

Design



Milano in mostra

Il Supersalone è l'evento speciale in fiera. Ma il cuore della settimana del design batte in città con esposizioni, personaggi e tantissimi appuntamenti



Protagonisti

Dolce&Gabbana
"Ecco la nostra
casa per voi"

Arredamento

I mobili novità
e gli showroom
Dove scoprirli

Dossier

Viaggio a Nord-Est
Marchi e designer
da conoscere meglio

Viaggio a Nord-Est

Euromobil prepara l'anniversario

Il marchio del trevigiano nato nel 1972 è diventato un gruppo che si muove sinergicamente per un'offerta abitativa completa. Il modo più concreto per preparare il compleanno del 2022

di Valentina Ferlazzo



▲ **Separa ma non divide**
Totem di Euromobil è il sistema-libreria a soffitto personalizzabile con mensole, vani e scrittoi. Realizzato nella finitura Wood canetè, ha una texture a effetto tridimensionale

▼ **Gioco di linee**
Il tavolo Intreccio di Potocco gioca sulla trama prospettica che lo studio Nava + Arosio ha disegnato per realizzare il basamento



Dotina Cucina
Personalizzazione al top con un sistema unico

Non semplicemente fare, ma fare bene. "No Surrender" (No Sottomissione) è la filosofia di Euromobil, un marchio nato nel 1972 a Treviso, in provincia della Bergamasca, che ha costruito un'identità di gruppo, un'offerta completa di prodotti, con una strategia di marketing che punta sulla sostenibilità e sull'innovazione. Il gruppo, come unico proprietario, ha una struttura a tutto tondo, con un unico marchio, general manager e direttore generale. Il gruppo di lavoro è composto da oltre 1000 persone, con un'organizzazione che punta sulla sostenibilità e sull'innovazione. Il gruppo di lavoro è composto da oltre 1000 persone, con un'organizzazione che punta sulla sostenibilità e sull'innovazione. Il gruppo di lavoro è composto da oltre 1000 persone, con un'organizzazione che punta sulla sostenibilità e sull'innovazione.

L'avventura imprenditoriale del Gruppo Euromobil è la storia di una famiglia italiana in cui le forti radici del territorio, quello del Veneto, il trevigiano in particolare, hanno dato vita a un vincente equilibrio tra qualità artigianale e tecnologia produttiva fino a diventare una realtà a livello internazionale nel mercato dell'arredamento con 800 punti vendita presenti in più di 40 Paesi nel mondo.

Una crescita evidenziata negli ultimi anni soprattutto in Europa, Giappone e Stati Uniti anche grazie alla collaborazione con importanti designer come Jai Jan, Simone Micheli, Roberto Gobbo, Marc Sadler, Setsu&Shinobu Ito, lo Studio Matteo Thun e Antonio Rodriguez. Tutto ha inizio nel 1972 quando i fratelli Antonio, Fiorenzo, Gaspare e Giancarlo Lucchetta lanciano Euromobil cucine; appena due anni dopo c'è l'acquisizione di Zalf mobili e nel 1995 è la volta di Désirée, marchio specializzato in imbottiti. Nasce così un progetto casa a 360 gradi con la finalità di offrire sistemi e complementi d'arredo eccellenti, funzionali, accessibili, sostenibili e 100 per cento made in Italy. Ora si apre una nuova era. «Il Gruppo Euromobil alla soglia dei 50 anni di attività dalla fondazione, continua a delineare il proprio futuro guardando con attenzione ai cambiamenti nella società per rispondere alle esigenze dell'abitare contemporaneo in continua evoluzione», dichiarano i fratelli Lucchetta. «La vocazione rimane quella di sempre, nella scelta delle soluzioni, nella cultura del progetto e nell'orgoglio di appartenere a quel made in Italy fatto di ricerca, tecnologia e cura del dettaglio, che da sempre coinvolgono tutti e tre i brand del gruppo e si concretizza in una ristrutturazione funzionale dell'offerta, anche alla luce dei nuovi modelli abitativi sempre più svincolati da rigidi schemi distributivi», continuano a spiegare. Con un obiettivo: «Per il gruppo la parola chiave di questa nuova fase di sviluppo è: "il design che genera lo spazio", declinato nelle nuove collezioni di mobili e cucine timeless che diventano protagonisti nell'organizzazione spaziale degli ambienti. Il design del futuro sarà fondamentale per integrare sempre più i sistemi di arredo e l'architettura degli spazi, dove i singoli ambienti si uniscono idealmente e generano un'atmosfera unica in cui vivere bene», ci anticipano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Associazioni Forti dirette da Chiara Andreatti

Potocco, una storia artigiana dal primo Novecento

Potocco è un marchio che ha una storia artigianale che si è sviluppata nel tempo. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione.

La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione.



La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione. La storia di Potocco è una storia di tradizione e di innovazione.