

et al.

Histoire d'une icône sans nom



la 001

Valle del Conca, Rimini 1956

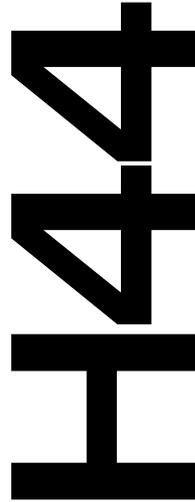
C'est une histoire avec trois protagonistes : deux entreprises de meubles – **Metalmobil** et **Et al.** – et une chaise d'extérieur identifiée par un numéro : **001**. Le cadre est l'Émilie-Romagne, une région qui borde les Marches du nord au sud et la Riviera adriatique à l'est, dans la "Romagne en fleur" de la verdoyante vallée du Conca.

Dans cette région riche en histoire, en art et en vitalité, des entrepreneurs de San Giovanni in Marignano (Rimini) fondent une entreprise produisant des sièges pour les communautés – écoles, églises, tavernes – fabriqués par des forgerons pratiquant l'art ancien du forgeage et de la soudure du métal.

À la fin des années 50, la région, ayant surmonté les lourdes conséquences de la Seconde Guerre mondiale, s'ouvre au développement dans divers secteurs – agricole, industriel, social – avec la diffusion de nombreuses petites et moyennes entreprises sur le territoire, comme Metalmobil. Dans ce contexte de changements, le tourisme croissant le long de la Riviera adriatique joue un rôle significatif, créant une conurbation continue de plus de quarante kilomètres de long, de Ravenne à la zone de Rimini le long de la Via Emilia. Les Allemands qui avaient franchi la Ligne gothique pendant la guerre, provoquant destructions et représailles, sont maintenant devenus des vacanciers inoffensifs amoureux du soleil et de l'hospitalité de la Romagne, accompagnés par des Suisses et d'autres résidents des régions froides du nord de l'Europe. De nouvelles structures et équipements sont donc nécessaires pour "meubler" les plages et les zones environnantes.

Des chaises sont nécessaires pour les plages et les nouveaux établissements de tourisme balnéaire. Metalmobil conçoit un produit spécialement pour cette utilisation : une chaise pouvant être utilisée en extérieur dans n'importe quel environnement et saison, résistant au soleil brûlant de l'été sans se déformer, immunisée contre le sel qui s'évapore dans l'air et se solidifie sur les surfaces métalliques en les corrodant. Elle devait être "nouvelle", indestructible, désirable. Elle devait évoquer le parfum de la mer et la joie.

C'était en 1956. La **001** est née.



Les Années 60

Pendant ce temps, les années filaient vers de meilleures saisons. La région devenait productrice de travail et de prospérité grâce à une agriculture modernisée et une industrie en constante expansion, soutenues par des structures coopératives répandues sur tout le territoire. À la fin de la décennie, comme le reste de l'Italie, la Romagne était prête à se lancer dans une ère heureuse et nouvelle : celle du "miracle économique". Une véritable révolution industrielle balayait le pays, créant un véritable marché national à grande échelle. Son impact sur la vie et les habitudes des Italiens, notamment la classe moyenne provinciale, se diffusait largement. Le modèle de vie américain devenait un objectif irrésistible, avec une explosion de désir de vivre "le bien-être" selon des paradigmes bourgeois identifiés dans de nouveaux biens de consommation : télévision, électroménagers, voiture et autres symboles de statut proposés par une publicité de plus en plus séduisante et aguichante. De nouveaux modèles culturels et des consommations jeunes émergent : le frisson de liberté avec la Vespa et la Lambretta, le rock 'n' roll et les jukebox, la minijupe et le Coca-Cola, les dancings et les vacances d'été. Le tourisme intérieur renaissait, et les vacances à la mer faisaient la fortune de la Riviera romagnole, espace pour de nouveaux hédonismes, vitrine de modes séduisantes, intelligent mélange d'hospitalité à prix abordables et d'accueil familial. Surtout, elle devenait une industrie du divertissement pour les jeunes en quête d'une scène pour socialiser et partager leurs imaginaires.

