

# INTERNI

**Case e showroom  
per la moda**

Houses and  
showrooms for  
fashion

with complete english text

**Incontro/Encounter  
con/with Syusy Blady & Patrizio Roveri**

**Arredi tecnologici** High tech furniture

**Produzione: aggiungi un posto in casa**  
Production: adding a place for a guest

St



9 771122 365001



# Giovani DESIGNER

**Setsu Ito**  
*a cura di*  
*Virginio Briatore*

Design industriale e poetica del design, cultura della tradizione giapponese e avanguardia italiana, coesistono nell'opera di Setsu Ito, designer di 54 anni che vive a Milano. Laureato in design del prodotto a Tsukuba, nel 1989 si è trasferito in Italia per lavorare presso lo studio Alchimia. A quel periodo risale la sua collaborazione con Bruno Gregori con cui

ha sviluppato valide ricerche per conto di TDK e Hitachi. Dal 1990 al 1995 ha lavorato con Angelo Mangiarotti -che considera il suo maestro- occupandosi in particolare del rapporto tra design e qualità del materiale. Non a caso, si esprime con l'argento, l'oro, il cristallo, il ferro: materiali antichi, plasmabili, la cui pelle -variabile- ha colori, riflessi, pieghe, e conosce l'incedere del tempo.

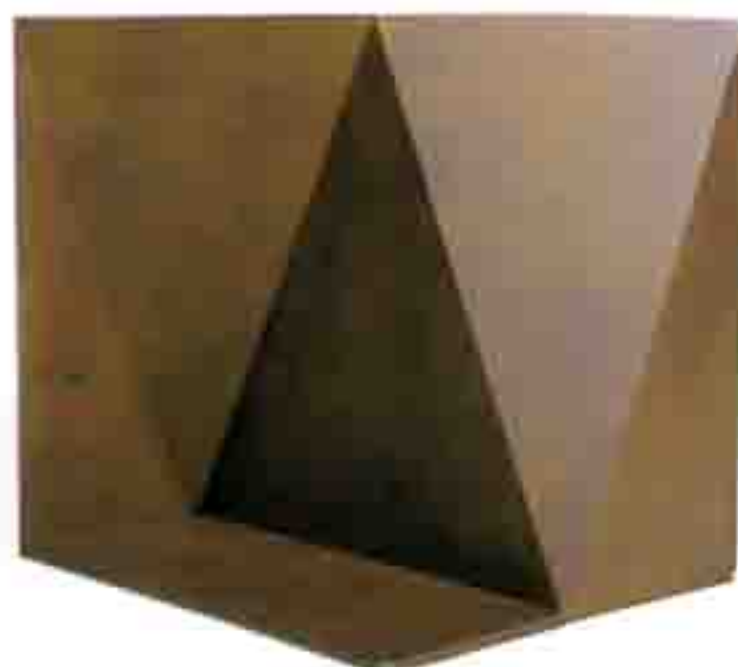
Da un lato, quindi, la



3



1







sua progettazione esplora beni di largo consumo -come audiocassette, *mouse*, televisori, telefoni- in un lavoro che si disperde nel mare anonimo della grande produzione.

Dall'altro, disegna oggetti, quasi sempre preziosi, in piccola serie, dove applica valenze artigiane, alterazioni lente come l'effetto del tè, immancabili riferimenti all'origami; oggetti che -dice Setsu Ito- "esprimono l'intrinseca natura del loro materiale, comunicando così la serenità e la calma della mente."

**1** Oriita, serie di paraventi e basi per oggetti o fiori.

**2** Spazio Luce Building, vicino a Tokio, progettato con Marco Costanzi e Junji

Hirayama.

**3** **4** Foto e rendering del tavolo Saita. Sia i prodotti che l'architettura sono realizzati in ferro trattato con effetto ruggine. Tavolo e paraventi sono fabbricati da Front Bonzo Co. e fanno parte della collezione del Museum of Applied Arts di Monaco di Baviera.

**5** **6** Keikosan, bicchieri, bottiglia e caraffa in cristallo; Doso, posacenere invertibile in cristallo, entrambi produzione Colle.

**7** Tisaniera d'argento Ginpo, per la collezione Idea di Faraone-Tiffany.

**8** Watto, servizio da tè in argento, con teiera, tazze, piattini e vassoio; produzione I.T.O. Design.

**9** Hirari: braccialetto in oro bianco, produzione Gillo.

*I.T.O. Design*  
via Filzi 5  
20124 Milano  
tel. 02 67071495





A Milano, in un palazzetto neogotico ristrutturato, la vita scorre su due piani: bianco e nero, solitudine e amicizia, silenzio e musica, minimalismo e gotico, passato e futuro. La libertà qui è una fusione colta di vita contemporanea, una scelta di convivenza tra meraviglie tecnologiche, gusto per l'arte e il design e voglia di mistiche armonie.

