

# DESIGN/BIZNES

## ŁAZIENKI

Nr 1/2021 | wydanie bezpłatne | ISSN 2545-1057



EKSPRESYJNI **SILVANA ANGELETTI I DANIELE RUZZA**  
**JAK SPRZEDAWAĆ PŁYTKI CERAMICZNE** / WIELKIE FORMATY  
ŁAZIENKA PUBLICZNA / WYZWANIA W CZASIE PRZEMIAN



# Z DAŁA OD MINIMALIZMU

Ich wizja designu to przede wszystkim poszukiwanie piękna – w prostocie, prawdzie i harmonii. W Angeletti Ruzza Design Studio powstają produkty, które nie poddają się upływowi czasu, dyskretnie towarzyszą użytkownikowi delikatnie wtapiając się w jego otoczenie. Jak mówią w wywiadach założyciele studia – Silvana Angeletti i Daniele Ruzza – w ich pracach zawsze można znaleźć pewną dozę „słodczy”, nawet jeśli chcą być bardziej surowi. Unikają chłodu minimalizmu. Projekty ich autorstwa szukają autentyczności wyrażonej w czystych, ale i ekspresyjnych formach.

ROZMAWIAŁA: ANNA RADUCHA-ROMANOWICZ

**P**rojektowy duet Silvana Angeletti i Daniele Ruzza to partnerzy w życiu i pracy. Po ukończeniu studiów na wydziale wzornictwa przemysłowego ISIA w Rzymie, zdecydowali się zamieszkać w Rieti, z dala od stolic designu. Dzięki temu chcieli zachować bardziej autentyczną wizję zawodu. Pracują razem od 1994 roku, kiedy to założyli wspólną pracownię projektową. Od tamtej pory studio Angeletti Ruzza współpracowało z wieloma firmami z branży meblarskiej oraz wyposażenia

łazienek. Projekty autorstwa studia znajdziemy w portfolio takich marek jak m.in. Azzurra Ceramica, Flaminia, F.lli Fantini, Gedy, Globo, Graff czy Teuco. Różnorodność sektorów produkcyjnych, w jakich działali oraz skala produktów, które tworzyli – od wytwarzanych przemysłowo, w dużych ilościach, po krótkie, rękodzielnicze serie, a także pogłębienie wiedzy o różnorodnych technikach produkcji i materiałach, pozwoliły twórcom studia na eksperymentowanie w różnych obszarach przemysłowego designu.



Silvana Angeletti i Daniele Ruzza, fot. Vincent Urbani



→ Piecyk Lila z oferty marki Kalon (2020)

↓ Sofa Weekend marki My home (2017)



↑ Fotel Chika powstał dla marki Da a (2016)

W latach 2002–2006 byli dyrektorem artystycznym marki GSI Ceramica, 2007–2014 firmy Azzurra, 2015–2018 roku Brilliant i My Home Collection. Dziś piastują to stanowisko w firmach Bottega Intreccio, Kalon i Globo. Pozwala im to jeszcze lepiej poznać przedsiębiorstwa, z którymi współpracują, zrozumieć ich tożsamość, pogłębić wiedzę produkcyjną. I dzięki temu czasem wypchnąć je poza bezpieczną „strefę komfortu” – wprowadzać nowe typy produktów, realizować pomysły badawcze dotyczące materiałów, technik produkcji, czy też potrzeb życiowych użytkowników.

Silvana Angeletti i Daniele Ruzza prowadzą też zajęcia dla studentów – kursy projektowania przemysłowego na Uniwersytecie Ascoli Piceno (od 2012) i IED w Rzymie (od 2010). Są lauretami wielu konkursów wzorniczych. Mogą pochwalić się m.in. sześcioma pozycjami w indeksie ADI Design Index, rekomendacjami dla Compasso d'Oro, nagrodami Archiproducts, Good Design Awards, German Design Awards czy nagrodami Red Dot (M'Amo dla Irsap w 2018 r. oraz Comunicazione Azzurra w 2009 r.).

