

IL PRIMO UNICORNO DELLE ESIM

BRANCA, SEI GENERAZIONI DI AMARO

INVESTIGATION
L'ERA DEL
CAPITALISMO
RIPRODUTTIVO

NELLA CAPITALE ITALIANA DEL CIOCCOLATO

KAREL KOMAREK, IL SIGNORE DELLE LOTTERIE

Forbes

ITALIA

Italia 4,90 euro - CH CT 11,90 CHF - Côte d'Azur 9 euro - Anno 10 - N° 101 - marzo 2026 - Periodicità: mensile - Primo impresse: 12/03/2026
Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale D. L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/MI

COVER STORY

VOLARE ALTO

PASQUALINO MONTI,
AMMINISTRATORE DELEGATO DI ENAV

Classifiche

I musicisti
più pagati
del mondo



UNA GIOVANE SETTANTENNE

Et al. è nata nel 2019. Ma è anche un'azienda storica: ha raccolto l'eredità della Metalmobil, realtà della Riviera adriatica che nel 1956 cambiò il design con la 001, la sua sedia intrecciata in xiloplast. Negli ultimi anni si è consolidata con l'ingresso nel gruppo Ifi

N

Nel 1956, mentre la Riviera adriatica stava definendo il proprio immaginario turistico, nella Val Metauro prendeva forma un oggetto semplice destinato a diventare un'icona, che inaugurava una storia industriale di successo: la sedia intrecciata in xiloplast, progettata dall'azienda Metalmobil, oggi et al., per resistere alla sabbia e alla salsedine. Identificata con il codice 001, non aveva né nomi, né dichiarazioni programmatiche: solo un numero e una funzione precisa. Un arredo che nasceva da una postura progettuale definita: quella di rispondere a un bisogno concreto trasformandolo in cultura materiale.

In quell'oggetto si inscriveva già la matrice dell'azienda: un equilibrio tra radicamento territoriale e tensione industriale, tra sapere artigianale e capacità di sistematizzazione produttiva. "La valle era una valle di intrecciatori", ricorda **Francesca Tonti**, ceo e membro del cda di Ifi e amministratrice de-

legata di **Ifi + et al.** "Serviva qualcosa che valorizzasse il sapere del territorio e, allo stesso tempo, fosse funzionale a ciò che stava nascendo". La risposta non fu soltanto tecnica, ma culturale: tradurre una competenza locale in un prodotto capace di accompagnare la trasformazione sociale ed economica di un intero territorio.

Da quella soglia originaria prende forma una specializzazione progressiva nel settore delle sedute e dei tavoli per l'hospitality e per gli spazi della collettività. Una traiettoria che si fonda su una precisa etica del fare. "Il servizio fa parte della nostra identità", sottolinea Tonti. "È uno spirito che si traduce nell'essere vicini ai bisogni dei clienti, nell'assistere i grandi committenti in

maniera puntuale e corretta". Il prodotto, in questa prospettiva, non è entità isolata, ma elemento di un sistema più ampio che include progettazione, personalizzazione, logistica, installazione. L'ingresso nel gruppo Ifi ha consolidato questa dimensione industriale, inserendo et al. in una struttura che oggi conta complessivamente 276 persone e opera come riferimento internazionale nelle soluzioni d'arredo e tecnologie per il settore food e hospitality. Tuttavia, l'elemento decisivo non è la scala, ma la capacità di mantenere una riconoscibilità identitaria in un contesto sempre più competitivo e globalizzato. Il passaggio da Metalmobil a et al., ufficializzato nel 2019, ha rappresentato un atto di ridefinizione simbolica e



Francesca Tonti, ceo e membro del cda di Ifi e amministratrice delegata di Ifi + et al. Sotto, la sedia 001, simbolo di un nuovo design.



strategica. "Cambiare nome a 60 anni richiede coraggio", afferma Tonti, "ma volevamo scrivere un altro capitolo, dare ulteriore possibilità di espressione ai nostri valori e costruire un futuro ancora solido". Nel nuovo nome permane, quasi in filigrana, la memoria di quello originario, ma al contempo l'etimologia latina - et alii, 'e altri' - introduce una dimensione relazionale e sistemica. "Significa avere un punto di vista aperto, inclusivo, capace di dialogare", prosegue Tonti. "Il design è per sua natura multidisciplinare, e noi vogliamo essere protagonisti insieme agli altri". È su questa linea di continuità trasformativa che si colloca la recente nomina di Marco Acerbis alla direzione artistica. Vincitore del XVIII Compasso d'Oro, Acerbis definisce et al. una "giovane azienda storica": un ossimoro solo apparente, che restituisce la condizione di un'impresa capace di attraversare il tempo senza cristallizzarsi. La collaborazione nasce da una convergenza di visione. "Abbiamo sentito l'esigenza di introdurre uno sguardo più libero, più critico nel senso costruttivo del termine", os-



serva Tonti. "Una figura che vedesse nel brand un potenziale significativo e ci aiutasse a farlo emergere con maggiore consapevolezza".

Per Acerbis, il baricentro resta il prodotto. "Per come immagino il design italiano, il prodotto resta centrale. È nel prodotto che prende forma l'innovazione: non solo sul piano iconografico, ma anche su quello tecnico, tecnologico e funzionale. È qui che si costruiscono il valore, l'identità e la riconoscibilità di un brand".

In questa prospettiva, anche la sostenibilità assume una dimensione progettuale prima che comunicativa: attenzione al disassemblaggio, certificazioni di filiera, imballaggi integralmente in cartone - premiati per due anni consecutivi con l'Ecopack

del Conai - e una deliberata distanza dalle logiche di obsolescenza accelerata. "Il nostro obiettivo", continua Tonti, "è quello di offrire un prodotto ben progettato per durare, considerando anche il suo fine vita", dice Tonti.

A 60 anni dalla sedia 001, et al. si è data la missione di riaffermare la postura di un'impresa che riconosce nella trasformazione non una discontinuità, ma una condizione strutturale. "Giovane azienda storica non è una formula suggestiva, ma la sintesi di un equilibrio dinamico tra memoria industriale e tensione progettuale", dice Tonti. **F**

“Giovane azienda storica non è una formula suggestiva, ma la sintesi di un equilibrio dinamico tra memoria industriale e tensione progettuale”