GRUPPO EUROMOBIL, UN'IMPRESA DI DESIGN TRA ARTE E SPORT

GRUPPO EUROMOBIL UN'IMPRESA DI DESIGN TRA ARTE E SPORT

SKIRA

Gruppo Euromobil.
Un’impresa di Design
tra Arte e Sport

Gruppo Euromobil.
Un’impresa di Design
tra Arte e Sport

Presentazione
Andrea Zanzotto

Prefazione
Philippe Daverio

Testi di
Aldo Colonetti
Valentina Croci
Marco Goldin
Gian Paolo Ormezzano
Mauro Pecchenino
Ignazio Roiter

Foto del territorio
Fulvio Roiter

SKIRA



A papà Luigi e mamma Luigia

Art director
Gianfranco Marabelli

Coordinamento redazionale
Eva Vanzella

Redazione
Emanuela Di Lallo

Impaginazione
Alessandro Avi

Contributi di
Aldo Colonetti
Valentina Croci
Philippe Daverio
Marco Goldin
Giovanni Granzotto
Dino Marangon
Gian Paolo Ormezzano
Mauro Pecchenino
Ignazio Roiter
Toni Toniato
Andrea e Marisa Zanzotto
Giuseppe Zigaina

Nessuna parte di questo libro può essere
riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma
o con qualsiasi mezzo elettronico,
meccanico o altro senza l'autorizzazione
scritta dei proprietari dei diritti e dell'editore

© 2009 Gruppo Euromobil
© 2009 Skira editore, Milano
© Pierre Bonnard, Julio Le Parc,
Riccardo Licata e Mario Schifano
by SIAE 2009
Tutti i diritti riservati

Finito di stampare nel mese di aprile 2009
a cura di Skira, Ginevra-Milano
Printed in Italy

www.skira.net

Gruppo Euromobil
www.gruppoeuromobil.com

Sommario

9 **Presentazione**
11 **Principi fondamentali**

13 **Nel Veneto produttivo**
14 **Territorio e tradizione**
15 **Impresa e comunicazione**
18 **Venetalità**

45 **La famiglia Lucchetta**
46 **Una singolare storia imprenditoriale**
52 **La famiglia come azienda ante litteram**

57 **Il design come impresa**
58 **Dal prodotto al sistema: il ruolo del design**
61 **Anni settanta: la nascita del Gruppo Euromobil**
71 **Anni ottanta: consolidamento e nuove strategie aziendali**
81 **Anni novanta: il decennio della svolta**
108 **Il contemporaneo: l'apertura al mercato globale**
124 **Euromobil cucine**
134 **Zalf mobili**
142 **Désirée divani e l'imbottito di design**
150 **Contract e professional**

155 **Un'impresa con l'arte nel cuore**
156 **Euromobil, la cultura e l'arte**
158 **Gli artisti**
159 **Gli artisti del territorio**
161 **Natalino Andolfatto**
164 **Pablo Atchugarry**
167 **Saverio Barbaro**
170 **Alberto Biasi**
173 **Giorgio Celiberti**
176 **Carlo Ciussi**
178 **Ennio Finzi**
181 **Attilio Forgioli**
184 **Piero Guccione**
187 **Julio Le Parc**
190 **Riccardo Licata**
193 **Claudio Olivieri**
196 **Paolo Patelli**
199 **Fabrizio Plessi**
202 **Vicente Pimentel**
205 **Mario Raciti**
208 **Horacio Garcia Rossi**
211 **Piero Ruggeri**
214 **Gino Silvestri**
217 **Guido Strazza**
220 **Alessandro Verdi**
223 **Claudio Verna**
226 **Giuseppe Zigaina**
230 **Carmelo Zotti**
235 **Spazialismo e cinetismo**
242 **La memoria di autori del passato: Virgilio Guidi e Arturo Martini**
249 **Il Gruppo Euromobil e le grandi mostre**
268 **Trent'anni di editoria d'arte**
270 **Giuseppe Zigaina su Pier Paolo Pasolini**
272 **Andrea Zanzotto**
274 **Arte Fiera Bologna 2007, 2008 e 2009**
278 **Trent'anni di mostre d'arte in tutto il mondo**

285 **Lo sport grande amore**
286 **Tante storielle insieme fanno un romanzo d'amore**
288 **Arte-sport-sponsor nel giardino dei sentieri incrociati**
296 **Otto campioni del mondo, e non solo…**
302 **Lo sponsor, l'essere e soprattutto il non essere**
307 **Il Veneto e i veneti ciclistici, ciclofili e ciclosi**
328 **Mimetizzare i sentimenti specie quando sono forti**
331 **Ciclismo, grande amore e cara piovra anche per il giovane giornalista**
346 **Tanti professionisti per il mondo del buon lavoro**

366 **Il futuro del Gruppo Euromobil: abitare il mondo**

370 **Biografie degli autori**

A questo bel volume auguriamo
lunga vita e larga diffusione.

Non è solo il giusto riconoscimento
pubblico di un grande gruppo industriale
che, restando compagine familiare, ha
conquistato i mercati mondiali, ma
racconta e documenta molto bene un
esempio significativo della vicenda del
nord-est, indicando come base del successo
di un'industria tecnicamente avanzata, che
ha conquistato presenza non solo europea,
una linea morale di comportamento
che serve a monito e precetto per le
future maestranze e dirigenze del gruppo.

Altri hanno ben evidenziato
le tappe del lavoro e i meriti
di una proprietà assennata e aperta
alle prospettive "globali"; noi vogliamo,
assieme ad altri "beneficiati" privati
e pubblici, dare una testimonianza della
sensibilità e dell'avvedutezza, anche
in campo culturale e artistico,
delle famiglie Lucchetta.

Hanno saputo Antonio, Fiorenzo,
Gaspare e Giancarlo, assieme alle
rispettive mogli, educar figli e nipoti alle
prospettive etiche della vita, ad andare
contro corrente, se occorre, privilegiando
l'essere all'apparire, a costruirsi un ruolo
dirigenziale secondo l'esempio dei migliori
gruppi industriali ancora in mano
"familiare", partendo dal basso della
carriera e studiando non solo tecnica e
business ma cogliendo i valori e l'evolversi
della cultura, specialmente quella legata
all'espressione artistica (pittura in
particolare), e dello sport, sanamente
competitivo.

Andrea Zanzotto

Principi fondamentali

1. L'Italia è una Repubblica democratica, fondata sul lavoro.

4. …ogni cittadino ha il dovere di svolgere, secondo le proprie possibilità e la propria scelta, un'attività o una funzione che concorra al progresso materiale o spirituale della società.

6. La Repubblica tutela con apposite norme le minoranze linguistiche.

9. La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica.

È utile talvolta rileggere il testo fondativo della Costituzione che ha generato l'Italia moderna e l'attuale situazione di agio che permetterà quasi con certezza agli abitanti della penisola di superare la tormenta che il mondo finanziario ha scatenato fra gli uomini. Perché la Repubblica non è fondata, come potrebbe sembrare, sulla furbizia, il sotterfugio o meglio ancora l'ipocrisia; è realmente basata sulla capacità di lavoro dei suoi cittadini. I fratelli Lucchetta hanno passato la vita a dimostrarlo. Ed è altrettanto vero che esiste un "dovere" di partecipazione alla vita della società attraverso lo svolgimento d'una attività. In ciò consiste uno dei tratti storici più importanti dell'essere italiani, da quando fu scoperta otto secoli fa in questa terra la virtù del lavoro, del suo concentrato in risorse economiche e quindi del capitalismo, nell'ambito operoso dei primi comuni, da Padova a Perugia, da Venezia a Siena e Firenze o Milano. Nel Dugento, come lo si chiama per colpa dei toscani, furono inventati i vizi e le virtù capitali. Fra i vizi ve n'era uno in modo particolare che poteva spaventare solo chi lavorava e non chi si dava al mestiere delle armi e della guerra, ed era così specifico questo vizio da portare un nome unico in Europa: ciò che gli altri chiamano pigrizia fu da noi chiamato accidia perché corrispondeva non tanto alla voglia d'essere fannullone ma al crimine di non partecipare con entusiasmo al lavoro degli altri, dell'essere distratto, demotivato.

I soldati dell'Imperatore potevano essere superbi e temevano solo la codardia, loro vizio capitale. Nelle botteghe dell'Italia nascente era vietato ciò che si opponeva alla passione per il produrre. Lo hanno capito bene i padri fondatori che scrissero la Costituzione, lo hanno naturalmente intuito i fratelli Lucchetta, e lo hanno inteso continuando fra di loro a parlare il più colorato dei dialetti veneti. E poiché si sono trovati, i fratelli Lucchetta, a dovere costantemente innovare, per via del settore dove il destino e la scelta li avevano portati, quello del mobile progettato, non quello imitato dalle tradizioni o dal mercato, in parole più tecniche quello del design, la ricerca per la scienza dei materiali e della forma è diventata per loro pratica quotidiana. In parallelo, un po' per conseguenza un po' per inclinazione d'un carattere già esistente, si sono messi a sostenere la cultura visiva del loro tempo, acquistando opere d'arte, contribuendo al finanziamento di mostre e musei. La frequentazione degli artisti è stata assieme fortuna e stimolo, confronto foriero d'idee e gioco della simpatia umana. Così è nato e si è sviluppato il Gruppo Euromobil. È cresciuto ed è migliorato.

Antonio, Fiorenzo, Gaspare, Giancarlo… i fratelli Lucchetta del Gruppo Euromobil.

29. La Repubblica riconosce i diritti della famiglia come società naturale…

Philippe Daverio, autunno 2008

Nel Veneto produttivo

Territorio e tradizione

Il paesaggio è ampio con strade strette, campagne che si perdono tra distese di verde e improvvise scritte che richiamano alle aziende, numerose, che nel corso degli anni sono nate con un ritmo sempre più veloce. Siamo nel Veneto più industrializzato, dove le generazioni hanno vissuto in maniera adulta i cambiamenti e si sono passate il testimone, trasformando la capacità manuale e la forza artigiana in una forma di gestione che cerca di essere sempre più manageriale.

Siamo nella provincia di Treviso, dove accanto a una miriade di aziende di piccole dimensioni si sono aggiunte imprese medio-grandi creando un distretto variegato e multiforme. Qui uno dei protagonisti è il mobile, in tutte le sue sfaccettature. Nei nostri tempi, quando si parla di "mobile veneto", ci si riferisce ormai a una griffe consolidata a livello nazionale e internazionale.

Da queste parti si lavora molto e l'azienda è come una grande casa capace di accogliere operosità, idee e innovazioni. Gli imprenditori di queste zone non fanno una piega a trascorrere ore e ore chini sui propri prodotti per cercare sempre il miglioramento di un risultato finale che è per loro orgoglio e tradizione, tempo impiegato intelligentemente ed esperienza da condividere in famiglia.

Alcuni studiosi del costume italiano sostengono che il Veneto, e il trevigiano in particolare, rappresenti anche in questo secolo il cuore della piccola e media impresa italiana, l'ossatura reale e duratura di una realtà imprenditoriale che sembra ancora non avere uguali in altre parti d'Italia. In questa zona la storia delle imprese si interseca con quella di numerose famiglie, fondatrici e ispiratrici di tanti "percorsi imprenditoriali" che costituiscono un esempio per tutto il resto d'Italia.

Negli anni quaranta e cinquanta tutta l'area che oggi alcuni giornali ancora definiscono "il fenomeno nord-est" si trovava in una posizione di arretratezza rispetto ad altre zone del Paese.

Da questo substrato culturale e dalla necessità, tipica delle campagne, di unire le forze attorno a un unico obiettivo, nasce infatti la concezione del valore morale dell'atto lavorativo. Secondo questo concetto, ogni familiare è chiamato a contribuire, quasi prima ancora che al proprio benessere personale, allo sviluppo dell'attività produttiva di famiglia; nel corso degli anni, questa modalità ha permesso a un gran numero di piccole e micro-imprese di accumulare risorse e capitali.

Tra le numerose storie che caratterizzano il mondo imprenditoriale di questa zona, le vicende che segnano il percorso umano e imprenditoriale che ha portato il Gruppo Euromobil ad essere uno dei leader europei nel settore del mobile è molto affascinante. L'azienda infatti rappresenta un importante *case study* e costituisce un modello positivo di crescita aziendale che, partendo dalla creazione di una piccola impresa familiare, si sviluppa intorno ai propri punti di forza, artigianali, tecnici e morali, fino a diventare un grande e prospero gruppo industriale.

La famiglia, per l'impresa italiana, rappresenta un punto di riferimento che riesce a significare la sicurezza di una continuità che, generazione dopo generazione, prosegue un percorso iniziato quasi sempre da una sola persona – il più delle volte, il fondatore. Oltre a garantire un ben determinato cammino sul mercato, questa continuità assicura il proseguire di un certo tipo di passione che, dal punto di vista della comunicazione, costituisce la naturale maniera per far sì che l'azienda si distingua sul mercato.

Nel corso degli ultimi quarant'anni il Gruppo Euromobil non ha infatti mai smesso di crescere e confermare la sua natura di azienda dinamica, innovativa e innovatrice, senza perdere lo spirito originario che anima i fratelli Lucchetta.

Impresa e comunicazione

Il Veneto costituisce una valida *case history* per tutti gli studiosi di comunicazione d'impresa.

Dagli anni sessanta-settanta in avanti, in questa zona d'Italia sono nate tantissime piccole aziende che, nel corso del tempo, sono diventate anche di medie e grandi dimensioni.

In realtà questa crescita in molti casi è maturata grazie a ottimi prodotti e a una grande capacità di lavorare con forza e senza sosta, ma tralasciando quasi sempre la componente comunicazione.

Non bisogna dimenticare che in un mercato con competitività senza confini e barriere, come è quello attuale, è impossibile trascurare gli investimenti in comunicazione, in particolar modo nella pubblicità e nelle relazioni pubbliche, con un occhio di riguardo al settore degli eventi.

Le aziende che non comunicano, che non vogliono utilizzare la variabile comunicazione, sono destinate nel breve volgere di qualche anno a perdere la propria sfida con la competitività.

L'azienda che crede di poter fare a meno della comunicazione tenta una sfida solitaria, perché non ha la possibilità di confrontarsi con i propri concorrenti, non ha la capacità di mettersi in sintonia con i mercati che nel terzo millennio sono sempre più vari, mutevoli e pieni di sorprese.

Pensare di condurre un percorso da soli, in solitudine nel mercato, elimina lo spirito competitivo e lascia l'azienda in una dimensione obsoleta, spesso troppo isolata, rispetto alla concorrenza.

Senza il "sistema" della comunicazione d'impresa, composto da relazioni pubbliche, sponsorizzazioni, pubblicità, promozioni e marketing diretto, l'impresa si colloca in una zona d'ombra dalla quale è difficile uscire.

La comunicazione, in tutte le sue componenti, pone l'azienda al centro di un sistema che l'avvicina ai propri pubblici di riferimento come i clienti, i fornitori, la rete vendita, i rappresentanti della pubblica amministrazione, la popolazione del territorio dove l'azienda ha sede e, ovviamente, i concorrenti.

La comunicazione d'impresa è la variabile di sicura affermazione per un'impresa moderna, la variabile che fa la differenza, che dà una marcia in più, a prescindere dalla tipologia dei prodotti e dalla loro collocazione sul mercato.

Il Gruppo Euromobil, con il trascorrere degli anni e con l'evolversi della propria esperienza sui mercati, ha compreso che la comunicazione può costituire una variabile di successo.

L'approccio alla comunicazione ha privilegiato la pubblicità, le relazioni pubbliche e le sponsorizzazioni, gestite come una miscela che, a seconda dei periodi della sua storia e della storia dell'industria italiana, ha portato Euromobil ad avvicinarsi allo sport e alla cultura, con l'arte come protagonista.

Le iniziative volute dal Gruppo Euromobil sono sempre di grande interesse e il Gruppo ha ormai tracciato una propria strada ben definita nel mondo della comunicazione: ha imposto un proprio stile che alterna grandi eventi a eventi più circoscritti, ma sempre sostenuti dalla stessa voglia di fare, coniugando tradizione e modernità, spirito imprenditoriale italiano e una buona dose di lungimiranza internazionale.

Mauro Pecchenino



Venetalità

Sorta dal fango di una laguna ampia, irrequieta, infida e mirabile, trascinata al parto in ripetute gestazioni ora lente, ora disperate, ora avvedute ed accorte da ortolani, pescatori, fuggiaschi e mercanti astuti, Venezia ha consegnato alla terra da cui è separata la propria genitura. La versatilità delle genti chiamate "Veneti" è stata il vero seme della nascita di una città che per miracolo d'invenzione non soggiace alla legge corrosiva del tempo, delle mode, dei gusti e dei giudizi.

È un mondo a sé e contiene molteplici audacie: civiltà del vivere, dimora degli uomini per eccellenza, orgoglio creativo, trina celestiale sospesa tra acqua e cielo, inquilina irraggiungibile, insuperabile creatrice di mercati, favola dell'oriente e sapienza dell'occidente compostamente mescolate sul saliscendi delle maree.

L'entroterra, proteso a guardare la maestà solitaria ed esterrefatta di un luogo architettonico generato dal poetare con le pietre e i marmi, rimase contadino per molti secoli. Il bifolco che scrutava i campanili e i solidi profili dalla soglia della propria veduta fu lo stesso artefice che contribuì a idearli, volerli e portarli ai natali. Rimase al di qua delle onde, sul limitare di quest'unico e tremendo elemento che riuscì a differenziare ciò che vide crescere e sovrabbondare dal proprio suolo asciutto e bevuto dalle streghe tanto era magro e avaro. Insediatasi nel ventre della laguna, Venezia innalzò la propria forza e invase la creatività dei suoi artefici.

Il contadino restò, invece, con la zappa e il badile, con le masserizie povere, i legni e le case malandate, malsane e malate, tra fatiche e salsedine, tra desideri e fame, tra attese interminabili e volontà di riscatto, sempre nella sofferenza e nell'incertezza con la propria madre. La ruralità capitolò di fronte alla magia e non costituì se stessa se non come spalla al proprio prodigio. Fu uno sbarramento culturale invalicabile fra la madre terra e la figlia del mare.

Lucidando le scarpe logore e rotte di una campagna molestata da carestie, miseria e pane nero, Venezia diede compimento a un'urbanistica di ville, di giardini, di parchi e di paesaggi che ancora oggi sfidano la sacralità di tanto talento. Rivestì d'oro gli spazi ideati per se stessa con tele, affreschi e sculture di eterna chiarità. Fece fiorire

le stagioni della bellezza oltre la laguna, ma non seppe o non volle offrire alla campagna un'identità altrettanto possente. Non fu un tradimento, quanto l'impossibilità per essa di capire fino in fondo cosa fosse il suolo fermo, il suo fermento, la sua gente, la stessa che al di là divenne Venezia. Fu una lontananza mentale. La maternità cadde inoperosa per altri, ambiti destini. Non sprecò risorse, uomini, fiato e leggi per governare la terraferma quanti ne spese per controllare il mare e i fiumi e ammansire la laguna dalla quale dipesero l'incolumità e la potenza di crescita. Trasformata, martoriata, accarezzata, tratta fuori da pericoli e congiure naturali sempre imminenti, rimase il portento che su di sé percepisce l'alitare sostenuto del destino. Venezia non è dunque la maternità fisica del Veneto – semmai il contrario – e costituisce, invece, l'emblema, l'opera testimone della "Venetalità". Essa, infatti, riassume le qualità di un popolo nei valori e nei difetti; manifesta una gens capace di vivere e diversificare le esperienze creative, di correre attraverso la simultaneità e la novità, di mescolare molteplici vocazioni, di giocare d'anticipo sull'incertezza, di bilanciarsi sui precipizi della storia, di prevedere per non essere punita dalla sorpresa. Il nerbo mentale separò i nostri progenitori dalle alte dissipazioni, dai conflitti non necessari, dagli scontri non utili, dalle imprese sciocche e istituì la tolleranza quale modo di vivere e di agire e dentro la quale poter fare, alla fine, ciò che si vuole.

I Veneti si aggregano in isole sparse senza essere dispersi, si separano senza essere divisi, si tengono vicini ma a debita distanza. L'indole comune si frange e s'interseca come la luce attraverso il prisma. Rifiutano la grandeur. La sentono vana, pericolosa, ne temono i piedi d'argilla, la debolezza intrinseca e i pericoli nascosti. Sentono la pesantezza e l'alienazione delle grandi città. L'area metropolitana è una definizione strategica e operativa, non uno spazio urbano collassato di edifici. Non fanno clamore davanti alla potenza del marmo e del bronzo. Impertinenti affabulatori, sono bugiardi solo nell'iperbole. Ingrandiscono e distorcono, ma quasi mai lasciano marcire volutamente la sostanza. L'idioma, unificato nella cadenza, è riverberato in carature diversificate da paese a paese, se non da borghi lontani appena qualche chilometro. Odiano la retorica. Sanno

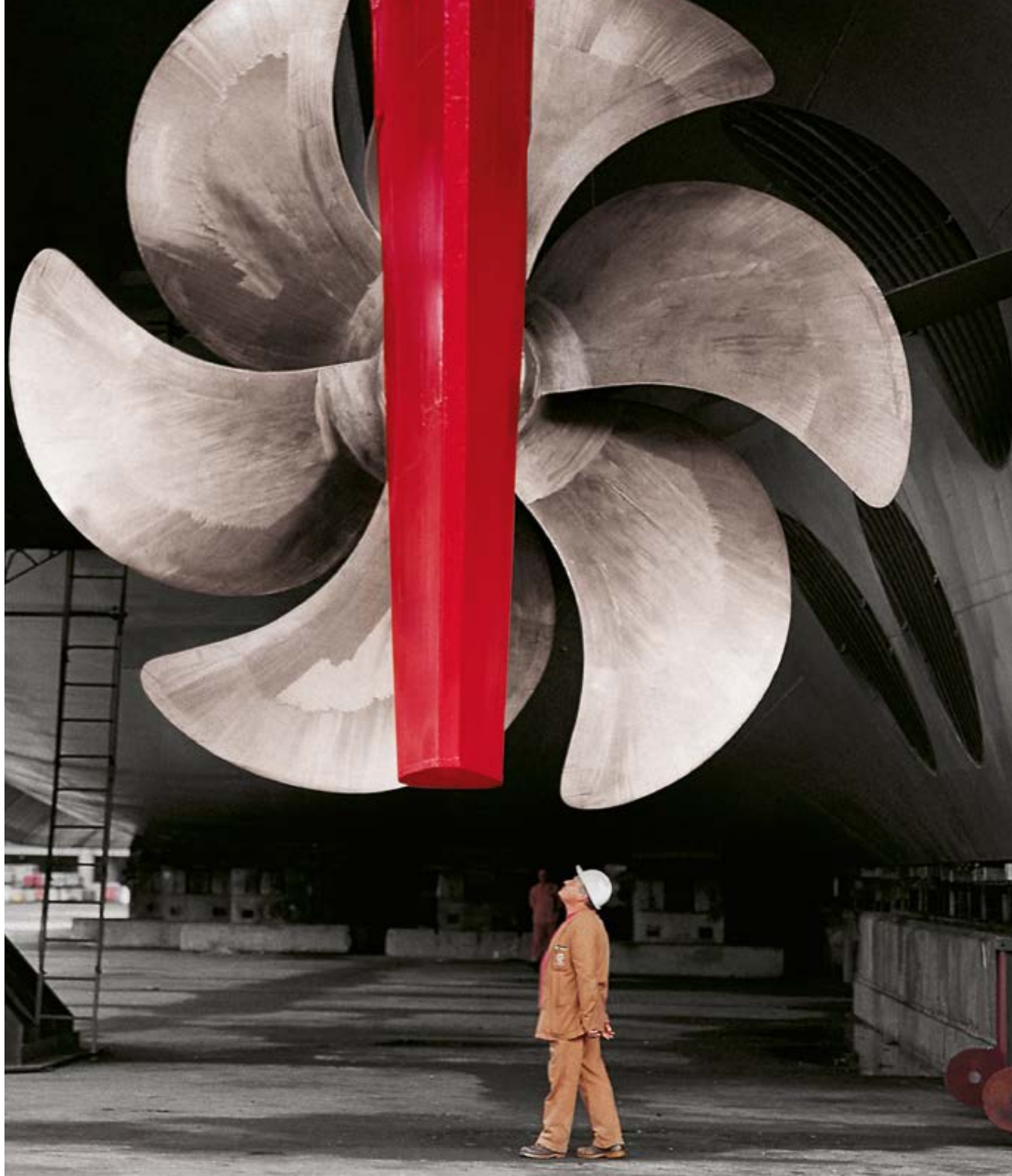
deridere e prendersi gioco del prossimo, ma non riescono ad affondare la spada dentro un petto già aperto. Sono miti talora per pigrizia, ma non coltivano l'ira con perseveranza. Preferiscono la fiammata ai bollori sostenuti. Sono disposti a concludere una battaglia e mai ad intraprendere una guerra. Odiano i monumenti. La Basilica di san Marco e il Palazzo Ducale tali non sembrano tanto le forme armoniose e l'acume prospettico ne riducono i volumi senza che nulla sia tolto alla loro grandezza. La ragione è semplice: per i Veneti tutto è famiglia, stabilità quale sodalizio affettivo, economico e aziendale. Essa è e deve rimanere la vera polla da cui germina e cresce l'intuizione unica.

Non sono un popolo con attitudini generiche. S'ingegnano, piuttosto, fino alla testardaggine attorno a uno svago preferito, a un'energia nata senza essere chiamata e la trasformano in attività produttiva e commerciale; indifferentemente possono indossare le vesti dell'operaio o del contadino; coltivano il loro estro, che in questi anni li ha lasciati correre e quasi irridere compiaciuti dei molteplici e diversificati ruoli, solo apparentemente specialistici. Dal lavoro stabile, post-bellico, accettato con l'asciutta nostalgia dell'emigrante per fornire lo scudo all'incertezza del pane quotidiano e attenuare la gravità del destino filiale, il Veneto ha fatto propri gli slogan del "voglio", "mi piace", "provo" e si è affacciato sulle rive di un fiume di portata amazzonica: i mercati europeo e internazionale.

L'economia miracolosa è nata dopo la crisi della grande industria, del miraggio degli immensi poli, proprio nelle case dove la cantina involò l'acredine delle salsicce e dei salami appesi. L'antico cellario si fornì di nuova legna per cuocere il cicciuto maiale delle invenzioni più impensabili e meno accreditate. Il contadino si mise il cilindro, divenne cuoco, mescolò gli ingredienti più semplici e avviò il sotterraneo ambiente all'irruzione sugli asfalti mondiali. Così la secreta, le mura umide e crasse aprirono l'aurora dell'epopea chiamata nord-est, e una strategia aziendale ancora seduta sulla terra, infantile, ma di ottimo vigore, cominciò a produrre leccornie economiche con la varietà e la fantasia illimitate dei suoi inventori. Accanto alla produzione divampò l'aspetto mercantile. Le doti della stirpe che fece di Venezia la città del commercio internazionale continuavano, dunque, a essere trasmesse come silloge genetica. Dal singolo inventore familiare, spesso donna, nacquero imprese, aziende, industrie, molte delle quali rimasero a conduzione domestica. Fu tipicamente veneto coniugare artigianato e industria in una specie di chimera economica. Loro non tagliarono i legami filiali con la propria creatura e ne segnarono l'unicità anche quando la bottega s'inoltrava rapidamente verso la produzione robotizzata e l'alienazione della fabbrica si affacciava sull'antico contadino. I segnali che annunciarono il miracolo furono le case nuove costruite accanto alle vecchie magioni. Staccate, ma di poco. Erano dei figli, che abbandonavano la mentalità rurale e si bilanciavano tra salario e terra. In questa generazione intermedia tra gli anni settanta e novanta fu prima scalfita, poi corrosa e infine rinnovata una secolare civiltà. Non fu un processo di defalcazione con il passato né uno spergiuro. Fu un trapasso inizialmente leale. La nuova generazione sviluppava imprese familiari mentre continuava a coltivare l'orto, gli animali da cortile e le vigne.

