

rivista di architettura e arti del progetto aprile 2007

# +16

supplemento

[www.area-arch.it](http://www.area-arch.it)

ISSN 0394-0055



# new design generation



# Angeletti Ruzza design



Silvana was born in Rieti in 1969.  
Daniele was born in Rome in 1967.  
They have opened their firm in 1994: angeletti ruzza design.  
They have participated in numerous prizes and mentions,  
including: ADI INDEX in 2004 and in 2006.  
The work for Teuco, F.lli Guzzini, Colombo Design, Fantini,  
Irsap, Zani, R.S.V.P, I Guzzini, Fusital, GSI.  
Their interior design projects comprise the Relais Villa d'Assio  
in Rieti. They are members of ADI since 1999. They have been  
in charge of the creative department of GSI from 2002  
to 2007.

## **Secondo voi come è cambiato il modo di intendere il design negli ultimi 10 anni?**

Il design per le aziende è sempre più legato al marketing.

Le aziende vogliono vendere, aumentare i profitti, acquisire nuove quote di mercato e lo fanno sempre più spesso non puntando sulla qualità del progetto e sulla ricerca ma cercando di "confezionare" prodotti che, a fronte di bassi investimenti e pochi rischi, risultino facilmente accettati dal mercato. Questo provoca un inevitabile appiattimento dell'offerta. Ci sono poi le luminose eccezioni che regalano linfa vitale al sistema e diventano "prodotti" da manuale e, purtroppo, da copiare.

## **Quale rapporto instaurate con le aziende con cui collaborate?**

Un rapporto umano è sempre alla base di una proficua collaborazione. Crediamo fortemente nel gioco di squadra: il prodotto non è mai solo del designer; tuttavia spesso occorre difendere le proprie ragioni con forza, specialmente se si è giovani e disponibili.

## **Ritenete l'autoproduzione o la serie limitata un'opportunità per sviluppare soluzioni alternative?**

Esistono tanti modi per esprimersi, finora noi abbiamo cercato di farlo all'interno delle realtà industriali dove ci sono innumerevoli vincoli da rispettare e da superare. È un atteggiamento che porta ad accettare anche qualche rifiuto di troppo ma che concorre alla formazione del carattere! Il nostro obiettivo è quello di costruirci una credibilità professionale che spinga le aziende ad "investire" qualche rischio su di noi.

## **Che importanza date all'immagine dell'azienda per il successo del prodotto?**

Fin dagli inizi della nostra attività abbiamo puntato a lavorare con aziende di grande immagine perché, anche se è molto più difficile raggiungere il risultato, è sicuramente premiante dal punto di vista economico e della formazione.

Inoltre è entusiasmante riuscire a comprendere la filosofia dell'azienda per cui si lavora e contemporaneamente esprimere il proprio pensiero progettuale.

## **Pensate che la concentrazione di iniziative, o studi professionali, in una città sia importante per dare credibilità al vostro studio?**

Abbiamo cominciato in provincia ed in provincia siamo rimasti anche quando le cose hanno cominciato a funzionare.

A volte la mancanza degli stimoli di una grande città sembra molto pesante da sopportare a volte il vivere fuori da certi meccanismi dell'apparire risulta una grande fortuna, addirittura un'opportunità!

## **In your opinion, how has the way to understand design changed in the last 10 years?**

To businesses, design is more and more closely linked to marketing.

The companies want to sell, make more profit, conquer new market shares, and they are doing this to an increasing extent not by focusing on design quality and research, but by trying to "package" products that entail little investments and risks while being easily accepted by the market. The result is an inevitable standardization. Then there are enlightened exceptions that provide the system with its lifeblood, that unfortunately become "textbook" models to copy.

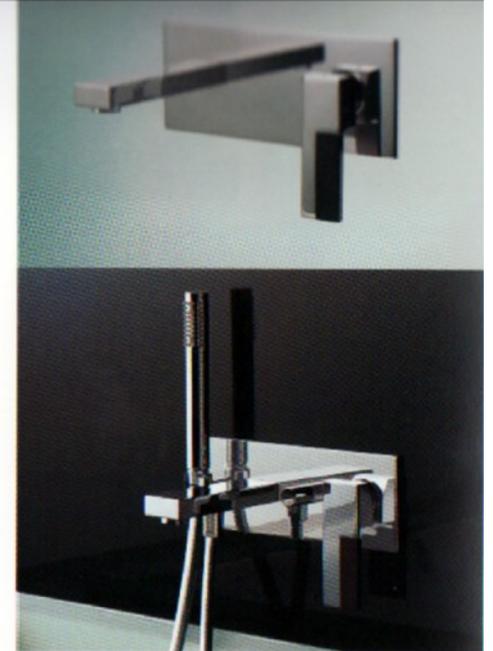
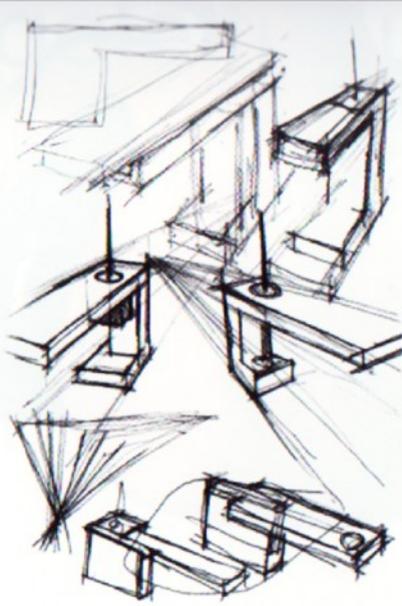
## **What relationship have you established with the companies with which you collaborate?**

