



LE DESIGN DU FEU SELON EMO DESIGN: 10 ANS DE COLLABORATION AVEC MCZ GROUP

MCZ a été la première entreprise à introduire le design dans le monde des poêles à pellets, traditionnellement axé sur des concepts de praticité, de durabilité et de prix avantageux. Cette attention à la beauté et à l'équilibre des formes, combinée à une recherche technologique incessante pour obtenir une flamme à pellets aussi agréable qu'un feu de bois, a valu à MCZ un important succès commercial et a permis à la marque de se distinguer au fil des ans sur la scène internationale, jusqu'à l'obtention du prix iF Design Award pour Toba, le premier poêle à pellets à remporter un prix de design aussi prestigieux.

Les marques qui collaborent avec le Groupe MCZ comprennent des designers de renommée internationale et de jeunes professionnels, tous choisis pour leur capacité à « ressentir » le produit poêle sur un plan rationnel mais aussi émotionnel, souvent accompagnée de l'expérience d'une utilisation directe du produit.

Aujourd'hui, en conversation avec Andrea Brosolo, Directeur du Marketing de MCZ Group, nous approfondissons le sujet avec Carlo Ciciliot, Fondateur et Directeur Associé d'Emo design, un bureau d'étude basé à Venise et doté d'un esprit cosmopolite.



La collaboration entre Emo design et MCZ a débuté en 2010, tout juste deux ans après sa fondation. On peut donc dire que votre histoire a littéralement commencé avec MCZ. Pouvez-vous nous raconter quelques anecdotes à ce sujet ?

Carlo Ciciliot: En effet, c'est exactement ce qui s'est passé. Une série de circonstances heureuses nous a mis en contact avec l'ancien PDG Walter Breda, qui a immédiatement cru en nous et nous a donné l'opportunité de lancer le bureau d'étude. Sans lui et sans MCZ, nous ne serions peut-être pas ici aujourd'hui pour répondre à ces questions.

Andrea Brosolo: La rencontre avec les jeunes d'Emo design a eu lieu à un moment où l'entreprise était sur le point de franchir le pas vers une toute nouvelle façon de concevoir le poêle à pellets, comme partie intégrante de la décoration de la maison. C'était un pari pour tous les deux. Un pari gagnant car il a conduit au développement de Toba, iF Design Award 2011, qui a représenté un tournant non seulement pour nous, mais pour tout le secteur.



Comment la collaboration entre vous et l'entreprise a-t-elle progressé du début jusqu'à aujourd'hui ? Comment les besoins de MCZ en matière de design ont-ils évolué au fil du temps?

Carlo Ciciliot: La collaboration avec MCZ est aujourd'hui parfaite et structurée, basée sur un processus qui a été consolidé et construit au fil du temps. Je me souviens avec émotion des présentations des premiers projets au comité de produit, qui était composé des représentants du marketing, des ventes, de la R&D et du PDG. Il y avait toujours beaucoup d'énergie et d'insouciance, comme si nous savions déjà que les projets auraient été une réussite. Chacun a dû rendre compte de ses compétences, avec un grand professionnalisme et une grande précision, comme dans une grande équipe. En 2010, le design était une nouveauté dans le monde du chauffage à pellets et MCZ a été la première à y croire. En revanche, aujourd'hui, le design fait partie intégrante du développement d'un nouveau produit.



Comment se déroule le processus de travail entre le bureau d'étude et MCZ Group aujourd'hui ?

Carlo Ciciliot: Il s'agit d'un processus assez classique, qui commence par un briefing fait ensemble, puis le développement des concepts de produit et leur finalisation en collaboration avec le département R&D avant de passer à l'ingénierie qui suit toujours l'entreprise. Chez MCZ, nous avons toujours trouvé un solide leadership dans le développement de produits, ce qui, uni à l'expérience acquise au cours de ces années de collaboration, nous permet de travailler ensemble avec une grande synergie.

Andrea Brosolo: Nous nous connaissons maintenant très bien, ce qui contribue certainement à rendre le processus plus fluide et, dans l'ensemble, à réduire le nombre d'erreurs. Cependant, nous n'avons pas perdu l'enthousiasme et l'envie d'expérimenter qui étaient typiques des premières rencontres.

