I fratelli Lucchetta di Gruppo Euromobil: in alto, da sinistra, Giancarlo e Fiorenzo; in basso, da sinistra, Antonio e Gaspare

Euromobil, la famiglia al centro

Raffaella Razzano - 7 Giugno 2022

Euromobil festeggia i 50 anni di attività. Un solido gruppo industriale fondato sui valori della coesione e del dialogo, che con i suoi tre marchi arreda tutti gli ambienti della casa

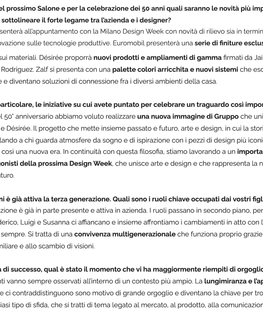
L'anno di fondazione è il 1972 e da allora l'azienda ha percorso molta strada diventando uno dei gruppi industriali di riferimento nel mondo del design. Una storia iniziata in "cucina" con **Euromobil**, che nel tempo ha coinvolto tutti gli ambiti della casa con i brand **Zalf** e **Désirée**, come racconta molto bene l'headline scelto per festeggiare i **50 anni "Live your life with us".** Oggi il Gruppo fattura circa **60 milioni di euro** e opera in molteplici paesi, ma i protagonisti di questa dinamica realtà del trivenete sono sempre i **fratelli Lucchetta**. *Inella foto di apertura, in alto, da sinistra,* **Giancarlo** e **Fiorenzo**; *in basso, da sinistra,* **Antonio** e **Gaspare**; affiancati dalla seconda generazione rappresentata da **Alberto, Alessandra, Federico, Luigi** e **Susanna**. Nell'intervista che segue, **Gaspare Lucchetta**, **amministratore delegato del Gruppo,** ci guida a scoprire meglio cosa è oggi il **Gruppo Euromobil** e quali siano state le tappe più importanti di una realtà che ha saputo unire "il grande savoir-faire industriale con la qualità artigianale del Made in Italy".

A distanza di 50 anni il Gruppo rimane uno dei simboli di quella imprenditoria italiana fondata innanzitutto sui valori forti della famiglia. Quali altri valori vi hanno uniti fin dall'inizio?
Quella del Gruppo Euromobil è la storia di una famiglia numerosa – papà Luigi, mamma Luigia e nove figli – per cui l'azienda rappresenta il filo conduttore dell'esistenza stessa. Oggi possiamo dire che le vicende che segnano il percorso umano e imprenditoriale della famiglia sono un modello positivo di crescita aziendale, *un case study* esemplare. Partendo dalla creazione di una piccola impresa, la storia del Gruppo si sviluppa intorno ai propri punti di forza – **coesione familiare, spirito imprenditoriale, dialogo costante con il territorio, sensibilità verso l'arte e lo sport, attenzione ai cambiamenti sociali ed economici** - fino a diventare un solido gruppo industriale.

La nuova campagna di comunicazione Euromobil parla ad una clientela che ama l'eleganza e ricerca soluzioni di design senza tempo

Qual era l'idea iniziale che vi ha spinto a fondare Euromobil nel 1972 e perché siete partiti proprio dalla cucina?
Siamo partiti dall'ambiente che rappresenta oggettivamente il cuore della casa, il luogo della preparazione del cibo e della sua consumazione, ma anche il luogo della convivialità dove coloro che vivono insieme condividere tempo in compagnia. Uno spazio in continua evoluzione, sia dal punto di vista del progetto sia dal punto di vista sociale e dell'innovazione tecnologica.

