



# Alpi, un ovni italien

Sis dans un coin d'Italie plus connu pour sa culture du kiwi et comme destination hype, Alpi - créateur et producteur de surfaces décoratives en bois composite - n'en reste pas moins un acteur de premier plan dans le design, de par l'excellence de son mode de fabrication et ses multiples collaborations avec des designers de renom. IDEAT lui a rendu visite.

**Reportage Marie Honnay**

**P**lus d'un siècle après sa création, la société italienne Alpi, désormais orchestrée par Vittorio Alpi (troisième génération), continue à faire le grand écart entre artisanat et production industrielle. Première société au monde à avoir systématisé la production de bois composite dans les années 50, Alpi doit son immersion dans le monde du design à la passion de Vittorio Alpi pour le mobilier de créateur. Et si les architectes les plus en vue du moment s'enthousiasment pour le caractère flamboyant des créations du designer Piero Lissoni (1956-), directeur artistique de Alpi depuis 2015, mais aussi d'Ettore Sottsass (1917-2007), le premier à avoir signé des motifs originaux pour la marque, c'est à l'usine de Modigliana, à une heure de Bologne, que ces surfaces aux motifs tantôt classiques, tantôt intrigants, prennent vie. En Italie, pas moins de 400 collaborateurs perpétuent l'héritage industriel de Alpi ; une équipe largement composée de femmes, saluées pour la précision de leurs gestes et leur sens de la rigueur. Depuis 1975, la culture et le traitement du bois d'Ayous,

**1/** Petit-fils de Pietro Alpi, fondateur de la marque éponyme en 1919, Vittorio Alpi est aux commandes de l'entreprise familiale depuis les années 80. **2/** Les collections de la marque italienne comportent quatre catégories de produits de différentes densités et finitions (*ALPllignum*, *ALPlready*, *ALPltav* et *ALPldecos*).



## au pays du kiwi

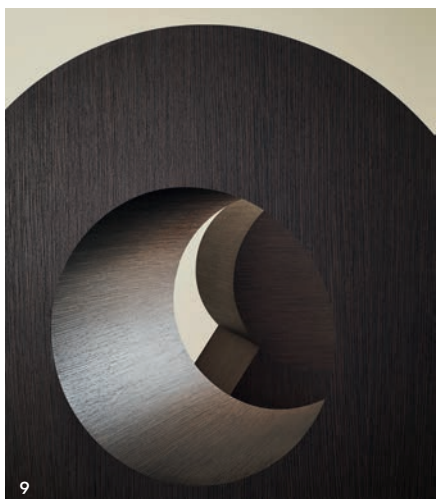
l'une des trois essences (avec le tilleul et le peuplier) utilisées pour façonner les produits Alpi, s'opère depuis le Cameroun. Alpi y est propriétaire d'une forêt et d'un centre de traitement du bois ; une présence couplée à un engagement sociétal par le biais d'une série de projets à destination des 1 000 ouvrier·ères·s de l'entreprise et de leurs familles.

### L'anticonformisme en héritage

Désormais épaulé par Pietro, l'un de ses fils, chargé du volet recherche et développement, Vittorio Alpi est visiblement un PDG heureux. Très à l'aise, voire attendri, quand il vous guide dans l'usine de Modigliana, là où le bois est déroulé selon une recette historique – inchangée depuis des décennies – puis teinté et compressé pour obtenir des nuances de couleurs qu'on pourrait croire imprimées, plutôt que teintées dans la masse, il évoque avec le même enthousiasme sa passion pour le design. « *Dans les années 80, je me suis lié d'amitié avec Ettore Sottsass dont j'admirais le travail. À l'époque, il n'utilisait pas de bois pour son mobilier, mais bien des surfaces laquées et des plastiques laminés. Ensemble, nous avons planché sur une idée qui donne au bois, un matériau inédit dans l'histoire du mouvement Memphis, une dimension résolument pop.* » La collection « ALPI Sottsass », une création identitaire, initialement appliquée à la collection Memphis du créateur en 1985, est désormais déclinée en quatre nuances : rouge, orange, marron et gris. « *Pour ce motif, Ettore a agrandi une feuille de bruyère qui semble avoir été passée à la loupe. Cette évocation libre de la nature témoigne de son style*

**3/ et 5/** La ligne « ALPI Sottsass Red » appliquée au décor du bar éphémère du Spazio Maiocchi (Milan) lors des festivités de la Milan Design Week en avril dernier.

