

FRANCE-AMÉRIQUE

For the Modern Francophile • Since 1943 • Bilingual



DECEMBER 2023 Volume 16, No. 11 USD 19.99 / CAD 25.50

JOYEUSES FÊTES

HERITAGE The Foundations
of French-American Friendship

BRANCUSI V. UNITED STATES
Modern Art on Trial

PARIS-LOS ANGELES
French Luxury Goes to Hollywood

AMERICANS IN FRANCE
Somewhere Over the Rainbow?

PIERRE CARTIER The Man Who Made
Jewelry for American Presidents

VILLERS-COTTERÈTS Celebrating
the French Language



© Frédéric Dumur/Bonzini

BONZINI, UNE TABLE POUR LES PASSIONNÉS DE FOOT ET DE DESIGN À LA FRANÇAISE

Entretien avec

INGRID BERGAGLIA

INTERVIEW CLÉMENT THIERY FR>ENG TRANS. ALEXANDER UFF

Souvenir rétro des années lycée pour les uns, objet de collection ou instrument de compétition pour les autres, le babyfoot *made in France* fait fureur. Installé à côté de Paris depuis près d'un siècle, le leader français Bonzini exporte ses tables jusqu'aux États-Unis, où la *French touch* gagne du terrain. Un modèle a même fait une apparition dans une publicité diffusée lors du Super Bowl il y a quelques années ! Entretien avec Ingrid Bergaglia, qui a succédé à son père à la tête de l'entreprise familiale en 2017.

Bonzini s'apprête à fêter son 100^e anniversaire. Comment la maison est-elle née ?

Ingrid Bergaglia : À sa fondation en 1927, l'entreprise faisait de la menuiserie industrielle et de la mécanique de précision: des pièces pour l'industrie automobile et aéronautique, mais aussi des jeux et des appareils automatiques, comme le Bussophone, qui est l'ancêtre du juke-box. Nos premiers babyfoots sont apparus au milieu des années 1930 : c'est à cette époque que mon grand-père Raymond Bergaglia est arrivé de Nice pour aider son oncle, Joseph Bonzini.

La fin des années 1950 voit la naissance de votre modèle le plus emblématique, celui qu'évoque Laurent Voulzy dans « Rockollection » lorsqu'il chante « Au café de ma banlieue t'as vu la bande à Jimmy/Ça frime pas mal, ça roule autour du baby ».

C'est le B60, créé par mon grand-père. Avec sa caisse en hêtre naturel, ses quatre pieds noirs, ses rampes rouges, son tapis vert et ses équipes

rouge et bleu, c'est le babyfoot qui vit dans l'imaginaire collectif. Lancé en 1959, il équipait 95 % des quelque 200 000 cafés qui existaient alors en France ! Mais le marché des cafés s'est effondré – on en compte à peine 40 000 aujourd'hui – et l'espace occupé par le babyfoot a été réquisitionné pour laisser davantage de place aux consommateurs. La pratique du babyfoot s'est alors déplacée et mon père a créé le B90 pour accompagner ce virage. Sans monnayer, avec les mêmes qualités et finitions que le B60, il est très prisé des particuliers et des collectivités. On le retrouve dans les collèges, les lycées, les centres sociaux et même les hôpitaux, qui étaient soucieux d'offrir à leurs employés un moment de convivialité pendant la pandémie.

Quelques-uns des modèles de Bonzini : à deux bornes pour les espaces réduits, long de trois mètres pour quatre joueurs de chaque côté et l'emblématique B90. A few Bonzini models, including the 2-rod table for small spaces, the 3-meter table for four players on each side, and the iconic B90.

© Fred Dumur/Bonzini

Quelle relation avez-vous au babyfoot ? Êtes-vous une joueuse passionnée ?

Je suis avant tout attachée à l'objet, à la culture qui l'entoure et à son ancrage dans ma famille. J'ai pas mal joué par le passé, moins maintenant. Par contre, j'assiste aux grandes compétitions. C'est intéressant de voir la place croissante que prend le babyfoot en tant que discipline sportive, même s'il n'est pas encore reconnu officiellement en France. La Fédération française de football de table a commencé en 1991, et l'International Table Soccer Federation en 2002. Lors des rencontres internationales, les joueurs choisissent la table sur laquelle ils vont jouer parmi cinq modèles officiels, dont Bonzini, deux tables italiennes, une table allemande et une table américaine. Il n'est pas rare que des joueurs étrangers – danois, allemands ou américains – sélectionnent notre marque !

