

INTERVIEW

A cura di Elviro Di Meo



LE SCELTE CHE CONTANO *THE CHOICES THAT REALLY MATTER*

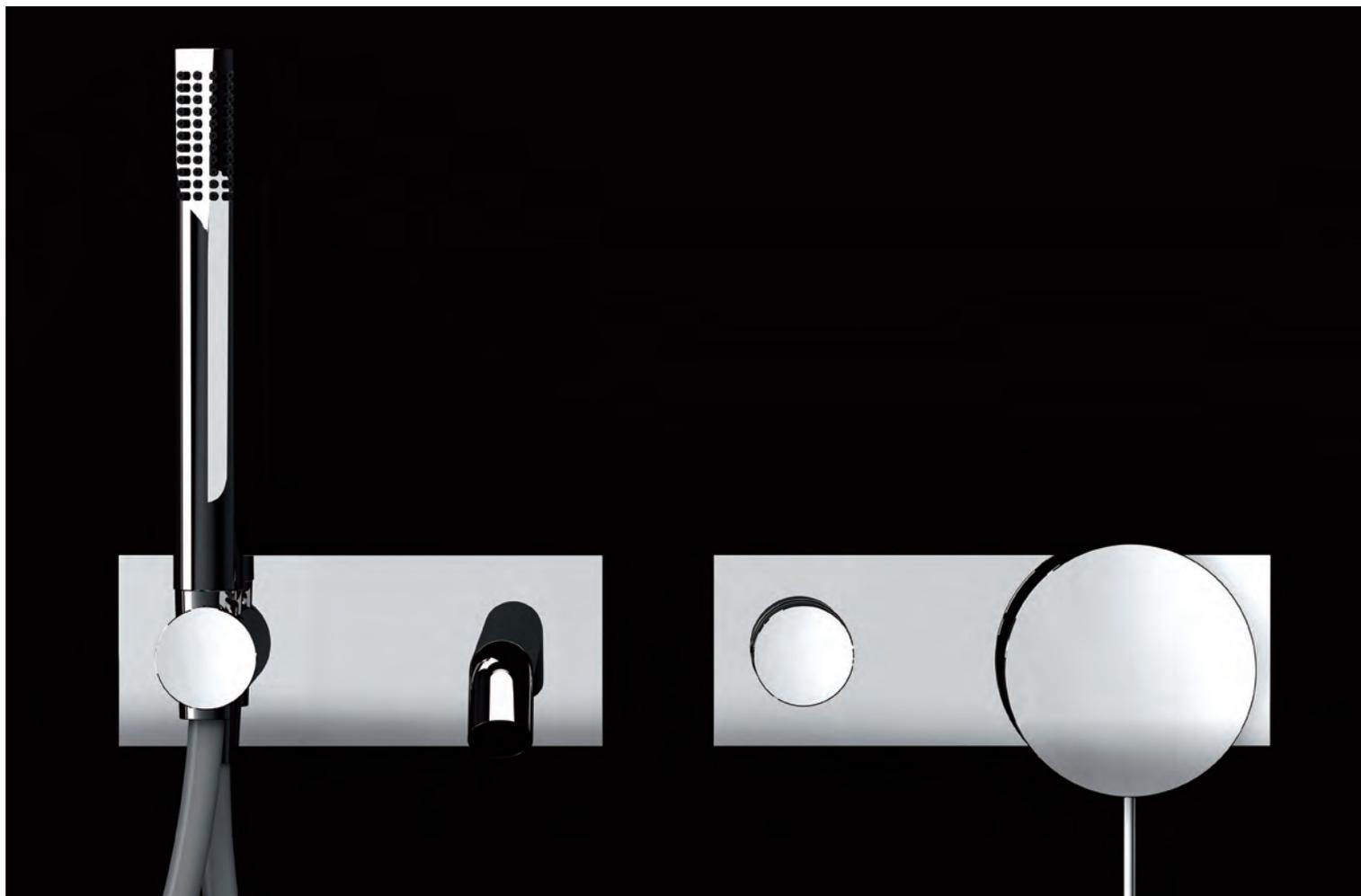
Disegni: courtesy angeletti ruzza design
Portrait: Photo by Claudio Urbani

