

## Silvia Orlandi

SILVIA ORLANDI INTERIOR

Settore: Interior Designer

Interior designer e imprenditrice creativa. La sua carriera è iniziata a Milano nel 2003 e proseguita a Bologna e in Puglia, sede dove ha fondato il suo studio. Ha sempre considerato lo spazio come un linguaggio universale: non solo un contenitore di arredi, ma un mezzo che può trasformare il benessere delle persone, la percezione di un brand e il modo stesso in cui viviamo e ci relazioniamo. Il cuore della sua progettualità è il Metodo IBE (Interior + Brand + Experience) premiato durante la presentazione nel 2017 di un nuovo concept ristorativo scalabile di home restaurant. Questo metodo mette in relazione interior design, branding ed experience, trasformando ogni locale in un touchpoint strategico. L'identità nasce dall'integrazione di interior, comunicazione visiva e storytelling; l'esperienza diventa immersiva e coerente; il successo si costruisce nella sinergia tra architettura, brand e relazione emozionale. Negli anni questo approccio l'ha portata ad ampliare il suo ruolo: oltre a progettare residenze e spazi HoReCa, collabora come art director con aziende di arredamento e decorazione, disegnando collezioni e contribuendo alla strategia di posizionamento dei prodotti. È una parte del lavoro che ama molto perché unisce la creatività alla visione d'impresa. Lo studio Orlandi lavora con un team snello - due collaboratori interni e una rete di professionisti esterni tra cui geometri, designer e social media manager - e con un metodo organizzato in pacchetti chiari e scalabili. Non vende semplici render, ma un percorso che accompagna dall'idea alla realizzazione, con attenzione a estetica, funzionalità e ritorno sul valore investito.

*Interior designer and creative entrepreneur. Her career began in Milan in 2003 and continued in Bologna and Puglia, where she founded her studio. She has always considered space as a universal language: not just a container for furniture, but a means of transforming people's well-being, the perception of a brand and the very way we live and relate to each other. At the heart of her design approach is the IBE (Interior + Brand + Experience) Method, which was recognised during the 2017 presentation of a new scalable home restaurant concept. This method connects interior design, branding and experience, transforming every venue into a strategic touchpoint. Identity is created through the integration of interior design, visual communication and storytelling; the experience becomes immersive and coherent; success is built on the synergy between architecture, brand and emotional connection. Over the years, this approach has led her to expand her role: in addition to designing residences and HoReCa spaces, she collaborates as an art director with furniture and decoration companies, designing collections and contributing to product positioning strategies. It is a part of her work that she loves because it combines creativity with business vision. The Orlandi studio works with a lean team - two in-house collaborators and a network of external professionals including surveyors, designers and social media managers - and with a method organised into clear and scalable packages. It does not sell simple renderings, but a journey that accompanies you from idea to realisation, with attention to aesthetics, functionality and return on investment.*

“ Ogni vincolo è un trampolino per la creatività ”



### Qual è il suo motto?

“Ogni vincolo è un trampolino per la creatività”. Per me non esistono limiti insuperabili: ogni budget ridotto, ogni spazio difficile, ogni normativa complessa è in realtà uno stimolo a trovare soluzioni nuove. Spesso i progetti più interessanti nascono proprio dalla capacità di leggere i vincoli non come ostacoli, ma come generatori di idee.

### Qual è la parola in cui più si identifica?

Trasformazione. È la parola che descrive meglio me e il mio lavoro. Io stessa sono in continua evoluzione, e questa energia di cambiamento cerco di trasmetterla ai miei collaboratori e ai clienti. Credo che trasformare significhi dare valore: trasformare uno spazio, un brand, un'esperienza significa renderli più autentici, più forti e più riconoscibili.

### In cosa pensa di essere stata innovativa?

Ho innovato su due livelli. Il primo è aver reso il processo di interior design chiaro e trasparente, con pacchetti scalabili e comprensibili anche a chi non è del settore. Questo ha eliminato quell'alone di incertezza che spesso intimorisce i clienti. Il secondo è aver introdotto il Metodo IBE, che ha cambiato il modo di approcciare l'interior nel mondo HoReCa, unendo spazio, branding ed esperienza in un sistema coerente. Con questo metodo un ristorante o un hotel non diventano semplicemente “belli”, ma raccontano l'identità di chi li ha fondati e comunicano con i clienti come un vero strumento di marketing.