In Milan, in a restructured neo-gothic building, life runs on two dimensions: white and black, solitude and friendship, silence and music, minimalism and the gothic, past and future. Freedom based on erudite fusion, technological marvels, a taste for art and design, a yearning for mystical harmonies.

## La casa del gotico futuro

progetto di/design by

**Carlo Capasa**

foto di/photos by

**Alessandra Ianniello/P&P**

testo di/text by

**Virginio Briatore**

Pureland di Mariko Mori, 1998, dettaglio. L'opera, destinata al muro di fondo del salone, è parte del polittico *Esoteric Cosmos*, proprietà di Carlo Capasa, attualmente esposto al Museum of Contemporary Art di Chicago.

*Pureland* by Mariko Mori, 1998, detail. The work, to be placed in the large room, is part of the polyptych *Esoteric Cosmos*, owned by Carlo Capasa, now at the Chicago Museum of Contemporary Art.

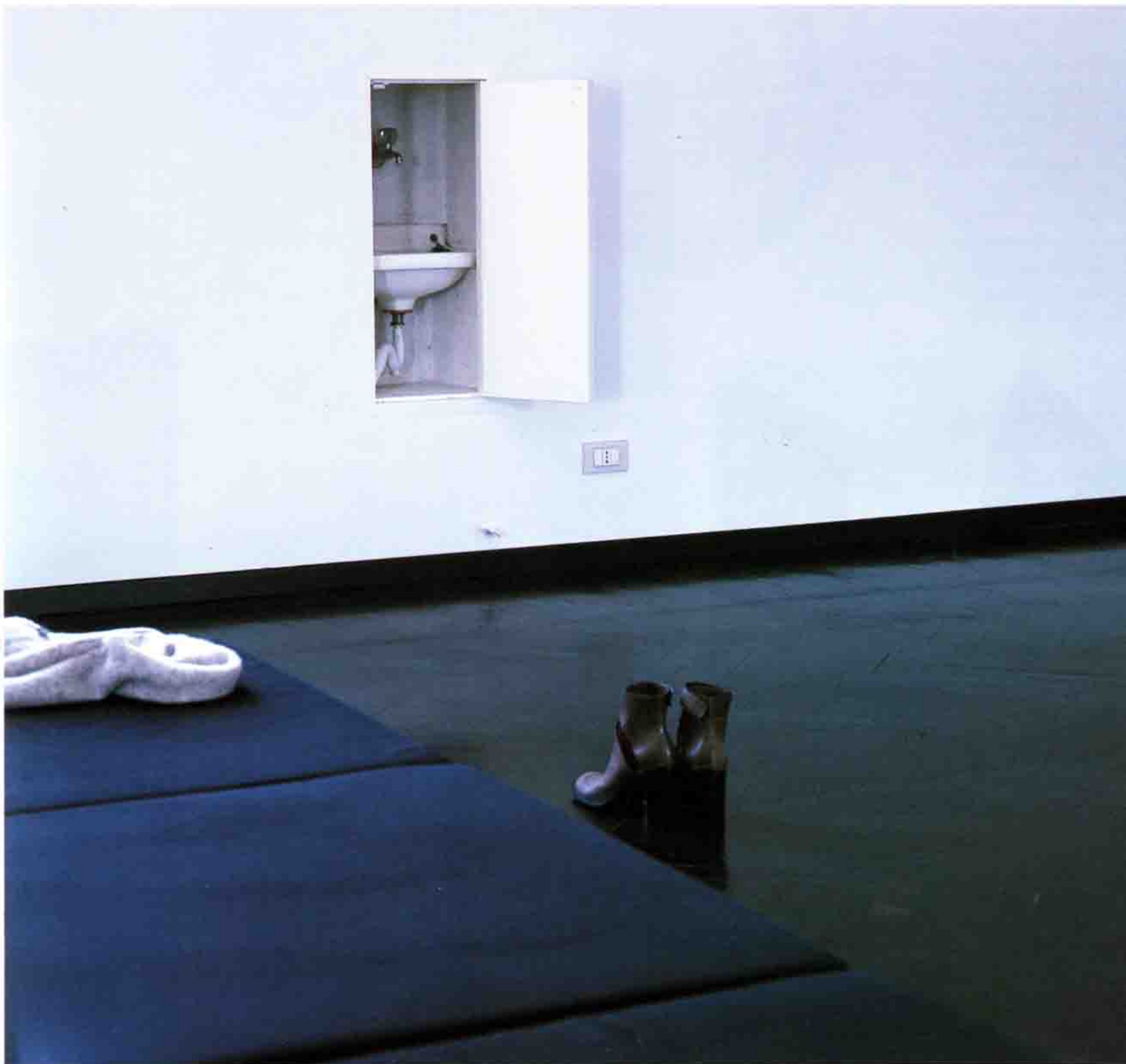
Il grande appartamento (350 mq, più terrazza) occupa gli ultimi due livelli di un palazzetto milanese in stile neogotico, edificato agli inizi del Novecento. Al primo livello si trovano la cucina, i bagni, le camere da letto, il *living room*, ovvero la parte più privata della casa. La scala di legno conduce al piano superiore, luogo sociale e spettacolare che invita al ballo e alla festa: un volume unico di 150 mq, alto 6,5 metri che, in particolare la notte, con la sua finestra centrale a tutt'altezza da un lato e la terrazza in teak dall'altro, sembra solcare placido la città come un *motoryacht* la laguna. Carlo Capasa, amministratore e proprietario, con il fratello Ennio, del marchio Costume National ha eletto qui il suo domicilio e assieme alla sua compagna Larissa Giers ne ha curato personalmente la ristrutturazione.