“Abbiamo preferito lavorare con poche aziende selezionate, con le quali abbiamo sempre cercato di stabilire rapporti duraturi, basati sulla fiducia e sul rispetto reciproco. Siamo tipi da matrimonio, più che da passioni brucianti”. Silvana Angeletti e Daniele Ruzza raccontano il loro percorso progettuale

“We preferred to work with few, selected companies, with which we have always tried to establish long-lasting relationships, based on trust and mutual respect. We could define them ‘authentic marriages’, rather than all absorbing passions”. Silvana Angeletti and Daniele Ruzza talking about their design path

In alto, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza; pagina a fianco, Colibri, disegnato per Fantini

Above, Silvana Angeletti and Daniele Ruzza; opposite page, Colibri, designed for Fantini



Hanno scelto di vivere lontano dalle capitali del design, da quel circuito patinato e mondano, dove spesso l'effimero impone lo stile del momento: gusti e tendenze destinati a vivere "lo spazio di un mattino", per poi sparire come tutte le mode, fagocitati dal sensazionalismo di nuovi clamori. Entrambi progettisti, laureati in Industrial Design all'ISIA di Roma, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza, partner nella vita e nella professione, aprono a Rieti il loro studio nel febbraio del 1994. Da allora un successo dietro l'altro, molti riconoscimenti, ma, soprattutto, tanto impegno, maturato attraverso collaborazioni durature con aziende di punta, abbracciando tutti gli ambiti del progetto.

Lo so che è difficile, ma proviamoci lo stesso: potreste sintetizzarmi il vostro percorso come designer? Quali sono stati i progetti più importanti e le tappe più significative?

"L'incontro con la Guzzini, nel 1994, è stato determinante. In pochissimo tempo, da studenti dell'ISIA siamo diventati designer industriali. La caffettiera Zazà e la caraffa Tobia sono state prodotte in serie in grandissime quantità. Pensi che la caffettiera è ancora in produzione. E sono passati ventidue anni, mentre il contratto ne prevedeva soltanto otto. Un vero successo, così come la collezione di arredo bagno Link, per Colombo Design. Una collezione che ha avuto un grande riscontro di pubblico e ci ha permesso di indagare un ambito nuovo, quello della stanza da bagno, che negli anni successivi non avremmo mai più abbandonato. Abbiamo preferito lavorare con poche aziende selezionate, con le quali abbiamo sempre cercato di stabilire rapporti duraturi, basati sulla fiducia e sul rispetto reciproco. Siamo tipi da matrimonio, più che da passioni brucianti". (Silvana Angeletti)

E quali sono stati i matrimoni più riusciti?

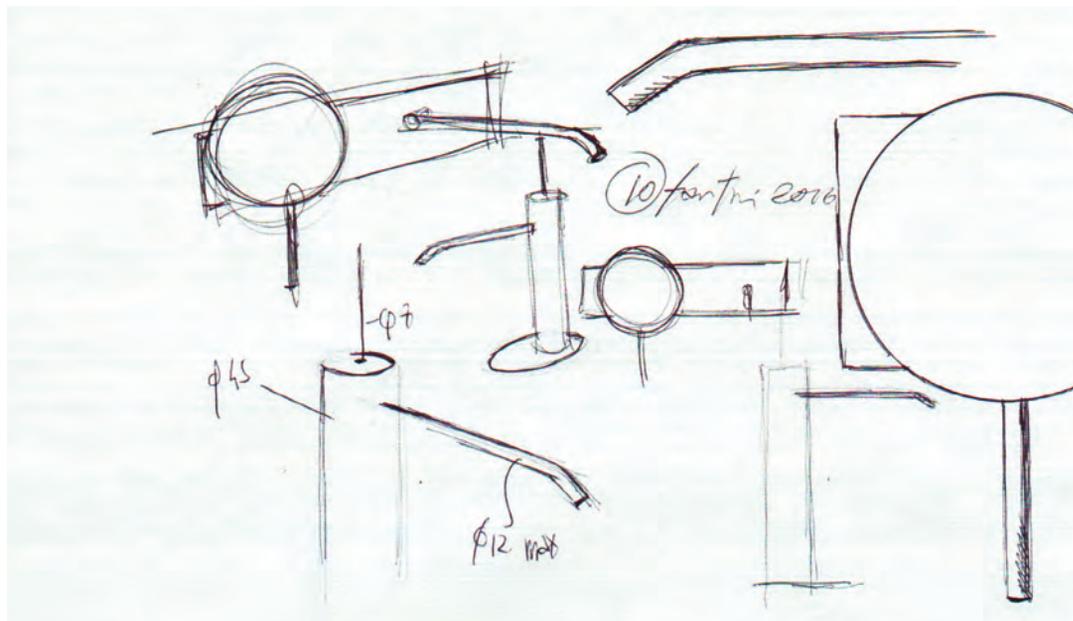
"Con Fantini collaboriamo da tantissimi anni, nonostante la partenza sbagliata. Fonte non è fu un prodotto molto fortunato. Eppure l'azienda ha creduto nuovamente in noi ed è nata la collezione di rubinetteria AR/38, che è stata per molto tempo un best seller aziendale, grazie alla sua anima classica e pulita, che ci ha regalato il nostro primo ADI Index. Altra tappa importante è con Azurra. Abbiamo avuto la direzione artistica, che ci ha permesso di esprimere le nostre capacità, creando un'azienda con una identità originale e riconoscibile. Per la prima volta, abbiamo avuto modo di confrontarci con altri designer, scelti da noi, nell'ottica di formare una squadra composta da diverse personalità, ma con sensibilità affini. E poi non potrei non citare Oluce.