Quando avete capito che per crescere era necessario presentarsi sul mercato con un sistema di arredi completo per la casa?
Fin dagli esordi abbiamo intuito che rispondere al mercato con una proposta completa fosse la carta vincente. Infatti, gli anni '70 hanno visto la nascita di Euromobil, fra le prime aziende a produrre cucine componibili, e di Zalf, specializzata in sistemi per la zona giorno e la zona notte, con cui abbiamo iniziato a proporre soluzioni integrate per tutti gli ambienti domestici. Il 1995 è l'anno dell'acquisizione di Désirée, azienda produttrice di imbottiti che va a completare l'ampia gamma di offerta trasformando il Gruppo in uno dei più importanti interlocutori del mercato. Nel frattempo l'evoluzione del concetto di famiglia ha avuto naturalmente una ricaduta sull'organizzazione dell'ambiente domestico. **Flessibilità** è diventata la parola d'ordine e per questa ragione è trainante per il Gruppo **lo sviluppo di sistemi modulabili che possano generare e modificare lo spazio**. In generale, per Euromobil il design è un'attitudine e la forza dell'azienda sta nella capacità di **realizzare sistemi cucina industrializzati, che sono al contempo veri e propri elementi sartoriali.**



La sede centrale di Euromobil a Falzè di Piave, in provincia di Treviso, ospita delle importanti opere d'arte. Nella foto, la scultura "Astati" di Nag Arnoldi

Quali sono oggi le sfide prioritarie per un'azienda come la vostra e in quale ambito state maggiormente investendo?
Oggi il Gruppo fattura circa 60 milioni di euro, lavora con **700 punti vendita** nel mondo, esportando in **oltre 40 paesi** e nei prossimi mesi sono previste nuove aperture. L'attenzione per i nostri clienti ci guida in tutte le scelte strategiche. Per questa ragione nel 2020 abbiamo inaugurato il primo flagship monomarca a Milano. Quest'anno inaugureremo i **tre Company Showroom di Euromobil, Zalf e Désirée** nella sede di Falzè di Piave, che diventeranno un hub strategico internazionale a disposizione del mercato. Gli investimenti in nuovi impianti produttivi sono continui e sempre rivolti ad obiettivi di qualità e sostenibilità. Il 2022 sarà anche l'anno della **transizione digitale**, un cambio di passo che non coinvolge solo la comunicazione ma anche un nuovo approccio culturale e organizzativo al business.

Parlando di prodotto, come è cambiata la cucina rispetto al passato e quali sono le innovazioni più significative su cui state puntando oggi?
Attualmente una grande attenzione è dedicata al **tema del contenimento** attraverso soluzioni esclusive, proposte che consentono di creare *'stanze nelle stanze'* per realizzare volumi contenitivi che assecondano qualsiasi esigenza. Il design, in altre parole, genera lo spazio e la cucina può essere «vestita» in base all'espressività del materiale e delle finiture scelte, senza snaturarne i volumi.

Quanto è stato importante per la crescita dell'azienda e per la definizione della sua identità il dialogo con designer esterni, a partire dalla collaborazione con l'architetto Roberto Gobbo?
In generale, l'incontro con firme internazionali accresce il valore dell'offerta. Alla fine degli anni '80 Roberto Gobbo, architetto e designer trevigiano, ha iniziato a collaborare con Euromobil e Zalf e successivamente con Désirée. La stretta collaborazione con la famiglia, con cui condivide la **stessa visione del mondo del design**, **oltre alla passione per l'arte,** ha portato alla creazione di numerose collezioni timeless, caratterizzate da essenzialità ed eleganza. Successivamente sono state molte le collaborazioni, fra gli altri citiamo **Matteo Thun** e **Antonio Rodriguez, Marc Sadler, Jai Jalan, Setsu & Shinobu Ito.**

In occasione del prossimo Salone e per la celebrazione dei 50 anni quali saranno le novità più importanti che proporrete per sottolineare il forte legame tra l'azienda e i designer?
Il Gruppo si presenterà all'appuntamento con la Milano Design Week con novità di rilievo sia in termini di prodotti che di ricerca e innovazione sulle tecnologie produttive. Euromobil presenterà una **serie di finiture esclusive**, frutto della grande ricerca sui materiali. Désirée proporrà **nuovi prodotti e ampliamenti di gamma** firmati da Jai Jalan, Matteo Thun e Antonio Rodriguez. Zalf si presenta con una **palette colori arricchita e nuovi sistemi** che escono dai confini della zona notte e diventano soluzioni di connessione fra i diversi ambienti della casa.