Un ragazzo della campagna di Zero Branco costruiva per suo divertimento gabbiette per uccellini. Pochi anni dopo, da adulto, lavorava la terra, ma dal capannone vicino a casa esportava in Portogallo e in Brasile migliaia di voliere. Con un processo di reazione a catena, acceso dal comune combustibile delle invenzioni e della perseveranza al lavoro, i campi furono coltivati a capannoni e le vecchie strade medievali che attraversano tuttora i paesi si arroventarono di migliaia di motori.

La vecchia mentalità del contadino, il suo riposo tra la zappa e il pane consumato all'ombra del pioppo trapassano nel diluvio gastronomico. Le lingue si accomodano in ristoranti esclusivi, in locali raffinati, in agriturismi e in eremitaggi gastronomici. Il Veneto vuole accedere a una sintesi tra vecchio e nuovo, tra sapori nostalgici e slanci inediti. Vuole stringere nello stesso involucro il pane nero e le tartine superfarcite, sgomita fra le contraddizioni, stringe i desideri in spazi mentali impossibili da governare, con la sapienza che sferza la noia e la debolezza del pensiero uniforme. Il luogo tipico e riservato, la zona collinare tra i boschi è custodita come la fauna in via d'estinzione. Ciò che era semplicità è separato dalla memoria delle fatiche. Il rustico convertito alla ricchezza è





visibilmente meraviglioso e laddove una volta c'erano la stufa nera e il camino affumicato ora fanno mostra di sé il poderoso spiedo e l'opulenta griglia che cuociono la chianina.

Il nord-est sta assiso sopra un crinale: da una parte tiene a bada la forza corrosiva e prorompente del mondo contemporaneo e dall'altra si volge all'antica *pietas*, che desidera sanare con le premure più trepidanti la propria cultura. Essa è, infatti, un lascito inalienabile e come tale è radice e perpetuazione della stessa identità veneta. Non si tratta semplicemente di ricordare (ri-mettere nel cuore), ma di dare un significato operante e un magistero autentico alla memoria. La necessità di cavalcare con destrezza lo sviluppo economico allunga fino allo stridore l'eco del passato, quasi un'invocazione della storia a non essere dimenticata. La tortora non dovrà cadere fra gli artigli del rapace. La famiglia è l'ambito ideale per far nascere e sviluppare senza clamore anche il senso poetico della vita e il rispetto che la tradizione reclama per continuarla degnamente. Se è fatale distruggere i campi per portare legioni di camion al di qua e al di là delle Alpi, si dovrà a maggior ragione custodire con grazia ineffabile ciò che è sottratto alla manomissione definitiva.

L'esilio irreversibile della campagna in aree aziendali, ipermercati, balli di rotonde, fosche edilizie di cemento, ha morsicato, dunque, l'idillio della terra, su cui ora si posa il desiderio di rievocarne la purezza. Appena quarant'anni dopo, il Veneto sente il dovere di recuperare e d'imprimere stabilmente nella memoria quanto era definito fatica e incertezza. Coloro che non hanno visto e patito la brina sulle finestre invernali né hanno sentito scoppiettare le dita dal freddo e non hanno torchiato il loro cuore ansante nei campi arroventati, sono attratti dalla prostrazione dei nonni e dei padri. Da una galleria di ritratti, di mostre, di "eventi culturali" indicano con forza la necessità di chiamare a nuova vita la cultura sepolta. L'occhio di chi, ancora vivo, porta incisa la stanchezza non fu mai sazio delle estensioni di verde, anche se lo stomaco si stringeva nel desiderio di un pasto. Quegli anni difficili, ricchi di gente valorosa e senza gloria sono nascosti, ma non derelitti nel barbaglio irriverente del Veneto contemporaneo.



Il patrimonio paesaggistico residuale e artistico è, infatti, esaltato dalla volontà della redenzione nel momento stesso in cui è violato. I cosiddetti "luoghi della memoria" sono un argomento centrale nell'educazione delle nuove generazioni, che a malapena sanno come nasca un uovo. Accanto alle febbri che puntuali s'alzano alle sette del mattino, un dolore acre di perdita sopravanza il benessere diffuso e l'alacrità amorevole con cui si producono i più svariati e deliziosi manufatti, dal semplice al complesso, dall'originale al consueto, dall'inventiva geniale al prodotto di routine. L'anima veneta è stretta dal bisogno di radicarsi nuovamente, di programmare un futuro collettivo stabile e di rinnovarsi come identità di popolo.

Per questo vorremmo sentire un armonioso suono di corde e vedere il fiume sulle cui rive s'innalzano di nuovo i gigli dorati.

Gli alti pascoli di una volta sono ancora visibili in quella gronda di terra spoglia di dolore che arde nell'Alta Marca tra le colline di Valdobbiadene ed è ora considerata e valorizzata quale patrimonio ambientale, produttivo, gastronomico e paesaggistico di primaria grandezza. Da qui una volta scendeva la transumanza e fioriva il commercio della lana. Qui gli uomini seppero scegliersi e coltivare un nettare più fragrante d'ogni fiore e più profumato di ogni essenza odorosa. Le colline del Prosecco e del Cartizze sono leggere ai piedi: erme dai fianchi sinuosi, si aprono sulla valle del Piave e si chiudono le spalle con le più alte rupi prealpine. Si ascende a queste terre, nel senso che leviamo via l'arroganza e gli errori del presente e, senza rinnegare noi stessi, nutriamo la calma conoscenza della tradizione, che opera e ripone la vita in ampolle d'oro. Così la stradina bianca che sale sulle colline affiancando i vigneti, ordinati a spina di pesce, è l'incandescenza del cammino dell'uomo e una scia luminosa dentro un globo di colori autunnali, e mentre si addossa il peso del lavoro nello stesso tempo lo adorna. Non sembrano terrazze coltivate a vigneti, ma giardini sanati; una grazia quotidiana li fa crescere, dà loro il respiro delle stagioni e li guida, dopo la vendemmia, fino ai sottili e neri disegni invernali dentro un cielo che parla d'immortalità. Nulla sembra qui superfluo o inutile, perché tutto è segnato dalla fedeltà e, dove essa regna, non vi è sudditanza. Fra le colline dell'Alta Marca fioriscono



davvero anche le strade. Non diversa è l'opera nelle filiere squadrate che tagliano gli sguardi e reggono altri vigneti verso la Bassa del Piave, dove il fiume è già ampiamente nella pianura. Il trattore rosso non raffredda la terra, ma nella forte immagine è il sodalizio che aggiorna la cultura contadina, ne mantiene il valore senza ghermirne la memoria. La cura dei campi radica nei Veneti l'amore per la famiglia, quale depositaria dei retaggi, dei tramonti delle età e pungolo vigoroso alla propria rinascita. Un casolare isolato da una distesa di coltivazioni appare vicino al fiume sacro dove vivono il silenzio delle antiche battaglie e l'imparziale serenità degli spazi aperti. Prospera l'attesa e i ritmi sono finalmente addolciti. Fra le vigne allineate con la geometria che si affianca al calcolo produttivo, il rispetto rende conclusivamente affine il rapporto terra-uomo e l'uva, speranza del vino, matura con la morbidezza che le mani trasmettono.

Da piccole strade chiuse un borgo ancora nella luce si accoccola sul limite del bosco. È un glomerulo di famiglie, dalle quali sembra uscire un protagonista delle favole. La sera imminente lo sta chiudendo con la sua ala oscura e l'immaginazione acquista un incalzante tono di attesa. La vita sembra appartarsi in una patria non consumata né offesa, il cuore opera nel profondo e il verde balena attorno al grumo candido delle dimore amiche. Da una radura si affaccia possente il Cansiglio, un'armata d'alberi che l'autunno avanzato tempera di ruggine mentre gli alti fusti biancheggiano come colonne e si chiudono nelle chiome fitte e uniformi. Intangibile nella sua bellezza severa, comunica quella stupefazione che irretì anche Venezia. Non per puro e solo calcolo economico il Cansiglio è sopravvissuto alle accette della Serenissima. Quella stirpe ebbe il coraggio e la grandezza d'animo di non abbattere né sciupare la foresta, verso la quale stese il braccio che custodì le isole e la laguna.

Una sorprendente familiarità ci morde il petto quando osserviamo i natali di un orto in collina. Due persone, marito e moglie, sono unite nell'opera comune mentre dispongono uno scampolo di terra offerto al sole e lo convertono in una sorgente di doni. È uno spazio d'inestinguibile armonia veneta, un'apparizione che alla nostra storia rivela e nuovamente imprime il segno della verità. In una briciola degna di riverenza e regale nella



sua fiamma amorosa, la natura pensa ai giorni che verranno e le mani toccano e si ricolmano del destino.

Il nitore e il silenzio di questi lembi lodano l'eredità di un popolo nella scaglia di membra superstiti, scrigni che si aprono davanti agli occhi sensibili. Nello stesso tempo l'antica civiltà si pone davanti al futuro come porta sacra che intona il canto della dovuta nostalgia e gli ridona il vigore di un suono profondo e inestinto.

Le due donne, sorprese a dialogare nella semplicità di un cammino fatto e rifatto ogni giorno, non ostentano nulla, ma rappresentano ciò che sopravvive a oltranza; la loro voce si fa intimo consumo di memoria nella pausa del cammino, lasciato libero dalla lusinga della fretta. Gli ingranaggi delle ore cessano. Una donna stringe due vasi, uno con dei fiori e l'altro con un arboscello, l'altra più anziana rimane alla distanza che non svilisce il dialogo, ma lo segna di decoro. Appoggia il bastone sull'acciottolato. Involontariamente segna la sua terra. Loro hanno in serbo la propria identità e la vagliano giorno dopo giorno. Non vanno. Restano. Il tempo che taglia e separa diventa il legame e la custodia delle persone degne come loro di abitare la semplicità e di voltarsi alla collina come alla soglia di casa. Queste verità catturate dal treno in corsa del Veneto sono doni ritrovati e lezioni quotidiane; guardando, possiamo solo tacere senza essere angosciati dalle difficoltà, ma dentro la gioia di sapere ancora vivo ciò che umilmente si nasconde. Vi sono dunque filiazioni eredi di cure antiche, guardiane ancora fedeli dentro l'ambiguità e l'incalzante cambiamento. Noi, gli ultimi, possiamo ritornare da lontano e ancora spaesati sentire in questi luoghi di privilegio calme e solide le pareti domestiche. Qui sul Cansiglio, sulle colline di Conegliano o fra i campi lunghi verso l'orizzonte, possiamo far invecchiare la primavera e sentire da lontano dileguare il rumore delle acque. Non andiamo dunque orfani per le strade sopraffatte dall'ira economica. Un dio nascosto sfiora sempre i luoghi dove il muschio e le macchie ombrose sono degne della luce che si flette dai dirupi fino alle cime e ci porta dove la rugiada non è velenosa. È l'aspetto più rasserenante della nostra civiltà. L'ape miracolosa che sono le genti venete cinge i vigneti di cerchi amorosi, rinnova i patti e ripensa alle proprie usanze, riesce a ristabilire una continuità nel racconto storico e sotto nuovi scenari vede ancora le stesse stelle. Le tradizioni autenticamente sentite non si sono, dunque, dileguate, ma sopravvivono all'interno di una nostra categoria, così radicata da liberarsi ogni volta dal dente del drago. Il contadino che mostra il cesto degli ortaggi e stringe il radicchio è la silloge pregnante di queste riflessioni. Lui segna il patto con la terra, mentre il castello alle sue spalle sferza l'opera della storia e ci ricorda le nostre complessità e varietà, da cui siamo usciti in carne e spirito. Il nostro viso gli appartiene, ne è la derivazione e dentro a quegli occhi corre bisbigliando un'anima comune.
Lo sguardo e le braccia non sono incatenati nella fissità; il suo profilo non è curvato o deformato dalla nube moderna. Lui indica la forza dei natali che ha sopportato, mantenuto e fatto crescere più persistenti e nobili della rocca, la cui maestà non sarebbe così imperiosa senza quel sorriso donato dagli dei. I nostri testamenti fanno i conti con le giuste tracce della gloria che ci possiede ancora. Siano le statue della gipsoteca, il tempio del Canova a Possagno, il chiostro di Follina o la gemma di Asolo, il suo pungiglione ci sospinge al ricordo attivo dovunque siamo, all'ombra delle viti, al riparo tra le colline, dentro il fragore delle tangenziali o nell'imbambolato non-luogo degli ipermercati. Ci comunica i valori inalienabili della creatività, della lotta avveduta, dell'individualismo che non si sottrae all'impasto sociale ed esulta sull'ardente coppa della famiglia dove ogni misura è vagliata e separata come il grano dalla crusca. I Veneti vogliono sentire l'erba sotto l'asfalto, sognare sulle annerite strade la collina segreta senza essere infelici visionari. Amano coricare il loro riposo fra le mura di un'abbazia che sigilli con l'olio di unzione ciò che santo forse non è più. Discostati dalla luce, ma ancora vicini ad essa continuano ad essere emigranti: vivono i sogni e sognano la realtà. Soffrono per un'età più bella, dove le virtù, affrancate dal pensiero omologato e dall'indifferenza delle opinioni, siano di nuovo operanti. Vorrebbero sostare ed essere avvolti dalla calma limpida dove maturano i frutti, risplendono come corone le mura antiche e nel focolare si manifesta la dimora degli antenati, si consolida la gloria dei padri e si nutre il destino dei figli.

Ignazio Roiter





La famiglia Lucchetta

Una singolare storia imprenditoriale

A Falzè di Piave ha visto la luce una storia che non facciamo fatica a definire unica, iniziata alcuni decenni fa e in costante e determinata crescita: la storia del Gruppo Euromobil.

Dall'originario Mobilificio Lucchetta Luigi & Figli nasce infatti, nel 1972, Euromobil, una realtà industriale e produttiva di primo piano nella realizzazione di cucine e soluzioni d'arredo componibili. Da questa esperienza e dall'acquisizione di sempre maggiore *know how* produttivo, nel settore dell'industria del mobile, prendono corpo le importanti acquisizioni di Zalf (1974) e Désirée (1995) che costituiscono la struttura portante di quello che nel frattempo è diventato il Gruppo Euromobil, un autentico punto di riferimento per l'intero settore del mobile.
In questa azienda la tradizione e la cura tipiche del lavoro artigianale si sposano con le più avanzate tecnologie sperimentali, creando uno degli esempi più significativi di sviluppo industriale coerente con i legami e la storia del territorio.

In termini di evoluzione, la storia imprenditoriale della famiglia Lucchetta vede la luce a metà del secolo scorso, a Pieve di Soligo, nel cuore della Marca Trevigiana, a ridosso delle dolci colline dove verde, vino e buona cucina vanno costantemente a braccetto.

Luigi Lucchetta lavora come falegname in un grande mobilificio di proprietà del commendator Ugo Baseggio, dove rimane fino al 1963. Artigiano di talento, lavoratore perseverante e uomo instancabile, nell'ambito della sua attività Luigi Lucchetta è molto stimato e tutti conoscono e riconoscono i suoi sforzi per mantenere con decoro il suo numeroso nucleo che è composto dalla moglie, Luigia, e da ben nove figli, cinque maschi e quattro femmine. Ma Luigi è uomo che guarda al futuro, ama mettersi in gioco, sente l'aria nuova e decide di avviare un'attività lavorativa in proprio. Con l'aiuto del maggiore dei figli, Antonio, apre nel 1960 una piccola attività di produzione di infissi in legno, che prende il nome di Mobilificio Lucchetta Luigi & Figli.

Una volta terminati i rispettivi studi, anche gli altri figli Giuseppe, Gaspare, Fiorenzo e Giancarlo confluiscono a turno nell'impresa, che diventa così la principale attività di famiglia e il centro nevralgico della vita e delle aspettative dei fratelli. Per i Lucchetta, infatti, l'azienda rappresenta molto più di una mera risorsa economica, costituendo la massima espressione dei sentimenti di onore e impegno appresi dai genitori. L'azienda costituisce, per loro, il filo conduttore dell'esistenza stessa, una sorta di grande traguardo da tenere sempre presente e vivo, un punto di riferimento costante. In particolare, sviluppano una visione della vita aziendale basata sulla centralità del ruolo dell'imprenditore che non è mai un singolo, ma un gruppo, che parte dalla famiglia e si amplia a tutti i collaboratori, interni ed esterni.



Valorizzare il lavoro di gruppo diventa così non una politica occasionale, ma il vero centro della *mission* dell'azienda. Questo spirito di condivisione dei compiti fa da filo conduttore all'impresa veneta che parte con un solo imprenditore-fondatore, allarga ai suoi eredi l'attività e, infine, ingloba la collaborazione di tante persone. Peraltro, questo modello è stato trasmesso ad altre imprese nate dall'impegno di un unico imprenditore, come è accaduto, per esempio, in Emilia-Romagna e nelle Marche.

Inizialmente lo sviluppo dell'impresa si è basato sulla forza lavoro prodotta dai cinque fratelli, che hanno collegialmente rappresentato una formidabile risorsa economica e produttiva; ma questo non ha impedito all'azienda di orientare il suo successivo percorso verso forme di gestione più moderne e integrate.

L'azienda, infatti, è cresciuta in conseguenza di un'evoluzione, anche culturale, del sistema della gestione produttiva e imprenditoriale. È possibile riscontrare, fin dagli albori dell'attività del Mobilificio Lucchetta Luigi & Figli, una spiccata sensibilità agli orientamenti di mercato unita a un naturale intuito imprenditoriale che ha sempre caratterizzato i componenti la famiglia, facendo la fortuna dell'impresa. Dal punto di vista produttivo, per esempio, non si limitarono a ciò che più andava sul mercato ma rivolsero la loro attenzione a tipologie di lavorazione giudicate più promettenti. Da qui prende corpo un'idea che si rivelerà vincente, vale a dire quella di costruire e commercializzare cucine all'americana (o componibili) che all'epoca cominciano ad approdare sul mercato, riscuotendo da subito incoraggianti consensi.

Ricordiamo che siamo negli anni sessanta, e questo è il periodo in cui il boom economico, unitamente a una politica fiscale a favore dello sviluppo delle cosiddette "aree depresse", incentiva la nascita di nuove attività produttive, stimola l'occupazione, aumenta il reddito e dà impulso al fenomeno dei consumi di massa.

Anche nel mercato del mobile la domanda cresce rapidamente e i fratelli Lucchetta sviluppano la produzione adottando sistemi e tecnologie innovative, creando economie di scala che incidono sugli utili finali in maniera positiva e permettono di acquisire quote di mercato crescenti di anno in anno. Verso la fine del primo decennio di attività, la rapida fase di sviluppo dell'azienda crea impellenti necessità di ampliamento conseguenti all'utilizzo di macchinari a forte automazione. La crescita viene però frenata dall'ubicazione del Mobilificio, al centro del piccolo paese di Pieve di Soligo, dove mancano spazi adeguati alla costruzione di grandi complessi industriali. L'unica soluzione possibile, anche a fronte delle prospettive di crescita future, è dunque un trasferimento dell'attività in una nuova sede.

L'occasione si presenta nel 1972, quando i Lucchetta acquisiscono una nuova area di 20.000 metri quadrati in località Falzè di Piave, nel comune di Sernaglia della Battaglia, a pochi chilometri da Pieve di Soligo. In questo luogo viene edificato un fabbricato di 4000 metri quadrati, situato in una zona che ben si presta alle esigenze distributive e commerciali dell'attività del mobile, sia per la sua vicinanza a importanti centri urbani quali Treviso, Conegliano, Belluno, sia anche per la possibilità di ampliare progressivamente gli spazi produttivi.

Nasce così il nuovo complesso industriale e l'azienda prende il nome di Euromobil Srl.

Già in questi primi anni di attività è possibile riconoscere nella gestione imprenditoriale dei fratelli Lucchetta quella propensione positiva al cambiamento che ha consentito di traghettare l'azienda da un'ottica di lavorazione artigianale a quella industriale, intraprendendo un cammino in cui molte altre imprese hanno fallito. Quella che emerge nell'esperienza dei primi lustri di Euromobil è, infatti, la filosofia di una nuova borghesia industriale, in cui non esistono patrimoni fondiari o eventuali titoli nobiliari. Si tratta di una visione dell'impresa basata sui valori semplici del mondo rurale: il rispetto, la collaborazione, il piacere di ritrovarsi e quello di costruire un bene che non sia fine a se stesso, ma che sappia anche raccontare un pezzetto della storia di chi l'ha prodotto.

La storia di Euromobil è, quindi, una storia di passione, unità, buoni ideali, una storia che da oltre trent'anni rappresenta un punto di riferimento per il mondo del mobile e dell'impresa in senso ampio. Nel 1974 i fratelli Lucchetta acquisiscono la Zalf, azienda specializzata nella produzione di mobili componibili, nella zona di Maser, non lontano da Treviso. Qui, grazie a una sapiente opera di

Una rassegna di strumenti da lavoro: i ferri del mestiere per lavorare il legno sono gli strumenti simbolo della trasformazione del legno da materia primordiale, evoluzione dell'albero, oltre che ricchezza spontanea della natura, in oggetti di artigianato e poi, con l'avanzamento della tecnica, in oggetti dell'artigianato e dell'industria. Questi strumenti sono ormai anche testimoni di un passato prezioso e indimenticabile, dove l'uomo con la sua forza e intelligenza lavorava la materia e la trasformava a suo gusto e inventiva.



Una foto ricordo della fine dei lavori del primo capannone dove i Lucchetta avrebbero prodotto le cucine componibili. C'è, in questa istantanea, una bella rappresentanza della famiglia. Si riconoscono mamma Luigia (la prima a sinistra) e papà Luigi (l'ultimo a destra), con nell'ordine i figli Giancarlo, Fiorenzo, Gasperina, Antonio, Maria, Gaspare e Giuseppe. Nei loro volti serenità e aspettativa per un futuro denso di soddisfazioni.

modernizzazione, la fabbrica viene rapidamente trasformata per una produzione fortemente automatizzata. Grazie all'utilizzo di macchinari in linea si ottiene una maggiore integrazione tra i componenti del prodotto e si sfruttano economie di scala crescenti. Ma è soprattutto nella gestione delle logiche di produzione e di *sell out* che si trova la vera innovazione. Il Gruppo Euromobil è, infatti, una delle prime imprese in Italia ad adottare un sistema di contabilità industriale basato su un centro di elaborazione dati interno, in grado di gestire le commesse e il lancio della produzione in modo programmato. Il sistema è organizzato intorno a una piattaforma che gestisce completamente i lotti di produzione in relazione agli input provenienti dalla rete del marketing relazionale e dalle previsioni di mercato. Si tratta del primo esempio di flessibilità applicata all'industria del mobile e rappresenta un vantaggio strategico così rilevante che i mobili componibili che escono dalle linee di produzione conquistano il mercato nel giro di pochi anni. Oltre a un indubbio successo commerciale, questo rappresenta anche un interessante esempio dell'applicazione operativa della filosofia di Euromobil, che vede, nella crescita culturale e nell'innovazione, il primo strumento strategico di competizione.

Competenze di design, affiatamento dei partner commerciali e un continuo miglioramento dei servizi, pre e post vendita, diventano i maggiori punti di forza del Gruppo, che inizia parallelamente a investire sulla propria immagine esterna, per renderla coerente all'innalzarsi del posizionamento di mercato.

Gli anni ottanta rappresentano per l'azienda una stagione di grande espansione, orientata a miscelare congrui investimenti sulle risorse umane con l'introduzione di tecnologie informatiche destinate al marketing, la pianificazione e il controllo, così da spostare le aree di maggiore sviluppo dalle capacità produttive alle risorse immateriali e intangibili del patrimonio aziendale. In particolar modo, sono le risorse umane ad essere coinvolte in maniera totale nelle operazioni di riassetto organizzativo, con una significativa



I coniugi Lucchetta, Luigia e Luigi, in compagnia di tre dei loro figli: da sinistra Antonio, Maria e Angelina, con gli occhioni attenti e aperti alla vita. Nei due genitori si scorge la fierezza di chi sa che il futuro sarà intenso e laborioso, grazie anche a quei piccolini in attesa di affacciarsi al mondo. Alle spalle dei genitori e dei tre bimbi sembra di scorgere la sagoma delle colline venete, là sullo sfondo, oltre la finestra che si intravede appena. Forse è una visione di chi scrive, ma questo scenario costituisce le "quinte" di tutta la storia familiare dei Lucchetta.

azione di formazione. Questa ha lo scopo di promuovere un processo di adeguamento delle competenze professionali di quadri e dipendenti, coerente con le crescenti esigenze del posizionamento aziendale.

L'idea centrale di queste azioni è che il cambiamento può essere progettato solo a patto che le persone possiedano strumenti culturali e professionali in grado di comprendere e governare i mutamenti in corso. I Lucchetta intuiscono, infatti, che è necessario porre al centro delle finalità organizzative lo sviluppo degli uomini e dei risultati attraverso un uso culturale e professionale dei mezzi e delle conoscenze tecniche.

Un'ulteriore occasione di espansione si presenta nel 1995, quando viene rilevata a Tezze di Piave (Treviso) un'azienda di imbottiti, Désirée, che è sottoposta a un radicale piano di ristrutturazione e ampliamento e lanciata verso un settore di qualità medio-alta, coerentemente con le consociate Euromobil e Zalf. Si costituisce, così, il terzo caposaldo del Gruppo, che usufruisce favorevolmente delle esperienze e delle conoscenze tecniche e culturali, del management e della rete dei collaboratori interni ed esterni, raggiungendo in breve un buon target di vendita.

Alle soglie del nuovo millennio, Euromobil completa la prima fase espansiva caratterizzata da grandi acquisizioni per dedicarsi al consolidamento delle quote di mercato e al progressivo ampliamento delle strutture produttive delle consociate.

Il Gruppo Euromobil, oggi, è formato da Euromobil per le cucine, Zalf per le zone living, spazio ragazzi, armadi e uffici e da Désirée per divani, poltrone e letti. A tutte queste società si affianca l'attività del Mobilificio Lucchetta Luigi & Figli che è proseguita negli anni orientandosi soprattutto alla fornitura delle altre aziende di famiglia.

La famiglia come azienda ante litteram

Il Veneto terra di contadini ed emigranti è stato a lungo un'area depressa dominata da un sistema economico di stampo rurale dove grandi famiglie, organizzate secondo il sistema del matriarcato, condividevano ogni aspetto della vita e del lavoro, secondo un modello etico basato sulla solidarietà reciproca e la comunione di ogni bene e risorsa. Spesso la figura centrale della famiglia, e poi dell'impresa, era costituita dalla donna: una *mater familias* con la capacità e il potere di tenere uniti lavoro ed esigenze, mancanze e bisogni, collaborando con il *pater familias* che all'esterno, il più delle volte, si inventava un lavoro che in molti casi ha dato vita a micro, piccole e medie imprese del futuro. Un modello funzionale al lavoro agricolo, riscontrabile in molte società contadine, che è sopravvissuto fino a tempi recenti nelle tradizioni e nella cultura veneta, tanto da costituire un importante presupposto per le molte imprese che, negli ultimi quarant'anni, sono nate e cresciute sviluppandosi in un processo quasi di osmosi con le famiglie dei propri fondatori.