Il più antico brand di illuminazione decorativa in Italia. Far parte del catalogo, dove sono presenti maestri come Joe Colombo e Vico Magistretti, è una sensazione difficile da dimenticare. Negli ultimi due anni, abbiamo sviluppato due rapporti privilegiati con aziende di furniture design: My

They chose to live far from the capital city of design, far from a glossy and frivolous entourage dominated by fleeting and evanescent tastes and styles - trends which are not destined to survive, and that soon disappear as all other fashions, absorbed by splashy, new clamors. Graduated in Industrial Design at the Rome's ISIA, Silvana Angeletti and Daniele Ruzza, life and work partners, established their own Rieti-based firm in 1994. Since that moment, the firm has achieved resounding success, many recognitions and, mostly, has shown great commitment expressed by long lasting partnerships with major companies, encompassing all design aspects.

I know it is hard, let's anyway try: could you please briefly describe me your design path? What were the most important projects and meaningful steps?

"Meeting Guzzini in 1994, was crucial to us. In a very few time, from being ISIA's student we have become industrial designers. The Zazà coffee-maker and the Tobia water pitcher have been produced in huge quantities. Consider that this coffee-maker is still in production. Twenty-two years have passed, even though, according to the agreement, we



home collection e Daa Italia. Si tratta di due realtà imprenditoriali molto giovani – hanno circa tre anni – e sono molto diverse tra loro. Ci siamo innamorati del progetto e lo abbiamo sposato a 360 gradi, riuscendo a far emergere un lato nuovo della nostra personalità, decisamente più ironico e poetico, realizzando diversi prodotti per entrambe, in pochissimo tempo. Anche in questo caso, si è creato un rapporto di grande fiducia con i responsabili delle due aziende. Una vera e propria simpatia che è sfociata nella voglia di costruire, insieme, qualcosa di importante, bello e capace di fare la differenza”. (Silvana Angeletti)

“Posso aggiungere poco a quello che ha detto Silvana. È stata brava a sintetizzare ventidue anni di lavoro. Si è dimenticata, però, di ricordare il nostro progetto più importante: quello di formare una famiglia e di rimanere legati alle nostre radici. Viviamo a Rieti - città natale di Silvana - immersi nel verde e nella natura. Tutto il resto l'abbiamo fatto macinando chilometri di strada”. (Daniele Ruzza)

È una domanda che rivolgo a tutti: è vero che il design sta perdendo bellezza a favore della componente funzionale del prodotto?

“No, non è vero. Le aziende design oriented operano per una nicchia di mercato. Spesso gli attori coinvolti in questo settore se ne dimenticano. Per questa nicchia la valenza estetica è fondamentale. Il vero design produce bellezza, apre il cuore, emoziona. Chiaramente, tutto deve essere coniugato con una dose di sano realismo”.

In che senso?

“La bellezza deve essere producibile, realizzata concretamente. Proprio in questo sta la differenza tra il designer e l'artista”.