### Quando ha capito che il suo studio si stava affermando?

Ho capito che il mio studio stava crescendo quando i clienti hanno iniziato a sceglierci per la visione e il metodo, non solo per lo stile o per i render. La conferma è arrivata anche dal mondo delle aziende: essere chiamata a disegnare collezioni o a guidare come art director la strategia di arredamento e decorazione ha rappresentato per me il riconoscimento che il mio approccio non aveva valore solo sul singolo progetto, ma poteva incidere a livello di filiera e di mercato.

### Ha letto libri di management?

Sì, e credo sia fondamentale per un creativo avere una cultura imprenditoriale. Consiglio *The Infinite Game* di Simon Sinek, che insegna a guardare il business nel lungo periodo e a non farsi guidare solo dai numeri immediati, e *La mucca viola* di Seth Godin, che spiega l'importanza di distinguersi, di essere memorabili in un mondo saturo di offerte. Sono libri che hanno influenzato molto anche il mio modo di comunicare lo studio e il metodo IBE.

### Cos'è il successo per lei?

Il successo ha due dimensioni. Per l'imprenditore con cui lavoro significa avere spazi che non solo funzionano, ma generano valore, portano clienti e costruiscono un brand forte. Per me, personalmente, il successo è sapere che i miei progetti hanno un impatto concreto e duraturo: che uno spazio migliora la vita quotidiana delle persone, che un brand acquisisce forza e riconoscibilità, che un'azienda trova in una collezione disegnata una nuova occasione di mercato.

### Ha mai fallito un obiettivo?

Sì, ho fallito più volte, come tutti gli imprenditori. All'inizio li vivevo come sconfitte, oggi li considero deviazioni utili che mi

hanno insegnato più dei successi. Ogni obiettivo mancato mi ha costretto a fermarmi, rivedere le strategie, affinare il metodo. Non credo esista crescita senza errori, e il mio percorso ne è la prova.

### A chi guarda come fonte di ispirazione, di curiosità?

Mi ispirano i designer visionari che sanno anticipare i tempi, gli imprenditori creativi che trasformano idee in sistemi concreti, e il mondo dell'arte contemporanea, che offre sempre nuove chiavi di lettura della realtà. Ma la mia fonte di ispirazione più autentica resta la natura: nei suoi processi vedo resilienza, equilibrio, capacità di adattamento. Sono gli stessi principi che cerco di portare nei progetti e nelle strategie per i clienti.

### Qual è la parte più difficile del suo lavoro?

Fare la brava mamma mentre cerco di fare bene il mio lavoro. Scherzo. Nel mio lavoro la sfida è coniugare estetica, budget e tempi. Ogni cliente ha risorse finite, e ogni progetto ha vincoli tecnici e normativi. La parte più difficile - ma anche la più stimolante - è riuscire a rispettare questi limiti senza sacrificare la visione. Per me la sfida è trasformare ogni ostacolo in un'opportunità per creare valore, mantenendo alta la qualità estetica ed esperienziale.

### Ha mai diversificato gli investimenti puntando su altri settori economici?

Sì, sto investendo su un progetto che mette insieme AI, digital ed edilizia per aiutare imprenditori del settore immobiliare, dell'arredamento e della decorazione d'interni a catturare prima il target. Tutto top secret ed embrionale. Ma ci credo molto.