**4/ et 6/** Un travail minutieux, souvent confié à des mains de femmes, anime les usines de l'entreprise Alpi située en Italie du Nord.



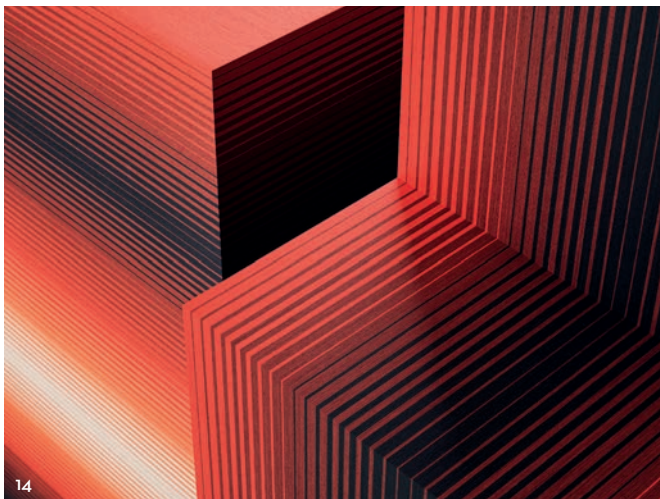
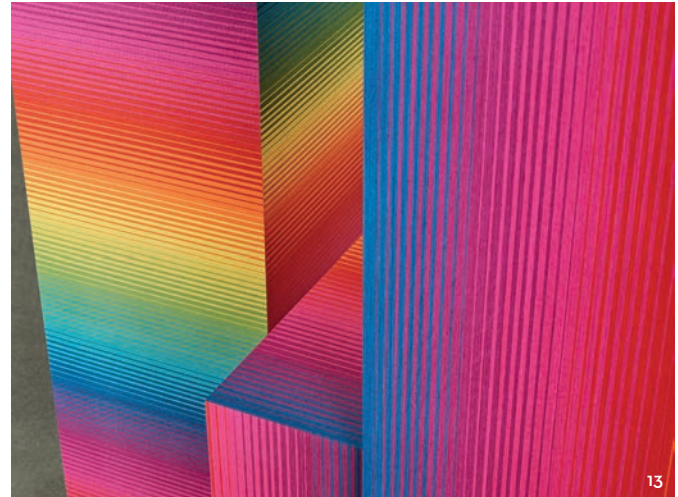
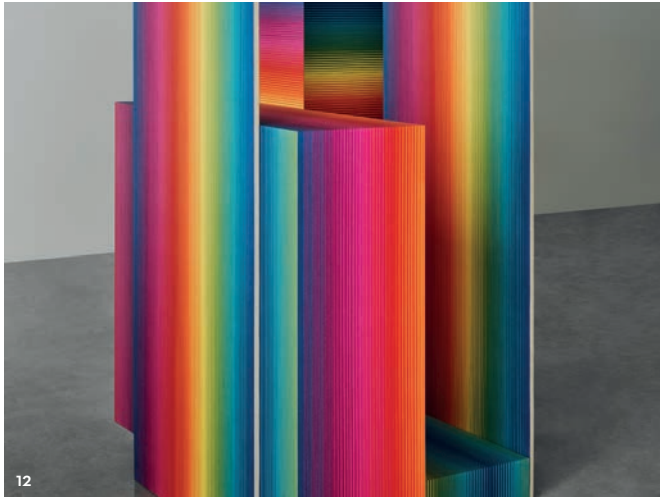
*non conventionnel* », ajoute Vittorio Alpi. Il en va de même du motif phare de l'architecte et designer postmoderniste milanais Alessandro Mendini (1931-2019) qui, lui aussi, a marqué l'histoire de Alpi. Semblable à un tissage multicolore inspiré du pointillisme, son design de 1991 repose sur un procédé long et complexe. Début des années 2000, alors que la crise économique met en péril l'équilibre de son entreprise, Vittorio prend conscience de l'urgence de mettre l'accent sur l'innovation en s'associant à un autre architecte et designer aux idées audacieuses : Piero Lissoni. « *Sur le plan technique, la première collection de Piero a constitué un challenge. J'ai d'ailleurs cru que nous ne parviendrions jamais à rencontrer ses exigences esthétiques. La force de cette collaboration est de nous avoir invités à repousser les limites de ce que nous considérons comme techniquement réalisable* », retrace monsieur Alpi.