Immagino che vi confrontiate con designer di altri paesi. Che cosa pensano i vostri colleghi del modo di fare design in Italia?

“È Difficile rispondere. Vivere a Rieti non agevola i rapporti con gli altri progettisti. In qualche modo siamo fuori da quel circuito che favorisce gli incontri e la comunicazione. Certo, per lavoro, abbiamo incontrato designer spagnoli, francesi. Non ci piace generalizzare, ma ci siamo sempre trovati di fronte a persone per le quali era stimolante entrare in contatto con il saper fare italiano”.

Che cosa, invece, pensate di loro? Mi riferisco ai designer tedeschi, olandesi o inglesi?

“Ci affascina il grado di libertà con il quale approcciano il progetto. Ci sembrano più liberi di noi italiani, che abbiamo ancora qualche difficoltà a uscire fuori da certi schemi, che nel prossimo futuro potrebbero rivelarsi obsoleti”. (Silvana Angeletti)

“Mi piace osservare i progetti che provengono da altre culture. Gli inglesi hanno una freschezza dettata dalla loro libertà culturale e, forse, dalla mancanza di riferimenti forti. Degli olandesi apprezzo l'allegria con cui si avvicinano al progetto. Mentre del design tedesco ammiro e resto affascinato dalla concretezza e dalla pulizia di alcuni prodotti. In fondo, è un po' come assaggiare un piatto in una cucina internazionale. Potresti farlo a occhi chiusi e indovinare il paese di provenienza. Del resto, ogni designer è legato alla propria cultura”. (Daniele Ruzza)

Pensate che le grandi catene commerciali, come IKEA, abbiano democraticizzato il design, attraverso prezzi resi accessibili a tutti, oppure lo abbiano privato del suo reale valore: bellezza, funzione e durabilità nel tempo?

“Sono vere entrambe le affermazioni. È innegabile che Ikea abbia risposto in maniera adeguata, dal punto di vista del prezzo e della reperibilità immediata, a un bisogno del consumatore contemporaneo. È altrettanto vero, però, che ha contribuito a rendere più corto il ciclo di vita degli oggetti, che vengono consumati con maggiore voracità e scarsissima consapevolezza”.

Qual è la caratteristica che accomuna tutti i vostri lavori?

“I nostri progetti sono semplici, mancano totalmente di arroganza e prepotenza. Sono presenze

had stipulated an eight-year production. It was a huge success, and also the Link bathroom collection for Colombo design. This collection achieved tremendous success and allowed us to explore new sectors, such as the bathroom, a sector we would have not left anymore in the following years. We preferred to work with very few, selected companies, with which we established long lasting relationships, based on trust and mutual respect. These may be defined authentic marriages, rather than all absorbing passions.

(Silvana Angeletti)

What were some of most successful marriages?

“We have been working for Fantini for many years, despite the wrong start. Fonte wasn't a very lucky product.

Nonetheless, the company gave another chance, hence was created the AR/38 collection, which has been a bestselling product for a long time, thanks to its classic and clear-cut lines which led to our first ADI Index award. Another important step for us is Azzurra. We were appointed creative directors, that allowed us to better express our skills, building a company with a unique yet well recognizable identity. For the first time we could exchange opinions with the other designers we had chosen, with the ultimate goal to build up a team consisting of different characters, even though with a kindred spirit.

Another project to be mentioned is Oluce. This is the first Italian brand in the decorative lighting systems. You can't forget being part of a catalogue with masters like Joe Colombo and Vico Magistretti. Over the last two years, we have developed privileged relationships with furniture design companies: My home collection and Daa Italia. These are newly established enterprises - no longer than three years - and are very different one from the other. We fell in love with the project and fully took up the cause, allowing a new side - more ironic and poetic - of our character emerge, creating varied products for both companies, in a very little time. Also in this case, we established a trustful relationship with the company's managers. An authentic harmony, that resulted in the desire to build together something important, beautiful and capable of making the difference”. (Silvana Angeletti)

“I can add very little to what Silvana has said. She was perfect in summarizing a 22-year professional path. She anyway forgot to mention our most remarkable project - our family - and the roots we are tied to. We do live in Rieti - Silvana's homeland - surrounded by nature. All the

rest we have done stacking up the miles for thousands of hours. (Daniele Ruzza)

I ask this question to everybody: is it true that design is losing its aesthetic value, favoring the functional features?