Dans les derniers projets développés (Costanza et Regina pour la marque Sergio Leoni), quels aspects ont été pris en considération ?

Andrea Brosolo: Sergio Leoni est l'expression maximale du savoir-faire artisanal dans le monde de la céramique. Sans perdre ou déformer cette caractéristique unique, nous avons voulu lui donner une interprétation plus contemporaine, afin de pouvoir vivre même dans les maisons les plus modernes.

Carlo Ciciliot: Le récent projet pour Sergio Leoni est parti d'une profonde analyse de l'histoire de la marque et de son processus de production pour définir de nouveaux canons esthétiques extrêmement liés à l'expérience que seul un produit Leoni sait transmettre.

Quels sont les aspects qui rendent l'objet poêle intéressant d'une part, mais aussi difficile d'autre part ? Quelles sont les différences entre ce secteur et d'autres ?

Carlo Ciciliot: Le poêle contient le feu et chauffe, il est donc directement lié à nos besoins ancestraux. Le feu et la chaleur peuvent être utilisés pour des besoins fonctionnels (par exemple, chauffer ou cuisiner) mais aussi pour



nous émouvoir, et c'est souvent là que nous apportons notre contribution. Les besoins techniques des poêles à pellets comportent souvent des limites et une complexité pour les designers, même si nous avons toujours tenté de stimuler l'entreprise à voir une nouvelle opportunité comme conséquence d'un problème à résoudre. Le secteur du chauffage biomasse est soumis à des restrictions sur les émissions de plus en plus exigeantes et est donc en constante évolution, mais nous sommes certains que MCZ remportera également ce défi.

Comment pourriez-vous résumer votre approche du design ? Qu'est-ce qui vous distingue des autres bureaux d'étude ?

Carlo Ciciliot: Notre bureau d'étude a toujours été confronté à des projets très différents les uns des autres qui font référence à des marchés extrêmement hétérogènes. Il nous arrive encore aujourd'hui de concevoir des produits dont nous ignorions l'existence peu de temps avant. Nous nous sommes internationalisés presque immédiatement et aujourd'hui, nous sommes de plus en plus souvent confrontés à des projets organiques et complexes où le développement de produits est une conséquence de la stratégie et de l'Expérience de l'Utilisateur. Nous collaborons avec des entreprises du monde entier, mais nous restons toujours liés à nos origines et à notre pays !

Qu'est-ce que MCZ a apprécié dans la façon de travailler d'Emo design au point de leur confier des projets de plus en plus exigeants ?

Andrea Brosolo: Il faut reconnaître la grande capacité d'EMO à écouter l'entreprise et le client final. Si la collaboration s'est poursuivie pendant toutes ces années, c'est parce que nous avons toujours apprécié leur équilibre, sans faire prévaloir le design sur la fonction mais, en même temps, sans pour autant renoncer aux impulsions dans le concept et le caractère des produits.

Le moment particulier que nous vivons met en avant la question éthique du design : le design peut-il avoir une influence positive sur la société ? Et comment ?

Carlo Ciciliot: Bien sûr, dans un concept plus large, le design ne se limite pas à créer des objets. Des pays comme les États-Unis utilisent cet outil depuis longtemps de manière beaucoup plus perméable, en concevant des écosystèmes beaucoup plus vastes qui apportent de l'innovation, résolvent des problèmes et génèrent de grandes opportunités. Pour ce faire, il faut intégrer le design dans les processus d'entreprise et pas seulement dans le développement de produits, en ce sens, il devrait y avoir un designer dans chaque bureau privé et public, les choses iraient certainement mieux.

Andrea Brosolo: Je ne sais pas si dans chaque bureau public ou privé il devrait y avoir un designer et si le design devrait nécessairement jouer un rôle éthique. Cependant, il est vrai que dans l'expérience commune, un sens réducteur du design prévaut encore, limité au « signe » qui peut être lu visuellement dans un produit. Mais, heureusement, le monde évolue.

Photos: http://www.ergo-online.it/press/MCZ_Interview_Emo_design.zip

International Press Office:
ERGO _ Piazza Piemonte 8
20145 Milano, Italy _ Tel. +39/02/43995057
info@ergo-online.it _ www.ergo-online.it