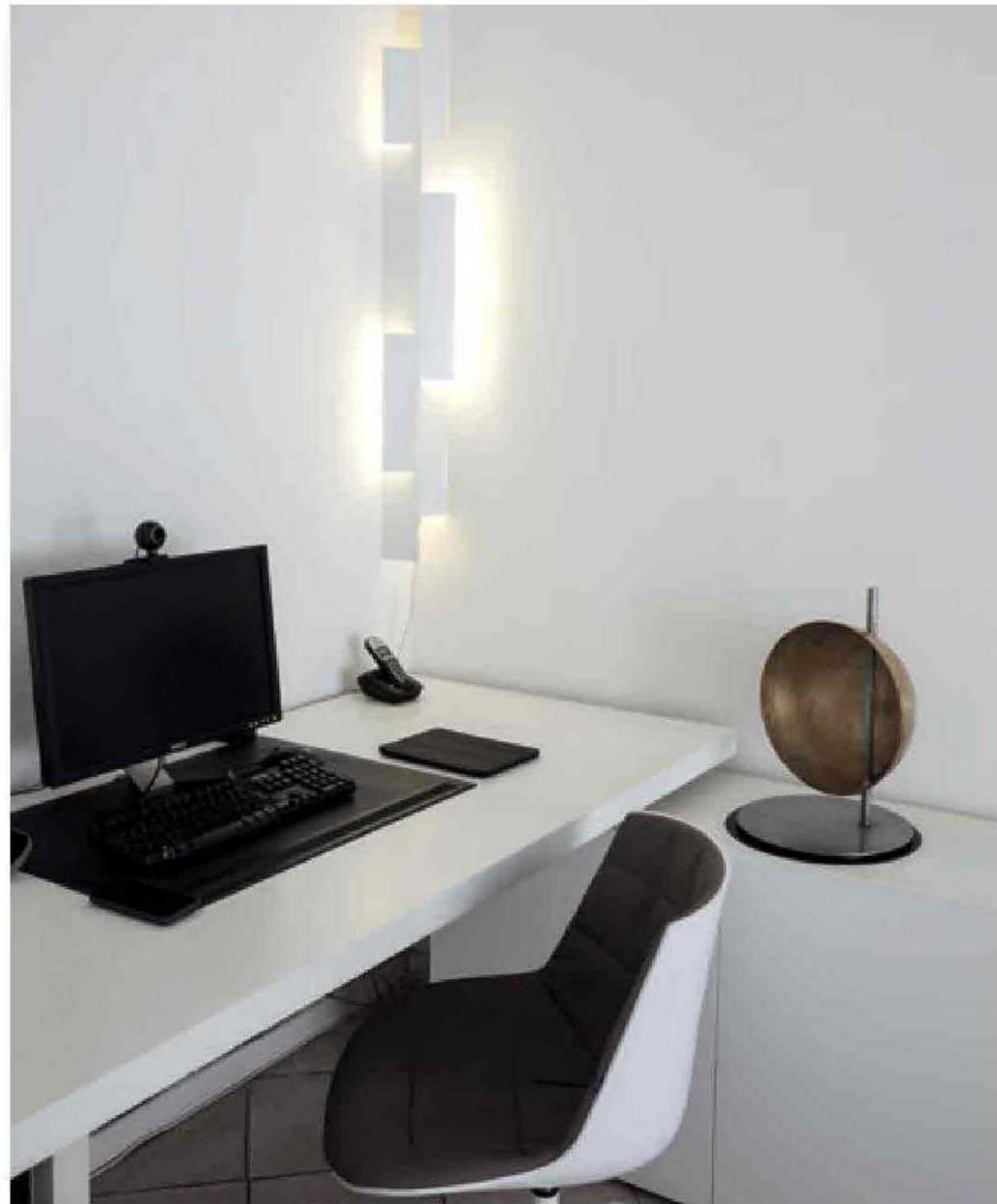
This is due to what?

This is due to a cultural factor: here everything is done in a beautiful manner. It is a, typically Italian, added value, which may seem superfluous to the others, or even a loss of time, but that here takes on greater meaning.

This trend gave life to many excellences related to several fields. Gio Point stated that Milan is the most Italian city in Italy. In Milan, I've learned a lot: attention to any detail, and living surrounded by the beauty. Everybody here is in search of pleasure. It is a constant with this city, that influences everyone coming here. Milan's identity is based on the passion for the aesthetics, which goes beyond merely necessary things, and passion always means craziness, leading you toward great results. Design is a quintessentially Italian craziness. It focuses on everyday

Victor Vasilev accanto alla libreria Bukva disegnata per Living Divani. Qui a destra, prototipi di lampade: Superluna per Oluce e LIST, progettata appositamente per lo studio.

Victor Vasilev near to his Bukva bookshelves, designed for Living Divani. At right, prototypes of lamps: Superluna for Oluce and LIST, expressly designed for the studio.



objects. It never stops, like, for instance, rationalist northern designers, who are a bit detached and measured and, once achieved the objective, consider their task complete.

How has the creative scenario of Milan changed over the last 20 years you spent here?

The sector has never stopped developing in a very natural manner - everything went further. The roughest thing to face was the global economic crisis, which overwhelmingly affected the industry. Starting from 2008, many initiatives have been interrupted or spoiled, on a global yet national level. Enterprises are scared. Creativity implies wellness, in order to risk and achieve something innovative. At the same time, people with the willingness to work in this field, were further encouraged to collect resources they didn't think to have.

Is it the same for you?

Of course. I joined the design world pushed by the crisis. I mostly worked as interior designer; because of the crisis, clients surprisingly slowed down with orders; although some of them went beyond the crisis - everyone stopped to see what it would have happened. My engagements decreased, and I started to participate in some competitions. The first was in 2010, organized by Marmotec of Carrara, in cooperation with Antoniolupi, to test the territory and new ideas related to the use of marble in the bath environment. I surprisingly was the winner. The next year, I took part to the competition announced by Cristalplant in partnership with MDF Italy. One again

I was the winner. That's how I entered MDF Italia; my project was brought into production, paving the way for new projects with the company.

How you started to cooperate with Boffi, a well-known manufacturer of the territory?

In 2012, after winning the second competition. Encouraged by successes, I decided to propose something concrete to the manufacturers. I started sending emails, and directly got in touch with the enterprises. A proposal I did was evaluated - a bookshelves-system - Ctline, ADI Design Index 2013 - an hybrid object to be placed both in bath and in the living room, a piece not implying huge investments, and that pushed to experimentations. Everything turned out for the best, and later they asked me to develop new projects - I designed three bath collections, and I am still working with them after five years.

What did they teach you?

This company isn't anxious to display new products, they can be patient even in case of most important events. They are very discerning yet demanding both with themselves and with their collaborators. Everything is well balanced, in search of perfection. I was taught a lot by them, since I had joined this sector by faith - I had studied architecture, not industrial design. I learned on the field, and was lucky to work with companies of excellence, in their products and mentality. Mentality is a crucial factor. The way in which they approach the project and the designer. www.victorvasilev.com