Le pesanti oscurità degli interni originali, zeppe di intarsi e decorazioni, sono state eliminate ma il nero dei pavimenti, della scala e dei muri concepiti come fondali ripropone quella traccia nitida di gotico che oggi ripercorre una certa modernità, in particolare nell'alta moda.

La casa ha un'atmosfera che si sprigiona da tre

sentimenti base: il primo è la fiducia nella tecnologia, per cui i bagni sono animati da macchine del benessere quali la vasca Jacuzzi o la doccia con sauna di Albatros, la cucina è firmata Boffi e il suono si propaga dai *totem* di Bang & Olufsen; il secondo è il tentativo di riequilibrare le forze della vita, ad esempio con un letto dal perimetro ligneo privo di chiodi e tatami in fibre vegetali con materasso a *futon*, il tutto orientato secondo il credo del *Feng shui*. Terzo viene il gusto per il design, in particolare quello italiano tra il 1965 e il 1971, a testimoniare il privilegio di chi può scegliere non solo dettagli di materia ma anche frammenti di tempo e di culture. Dice infatti Capasa: "La fortuna è potere scegliere. Nel mio caso la modernità vuol dire fondere in un nuovo ambiente tre aspetti diversi: tecnologia, natura e design. Sono un uomo mediterraneo, abituato a case calde, con grandi volumi, dominate da contrasti netti tra luce e buio. Ho ricreato spazi di vita che cambiano a seconda del momento, dell'umore, dei rapporti umani. Sono pulsioni che attraversano anche la moda e l'attualità, dove convivono sartoria e strada, *New age* e *Internet*, passato e futuro.





Particolare del salone con il lavamano celato nella parete e il pavimento ligneo ridipinto di nero.

La seduta bassa, progettata da Carlo Capasa, si ispira al Wohnmodel 1969 di Joe Colombo.