La famiglia Lucchetta, appunto, nasce da questi presupposti e con due forti protagonisti, Luigi e Luigia, un marito e una moglie, forti di ben nove figli, diventati poi otto, cinque maschi e quattro femmine – Angelina, Silvana (mancata a due anni) Maria e Gasperina – tutti in buona salute, pronti ad ascoltare mamma e papà, pur nella loro esuberanza giovanile.

Luigia gestisce la casa, con dolcezza e determinazione insieme, con polso fermo e con la consapevolezza che i soldi non sono molti, ma tutti devono mangiare per stare bene e crescere. C'è poi il problema del freddo, ma le coperte e a volte qualche tenero abbraccio possono risolvere o tamponare anche questo dato naturale.

I pranzi e le cene nella casa di Luigi e Luigia non sono luculliani, ma non manca mai qualcosa di buono e genuino. I ragazzi crescono e vedono nel padre un grande punto di riferimento: Luigi lavora da quando ha dieci anni, è un bimbo precoce, ma già un artigiano dalle mani d'oro. Quando afferra il legno non delude mai per le forme che sa realizzare e sagomare. Il suo desiderio è che i figli sappiano a loro volta crearsi il proprio spazio, soprattutto da quando con il maggiore, Antonio, inizia a creare qualcosa in proprio.

Dalla prima piccola impresa, il Mobilificio Lucchetta Luigi & Figli, prende il via un'avventura emozionante e incredibile che oggi è la realtà del Gruppo Euromobil.

Dalle mani di Luigi, il legno diventa realtà e tramite il lavoro di équipe dei fratelli la piccola impresa diventa, con il passare degli anni, una delle aziende più importanti del suo settore in Italia e in parte d'Europa. Da quella casa piena di voci, da quelle tavolate dove il padre parla e gli altri ascoltano è nato il fuoco di una passione che ha trasformato una piccola realtà in un'azienda che è uno dei punti di forza dell'operoso nord-est. Si può sostenere che già in questo nucleo familiare si intravede una buona capacità di comunicazione. I genitori fanno capire ai figli, più con i fatti che con le parole, quanto sia importante darsi da fare, credere in qualcosa, avere una meta da raggiungere; e i ragazzi intuiscono che il padre ha uno scopo: vuole lavorare il legno in modo da costruire un avvenire che potrebbe essere per tutti. Non esistono sabati e domeniche, la preghiera dà la giusta forza nei giorni di festa comandata; in grande armonia la famiglia Lucchetta costruisce, anno dopo anno, la propria storia, il proprio luminoso futuro. Una famiglia e una forza: in essa, infatti, si riversa tutto l'impegno e la determinazione di una vocazione imprenditoriale che trova felice espressione proprio nei fratelli, diversi per età, carattere e attitudini. Questi, nonostante le

Luigi Lucchetta è un maestro nel lavorare il legno, ha gusto e sa forgiare la materia come pochi. Sotto le sue mani il legno prende forma, diventa oggetto da ammirare. Inoltre, sa anche organizzare e avviare quella che sarà l'azienda del futuro, con i figli che continueranno il suo cammino.



Luigia Lucchetta gestisce la casa con mano sicura. Prepara i pasti, accudisce la sua famiglia numerosa e articolata. Sa dare forza e fiducia, senza indugi e tentennamenti. È una guida e una sicurezza per tutti.

differenze, mantengono nel tempo la capacità di "fare squadra" e lavorare insieme, non dimenticando mai di coinvolgere i collaboratori e il personale, per migliorare il trend dell'azienda e la propria capacità nella gestione dell'importante business da loro stessi creato e incrementato. La capacità di utilizzare le mani da parte del padre e dei figli costituisce in embrione già una forma



Una bella riunione di famiglia, con Luigia e Luigi e i figli, in occasione delle nozze d'argento dei genitori. Ancora una volta la conferma di una famiglia unita, che si ritrova per stare insieme. Il tempo trascorre, ma per i Lucchetta la famiglia rimane un importante punto di riferimento e di unione. Come spesso accade, sullo sfondo si intravedono le colline, scenario naturale e ideale della storia di questa famiglia. Da sinistra Gaspare, Angelina, i genitori, Fiorenzo, Antonio, Giancarlo, Maria, Giuseppe, Gasperina.

d'arte che in seguito diventerà il motivo conduttore – la colonna sonora potremmo dire – di tutta la comunicazione del Gruppo. Questa famiglia veneta ha in qualche modo l'arte nel sangue e, da qui, nasce il desiderio di incontrare gli artisti, i pittori e gli scultori, insieme ai campioni dello sport. Questa è l'impalcatura su cui costruire una *case history* di comunicazione che ha pochi precedenti in Italia e nel resto d'Europa. Un numero sempre più vasto di artisti contemporanei trova nei Lucchetta un porto sicuro per potersi esprimere ad alto livello, grazie al rispetto per l'arte che supera la pura commercializzazione. Anche per questo carattere unico, il caso Euromobil viene analizzato da studiosi e addetti ai lavori ed è addirittura oggetto di tesi di laurea: dalla Ca' Foscari di Venezia alla Bocconi di Milano, alla IULM di Feltre.

Tradizione artigianale e sensibilità artistica

La materia come realtà tangibile che può essere forgiata con le mani e adattata alle innovazioni tecnologiche ha portato il Gruppo Euromobil ad avere un contatto sempre più stretto con l'arte e il design. I quattro fratelli Antonio, Gaspare, Fiorenzo e Giancarlo hanno, infatti, sempre avuto una passione particolare per le opere d'arte, per la frequentazione e il rapporto oltremodo familiare con gli artisti. Il gusto per il colore, per le forme, per il design che diventa opera esclusiva rappresenta per i componenti di questa famiglia un piacere quotidiano. Tutti e quattro i fratelli, in particolare Gaspare, dedicano una parte della propria esistenza alla visita e alla scoperta capillare di artisti, inizialmente locali e successivamente nazionali e internazionali.

L'incontro e il colloquio con i pittori diventa negli anni un appuntamento quasi settimanale e permette loro di affinare la propria sensibilità, già naturalmente sviluppata, nei confronti dell'espressione artistica.

Questo binomio fra industria e arte è diventato, con il trascorrere del tempo, un marchio di fabbrica che contraddistingue il Gruppo Euromobil nel firmamento produttivo italiano e internazionale.

Da oltre vent'anni l'azienda veneta segue questa sua strada caratterizzata da produzione, mostre d'arte ed eventi da inaugurare in luoghi sempre più lontani dalla sede storica di Falzè di Piave, senza dare troppo peso all'apparire, senza voler far troppo sapere cosa sta accadendo. Tutto si svolge al cospetto dei visitatori, ma senza compiacimento, facendo leva su un'attività di comunicazione che metta in totale evidenza questa importante partecipazione dell'azienda, che affianca alla cultura anche lo sport vissuto sempre ad alto livello, come il ciclismo con la celebre Zalf Euromobil Désirée Fior, o la pallavolo femminile con la squadra di A1 del Noventa o, ancora, con il grande calcio di serie B che ha visto Euromobil per diverse stagioni sponsor principale del Perugia Calcio.

Un impegno a tutto tondo quello del Gruppo che, ancora una volta, sottolinea il grande dinamismo e la passione per la cultura, in ogni sua forma di espressione, che da sempre anima la famiglia. Una famiglia, questa, che compie un passaggio cruciale da un mondo artigianale a uno industriale, senza mai scordare le proprie origini e facendo sempre tesoro degli insegnamenti e dell'esperienza maturata.

Un impegno forte nella cultura

Oggi il Gruppo Euromobil affida le proprie forze a una sempre più intensa frequentazione del mondo artistico, che è diventata una caratteristica indissolubile dell'azienda. Un connubio con l'arte, senza confini né restrizioni, che spazia dalle opere classiche e senza tempo degli impressionisti fino ai più moderni linguaggi in grado di mescolare arte e tecnologia, espressione visiva e applicazione della materia, come le celebri installazioni di Fabrizio Plessi. Il legame con l'arte si traduce, a livello industriale, in un'attenzione sempre maggiore ai prodotti e al design, con una spiccata propensione alle esigenze del cliente e una vocazione per il *just-in-time*. Si realizza, così, un prodotto sempre più raffinato, che nasce e si sviluppa in sinergia con le influenze che arrivano dal mondo della cultura, sempre più attento ai desideri e ai gusti del nuovo consumatore, ormai un vero e proprio *partner in business* per l'azienda moderna, di qualsivoglia latitudine. Si viene così a creare un connubio assai insolito tra una produzione sempre più flessibile, integrata ed efficiente e dei contenuti estetici del prodotto valorizzati e consolidati dall'influenza artistica.

Con questo libro il Gruppo Euromobil depone una sorta di prima pietra miliare della sua storia. Infatti, dopo oltre vent'anni di impegno nel mondo dell'arte, del design e dello sport, racconta a tutti – ai clienti storici, attuali e potenziali, ai frequentatori degli eventi, agli artisti e a tutti coloro che hanno collaborato a questa storia aziendale – la propria avventura, una *case history* emblematica sia dal punto di vista imprenditoriale sia da quello della comunicazione e della cultura. Lo sviluppo dell'azienda, infatti, e il suo passaggio attraverso le fasi dell'artigianato, della produzione aziendale fino alla realtà industriale nazionale e internazionale non costituisce soltanto un caso emblematico rispetto al territorio del nord-est, ma rappresenta un punto di riferimento per molte altre aziende che trovano nel Gruppo un valido *benchmark*, grazie all'impegno e ai legami tra cultura e ambito sociale.

Oggi il Gruppo Euromobil è diventato partner dell'arte internazionale, mantenendo sempre un linguaggio e un profilo di comunicazione di grande coerenza. Gli eventi e le mostre d'arte sono, infatti, parte integrante dell'universo culturale dell'azienda e un segno distintivo che porta i fratelli Lucchetta ad essere legati alla tradizione e all'innovazione nello stesso tempo. Il "caso" Euromobil stupisce anche per la costanza dell'impegno attraverso gli anni: il coinvolgimento del gruppo in eventi e iniziative di vasta portata non risponde infatti a interventi sporadici, ma è saldamente inserito nella cultura aziendale. Gli oltre vent'anni di coerenza e di comunicazione attraverso l'arte e l'evento culturale rappresentano i migliori testimoni dell'unicità di questa avventura. Un impegno che oggi è arrivato molto lontano ma che è partito da



vicino, da quelle terre del profondo nord-est che tanto hanno rappresentato nelle vicende umane e imprenditoriali dei protagonisti di questa storia. Proprio da Treviso sono cominciate le grandi mostre di rilevanza internazionale, organizzate e curate da Marco Goldin, con il *focus* sulle immortali opere dei pittori impressionisti, ospitate nella cornice di Casa dei Carraresi. Un grande successo, il migliore trampolino di lancio per una serie di iniziative che sono andate via via crescendo per frequenza e intensità. Dalle installazioni di Plessi, che ha letteralmente infiammato piazza San Marco con la sua opera *WaterFire*, fino alle mostre parigine di Leonardo al Louvre e dei dagherrotipi al Musée d'Orsay, l'impegno del Gruppo Euromobil continua e si rinnova costantemente con le ormai ben note grandi mostre a Brescia dedicate a Monet, Van Gogh, Gauguin. Altri progetti, solo per citarne alcuni, riguardano iniziative presso l'Ermitage di San Pietroburgo, il Guggenheim di Bilbao e il Museo d'arte moderna di Mosca.

Mauro Pecchenino

Un'affollata riunione di famiglia. Un altro simbolo di coesione familiare in occasione del compleanno di Luigia. Ancora una volta all'aperto, in mezzo alla natura, con il desiderio di creare unione e stare insieme.

Il design come impresa

Dal prodotto al sistema: il ruolo del design

Da decenni il Gruppo Euromobil opera nel campo dell'arredo in Italia e nel mondo. Esso è anche, anzi soprattutto, un'esperienza di carattere progettuale attraverso la quale transitano prodotti e sistemi di arredo per la casa accomunati da una serie di grandi valori che costituiscono il contesto culturale di riferimento, originale o comunque non sempre rintracciabile in realtà industriali analoghe.

Il Gruppo si fonda su alcuni valori centrali del Made in Italy: una famiglia di imprenditori; un territorio che rappresenta, nel panorama internazionale, un sistema irripetibile, dall'idea al mercato, e che mantiene primaria la qualità del prodotto; un continuativo e lungimirante investimento nelle tecnologie e negli stabilimenti produttivi; per ultimo, non per importanza, l'apertura verso l'arte contemporanea che è da ricondurre al gusto e alle scelte dei fratelli Lucchetta. E l'arte è un patrimonio che interagisce, direttamente o indirettamente, con il modo di fare impresa.

È come se, lo possiamo leggere nelle pagine seguenti dedicate all'evoluzione e alla presenza del design nell'azienda, ritrovassimo in un'esperienza specifica e concreta quella modalità precipua che contraddistingue il fare design in Italia: la ricerca nelle tecnologie e una cultura di riferimento intesa non soltanto come strumento di marketing, ma come cuore e mente che guidano chi produce gli oggetti destinati alla vita e agli spazi del nostro privato. Ovvero abitare il mondo attraverso la propria casa.

Nella bottega rinascimentale si ritrovano tutte queste componenti: il saper fare bene il proprio mestiere guardando alla scienza, alla tecnologia, alla natura e all'arte. In sostanza, una specializzazione che non si autoalimenta, ma che invece cerca nei grandi modelli culturali, in primo luogo le arti, la libertà d'espressione. Tale libertà la ritroviamo all'interno del processo industriale in un oggetto come una sedia, una cucina, un armadio, in tutto ciò che ci serve e che è in grado anche di esprimere un valore simbolico non esauribile nella soddisfazione della funzione deputata.

La storia del Gruppo Euromobil dagli anni settanta a oggi coincide anche con la storia e l'evoluzione del nostro Paese. È lo sviluppo di una società che, avendo alle spalle la grande tradizione contadina, procede verso una cultura d'impresa che non si separa mai dalle sue radici, ma anzi fa delle proprie origini ragione di identità e di orgoglio. Il Gruppo Euromobil si identifica con il suo territorio e, soprattutto, con l'apertura nei riguardi della cultura visiva contemporanea, alla quale sono sempre da ricondurre le ragioni ultime del design. La tipicità di quest'azienda è significativa in relazione a una serie di passaggi e trasformazioni che hanno accompagnato il suo sviluppo produttivo e che ne fanno, in generale, un modello per l'intero settore del Made in Italy e, in particolare, un riferimento per la produzione dei sistemi abitativi.

Gli anni settanta, il decennio nel quale è collocabile l'origine dell'azienda, è un periodo significativo per quelle trasformazioni che coinvolgono i grandi numeri del mercato: da un modello produttivo artigianale o, come nel caso di Euromobil cucine, da un tipo di produzione destinata a singoli elementi d'arredo, si arriva a una logica di sistema che mantiene due valori fondamentali per il design italiano: il controllo della qualità, esercitato direttamente all'interno dell'azienda, e i concetti di flessibilità e variazione, ovvero la progettazione e la produzione *ad hoc*. Non è stato facile partire da infissi e serramenti in legno e arrivare, nell'arco di pochi anni, a una logica di collezione completa di sistemi abitativi, facilmente adattabili alle diverse esigenze di spazio, mantenendo funzionalità e qualità estetica. Tale risultato è stato possibile grazie alla visione programmatica dei fratelli Lucchetta, in grado di approntare da un lato gli opportuni investimenti nella produzione, dall'altro la crescita culturale e la conseguente trasformazione dell'immagine dei prodotti. Il processo è stato graduale, si è fondato anche su collaborazioni continuative con maestranze e professionisti in tutta la filiera produttiva, e ha corrisposto a una precisa strategia per il futuro integrato dei tre marchi (Euromobil, Zalf e Désirée).

Il principio fondamentale del successo del Gruppo Euromobil consiste nell'aver compreso che la cultura del design non si limita ad affrontare problemi di forma o di linguaggi estetico-simbolici che tengano conto solo "dell'oscillazione del gusto", come scrive Gillo Dorfles (*Le oscillazioni del gusto*, 1966). Più profondamente, l'estetica è stata presente in tutte le fasi del processo produttivo, dai materiali, alle tecnologie, alla scelta di macchinari, alla logistica e organizzazione, comprendendo il ruolo strategico del design in tutte le fasi della cultura industriale, e mettendo al centro la dialettica tra "costanti" e "variabili" estetiche e produttive. Da questo punto di vista è particolarmente significativo il titolo del primo *house organ* del Gruppo, "La Pialla": il ricordo di uno strumento che consente la "variabilità" di esecuzione (come se fosse fatto a mano), insieme alla consapevolezza che per produrre, rivolgendosi a un mercato in espansione, è fondamentale definire e mantenere una "costante qualità". Solo modelli di comportamento che possono essere serializzati consentono di progettare e produrre identità e caratteristiche originali.

Come scriveva un grande filosofo italiano, Enzo Paci, in occasione della prima riunione del nascente Compasso d'Oro nel 1954, "il designer sta tra l'arte e la società e inventa forme che non furono mai realizzate e che, nella loro organicità, esprimono nuovi metodi di vita" (Enzo Paci, *Documenti convegno Compasso d'Oro*, 1954). L'idea vincente del Gruppo Euromobil sta proprio nella comprensione del proprio tempo, utilizzando al meglio le tradizioni artigianali ed essendo in grado contemporaneamente di esprimere e di produrre oggetti necessari e desiderati dai nuovi modelli di vita e di organizzazione sociale presenti nelle varie epoche.

Il disegno industriale è un'attività creatrice che tende alla realizzazione di un ambiente materiale coerente, finalizzato a soddisfare in modo ottimale i bisogni materiali e spirituali dell'uomo. Tale fondamentale finalità spinge verso una produzione all'insegna della coerenza progettuale, nella quale comunque la forma dei prodotti deve possedere una propria specificità simbolica per distinguersi nel mercato. Sin dalle origini, il Gruppo Euromobil ha sempre evidenziato una particolare attenzione nei riguardi della coerenza espressiva. Questa è anche il

risultato di altrettanta conformità ai valori industriali. La forma dei prodotti, dalla comunicazione alle attività culturali, dai luoghi della produzione agli spazi del mercato e della distribuzione, corrisponde in un certo senso al "volto" di coloro i quali sono alla guida dell'azienda, nel nostro caso i fratelli Lucchetta.

Come sottolinea uno dei più importanti studiosi di design, Tomás Maldonado, "per proprietà formali non si devono intendere esclusivamente le caratteristiche esteriori e superficiali, ma quelle relazioni strutturali che conferiscono a un sistema coerenza funzionale e identità formale e che, contemporaneamente, contribuiscono all'incremento della produttività" (Tomás Maldonado, *Disegno industriale: un riesame*, 1976). Già negli anni settanta, ma in modo più evidente nei decenni successivi, anche grazie all'acquisizione dei marchi che si aggiungono a Euromobil (Zalf nel 1974 e Désirée nel 1995), i fratelli Lucchetta dimostrano concretamente che per loro il disegno industriale non svolge un ruolo esclusivamente estetico; ha invece una finalità culturale, ovvero la realizzazione di un mercato nel quale l'acquirente esprime, accanto alla scelta di gusto, un desiderio di consistenza tecnica, strutturale e funzionale. Ecco perché, secondo noi, progettare la forma di un oggetto qualsiasi, soprattutto se destinato all'abitare, significa coordinare, integrare e articolare tutti quei fattori che, in un modo o nell'altro, partecipano al processo costitutivo della forma dei prodotti. La riconoscibilità degli oggetti non è affidata esclusivamente al singolo artefatto, appartiene piuttosto a un sistema di riferimento più generale che coincide con la missione industriale dell'azienda: ricerca, innovazione, insediamento in un territorio specifico, design come presenza strutturale nel processo produttivo e, nel caso dei fratelli Lucchetta, un'esperienza culturale particolare, come l'amore e la passione da veri collezionisti nei riguardi dell'arte contemporanea.

Cosa significa andare oltre i propri orizzonti professionali e produttivi dedicando, in questo caso, tempo, passione e interesse all'arte contemporanea? Credo non sia soltanto l'espressione di scelte personali, ma il vero compimento della propria attività, perché quando si ama la bellezza e la si ricerca con impegno e assiduità nell'arte contemporanea, si svolge bene il proprio mestiere e si è capaci di andare oltre la dimensione tecnica e commerciale del singolo prodotto.

Rispettare l'autore, nel design come nell'arte, vuol dire mettere al centro l'idea superando l'orizzonte dell'artefatto compiuto: come un quadro, anche un oggetto di uso quotidiano è in grado di esprimere significati che superano l'utilizzo e la funzione pratica, proprio perché è manifestazione di una volontà innovativa che cerca, attraverso il pensiero e le idee, di superare il confine della mera realtà d'uso. L'attività di progettazione e di produzione debbono avere al centro il desiderio di espandere gli orizzonti delle tipologie alla ricerca di oggetti in grado di parlare, oltre che alla ragione, anche al cuore. Il Gruppo Euromobil è un'azienda che non dimentica la centralità della dimensione umana, poiché realizza prodotti che esprimono, oltre alla ragione pratica, il nostro desiderio di bellezza.

Aldo Colonetti

Anni settanta: la nascita del Gruppo Euromobil

La produzione in serie e l'evoluzione della cucina in Italia

Il Mobilificio Lucchetta produceva infissi e serramenti in legno. Già dalla fine degli anni sessanta l'azienda ha ipotizzato un cambiamento da una produzione di tipo artigianale a una di tipo industriale organizzata. Il primo esperimento in questo senso sono state delle camere da letto, di cui furono realizzati una cinquantina di esemplari, ma poiché l'investimento iniziale in quel settore era troppo alto da sostenere, per le linee di verniciatura e i macchinari appositi, i fratelli Lucchetta decisero di investire nell'ambito delle cucine, in quanto settore agli inizi e con enormi potenzialità di sviluppo. Era l'anno 1967.

Il cambiamento di rotta del Mobilificio si colloca in un'epoca particolare per il design italiano che si era appropriato delle tradizioni artigianali e delle culture produttive autoctone, costituendo un nuovo rinascimento delle arti applicate, spinto dalle intuizioni della piccola e media industria e dalla strutturazione delle logiche produttive in serie. Il livello tecnologico e industriale raggiunto negli anni sessanta e settanta permise la nascita di nuove tipologie di oggetti e la progressiva trasformazione sia delle abitudini degli italiani, sia delle loro modalità di abitare gli spazi della casa.

Non è casuale che Gillo Dorfles in quegli anni si interroghi sulla diversa natura degli oggetti industrialmente prodotti e sul concetto stesso di produzione in serie, reso possibile dalla capacità della macchina di moltiplicare all'infinito il modello. Questi oggetti, sottolinea Dorfles, sono "concepiti come compiuti nella loro resa finale, ma anche nel processo produttivo, prima della sua stessa attuazione" (*Introduzione al disegno industriale*, 1971, p. 28). Ciò sottolinea che, a differenza di un prodotto artigianale, la creatività del design industriale avviene a monte, nel momento della definizione del progetto, dei relativi standard di modello, delle sue componenti e di tutte le fasi di lavorazione industriale che ne permettono la fabbricazione. I prodotti di serie per loro natura nascono in relazione alle strategie di marketing: ai numeri e ai costi di produzione, alle logiche di distribuzione e di consumo. Questo



Louisiana è una cucina componibile in stile country del 1975, con l'anta in legno di ciliegio, un'essenza nuova per l'epoca, in quanto si utilizzava soprattutto il rovere e il noce. Louisiana presenta anche la Serie Giorno con tavoli e sedie abbinate, con una logica di arredo totale per l'ambiente cucina. Louisiana stabilisce anche il passaggio dalla cucina componibile prodotta a "magazzino finiti" a quella realizzata su ordinazione con il top continuo.

concetto è sempre stato chiaro ai fratelli Lucchetta, i quali hanno investito sui processi produttivi dell'azienda, sullo sviluppo e sulla variazione dei modelli all'interno delle logiche industriali.

L'innovazione tecnologica applicata alla produzione di massa ha permesso la standardizzazione degli oggetti a cui sono conseguite, da un lato, la riprogettazione degli ambienti della casa – significativa è la cucina che torna ad essere centrale nella planimetria domestica – e, dall'altro, la creazione di nuovi bisogni, come la necessità di ottimizzare i tempi di gestione della casa da parte delle donne, sempre più lavoratrici e meno massaie. La comparsa dei prodotti industriali nel quotidiano delle persone ha sancito il concetto del "bello = utile" e ha consacrato il ruolo del design nella progettazione di opere che dovevano essere fruite, comprese e apprezzate dai più. Gli oggetti industriali si radicano nelle pratiche degli utenti, poiché parlano il linguaggio della necessità e dei rituali del quotidiano. Infatti, soprattutto nell'ambito dell'arredamento, il design industriale ha puntato su oggetti che mostravano lo sviluppo tecnico e funzionale, senza rompere con l'estetica della tradizione. Quest'aspetto è riflesso dalle cucine degli anni settanta, alla cui innovazione dal punto di vista tecnologico e produttivo non corrispose altrettanta ricerca nel cambiamento formale. Tuttavia, a partire dagli anni sessanta in Italia, la cucina ebbe una notevole trasformazione. In seguito alla diffusione degli elettrodomestici nelle case, la tipologia di cucina con buffet, controbuffet, tavolo, sedie e stufa – un'organizzazione spaziale presente sin dagli anni venti – si trasformò in favore del modello "all'americana". Quest'ultimo nacque dapprima come blocco di grandi dimensioni contenente gli elettrodomestici, da disporsi lungo le pareti o al centro dei locali. In seguito, poiché non era adattabile alle differenti dimensioni degli ambienti domestici, il blocco fu suddiviso in moduli accostabili in batteria – tre basi più colonna o quattro basi più colonna, generando il modello componibile detto "all'americana" (o *assembled kitchen*). La standardizzazione e la riduzione delle dimensioni degli elettrodomestici permise di allineare le basi-contenitori alla stessa altezza e di costituire un piano unico. E poiché l'area di lavoro passò dal tavolo di servizio distaccato a questo piano, il resto della cucina divenne abitabile come le altre stanze della casa. Analogamente il buffet e il controbuffet furono sostituiti da armadietti pensili, in modo da avere un posto per ogni cosa e ogni cosa al suo posto. L'ordine e la pulizia visiva corrisposero non solo a una maggior sicurezza e facilità d'uso degli elementi, ma stimolarono anche la creazione delle suppellettili di complemento, come tavoli, cassapanche, sedie e banconi. Questo aspetto è ben visibile nel modello Louisiana di Euromobil, uno dei best seller dell'azienda, che ha presentato una linea di arredi in coordinato con il colore del legno della cucina e con il motivo dell'anta a telaio. La Serie Giorno di Louisiana, composta da entratine, due tipi di madie a tre o quattro ante, un tavolo con sedie o panche da appoggiare al muro, era finalizzata a creare un insieme omogeneo e un passaggio graduale dalla zona di lavoro a quella della fruizione del cibo. Dunque, la cucina torna ad essere un locale come gli altri, dove poter abitare al pari del soggiorno, non solo con la famiglia ma con tutti gli ospiti.

Fino alla metà degli anni settanta il modello componibile prevedeva dei moduli a diverse larghezze. Il rivenditore acquistava dall'azienda i moduli finiti, li stoccava nel proprio magazzino e componeva la cucina del cliente in base a quanti elementi potevano stare nella lunghezza della parete finale. L'evoluzione successiva, che compare già a metà degli anni settanta, presentava un piano di lavoro unico, non più tagliato sui vari moduli, che permetteva di completare la lunghezza della parete. Questa innovazione ha segnato il passaggio da un modello fisso di cucina a uno disegnato per le effettive necessità dimensionali degli ambienti. Dunque, l'offerta di prodotto è stata completata con cassettiere ed elementi vari, su cui alloggiare un piano di lavoro unico e ininterrotto. E dal punto di vista industriale, si è passati da una produzione a "magazzino finiti", ossia con lo stoccaggio di elementi pronti da vendere, a una sul venduto, ovvero in base agli ordini specifici. Dal punto di vista estetico la cucina manteneva le tradizionali ante a telaio con specchiature; poche erano le varianti cromatiche e le finiture.

