

**BATTERIE
A PESO D'ORO**

Bruxelles spinge sul riciclo delle materie prime dell'auto elettrica, per ridurre la dipendenza da Cina e Usa D. Longhin e L. Pagni ● pag. 10

**LA FESTA
DELLE CEDOLE**

Piazza Affari offre titoli con dividendi attraenti, se sostenibili nel tempo L. dell'Olio ● pag. 22

A&F

Affari&Finanza

Il personaggio

Ajay Banga

Il manager globale di Biden
Mario Platero ● pag. 13



I rischi della bolla immobiliare

In Europa i prezzi delle case sono del 50% più alti rispetto al 2015. Ma a preoccupare è il settore commerciale dominato dai fondi
Filippo Santelli con un'analisi di Andrea Resti ● pag. 2-4

L'inchiesta

C'era una volta l'industria di famiglia

GLI INCASSI PER LA CESSIONE DELLE AZIENDE ITALIANE

FLUSSO DI CASSA DEI LOSS "LIQUIDITY EVENTS" DAL VALORE NOTO, IN MILIONI DI EURO



Luca Piana e Sara Bennewitz ● pag. 8-9

L'OCCASIONE DEI MATUSEALEM

È l'ora di comprare i bond a lunga scadenza? Basse quotazioni e rendimenti anche sopra il 4% possono valere il rischio di scommettere sulla discesa dei tassi
Vittoria Puledda ● pag. 7

IL DRAGO VOLA IN ROSSO

Il 2022 è stato un incubo per le compagnie cinesi. La fine delle restrizioni per il Covid trova un settore in forte crisi, con le tre big che hanno perso 15,5 miliardi di dollari
Gianluca Modolo ● pag. 18

ILLUSTRAZIONE DI JACOPO ROSATI

Per industrie più efficienti e sostenibili

Schneider Electric offre un'automazione aperta e incentrata sul software per creare l'industria del futuro.

Life Is On Schneider Electric



STILE E DESIGN

IMPRESE & PRODOTTI

LA STRATEGIA

Euromobil, sempre più estero “Prossima apertura in Arabia”

A Riad il nuovo flagship store del gruppo veneto
“Nell'ultimo biennio siamo cresciuti del 35%
tra le nostre sfide anche quella della sostenibilità”

Bettina Bush

Una storia di famiglia che è cominciata a Piave di Soligo, nel cuore della Marca Trevigiana, con Luigi Lucchetta, un esperto falegname, e che oggi continua a Falzé di Piave, sempre in provincia di Treviso, con il Gruppo Euromobil, e con i fratelli Lucchetta, i figli di Luigi, diventando una case history, forte di mezzo secolo di attività: «L'azienda è stata analizzata da studiosi, è stata oggetto di numerose tesi di laurea per il legame che da tempo esiste tra la mia famiglia e l'arte - spiega l'Ad Gaspare Lucchetta - Per mio padre la capacità di utilizzare le mani esprimeva già una forma d'arte, per questo ha trasmesso in tutti noi un particolare interesse per questa disciplina declinata nelle sue forme più variegata. Da qui è nato il nostro desiderio di incontrare gli artisti, i pittori, gli scultori, ma anche i campioni dello sport, un'altra nostra passione».

Quel fare bene che ha posto le prime basi di un'azienda che ha capito l'importanza del conservare il sapere artigianale anche nelle dimensioni industriali, oggi il Gruppo Euromobil ha un'area complessiva di 180 mila metri quadrati, dove lavorano 250 persone, e nel 2022 ha fatturato 70 milioni di euro, con una serie di segnali positivi: nel 2021 siamo cresciuti del 15%, nel 2022 del 20% con un aumento che nell'ultimo biennio è stato del 35%. Un traguardo raggiunto grazie a diversi fattori, tra questi il potenziamento del mercato estero, che ha permesso di internazionalizzarci e di fare nuovi investimenti».