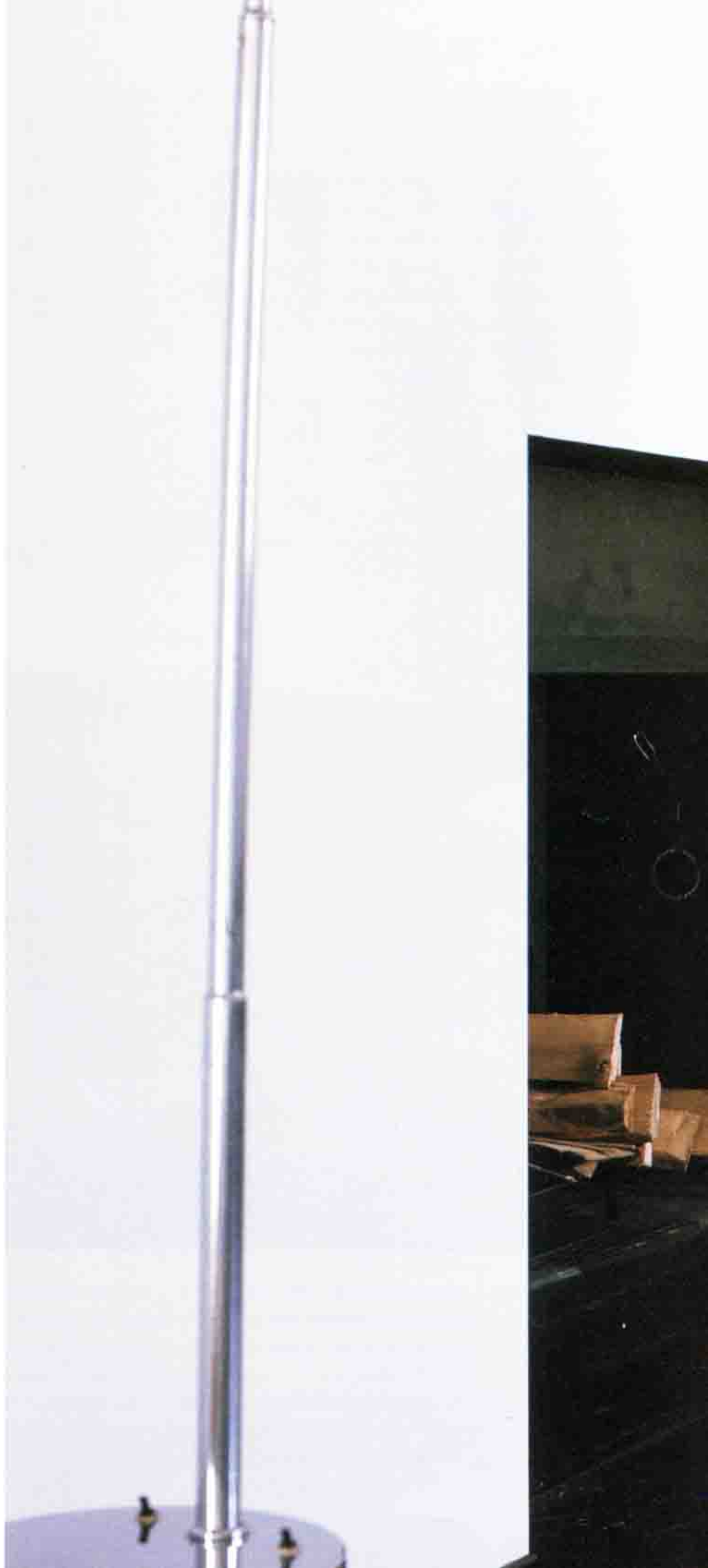
*Detail of the large room with a sink concealed in the wall and wooden flooring, painted black.*

*The low seating, designed by Carlo Capasa, is inspired by the Wohnmodel (1969) by Joe Colombo.*

Anche la scala di legno che conduce allo spettacolare salone è stata dipinta di nero, omaggio a una nuova visione del gotico che rifugge le sovrastrutture e predilige i contrasti netti e lineari. In fondo a sinistra si nota una delle due porte-finestra che si aprono sulla terrazza di 100 mq.



*The wooden stairs that lead to the spectacular large space above have also been painted black, homage to a new vision of the gothic that avoids superstructural elements and favors clear, linear contrasts. In the background to the left, one of the two glazed doors opening onto the 100 sq meter terrace.*











Controcampo del salone:  
a destra si intravede l'alta  
vetrata che sale ad  
accompagnare l'arioso  
sfondamento del soffitto.

View of the large room:  
right, the tall window that  
rises to accompany the large  
opening in the ceiling.

### **The house of future gothic.**

*The large apartment (350 sq m + terrace) occupies the two upper floors of a neo-gothic building in Milan, built at the beginning of the century.*

*The lower level contains the kitchen, baths, bedrooms, living room, or the more private part of the house. A wooden staircase leads to the upper level, a spectacular space, perfect for parties and dancing: a single volume with an area of 150 sq m, 6.5 meters high. Especially at night, the full-height central window on one side, and the teak terrace deck on the other, give it the feel of a yacht floating across the cityscape. Carlo Capasa, the chairman and owner, with his brother Ennio, of the Costume National trademark, has chosen this place as his home, together with Larissa Giers, and personally supervised the renovation.*

*The gloomy atmosphere of the original interiors, full of inlay work and decorations, has been eliminated, but the black flooring, staircase and walls, conceived as backdrops, remain as reminders of the gothic, which is going through a period of revisitation, especially in the world of high fashion.*