© Fred Dumur/Bonzini



Un babyfoot Bonzini au château de Vincennes, en 2016. A Bonzini foosball table at the Château de Vincennes, 2016. © Fred Dumur/Bonzini

Votre ancien revendeur américain, Alan Cribbs, était lui-même champion de babyfoot...

Tout à fait. Il participait avec l'équipe américaine à la Coupe du monde Bonzini à Nantes, en mai 1998, lorsque mon père a fait sa connaissance. Alan Cribbs déployait la qualité des babyfoots que l'on trouvait alors aux États-Unis et a négocié un contrat de distribution exclusive pour importer nos tables. Il a vendu son activité en 2019, et c'est maintenant William Mitchell Jr. qui dirige Bonzini U.S.A.

Qui sont vos clients aux États-Unis ?

La culture du soccer est moins présente qu'en Europe, mais nous vendons tout de même une centaine de babyfoots par an aux États-Unis, contre environ 130 au Royaume-Uni, notre premier marché à l'export. Nos clients américains sont autant des amoureux du design à la française, qui recherchent un meuble élégant qui va durer dans le temps, que des joueurs de compétition, qui apprécient la qualité de nos tables et le style de jeu français. Bonzini sponsorise d'ailleurs plusieurs tournois locaux, comme l'Open de Caroline du Nord ou le Championnat de babyfoot de Virginie. Post-Covid,

notre développement outre-Atlantique progresse très bien ! Nous expédions un conteneur de 30 babyfoots tous les trois ou quatre mois.

Vous installez aussi de nombreux babyfoots dans les entreprises et les espaces publics, en France comme aux États-Unis...

Les marques font souvent appel à nous pour proposer un espace d'échanges dans leurs bureaux, et ainsi resserrer le lien social pendant la pandémie, ou pour se doter d'un modèle personnalisé. Nous avons travaillé avec Cartier, Dior, Louis Vuitton, Perrier ou Taittinger, le champagne officiel de la Coupe du monde. En partenariat avec Berluti, notre atelier de Bagnolet, à l'est de Paris, a développé un babyfoot gainé de cuir ! Il y a quelques années, 70 tables Bonzini ont été mises à la disposition des voyageurs dans les gares françaises, et lorsque la France a accueilli l'Euro de football en 2016, nous avons collaboré avec le Centre des monuments nationaux pour mettre en avant le sport et le patrimoine en installant nos babyfoots au château de Vincennes, à l'ab-

baye de Cluny ou à la cité médiévale de Carcassonne. Nos tables équipent aussi les hôtels de la marque française Mama Shelter, qui est présente à Los Angeles depuis 2015, mais aussi les salles d'arcade américaines Punch Bowl Social, les campsings Hutttopia en Californie, dans l'État de New York, dans le Maine et dans le New Hampshire, et de nombreux bars et cafés à travers le pays.

Comment votre gamme a-t-elle évolué avec le temps ?

À l'occasion de la Coupe du monde en 1998, qui se tenait en France, nous avons conçu un modèle géant pouvant accueillir jusqu'à onze joueurs de chaque côté – comme une véritable équipe de foot ! La même année, sont apparus les premiers joueurs à la peau noire ou brune. Et en 2006, les premières joueuses, puisque le babyfoot est un sport qui est aussi pratiqué par des femmes ! Depuis, lorsque vous passez commande, les deux équipes sont entièrement personnalisables. Nous continuons de proposer des produits 100 % français, mais nos tables suivent les évolutions de la société. ■

« EN 2006, NOUS AVONS CRÉÉ LES PREMIÈRES JOUEUSES, PUISQUE LE BABYFOOT EST UN SPORT QUI EST AUSSI PRATIQUÉ PAR DES FEMMES ! »



Tables for Fans of Soccer and French Design

Whether a retro high-school souvenir, a collector's item, or a tool used in competitions, foosball à la française is all the rage. Based near Paris for almost a century, French market leader Bonzini exports its tables to the United States, where the company is on a winning streak. One model was even featured in a Super Bowl commercial a few years ago! We spoke with Ingrid Bergaglia, who took over from her father at the helm of the family business in 2017.

Une partie à la villa Savoie à Poissy, à l'ouest de Paris, en 2016. A game at Villa Savoie in Poissy, west of Paris, 2016. © Fred Dumur/Bonzini



Bonzini will soon be celebrating its 100th anniversary. How did it all start?