"It's not true. The design-oriented companies work for a market's niche. Often the involved players forget it. For this niche, the aesthetic value is crucial. The real design produces beauty, open the hearts, gives emotions. Of course, everything must be combined with a good dose of pragmatism".

What do you mean?

"Beauty should be easy to reproduce and very concrete. This is the difference between a designer and an artist".

I guess you compare yourself with other countries' designers. What do your colleague think of Italian design-making?

"It's hard to say. To live in Rieti doesn't favor the relationships with the other designers. We are in some way out from that network which favors the meetings and communication. Of course, for our work we met Spanish and French designers. We don't like to make generalizations, anyway, we have always met people to whom was very interesting to get in touch with the Italian know-how".

What do you think about German, Dutch or British designers?

"We love the freedom with which they face whatever project. They are freer than us Italians, still unable to leave the schemes, which in the next future may turn out to be very obsolete". (Silvana Angeletti)

"I love to examine projects coming from other cultures. English people are very natural thanks to their cultural freedom and the lack of strong references. Concerning Dutch designers, I like the joy they approach design with. If we talk about German authors, I admire the concreteness and cleanness of some products they develop. Actually, it is like tasting an international dish. You can do it with your eyes closed, being able to guess from which country it comes. After all, every designer is tied to his/her own culture". (Daniele Ruzza)

Do you think that major retailers such as IKEA democratized design through affordable prices, or they deprived it of its real value: beauty, function, durability?

"Both statements are true. We have to admit that Ikea was able – in terms of price and product availability – to meet the needs of today's users. It is also true that this company contributed to

shorten the life cycle of objects, which are voraciously and unconsciously consumed".

What do your works have in common?

"Our projects are simple, neither presumptuous nor aggressive. They are very relaxing and able to softly get in touch with the surrounding space".

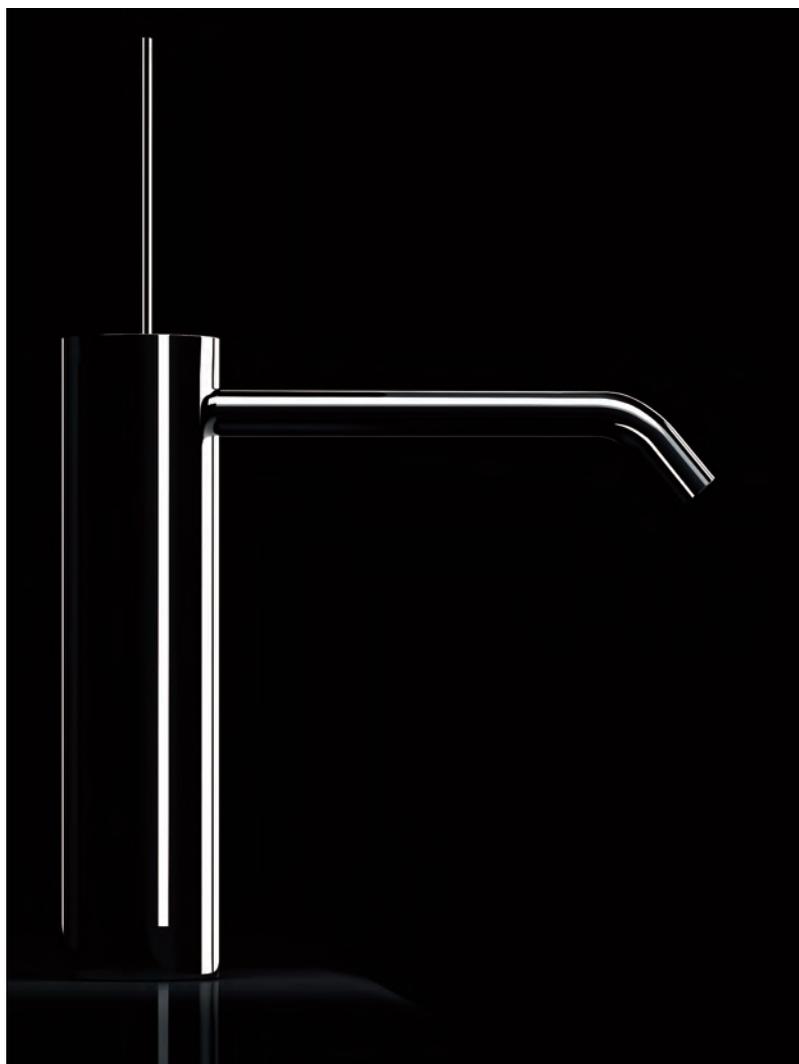
Can you please describe the latest products you developed in the bathroom furniture industry?