*The new atmosphere of the house is based on three sentiments: the first is faith in technology, so the baths contain well-being machines like a Jacuzzi tub or an Albatros shower with sauna, the kitchen is by Boffi, and the soundtrack is broadcast by the totems of Bang & Olufsen; the second is the attempt to re-balance vital forces with, for example, a bed with a wooden border, without nails, and tatami mats with futon mattresses, all arranged according to the principles of feng shui.*

*The third is a taste for design, especially Italian design from the period 1965-1971, enjoying the liberty of selecting not only material details, but also fragments of time and culture.*

*Capasa, in fact, puts it this way: "Fortune means being able to choose. In my home, modernity means combining three different aspects in a new environment: technology, nature and design. I am a Mediterranean man, accustomed to warm houses, with large spaces, dominated by clear contrasts between light and darkness. I have created living spaces that change in keeping with the moment, the mood, human relationships. These are impulses that are also present in fashion and our time, with the coexistence of fine tailoring and street style, New Age and the Internet, the past and the future".*





In alto a destra: la cucina arredata con un modello Boffi e col tavolo Less di Jean Nouvel, prodotto da Molteni & C. Nelle altre immagini tre scorci del living room: in alto a sinistra, ai piedi del hi-fi di

Bang & Olufsen, è situata una zona pranzo in stile giapponese; sotto spicca la seduta Sacco, 1968, di Gatti, Paolini e Teodoro, prodotta da Zanotta; a destra sedute componibili Bobo, 1967, di Cini Boeri

per Arflex .  
Above right: the kitchen furnished with a model by Boffi and the Less table by Jean Nouvel, produced by Molteni & C. In the other images, views of the living room: above left, below the

Bang & Olufsen stereo, a Japanese style dining area; below, the Sacco chair, 1968, by Gatti, Paolini and Teodoro, produced by Zanotta; right, Bobo seating components, 1967, by Cini Boeri for Arflex .





Da 25 anni fanno coppia nella vita e nel lavoro. Lei pedagoga, lui animatore teatrale, si impongono all'attenzione nel 1980, come primi interpreti del linguaggio 'demenziale'. Nonostante le apparenze, Patrizio Roversi e Syusy Blady (all'anagrafe Maurizia Giusti) sono indomiti lavoratori e coprono diversi ruoli:

attori, registi, giornalisti, scrittori, produttori. Da anni la ribalta televisiva li vede protagonisti, e alcune loro trasmissioni -quali *Lupo Solitario*, del 1987, e l'attuale *Turisti per caso*- sono ormai 'opere' cult: spettacoli di massa in cui la risata veicola uno sguardo sensibile, una profondità di pensiero e una tonica dose di autoironia.

For 25 years they have been a couple and a team, both in life and work. She was a pedagogist, he worked in the theater, and they came into the spotlight in 1980 as the first interpreters of the 'demential' language. In spite of appearances, Patrizio Roversi and Syusy Blady (née Maurizia Giusti) are tireless workers in a number of roles: directors,

actors, journalists, writers, producers. They have been popular television personalities in Italy for many years now, in programs like *Lupo Solitario*, in 1987, and today's *Turisti per caso*, which have become 'cult' entertainment: popular shows in which humor goes together with sensitivity, depth, and a healthy dose of irony.

## Patrizio Roversi e Syusy Blady

testo di/text by  
**Virginio Briatore**  
foto di/photos by  
**Santi Caleca**

Sopra: la vocazione al viaggio di Patrizio Roversi e Syusy Blady appare negli oggetti che circondano l'armadio Driade della loro abitazione. Accanto: l'immagine di Patrizio Roversi si riflette accanto a quella incorniciata di Syusy e della figlia Zoe. Above: the love of travel of Patrizio Roversi and Syusy Blady can be seen in the objects around the Driade armoire in their home. Right: the image of Patrizio Roversi reflected beside the framed portrait of Syusy and their daughter Zoe.

*Il vostro linguaggio espressivo sembra contenere molti frammenti di comica televisiva -da Totò a Paolo Villaggio a Renzo Arbore- ma, al tempo stesso, mantiene una sua indecifrabile identità che gli deriva dalle origini 'demenziali'. Qual è il valore o il ruolo di questo stilema comico nell'ambito della comunicazione?*

“Ogni linguaggio è generazionale, esprime il momento in cui vive. Il 'demenziale' è esploso a Bologna alla fine degli anni Settanta con il gruppo degli Skiantos, con Freak Antony e con noi. È nato come movimento di reazione verso l'ideologismo forzato e verso la stupidità che annunciava l'individualismo degli anni Ottanta. Alle semplificazioni ideologiche della sinistra e al rampantismo liberista della destra, il 'demenziale' ha opposto la provocazione della complessità e la ricchezza delle sfumature. Oggi, malamente copiato e semplificato, è diventato solo 'demente'; non contempla più un'antitesi e quindi diventa un esercizio di stile, superato da nuove forme di ironia”.