Ingrid Bergaglia: When it was founded in 1927, the company specialized in industrial joinery and precision mechanics. It made parts for the automotive and aeronautical sectors, as well as games and automatic devices such as the Bussophone, the ancestor of the jukebox. Our first foosball tables appeared in the mid-1930s, when my grandfather Raymond Bergaglia arrived from Nice to help his uncle Joseph Bonzini.

Your most iconic model was launched in the late 1950s, and was later featured in French singer Laurent Voulzy's hit song "Rockollection," with the lyrics "At the café in my suburb, you saw Jimmy's gang/They're showing off, rocking around the foosball table." Can you tell us more?

That's the B60, created by my grandfather. With its natural beech-wood body, four black legs, red handrails, green carpet, and teams in red and blue, it's the foosball table of our collective imagination. Launched in 1959, it was in 95% of the 200,000 or so cafés in France at the time! But then the café market collapsed – there are only around 40,000 today – and the foosball tables were removed to make room for more customers. The game shifted, and my father created the B90 to accompany this trend. This model has no coin-operated mechanism but the same quality and finish as the B60. It's very popular with both individuals and local institutions. As a result, you can find it in middle schools, high schools, youth centers, and even hospitals, which were eager to offer their employees something fun during the pandemic.

What is your connection to foosball? Are you a die-hard player yourself?

Above all, I'm attached to the object, the culture that surrounds it, and its roots in my family. I used to play quite a lot, but I play less

now. However, I do go to the big competitions. It's interesting to see how foosball is becoming an increasingly important sport, even though it's not yet officially recognized in France. The French Table Soccer Federation started in 1991, and the International Table Soccer Federation in 2002. At international tournaments, players choose the table they are going to play on from five official models, including one Bonzini, two Italian tables, a German table, and an American table. It's not unusual for foreign players – whether Danish, German, or American – to choose our brand!

Your former American distributor, Alan Cribbs, was actually a foosball champion.

That's right! My father met him while he was playing with the U.S. team at the Bonzini World Cup in Nantes in May 1998. Alan Cribbs complained about the quality of the foosball tables available in the United States at the time, and negotiated exclusive distribution rights to import our tables. He sold his business in 2019, and William Mitchell Jr. is now at the helm of Bonzini U.S.A.

Who are your customers in the United States?

There's less of a soccer culture than in Europe, but we still sell around a hundred foosball tables a year in the United States, compared with around 130 in the U.K., which is our biggest export market. Our American customers are also big fans of French design. Some are looking for an elegant piece of furniture that will last over time, while others are competitive players who appreciate the quality of our tables and the French style of play. Bonzini also sponsors several local tournaments, such as the North Carolina Open and the Virginia State Foosball Championships. Post-Covid, our development across the Atlantic is going very well! We ship a container of 30 foosball tables every three or four months.



Un modèle B90 habillé de cuir par les selliers Domeau & Pérès. A leather-covered B90 model, upholstered by Domeau & Pérès. © Fred Dumur/Bonzini

You also install many of your tables in offices and public spaces in France and the United States.

Brands often call on us when developing a space in their offices for socializing, which helps to reinforce the ties we lost during the pandemic. We also receive orders for bespoke models. We have worked with Cartier, Dior, Louis Vuitton, Perrier, and Taittinger, the official champagne of the FIFA World Cup. In partnership with Berluti, our workshop in Bagnolet, east of Paris, even developed a leather-covered foosball table! A few years ago, 70 Bonzini tables were made available to travelers in French train stations, and when France hosted the UEFA European Championship in 2016, we worked with the Centre des Monuments Nationaux to promote sport and heritage by installing our tables in the Château de Vincennes, Cluny Abbey, and the medieval city of Carcassonne.

Our tables are also found in the hotels by French brand Mama Shelter, which has been present in Los Angeles since 2015, as well as in Punch Bowl Social arcades in America, Hutttopia campgrounds in California, New York, Maine, and New Hampshire, and numerous bars and cafés across the country.

How has your catalogue developed over time?

For the 1998 World Cup in France, we designed a giant model that could accommodate up to 11 players on each side – just like a real soccer team! That same year, we introduced our first Black and Brown players. And in 2006, the first female players arrived, because table soccer is also played by women! Since then, when you place an order, you can fully customize both teams. We continue to offer 100% French products, but our tables are keeping pace with changes in society. ■