### Blond peroxydé et chaudron magique

Féru de design et de création, mais aussi résolument attaché à cette usine fondée par son grand-père, menuisier de formation, Vittorio Alpi nous emmène à la découverte du processus de fabrication des produits Alpi ; références que l'on retrouve dans de nombreux projets privés, dont des yachts, secteur où Alpi est leader en son domaine.


Les surfaces Alpi habitent également l'intérieur de voitures et hôtels de luxe, comme Il Sereno, implanté en bordure du lac de Côme et signé Patricia Urquiola, complice, elle aussi, de la tribu

**7/ et 8/** Les feuilles de peuplier, pressées dans des moules par Alpi pour produire du bois composite et ses motifs signatures, proviennent d'exploitations agricoles italiennes. **9/ à 11/** ALPI Xilo Kakao, au vernis couleur chocolat, complète les collections de Piero Lissoni, directeur artistique de Alpi depuis huit ans.



Alpi. Client fidèle de l'entreprise italienne, Apple a fait appel à Alpi pour ses *headquarters* californiens, le célèbre « donut » de l'architecte Norman Foster.

Face aux incroyables surfaces colorées choisies pour habiller des restaurants, mais aussi des boutiques en vue de Milan à New York, on peut s'étonner du côté archaïque de certaines machines de l'usine de Modigliana. Devant les dizaines de chaudron fumants dans lesquels les feuilles de bois sont colorées avant d'être placées sous presse, Vittorio Alpi précise, non sans un sourire, que pour certaines teintes très claires, les précieuses feuilles, aussi fines qu'un parchemin, doivent d'abord être décolorées dans un bain de peroxyde... « *Comme chez le coiffeur !* » (Rires)

« Depuis la création de Alpi, nous avons généré plus de 4 000 motifs que nous conservons dans nos archives. Le catalogue actuel en compte une centaine, dont de nouveaux imaginés chaque année par Piero Lissoni. À cela s'ajoutent des commandes spéciales émanant de client-e-s en quête de motifs uniques. Mais une fois par an, j'invite le designer qui me plaît. » Cet automne, carte blanche à l'Allemand Konstantin Grcic pour une ligne de mobilier. Pensées pour être exposées, plutôt que vendues, ces dernières créations témoignent du caractère toujours tourné vers le futur des designers avec lesquels Alpi collabore. Au printemps dernier, à l'occasion de l'inauguration de la Biennale d'Art de Venise, Alpi a en outre proposé, à titre expérimental, une collection de panneaux destinés à une utilisation pour la prochaine saison outdoor. 

## ALPI EN DÉTAIL

**Année de création :** 1919

**Innovation clé :** *ALP*lignum (1961),

le tout premier placage composite

**Superficies des usines :** 180 000 m<sup>2</sup> en Italie et 346 500 m<sup>2</sup> en Afrique

**Écoresponsabilité :** surfaces ZeroF,

sans formaldéhyde toxique ajouté

**Certifications :** FSC-C004666

(Forest Stewardship Council)

et OLB-CERT-090501

(Origine et Légimité du Bois)

**Chiffre d'affaires de la marque :**

98 millions d'euros en 2023

(dont 79 % à l'export)

**13/ à 15/** Les nouveaux designs de Konstantin Grcic, *ALPI* Arcobaleno et *Raggiosole* illustrent les passions du designer et de Vittorio Alpi pour un traitement graphique inédit des couleurs.