Rimini, Riccione, Cattolica : les pôles d'une industrie innovante du tourisme "émotionnel" étaient proches de San Giovanni in Marignano, où Metalmobil continuait à produire la 001, la pionnière des sièges d'extérieur, qui devenait de plus en plus belle, colorée et désirable au fil du temps. La demande pour cette chaise croissait de manière exponentielle. Des camions chargés de cadres en fer – la "structure métallique" de la 001 – et de bobines colorées de fil de Xiloplast parcouraient quotidiennement les routes du territoire pour livrer le travail de tissage des assises et des dossiers à des centaines de familles. Dans le paysage estival de la Romagne et d'autres rivages italiens, la 001 devenait une présence répandue, apportant une satisfaction sensorielle et une détente totale du corps et de l'esprit, ainsi qu'un succès commercial solide pour son fabricant.

1958



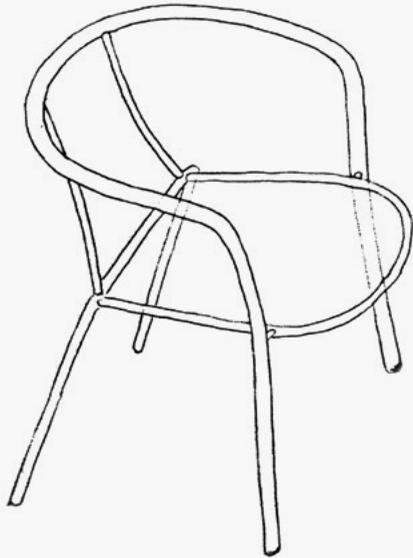
↑ La 001 "historique"
et actuel ↓



Restylage

En 1975, la chaise avait consolidé son statut de symbole du loisir italien, meublant bars, restaurants, hôtels et autres lieux publics en bord de mer et à la campagne, dans les grandes villes et les villages historiques de toute la péninsule.

Il était temps de se refaire une beauté, et pour rester dans l'air du temps, elle reçut la touche d'un grand designer: Enzo Mari. Son intervention consistait en quelques retouches pour actualiser son image. Le cadre et les accoudoirs étaient renforcés, augmentant leur diamètre de 22 à 25 millimètres. Le dossier était rétréci et abaissé, formant une courbe accueillante qui s'intégrait au cadre et aux accoudoirs. Les pieds étaient légèrement plus évasés. La 001 possédait désormais l'apparence et les qualités nécessaires pour conquérir le monde.



1184 C		2	1/10/75	SCALA 1/1
QUESTO DISEGNO ANNULLA IL C 1				
METALMOBIL				
MODIFICA SEDIA BR. 23				
ENZO MARI PIAZZALE BARACCA 10 20123 MILANO TELEFONO 4883651				
<small>Tutti i diritti sono riservati all'autore. La riproduzione e l'uso, anche parziale di questo disegno sono vietati. È fatta eccezione invece per la realizzazione di uguali sedili.</small>				
26-12				