A human relationship always represents the basis of a fruitful collaboration. We are firm believers in teamwork: the product never only the work of the designer, but it is often necessary to defend one's position with insistence, especially if one is young and cooperative.

## **Do you consider self-production or limited editions an opportunity for purposes of developing alternative solutions?**

There are many ways in which to express oneself, so far we have tried to do so within the context of the industrial realities, where one has to respect and overcome countless restrictions. It is an approach that also makes one accept some rejections, but that is character-building!

Our purpose is to create a professional credibility, to make businesses invest and take some chances on us.



**Il vostro metodo di lavoro, varia in funzione della tipologia o pensate possa esistere un metodo universale di approccio?**

Ogni progettista ha un mondo interiore, una filosofia progettuale un modo unico di rapportarsi al progetto. Questo metodo di lavoro non varia in base alla tipologia di cui ci si sta occupando nello specifico ma si modifica e si evolve insieme alla crescita umana e professionale dell'individuo: è il suo percorso di vita.

**Pensate che insegnare design, o prendere parte come tutor a workshop di progetto, sia indispensabile per allenare la propria reattività al progetto?**

No. Crediamo che insegnare sia una vera missione. Ci hanno proposto di farlo ma ci vuole una grande preparazione e motivazione per farlo. Può insegnare chi ha qualcosa da dare, conoscenze e valori da trasferire, non si deve insegnare con la consapevolezza di andare a "prendere" e di tenersi allenati.

**Ritenete che nel futuro ci sarà di nuovo spazio per il design specialistico, o la globalizzazione porterà sempre più verso un mondo del progetto globale?**

Assistiamo ad un processo di mescolanza sempre più frequente e ravvicinato fra le culture. "Non c'è sfilata di moda che non sia meticciosa, e lo stesso accade nella musica e nella cucina". La parola "meticcioso" indica il processo di mescolanza, ibridazione culturale in atto nella società globale. Il meticciamiento è caratterizzato da cambiamenti e trasformazioni derivanti da contatti e scambi che sono sempre di più una caratteristica di fondo dei processi sociali in corso, primo tra tutti quello migratorio. Prodotti di design industriale e manufatti artigianali si intrecciano in una trama fatta di emozioni, memorie, sorprese, dando vita a un inedito e sensuale codice del living contemporaneo. Tutto è ammesso purché abbia un suo valore intrinseco. In quest'ottica si evolverà il mondo del progetto; così come oggi i grandi chef propongono piatti che nascono dalla libera associazione e interpretazione di culture gastronomiche diverse, i modi dell'abitare saranno influenzati dalla molteplicità di offerte all'interno delle quali l'individuo può scegliere cosa gli corrisponde davvero.

**To what extent do you consider the image of the company influences the success of a product?**

Since we begun our activity we have sought to work with prestigious companies; even if it is much harder to achieve a result, it is certainly rewarding from an economical point of view, and in terms of training. It is entusing to manage to understand the philosophy of the company for which one is working, and at the same time express one's own design concept.

**Do you think that the concentration of initiatives, or professional firms, in a city is important to give your firm credibility?**

We started working in the province and have stayed there, also when things have begun to move in the right direction. Sometimes the lack of inspiration offered by a big city seems hard to put up with, and sometimes living outside certain mechanisms of moving in the right circles is a great fortune, even an opportunity!

**Does your work method vary according to the type of product, or do you think there may exist a universal approach method?**

Every designer has an own vision, a design philosophy and a unique way to approach design. This work method does not vary depending on the type of project one is working on at a given point in time, but changes and evolves with the human and professional growth of the individual: it is his or her life story.

**Do you think that teaching design, or participating as a tutor in project workshops, is indispensable to train your own reactivity to design?**

We believe that teaching is a true mission. We have been invited to do so but it takes a great preparation and motivation to do so. Those who have something to offer, knowledge and values to convey, may teach; one must not teach with the awareness of doing so to "get" something and stay up-to-date.

**Do you consider that there will be space for specialized design once again in the future, or will globalization lead us, more and more, towards a world of global design?**

Cultures are mixing more and more frequently, and getting closer to one another. No fashion show is free from hybridization, and the same is true for music and cooking. The word "cross-breeding" indicates the process of cultural mixing. This hybridizing is characterized by changes and transformations provoked by contacts and exchanges that are becoming, to an increasing extent, a fundamental characteristic of the social processes taking place, above all the migration phenomenon.