*Turisti per caso è un successo quasi inaspettato, una forma di intelligenza impegnata, che il grande pubblico televisivo premia, come dimostrano anche gli alti ascolti riservati a Schindler list o ai monologhi di Marco Paolini. Perché il pubblico si rivela improvvisamente più*

*avanti dei teorici e degli esperti di marketing?*

“Capire le leggi del successo non è facile. Anche noi abbiamo imbrogliato pochi progetti tra i molti proposti. Spesso capita che i programmi vengano pensati a tavolino, con ricette pre-confezionate, con un atteggiamento produttivo e non artistico. Così, tra la fase dell'idea e la sua realizzazione tutto si sfalsa, non c'è spontaneità, manca il sentimento e, quindi, l'incontro non si consuma. Per esempio, il programma *Se rinasco* non ha avuto l'esito che speravamo: troppi interlocutori da convincere, ognuno con il suo 'suggerimento', troppi ruoli da assecondare. *Lupo solitario* e *Turisti per caso*, invece, sono trasmissioni decise, direttamente da noi autori e che, quindi, hanno conservato leggerezza e coerenza”.

*Nella carta stampata non sembrano esistere palinsesti in cui il comico, il colto, il sociale e il poetico convivano fruttuosamente. Esistono ambiti di specializzazione, riviste estreme o di tendenza, testate che suggeriscono consumi e altre che navigano sulla superficialità. Secondo voi, da cosa dipende?*

“Dappertutto è arrivato un male oscuro: il generalismo. Si pensa che per avere successo un prodotto debba piacere se non a tutti almeno a molte







persone. Le strutture produttive si sono sclerotizzate in questa direzione; il ragionamento di partenza è giusto, ma finisce con l'essere paralizzante. Nel caso dell'editoria libraria, il fenomeno è evidente: pochi capiscono cosa funziona, lanciano sul mercato dieci libri sperando che uno 'abbocchi'. In quanto personaggi televisivi, diversi editori ci chiedono di scrivere libri, e su qualsiasi cosa. Questo non ci



interessa; vorremmo invece impegnarci più seriamente in esperienze di scrittura, ma, per farlo, dovremmo però sospendere le nostre apparizioni in tv, ma allora nessuno più ci pubblicherebbe! Di fatto, poche persone hanno il coraggio che l'editare richiede. Una di queste è Giancarlo Pini, che ora dirige *Panorama Travel*: lui è sostenuto da una sorta di fuoco sacro per il suo lavoro e si entusiasma ancora

di fronte a una proposta nuova. Un altro è Giovanni Minoli, la cui 'esaltazione' deriva dal fatto che partecipa totalmente al progetto. Abbiamo citato apposta due esempi non *underground*, ovvero due persone che non hanno paura di scommettere, per quanto abbiano a che fare con il *marketing*".

*In quanto autori audiovisivi siete alla mercé di una tecnologia in forte mutazione. Come vivete questa rincorsa senza fine?*

"I nuovi ambienti tecnologici, come Internet, sono per noi un potenziale enorme. L'*e-mail* è ormai centrale nel nostro lavoro, così come già lo erano i telefoni cellulari. Se poi riusciamo ad autoprodurre i nostri programmi, lo dobbiamo alle nuove telecamere digitali a immagine stabilizzata *steady shot* e ai *software*, tipo Avid, che oggi permettono di fare il montaggio in casa. Per esempio, per una puntata di *Turisti per caso*, che dura circa 90 minuti, giriamo 200 ore di filmati! Poi c'è qualcuno che, pazientemente, 'scaletta' tutti i testi e infine rifacciamo il montaggio almeno cinque volte. Il guaio è che la tecnologia è dominata dal mercato e noi omuncoli siamo le cavie. Le telecamere digitali erano pronte da anni, ma bisognava prima vendere le altre, così come oggi c'è la telecamera con supporto a *cd*, che però non è ancora acquistabile. A casa nostra hanno messo tutti cavi per la città cablata, ma ora ci dicono che non serviranno più. In teoria, il potenziale c'è ma, in pratica, non si può trasmettere un filmato via Internet perché le linee italiane sono antiquate. Quindi, la tecnologia può salvarci la vita, ma è un vero delitto che non sia 'scandita' per le esigenze degli umani".