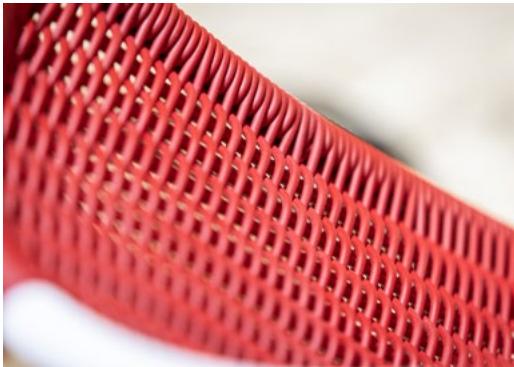
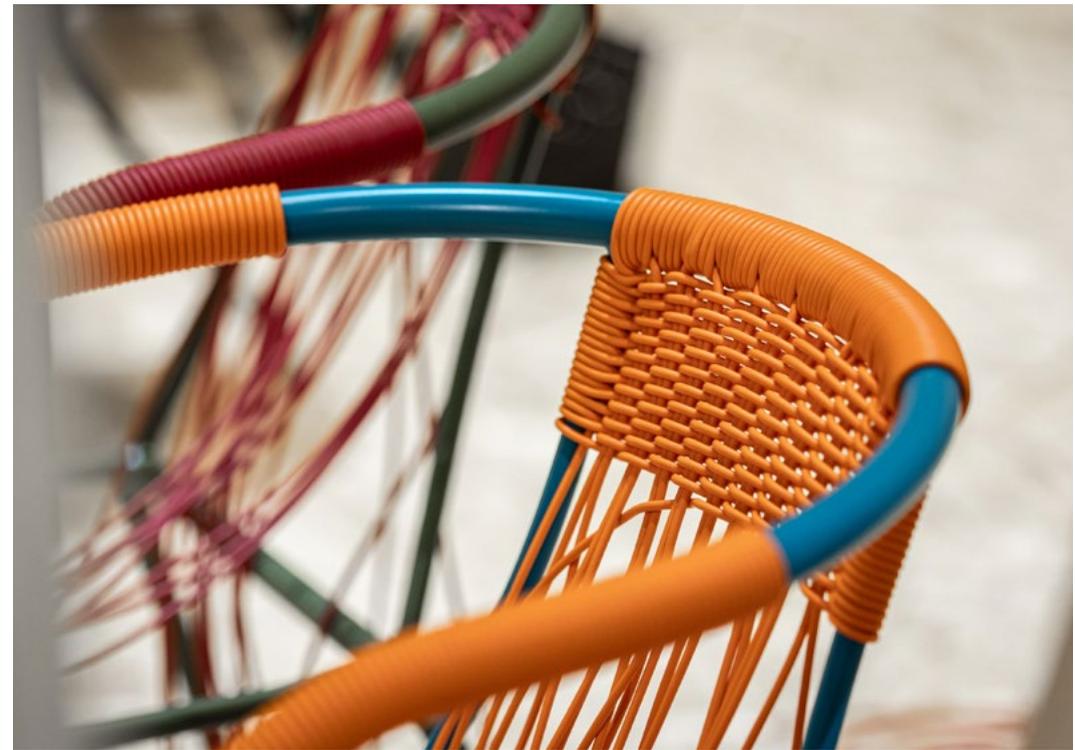


Un Best-seller Mondial

Dès son entrée sur le marché national, la chaise suscitait l'intérêt des entreprises concurrentes du secteur, donnant lieu à de nombreuses imitations dépourvues de l'équilibre harmonieux de l'originale. Au fil du temps, Metalmobil dut protéger son produit par un "brevet industriel", mais la concurrence n'entravait pas son succès commercial croissant en Italie et dans le monde. Le client le plus important de Metalmobil en Europe devenait l'entreprise allemande Habit, qui, selon le directeur des exportations de l'époque, "tomba amoureuse de nos chaises et en demanda 50 000." L'ampleur de la demande était énorme par rapport à la capacité de production de l'époque, que Metalmobil augmenta rapidement. Un autre client clé allemand était H. May KG de Hanovre, un grossiste de meubles en grande quantité, achetant 100 000 chaises par an. En France, la multinationale Pernod Ricard, spécialisée dans la fabrication et la production de vins et spiritueux, en commandait 1 000 à 2 000 par an. Au Royaume-Uni, Sandler la présentait comme une nouveauté chez Harrods à Londres.

En 1995, Starbucks Coffee ouvrait une filiale au Canada, commandant une première série de 10 000 pièces dans un vert spécial, le "vert Starbucks". D'autres marchés importants comprenaient la Suisse, les Pays-Bas, l'Autriche, et les pays nordiques (Norvège, Suède, Danemark, Finlande). Dans la région méditerranéenne, l'Espagne, Malte, la Grèce et l'Arabie Saoudite. Au Japon, le client de Metalmobil était la célèbre Seiko. Aux États-Unis, Beyleran l'achetait pour meubler des navires de croisière. Cette commande initiait la production de chaises avec des cadres en acier inoxydable au lieu du fer original, qui se corrodait lors de longs voyages en mer. Enfin, en 1990, le client texan Vecta l'exposait au célèbre musée Paul Getty de Los Angeles, en Californie. La 001 était devenue une icône universelle du mobilier.

H73



Le Design

Comme les premiers produits de Metalmobil, la chaise avait un cadre et des accoudoirs en fer, mais recouverts de PVC, offrant une résistance maximale aux conditions météorologiques, aux rayons UV, à l'humidité, aux variations de température, à l'usure et à l'abrasion. L'assise et le dossier étaient fabriqués en fil de Xiloplast avec un noyau métallique flexible, formant une surface tissée à la main. Les accoudoirs se raccordaient à l'assise et au dossier, également enroulés de fil de PVC. Les pieds en fer étaient légèrement évasés. Le design initial présentait une certaine rigidité, mais son esthétique innovante, ses matériaux de qualité et la variété des motifs et des couleurs de son tissage en faisaient une exception intrigante parmi les sièges traditionnels, anonymes et de faible valeur de l'époque.

