

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 10 OTTOBRE/OCTOBER 2010

mensile/monthly Italia € 10

A € 24 - B € 23 - CH CHF 29 - E € 18

F € 15 - GR € 18 - P cont. € 18 - UK £ 15

Poste Italiane SpA - Sped. in A.R.D.L. 353/03  
art.1, comma1, DCB Verona

MONDADORI



*Interiors & architecture*  
CLS, COLOMBO, DJUROVIC,  
Kuma, ORY-PILLET, UNDURRAGA,  
RANGR-KARLSEN-WEISELBERG

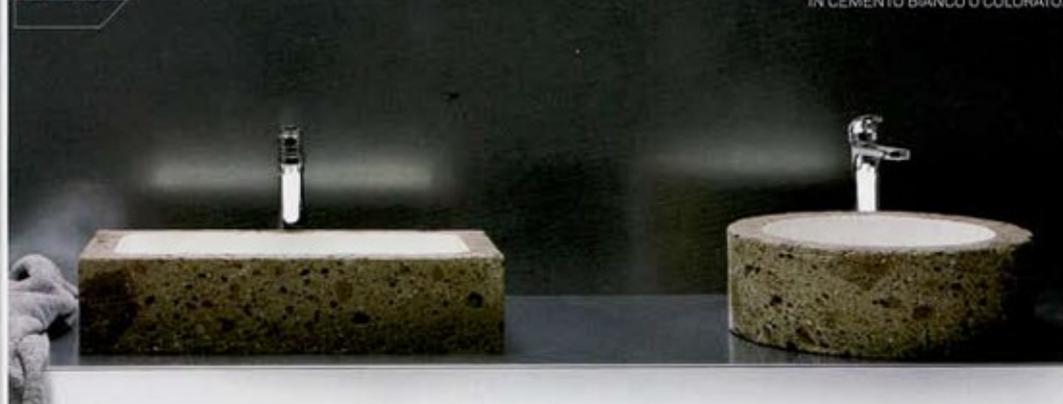
*Insight*  
CANTINE D'autore

*INdesign*  
I nuovi CHANDELIER  
TRASPARENZE  
PROGETTI RACCONTATI

*Tendenze*  
BAGNO e ceramica

**DESIGN**veGGIE  
Ronan & Erwan BOUROULLEC

9 771 1221 365001  
WITH COMPLETE ENGLISH TEXTS  
0 10 10 >

**IN  
NEWS**

DI **AZZURRA**. COLLEZIONE CIVITA.  
LAVABI DA APPOGGIO IN TUFO CON INTERNO  
IN CEMENTO BIANCO O COLORATO.

**ANGELETTI RUZZA**

*La vostra poetica di progetto. In 3 parole.*

Il design come pensiero semplice, confidenziale, quieto, efficace.

*Quali sono gli aspetti più innovativi della vostra collezione Civita disegnata per Azzurra?*

Civita è un progetto nato per omaggiare i 25 anni dell'azienda. È un prodotto artigianale, legato alla cultura locale. Ci siamo concessi la libertà di andare controcorrente, recuperare sapienze antiche legate alla terra, alla cultura contadina, a materiali come il tufo che identificano l'anima del nostro territorio. I lavabi Civita sono veri pezzi di natura.

*Come si è evoluto secondo voi negli ultimi 10 anni il design nel settore bagno e quali le nuove possibili tendenze?*

Il bagno è sempre più luogo del benessere senza confini dove trovano posto sauna, hammam, cromoterapia, vasche come piccole piazze, soffioni che riproducono la pioggia, tanta tecnologia applicata a tutte le funzioni. Noi crediamo ancora al bagno della 'porta chiusa a chiave', luogo intimo. Il design si fa interprete di questa esigenza: gli oggetti hanno un'anima capace di infondere armonia e calore all'ambiente, i materiali sono vivi e invecchiano con noi. Un'altra osservazione riguarda la società, sempre più ibrida e meticcica. Il futuro ci riserva un bagno eclettico: prodotti di industrial design e manufatti artigianali s'intrecciano in una trama di emozioni,

memorie, sorprese, creando un inedito e sensuale codice del living contemporaneo. *Quali sono le sfide progettuali, estetiche e tecnologiche specifiche del settore bagno?*

Il design deve interpretare il pluralismo di linguaggi e di ricerche, proprio della contemporaneità, sperimentando e innovando. Percepriamo voglia di poesia, leggerezza e di bianco inteso come luce e speranza in un mondo migliore, c'è voglia di oggetti leggeri, intelligenti, ironici come reazione a un contesto sociale e politico pesantissimo, a livello globale. Abbiamo bisogno di ricominciare a pensare.