**Działacie w wielu sektorach przemysłu wzorniczego – współpracowaliście z licznymi markami tworząc przeróżne produkty. Czy możecie wskazać element, który łączy Wasze projekty? Wasz znak rozpoznawczy – ideę projektową, która jest dla Was najważniejsza?**

**Silvana Angeletti i Daniele Ruzza:** Poszukiwanie piękna. Piękno dla nas ma swoje źródło w prostocie. Bycie prostym jest bardzo trudne. Oznacza dotarcie do sedna problemu, umiejętność rozpoznania tego, co zbędne i wyeliminowanie tego, rozwiązanie złożoności za pomocą syntezy. Prostota jest inteligentna, stanowi głęboki wyraz jakości i jest zrozumiała dla każdego. Piękno dla nas ma swoje źródło również w prawdzie. Bycie prawdziwym oznacza poszukiwanie tego, co autentyczne, co może istnieć w czasie i każdego dnia poprawiać jakość życia ludzi. Piękno dla nas ma swoje źródło także w harmonii. Harmonii rozumianej jako estetyka przedmiotu, będąca bezpośrednią konsekwencją staranności, z jaką został wymyślony, zaprojektowany i zbudowany. Prosty przedmiot redukuje formę do tego, co istotne. W skuteczny i uży-



← Lustro z kolekcji OPI marki Globo. Za mniejszym lusterkiem kryje się mała półeczka (2020)

↓ Krzesło z serii Angel zaprojektowanej dla marki Roche Bobois (2019)

↓ Konsola umywalkowa Bob z nowej kolekcji OPI marki Globo. Jej blat wykonany został z materiału Dekton (2020)



teczny sposób odpowiada funkcji, do pełnienia której został zaprojektowany. Jest obdarzony silną ekspresją, która sprawia, że jest rozpoznawalny w czasie. Uczciwy przedmiot ma klarowną i czytelną strukturę, nie jest „rzeczą dziwną” i koniecznie inną. Ma wewnętrzną naturalność, która uspokaja i relaksuje. W naszej pracy intensywnie poszukujemy tych wartości. Nasz projekt nie spowoduje, że zaniemówisz, nie jest emocjonalny. Jest raczej gościnny, przyjacielski, cichy. Z jak najmniejszą liczbą elementów. Ekspresyjny w poszukiwaniu syntezy pełnej znaczeń, ale zawsze powiązany z czymś, co ludzie wiedzą, mogą poczuć blisko, rozumieją.

**Odnalezienie tej prostoty i wewnętrznej naturalności faktycznie może być czasem bardzo trudne. Jaki element bądź etap Waszej projektowej pracy bywa największym wyzwaniem?**

Powiedzielibyśmy, że przejście od prawdziwego projektu wzornictwa przemysłowego, w którym mamy do czynienia z technologiami przemysłowymi i procesami produkcyjnymi – inwestycjami w formy, podcięcia lub odlewy, do orientacji rzemieślniczej, w której umiejętności manualne i dbałość o rękodzieło opowiadają historię. Są to dwa różne wymiary, jest inna wolność wypowiedzi. Miło było odkryć, że byliśmy w stanie budować wartość w obu obszarach, pozostając sobą. To tak, jakby powiedzieć „to zawsze ja – z moim wykształceniem, wyobraźnią, wrażliwością... Zarówno gdy jeżdżę w góry na narty i jem obiad w górskim kurorcie, jak i gdy latem wybieram się nad morze, kładę się na skałach i piję nektar z owoców”. Krótko mówiąc, scenariusze zmieniają się wraz ze wszystkim, co następuje, ale metoda projektowania, sposób patrzenia na życie, wewnętrzna natura pozostają takie same i są podstawą do wyrażenia siebie. Możliwość działania konkretnie w tak różnych sektorach dała nam nową naturalność, która wynika z większej samowiedzy i pozwoliła nam być mniej sztywnym, bardziej elastycznym w naszym podejściu do problemów, ponieważ nigdy nie ma jednego sposobu spojrzenia na rzeczywistość, ale jest wiele prawd.