Le prime cucine di Euromobil riflettono non solo una ricerca nella strutturazione della produzione industriale, ma anche la trasformazione della fruizione di questo ambiente. In parallelo con l'ingombro sempre più ridotto degli elettrodomestici, i primi modelli di cucina riflettono la razionalizzazione delle fasi di lavoro. I vari momenti della preparazione del cibo – cottura, lavorazione, conservazione, smaltimento dei rifiuti – sono studiati insieme all'ergonomia, ossia la relazione tra le attività dell'utente e le caratteristiche degli spazi in cui esse si svolgono. A metà degli anni settanta, Euromobil presentava con il modello Solaris una serie di elementi come cestoni rotanti o su binari, che permettevano di accessoriare l'interno dei mobili e organizzarne il contenuto in modo più efficiente.

I prodotti riflettono i cambiamenti sociali degli italiani: da un lato l'emancipazione della donna e la gestione più efficiente del suo tempo, dall'altro la frammentazione degli stili di vita. Su quest'ultimo tema, Euromobil presenta dalla seconda metà degli anni settanta una serie di monoblocchi per residence o mini-appartamenti, da lasciarsi a vista o da nascondere dentro le ante di un armadio. È il caso del Programma 2000, la cucina a scomparsa del 1975, che stava dentro a un vano da 200 × 66 × 124 cm. Il blocco era composto da un piano da 120 cm con due piastre elettriche, uno scivolo e una vasca, una cappa filtrante con luci incorporate e un sistema di mensole a giorno. Dalle ante dell'armadio si poteva estrarre una ribaltina per creare un tavolino d'appoggio. Questo modello, come le successive versioni a uniblocchi, sottolinea l'attenzione dell'azienda per le diverse necessità di composizione spaziale e le nuove tipologie di appartamento e target di utenti.



Prodotta nel 1972, Clara è una delle prime cucine componibili che sostituisce i blocchi da tre o quattro basi più colonna. È una cucina a elementi separati, con piedini a vista in legno, mentre i modelli successivi presentano già lo zoccolo a chiusura. La maniglia è ricavata sulla fascia trasversale in massello di legno. Le finiture sono in color sabbia, verde chiaro e imitazione del legno noce.



Katia, nella versione a uniblocchi prodotta nel 1978, è una soluzione concepita per forniture da residence o per case di vacanza. Gli elementi sono in melaminico color sabbia e castagno con maniglioni in massello di legno e profili in acciaio inox. Questo progetto dimostra l'attenzione di Euromobil, fin dagli anni settanta, verso differenti esigenze funzionali.

L'organizzazione della produzione

La produzione degli anni settanta dovette fronteggiare la grave difficoltà economica indotta dalla crisi petrolifera conseguente alla guerra del Kippur. L'OPEC (l'organizzazione dei Paesi mediorientali esportatori di petrolio) decise di ridurre l'esportazione e aumentare il prezzo del greggio del 70%, fattore che determinò un'alta inflazione nazionale, l'inevitabile ristagno dell'attività economica, una disoccupazione diffusa e l'aumento generale del prezzo dei prodotti finiti. La crisi fu gestita grazie alle risorse territoriali e alle iniziative dei piccoli imprenditori italiani.

La produzione industriale e la creazione di economie di scala permise ad alcuni, tra cui il Gruppo Euromobil, di puntare sulla funzionalità e la componibilità dei prodotti, e su politiche di prezzo che potessero rilanciare i consumi. Da qui l'investimento di Euromobil sui macchinari e su materiali quali i laminati, i melaminici o i polimerici, che permettevano una vasta offerta a costi accessibili. Per fronteggiare la crisi fu necessario valorizzare i modelli di gestione, i metodi di lavoro e condurre un aggiornamento continuo delle tecniche produttive. Per questa ragione Euromobil fu insignita nel 1975 del Premio internazionale Ercole d'Oro, quale azienda leader nel settore delle cucine componibili, capace di esprimere le esigenze correnti in una logica di sviluppo futuro.

Nel Quartier del Piave esistevano varie aziende che producevano arredi a livello industriale, tuttavia il distretto iniziava a organizzarsi solo negli anni settanta. Dalla seconda metà di quel decennio, a fronte della strutturazione dei punti vendita e di una rete di agenti, Euromobil si è estesa a tutto il mercato italiano. Nel 1977 il Comitato del Salone del Mobile del Triveneto ha promosso un documento, la Carta del Triveneto, siglato da produttori, fornitori e agenti del settore. Tale Carta era finalizzata a stimolare la reciproca fiducia e a creare delle sinergie per il miglioramento dei sistemi di vendita e di produzione. Fu redatto un prontuario di regole, ad esempio nella preparazione delle schede degli ordini o dei listini dei prezzi, in modo da offrire più garanzie nei vari passaggi della filiera. La ripresa economica italiana della fine degli anni settanta partì proprio dalla provincia e dall'organizzazione del territorio, dove si stava formando una rete di relazioni umane e di scambio di risorse produttive. Le piccole e medie imprese permisero il trasferimento di *know how* tra settori complementari e la trasmissione di saperi tra fornitori e imprenditori. Ma ciò che permise la rinascita fu la flessibilità produttiva delle aziende, capaci di coniugare la produzione in serie con quella su misura e l'innovazione tecnologica con la tradizione artigianale. In questo senso si mosse il Gruppo Euromobil, investendo sulle tecnologie e i materiali, sull'aggiornamento della produzione e la sistematizzazione del processo industriale e della contabilità.

All'inizio degli anni settanta, quando fu acquistata la fabbrica di Euromobil (a tutt'oggi la sede dell'azienda), passare da una produzione artigianale a una industriale fu un grosso balzo in avanti, che comportò notevoli sacrifici nonché cambiamenti strutturali, organizzativi e culturali. A livello produttivo, i fratelli Lucchetta si sono trovati dal lavorare nel solo contesto locale a interagire con fornitori di materiali e di impianti provenienti da tutta Italia e dall'estero. Questo ha

Nel 1972 i fratelli Lucchetta acquistano il sito di una preesistente fabbrica su un terreno di 17.000 metri quadrati e con una struttura al grezzo da 4000 metri quadrati. Tale fabbrica è stata interamente ristrutturata per alloggiare i nuovi macchinari per la produzione in serie delle cucine ed è a tutt'oggi la sede di Euromobil.





Il primo esempio di organizzazione dell'interno degli elementi con accessori vari. Prima di questa fase c'erano solo le cassettiere, mentre i mobili presentavano all'interno i soli ripiani.

imposto che si strutturassero delle precise logiche di produzione e di gestione degli ordini. Per questa ragione, sin dal momento della conversione del mobilificio a industria, i fratelli Lucchetta hanno sviluppato una contabilità aziendale che partiva dalla realizzazione sistematica dei disegni tecnici. Sono stati tra i primi ad avere un sistema di contabilità organizzato e una gestione degli ordini a schede perforate. Nel 1972 è nata la cosiddetta "distinta base", una scheda cartacea informatizzata che descriveva la composizione di ciascun mobile e che permetteva di conteggiare non solo il preventivo con le singole voci di costo, ma anche di calcolare il prezzo finale di vendita. Nella fase in cui si fabbricava a "magazzino finiti", la distinta base ha permesso una programmazione efficace della produzione, perché le schede davano conto degli effettivi pezzi mancanti da reintegrare nella scorta. Questo permetteva di ottimizzare il ciclo produttivo e l'approvvigionamento dei materiali, senza mancanze o sprechi. L'informatizzazione del processo ha infine consentito di monitorare e aggiornare contemporaneamente tutti i cambiamenti negli ordini.

La modalità di produzione a "magazzino finiti" è stata possibile fintanto che le cucine componibili erano mobili a sé stanti e i modelli, così come le loro variabili di finiture, erano pochi. L'evoluzione della cucina da elementi fissi componibili a spazio su disegno ha determinato una produzione sul venduto e *just-in-time*. Ma ciò non ha cambiato le logiche gestionali delle commesse a mezzo della distinta base.

Tanto la gestione della contabilità quanto l'organizzazione della fabbrica funzionavano secondo logiche strutturate: la catena produttiva e il percorso dei semilavorati nelle diverse macchine erano sistemati secondo delle griglie ortogonali, in modo da ottimizzare lo spazio e ridurre i rischi per gli operai. Come sostiene Gaspare Lucchetta, "Ordine e pulizia generano autodisciplina!".

Non soltanto i mobili e la composizione della cucina conobbero la stessa evoluzione del settore degli elettrodomestici, ma anche la vendita dei prodotti finiti. La cucina si è sviluppata insieme al *built-in* (il sistema di elettrodomestici da incasso) e la standardizzazione di questi ultimi ha permesso che ogni fabbricante potesse utilizzare marche diverse di prodotti sui medesimi modelli di cucina.

Il caso di Euromobil rappresenta un esempio di lungimiranza e di investimento nel management strutturato della produzione, in tempi in cui si lavorava affidandosi prevalentemente all'empirismo dell'"imprenditore-padrone". Pur in una gestione aziendale che appartiene alla famiglia, che è lo storico modello produttivo italiano, i Lucchetta negli anni settanta e ottanta hanno privilegiato gli aspetti tecnico-produttivi diretti, i macchinari e i processi, piantando radici solide per il riposizionamento futuro del Gruppo e per il successivo investimento nel design dei prodotti. Questi fattori hanno costituito la solidità dell'azienda e stimolato il senso di appartenenza delle persone – maestranze e collaboratori impiegati in tutta la filiera produttiva – all'ambiente territoriale e lavorativo.



Camera da letto Zalf, 1976. È una soluzione studiata per due fratelli con un letto che presenta un divisorio nel mezzo. La composizione mostra un'interessante gestione dello spazio: ha una tipologia di letto a cassonetto con un meccanismo che permette alla rete di essere alzata e di ricavare uno spazio di contenimento al di sotto, e la testiera incorpora un vano-panca per il cuscino. Il letto rimane sgombro, sembra quasi un divano e può essere utilizzato anche per il gioco. Gli armadi sono composti da elementi contenitori modulari a diverse altezze e profondità. Questi contenitori non appartengono alla tipologia della camera da letto e possono entrare in differenti spazi della casa.

L'acquisizione di Zalf e il suo posizionamento

L'azienda Zalf è nata nel 1974 da una precedente struttura e il suo nome corrisponde all'acronimo delle iniziali dei quattro soci: Zavarise, Andreola, Lucchetta e Fanizzi. Questa composizione societaria è andata avanti per pochi mesi fino a quando l'azienda è stata rilevata interamente dai fratelli Lucchetta. Al momento dell'acquisizione Zalf era una realtà di 3500 metri quadrati su 10.000 metri quadrati di terreno, ma tutta la linea produttiva è stata rifatta *ex novo* con un notevole investimento. L'azienda si è imposta da subito nel settore delle camere per bambini, ambito produttivo in cui è tuttora leader, per aprirsi all'inizio degli anni ottanta anche al settore del living con sistemi di contenitori, armadi, librerie e soluzioni per ufficio. L'ambito del living era sin dall'inizio un terreno d'approdo dell'azienda, ma negli anni settanta si contano più che altro dei tentativi per ambienti di residence o case per le vacanze. Già dall'acquisizione di Zalf, si evince che nella politica di espansione del Gruppo Euromobil ci fosse l'idea di creare delle sinergie tra diversi marchi d'arredo, in grado di fornire una declinazione d'offerta completa per tutti gli ambiti della casa. E così è stato quando il Gruppo ha acquisito l'azienda di imbottiti Désirée nel 1995.

Il mercato della camera per bambini era poco sviluppato, più aperto alle novità e dunque era più facile inserirvisi con una nuova azienda. Inoltre, poiché era necessario un grosso investimento nelle strutture di produzione, si decise di puntare sulla lavorazione del melaminico, un materiale ben recepito negli spazi del bambino. Il fatto che tale materiale fosse lavorato anche in Euromobil ha permesso al Gruppo di trasferire il *know how* produttivo alla Zalf e di trasmettere sinergie culturali e tecnologiche da un'azienda all'altra.

La camera del bambino era una tipologia d'arredo trascurata che però offriva molti temi d'indagine e sfide dal punto di vista progettuale. La composizione tradizionale presentava ambienti molto sacrificati con mobili di basso livello: letti, guardaroba e tavoli-scrittoio, che spesso andavano a saturare spazi di per sé angusti. Zalf dimostrò da subito il superamento delle tradizionali combinazioni proponendo di intersecare le diverse tipologie e funzioni d'arredo in sistemi componibili e dinamici. Ad esempio, si è lavorato nella riduzione degli ingombri del guardaroba in favore di elementi contenitori più ridotti e versatili. Gli stessi moduli contenitori potevano essere adattati in soluzioni quali comodini, testiere del letto o elementi da libreria, in modo da sfruttare lo spazio in maniera più efficiente. Analogamente, Zalf ha condotto una ricerca anche sul tema del letto, che compare integrato con i sistemi componibili e in soluzioni versatili e multispazio – ad esempio, c'erano diversi modelli di letti a castello, oppure dei letti con reti a cassetto per estrarre il materasso e permettere al bambino di ospitare un amico o, ancora, la rete del letto poteva essere alzata e alloggiare uno spazio di contenimento sottostante. Le composizioni d'arredo consentivano anche di progettare una stanza per due fratelli modulando le esigenze di ciascuno a seconda della fascia d'età. L'innovazione di Zalf in questo ambito risiede proprio nella concezione di un ambiente per ragazzi che si evolve con l'età e con le differenti necessità di personalizzazione dello spazio legate, ad esempio, allo studio o al gioco. In un articolo nell'*house organ* "La Pialla" del 1977 si sottolinea, a ragione, quanto la composizione della camera del bambino possa influire sul suo sviluppo e sulla sua educazione. Una progettazione funzionale della stanza può conferire un maggiore senso di ordine e d'igiene che educa il ragazzo all'autodisciplina. Inoltre, poiché i sistemi componibili divengono più accessibili e adatti alle dimensioni del bambino, si riducono anche i rischi d'infortunio.

Come accennato, sia la produzione degli spazi per ragazzi sia i primi sistemi componibili per la zona giorno di Zalf sono soluzioni modulari in pannelli di melaminico. Questi sistemi di arredo compaiono nel panorama italiano proprio nel corso degli anni settanta, con la diffusione delle tecniche di lavorazione industriale del melaminico, e rappresentano uno dei livelli più avanzati della produzione meccanizzata nell'ambito del mobile. Si fa strada il concetto di spazio attrezzato nella composizione della casa, a fronte dello studio sulla modularità delle unità costruttive: le basi di tipo "piano" – spalle, schienali e ripiani, profondi 60 cm per la camera da letto e 40 o 30 cm per la zona giorno – e i principi di componibilità geometrica tridimensionale.

Prima della comparsa dei sistemi componibili non esisteva neppure un termine nel vocabolario dell'arredo, a parte "armadio", che identificasse le strutture per il contenimento. I casi preindustriali erano per lo più mobili su disegno o arredi fissi. In Italia, gli studi sugli arredi modulari iniziano alla fine degli anni cinquanta, ma vengono messi a punto nel momento in cui l'industria permette la



Zalf ha sviluppato un sistema componibile a passo 32 mm per combinare i contenitori fino a un'altezza di 256 cm più zoccolo. I moduli presentano larghezze di 45, 55, 90 e 110 cm. Tali contenitori possono essere chiusi con ante o lasciati a giorno per creare una sorta di libreria. Zalf realizza anche letti estraibili e adatti a mini-appartamenti o case per vacanze.



Tra le prime tabellari di Zalf compaiono delle immagini che raffigurano il prodotto all'interno di mascherine su fondo colorato. La mascherina a forma di lampadina rafforza il pay-off "è un'idea" e i concetti di intuizione e versatilità dei sistemi componibili.

prefabbricazione e la lavorazione in grande serie di determinati materiali. Questa tipologia d'arredo si evolve negli anni settanta anche grazie alla strutturazione dei processi di lavorazione a catena di montaggio e delle procedure di trasporto di semilavorati e pezzi finiti. Non è casuale, infatti, la ricerca di molte aziende del design italiano in prodotti smontabili, trasformabili o multiuso.

Zalf, dunque, propone il tema della componibilità in un momento in cui la sperimentazione pura aveva dato luogo all'industrializzazione dei prodotti. È anche il periodo in cui il mobile componibile era stato "sdoganato" nelle case degli italiani, soprattutto nel mercato di fascia media, grazie all'accessibilità dei prezzi. Zalf propone dei sistemi a passo 32 cm, che garantiscono le corrispondenze in lunghezza e altezza degli elementi, con la variazione delle profondità. La tinta del melaminico è per lo più un color ciliegio chiaro, secondo il gusto dell'epoca e gli orientamenti di mercato. Il modello Lorena presenta un rinnovamento nell'ambito delle finiture con l'introduzione del colore: avorio, blu, frassino e noce, che rendono il sistema più versatile per altre ambientazioni, come ad esempio le camere d'albergo o le case per diversi target di clienti. Infatti, la fornitura per residence o per la casa delle vacanze fu la più appropriata. Molte le soluzioni presentate nelle campagne pubblicitarie alla fine degli anni settanta: armadi componibili, cassettiere, elementi contenitori con cui comporre una parete attrezzata comprensiva di scrittoio, divani-letto parzialmente incassati nelle librerie-contenitori. I componibili Zalf offrivano anche soluzioni multispazio per piccoli ambienti integrati con le cucine: il Programma 2000 prevedeva la progettazione di spazi con il sistema Zalf insieme alla cucina monoblocco a scomparsa. Lo stesso slogan pubblicitario, "un'idea che arreda", sottolineava la versatilità delle varie componenti e l'ingegno sotteso alla loro possibilità di combinazione.

Il Programma 2000, così come il successivo Nuovi Orizzonti di Zalf coordinabile con la cucina Rubino di Euromobil (1982), rappresentano la volontà del Gruppo di fornire un arredo totale: dall'ingresso, alla cucina, alle camere, al soggiorno, allo studio, allo spazio per i ragazzi, utilizzando un programma di mobili trasversale nelle corrispondenze dimensionali, nei materiali e nelle finiture. Quest'idea della combinazione tra cucina e ambiente soggiorno fu abbandonata nel corso degli anni ottanta perché all'epoca il melaminico era difficile da recepire negli ambienti living. Oggi il prodotto è notevolmente migliorato nella definizione e nella qualità della stampa, raggiungendo alti standard di qualità, resistenza ed estetica.

Dal 1974 al 1984 l'*house organ* "La Pialla" è stato un utile strumento per comunicare e diffondere le iniziative e i prodotti del Gruppo Euromobil e arrivare al punto vendita. Le copertine, così come gli editoriali all'interno, trasmettono un'idea della situazione politico-economica dell'Italia in quel periodo.



La comunicazione del Gruppo Euromobil

L'*house organ* "La Pialla", pubblicato a cura del Gruppo Euromobil dal 1974 al 1984 e realizzato dall'agenzia per la comunicazione Pimex di Padova, ha rappresentato una modalità per comunicare le iniziative dell'azienda e l'evoluzione dei prodotti ai fornitori, ai rivenditori e al cliente finale. Era soprattutto uno strumento per raggiungere il punto vendita. "La Pialla" non era soltanto un contenitore di tabellari pubblicitarie o di redazionali sui prodotti, ma ha rappresentato anche l'umore dei tempi e le problematiche legate alla filiera produttiva. Infatti, al suo interno comparivano resoconti su questioni tributarie, ad esempio la presentazione del modello 740 per le tasse, c'erano analisi sull'andamento del mercato del mobile in Italia e delle fiere di settore e si presentavano anche delle indagini etnografiche sul cambiamento di mercato; oppure articoli sulla crisi dei matrimoni alla fine degli anni settanta e su come essa avrebbe potuto influire sulla produzione e la vendita nell'ambito dell'arredo.

Interessanti le indagini sul rapporto tra gli attori della filiera del mobile – produttori, fornitori, agenti, distributori e negozianti – finalizzate a evidenziare le carenze di comunicazione e a migliorare le relazioni e i reciproci servizi.

Ne "La Pialla" comparivano anche le rubriche "Consigli dell'arredatore", strutturata come una pagina di lettere in cui l'esperto risponde alle domande poste dal cliente finale, e "Il mobile attraverso i secoli", un'analisi dell'evoluzione degli

arredi nelle epoche storiche. A complemento di questa parte c'era anche un glossario sull'arredo per spiegare termini quali "consolle", "bergère" e "grottesca". Un'altra singolare area tematica all'interno de "La Pialla" era la pagina dedicata alla musicologia, che poi ha lasciato spazio alle lezioni di storia dell'arte, alla rubrica "Saper vedere" e ai profili degli artisti che il Gruppo Euromobil promuoveva in prima persona. L'apertura alla musicologia, così come all'arte, testimonia il desiderio del Gruppo di trasmettere cultura a trecentosessanta gradi.

L'osservazione de "La Pialla" a trentacinque anni di distanza aiuta a comprendere alcuni trend stilistici e di produzione che si sono susseguiti nel settore del mobile. Ad esempio, il ritorno a un arredo più classico o rustico, che ben si evince dalle tabellari delle aziende venete presenti, è stato spinto dalla crisi politica ed economica della fine degli anni settanta, che ha comportato un ricorso a estetiche più rassicuranti e a linguaggi collettivi più radicati, soprattutto nella fascia media di mercato. Questo fenomeno è evidente anche negli slogan delle cucine Euromobil: "Louisiana, un antico di oggi" o "Nadia: un amore che dura nel tempo". Oppure negli articoli intitolati "Sapore d'antico, sempre attuale!", che rimarcavano con gaudio la ricomparsa di vetrinette, vetri piombati molati, ante a telaio dalle specchiature evidenti e le lavorazioni del legno che ricordavano nei dettagli quelle artigianali.

L'esame de "La Pialla" permette altresì di tracciare la storia della comunicazione pubblicitaria del Gruppo Euromobil. Le prime tabellari di Euromobil e di Zalf raffiguravano le immagini di prodotto in *still life* all'interno di mascherine su fondo colorato: l'idea era quella di rafforzare lo slogan pubblicitario e il concetto di base facendo apparire i prodotti alla stregua delle vignette dei fumetti. La mascherina tonda dentro cui comparivano le cucine Euromobil si accostava al pay-off "non vendiamo bolle di sapone", e la grafica richiamava il concetto dei detersivi da cucina e della pulizia. Analogamente, la mascherina a forma di lampadina delle tabellari di Zalf sottolineava il concetto di intuizione, rafforzato dallo slogan "è un'idea". Simile la mascherina a nuvoletta, in cui il pay-off recitava "è bello sognare la realtà". Tra gli slogan più utilizzati nelle campagne di Zalf c'era "realizziamo cose vive" (1974), che sottolineava la versatilità compositiva dei sistemi proposti dall'azienda. Infine, lo slogan del 1981, "tempi di spazi nuovi", dava risalto al cambiamento di mercato che Zalf si apprestava ad affrontare nel corso degli anni ottanta.

Le pubblicità degli anni settanta di Euromobil affiancavano a una comunicazione più consueta, quella dell'ambiente cucina in *still life*, immagini in cui compariva la figura umana. Questo fattore era innovativo per l'epoca e permetteva anche di far comprendere le proporzioni degli elementi rispetto all'utente e lo studio dell'ergonomia.

"La Pialla" ha rappresentato per il Gruppo Euromobil anche una modalità per annunciare ai clienti gli investimenti pubblicitari nei diversi media (riviste cartacee, televisioni, spot per cinema, fiere ecc.). Questo ha permesso di comunicare la vivacità dell'azienda e gli sforzi intrapresi per farsi conoscere.

Per quanto riguarda i loghi delle aziende, Euromobil, il cui nome testimonia il desiderio di essere internazionale, di guardare all'Europa, all'inizio compare con una doppia C che significava Cucine Componibili. Il nuovo marchio con la "E" stilizzata, ispirata all'opera di Giuseppe Capogrossi, è stato sostituito nel 1993. Il logo di Zalf, invece, presenta una sorta di ricciolo che richiama una chiocciola come simbolo di casa. Il successivo marchio ha utilizzato il medesimo tema della chiocciola, richiamando nel segno anche l'idea del moto dinamico. Il progetto grafico di entrambi i marchi è stato sviluppato dall'agenzia Bianchi & Kerrigan.

Anni ottanta: consolidamento e nuove strategie aziendali

L'informatizzazione del processo produttivo

La produzione di Euromobil è proseguita con una gamma ristretta di modelli fino al 1985. In seguito alla trasformazione del mercato, è stato necessario produrre non solo altri modelli, ma anche più elementi che permettessero la personalizzazione e la differenziazione delle composizioni. Il mercato della cucina si stava spostando sempre più verso lo sviluppo di sistemi cucina variabili e una produzione *on demand*.

La trasformazione della cucina da elementi fissi a sistemi variabili ha comportato che non si fabbricasse più a "magazzino finiti", ma sul venduto.

Pertanto, dalla prima metà degli anni ottanta, in Euromobil si sono riorganizzati la contabilità industriale e l'intero ciclo produttivo attraverso nuovi meccanismi gestionali. Dalla distinta base fissa, che corrispondeva a una serie di schede che descrivevano ciascun componente del mobile, si è passati alla "distinta base neutra" gestita dal sistema informatico AS400, progettata nel 1982 e attuata nel 1985.

Nell'AS400 ciascun elemento della cucina e le sue componenti venivano rappresentati privi di quei campi fissi che indicavano i materiali, le dimensioni o le differenti finiture. Ossia era stato creato uno strumento in partenza neutro, su cui inserire le variabili degli elementi a mezzo di codici. Questi erano (e sono) uniformati in tutta la catena produttiva permettendo in ogni momento di individuare, ad esempio, il colore della cassa o dell'anta, la forma della maniglia o dello zoccolo. La distinta base neutra ha dunque consentito una grande flessibilità rispetto agli ordini e l'utilizzo di uno strumento comune a tutte le fasi di produzione.

In quegli anni il Gruppo Euromobil ha investito sui macchinari flessibili a controllo numerico e sull'informatizzazione dell'intera logistica, individuando un processo tuttora attivo. Dalla distinta base neutra, che calcola tutte le variabili dei pezzi degli ordini, il sistema informatico centrale genera i codici a barre che vengono trasferiti su tutti i pezzi in fabbricazione.

Quindi le macchine a controllo numerico leggono i suddetti codici, apposti sui semilavorati, apportandovi la lavorazione specifica: taglio dei pannelli, foratura, inserimento della ferramenta, montaggio in linea, smistamento dei pezzi, imballaggio, stoccaggio nel magazzino automatizzato e infine il carico sui camion per la spedizione. Il sistema a codici a barre e la gestione informatica del processo hanno permesso di tracciare l'intera linea produttiva di ciascun elemento senza rischio di errore. Analogamente, la produzione con le macchine a controllo numerico ha consentito la lavorazione dei differenti pezzi senza interrompere il ciclo di fabbricazione, perché ogni variazione è riconosciuta a mezzo del codice a barre. Comprendere e mettere a punto questa logica produttiva nel nuovo ciclo è stato lungo e complesso. E solo dopo l'attuazione di questa trasformazione è stato possibile pensare al Progetto Soluzione di Zalf e al Progetto Multisystem di Euromobil, sviluppati negli anni novanta.



L'interfaccia del programma grafico ADA viene realizzato nel 1986 e consente di visualizzare la cucina nella sua fase di progettazione a mezzo di immagini in pianta, prospetti e assonometrie tridimensionali. Il sistema centrale verifica l'ordine ed esegue il lancio della produzione. Al rivenditore giunge una conferma con la descrizione analitica dei vari pezzi.