*Come è iniziata la collaborazione con Azzurra e cosa pensate che, del vostro lavoro, l'azienda apprezzi maggiormente?*

L'azienda aveva deciso di cambiare il proprio modo di operare, non più inseguendo il mercato ma costruendo una propria identità originale. Aveva sentito parlare di noi. Ci siamo conosciuti e piaciuti prima di tutto come persone. Azzurra ha sposato la nostra politica del gioco di squadra.

*Come vivete lo stretto rapporto designer/imprenditore, tipico del made in Italy?*

È un rapporto di odio/amore, mai di indifferenza. Lavoriamo con aziende diverse per tipologie di prodotto, fatturati e dimensioni, eppure con tutte abbiamo un rapporto simile con l'imprenditore.

*In che termini un giovane designer può aiutare l'azienda a fare ricerca e proiettarsi nel futuro?*

Se l'azienda è pronta, sensibile, l'apporto di un giovane designer è un'opportunità fondamentale. Un nuovo modo di guardare e di sentire la vita e quindi il design può arrivare solo dai giovani che hanno meno esperienza ma freschezza e forza nell'approccio al progetto.

**MARIO FERRARINI**

*La tua poetica di progetto. In 3 parole.*

Pragmatico ma visionario. Teatrale ma discreto. Di ricerca ma brand oriented.

*Quali sono gli aspetti più innovativi del lavabo Domino disegnato per Antonio Lupi?*

Domino è un lavabo in Corian freestanding, da appoggio o inserito nel

bussolotto. Si presenta come un monolite di forte spessore scaricato di materia per accogliere la vasca e non solo. È un lavabo accessoriabile o un vano attrezzabile con integrato un lavabo, a seconda di come lo si osserva.

*Come si è evoluto secondo te negli ultimi 10 anni il design nel settore bagno e quali le nuove possibili tendenze?*

Paradossalmente il maggior interesse verso questa zona, un tempo relegata alle



DI **ANTONIO LUPI**. LAVABO IN CORIAN DOMINO.

sole funzioni igieniche, si contrappone al recupero dei valori legati al benessere prima tipico solo delle case più esclusive. L'evoluzione non è solo legata a un più ampio spazio dedicato, ma alla possibilità di svincolare i sanitari e le attrezzature dalla parete per posizionarli liberamente nel bagno o anche al di fuori dando nuovi stimoli alle soluzioni progettuali.

*Come è iniziata la collaborazione con Lupi e cosa pensi che, del tuo lavoro, l'azienda apprezzi maggiormente?*

Nel 2009 sono stato uno dei vincitori del Cristalplant Design Contest, con la vasca Dune. Il progetto è il risultato di un segno semplice, armonico, morbido, a misura d'uomo. In seguito sono nati prodotti che spaziano dai camini ai lavelli a un sistema porta lavabi su mensola e mi auguro in futuro di confrontarmi su altre proposte. Credo che l'azienda abbia gradito la versatilità di approccio su prodotti molto diversi tra loro, nati da una visione progettuale di ricerca ma con un occhio sempre orientato al mercato reale delle vendite.

*Come vivi lo stretto rapporto designer/imprenditore, tipico del made in Italy?*

Per indole e dedizione cerco di pensare all'azienda il più possibile, di relazionarmi continuamente per entrare totalmente nella realtà familiare, organizzativa e produttiva della stessa, come fossi un operatore curioso. Reputo limitato presentare un prodotto e terminare il rapporto una volta realizzato; più utile parlare con le persone, capire il know how e la direzione futura dell'azienda.

*In che termini un giovane designer può aiutare l'azienda a fare ricerca e proiettarsi nel futuro?*

Non penso che il contributo di un giovane emerga a livello anagrafico, spunti utili per innovare sono legati più ad una questione di cultura ed esperienza.