### Com'è cambiato, negli ultimi 10 anni, il settore in cui opera? E secondo lei cosa potrebbe cambiare ancora?

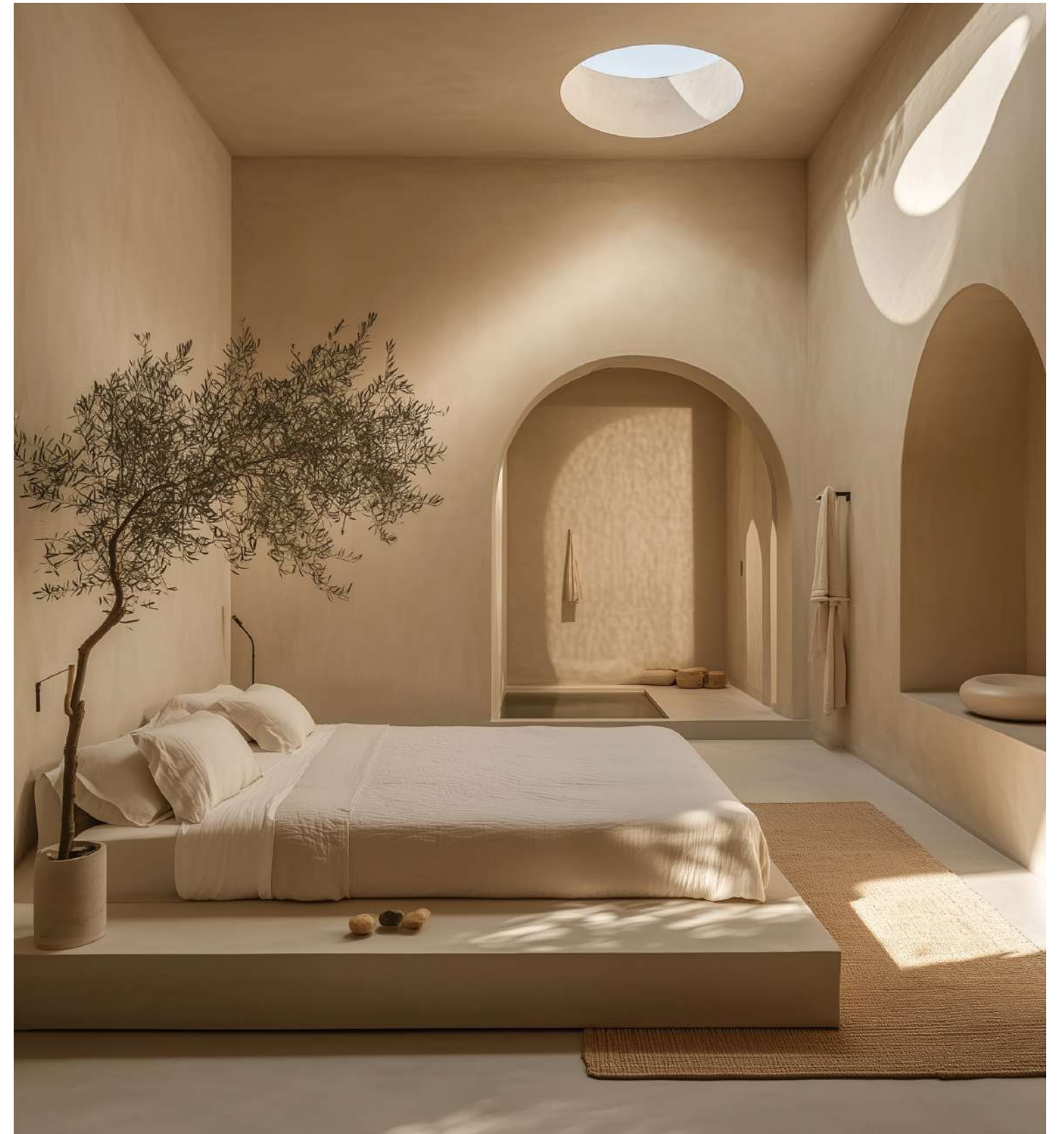
Negli ultimi dieci anni il settore è cambiato moltissimo: è diventato più digitale (oggi la visualizzazione 3D è parte integrante di ogni progetto), più esperienziale (non basta arredare, serve raccontare un'identità) e più sostenibile (materiali e processi etici sono diventati centrali). Guardando avanti, credo che il design sarà sempre più immersivo e tecnologico, con strumenti che permetteranno al cliente di vivere un progetto prima ancora che sia realizzato. Ma credo anche che si andrà verso una forte specializzazione: vinceranno le nicchie, le realtà capaci di unire competenze trasversali - interior, branding, experience - come facciamo con il Metodo IBE.

### In cosa vuole ancora migliorare?

Voglio migliorare nella gestione del tempo, che per un'imprenditrice creativa è sempre la risorsa più scarsa. Ma soprattutto voglio crescere nella comunicazione della mia visione agli imprenditori: raccontare in modo sempre più chiaro come il design possa essere un asset strategico, capace di generare ritorno e posizionamento. Non punto a parlare a tutti, ma a un pubblico selezionato e di nicchia, con cui costruire valore reciproco.

### Qual è il suo sogno nel cassetto?

Il mio sogno è fondare un'accademia di design che unisca creatività, ricerca e imprenditorialità. Un luogo in cui i giovani non imparino solo a progettare interni, ma a diventare imprenditori del progetto: professionisti capaci di leggere i trend, guidare processi complessi, comunicare un brand e generare valore economico e sociale attraverso il design.



**What is your motto?**

“Every constraint is a springboard for creativity”. For me, there are no insurmountable limits: every tight budget, every difficult space, every complex regulation is actually a stimulus to find new solutions. Often the most interesting projects arise precisely from the ability to see constraints not as obstacles, but as generators of ideas.