Quali sono, in particolare, le iniziative su cui avete puntato per celebrare un traguardo così importante?
In occasione del 50° anniversario abbiamo voluto realizzare **una nuova immagine di Gruppo** che unisce i tre brand Euromobil, Zalf e Désirée. Il progetto che mette insieme passato e futuro, arte e design, in cui la storia dialoga con la modernità regalando a chi guarda atmosfere da sogno e di ispirazione con i pezzi di design più iconici delle loro collezioni. Inizia così una nuova era. In continuità con questa filosofia, stiamo lavorando a un **importante evento che ci vedrà protagonisti della prossima Design Week**, che unisce arte e design e che rappresenta la nostra visione positiva per il futuro.

Negli ultimi anni è già attiva la terza generazione. Quali sono i ruoli chiave occupati dai vostri figli?
La terza generazione è già in parte presente e attiva in azienda. I ruoli passano in secondo piano, perché Alberto, Alessandra, Federico, Luigi e Susanna ci affiancano e insieme affrontiamo i cambiamenti in atto con l'intuito e la lungimiranza di sempre. Si tratta di una **convivenza multigenerazionale** che funziona proprio grazie alla coesione e condivisone familiare e allo scambio di visioni.

In questa storia di successo, qual è stato il momento che vi ha maggiormente riempiti di orgoglio?
I singoli momenti vanno sempre osservati all'interno di un contesto più ampio. La **lungimiranza e l'approccio propettuale** che ci contraddistinguono sono motivo di grande orgoglio e diventano la chiave per trovare la soluzione corretta a qualsiasi tipo di sfida, che si tratti di tema legato al mercato, al prodotto, alla comunicazione.

ARTE E SPORT
La bellezza della sfida

La storia del Gruppo Euromobil è stata segnata da **importanti attività nel mondo dell'arte**, sia come **sponsor di mostre** sia come scopritori di talenti. Grazie alla contaminazione con il mondo della creatività libera la cultura aziendale si è ulteriormente arricchita, come spiega sempre Gaspare Lucchetta. *"Frequentare il mondo dell'arte e gli artisti, stare insieme a loro, ci insegna a guardare avanti verso nuovi orizzonti sconosciuti al mondo dell'industria. Integrare l'arte con l'industria rende diversa il nostro modo di essere azienda e fa crescere culturalmente tutte le persone che vi sono collegate. L'arte aliena l'occhio al bello e ci rende sereni, ci fa vivere il nostro tempo in modo diverso".*

"Intimità" è l'opera di Natalino Andolfatto scelta per l'headquarter Zalf

L'altra grande passione che contraddistingue il Gruppo è quella per **lo sport, un mondo fatto di sfide continue con cui Euromobil ha molti valori condivisi**. *"Lo sport è l'altro amore del Gruppo che si riconosce pienamente nei valori dell'affiatamento e della collaborazione, necessari anche al successo imprenditoriale".* **Il Gruppo entra nel ciclismo nel 1982** e da allora non ha mai smesso di raccogliere successi. *"Parlare della Zalf Euromobil Désirée Fior significa parlare di 40 anni di attività sportiva nel mondo del ciclismo prima dilettantistico, poi a livello nazionale e internazionale: 8 titoli mondiali, 2 titoli europei, 30 titoli nazionali, oltre 1.500 corse vinte, più di 100 atleti passati al professionismo come Ivan Basso, Alessandro Bertolini, Sonny Colbrelli, Maurizio Fondriest, Mirco Guidal, Daniele Pontoni, Paolo Savoldelli".*

Nella storia sportiva dell'azienda non c'è solo il ciclismo, ma tante altre gloriose avventure **nel basket, nella pallavolo e nel calcio** con la sponsorizzazione del Perugia di Aldo Agroppi, la squadra di calcio femminile del Modena, l'ideazione del premio Bomber Goal Europa per il primo cannoniere della serie A e il nome Euromobil che campeggia anche sulle maglie della Nazionale Mondiale del 1982, rimessa insieme per una partita allo stadio San Siro di Milano. **Onori sportivi che hanno accompagnato quelli conquistati "sul campo" del design**, una partita che il Gruppo Euromobil sta vincendo da 50 anni.