I layout produttivi di Euromobil e Zalf sono sempre stati strutturati secondo binari ortogonali in cui scorrono i semilavorati nelle varie fasi di lavorazione: taglio dei pannelli, bordatura, foratura, montaggio in linea, smistamento dei pezzi, imballaggio e stoccaggio nel "magazzino finiti". Nelle foto gli impianti produttivi Euromobil alla fine degli anni settanta.

Dal 1978 al 1986 è stato messo a punto il programma grafico ADA (Automazione dell'Arredamento), che ha consentito di progettare ambienti cucina personalizzati in cui gli elementi e le relative funzioni si adattassero in maniera più funzionale allo spazio preposto. ADA non è un semplice programma di disegno, perché permette di scomporre lo specifico ordine nelle sue componenti e di computarne il preventivo. Questo perché il programma è collegato al sistema informatico centrale che gestisce la distinta base neutra e il sistema dei codici a barre per le macchine a controllo numerico. Il sistema integrato di contabilità e di produzione è funzionale al cento per cento solo da cinque anni. Sono state necessarie lungimiranza, pazienza e costanza perché, soprattutto negli anni ottanta, si sono verificati degli ostacoli tecnologici legati agli hardware dei computer, non ancora interfacciabili con il programma grafico ADA e IBM sistema 38. Infatti, sono state apportate modifiche *ad hoc* al sistema informatico centrale per permettere il dialogo tra i vari settori. Con la distinta base neutra e il programma grafico ADA, che dal layout della cucina rimanda alla specifica dei pezzi e delle relative componenti, si è ridotto notevolmente il rischio di errore negli ordini. Come fase finale della nuova logistica, si sono riprogettati i listini di Euromobil e Zalf, in modo da collegare tutte le possibilità di variazione sui modelli e la loro composizione con la distinta base e il sistema informatico. A tutt'oggi i rivenditori di Euromobil sviluppano il progetto della cucina – ma anche la composizione dei sistemi di Zalf – a mezzo del programma ADA. Questo è stato anche un efficace supporto di marketing e un dispositivo per fidelizzare il rivenditore, che si è abituato a progettare le offerte per l'utente finale con tale strumento. Il programma ADA è utilizzato anche nella gestione dell'immagine aziendale negli allestimenti dei negozi, come ad esempio negli "shop in shop" all'interno degli showroom multimarca.

Questi nuovi strumenti hanno permesso al Gruppo Euromobil di migliorare efficienza e competitività nello strutturare un'offerta non solo di prodotti ma anche di servizi immateriali. Infatti, più in generale, l'innovazione principale sottesa a questo processo di riorganizzazione produttiva risiede nella costruzione di una rete informativa tra fornitori, produttori, venditori e clienti finali. Non è un caso che proprio a metà degli anni ottanta si registri un incremento dell'export; ad esempio Zalf fu per la prima volta esportato in Svizzera, Francia, Gran Bretagna, Stati Uniti, Singapore, Iran e Arabia Saudita. E su una tale rete di relazioni, le cui basi sono state gettate proprio in quest'epoca, il Gruppo Euromobil può oggi impostare la propria strategia di crescita nel contesto globale.

L'azienda ha comunicato la nascita del programma ADA ai suoi clienti a mezzo del nuovo *house organ* "Euronews", sottolineando la filosofia sottesa a questo investimento: "Euromobil deve in larga misura il proprio successo alla sua capacità di ideare e di realizzare tempestivamente strategie imprenditoriali di ampio respiro, che si confrontano in modo vincente con le trasformazioni della tecnologia industriale contemporanea e tengono conto degli scenari che caratterizzeranno i modi di vivere e di produrre in un futuro molto prossimo" (*Comunicare con il computer*, in "Euronews", febbraio 1986).

Tra la fine degli anni ottanta e l'inizio del decennio successivo, il Gruppo Euromobil annuncia l'espansione degli stabilimenti produttivi. Zalf nel 1990 ha raggiunto i 15.000 metri quadrati di edifici. Tale ampliamento è stato la conseguenza della riorganizzazione complessiva del ciclo produttivo che, con le nuove macchine a controllo numerico, ha raddoppiato la produzione giornaliera. In Euromobil, invece, si è eretta, a fianco dello stabile che ospita gli impianti, una nuova struttura per ospitare lo showroom, il nuovo magazzino e gli uffici di progettazione per un'area complessiva coperta di 26.000 metri quadrati. Nella comunicazione dell'ampliamento aziendale si sottolinea l'importanza della ristrutturazione degli uffici. Questi spazi di lavoro, realizzati in base a principi di comfort, razionalità ed efficienza, assumono in questo periodo una grande importanza, proprio perché il sistema della produzione è stato unificato e centralizzato a mezzo del sistema informatico: fabbrica, amministrazione e uffici commerciali, rete di vendita e clienti comunicano ora in tempo reale.

Euromobil: il decennio di transizione

Il riposizionamento di Euromobil da una fascia media di mercato a una più internazionale medio-alta/alta si attua negli anni novanta con lo sviluppo del Progetto Multisystem; ma ciò non sarebbe stato possibile se negli anni ottanta non si fosse puntato sulla riorganizzazione della logistica produttiva e sul cambiamento estetico dei modelli. Si era compresa la necessità di realizzare dei prodotti più contemporanei, e di creare un'immagine aziendale attraverso una strategia globale che collegasse la filosofia dell'azienda al mondo della cultura e dello sport. Negli anni ottanta, il Gruppo ha intensificato la sua attività di sponsorizzazioni sportive e di mecenatismo artistico, partendo proprio dal territorio veneto, come testimonia l'attività di promozione della realtà artistica locale. Il riposizionamento rispetto al mercato è stato lungo nel tempo anche a causa della necessità da un lato di addestrare le maestranze, i fornitori e la rete vendita ai nuovi processi produttivi, dall'altro di far recepire la trasformazione in atto ai clienti finali.

In questa fase di passaggio Euromobil presenta dei modelli "rassicuranti", sui quali poter mettere a punto la riorganizzazione interna e le innovazioni produttive, senza comunicare un cambiamento radicale dal punto di vista formale. Le cucine esibiscono una variazione sul tema dell'anta a telaio, declinando l'offerta su una scelta estetica molto ampia. Lo stesso mercato dell'arredamento negli anni ottanta evidenzia un grande eclettismo formale – dal razionalismo al neoromanticismo delle forme, dal postmodernismo che citava i difformi linguaggi della tradizione al minimalismo che puntava sulla riduzione degli elementi e sulla monomatericità. Ciò dipese in gran parte dalla frammentazione della domanda negli stili di vita, nei modelli culturali e nel reddito. Con i suoi prodotti Euromobil ha accontentato il pubblico più attento alle tendenze high-tech, introducendo in modo sempre più evidente l'acciaio e nuove lavorazioni del laminato, così come ha proposto modelli di cucina più classici con la familiare tinta rovere. Un esempio di quest'ultima tipologia è la cucina Ninfea, con ante a telaio dalla specchiatura mistilinea, piani lavoro in marmo o granito e lavelli in rame. La Ghibli mostra un'anta impiallacciata, dotata della propria linea di complementi d'arredo, mentre il modello Estasis presenta delle mensole a muro con boiserie e pensili a vetro che richiamano le tradizionali vetrinette. Nell'ottica della tradizione anche la cucina Nadia, un modello nato nel 1978, ebbe un grande successo negli anni ottanta; il legno di rovere insieme all'alto spessore dello specchio dell'anta (22 anziché 16 mm), che conferisce al pannello una sensazione di robustezza, hanno decretato la sua immagine di prodotto familiare e duraturo nel tempo.

Tuttavia, anche nei modelli dall'estetica più classica si cerca una sperimentazione nella logica compositiva dell'ambiente cucina: ad esempio il modello Scacco, anch'esso in tinta rovere con anta a telaio, presenta la possibilità di avere un modulo a isola come piano di lavoro, elemento innovativo nel 1986 perché il blocco a isola, che integrerà anche la zona cottura, si svilupperà solo a partire dal decennio successivo. Euromobil, dunque, inizia a proporre delle cucine per esigenze più specifiche. Un caso significativo è NewForm, comparsa alla fine degli anni ottanta: una cucina-laboratorio rivolta ai gourmet, che punta sullo



Cucina Universiade, 1985. La fresatura del laminato in polimerico a doppio strato permette di creare una sorta di disegno a cornice che conferisce un aspetto più moderno rispetto alle tradizionali ante a telaio. La cucina presenta una vasta gamma di elementi che permettono molteplici combinazioni nello spazio.

sviluppo della zona cottura composta da un blocco centrale integrato da 150 cm, completo di piano cottura a quattro fuochi, friggitrice, barbecue, piastra elettrica, bistecchiera e una cappa d'acciaio lunga tutta l'estensione del blocco. Il tema della cucina-laboratorio sarà ben sviluppato nel decennio seguente.

Per rispondere alla frammentazione della domanda era necessario aumentare l'offerta puntando sulla diversificazione delle finiture e, di conseguenza, dei prezzi. Il modello Airone era composto da un laminato postformato lucido molto resistente, con leggere ondulazioni diagonali, quasi una traccia grafica, che conferivano effetti di vibrazione della luce sulla superficie. Il laminato era presentato in bianco, ma si potevano comporre soluzioni alternative con cassetti, pensili e basi in colori giallo, grigio e rosa. La campagna pubblicitaria evidenzia questo alternarsi dei colori che richiama il cromatismo di molti prodotti del Gruppo Memphis degli anni ottanta.

Un modello di grande successo è stata Universiade, il cui nome deriva dalla sponsorizzazione delle Universiadi nel 1985. È stata la prima cucina in laminato polimerico con lavorazione sagomata dell'anta: il polimerico aveva un doppio spessore bianco e grigio che, fresato a macchina, dava luogo a una sagomatura grigia che usciva dallo strato sottostante. Il disegno era molto pulito, ma il richiamo all'anta a telaio ricordava ancora un linguaggio classico.
Il passaggio all'anta liscia è stato graduale.
Il primo modello che l'ha inserita è Lady, con la particolarità dello spigolo arrotondato sui due lati verticali. Lady rappresentava una proposta per una fascia più alta di mercato, perché più alto era l'investimento nei materiali: un laccato in poliestere, piani di lavoro in granito nero d'Africa o marmo di Carrara, e cassetti con maniglie a pomolo in marmo marquinia (nero striato). Nei redazionali dell'*house organ* si sottolinea quanto questa cucina costituisca l'ambiente per tutta la famiglia. E infatti vengono inseriti divani o elementi di arredo più simili a quelli impiegati nella zona giorno, piuttosto che nella cucina.

Il modello che in questo decennio incorpora tutte le novità che poi hanno traghettato Euromobil verso il riposizionamento di mercato con il Progetto Multisystem è stata la cucina Vanity, progettata nel 1988, periodo in cui il Gruppo ha istituito le unità di Ricerca e Sviluppo (R&S) per i vari marchi, con cui hanno collaborato in maniera continuativa, tra gli altri, Roberto Gobbo e Domenico Paolucci.

Il Gruppo ha dunque puntato maggiormente sul design. L'anta liscia di Vanity ha lasciato spazio alla progettazione della modulistica e all'accostamento tra materiali diversi. Vanity ha evidenziato non solo una maggiore attenzione alla questione spaziale, ma anche all'idea di cucina-laboratorio.

Grande importanza assumono le zone per la preparazione e la conservazione del cibo, con un'attenzione all'ergonomia e alle ultime innovazioni nell'ambito degli elettrodomestici. Vanity da subito viene comunicata come un prodotto di livello superiore da un punto di vista sia tecnologico (ampia la gamma di accessori e attrezzature), sia estetico.

Bianco, con riflessi semilucidi nel laminato polimerico, esaltati dal nero e dal color faggio dei



La cucina Vanity, progettata nel 1988 dall'unità Ricerca e Sviluppo Euromobil (R&S) e dall'architetto Roberto Gobbo, rappresenta uno dei modelli più innovativi di quest'epoca. L'anta liscia in laminato polimerico ha gli spigoli leggermente arrotondati – un raggio di 8 mm che è una curvatura nuova per il periodo. L'anta liscia permette più libertà compositiva nella modularità degli elementi e nella possibilità di abbinamento tra i materiali e, pertanto, consente di concentrarsi sulla progettazione dello spazio. Il laminato polimerico avvolge tutto il pannello sui quattro lati per conferire un'immagine pulita, senza punti di unione visibili. Euromobil è tra le prime a utilizzare questa nuova tecnologia che conferisce quel valore aggiunto rispetto al panorama corrente dei prodotti. Vanity incarna il primo passo verso la logica del Progetto Multisystem. E il modello, con un raggio di curvatura da 3 mm, esiste ancora.

dettagli, il modello presentava un particolare piano di collegamento che perimetrava l'ingombro della cucina in sommità e a filo della colonna o del pensile più sporgente.

Per la sua versatilità compositiva, Vanity ha avuto diversi sviluppi ed è stata inserita all'interno del Progetto Multisystem.

Zalf: un programma di arredo integrato

I programmi di Zalf fino agli anni ottanta erano abbastanza ridotti nelle finiture e nella possibilità di composizione modulare. Il primo sistema integrato per la casa è stato Nuovi Orizzonti, prodotto nel 1982. Il programma prevedeva una serie di elementi contenitori a giorno e con anta, con cui costruire pareti attrezzate o addirittura divisori per ambienti. Nuovi Orizzonti presentava una modularità più complessa con l'aggiunta anche di una boiserie a parete su cui apporre delle mensole – questo era un elemento nuovo per Zalf e più in generale per il mercato. La flessibilità del sistema nasce dall'intuizione del Gruppo Euromobil di creare integrazione e trasversalità tra i prodotti di Zalf ed Euromobil. Infatti, Nuovi Orizzonti e la cucina Rubino potevano essere combinati tra di loro a mezzo di una corrispondenza di motivi formali, materiali e finiture. La collezione di Nuovi Orizzonti comprendeva anche tavoli e complementi

di arredo in modo che il passaggio dalla cucina alla zona giorno potesse avere il medesimo linguaggio formale. L'intuizione di realizzare dei mobili coordinabili o un arredo ibrido che potesse essere impiegato anche negli ambienti di passaggio, non solo in cucina, fu molto acuta. Difatti, la produzione di un arredamento polifunzionale è una tendenza recente, che si è sviluppata con la costruzione di planimetrie abitative meno strutturate o con gli open space, mentre all'epoca non rispondeva a una vera esigenza di mercato. Nell'ottica della declinazione degli arredi in tutti gli ambienti della casa è stato anche il coevo sistema Sprinter del 1982. Rispetto al precedente, Sprinter presenta un ampliamento dell'offerta dei componibili a parete e dell'arredo coordinabile, come ad esempio la gamma di letti, le cassettiere e gli scrittoi, che permettevano l'utilizzo del medesimo sistema dal living alle camere per ragazzi. Nel 1987 Sprinter è stato declinato anche nell'ambiente dell'ufficio. Non si trattava di ambienti di lavoro professionali, ma di spazi adibiti a studio o *home-office*. E anche questa intuizione avviene in un'epoca in cui l'ufficio domestico non costituiva ancora una consuetudine. Infatti, quest'applicazione non nacque per inserirsi nel settore dell'ufficio, quanto per dimostrare la versatilità del sistema. L'ufficio Sprinter ampliava l'offerta con una collezione di scrivanie e mobili attrezzati – schedari estraibili e cassettiere a chiave su ruote – tutti disponibili nelle medesime finiture.



Il sistema Sprinter di Zalf nasce nel 1982 ed è impiegato sia nel living che nella zona notte con una certa versatilità. Il sistema può essere utilizzato anche come interparete per frazionare gli ambienti, come nel caso di questa camera da letto per due fratelli. Nell'ottica di un arredo globale, Sprinter presenta non solo una modulistica più ampia, ma anche una collezione completa di letti, cassettiere e scrivanie per gli spazi dei ragazzi. Sprinter introduce una nuova lavorazione dell'anta con macchine che realizzano bordature stondate anziché a spigolo vivo. Le finiture sono color noce o bianco con la possibilità di avere il profilo del mobile uguale alla maniglia.



L'ufficio Sprinter di Zalf, 1987. Non si tratta di un ufficio professionale ma domestico. Al sistema componibile Sprinter sono aggiunti scrivanie e mobili attrezzati, come schedari estraibili e cassettiere a chiave su ruote. Questi complementi hanno le stesse finiture del sistema per il living e presentano angoli stondati e bordi in legno massello per una maggiore resistenza agli urti. L'ufficio Sprinter ha anche un'interparete con profondità di 60,7 cm.



L'*house organ* "Euronews" fu pubblicato dal 1985 al 2000 e distribuito a seimila utenti tra clienti, rivenditori e fornitori. Le copertine e il layout grafico si trasformano progressivamente per assomigliare sempre più a una rivista di settore. "Euronews" rappresenta l'esigenza del Gruppo Euromobil di comunicare i valori dell'azienda, diffondere la cultura nell'ambito dell'arte e dello sport e di rendersi unici e riconoscibili.

L'inizio della corporate identity

Nell'ottica del cambiamento che il Gruppo Euromobil stava attraversando, l'*house organ* "La Pialla" si presentava come uno strumento inadatto: un'immagine poco accattivante, una grafica obsoleta e un nome troppo connesso al mondo del falegname e a una realtà di provincia. Così nel 1985 il Gruppo decise di investire su un'altra pubblicazione: "Euronews", che sin dal nome voleva comunicare un segnale forte di cambiamento e sottolineare la trasformazione culturale e produttiva dell'azienda. Il sottotitolo della testata, "Arredamento, Arte, Informazione, Sport", indicava gli interessi del Gruppo e gli investimenti futuri. "Euronews" fu pubblicato fino al 2000 e distribuito a seimila tra clienti, rivenditori e fornitori.

L'azienda ha cercato un'altra modalità di dialogo: comunicare i valori del Gruppo per renderlo unico e distintivo e, come finalità secondaria, mostrare i prodotti. Un segno evidente sono proprio le pagine dedicate all'arte che "Euronews" pubblica subito dopo l'editoriale di apertura. Emblematico è quello di una delle prime uscite: "Euromobil è consapevole di essere un'azienda che si dischiude a nuovi orizzonti e prepara la sua evoluzione nel futuro portando la propria immagine in ambiti diversi. Per questo, oltre che nel settore sportivo, ha scelto di essere attiva anche sul piano della cultura. È all'insegna di questa linea d'intervento che ha promosso un'iniziativa culturale di grande risonanza" – si fa riferimento alle tre mostre del pittore Ottorino Stefani ("Euronews", settembre 1985).

Dunque, si iniziava a comprendere come l'arte fosse a fondamento della comunità, non tanto come fenomeno legato al collezionismo, quanto come strumento per stimolare il rapporto tra il mondo della produzione e quello della creatività. Nel rapporto tra impresa e arte, quest'ultima contribuisce a generare l'identità aziendale, non solo perché ne dà riconoscibilità nei confronti del mondo esterno, ma anche perché stimola la "voglia di appartenenza" al gruppo di coloro che nell'azienda partecipano al processo produttivo. Le iniziative di sponsorizzazione e di mecenatismo artistico del Gruppo Euromobil hanno concorso a creare l'identità dell'azienda e la sua unicità. L'arte è stata uno strumento di crescita culturale della famiglia, ma anche dell'impresa. Nel 1987 nasce il marchio Euromobilarte per le sponsorizzazioni artistiche, finalizzato a dare più peso all'attività specifica.

Come affermato, in "Euronews" compaiono ampi articoli sui profili degli artisti all'inizio dei numeri anziché alla fine come ne "La Pialla". In essi è manifesto un intento di divulgazione culturale al di là della mera promozione dell'attività di sponsorizzazione. Allo sport sono invece dedicate le pagine conclusive con la testatina "Eurosport". E questa modalità di comunicazione ricorre con una certa sistematicità. Nel corpo della rivista compaiono i redazionali sui prodotti, permangono i consigli del fiscalista come ne "La Pialla", ma i contenuti si svincolano dalle questioni sull'andamento economico del Paese e dai problemi della produzione a livello locale. In "Euronews" si dà molto spazio alle campagne pubblicitarie del Gruppo e alla comunicazione degli investimenti promozionali, non solo come campagne istituzionali e pianificazioni pubblicitarie sui vari media, ma anche come cataloghi e nuovi strumenti di vendita. Si rendono note anche le innovazioni tecnologiche su cui il Gruppo Euromobil ha investito, come l'ampliamento delle strutture produttive, il programma ADA o l'impianto del telefax (1986), oppure l'estensione del software ADA alla progettazione dei punti vendita (1993) e il numero verde per i clienti (1995).

Il nuovo assetto dell'*house organ* ha coinciso con il passaggio nel 1986 all'agenzia di comunicazione Bianchi & Kerrigan, che ha collaborato all'immagine coordinata dell'azienda fino al 2003. Il layout grafico di "Euronews" era più vicino a quello di una rivista di settore. Progressivamente sono cambiate anche le immagini delle tabellari: *still life* con inquadrature più pulite e frontali, che conferivano un maggiore senso di ordine. Le ambientazioni rimandano più al set fotografico che all'ambiente domestico: le precedenti immagini, spesso con inquadrature in prospettiva, avevano un carattere più amatoriale. Ma il cambiamento più evidente sia nel progetto grafico, sia nella comunicazione pubblicitaria, si rende evidente negli "Euronews" degli anni novanta, in sintonia con l'evoluzione dei prodotti.

Allestimento per il Salone del Mobile del Triveneto (Verona, 1992). La partecipazione a questa manifestazione segna una svolta per il Gruppo Euromobil, anche nell'immagine: uno stand da 1000 metri quadrati, suddiviso in quattro volumi con quello centrale più alto. Tale volume è dedicato alla reception e costituisce una sorta di portale d'accesso nel mondo del Gruppo. Nella reception sono presenti le opere di Carmelo Zotti e l'atmosfera è quella di una galleria d'arte.

Tra la fine degli anni ottanta e il decennio successivo è stato fatto un grande lavoro di sviluppo di cataloghi, listini e strumenti di vendita in generale. Nel 1987 compare la prima monografia dedicata a Zalf che non è né un catalogo aziendale, né una raccolta di pubbliredazionali sui prodotti. È una trattazione in cui si spiega il livello tecnologico della produzione dell'azienda: i robot e le macchine a controllo numerico, le tecnologie informatiche per la progettazione e per la comunicazione con l'esterno; si inquadra il contesto territoriale e infine si descrivono i prodotti.

Dal 1987 "Euronews" presenta un sempre più sistematico approfondimento sugli elettrodomestici. Questi sono illustrati nell'innovazione tecnica dell'epoca – ad esempio, le tecnologie finalizzate alla riduzione del rumore, le nuove cappe aspiranti, il microonde, il frigorifero a freddo differenziato, il vano congelatore ventilato antigelo, i sistemi antifuga di gas o quelli per la ventilazione dei forni – e nelle migliorie legate alla preparazione o alla conservazione del cibo. Questi articoli testimoniano la ricerca di Euromobil tra i fornitori più all'avanguardia, con standard di certificazione europei, e più attenti alle questioni della sicurezza.

La comunicazione pubblicitaria della fine degli anni ottanta denota un'attenzione a target di pubblico differenti dalla famiglia tradizionale. E questa sensibilità va di pari passo con l'offerta merceologica. Ad esempio, compaiono figure femminili più giovani, eleganti e moderne, meno legate allo stereotipo della massaia: una donna in succinto abito da sera si mette in libertà lanciando una scarpa a stiletto mentre il pay-off pubblicitario di Euromobil recita "finalmente a casa".



Anni novanta: il decennio della svolta

Introduzione al contesto del design italiano

Il panorama italiano dell'arredo a cavallo degli anni ottanta e novanta è caratterizzato da una forma di eclettismo stilistico a cui corrisponde un più profondo cambiamento del pubblico: una domanda frammentata e attenta ai consumi, causata dall'ennesima crisi politica ed economica che il Paese stava attraversando (nel 1992 scoppiò lo scandalo di Tangentopoli). Alla segmentazione delle fasce dei consumatori si affianca però un panorama produttivo più maturo e capace di strutturare l'offerta non solo nella diversificazione dei prodotti, ma anche nei servizi. Nella società post-capitalista degli anni novanta le aziende italiane, e così il Gruppo Euromobil, sono state in grado di articolare il proprio *know how* in organismi snelli, flessibili e versatili, tanto nella produzione quanto nella logica organizzativa. In questi anni l'azienda ha messo a punto il Progetto Multisystem di Euromobil e il Progetto Soluzione di Zalf, che hanno permesso di assecondare l'andamento del mercato e di approntare quelle strategie che hanno portato oggi all'espansione e al riposizionamento dei marchi.

Il neoeclettismo stilistico che invade l'industria dell'arredo in questi anni corrisponde alla volontà primaria di rendere i prodotti riconoscibili e intelligibili al consumatore finale. Dalla corrente storicistica dei primi anni novanta, che ricorreva a citazioni vernacolari e a riferimenti storici per recuperare le radici culturali e sfuggire così alla standardizzazione industriale, si passa a una corrente cosiddetta minimalista. Entrambe le tendenze convivono grazie alla capacità produttiva dell'industria che ha permesso una maggiore ricerca nelle forme. Nell'ambito delle cucine si assiste alla comparsa di elementi più scultorei e a una più sensibile qualificazione dello spazio: si rende evidente un'attenzione alle linee estetiche degli elementi, alle componenti in aggetto e all'ergonomia che genera un dialogo tra l'uomo e il costruito industrialmente. Si riscontra un maggior interesse alle qualità tattili degli arredi, agli effetti visivi conferiti dalle finiture e, più in generale, all'esperienza dell'utente nell'ambiente. Nel settore degli elettrodomestici si opera non solo nella direzione dell'innovazione tecnologica, ma anche dell'interfaccia uomo-dispositivo: spie di funzionamento, schermi a led, nuovi dispositivi di comando più facili da usare. A prescindere dalla tendenza stilistica, gli arredi degli anni novanta ricercano la partecipazione dell'utente nella composizione e nella fruizione dello spazio.

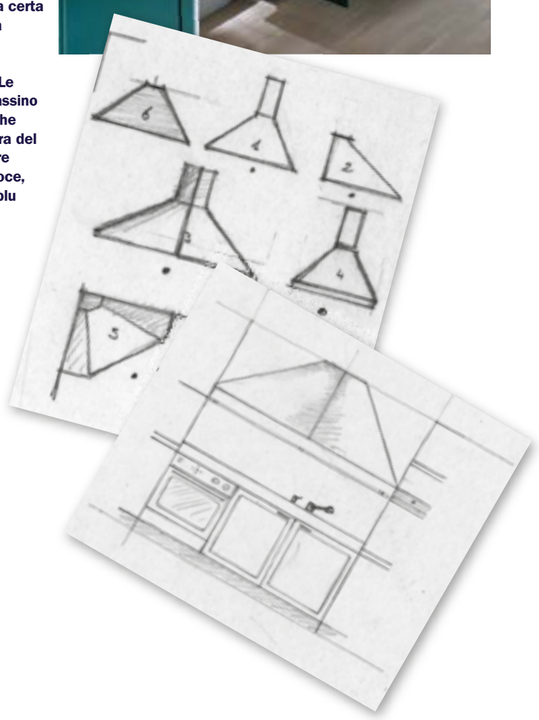
Il minimalismo e la corrente high-tech della seconda metà degli anni novanta sono due aspetti dello stesso fenomeno: la progettazione di artefatti privi di un'estetica ridondante, che nascono da una logica compositiva volta a ridurre la complessità e a enfatizzare la funzionalità. E quest'idea di semplicità prescinde l'elaborazione stilistica cosiddetta "minimal".

