

ATTITUDE

INTERIOR DESIGN MAGAZINE



ALLURE

Flack Studio – Atelier Data – Formaje – Lisa Hellrup – Wagner Kreusch
Louise Roe – Iva Viana – Benjamin Shine – João Bruno Videira

PORTUGAL CONT. 9,00€ · BE/FR/NL 12€ · ES/IT 11,00€ · DE 13,00€ · UK £9,50 · Suisse 15,00CHF · Morocco 110MAD



9 771640 450074



00103



LOUISE ROE



Materiais orgânicos e tons cuidadosamente escolhidos transportam valores escultóricos e arquitectónicos ao trabalho de Louise Roe. Sofisticação e simplicidade, aliadas a um vanguardismo moderno, caracterizam as colecções da marca que assume o nome da designer.

LOUISE ROE



Organic materials and well-chosen tones contribute sculptural and architectural values to the work of Louise Roe. Sophistication and simplicity, combined with a modern avant-garde approach, characterise the collections of the brand that bears the designer's name.

Ana Rita Sevilha: Qual a história por detrás da marca e quais os seus fundamentos e valores? Louise Roe: Quando desenho, penso sempre em termos conceptuais – vejo os meus produtos na sua integridade. Considero as minhas criações no contexto das colecções da marca. Para mim, os materiais são muito importantes: devem ser honestos, orgânicos e de alta qualidade. Penso que os produtos devem ter um toque pessoal e ter intrínseco um “porquê?”. Inspiro-me em trabalhos gráficos, arquitectónicos e artísticos, e dou sempre o meu melhor quando crio um produto. Esta é a parte central do meu processo de trabalho, até porque antes de pensar em custos o que me interessa é criar objectos agradáveis. Posso dizer que as cores e a expressão táctil são escandinavas, enquanto que as formas têm claras influências internacionais.

ARS: A marca Louise Roe contempla um conjunto diversificado de objectos. O que os une? LR: A natureza táctil de cada produto combina entre si. Embora em alguns casos sejam contrastantes, complementam-se. O liso e brilhante com o mate e rústico, assim como o preto e o branco, por exemplo.

ARS: E como nasce cada um desses objectos? LR: São fruto da inspiração. Os “balloon vases”, por exemplo, foram desenhados enquanto via o *The Great Gatsby*. “Pirout” nasceu quando queria criar uma assimetria e foi desenvolvido através de modelagem em espuma de barro. “Silhouette” foi criado à mão, um jogo entre forma e movimento.

Há seis meses comecei a usar espuma de argila para moldar e criar os meus produtos. É um material que oferece uma perspectiva única e rápida do produto no mundo físico.

Acho que a minha inspiração vem muito dos detalhes, que tanto podem ser de um edifício, como de uma revista, um móvel ou um objecto. Esse pequeno detalhe pode ser levado num processo e acabar por se materializar num produto. Mas o produto vem antes da história. Quando o produto é criado, a história surge. A magia aparece quando vemos o objecto porque é nesse instante que nos apercebemos se ele tem algo.

ARS: Existe também uma “Colecção Cápsula”. O que a distingue? LR: Quando apresentamos uma “Colecção Cápsula”, não temos em consideração a sua capacidade de comercialização, concentramo-nos apenas no desenho e gastamos muitos recursos, tempo e dinheiro nisso. Para nós, nesse tipo de colecções é importante não nos limitarmos a objectivos comerciais. Damos total liberdade ao acto de criar algo que seja lindo e único. E isso é algo que só pode ser feito por algumas pessoas, porque há um trabalho artesanal que entra nestas criações que exige muito esforço.



"PIROUT 01" CINZENTO AREADO/SANDED GREY, "GALLERY OBJECT" JARRO 05 PRETO BASALTO/JAR 05 BLACK BASALT E/AND "EIGHT OVER EIGHT" CANDEEIRO/LAMP.





"PIROUT 01", "FUNKI VASE" E/AND "FUNKI PLANTER POT" CINZENTO AREADO/SANDED GREY.



"VERNER", "VIGGO" E/AND "VIGGA"
RECIPIENTES EM VIDRO FUMADO/GLASS CONTAINERS SMOKE.

Ana Rita Sevilha: **What's the story behind the brand and what are its foundations and values?** Louise Roe:

When I design, I always think in conceptual terms – I see my products as a whole. I consider my creations within the context of the brand's collections. Materials are very important to me: they should be honest, organic and of high quality. I think products should bear a personal touch and contain an intrinsic "why?". I am inspired by graphic, architectural and artistic work, and I always strive to do my best when I create a product. This is the backbone of my work process, because even before I start thinking about costs, what interests me is the creation of appealing objects. I would say that the colours and tactile expression are Scandinavian, while the shapes bear obvious international influences.

ARS: **The Louise Roe brand includes a diverse range of objects. What connects them?** LR:

The tactile nature of each product unites them. Although in some cases they might contrast with each other, they do complement each other. The smooth and shiny with the matt and rustic, as well as black and white, for example.

ARS: **And how do each of these objects emerge?** LR:

They are the fruit of inspiration. The 'balloon vases', for example, were designed while I was watching *The Great Gatsby*. 'Pirout' originated when I wanted to create an asymmetry and it was developed by modelling it in foam. 'Silhouette' was created by hand, the result of the dynamics between shape and movement.