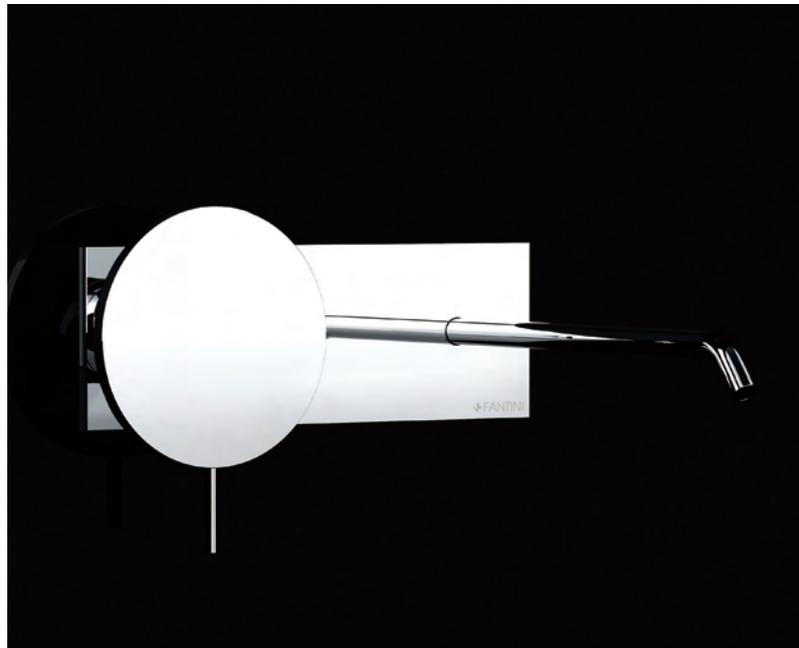
Colibrì (meaning hummingbird), designed for Fantini, marked the divide. It was a revolutionary yet simple project, that was implemented thanks to the ethics and deep culture this company embodies. Small yet powerful, as the birds it is named after, it represents the beginning of a new way of understanding water in the domestic environment. From a shape point of view, by reducing the diameter of the faucet, we manage to create an object evoking the bamboo fountains of Japanese gardens" (Silvana Angeletti)

Creativity is expression of social changes. Do you agree?

"Of course. Today we are more environmentally conscious. The demand of smart, efficient yet beautiful products, is increasing. Colibrì encompasses this trend, which is destined to set the next design trends. This is a sustainability-oriented product, with stunning, final results: 1,2 liters/a minute compared to the 5 required by the European Leed Certification. The Bloom sink, like Colibrì, is based on matter-subtraction. The concept here is to eliminate all superfluous, getting to the essence of design. Flaminia, the company for which we designed the sink, thanks to its strong know-how in the ceramic industry, made a console in two sizes, 100 and 120 cm. We have worked a lot on the plan, which is inspired by Giò Ponti's work and the legendary collection he created for Ideal Standard in 1953. Anyway, very low thickness, wide top surfaces and well-balanced proportions give the product a modern yet fresh taste. If you pay attention, in these latest projects in the bathroom furniture, you can see that the new interpretation of past models hides a research of new models. No style twisting, a lot of rigor and ability to marry can turn a timeless memory into something new". (Silvana Angeletti)

"We are developing both the projects. Colibrì will be extended to the whole product range, while for Bloom we defined the system of the towel-rail structure, and we are now starting a series of furnishings and mirrors to finish the sink. Irsap is something different. After the success achieved by Sequenze, few





years later they asked us to redesign some products of the company. Three will be released. These are work in progress and, over time, they will have new functions. Our radiators will be displayed in preview at ISH Frankfurt and, maybe, also during the Salone del Mobile Milano. Irsapp will organize an event at the Fuorisalone, I guess. (Daniele Ruzza)

What the companies in the industry ask the designers they collaborate with?