**Bez wątpienia te cechy muszą doceniać producenci. Świadczy o tym m.in. fakt, że jesteście dyrektorem artystycznym kilku marek, w tym Globo. Czy tak bliska relacja z biznesem zmienia podejście do projektowania?**

Bycie dyrektorem kreatywnym firmy to istotna szansa na rozwój. To przepływ energii, który porusza się w dwóch kierunkach: z jednej strony do firmy wnosi się sposób patrzenia na życie, interpretowania współczesności poprzez próbę przewidywania nowych, pojawiających się potrzeb, oferowania wrażliwości, intuicji, wizji. Z drugiej strony otrzymujesz wiedzę i informacje, które w innym przypadku nie byłyby dostępne dla zewnętrznego projektanta... Krótko mówiąc, rozwijasz się w sposób cykliczny, zdobywając wiedzę we wszystkich obszarach, które mają wpływ na firmę i jej biznes. Bardzo zorganizowane firmy,





Kolekcja Madre dla marki Flaminia czerpie inspirację z historii włoskiego designu. Kłasyyczny styl, nowoczesne wzornictwo (2018)



↑ Armatura East Side dla marki Cristina – laureatka konkursu Archi-products Design Awards (2020)

→ Kolumna prysznicowa z serii Sento zaprojektowanej dla marki Graff. Lekkość i siła jednocześnie (2012)

← Perfumy 401 E Amatrice (2018)



takie jak Globo, potrzebują projektu, który jest wynikiem wspólnej wizji, która musi generować wartość ze wszystkich punktów widzenia: estetycznego, funkcjonalnego, produktywnego, wizualnego, komercyjnego, komunikacyjnego. To wcale nie jest proste! Potrzeba wielkiej zdolności i intuicji do zręcznego poruszania się na tych obszarach, między tak wieloma ograniczeniami. To zadanie, które wymaga dużej mentalnej otwartości. W przeciwieństwie do tego, co mogłoby się wydawać, trzeba się głęboko zaangażować. Trzeba dużo pokory, ale też odwagi, by spróbować przesunąć granice trochę dalej i przekonać firmę do opuszczenia swojej strefy komfortu.

**W Waszym portfolio znajdziemy nie tylko projekty dla Globo, ale również dla wielu innych producentów z segmentu wyposażenia łazienki. Jak to się stało, że staliście się takimi specjalistami w projektowaniu łazienek?**

To obszar, który od razu przykuł naszą uwagę: stworzyliśmy pracownię w połowie lat 90. i łazienka nie była wtedy w domu tak ważna, jak dziś. Wciąż było w niej dużo miejsca na interwencję, na

uczynienie z niej miejsca na ciepłe spotkanie między intymnością i serdecznością, w którym można doświadczyć, nawiązać kontakt z najbardziej intymną częścią siebie. Znaleźć spokój i harmonię. Była przestrzenią do interpretacji z nowymi funkcjami, nowymi materiałami, nową poezją. Krótko mówiąc, był to interesujący obszar badawczy, którym stwarzał świetną okazję do wyrażenia siebie. Skorzystaliśmy z tej okazji i zdobyliśmy duże doświadczenie w pracy z różnymi firmami, pozyskaliśmy ważne know-how.

**W ostatnim czasie rzeczywiście przestrzeń łazienkowa znacząco się zmieniła, transformacji uległo też nasze jej postrzeganie. Jak myślicie, w jakim stopniu będzie je teraz kształtować pandemia? W jakim kierunku podążać będzie wzornictwo łazienek i trendy technologiczne?**

Łazienka to jedno z najważniejszych miejsc w domu, ale w niedalekiej przyszłości nabierze jeszcze większego znaczenia i to nie tylko ze względów higienicznych, ale także dlatego, że jest to przestrzeń, w której rozbieramy się i wchodzimy w kontakt z żywiołem wody





↑ Grzejnik It is marki Irsap – łazienkowa drabinka zamknięta w eleganckiej ramie (2017)