L'istanza di semplicità risponde alla domanda del pubblico che richiede "onestà", comfort, efficienza e, in generale, una semplificazione della vita nell'ambiente domestico. Tali fattori necessitano di un'attenta ricerca tecnologica da parte delle imprese: "per le industrie, il minimalismo diventa legittimazione culturale della semplicità tipica del prodotto industriale in serie […] o della semplicità di nuove collezioni di arredi, pensate per una casa che non vuole essere né opera d'arte totale, né classicamente borghese, le due ipotesi diffuse negli anni ottanta. Una casa dove le *connections* siano affidate ai gusti individuali più che alle regole dello stile" (Vanni Pasca, *Minimalismo. Etica delle forme e nuova semplicità nel design*, 1996, p. 109).

I consumatori di quest'epoca sembrano più concentrati sulle proprie esigenze, più consapevoli delle loro possibilità e attenti alle tematiche ecologiche. D'altra parte, dopo un primo momento high-tech della produzione, in cui l'industria ha fatto sperimentazione nella tecnologia per se stessa, senza una specifica domanda applicativa, al fine di trovare nuovi materiali e transfert produttivi da un settore all'altro, il mondo degli oggetti appare più orientato all'istanza sociale. I consumatori ricercano semplicità, risposte a bisogni concreti, oggetti







Modello Filò, design R&S Euromobil e Roberto Gobbo, 1991. La cucina presenta elementi innovativi come il blocco da 180 cm più profondo e alto 9 cm, capace di contenere tre moduli da 60 cm, e due vasche per lavello, di cui una meno profonda che sfrutta lo spazio al di sopra della lavastoviglie. Filò unisce citazioni tradizionali – si veda l'anta a telaio che nei pensili può essere realizzata anche in vetro – ed elementi moderni come l'acciaio del piano. Molte componenti sono realizzate su disegno: ad esempio le grandi cappe asimmetriche e le maniglie con due taglie. Le tre dimensioni di altezza per le colonne permettono una certa flessibilità nella composizione dell'area di contenimento. Le ante sono in frassino a poro aperto che rivela la venatura del legno. Le finiture sono in color noce, laccato verde, blu e bianco.

dall'immagine "franca" e servizi su misura. Come affermato, la diversificazione dei prodotti trova il suo fondamento nella riorganizzazione dei processi produttivi. Nella prima campagna per il Progetto Soluzione di Zalf (1994) il Gruppo Euromobil sottolinea che "la gente vuole cose semplici per fare delle cose normali. È finita l'era dei totem, degli oggetti simbolici e dell'high-tech per se stesso. Il consumatore spinge per un prodotto 'trasparente', privo di caratterizzazioni marcate e poco condizionante dal punto di vista estetico". Si rende evidente, inoltre, un mercato sempre più polarizzato tra la nicchia dell'aristocrazia del design e la massa dei consumatori, per la quale esiste un'effettiva esigenza di prodotti per il quotidiano a cui, però, non è seguita una produzione di oggetti funzionali e con un buon rapporto qualità/prezzo.

La crisi economica degli anni novanta ha decretato l'estinzione del precedente modello consumistico e indirizzato verso i primi orientamenti ecologici. A queste istanze sono corrisposte forme semplificate volte a diminuire la quantità del materiale impiegato. Le aziende sembrano più sensibilizzate verso questioni di sostenibilità produttiva come il riciclo, l'emissione di sostanze tossiche e lo smaltimento in post-produzione. A tal proposito, Euromobil ha condotto

delle ricerche nei truciolari a basso contenuto di formaldeide in modo da ridurre le emissioni nella fase di dismissione. Analogamente, ha esaminato l'ambito degli elettrodomestici per trovare quelli con minor impiego di freon (il gas utilizzato nei sistemi di raffreddamento, fra i principali responsabili del buco nell'ozono) e con la più efficiente catena di smantellamento.

Gli anni novanta corrispondono anche al cambiamento delle tipologie abitative: nuove categorie di utenti, come i single, e la mobilità dei lavoratori conseguente alla nuova economia del terziario hanno stimolato la comparsa di ambienti di vita più piccoli, monolocali o open space, oppure tassonomie in cui la distinzione tra zona giorno e zona notte non è più evidente. Gli ambienti della casa dunque si organizzano su altre regole e hanno bisogno di un altro corredo di oggetti. Ad esempio, nella tipologia dei loft gli arredi debbono essere in grado di organizzare lo spazio in modo razionale, assumendo un ruolo più strutturale e meno decorativo. Non è casuale che il Gruppo Euromobil abbia costruito una rete di progettisti collaboratori in grado di affrontare prodotti con questa valenza compositiva né che, alla fine degli anni novanta, sia nata in Euromobil la divisione Lucky, volta a ricercare nuove tipologie di prodotto, più sperimentali e adatte a stili di vita meno tradizionali. All'interno di questa divisione l'architetto Michele Sbrogiò ha progettato il monoblocco Up&Down (1998), caratterizzato da elementi a scomparsa, in cui alloggiare un blocco di cucina accessoriata, dispense o unità studio. Il prodotto è dedicato a chi cambia frequentemente domicilio o a chi dispone di poco spazio e si trova in situazioni domestiche temporanee.



Up&Down (design Michele Sbrogiò per la divisione Lucky di Euromobil, 1998) è un monoblocco da 126 x 211 x 71,5 cm che può alloggiare un blocco cucina, oppure divenire un elemento di arredo per la zona giorno, in quanto accessoriato con contenitori, mensole e scrittoi. Il monoblocco è stato ideato per open space e per situazioni domestiche temporanee. La divisione Lucky è stata pensata per studiare tipologie alternative di arredo.

Il riposizionamento di Euromobil e i modelli antecedenti al Progetto Multisystem

Il mercato delle cucine in Italia era cresciuto fino al 1992, ma nel 1994 registrava un calo del 4%, mentre quello del mobile si attestava intorno al 10%. Tra le cause della flessione la crisi politico-economica, il ridimensionamento dei redditi delle famiglie e un conseguente atteggiamento di maggior prudenza all'acquisto. Il consumatore si presentava evoluto e attento alle proposte dei produttori e poco condizionato dalle mode. La crisi economica ha comportato un allargamento della fascia media di mercato, con l'immissione di parte dei consumatori di fascia alta. Ciò ha provocato una maggiore concorrenza nel settore produttivo e la necessità di una più vasta declinazione dell'offerta. Gli utenti richiedevano soluzioni d'arredamento complessive e personalizzate che hanno imposto alle aziende di strutturare una complessa rete di servizi – dalla vendita all'assistenza, alla distribuzione. Il negoziante, dunque, non vendeva più dei mobili ma un ambiente completo e non seriale.

A questa richiesta le aziende come il Gruppo Euromobil hanno risposto con lo sviluppo di prodotti non affidati alla mera intuizione creativa, bensì a un processo strutturato che andava dalle ricerche di mercato alle politiche di posizionamento sul territorio, allo studio delle nuove tecnologie e dei materiali, fino alla definizione delle singole caratteristiche formali. Il settore sempre più eterogeneo dei consumatori ha stimolato Euromobil verso un'offerta più ampia, all'interno della quale trasmettere un'immagine forte e l'operatività dell'azienda. Tale riposizionamento verso una fascia medio-alta/alta di mercato, con prodotti dall'estetica più contemporanea, ha comportato il rischio di perdere la fascia di consumatori legata ai prodotti classici – a metà degli anni ottanta la produzione era al 65% tradizionale e al 35% moderna. È stata una scelta difficile e graduale. Infatti, nel corso degli anni novanta compaiono prodotti moderni nelle possibilità compositive ma con un'immagine rassicurante. L'estetica dei prodotti ha risposto al gusto contemporaneo, senza piegarsi alle mode passeggere e comunicando l'idea di durata nel tempo. I modelli di cucina che precedono il Progetto Multisystem rappresentano da un lato l'esigenza di una maggiore riconoscibilità estetica, dall'altro lo studio della composizione dell'ambiente cucina: la modularità degli elementi, l'ergonomia e lo sviluppo del concetto di trasversalità da un modello a un altro: tutti fattori che sono poi confluiti nel Progetto Multisystem.

La cucina Fenice risale al 1991, è stata progettata dall'unità Ricerca e Sviluppo Euromobil in collaborazione con Domenico Paolucci e presenta un'innovazione nelle maniglie, che vennero realizzate su disegno, con una parte inclinata e una dritta, in modo da essere applicate diversamente a seconda del senso di apertura dell'anta. Le maniglie erano state disegnate in varie larghezze, costituendo il primo esempio di "taglie" dello stesso modello – elemento che compare oggi nel Progetto Multisystem. La presenza di pensili alla stessa profondità della colonna ha implicato che questi fossero posizionati più in alto rispetto alla zona di cottura, liberando uno spazio sottopensile. In esso



L'elemento innovativo è il particolare lavello ad angolo con scolapiatti e serrandina a movimento orizzontale. Il progetto (design Domenico Paolucci) è stato brevettato ed è tuttora in produzione. Tale elemento permette di utilizzare lo spazio angolare, già adoperato per alloggiare la zona cottura, anche per il lavaggio. Generalmente l'angolo delle cucine è infatti un'area sfruttata solo parzialmente, perché poco accessibile; ma in questo caso si è trovata una soluzione ergonomica che ha altresì permesso di ottenere degli ampi piani di lavoro.

sono stati inseriti contenitori inclinati, mensole a giorno e la cappa. Fenice rappresenta un esempio di pulizia e rigore formale insieme alla razionalità funzionale. E per la possibilità di scelta della maniglia e dell'organizzazione dell'area sottopensile evidenzia una certa personalizzazione della scelta. Tra le composizioni proposte all'epoca da Euromobil, Fenice viene organizzata con un'interparete in cui gli elementi della cucina sono inseriti anche nell'area pranzo. Il modello rappresenta uno dei primi casi di cucina a blocchi o "post-americana", ossia una composizione che si struttura per unità funzionali: da un lato lo spazio tecnico con funzioni di lavaggio e cottura (la zona



Cucina Fenice, progetto R&S Euromobil con Domenico Paolucci, 1991. I pensili, della stessa profondità delle colonne, sono posizionati più in alto per garantire l'ergonomia del piano di lavoro. Questo libera uno spazio sottopensile che può essere attrezzato con mensole a giorno, contenitori, o la cappa. Fenice può essere in legno noce impiallacciato e a doghe, per un target più elevato, oppure in laminato grigio o bianco lucido. I piani di lavoro sono anche in granito Nero Africa e Bianco Sardo.

"calda"), dall'altro la dispensa o i contenitori (la zona "fredda"). E tali elementi possono essere inseriti anche nell'area pranzo.

In collaborazione con lo stesso designer il modello Dialogo (1991) ad anta liscia. Il disegno "pulito" di questa cucina ha permesso di concentrarsi sulla modulistica degli elementi: è stato ideato il primo lavello ad angolo con la possibilità dello scolapiatti al di sopra e chiusura a serranda (elemento brevettato e ancora in produzione), moduli con penisola sagomata, piani lavoro estraibili e scorrevoli su ruote, basi per alloggiare elettrodomestici da 90 cm. Il modello si concentra sulla cucina-laboratorio e sull'efficienza della zona di preparazione del cibo. Dal punto di vista estetico la cucina presenta una maniglia inserita nella lunghezza dell'anta, elemento che ha conferito un singolare senso di orizzontalità e un'immagine moderna e diversa dagli esempi precedenti. Per quest'immagine e la sua versatilità, Dialogo è stata inserita nella modulistica del Progetto Multisystem.

Apparentemente più tradizionale il modello Filò (R&S Euromobil con Roberto Gobbo, 1991). Lo stesso nome, che riprende un termine del vernacolo veneto che indica la pratica di riunirsi in famiglia nelle aree comuni delle case coloniche, sottolineava la volontà di rifarsi alle proprie radici culturali e di porre la cucina al centro dei rituali del quotidiano. L'anta a specchio presentava un telaio sottile e nei pensili poteva essere realizzata anche con un vetro serigrafato con motivo a reticolo quadrato. Tale elemento, insieme ai mobili dispensa, citava un'immagine di cucina più tradizionale. Ciononostante, Filò ha rappresentato un'alta sperimentazione nella modulistica introducendo un blocco cucina da 180 cm, profondo 75 cm, dove posizionare tre moduli da 60 cm con elettrodomestici, e un piano alto 9 cm con lavello a due vasche. Una di queste era meno profonda e consentiva l'inserimento della lavastoviglie nello spazio sottostante. Come nei precedenti esempi, anche in Filò c'è una chiara distinzione tra aree di

contenimento (colonne e contenitori dispensa) e aree operative per la preparazione del cibo. La zona di cottura poteva essere disposta ad angolo o a isola, esigenza che si palesava negli anni novanta. Queste tipologie di cucina "post-americana" abbandonano l'uniformità e la scansione regolare tipica del modello componibile in favore di una disposizione libera che, per certi versi, richiama l'organizzazione delle cucine pre-industriali.

In Filò compaiono le grandi cappe asimmetriche color acciaio o rame che evocano l'archetipo dei camini delle cucine storiche. Filò si presentava come un modello molto versatile, consono anche ai loft e agli ambienti ridotti, poiché la modulistica poteva essere adattata agli elettrodomestici a larghezza 45 cm. Fu un grande successo di vendita e con essa si iniziarono le forniture all'estero, come ad esempio per un *contract* residenziale in Giappone.

Nel 1994 la Ricerca e Sviluppo Euromobil con Roberto Gobbo progettano il modello Una & Bina, nato per soddisfare al contempo un gusto tradizionale e uno moderno. Una presentava l'anta liscia in laminato con bordo in ABS color faggio e Bina un'anta a telaio con cornice sempre color faggio.

La corrispondenza di finiture, degli allineamenti delle componenti, ad esempio i pensili sopracappa da 90 o 120 cm, così come degli elementi a giorno, permetteva di mischiare i due modelli di anta a piacimento.

È stata condotta un'accurata ricerca nei cassetti, nei cestoni e nelle attrezzature interne e, per la prima volta, sono comparse delle boiserie attrezzabili con mensole e le colonne a *étagère* completamente a giorno. Questi sistemi, indipendenti dalla zona operativa della cucina e trasversali a più modelli, sono stati sviluppati in seguito allo studio di Euromobil sulla modularità a passo 12 cm in altezza, che ha condotto al Progetto Multisystem e alla creazione dei cosiddetti microsistemi. In parallelo con la strutturazione della produzione, in quegli anni il Gruppo Euromobil ha condotto un'attività di certificazione: l'acquisizione del marchio UNI EN ISO 9001, ottenuto nel 1998 e la Vision 2000 a partire dal 2000. La certificazione è stata non solo uno strumento per raggiungere gli standard produttivi internazionali, ma una crescita culturale a tutti i livelli. La certificazione è riferita a tutti i settori dell'attività produttiva: dalla qualità dei materiali al ciclo produttivo, all'installazione e all'assistenza, ma anche relativamente alle normative europee sulla sostenibilità e il commercio dei prodotti nel mercato internazionale.



Il modello Dialogo (progetto R&S Euromobil con Domenico Paolucci, 1991) presenta un'anta liscia in cui è integrata la maniglia per tutta la lunghezza, realizzata in mogano e trafila di alluminio satinato. Le ante potevano essere in mogano impiallacciato e laminato bianco o verde con finitura perla. Il modello presentava una modulistica più completa con soluzioni a penisola sagomata, piani scorrevoli, sottopensili inclinati e il particolare lavello ad angolo con scolapiatti e serrandina a movimento orizzontale (elemento brevettato). Dialogo presenta le prime applicazioni delle cappe a caminetto, che sono poi divenute un segno distintivo di Euromobil.

Il Progetto Multisystem

L'informatizzazione e la gestione integrata degli ordini sono il presupposto del Progetto Multisystem. A metà degli anni novanta, Euromobil era in grado di ricevere gli ordini immediatamente via modem attraverso la rete telefonica e quindi di elaborarli con un passaggio diretto dal computer del punto vendita al sistema informatico dell'azienda. Questa procedura eliminava gli errori di trasmissione e velocizzava la comunicazione, permettendo di fornire al rivenditore sia la conferma della commessa, sia l'indicazione dei tempi di consegna. In questo modo, si offriva il medesimo servizio anche in realtà di vendita medie e piccole o all'estero. L'applicazione del programma informatico ADA permetteva di progettare un prodotto *ad hoc*, ed era la carta vincente per un mercato che richiedeva soluzioni personalizzate. Come affermato, la correttezza gestionale ha consentito di raggiungere un alto livello di efficienza produttiva e di conformare gli investimenti in diretta relazione sia con le risorse del Gruppo, sia con le richieste effettive del mercato. Poiché l'offerta al cliente si era trasformata dal mero prodotto a una serie di servizi, Euromobil



Lo schema iniziale del Progetto Multisystem mostra la compatibilità fra i modelli di cucine, mischiabili grazie alla trasversalità dimensionale di materiali e finiture.

ha condotto un'attività di formazione della rete vendite. Gli agenti si convertono da semplici venditori a consulenti di marketing, in grado di evidenziare le trasversalità tra i diversi marchi, senza ragionare a compartimenti stagni ma per tipologie d'arredo. In Euromobil si inizia a ripensare la declinazione dell'offerta, le modalità di esposizione dei prodotti nei punti vendita e l'attività di assistenza al venditore.

Tale complessa struttura, dalla produzione al sistema di vendita, è la precondizione all'esistenza del Progetto Multisystem. Questo è un concetto di macrosistema, non un modello: una logica compositiva a passo 12 cm in altezza entro la quale si costruisce una griglia dimensionale a cui si riferiscono tutti i modelli di cucina. A Eurocucina 2008 il programma contava 546 frontali, 98 strutture di colore diverso, 25 finiture, 21 forme di maniglie e 5 taglie. Il Progetto Multisystem nasce in risposta al mercato che non vuole più modelli rigidi, ma la libertà di comporre la propria cucina in relazione allo spazio dove essa deve essere collocata. I primi studi sul passo 12 risalgono ai primi anni novanta, ma il sistema ha necessitato di qualche anno per essere messo a punto. Dunque nella logica del Progetto Multisystem la struttura del mobile è organizzata sulla base di una griglia dimensionale, che costituisce il macrosistema, e su di essa vengono definite le varianti dei modelli di cucina (i sistemi). La tecnologia a controllo numerico con codice a barre e il programma ADA permettono infine di collegare il design alla produzione.

Poiché la griglia garantisce gli allineamenti e le corrispondenze dimensionali degli elementi dei sistemi, è possibile progettare un'ulteriore suddivisione, i microsistemi (frontali, piani di lavoro, aree operative, boiserie, accessori di basi e pensili, attrezzature interne, maniglie ed elettrodomestici) che possono essere trasversali a più sistemi.

Il passo 12 permette di strutturare le altezze degli elementi ed è stato studiato in relazione a parametri ergonomici: le altezze e le dimensioni dei volumi con i relativi aggetti debbono essere compatibili con la struttura fisica dell'utente e, analogamente, l'accesso agli utensili e agli elementi facile e sicuro. Sono state studiate delle basi profonde 70 cm, oltre ai 60, per ottenere un piano di lavoro più ampio e per ridurre gli spostamenti dell'operatore. Il passo 12 garantisce gli allineamenti dei blocchi funzionali per un migliore sfruttamento della superficie di lavoro.

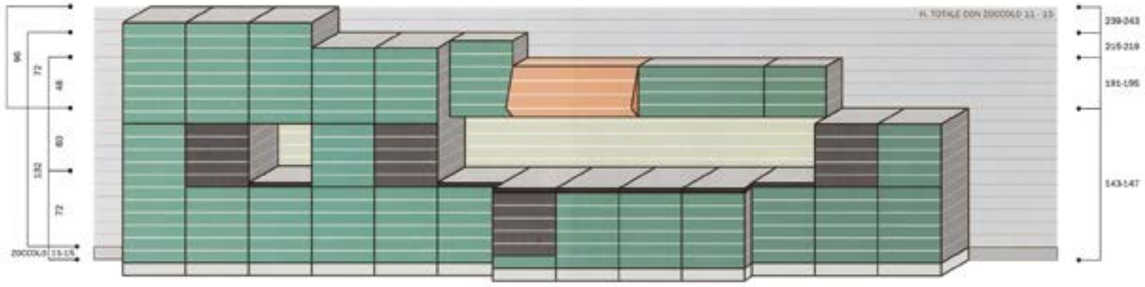
I primi esempi di cucina con componibilità a passo 12 furono Una & Bina e Le Midì (1994),



Tabula, design R&S Euromobil e Roberto Gobbo, 1998. Il modello può essere in laminato, laccato opaco e lucido e in finitura legno. L'anta è perfettamente liscia con una grande maniglia in posizione centrale. Tra le innovazioni nella componibilità un "portale" che riunisce gli elettrodomestici e che può essere largo da 128 a 218 cm. Le finiture in acciaio inox degli schienali e delle cappe, unite all'alluminio della boiserie Merlino, conferiscono un tono moderno e high-tech alla cucina. Per la sua semplicità Tabula è un sistema che ben si adatta allo schema libero del Progetto Multisystem.

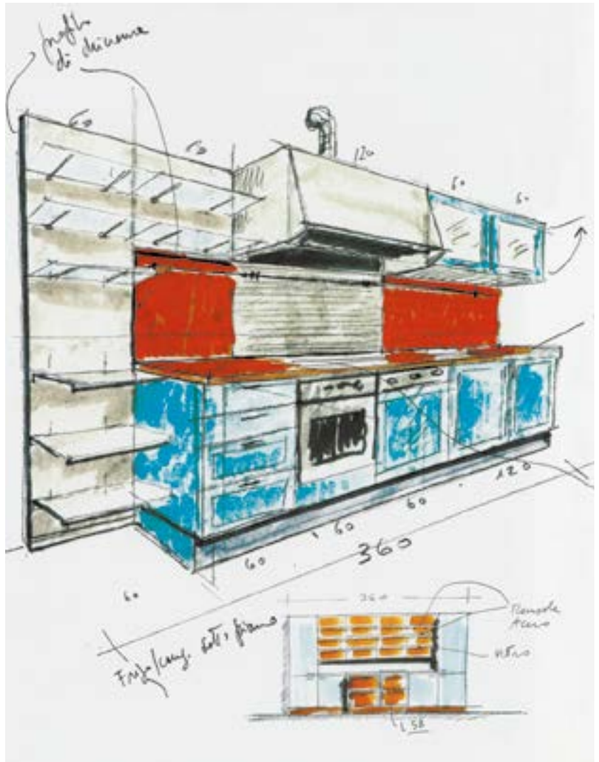
quest'ultima sviluppata dalla Ricerca e Sviluppo Euromobil con Domenico Paolucci. L'idea di fondo del Progetto Multisystem è infatti quella di mischiare i modelli abbattendone le rigidità compositive. Ciò è possibile non solo grazie alle corrispondenze dimensionali, ma anche a quelle dei materiali, delle finiture e della posizione della maniglia. Quest'ultimo fattore è cruciale, perché permette di combinare un'anta liscia con una a telaio nel medesimo ambiente, mantenendo lo stesso colore della laccatura o del laminato e la stessa forma di maniglia. Dopo le prime sperimentazioni nelle taglie di quest'ultimo elemento nei modelli Fenice e Filò, si sono realizzate cinque misure per ogni forma, permettendo l'utilizzo di taglie diverse anche nella stessa composizione. E questo grazie al posizionamento della maniglia nello stesso punto dell'anta.

Nonostante ogni modello di cucina nasca con una sua autonomia, con la propria anta e tipo di maniglia, il Progetto Multisystem garantisce la trasversalità e l'incrocio fra i sistemi. Le potenzialità del macrosistema divengono dunque infinite, anche perché oltre all'anta e alla maniglia si possono mischiare i fianchi a finire delle strutture in laminato, che presentano innumerevoli varianti di finitura fino al laccato o all'impiallacciato, così come i piani di lavoro e tutti i complementi d'arredo. Lo sviluppo del macrosistema è stato molto complesso: ad esempio il posizionamento nello stesso punto della maniglia in un'anta liscia è semplice, mentre è più vincolante nel caso di un'anta a telaio. Dunque, la progettazione ha dovuto tener conto, a monte dello sviluppo dei singoli modelli, di un posizionamento della maniglia che andasse bene per tutti. Il Progetto Multisystem ha conferito un'efficace logica progettuale e produttiva, che è stata trasmessa all'altro macrosistema Filo del 2005 e al nuovissimo Assim. Il Progetto Filo è un programma di cucine con struttura senza maniglie e, poiché è organizzato con la medesima logica del passo 12, i suoi modelli possono essere mischiati con quelli del Progetto Multisystem.



In seguito alla definizione dei sistemi si è lavorato allo sviluppo di quelle componenti trasversali a più modelli di cucina (i microsistemi): cappe, piani cottura, boiserie, elementi a giorno e attrezzature che vanno ad arricchire la composizione e la fruibilità dell'ambiente. Da questa ricerca, oltre alla boiserie Merlino, sono nate le cappe gemelle System in color rame che racchiudono lo scolapiatti e l'aspiratore, e i più recenti Dedalo (la cucina *freestanding*) e ZenitLab (gli elettrodomestici esclusivi realizzati su disegno).

In un numero di "Euronews" del 1994 si comunica il cambiamento nella logica compositiva del mobile. Il passo 12 cm in altezza, a esclusione dello zoccolo, è il modulo da cui dipendono tutte le misure degli elementi, e risponde sia ai parametri ergonomici, sia alle dimensioni degli elettrodomestici da incasso. I modelli Vanity e Dialogo sono stati riprogettati secondo il passo 12 e inseriti nel Progetto Multisystem.



Lo sviluppo dei microsistemi ha previsto anche la riorganizzazione della produzione perché le parti in metallo e la componentistica dei cassetti e dei pensili sono realizzate da terzisti.

Il Progetto Multisystem è stato messo a punto in un decennio e i primi modelli che rientrano nella logica compositiva del macrosistema sono stati Vanity, Dialogo, Quadrica e Tabula. La complessità strutturale e produttiva del programma ha comportato notevoli difficoltà anche nella comunicazione del prodotto: era difficile renderne la trasversalità e l'infinita possibilità di combinazione. Dapprima si è realizzato un catalogo unico ("Multiplicity = Individuality"), in cui esibire alcune soluzioni progettuali che mischiassero i vari modelli. In questo catalogo erano presentati tredici allestimenti che rappresentavano la creatività, il piacere di combinare i materiali, il colore, la coerenza tra materiali e funzioni, il gusto della semplicità propri del Progetto Multisystem. Tuttavia la complessità e la ricchezza del sistema ha necessitato un altro tipo di comunicazione. Così nel 2002 si è realizzata la *Guida alle qualità di Progetto Multisystem*, in cui si è spiegato attraverso le immagini il significato del Progetto, la sintassi che sottende, i microsistemi

comuni a tutti i modelli e uno schema della scelta di materiali e finiture. In parallelo è stato realizzato l'allegato "Exhibit" che ha ritratto delle ambientazioni per showroom in cui si sono mischiati più sistemi tra di loro e con le differenti taglie di maniglie.

Multisystem nasce da una progettualità che prescinde dalla mera estetica dei singoli modelli. È altresì uno strumento per ottimizzare gli investimenti dell'azienda, ad esempio sui materiali, secondo delle economie di scala. Il macrosistema è infatti la traduzione in prodotti finiti di quella logica e di quei valori aziendali che hanno contraddistinto il Gruppo Euromobil sin dagli esordi, con la riorganizzazione della gestione produttiva e l'informatizzazione del processo. Per la grande varietà dei materiali, dal laminato al laccato, e dei microsistemi, le cucine Euromobil divengono un prodotto trasversale per il cliente finale, permettendo di assecondare non solo le differenti richieste ma anche le oscillazioni del mercato senza modificare il sistema produttivo.