Six months ago I started using foam clay to shape and create my products. It is a material that offers a unique and fast perspective of the product in the physical world.

I think that much of my inspiration springs from details, which can be from a building, a magazine, a piece of furniture or an object. That small detail can be integrated into a process and eventually materialise in a product. But the product comes before the story. When the product is created, the story emerges. The magic arises when we see the object because it is at that moment that we can tell if it has something.

ARS: **There is also a "Capsule Collection". What makes it distinctive?** LR:

When we present a "Capsule Collection", we are not taking its marketability into consideration, we only focus on the design and spend a lot of resources, time and money on this. For us, in this type of collection it is crucial not to simply limit ourselves to commercial objectives. We allow total freedom in the act of creating something that is beautiful and unique. And this is something that only a few people can do, because the craftsmanship that goes into these creations requires a lot of effort.

“Às vezes inspiro-me em algo que vejo, outras vezes, apenas brinco com argila. O meu processo criativo é bastante orgânico.”

ARS: Como descreve o seu processo criativo? LR: É sempre diferente. Às vezes inspiro-me em algo que vejo, outras vezes apenas brinco com a argila. O meu processo criativo é bastante orgânico e pode vir de um desenho ou de um conjunto de amostras que me chegam a casa.

ARS: Quais são as grandes inspirações da marca? LR: O estilo escandinavo sofisticado é a grande inspiração. Acreditamos que cada objecto deve merecer a sua presença no espaço. O produto deve ser capaz de se manter por si só e ser a peça central, se for caso disso. Outras grandes inspirações são o mundo orgânico e natural, a sua estética e cores.

ARS: Que objecto destacaria do universo Louise Roe? LR: O “Balloon 04”, pelas suas associações com a estátua de Vénus, e o facto de ser uma ode à mulher, à beleza e à fertilidade.

ARS: A marca tem uma concept store no centro de Copenhaga, que “oferece uma experiência inspiradora”. Qual o seu propósito? LR: O grande objectivo é inspirar, porque a nossa concept store é diferente de uma loja dita normal. Os produtos têm uma vida diferente – consegue-se experimentar a singularidade de cada um. A nossa colecção divide o espaço com outros objectos de design, criteriosamente escolhidos, e temos também uma zona de cafetaria. É uma loja de design inspiracional.

ARS: Como olha para 2022? LR: Estamos muito mais conscientes das questões relacionadas com a sustentabilidade – as coisas têm de durar mais e não podemos continuar a comprar compulsivamente e a deitar fora. Nesse sentido, os produtos que criamos são de alta qualidade e queremos garantir que são cada vez mais. Produzimos em quantidades menores mas com padrões elevados e, com isso em mente, estamos a trabalhar em novos lançamentos.

Posso ainda adiantar que mudámos o foco para a criação de objectos maiores, o que resultará numa colecção mais ampla de móveis e de iluminação. ^A

“Sometimes I find inspiration in something I see, sometimes I just fiddle around with clay. My creative process is quite organic.”

ARS: How would you describe your creative process? LR: It's always different. Sometimes I find inspiration in something I see, sometimes I just fiddle around with clay. My creative process is quite organic and can come from a drawing or a cluster of samples that I receive at home.

ARS: What are the major sources of inspiration for the brand? LR: Sophisticated Scandinavian style is the greatest inspiration. We believe that each object should be worthy of its presence in a space. The product should be able to hold its own and be the centrepiece, if appropriate. Other major inspirations come from the organic and natural world, its aesthetics and colours.

ARS: What object would you highlight from the Louise Roe universe? LR: 'Balloon 04' due to its associations with the Venus statue, and the fact that it is an ode to women, beauty and fertility.

ARS: The brand has a concept store in central Copenhagen, which “offers an inspiring experience”. What is aim of this store? LR: The main aim is to inspire, because our concept store is different from a so-called normal store. The products have a different life – you get to experience the individuality of each one. Our collection shares the space with other carefully chosen design objects, and there is also a café area. It's an inspirational design shop.

ARS: What's your outlook for 2022? LR: We're far more aware of sustainability issues – now things have to last longer and we can't carry on buying compulsively and just throwing things out. In this respect, the products we create are of high quality and we want to make sure that more and more of them are. We produce in smaller quantities but with high standards, and keeping this in mind, we are currently working on new launches.

I can also announce that we have shifted our focus to the creation of larger objects, which will lead to a broader collection of furniture and lighting. ^A



"GALLERY OBJECT" TAÇA 09 EM PEDRA CALCÁRIA/BOWL 09 LIMESTONE.



COLECÇÕES DE SERVIÇO DE MESA/TABLEWARE COLLECTIONS: "PISU" BRANCO BAUNILHA/VANILLA WHITE, COPOS DE CRISTAL/CRYSTAL GLASSES, TAÇA DE CHAMPAGNE VERDE/CHAMPAGNE COUPE GREEN E/AND "GALLERY OBJECT" TABULEIRO 10 EM PEDRA CALCÁRIA/TRAY 10 LIMESTONE.



"EIGHT OVER EIGHT" CANDEEIRO MÁRMORE BRANCO/ WHITE MARBLE LAMP E/AND "BALLOON 02 RAW WHITE".