Tra gli obiettivi principali c'è la sostenibilità applicata in più ambiti: «Tanto per cominciare, per noi è importante avere un design sostenibile, poi c'è l'adempimento alle normative europee, il rispetto nei confronti del consumatore finale, e la preservazione dell'ambiente. In febbraio abbiamo avviato un progetto di riqualificazione energetica, per la realizzazione di un nuovo impianto fotovoltaico, che dovrà essere ultimato in primavera, e coprirà l'intera superficie dell'area produttiva, permettendo un'autonomia del 50% del fabbisogno energetico». Al timone ci sono sempre i Lucchetta, ovvero i quattro fratelli, ognuno con il suo ruolo. Gaspare, amministratore delegato, Antonio il presidente, Fiorenzo, il responsabile della produzione e Giancarlo, il responsabile am-



ministrativo: «Mio padre ci ha trasmesso l'amore per la famiglia e il legame con il nostro territorio - sottolinea Gaspare - Per noi il Gruppo Euromobil non è una semplice azienda, ma una grande famiglia in cui non viene enfatizzato il ruolo del singolo, ma di un gruppo

che lavora all'unisono».

Oggi ci sono tre brand, Euromobil che esporta il 40%, Zalf il 15%, e Desiré, il più internazionale con il 60%. «Con Euromobil siamo stati tra le prime aziende a produrre cucine componibili, chiamate all'epoca "cucine all'americana", con tec-

nologie e sistemi innovativi. Il brand Zalf, nato nel '74, si è specializzato nella produzione di mobili componibili e di sistemi per la zona giorno e la zona notte; ha un design contemporaneo e rigoroso, e si rivolge a un ampio pubblico con anche bambini, ragazzi, single, giovani coppie che cercano elementi lineari e ben strutturati. Desiré è il più giovane, creato nel '95, per realizzare imbottiti, divani, poltrone, letti, con designer come Roberto Gobbo, Setzu & Shinobu Ito, Jai Jalan, Marc Sadler, Matteo Thun & Antonio Rodriguez. Ogni prodotto dei tre marchi è 100% Made in Italy, abbinato al concetto di artigianalità con la tecnologia. Per noi il "su misura" è importante, perché ogni progetto può essere personalizzato, rispondere ai propri gusti e necessità, a partire dai materiali, dai colori e dalle finiture».

Il Gruppo esporta in Francia, Germania, Spagna, Stati Uniti, in Medio Oriente, in Cina e Giappone, ha 40 monobrand e 760 multi-marca: «Stiamo affrontando tante sfide che ci hanno portato a evolverci non solo dal punto di vista della produzione, ma anche del welfare aziendale, con il desiderio di dedicarci ai temi legati alla sostenibilità e all'ambiente. Puntiamo alla qualità della produzione interamente Made in Italy - conclude Gaspare Lucchetta - e ci stiamo focalizzando sempre di più sui mercati esteri, entro maggio prevediamo di inaugurare il nostro prossimo flagship store a Riad, in Arabia Saudita».

① Euromobil ha un'area complessiva di 180 mila metri quadrati, dove lavorano in 250

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROGRAMMA

Milano Unica Community guarda all'ambiente

È la sostenibilità il tema scelto da Milano Unica Community in vista del suo prossimo appuntamento per l'autunno inverno. Un valore in cui gli organizzatori di questa manifestazione dedicata ai tessuti e agli accessori si riconoscono e che è stato di recente affrontato in una tavola rotonda nella quale sono intervenuti Marco Ricchetti, economista e co-fondatore di Sustainability-lab.net, ed Elisa Pervinca Bellini, talent & sustainability editor di Vogue.it. «Siamo nel pieno di un cambiamento che ha preso una direzione irreversibile, che genera nuove opportunità di business - spiega Ricchetti - e che connette il benessere dell'individuo a quello collettivo. A cui anche la moda deve guardare sotto nuova forma coinvolgendo l'industria tessile». Nell'evento di quest'autunno



① Le proposte del tessile in chiave sostenibile al centro di Milano Unica

inverno, il tema della sostenibilità si intreccia con quello di comunità declinata in diverse varianti: si va dalla comunità famigliare a cui proporre tessuti soffici e avvolgenti, dai colori caldi e rassicuranti, fino alla comunità culturale che si riconosce nella storia e nella tradizione, a cui proporre tessuti esclusivi, talvolta eccentrici e dove gli accessori sono preziosi e scintillanti dai colori nei toni dei bianchi e dell'avorio, a tratti laccati. Infine, ecco la comunità della notte, alla quale sono proposti tessuti come il cashmere double e i pellami lavorati, oltre a quelli tecnici super-performanti e confortevoli. La palette cromatica va dalle ombreggiature ai chiaroscuri, dai toni scuri alle sfumature dei grigi. - Stefania Aoi

© RIPRODUZIONE RISERVATA