Cependant, la modernité de la 001 cohabitait avec des racines anciennes. Son succès tenait beaucoup à l'attrait de ce fil malléable, coloré, tissé dans la chaise avec des compétences manuelles héritées d'une époque pas trop lointaine où, dans les campagnes de la Romagne, on fabriquait des nattes, des paniers, des chapeaux et d'autres objets utiles à la vie rurale en utilisant les fibres du saule osier. Ce fil pouvait être utilisé partout, librement, sans technologie, avec seulement les mains. Le travail pouvait être réalisé par des tiers, même à domicile. Souvent, c'était l'homme de la maison qui, après une journée de travail, installait la structure circulaire de l'assise.

L53



Rebranding

Metalmobil devient Et al.

La chaise parfaite pour la détente en extérieur a traversé le siècle où elle est née, évoluant à travers des transformations successives jusqu'à la métamorphose finale que nous connaissons aujourd'hui. Elle n'est plus produite par Metalmobil mais par son successeur, Et al., qui tire son nouveau nom de marque du cœur de l'entreprise génératrice: M (etal) mobil.

Certes, les temps ont changé. La OO1 a perdu les revenus des grands volumes lorsque la concurrence italienne qui l'imitait en de nombreuses versions a été remplacée par une concurrence à bas coût des pays émergents à l'ère de la mondialisation. Cependant, son long cycle de vie depuis les années 60, sa résilience, sa qualité artisanale et, surtout, son statut de symbole d'innovation qui ne se démode pas avec le temps, sont devenus des valeurs à préserver.

Le défi a été identifié et relevé avec un grand engagement par Gianfranco Tonti, président du groupe Ifl, qui a acquis Metalmobil en 1990. En 2019, il l'a revitalisé en le transformant en Et al., plaçant la OO1, avec tout ce qu'elle représentait, comme la pierre angulaire du nouveau projet. Tonti voyait le potentiel de repositionner Metalmobil sur le marché et de l'adapter aux temps contemporains, visant – avec sa transformation en Et al. – à atteindre une cible beaucoup plus élevée par la promotion du design et de l'excellence qualitative contemporaine. C'était "un défi à relever," un "devoir irrésistible" pour le bien-être de tous les acteurs de la nouvelle entreprise : direction, ouvriers, employés et force de vente.

Cette transformation s'est opérée avec une conscience de la valeur de l'entreprise d'origine, qui avait créé – selon l'entrepreneur – un produit hautement innovant dans des temps pas si faciles, l'évoluant avec cohérence et prévoyance. Le mérite revient à ceux qui ont créé et dirigé Metalmobil pendant de nombreuses années. Tonti comprenait également qu'un des éléments ayant conduit au succès de la OO1 était son lien avec le territoire et la culture dans lesquels elle est née. "Une entreprise est comme un arbre," dit-il. "La passion avec laquelle elle est gérée sont ses racines; si elles ne sont pas solides et respectées, elle n'a pas d'avenir."



Une histoire qui continue

Quand Gianfranco Tonti en parle, on sent dans ses mots la fierté et un respect sincère pour la 001. Son entrée chez Et al. était inévitable. Et ainsi, elle a commencé sa nouvelle vie avec le même design qu'avant, habillée aujourd'hui d'un chromatisme sobre et autoritaire, dans les options de noir et blanc qui lui confèrent une allure aristocratique comme le reste des collections de la marque. Nous lui souhaitons donc une bonne et longue vie à une icône restée sans nom, car elle n'en avait pas besoin.

Un numéro suffisait et suffit toujours : le numéro 1.

Salone del Mobile 2024



Rédactrice et éditrice

Marta Alessandri

Conception graphique

ma:design

Photographie

Massimo Gardone,

Silvano Bacciardi, Archive Et al.

Impression

Ideostampa

Et al.

Strada Selva Grossa, 28/30

61010 Tavullia (PU) - Italie

www.et-al.it

info@et-al.it