↓ Okap kuchenny V-Air z portfolio marki Faber (2020)



i jego wartością sakralną i regeneracyjną. Musimy odzyskać duchowy wymiar, aby stawić czoła teraźniejszości i przyszłości. Wszystko się powoli zmienia. Zaczynamy rozumieć, że musimy kupować mniej, ale lepiej. Że posiadanie zadbanego domu, który o nas mówi, budzi naszą czułość, humanitarność, jest prawdziwym luksusem. Etyka, duchowość, autentyczność to ważne słowa przy budowaniu łazienki przyszłości. Jako projektanci i dyrektorzy artystyczni, mocno odczuwamy potrzebę odkrywania poprzez projekt nowych otwarć, zadawania sobie pytań, poszukiwania odpowiedzi z pokorą i pomyślowością. Chcemy odczuwać zdumienie i szukać piękna, unikając zamykania się w nawykach, w których czujemy się spokojniejsi. Nadszedł czas, aby ciężko pracować, aby wyjść z cynizmu i ego, nauczyć się żyć z poczuciem nietrwałości, którym zawsze powinno charakteryzować się życie. Próbować odtworzyć doświadczenia przodków – np. poprzez przywoływanie naturalnych elementów, takich jak źródło czy wodospad. Światło i ciepło staną się protagolistami, tworząc środowisko, które zmienia się zgodnie z potrzebami użytkownika, rozpieszczając go zawsze i w każdym przypadku, dzięki zastosowaniu technologii, która stanie się coraz bardziej niewidoczna i wydajna. Będziemy pracować przez odejmowanie – mniej materii, mniej marnotrawstwa, i przez dodawanie – więcej realizacji, które zadowolą zarówno zmysły, jak i ducha. Wyobraźmy sobie łazienkę utrzymaną w prymitywnym lub raczej wiejskim stylu, podstawową, prostą w formie, ale pełną komfortu, otulającą, która potrafi sprawić, że światło i materia zadziałają. Która mówi językiem puryzmu i zachęca do zajrzenia w głąb siebie. Która jest jak pieśczęta, jak dłoń, która podtrzymuje Cię, gdy ryzykujesz upadkiem, jak zaproszenie do uśmiechu, do odpuszczenia sobie – tak jak wtedy, gdy wchodzisz do leczniczej wody, która regeneruje. Jesteśmy za taką „cieplą technologią”. Bardzo daleko od chłodu dużych, antybakteryjnych powierzchni.

#### Kończąc rozmowę zapytam o Wasze plany. Co ciekawego obecnie realizujecie?

Nasze plany na przyszłość są proste: staraj się pracować mniej, ale lepiej. To nie żart! Chcielibyśmy pracować na zasadzie odejmowania i dodawania, czyli mniej godzin, mniej produktów, ale więcej smaku, więcej inteligencji, większej trafności, większej wartości dodanej. Nie wiem, czy nam się uda, ale to niezłe rozwiązanie. Teraz pracujemy nad kolekcją outdoorową z nowym klientem... Bardzo interesującym z naszego punktu widzenia... Jak również nad nowymi produktami dla Globo, Bottega Intreccio i Kalon stufe (kierownictwo artystyczne).

#### A jakie macie największe marzenie projektowe?

Chcielibyśmy móc zaprojektować ponadczasowy produkt, taki jak lampa Tolomeo zaprojektowana przez Michele de Lucchi dla Artemide.

Życzę żeby się zrealizowało. I dziękuję za rozmowę.