**And the word you most identify with?**

Transformation. It is the word that best describes me and my work. I myself am constantly evolving, and I try to convey this energy of change to my colleagues and clients. I believe that transforming means adding value: transforming a space, a brand, an experience means making them more authentic, stronger and more recognisable.

**In what way do you think you have been innovative?**

I have innovated on two levels. The first is to have made the interior design process clear and transparent, with scalable packages that are understandable even to those outside the industry. This has eliminated the aura of uncertainty that often intimidates clients. The second is that I introduced the IBE Method, which changed the way interior design is approached in the HoReCa world, combining space, branding and experience in a coherent system. With this method, a restaurant or hotel does not simply become “beautiful”, but tells the story of the identity of its founders and communicates with customers as a real marketing tool.

**When did you realise that your studio was becoming established?**

I realised that my studio was growing when clients started choosing us for our vision and method, not just for our style or renderings. Confirmation also came from the corporate world: being asked to design collections or lead the furnishing and decoration strategy as art director was recognition for me that my approach was not only valuable for individual projects, but could also have an impact on the supply chain and the market.

**Have you read any management books?****Which ones would you recommend?**

Yes, and I believe it is essential for a creative person to have an entrepreneurial culture. I recommend *The Infinite Game* by Simon Sinek, which teaches you to look at business in the long term and not be guided solely by immediate figures, and *Purple Cow* by Seth Godin, which explains the importance of standing out and being memorable in a world saturated with offers. These books have also greatly influenced the way I communicate the IBE studio and method.

**What does success mean to you?**

Success has two dimensions. For the entrepreneur I work with, it means having spaces that not only work but also generate value, attract customers and build a strong brand. For me personally, success is knowing that my projects have a concrete and lasting impact: that a space improves people's daily lives, that a brand gains strength and recognition, that a company finds a new market opportunity in a designed collection.

**Have you ever failed to achieve a goal?**

Yes, I have failed several times, like all entrepreneurs. At first, I saw them as defeats, but now I consider them useful detours that have taught me more than my successes.

Every missed goal forced me to stop, review my strategies and refine my methods. I don't believe there is growth without mistakes, and my journey is proof of that.

**Who do you look to for inspiration and curiosity?**

I am inspired by visionary designers who are ahead of their time, creative entrepreneurs who transform ideas into concrete systems, and the world of contemporary art, which always offers new ways of interpreting reality. But my most authentic source of inspiration remains nature: in its processes, I see resilience, balance, and adaptability. These are the same principles I try to bring to my projects and strategies for clients.

**What is the most difficult part of your job?**

Being a good mother while trying to do my job well. Just kidding. In my job, the challenge is to combine aesthetics, budget and timing. Every client has finite resources, and every project has technical and regulatory constraints. The most difficult part – but also the most stimulating – is managing to respect these limits without sacrificing the vision. For me, the challenge is to transform every obstacle into an opportunity to create value, while maintaining high aesthetic and experiential quality.

**Have you ever diversified your investments by focusing on other economic sectors?**

Yes, I am investing in a project that combines AI, digital and construction to help entrepreneurs in the real estate, furniture and interior design sectors to capture their target audience first. It's all top secret and in its infancy. But I really believe in it.

**How has the sector in which you operate changed over the last 10 years? And what do you think could change in the future?**

Over the last ten years, the sector has changed a lot: it has become more digital (today, 3D visualisation is an integral part of every project), more experiential (it is not enough to furnish, you need to convey an identity) and more sustainable (ethical materials and processes have become central). Looking ahead, I believe that design will become increasingly immersive and technological, with tools that allow customers to experience a project before it is even realised. But I also believe that we will move towards a high degree of specialisation: niches will prevail, as will companies capable of combining cross-disciplinary skills – interior design, branding, experience – as we do with the IBE Method.

**What do you still want to improve?**

I want to improve my time management, which is always the scarcest resource for a creative entrepreneur. But above all, I want to grow in communicating my vision to entrepreneurs: to explain more and more clearly how design can be a strategic asset, capable of generating returns and positioning. I don't aim to speak to everyone, but to a select, niche audience with whom I can build mutual value.

**What is your secret dream?**

My dream is to found a design academy that combines creativity, research and entrepreneurship. A place where young people don't just learn only how to design interiors, but also how to become project entrepreneurs: professionals capable of reading trends, guiding complex processes, communicating a brand and generating economic and social value through design.



“ Voglio migliorare nella gestione del tempo, che per un'impreditrice creativa è sempre la risorsa più scarsa ”

SILVIA ORLANDI  
Via Conversano, 44 - Turi  
silviaorlandidesigner.it