Il Progetto Soluzione di Zalf

Negli anni novanta il Gruppo Euromobil ha potenziato il settore della zona giorno. Questa scelta è stata coadiuvata anche dalle migliorie nella tecnologia del melaminico che lo hanno reso un prodotto più resistente e con finiture migliori. Prima dello sviluppo del Progetto Soluzione si è lavorato sull'estetica dei prodotti e sugli automatismi, elementi che contraddistinguono il prodotto Zalf soprattutto nelle camere per ragazzi. Il programma For You (1990) consentiva di sviluppare innumerevoli composizioni a partire dalla polarità cromatica del bianco e nero o con incursioni di rosso, verde e blu. Oltre alla variazione nei colori, comparivano elementi nuovi per organizzare lo spazio come interpareti, librerie agganciate su ruote o a binario e blocchi attrezzati per ospitare il televisore o l'impianto hi-fi. Nello stesso sistema compaiono armadi con chiusure a battente, a scorrevole, ad ante sovrapposte o a libro, e anche cabine armadio accessoriate con luci, ripiani estraibili, scarpiere e porta TV. Oltre

Monopoli, progetto di R&S Zalf con Roberto Gobbo, 1994. Sistema con struttura in melaminico bianco o acero e ante in finitura bianco, acero, grigio e nero micronizzato. La modulistica dei contenitori è completata con un elemento a profondità 90 cm per alloggiare la televisione o gli apparecchi hi-fi. I contenitori modulari e le interpareti sono disponibili in tre larghezze. Le interpareti possono raggiungere un'altezza di 294 cm.



Il nuovo showroom posto all'interno dello stabilimento produttivo di Falzè di Piave (Treviso) fu inaugurato nel 2002. Tale spazio è finalizzato alla presentazione ai rivenditori dei prodotti del Gruppo. Nello showroom è fondamentale l'area workshop dedicata al Progetto Multisystem, che mostra il campionario di tutte le variabili – top, schienali, ante ed elementi a parete. Queste possono essere prese e alloggiate in un apposito mobile, che consiste in uno scheletro strutturale e che permette di visualizzare l'effetto della loro combinazione.

allo studio sulla componibilità si dimostra, dunque, una certa attenzione alle esigenze del consumatore e alla trasformazione degli spazi abitativi, in particolare della zona living in cui campeggiano i nuovi dispositivi hi-fi e VHS, a seguito della diffusione massiccia di tali tecnologie nelle case. Analogamente, la ricerca negli automatismi è nata da un'indagine di mercato che ha rilevato la necessità di spazi flessibili in volumi ridotti. I vari sistemi di Zalf, poi integrati nel programma del Progetto Soluzione, permettevano di trasformare l'ambiente domestico nel corso della giornata. Ad esempio, alcuni automatismi di Monopoli, studiati da Giulio Manzoni e Isabella Steffan nel 1994, consentivano in due metri di lunghezza di racchiudere tutte le funzioni d'arredo di una camera: il blocco era composto da un divano letto che diventava scrittoio facendo scendere il piano dalla base della mensola superiore (automatismo Lift), un particolare dispositivo che scostava lateralmente la struttura dalla parete per rifare il letto (Help) e un sostegno in metallo che fungeva da schienale per i cuscini quando il letto veniva usato come divano (Arch). Questi automatismi erano inseriti l'uno nell'altro in una struttura che comprendeva un armadio-contenitore a ponte.

Monopoli, che ha rappresentato l'evoluzione del precedente Sprinter ma con l'anta liscia, si è dimostrato un sistema molto versatile anche







Boiserie Oh!razio, progetto di R&S Zalf con Roberto Gobbo, 1993-1994. La boiserie modulare permette di agganciare tutti gli elementi e di comporre uno spazio flessibile e trasformabile attraverso i sistemi scorrevoli a binario. La boiserie può essere utilizzata anche solo come testiera del letto. È sviluppata in otto colori per quattro lunghezze ed è attrezzabile con mensole, scrivanie ad aggancio parallelo o trasversale, e contenitori sospesi con o senza cassetti.

grazie a una modulistica più completa: ad esempio, fu introdotto il contenitore da 90 cm per la televisione, la cui evoluzione tecnologica ha comportato una produzione di apparecchi sempre più grandi, oppure le interpareti con spessori da 2,8 cm e altezze modulari fino a 294 cm. Al sistema Monopoli è stata affiancata una collezione di letti, tavoli, scrittoi e scrivanie, che hanno permesso grosse forniture e *contract* per alberghi e spazi commerciali. Monopoli è nato come sistema autonomo e poi è stato integrato nel Progetto Soluzione.

Un prodotto di grande successo, a tutt'oggi integrato nel Progetto Soluzione, è stato la boiserie Oh!razio, sviluppata dall'unità Ricerca e Sviluppo Zalf con Roberto Gobbo a partire dal 1993. "Razio" sta a indicare la razionalità della componibilità: infatti la boiserie diede il via a una serie di applicazioni fino ad allora inesplorate. A essa possono essere agganciate le mensole e tutti gli elementi d'arredo – letti, scrittoi e sistemi scorrevoli. È il primo esempio di parete strutturale dalla quale sono stati sviluppati tutti i sistemi scorrevoli a binario che hanno permesso una progettazione creativa soprattutto negli spazi per ragazzi. Oh!razio è modulare e può essere impiegata in piccole parti, anche solo come testiera del letto, o in grandi estensioni per organizzare intere pareti con contenitori fissi, sospesi o a pavimento, letti e scrittoi scorrevoli su binari, posti sia in parallelo sia in posizione ortogonale alla boiserie.

Oh!razio e il sistema Monopoli hanno permesso di sfruttare al massimo gli spazi inutilizzati e di costruire un ambiente adatto alle differenti esigenze di un'utenza che va dall'età prescolare fino all'adolescenza. E per completare l'offerta è stata prodotta una serie di arredi con tavoli su cavalletti, sedie pieghevoli e tasche-attaccapanni da appoggiare alla spalliera del letto.

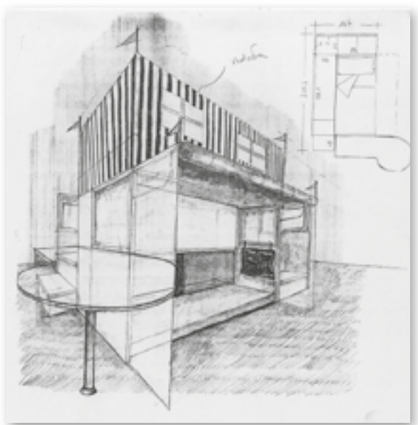
Il tutto in coordinato con i colori delle finiture degli arredi fissi. Dunque, queste camere per ragazzi esprimono non solo un carattere allegro, ma anche uno studio sulla semantica degli ambienti. Come affermato, questi spazi non scaturiscono dalla semplice aggregazione di una serie di suppellettili, ma da una composizione funzionale di arredi che si modifica, in generale, con la crescita degli individui, e in particolare con le attività che sono svolte nel corso della giornata – studio, gioco o riposo. Nelle soluzioni per i più piccoli, gli elementi come le cassapanche o i letti a castello, che nascondono scrittoi estraibili, accentuano sia il senso pratico sia il gioco e la creatività di chi fruisce l'ambiente. Le camere di Zalf rispondono al concetto di "multispazio" inteso come moltiplicazione dello spazio: il massimo sfruttamento dell'area a disposizione e una trasformazione funzionale che cambia con le esigenze dell'utente. I sistemi Zalf e la boiserie Oh!razio non propongono soluzioni preconfezionate ma forniscono degli strumenti per costruire il proprio ambiente.

Dopo l'esperienza dell'ufficio Sprinter, a metà degli anni novanta il Gruppo Euromobil ha pensato di proporsi anche nell'arredo per spazi di lavoro professionali. Il prodotto Ufficio Pratico nel 1995 estendeva le possibilità di Monopoli e Oh!razio a questi ambienti, integrando l'offerta con una nuova linea di tavoli componibili, pareti divisorie e attrezzature da ufficio. È stato realizzato anche un apposito catalogo per spiegare le soluzioni possibili, dalle postazioni individuali o direzionali agli open space.
Il prodotto Ufficio Pratico ha risposto al cambiamento degli ambienti di lavoro in quegli anni: l'organizzazione degli spazi, in cui raggruppare più postazioni fisse garantendo un minimo di isolamento.

Così negli ambienti di lavoro si fanno strada arredi specificatamente disegnati e flessibili, organizzati con piani di lavoro componibili ma suddivisi da appositi schermi, o pareti mobili per frazionare gli spazi aperti.

Per abbattere la rigidità degli schemi compositivi e per proporre un arredo trasversale e adattabile, il Gruppo Euromobil ha introdotto il Progetto Soluzione. Questo è stato possibile grazie al trasferimento di *know how* a livello gestionale, produttivo e di distribuzione del Progetto Multisystem. Il Progetto Soluzione compare a metà degli anni novanta ed è anch'esso un macrosistema che permette di combinare sette sistemi componibili e intersecabili tra loro.
La trasversalità è garantita dalle corrispondenze materiche e dimensionali delle strutture e dagli allineamenti di ripiani e maniglie.





**Castello di Lot, progetto di R&S Zalf con Roberto Gobbo, 1994. È una camera per età prescolare e il nome rimanda al mondo delle fiabe. Il letto alto è accessibile a mezzo di una scala e sotto può ospitare un divano o un altro letto, lo scrittoio estraibile o dei contenitori.
La soluzione applica il sistema di contenitori Monopoli.**

Anche nel caso del Progetto Soluzione la progettazione della trasversalità è stata molto difficile, come lo è stata la comunicazione del programma agli agenti e ai punti vendita.
Il Progetto Soluzione presenta sistemi dotati di elementi autonomi – i contenitori, la spalla portante, la boiserie con cremagliera verticale o orizzontale e gli armadi che hanno un'altra struttura portante – ma che possono dialogare tra loro perché esistono le corrispondenze in altezza, in profondità e nelle finiture.

Come per il Progetto Multisystem, il macrosistema garantisce di operare economie di scala nella produzione, ma anche un investimento graduale e adattabile nel tempo da parte del cliente finale.

I sistemi sviluppati in precedenza, come ad esempio Monopoli o Oh!razio, sono stati adattati alle dimensioni della nuova griglia di Progetto Soluzione, uniformando in profondità sia i contenitori sia le spalle portanti. Mentre i sistemi nati dalla seconda metà degli anni novanta sono stati progettati già a partire dalla griglia dimensionale. Nella recente *Guida alle opportunità del Progetto Soluzione* si sottolinea che i sette sistemi possono essere declinati con 202 frontali, 5 strutture, 14 forme di maniglia in quattro taglie e con 24 finiture. Così come in quella per il Progetto Multisystem, nella *Guida* di Progetto Soluzione si è scelto non tanto di proporre delle composizioni per i vari sistemi, quanto di concentrarsi su quegli elementi che sono trasversali a tutti i modelli: i letti e i divani-letto, le cassettiere indipendenti, i complementi come le mensole, i pouf, le sedie e le panche, le boiserie accessoriate, gli scrittoi e i tavoli. La *Guida* permette anche di vedere l'intera gamma delle componenti per eventuali sostituzioni o integrazioni in spazi già esistenti. Poiché la struttura con passo 32 in altezza è fissa ed è applicata alle varie tipologie d'arredo (armadi, zona giorno, spazio ragazzi e Ufficio Pratico), la produzione può essere facilmente adattata alle esigenze del mercato variando, ad esempio, i colori e le finiture o arricchendo la linea dei complementi.

L'investimento nei sistemi per la zona giorno e la costruzione del Progetto Soluzione rappresentano il riposizionamento di Zalf da azienda prevalentemente per camere da ragazzi a produttore di arredi per tutta la casa.

In quest'epoca il Gruppo Euromobil metteva a punto le sinergie tra i diversi marchi, completate dall'acquisizione di Désirée nel 1995. E nelle campagne pubblicitarie s'iniziano a proporre le soluzioni di arredo di Zalf con gli imbottiti di Désirée, comunicando l'integrazione nello stile e nella filosofia delle aziende.



Lo schema iniziale del Progetto Soluzione mostra la trasversalità fra i vari sistemi. La componibilità secondo il passo 32 in altezza garantisce la corrispondenza dimensionale tra i diversi modelli e la possibilità di mischiarli, anche grazie alla trasversalità di materiali, finiture e maniglie.

L'acquisizione di Désirée

Negli anni novanta il settore degli imbottiti aveva già assimilato i principali cambiamenti produttivi e tecnologici indagati nei decenni precedenti. La diffusione del poliuretano a diversa densità, posto all'interno della struttura delle sedute, ha sancito la scomparsa della rigida scocca in legno e delle molle nel materassino, permettendo agli imbottiti una nuova libertà formale.
Il panorama delle forme, dunque, è divenuto variegato, stimolato anche da un differente modo di stare seduti: non più rigidi come imponevano le tradizionali "buone maniere", ma liberi e immersi nelle morbidezze di questi nuovi materiali. Il cambiamento nella prassi del sedersi ha stimolato la comparsa di sedute più profonde, di meccanismi che trasformano il divano in una poltrona reclinabile o in una *dormeuse*, e di imbottiti componibili per conformazioni personalizzate.

Nel 1995 il Gruppo Euromobil acquisisce La Désirée, un'azienda del settore dell'imbottito situata a Tezze di Piave, che esisteva dal 1968. Tale realtà, di cui si è mantenuto il nome, godeva di una buona immagine sul mercato, ma la fabbrica aveva un carattere ancora artigianale. L'acquisizione rispose alla necessità di declinare un'offerta completa di arredi per la casa, nella quale esprimere la filosofia univoca del Gruppo Euromobil, così come la vocazione industriale nella fabbricazione dei prodotti. Per tale ragione, La Désirée è stata oggetto di una complessa attività di riorganizzazione da un lato degli impianti produttivi, dall'altro delle logiche gestionali, distributive e di vendita. È stato attuato un programma di formazione per il personale, in modo che la produzione e il posizionamento di Désirée fosse coerente con quello di Zalf ed Euromobil nella fascia medio-alta/alta del mercato. Questo processo è stato graduale negli anni e ha coinciso, alla fine del decennio novanta, con l'ampliamento e la ristrutturazione degli stabilimenti produttivi, e oggi con la progettazione di modelli esclusivi, alcuni brevettati, e le collaborazioni con i giovani designer Edoardo Gherardi, Jai Jalan e Andrea Lucatello, e il già noto Marc Sadler.

Le tre aziende sono società autonome ma fanno capo ai fratelli Lucchetta, i quali sovrintendono alle scelte di ciascun marchio sia nella pianificazione produttiva, sia nel marketing e nella comunicazione.



Il divano Kaleido, design R&S Désirée con Roberto Gobbo, 1998. È un divano componibile in legno e imbottitura in poliuretano che presenta una modulistica molto ricca ed elementi di snodo e *dormeuse* angolari che permettono configurazioni spaziali complesse. Al divano è abbinata anche una poltroncina. La seduta può essere profonda 80 o 90 cm nella versione *large*. L'estetica moderna, conferita dalla pulizia delle forme e dal piede a ponte, lo ha reso un prodotto senza tempo.



Domino, design Studio De Mar, 1993, poi R&S Désirée, 1998. Il divano è uno dei prodotti componibili della collezione de La Désirée che rimangono nel catalogo del 1998. I cinque moduli di seduta da 84 a 211 cm di larghezza con i tre elementi terminali e i due angolari consentono diverse configurazioni spaziali. Altre variabili sono costituite dai braccioli che possono essere cilindrici, ad altezza della seduta, o montati su una struttura a tondini metallici da inserire nel modulo terminale.

Questo permette di attuare sinergie ed economie di scala comuni nell'approvvigionamento delle risorse, nell'investimento tecnologico, nella scelta dei fornitori, nella pianificazione pubblicitaria e nella rete degli agenti, l'80% dei quali è monomandatario. L'integrazione fra queste realtà complementari per standard di servizio si è resa evidente da subito e già dalla metà degli anni novanta si notano i primi meccanismi virtuosi. Ad esempio, compaiono le tabellari pubblicitarie di Zalf insieme a Désirée, in cui la presenza delle sedute negli allestimenti per la zona giorno o notte conferisce un carattere più incisivo e compiuto.

Désirée, come le altre aziende, ha una produzione interamente Made in Italy, dal taglio del rivestimento al cucito, alla messa in bianco, alla rivestitura e imballo. Queste fasi sono operate in azienda, una struttura industriale completamente robotizzata nella movimentazione dei materiali ma con fasi di lavorazione artigianale nel confezionamento dei rivestimenti. La presenza della macchina garantisce lo standard di prodotto ma non sostituisce il controllo diretto degli operatori, né la fabbricazione manuale quando essa consente una maggiore qualità – ad esempio il taglio, la cucitura o la rivestitura delle sedute sono realizzate a mano come in una sartoria.

I prodotti della metà degli anni novanta già presentano componenti che servono a trasformare la seduta: meccanismi di regolazione dello schienale o di avanzamento del sedile, poggiapiedi estraibili, e imbottiti modulari componibili.

Tali elementi rispondono alle diverse modalità del sedersi, dalla conversazione al relax. Tuttavia, non sono molti i prodotti della collezione de La Désirée, precedenti all'acquisizione, che compaiono nel nuovo catalogo del 1998. Quest'ultimo corrisponde a un momento in cui l'azienda, rinominata Désirée, può capitalizzare il cambiamento nella linea produttiva e un più coerente posizionamento nel mercato. Infatti in questo catalogo, denominato *L'arte di costruire la comodità*, si esordisce con la seguente frase: "Pienamente inserita nel Gruppo Euromobil, Désirée ne esprime la filosofia produttiva ispirata alla qualità, alla semplicità e alla concretezza". Nello stesso anno, "Euronews" presenta per la prima volta la collezione di imbottiti e l'azienda compare con un nuovo marchio: non più quello ereditato da La Désirée con la scritta senza logo, ma l'attuale simbolo sviluppato dalla Bianchi & Kerrigan. Il marchio richiama l'accento nel nome e aggiunge il sottotitolo "un accento rosso sul comfort". E la forma del logo ricorda anche la rotondità e la morbidezza degli imbottiti.

Più che mantenere i prodotti della precedente collezione, dunque, i nuovi imbottiti Désirée sembrano capitalizzarne il *know how* tecnico e produttivo. Comparivano già modelli con interessanti soluzioni per i divani letto o con un attento studio degli automatismi. Tra gli altri, il Bianca e Bernie dello Studio De Mar (1993) mostrava un particolare sistema di apertura in acciaio a vista che, in una soluzione a divano doppio, permetteva di scostare le due unità per avere un *twin bed* dotato di mensola sottostante a uso comodino. Tra i modelli mantenuti nel catalogo del 1998 c'era il divano Domino (design Studio De Mar, 1993) che ha rappresentato uno dei primi esempi di seduta componibile: cinque moduli da 84 a 211 cm di larghezza con terminali ad angolo smussato, di cui uno a forma mistilinea, e una possibilità combinatoria con braccioli e poggiatesta. Analogamente, il divano Marea era costituito da quattro moduli, due terminali e un pouf angolare. Il divano Domino, così come il componibile Party (design Lino Codato, 1993), si caratterizzavano per la versatilità compositiva e la vasta gamma dei tessuti, che li rese adatti anche a spazi ampi, non solo domestici, come le hall di albergo.

La collezione del 1998 presenta oggetti dal gusto classico e prodotti dall'estetica più moderna.



Poltroncina Paprika, design Studio De Mar, 1993, poi R&S Désirée, 1998. La seduta è realizzata in legno, poliuretano e Dacron, con piedini in faggio o acciaio cromato. Ha due dimensioni per lo schienale, da 77 o 92 cm. La seduta appartiene a quella gamma di prodotti rivolta a un pubblico dal gusto più tradizionale.

Questa scelta è dipesa dal più generale riposizionamento del Gruppo in una fascia più alta di mercato, che fu graduale. Sono diversi i modelli che si rifanno all'estetica tradizionale degli imbottiti. A tale serie appartenevano le poltroncine Paprika con uno schienale da 77 o 92 cm di altezza e il pouf coordinato, che richiama le comuni poltrone da riposo degli anni cinquanta, e Bertha, che riprende il disegno delle poltrone dall'alto schienale d'inizio Novecento. Parimenti, la linea Memory del 1998 è dedicata a un pubblico dal gusto tradizionale, caratterizzandosi con la forma stondata dei braccioli, le cuciture a sbalzo del tessuto e i piedini tinto faggio o ciliegio dalla sagoma a bulbo. Anche la gamma dei tessuti presentava un'offerta variegata: pelli e nuovi tessuti monocromi per una clientela più giovane, fantasie rigate o simil-broccato per una casa classica.

Alla fine degli anni novanta si puntò soprattutto su imbottiti moderni dall'estetica semplice.

Tranne che per qualche rivestimento, le forme risultano senza tempo e non legate a mode passeggere o a disegni stravaganti. Tra questi imbottiti il divano Plana, progettato da Lino Codato nel 1993. Il divano è caratterizzato dall'alto cuscino strutturale che funge da schienale e dai piedini a

tronco di cono in legno tinto noce o nero in ABS, poi sostituiti con una foggia cilindrica nella versione Export del 1998. Oppure il divano Simbel (R&S Désirée, 1998), che sviluppa all'interno di un'immagine "pulita" il tema del poggiatesta cilindrico allungabile che, come funzionamento, ricorda quello delle auto. Il modello di punta di quegli anni fu Kaleido su progetto dell'unità Ricerca & Sviluppo Désirée con Roberto Gobbo.

Questo divano esprime da un lato lo studio nella componibilità degli elementi, dall'altro la modernità e la semplicità della forma, giocando sulla qualità del rivestimento in pelle e sul caratteristico piede con struttura cromata a ponte.

Comunicazione e immagine coordinata del Gruppo Euromobil

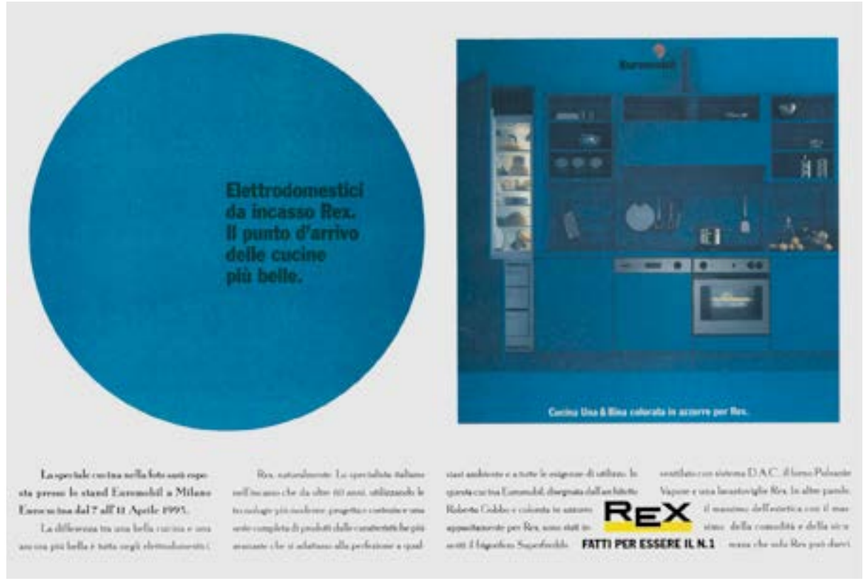
Negli anni novanta l'azienda ha rafforzato il suo investimento nella pubblicità istituzionale, ossia nella promozione di eventi d'arte e sportivi e nella presenza alle fiere di settore. Per questa ragione il Gruppo si è avvalso anche della collaborazione dell'agenzia Verba DDB e di Gianfranco Marabelli, che ha curato la comunicazione istituzionale dal 1999. Infine, dopo la Bianchi & Kerrigan, dal 2004 il Gruppo è seguito nell'immagine coordinata dall'agenzia ValentiniCesarottiAssociati. In quest'epoca è iniziata anche la collaborazione con il fotografo Ezio Prandini.

La pubblicità di Vanity del 1993 esprime un cambiamento nella comunicazione dell'azienda, riferendosi a un target di donna non stereotipato. La cucina è messa in secondo piano, e tale scelta sottolinea la volontà di concentrarsi sui personaggi e sulla trasformazione degli stili di vita.



Era importante far comprendere la filosofia e la vocazione aziendale più che promuovere i singoli prodotti. Le iniziative culturali miravano a trasmettere il messaggio che, nell'arte e nello sport, il Gruppo Euromobil si faceva portatore dei medesimi valori sottesi alle ragioni profonde dell'industria. Dunque, era importante rendersi riconoscibili e pertanto nel 1992, in occasione del Salone del Mobile del Triveneto, fu coniato il nuovo marchio del Gruppo Euromobil, quello blu con le stelle ascendenti che è utilizzato a tutt'oggi. Fu scelta questa circostanza perché le due aziende furono presentate insieme in uno stand di oltre 700 metri quadrati. E nella reception furono poste le opere di Carmelo Zotti. Pochi anni dopo fu realizzato il logo "Sport Design Arte" (1998) che rimarca, nelle attività di sponsorizzazione, i settori di riferimento e i valori dell'azienda: il design corrisponde al lavoro, alla ricerca, all'ispirazione e all'impegno; lo sport indica la competitività, la lealtà e la fatica; l'arte sottolinea la creatività, l'originalità e l'applicazione. Oltre alla ricerca di riconoscibilità al di fuori dell'ambito produttivo, il Gruppo sembra voler rendere noto chi sta dietro l'azienda, attraverso il proprio strumento "Euronews". Nei numeri del 1994 e 1995 si è proceduto con una serie di interviste non solo ai fratelli Lucchetta, titolari e amministratori delle singole aziende, ma anche a professionisti, consulenti esterni e collaboratori interni responsabili della trasformazione dei tre marchi nella produzione, nella comunicazione, nel design e nella rete vendita; fra le interviste, quelle a Roberto Gobbo e a Claudio della Rossa, consulente per lo sviluppo della rete vendita del Gruppo.

L'incremento della comunicazione, con la moltiplicazione degli strumenti di vendita e della pianificazione pubblicitaria, ha evidenziato la necessità di acquistare uno spazio da dedicarsi a quest'attività. Nel 1994 fu acquisita la Filanda di Crocetta del Montello, uno spazio di archeologia industriale di 2500 metri quadrati che fu adibito a studio fotografico o location per il lancio di prodotti nuovi. Questo ha permesso di evitare i ritardi legati al noleggio dei set fotografici esterni. E da questo momento lo *shooting* fotografico dei cataloghi e delle tabellari pubblicitarie fu affidato a Paolo Utimpergher. Infine, in conseguenza dell'acquisizione di Désirée e dello sviluppo della



Euromobil cucine ha realizzato una campagna pubblicitaria in co-marketing con Rex Electrolux. Nell'immagine compare una cucina Una & Bina in colore blu, realizzata appositamente per quest'occasione: non si vuole mostrare un prodotto di serie, quanto conferire l'idea della possibile variazione e della personalizzazione dei prodotti. La campagna pubblicitaria trasmette un'immagine dall'estetica pulita, e sottolinea la collaborazione e la transitività di valori, qualità e affidabilità, tra i due marchi.

linea Ufficio Pratico di Zalf, si rese necessario nel 1996 costruire uno showroom all'interno del centro direzionale del Gruppo a Falzè di Piave, affinché gli operatori commerciali in visita comprendessero meglio il concetto di trasversalità dei tre marchi e la flessibilità dei macrosistemi di Euromobil e Zalf.