“They search for quality ideas more than ever. This healthy trend is due to the crisis. Until recently, it was easier to see projects be turned into products. Paradoxically, quality ideas find more room than in past times, because the companies are more interested in the innovative feature of the idea than in its origin”.

How do you imagine the bathroom of the next ten years? A trend reversal is expected to occur, replacing the open-plan spaces we are used to?

“We have always considered the bathroom the place to find your own intimacy, getting in touch with your soul. Regardless the dimensions, being it a small or wider space, what people seek for is fluidity, emotions, spirituality. A space that allows you to feel fine with yourself. Technology is more and more needed, but it will be more and more invisible, devoted to rituality, to enhance the sensorial experience. Light will become more important and shades too. If we would describe the bathroom developed in the new ten years, we would sue these two words: dematerialization and spirit.”

Are you going to attend the Milan Design Week?

“Yes, with a new project for Oluce, a table lamp; two lamp collections based on rotatory printing press for My Tour; new creations for My home collection.

quiete, che amano entrare in relazione con lo spazio circostante”.

Mi potreste descrivere gli ultimi prodotti che avete disegnato per il mondo bagno?

Colibrì, progettato per Fantini, è uno spartiacque. Un progetto rivoluzionario, pur nella sua semplicità, che è stato possibile realizzare grazie all’etica e alla profonda cultura che l’azienda ha nel suo DNA. Piccolo e potente, come gli uccelli da cui prende il nome, Colibrì rappresenta l’inizio di un nuovo modo di intendere il rapporto con l’acqua negli interni domestici. Dal punto di vista formale, riducendo il diametro della canna di erogazione, siamo riusciti a creare un oggetto che ricorda le fontane in bambù dei giardini giapponesi”. (Silvana Angeletti)

La creatività è espressione dei cambiamenti sociali. Siete d’accordo?

“Sicuramente. Oggi c’è una maggiore consapevolezza verso la cura del pianeta. Presto ci sarà un aumento della domanda rivolta a progetti intelligenti, efficaci oltre che belli. E Colibrì esprime di fatto questa tendenza, destinata a dettare le nuove regole del design. È un prodotto orientato alla sostenibilità, con un esito finale d’eccezione per il risparmio dell’acqua: 1, 2 litri al minuto rispetto ai 5 richiesti dalla Leed Certification Europea. Il lavabo Bloom, come lo stesso Colibrì, si basa sulla sottrazione di materia. L’approccio, anche in questo caso, è stato quello di provare a togliere il più possibile, arrivando alla vera essenza del progetto. Flaminia, l’azienda per la quale abbiamo disegnato il lavandino, attraverso la sua profonda conoscenza del materiale ceramico, ha realizzato le consolle nelle due misure di 100 e 120 cm. Abbiamo lavorato molto sulla pianta, che è ispirata al lavoro di Giò Ponti nella sua memorabile collezione del 1953 per Ideal Standard. Ma gli spessori sottilissimi, l’ampiezza dei piani e la cura delle proporzioni regalano al prodotto un’allure fresca e contemporanea. In questi nostri ultimi progetti per il bagno, si può notare, soffermandosi con un po’ di attenzione, come nella rilettura dei modelli passati si nasconde, in realtà, la ricerca del nuovo. Nessuno travolgimento formale, ma soltanto tanto rigore e capacità di sintesi possono trasformare una memoria, che esiste da sempre, in qualcosa che l’occhio percepisce come nuovo”. (Silvana Angeletti)

“Stiamo portando avanti entrambi i progetti. Colibrì si estenderà a tutta la gamma, mentre per Bloom abbiamo definito il sistema della struttura portasciugamani, e stiamo iniziando una serie di mobili e specchi che faranno da contorno al lavabo. Discorso diverso per Irsapp. Dopo il successo del radiatore Sequenze, siamo stati richiamati, a distanza di anni, a ripensare alcuni prodotti dell’azienda. Ne usciranno tre. Sono dei work in progress, perché nel tempo avranno al loro interno nuove funzioni. I nostri radiatori saranno esposti in anteprima alla prossima Fiera ISH di Francoforte, e, probabilmente, anche in occasione del Salone del Mobile di Milano. Credo che Irsapp organizzerà un evento al Fuorisalone”. (Daniele Ruzza)

Che cosa le aziende del settore continuano a chiedere ai progettisti con cui collaborano?