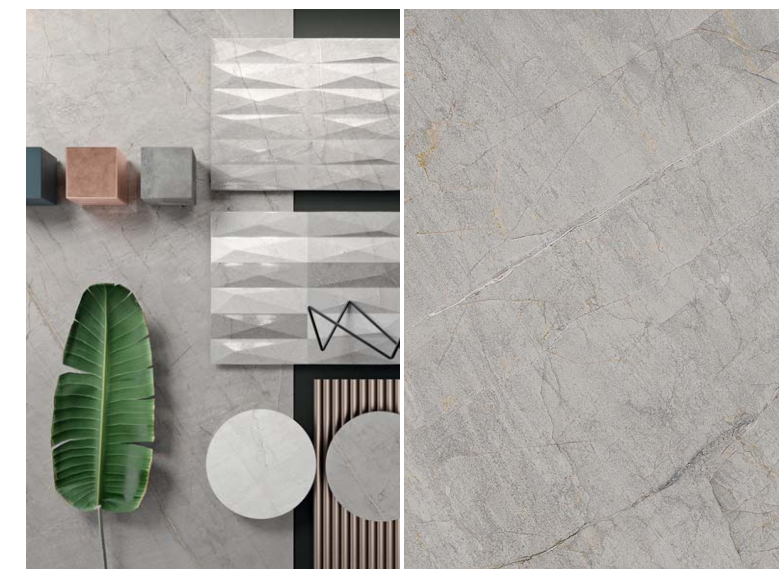
Fot.: Archiwum Angeletti Ruzza Design Studio

## WYJĄTKOWE PIĘKNO CENNEGO MARMURU

**WZORY PŁYTEK ODDAJĄCYCH UROK NATURALNEGO KAMIENIA NIE WYCHODZĄ Z MODY. POJAWIAJĄCE SIĘ NA RYNKU NOWOŚCI TO NATOMIAST MISTRZOSTWO W NAŚLADOWANIU ORYGINALNYCH SIŁ NATURY. NIE INACZEJ JEST W PRZYPADKU NOWEJ KOLEKCJI SKY MARKI COLORKER, DOSTĘPNEJ WYŁĄCZNIE W SIECI SALONÓW ŁAZIENKOWYCH JETA.**



Naturalne trendy już od dłuższego czasu kształtują wygląd wnętrz. Styliści i projektanci polecają drewno i kamień jako te elementy wystroju, dzięki którym łatwo osiągnąć efekt ponadczasowości i szlachetnej elegancji. Popularna jest również kolorystyka tych materiałów. Dobrze czujemy się bowiem we wnętrzach zdominowanych przez neutralne kolory ziemi. Temat inspiracji naturą chętnie podejmują także producenci płytek ceramicznych. Wykorzystywana przez nich zaawansowana technologia pozwala na produkcję kafli wiernie oddających wygląd naturalnych materiałów. SKY, czyli najnowsza propozycja płytek z oferty sieci salonów łazienkowych JETA, idealnie sprawdzi się w kreowaniu przestrzeni w delikatnych barwach, bliskich klimatowi naturalności i zdominowanych przez prostotę formy.



#### SKY IS THE LIMIT

Kolekcja płytek SKY hiszpańskiej marki Colorker oddaje piękno marmuru wydobywanego we włoskich Alpach. Jej styl najlepiej określić słowami: elegancja i powściągliwość. Bazą kolekcji jest płytka SKY w formacie 31x100 cm, dostępna w dwóch kolorach: SKY Grey (szarość) oraz SKY White (złamana biel). W obu przypadkach rysunek płytki wiernie naśladuje naturalny marmur, a każdy z kafli poprzecinany jest unikatową kompozycją szaro-złotych żył. Atrakcyjność kolekcji podkreślona została polerowanym – określanym również jako lustrzane – wykończeniem powierzchni.

#### DYNAMICZNE DEKORACJE 3D

Serię, oprócz wspomnianej płytki SKY, tworzą także kafle dekoracyjne KEOPS oraz MITCHELL. Ich wyjątkowość polega na wizualnym podzieleniu płaszczyzny płytki na mniejsze prostokąty, z których każdy dodatkowo jest elementem trójwymiarowym. Taki zabieg to gwarancja nadania dekorowanym ścianom wyjątkowej dynamiki. Wszystko za sprawą światła odbijającego się na ich powierzchni pod różnymi kątami. Płytki KEOPS dostępna jest w dwóch kolorach spójnych z barwą kafli bazowych – grey i white. MITCHELL to natomiast miks odcieni szarości i bieli. Efekt tej płytki wzmocniono poprzez delikatne reliefy na jej powierzchni, które podkreślają pozytywną energię całej kompozycji. ■



[www.jeta.pl](http://www.jeta.pl)