*Tra le tipologie di abitazione che avete conosciuto nei vostri viaggi quali vi hanno maggiormente influenzato?*

"L'abitazione è strettamente legata al clima. Se abitassimo in Polinesia, certamente sceglieremmo un *farè* con tetto di legno e bambù, così come in Marocco amiamo le case 'climatizzate' dai muri di terra e paglia. In una pensione di Kioto, in Giappone, siamo rimasti impressionati dal rito del bagno: una grande tinozza in comune dove ci si immerge dopo essersi lavati. In Patagonia, sperdute nel nulla, ci sono delle case inglesi e questa volontà di mantenere le tradizioni d'origine ha un suo fascino. Nel nostro abitare, poi entrano in gioco i diversi caratteri della coppia, molti mobili sono di provenienza inglese e lo studio è arredato con pezzi di un consorzio agrario degli anni Venti. Io nei mobili cerco la solidità, la stabilità; Maurizia è più pratica, moderna. Io adoro questa scrivania di legno, quadrata come una piazza, e vorrei assomigliargli. Maurizia invece vorrebbe buttarla via perché dice che occupa troppo spazio. Io vorrei vivere la casa sino in fondo, il viaggio mi mette ansia; lei invece preme per partire. Entrambi abbiamo le nostre poltrone preferite e quella di Maurizia è un mito: è una vecchia Poltrona Frau trovata nella spazzatura, che suo padre, tappeziere in



pensione, ha magistralmente rigenerato”.

*La parola design che cosa vi fa venire in mente?*

“Bruno Munari o più in generale gli anni Settanta. In questa casa l'unico pezzo che riconosciamo come di design è una lampada di Fontana Arte, disegnata da Gae Aulenti, che ci hanno regalato per il matrimonio. Il nostro pezzo preferito però è il mobile *work station*: è geniale perché costa poco, è brutto, o meglio non pretenzioso e quindi elimina il problema estetico, è modulare e si adatta alle nostre esigenze.

Sull'automobile invece non riusciamo a metterci d'accordo: abbiamo una vecchia Volvo Polar, per me ha un design meraviglioso, lei dice che sembra un cassone ingombrante...”

**Patrizio Roversi and Syusy Blady.** Your expressive language seems to contain many fragments of television comedy, from Totò to Paolo Villaggio to Renzo Arbore, but at the same time it has its own identity, based on its 'demential' origins. What is the value or the role of this comic style in the field of communication?

*“Every language belongs to a generation, expressing the moment. The ‘demenziale’ exploded in Bologna at the end of the 1970s, with a rock group called the Skiantos, with Freak Antony and with us. It was born as a movement of reaction against forced ideologism and the stupidity that was on its way with the individualism of the 1980s. As opposed to the ideological simplifications of the left and the rampant free market rhetoric of the right, the ‘demenziale’ offered the provocation of complexity and a wealth of shadings. Today, after many bad copies and simplifications, it has become simply ‘demented’, it no longer works in terms of antithesis, it has become a stylistic exercise, made obsolete by new forms of irony”.*

The program *Turisti per caso* was almost an unexpected success, a sort of committed intelligence that the audience has rewarded, proving, like Schindler's List or the monologs of Marco Paolini, that there is a market for intelligent entertainment. Has the public suddenly evolved, against the expectations of the marketing experts?

*“It isn't easy to understand the laws of success. Many of our projects have never gotten off the ground. Often programs are planned by a committee, using facile formulae, like producers, not artists. From the idea phase to the realization everything becomes false, there is no spontaneity, no emotion, and so the result is flat. The program *Se rinasco*, for example, didn't have the expected results: too many cooks, too many people to convince, too many opinions. *Lupo solitario* and *Turisti per caso*, on the other hand, are programs that we have directed and written ourselves, so they keep their lightness and coherence”.*

In the print media there are few situations in which the comical, the cultured, the socially committed and the

poetic can coexist. There are zones of specialization, extreme magazines or trendy publications, publications that suggest types of consumption, or very superficial lifestyles. Why do you think this is the case? *“A hidden evil has taken grip everywhere: generalism. The idea is that to have success a product must please if not everyone, at least a great number of people. The production structures have gotten senile, in this direction; the initial reasoning is correct, but it ends up paralyzing things. In the case of book publishing the phenomenon is evident, no one knows what is going to work, they launch ten different books on the market hoping that one will sell. Where TV personalities are concerned, many publishers ask us to write books, on almost any subject. We are not interested in these commercial operations, we want to do something more*