“Oggi più che mai cercano qualità di pensiero. La crisi ha portato con sé questo atteggiamento sano. Fino a un pochi anni fa, era più facile vedere i propri progetti entrare in produzione e diventare prodotti. Paradossalmente, adesso, i pensieri di qualità trovano più spazio e accoglienza di prima, perché alle aziende interessa di più la portata innovativa dell’idea che la sua provenienza”.

Come immaginate la stanza da bagno dei prossimi dieci anni? Ci sarà un’inversione di tendenza rispetto agli open space che siamo un po’ tutti abituati a vedere?

“Per noi la stanza da bagno ha sempre rappresentato il luogo dove ritrovarsi ed entrare in contatto con la propria anima. Non è una questione di dimensioni, nel piccolo come nel grande, quello che cercano le persone è un senso di fluidità, emozione, spiritualità. Uno spazio dove stare bene con se stessi. Ci sarà sempre più tecnologia, ma sarà sempre più invisibile, al servizio della ritua-

lità, per potenziare l'esperienza dei sensi. La luce acquisterà più importanza e di conseguenza anche l'ombra. Se dovessimo usare solo due parole per definire la stanza da bagno dei prossimi dieci anni, diremmo: smaterializzazione e spirito”.

Parteciperete al Salone del Mobile?

“Sì, con un nuovo progetto per Oluce, una lampada da tavolo; due collezioni di lampade realizzate con lo stampaggio rotazionale per My Your; nuove creazioni per My home collection. Saremo presenti al Fuorisalone con due nuovi prodotti disegnati per Daa Italia. Parteciperemo, inoltre, alla mostra IDEA, curata dal designer Niklas Jacob, che pubblicherà anche il libro in concomitanza con l'evento espositivo”.

Che cosa vi aspettate di vedere in Fiera?

“Dei prodotti che riflettano la società che sta cambiando tanto rapidamente. Ci aspettiamo di vedere prodotti capaci di far sperare in un futuro possibile e migliore. Insomma, vorremmo vedere un'Italia centrata sulle sue qualità migliori, che sono intuizione e bellezza”.

Qual è - se c'è - un progetto che non avete mai realizzato e che vorreste fare?

“Sono tanti i temi che non abbiamo ancora affrontato. Personalmente, mi piacerebbe progettare dei prodotti che permettano ai bambini di giocare all'esterno. Vorrei realizzare anche degli oggetti per la casa, che si aprano solo quando servono, per poi richiudersi, quasi scomparendo, e lasciando lo spazio libero per altre funzioni”. (Silvana Angeletti)

“Un progetto che mi sta a cuore? Disegnare una moto”. (Daniele Ruzza)

L'azienda con cui avete lavorato meglio?

“A questa domanda non mi sento di rispondere, mi sembrerebbe di fare dei torti a qualcuno”. (Silvana Angeletti)

“Direi tutte. Non lo dico per piaggeria, ma come ha spiegato Silvana tendiamo a costruire rapporti duraturi. Dei veri e propri matrimoni. Il più lungo finora? Quello con Guzzini”. (Daniele Ruzza)

We will attend the Fuorisalone with two new products designed for Daa Italia. Moreover, we will take part to the IDEA exhibition, curated by Niklas Jacob, who is going to publish a book during the fair.

What do you expect from the fair?

“Products reflecting this rapidly changing society. We expect products that can suggest a better future. In a word, we would like to see best qualities-centered products, ie focused on intuition and beauty.

Is there a project you have not fulfilled and that you would like to?

“There are many themes we have not faced yet. Personally speaking, I would love to design object which allow kids to play outdoor. I would also like to create to open just when needed, and than can be later closed, living room to other functions. (Silvana Angeletti)

“A project I would like to develop? To design a motorbike.

(Daniele Ruzza)



Pagina accanto, il modello Colibri; qui sopra, lavabo Bloom di Flaminia e a fianco il radiatore Sequenza di Irsap

Opposite page, the model Colibri; upper, Bloom sink by Flaminia and, here, the Sequenza radiator by Irsap

The best company you worked for?

I cannot answer this question, I would do an injustice to someone”. (Silvana Angeletti)

“I would answer all. I don't want flattery. As stated by Silvana, we establish long-lasting relationships. They are like marriages. The longest one? The one with Guzzini”.

(Daniele Ruzza)