*serious with writing; but this would mean leaving our work on television, and if we're not on television no one will publish our books! Very few people have the courage necessary to be a publisher. One of them is Giancarlo Pini, who is now the editor of Panorama Travel: he has great enthusiasm for his work, and he is always ready to listen to a new proposal. Another is Giovanni Minoli, whose 'exaltation' comes from the fact that he is totally involved in what he is doing. These are two examples who are not underground, or two people who know they have to deal with marketing, but are still not afraid to take risks”.* As artists working with the media, you are involved with technology in evolution. Do you ever feel like you have to chase after innovation, to keep the pace? *“The new technological areas, like the Internet, have great potential. E-mail has become central in our work,*

Accanto: il mobile *work-station* dove i due autori impostano il programma *Turisti per caso*. Mentre sul video scorrono immagini e suoni del viaggio, i relativi testi vengono digitati nel computer. Il montaggio digitale permette poi di selezionare e sincronizzare le componenti del filmato. Sotto: un'immagine della zona pranzo e del muro in vetro-cemento che filtra la luce dalla cucina.

*Left: the workstation where the two artists do the editing for their program *Turisti per caso*. As the images and sounds of their travels appear on the monitors, the voiceover texts are typed into the computer. Digital editing permits selection and synchronization of the components of the program.*

*Above: an image of the dining area and the wall in glass brick, filtering the light from the kitchen.*



Sotto: la solida scrivania  
 'bifronte' degli anni Trenta,  
 regno di Patrizio Roveri.  
 Accanto: l'angolo lettura  
 con la vecchia poltrona  
 Frau, recuperata nella  
 spazzatura e restaurata dal  
 padre di Syusy Blady.



Above: the solid 'bi-frontal'  
 desk from the 1930s, the  
 reign of Patrizio Roveri.  
 Right: the reading corner  
 with the old Frau armchair,  
 found in the trash and  
 restored by Syusy Blady's  
 father.

*just as cellular phones have become necessary. The fact that we can produce our own programs is made possible by the new digital video cameras with stabilized steady shot technology and by software like Avid that permits us to do our editing at home. For example, for one episode of Turisti per caso, that lasts about 90 minutes, we shoot over 200 hours of video! Then there is someone who patiently puts the texts in order, and finally we do the video editing at least five times over. The trouble is that technology is dominated by the market and we little people are the guinea pigs. Digital video cameras were ready for years, but first they had to sell other things, just as today the video camera for recording on CD is still not on the market. At our house they have laid all the cable for the wired city, but now they're telling us it is no longer necessary. In theory the potential exists, but in practice you cannot broadcast on the Internet because the Italian phone lines are antiquated. Technology can save your life, but it is really a sin that it is not aimed at the needs of human beings".*

Among the types of dwellings you have seen in your travels, which are the ones that have impressed you?  
*"A dwelling is closely connected to climate. If we lived in Polynesia we would undoubtedly choose a fare with a roof in wood and bamboo, just as in Morocco we love the 'climatized' houses with walls in mud and straw. In a hotel in Kyoto, Japan, we were impressed by the ritual of the bath: a big, common basin in which to immerse oneself after having washed. In Patagonia, in the middle of nowhere, there are English houses, and this desire to maintain traditions at all costs has a certain charm. In our living experience the different characters of the couple play a role, there are lots of pieces of furniture of English origin, and the studio is furnished with pieces from an agricultural consortium of the 1920s. I look for solidity, stability in furniture; Maurizia is more practical, more modern. I love this wooden desk, like a big, squared plaza, and I would like to resemble it. Maurizia, on the other hand, wants to throw it away, because she says it takes up too much space. I would like to live my home to the fullest, travel makes me anxious; she is always itching to go somewhere. Both of us have our favorite armchairs, and Maurizia's is a legend: an old Frau armchair found in the trash, that her father, a retired upholsterer, has masterfully restored."*

What does the word design bring to mind?  
*"Bruno Munari or, more in general, the 1970s. In this house the only real piece of design is a lamp from Fontana Arte, designed by Gae Aulenti, a wedding present. But our favorite piece is the workstation: it is brilliant, because it is inexpensive, ugly, or at least not pretentious, and so it eliminates the problem of aesthetics, it is modular and suited to our needs".*





GIACILANO  
D'AVVERO