Come precedentemente sottolineato, le campagne pubblicitarie di Euromobil cercano di riferirsi a nuovi target di consumatori e mettono in discussione alcuni luoghi comuni. In questi anni si evidenziano garbate provocazioni che invitavano l'utente a essere più consapevole delle proprie scelte nell'ambiente domestico. Ad esempio, nella campagna "Il posto di una donna è in cucina?" il punto interrogativo mette in questione la nuova identità femminile e sottolinea la sua autonomia nelle scelte. Infatti si aggiunge che per questa donna le cucine sono "facili da vivere, pensate per le sue necessità, con i colori della sua fantasia e lo stile inconfondibile della sua personalità".

Anche questa scelta è finalizzata a una comunicazione per un pubblico più moderno e non legato agli stereotipi sociali. Si cercano altri mercati di riferimento come, appunto, quello delle donne professioniste o dei single, per i quali Euromobil offre soluzioni *ad hoc*. Infatti il modello Filò, la "cucina ricomponibile", esprime sia nello slogan sia nelle composizioni la possibilità di uscire dal consolidato schema della cucina all'americana a mezzo di combinazioni per blocchi funzionali. Per la sua flessibilità, il modello Filò è stato pubblicizzato anche come cucina per single, grazie alla modulistica per elettrodomestici a larghezza 45 cm. Fu realizzata una campagna di co-marketing con la linea Rex dedicata ai single. In quegli anni, i nuclei da una o due persone costituivano il 40% delle famiglie e di solito abitavano spazi più ridotti. Ed era una fascia di mercato con un maggiore potere d'acquisto.





Significativa in questo senso la campagna pubblicitaria del modello Vanity (1993, foto di Paolo Gandola) che ritrae le gambe di una donna con i tacchi nella metà dell'immagine, mentre la cucina è posta in secondo piano. Il pay-off "per piacere e per calcolo" sottolinea da un lato il computo dell'ingombro a seconda delle proprie esigenze – era presentata una cucina completa in soli tre metri e 90 cm – e dall'altro la valutazione economica della scelta, connotando la donna come utente accorto e consapevole.

La comunicazione pubblicitaria degli anni novanta punta anche sull'idea della cucina-laboratorio, proponendo immagini di dettaglio con una zona cottura completa di accessori e cibi in procinto di essere cucinati. Oltre a questi scatti che accompagnano quello generale, si sceglie di allestire le cucine in ambienti non collegati alla casa tradizionale ma, ad esempio, loft o spazi industriali.

L'attenzione agli stili di vita e ai cambiamenti nelle pratiche del quotidiano è centrale nella comunicazione di Euromobil. Nel 1998 compare la pubblicità "Cucina a schema libero" per il modello Tabula – tra le prime in cui si accenna al macrosistema – e nel 2000 quella del Progetto Multisystem con lo slogan "a modo mio". Queste tabellari si concentrano sulle persone che raccontano nuovi costumi culturali ed esigenze di vita: ad esempio, l'uomo in cucina, la giovane donna single o la persona di diversa etnia. Ma ciascun utente usa il medesimo sistema di cucina, nonostante la propria "diversità". La modalità di comunicazione è quella del reportage e degli scatti "rubati" durante i rituali del quotidiano.

Nelle pubblicità di Zalf degli anni novanta, invece, si gioca sul contrasto tra realtà e aspettative, accentuando il tema del sogno che può divenire realtà: "un ambiente di conversazione e di relax… una scena che mi somigli in cui vivere il presente… sogno uno spazio Zalf". E di seguito il pay-off recita "Zalf: arredare ad occhi aperti". In generale, nella composizione degli spazi di Zalf si è puntato su ambienti "normali", in cui si risolvono i problemi più comuni, come la mancanza di spazio. Il messaggio era quello di un sistema di prodotti facilmente comprensibili, affidabili e rassicuranti. La prima campagna per il Progetto Soluzione di Zalf, con il pay-off "un milione di nuovi posti di riposo" (1994), presenta un'immagine con una serie affastellata di combinazioni finalizzate a conferire l'idea della componibilità illimitata. Per Zalf, il Gruppo ha puntato sui nuovi listini e cataloghi per la rete vendita che evidenziavano una certa cura estetica. Nel 1992 compaiono cataloghi illustrati dedicati ai singoli sistemi, ad esempio il sistema Monopoli, declinato per tipologie d'ambiente – spazi commerciali, zona notte e giorno, spazio ragazzi e hotel. Il progetto grafico per il catalogo di Monopoli è stato realizzato da Bianchi & Kerrigan e dalla Ricerca e Sviluppo Zalf. La veste grafica si avvalse dei disegni inediti dell'artista giapponese Hiroshi Daikoku. La poetica dell'artista, promosso dal Gruppo Euromobil, fu particolarmente adatta ad essere associata al sistema Monopoli, perché i vivaci segni del giapponese alludevano alla fisiognomica del maschile e del femminile e alla

La campagna pubblicitaria del Progetto Multisystem "A modo mio" (2000) mette l'accento sui personaggi: l'uomo in cucina, una donna giovane e una persona di diversa etnia, soggetti che esprimono il cambiamento dei costumi e degli stili di vita. Tale concetto è enfatizzato non solo dagli allestimenti (lo spazio high-tech o quello più tradizionale) ma anche dalle differenti inquadrature. Per sottolineare ulteriormente il tema della diversificazione sono scelte tre location distinte: la campagna è infatti realizzata a Innsbruck, Venezia e Milano (foto Paolo Utimpergher).





pluralità degli individui. Nel 1995 è stata realizzata una nuova serie di strumenti di vendita per Zalf comprensiva di un catalogo generale sul Progetto Soluzione, entro cui comparivano i sistemi Monopoli, Oh!razio e Alterna. Il kit comprendeva anche un nuovo listino che permetteva di comprendere la trasversalità dei sistemi, fascicoli dedicati ai singoli sistemi e una valigetta su ruote con il campionario dei materiali. Il kit presenta anche il nuovo logo di Zalf con la chiocciola trasformata in spirale, che sottolinea la forza espansiva e il movimento incessante, conservando il riferimento all'idea di casa. In "Euronews" nel 1998 vengono presentati anche gli strumenti di vendita che si avvalgono dei nuovi media: il sito internet e i supporti digitali (CD rom) che vanno a integrare i cataloghi cartacei. I CD rom sfruttano le possibilità ipertestuali del digitale per accedere alle informazioni con una modalità di lettura diversa dai cataloghi.



Tabellare Zalf dell'inizio degli anni novanta. È il momento in cui l'azienda punta sull'ampliamento dei sistemi sia per il living che per la zona notte. Nella comunicazione pubblicitaria dal pay-off "Sogno" si gioca sul contrasto fra realtà e aspettative, sottolineando che i sistemi Zalf sono talmente flessibili che permettono di risolvere qualsiasi spazio. Le ambientazioni sono piuttosto comuni e tale scelta vuole sottolineare che Zalf realizza prodotti comprensibili e accessibili, nonché adatti alla vita di tutti i giorni.

All'epoca il Gruppo comprese le potenzialità del web per raggiungere una vasta clientela, inaccessibile con gli strumenti tradizionali. Internet ha altresì permesso di comunicare l'attività dell'azienda nella sponsorizzazione e nel mecenatismo artistico. All'inizio del 2000 viene sviluppato dalla Padovani e Dinamica Software il programma Quick Style, un software per ambienti virtuali in 3D che permette di variare colori e finiture nella fase di progettazione con il Progetto Multisystem. Questo programma può viaggiare in rete ed è stato utilizzato in integrazione ai cataloghi cartacei: si sono realizzati degli schedari in cui, per ogni configurazione spaziale della cucina, ad esempio a isola o a penisola, la stessa soluzione è variata nelle finiture e nei colori.

Il riposizionamento del Gruppo negli anni novanta coincide anche con un diverso modo di presentare le aziende nelle fiere di settore. Si evidenziano maggiori cura e investimento negli allestimenti fieristici nei quali, più che promuovere i singoli prodotti, si punta a esprimere la filosofia del Gruppo e l'integrazione fra i tre marchi. L'allestimento diviene così un luogo di sperimentazione progettuale, in cui i temi produttivi dell'azienda sono espressi metaforicamente dal percorso nello spazio espositivo. Si ricorre a elementi di suggestione scenica, come particolari quinte d'ambiente o effetti d'illuminotecnica, mentre la disposizione dei prodotti risponde a un preciso programma allestitivo. Sin dai primi anni novanta al Salone del Mobile del Triveneto e a Eurocucina si è ricercata la sempre più stretta contaminazione tra industria e arte. Negli stand sono state inserite le opere di Carmelo Zotti per creare un filo conduttore nell'esposizione. In seguito ci si è affidati anche ai nuovi media audiovisivi. A Eurocucina del 1995, i video sugli impianti produttivi di Euromobil, per la regia di Ornella Barreca, erano giustapposti alle immagini della ballerina Simonetta Donzelli; mentre



Nel 1992 compaiono i cataloghi per Zalf illustrati dal giapponese Hiroshi Daikoku. Tale iniziativa permette di pensare alla comunicazione del sistema Monopoli e di associare il contenuto e la vivacità segnica dell'artista al prodotto. Il progetto grafico è realizzato da R&S Zalf e Bianchi & Kerrigan.

le persone e la realtà tecnologica dell'azienda erano accostate a citazioni tratte dalle *Lezioni americane* di Italo Calvino. Nell'allestimento del Gruppo Euromobil ad Abitare il Tempo nel 1998 si è puntato sulla creazione di un'atmosfera, generata proprio dalle qualità dello spazio.

Contrariamente alla maggior parte degli allestimenti precedenti, non si è costruito un ambiente domestico familiare, ma piuttosto si sono volute richiamare contestualizzazioni da showroom o spazio temporaneo. L'effetto scenico era conferito dalle particolari quinte retroilluminate, sulle quali erano inseriti brevi testi programmatici sulla filosofia produttiva delle tre aziende, accompagnati da segni grafici, che erano delle bottiglie, una a chiusura ermetica e l'altra con un fiore all'interno, a simboleggiare l'idea di utilità e funzione ma anche di rilevanza estetica connessa ai prodotti.

La scelta di comparire come Gruppo e non come singoli marchi – al Salone del Mobile del 1999 Zalf era insieme a Désirée con il sottotitolo di "Soluzioni + Comfort" – conferisce un segnale forte al pubblico e una sensazione di complementarietà nell'offerta d'arredo che difficilmente è resa al pari nei cataloghi dei prodotti.

Il Forum all'interno dello stabilimento produttivo di Falzè di Piave è inaugurato nel 1998. Tale spazio è articolato in più sale e ha un auditorium da oltre cento posti. Il Forum è uno strumento importante per l'azienda perché facilita la formazione del personale, soprattutto dei venditori, a cui il Gruppo si è sempre dedicato con costanza. La vicinanza del Forum allo showroom permette altresì di vedere e comprendere le varie applicazioni dei prodotti.



La Filanda, una ex area industriale di 2500 metri quadrati, adibita a spazio per set fotografici o allestimenti temporanei. Viene acquisita nel 1994 quando le attività di comunicazione dei vari marchi si fanno più intense e programmate e non è più possibile affidarsi a set fotografici esterni.

Il contemporaneo: l'apertura al mercato globale

Il consolidamento dell'immagine e i settori d'investimento

Il lungo processo di ristrutturazione dei metodi gestionali e produttivi si attua grazie alla costanza, pazienza e lungimiranza del Gruppo Euromobil. E ha rappresentato la priorità dell'azienda fino ai primi anni novanta. Il design degli arredi è venuto in seguito quando, con il Progetto Multisystem di Euromobil e Progetto Soluzione di Zalf, si è puntato sulla combinazione dei modelli e su uno spazio abitativo qualificato dalla componibilità del mobile. L'acquisizione di Désirée, infine, ha favorito le sinergie tra i marchi, spingendo il riposizionamento del Gruppo Euromobil in una

fascia più alta di mercato. Per raggiungere un simile obiettivo ci sono voluti anni: la trasformazione è stata programmata e ha comportato un cambiamento radicale a partire dalla dirigenza fino alla rete di vendita e ai clienti finali. È stato necessario un graduale rinnovamento delle maestranze, dei canali distributivi, dei fornitori e degli agenti, così come della generale identità dell'azienda. Il settore del *contract* è la prossima sfida del Gruppo Euromobil. È stata istituita una divisione interna dedicata e un catalogo su Gruppo Euromobil Professional, che presenta le realizzazioni, l'organigramma e il ruolo della divisione con i servizi che è in grado di offrire. Il *contract* consiste in un servizio "sartoriale" delle forniture che si esplica nella capacità di adattare i prodotti in catalogo alla specificità del luogo in cui saranno ubicati e, soprattutto, nell'abilità da parte della divisione di gestire e coordinare tutta la rete degli attori del progetto – gli altri fornitori di materiali e di prodotti, il cliente e i progettisti esterni. La divisione Professional soprintende non solo alla commessa di arredi che provengono dalla produzione interna, ma anche alla realizzazione di soluzioni *ad hoc* che nascono dallo specifico design degli interni. Molti sono i settori del *contract*: dall'alberghiero agli uffici, ai luoghi pubblici di grande affluenza di persone, come gli spazi di attesa. E per la differente fruizione di tali luoghi, gli arredi di catalogo debbono avere altre caratteristiche ed essere adattati a normative più restrittive. Negli ultimi anni, soprattutto in ambito anglosassone o nei Paesi asiatici dal veloce sviluppo, si è registrata una consistente domanda dei sistemi *contract* residenziali, spinti dal fiorente settore delle costruzioni. Per questi nuovi palazzi viene richiesto un alto livello nelle finiture e nella dotazione di cucine, bagni e armadiature. Dunque esiste un panorama stimolante e competitivo per aziende ben strutturate come il Gruppo Euromobil. Tra i progetti *contract* più recenti, il Gruppo ha realizzato gli arredi per un edificio nel quartiere SoHo di New York, lo Jesolo Lido





L'allestimento per Abitare il Tempo 2000, progetto in collaborazione con Roberto Gobbo, è caratterizzato da pareti retroilluminate che raffigurano diverse location nel mondo. Le immagini sottolineano la flessibilità dei sistemi d'arredo e l'individualità delle scelte da parte del cliente. La grafica unisce l'esposizione dei vari marchi, mentre gli arredi di Désirée guidano senza interruzione dall'ambiente cucina Euromobil alle zone giorno e notte di Zalf. Tra le novità esposte, lo Skate System di Zalf, il sistema Dedalo di Euromobil e il programma di sedute Omnis di Désirée.





Nei laboratori di Abitare il Tempo 2000, Euromobil presenta *La Sala Telematica* all'interno della mostra "Cucina.come" (concept Giovanni Cutolo). L'installazione è una sorta di negozio virtuale, in cui si mostrano i servizi offerti dai punti vendita e il funzionamento dei programmi grafici ADA e Quick Style, quest'ultimo realizzato da Padovani Multimedia, suono a cura di Claudio Coccoluto. Oltre alle pareti ricoperte con immagini dei suddetti programmi informatici, c'è un palcoscenico retroilluminato in cui sono posti i pezzi scomposti del sistema Dedalo.

Village su progetto dell'architetto statunitense Richard Meier e l'arredo per gli edifici londinesi progettati da Conran&Partners.

Per rendersi credibili nel settore del *contract* è necessario accrescere la propria immagine all'estero potenziando l'export e la partecipazione alle fiere di settore internazionali. Il Gruppo Euromobil è ovunque ben accolto perché offre un prodotto di design con giusto rapporto qualità/prezzo. E il fatto di essere un'azienda di design italiano ne aumenta la credibilità e l'apprezzamento. Tra i marchi del Gruppo, Désirée è quello che ha il maggiore fatturato estero, il 60%. Tale dato è cresciuto molto velocemente negli ultimi anni grazie alle nuove collaborazioni con designer esterni e alla caratteristica stessa dei prodotti: oggetti singoli e d'impatto estetico. L'export di Zalf conta nel 2007 il 20-25% di fatturato estero, mentre Euromobil si colloca intorno al 40%. Il Gruppo Euromobil esporta in tutta Europa, Russia, Cina, Giappone, Messico e Stati Uniti. In questa prospettiva di crescita globale sta aumentando la partecipazione alle fiere internazionali come a Pechino, Mumbai e Nuova Delhi, mercati in espansione e con forti potenzialità, e a Dubai. Per le piazze europee si punta su Valencia e Mosca, fiere già presidiate da anni. Il metodo e la gestione della produzione del Gruppo sono i medesimi per il mercato italiano e per quello estero. Anche negli altri Paesi i rivenditori lavorano con il programma grafico ADA e la gestione delle commesse è unificata, in modo da eliminare errori sia nella fabbricazione degli arredi, sia nel preventivo. La produzione è realizzata interamente nel territorio veneto e pertanto le tre aziende sono in grado di operare controlli e mantenere standard qualitativi costanti. Tuttavia, per quanto riguarda il mercato estero, si possono operare dei perfezionamenti negli aspetti distributivi con lo scopo di abbattere l'aumento di costo.

Il rapporto con i fornitori è da sempre un legame di partnership accudito da parte del Gruppo con la massima attenzione: i fornitori permettono di accedere con più facilità alle novità di prodotto, tecnologiche o di materiali, che possono poi essere messe a punto nella produzione delle aziende. E questo rapporto risulta fondamentale nell'ottica dello sviluppo del *contract*.

In questo processo di consolidamento dell'immagine, fortemente voluto dalla proprietà, i designer e tutta la filiera produttiva hanno avuto un importante ruolo. In questi ultimi anni, a causa del rapido cambiamento delle aziende e della proliferazione dell'offerta merceologica, il Gruppo si è aperto anche a nuovi contributi oltre agli storici con Roberto Gobbo e Domenico Paolucci. Con lo sviluppo di Désirée si sono avviate le collaborazioni con Andrea Lucatello, Jai Jalan e Marc Sadler. Jalan è stata una vera rivelazione perché non aveva mai realizzato progetti d'arredo. L'incontro è stato fortuito: l'indiano era l'assistente di Ezio Prandini, il fotografo del Gruppo e, casualmente, si è scoperto fosse un abilissimo disegnatore. Jalan ha realizzato per Désirée il divano Tuliss e la *chaise longue* Eli Fly, entrambi premiati dal Young & Design Award e attualmente un grande successo di vendita. Dal 2004 si è concretizzata la collaborazione con Marc Sadler, un designer di fama internazionale, insignito di tre Compassi d'Oro e del Red Dot Award, che ha un percorso legato alla tradizione produttiva veneta. Sadler ha fatto ricerca sui materiali innovativi applicati all'abbigliamento sportivo, dimostrandosi una figura attenta anche ai processi industriali di produzione.

Gli imbottiti nascono come progetti a sé stanti nel design, nell'ingegnerizzazione del prodotto e nell'investimento produttivo. Per tale ragione Désirée è stata l'azienda più aperta alle nuove collaborazioni. Diversa è la messa a punto di nuovi sistemi all'interno dei progetti Multisystem e Filò o del Progetto Soluzione, così come progettare *ex novo* un macrosistema. Ma il nuovo programma Assim, presentato a Eurocucina 2008, dischiude nuove possibilità di arredo e sinergie tra i diversi marchi che necessitano anche di contributi progettuali esterni. Il Gruppo Euromobil, pertanto, amplia la propria squadra con creativi in grado di assecondare la sua logica produttiva. I progetti sono sempre il frutto di uno scambio corale e della concertazione tra le visioni dei progettisti esterni e le strategie aziendali coerenti con i mercati in continua evoluzione.

La fiera di Valencia è una delle principali piazze europee per l'arredo domestico. Il Gruppo Euromobil vi ha partecipato nel 2004 con uno stand che raccoglie le novità dei tre marchi. L'allestimento esprime eleganza e cura per i dettagli: punta sui toni caldi delle terre, forse un omaggio alla Spagna, e su un'illuminazione puntiforme a faretti e piantane che crea un'atmosfera raccolta e rilassante. L'allestimento ha ricevuto il Premio Internazionale FIM Industrial 2004.





La partecipazione a un numero sempre crescente di fiere ha imposto non solo di ampliare la rete di architetti che si occupa degli allestimenti, ma anche di ideare dei concept allestitivi di forte impatto. La maggior parte degli stand fieristici del Gruppo Euromobil è stata progettata in collaborazione con Roberto Gobbo ed Edoardo Gherardi. E alcuni di questi risultano fondamentali nella politica di comunicazione dell'azienda. Una



ben essere essere

Euromobil partecipa alla mostra “Essere e Benessere” alla Triennale, curata dalla rivista “Interni” durante il Salone del Mobile di Milano nel 2000. L’installazione Convivio, concepita da R&S Euromobil con Roberto Gobbo, è composta da un’isola modulare di 3,6 metri, con una zona per la preparazione del cibo e una per la sua consumazione. Sono utilizzati il legno di rovere, l’alluminio e la pietra Biancone di Vicenza, materiali che si compenetrano nel passaggio tra le differenti aree funzionali: ad esempio, il tavolo in legno mostra il centrotavola in pietra e vassoi in legno compaiono nell’area del lavello. Quest’ultimo, in pietra, cita le tradizionali cucine di campagna. Da questo concept modulare nasce il sistema Dedalo.





ECCOCI

Nel 2000 il Gruppo Euromobil sponsorizza la partecipazione al Salone Satellite (Salone del Mobile di Milano) del corso di diploma universitario in Disegno Industriale dello IUAV di Venezia. In quest’occasione gli studenti espongono i risultati dei laboratori progettuali.

Euromobil è “partecipante fondatore”, alla fine del 2001, della Fondazione ADI per il Design Italiano, il cui ruolo consiste nella tutela e divulgazione del patrimonio storico del design italiano, interpretandone l’eredità culturale e proiettandone il valore nel futuro.

partecipazione importante fu quella alla mostra "Essere e Benessere", organizzata dalla rivista "Interni" alla Triennale di Milano durante il Salone del Mobile del 2000. In quest'occasione Euromobil espose un nuovo concept di prodotto: un'isola continua, suddivisa in zona cottura e area per la consumazione del cibo. Questo evento segna l'inizio di una fase di allestimenti più sperimentali in cui studiare dei prototipi di arredo – dalla suddetta installazione è nato il sistema Dedalo – oppure presentare i valori sottesi all'identità dell'azienda, oltre alla mera esposizione delle novità di catalogo. Ad esempio, l'allestimento per la fiera Abitare il Tempo del 2000 traduceva l'idea di "Multiplicity = Individuality". Lo stand declinava le novità delle tre aziende con l'obiettivo di interpretare la molteplicità degli ambienti domestici e dei riferimenti culturali degli utenti: le pareti erano composte da pannelli retroilluminati con scritte e immagini di paesaggi italiani che richiamavano l'idea di pluralità culturale e di individualità nella scelta da parte del cliente. "Cucina.come" era invece un'area a sé stante all'interno della sezione laboratori della stessa fiera. In quest'altra installazione Euromobil ha scelto di spiegare ai visitatori la capacità progettuale offerta nei punti vendita e i software a disposizione (ADA e Quick Style). Per la prima volta, in questa occasione l'azienda ha presentato i propri servizi oltre ai prototipi e ai prodotti finiti, dimostrando non solo la logica di funzionamento sottesa al Programma Multisystem, ma anche la complessità gestionale e organizzativa del segmento rivenditore-azienda-cliente finale.

Gli allestimenti fieristici sono stati per il Gruppo un territorio di sperimentazione per le possibilità compositive dei macrosistemi di Zalf





La Casa nel Bosco **è un'installazione a cura di Giampaolo Benedini, realizzata in occasione di Abitare il Tempo 2006. La struttura è in legno massello privo di trattamenti e sistemi di fissaggio sintetici e con tecnologie di isolamento termico per abbattere il consumo energetico. Il progetto unisce la qualità dei prodotti e un atteggiamento sostenibile verso l'ambiente a un'immagine contemporanea e attenta ai bisogni degli utenti.**





The Face House **di Roberto Semprini per Abitare il Tempo 2008. Il progetto presenta una pianta a forma di faccia che sorride, priva di setti murari fissi e frazionata con gli stessi arredi. Una casa senza porte, ma perfettamente funzionale, in cui passare da un ambiente a un altro in maniera fluida.**

mobili e di Euromobil cucine. Studiare un percorso coerente nella messa in scena delle merci ha permesso agli stessi progettisti di approfondire le potenzialità di combinazione tra i prodotti delle tre aziende. Negli allestimenti, come quello per i tre marchi a Valencia nel 2004 (premio internazionale FIM Industrial 2004), si sono costruite corrispondenze estetiche tra i materiali e le finiture conferendo l'idea di completezza nell'offerta d'arredo. Nelle varie edizioni del Salone di Milano, Zalf e Désirée compaiono integrate fra loro, soprattutto negli ambienti della zona giorno o della camera da letto per adulti. Nel 2008 uno dei sistemi a parete di Zalf è stato impiegato come parete divisoria per frazionare l'ambiente, mentre un tavolo della stessa forma di quelli della collezione Pratico Office è stato impiegato in un contesto domestico. Questo per dimostrare la versatilità degli arredi e la possibilità di costruire ambienti ibridi tra l'ufficio e la casa. Con la partecipazione alla manifestazione Arte Fiera come main sponsor, il Gruppo Euromobil inizia a comunicare, in maniera sistematica e mediante gli allestimenti, il connubio fra arte e design. Si è deciso di studiare un contributo creativo e valorizzante sia per l'azienda, sia per la stessa manifestazione. Nel 2007 il Gruppo ha scelto di non presentare prodotti ma di comunicare il proprio impegno nella promozione artistica. Totem espositivi, che delimitavano l'area dell'allestimento, mostravano "I luoghi dell'arte" dove l'azienda ha sostenuto eventi artistici, mentre video al centro proiettavano contributi critici per spiegare il rapporto fra arte e impresa. In uno di questi interventi, Philippe Daverio ha sostenuto che "i fratelli Lucchetta hanno intuito che l'impresa può fare bene all'arte, ma che l'arte fa bene all'impresa perché genera la corporate identity. E ora che la competizione si apre alla fortunata dimensione della globalità, diventa necessario non solo essere eccellenti ma presentarsi come unici. Per fare intendere la nostra specificità, l'arte si dimostra lo strumento ideale e il museo si trasforma da ginnasio per il ricercatore solitario in luogo d'incontro dove si sta plasmando la comunità di domani".

L'anno successivo il Gruppo Euromobil si presenta ad Arte Fiera con un progetto più complesso, realizzato in collaborazione con Roberto Gobbo ed Edoardo Gherardi – quest'ultimo, insieme alla struttura progettuale interna, cura gli allestimenti dei punti vendita dell'azienda. Lo stand era volto a far dialogare in modo creativo il mondo del prodotto con quello dell'arte. In un'atmosfera bianca e rarefatta l'installazione *WaterFire* di Fabrizio Plessi viveva nel contesto della cucina: i celebri video che rappresentano l'acqua e il fuoco sono stati inseriti nei loro punti di emissione (fornelli e lavelli). Dunque, il meccanismo delle installazioni di Plessi è stato utilizzato come strumento di comunicazione delle cucine stesse,

mentre l'arte è stata decontestualizzata per metterla a confronto con la quotidianità di cui fa parte, appunto, il design. Parallelamente, nel medesimo allestimento, sono stati selezionati arredi di Zalf e Désirée, giustapposti a totem espositivi in cui erano inseriti i contributi di Fabrizio Plessi, dei designer del Gruppo e di critici quali Philippe Daverio e Aldo Colonetti. Come ha sostenuto quest'ultimo in quell'occasione, l'operato del Gruppo rappresenta l'indissolubile e imprescindibile legame tra gli oggetti e l'universo culturale a cui appartengono: "è opportuno, da parte del design, riprendere il rapporto con i protagonisti dell'arte, in particolare gli artisti e gli spazi museali, in quanto la dimensione estetica degli oggetti rappresenta il patrimonio simbolico con il quale conviviamo". Il dialogo tra arte e impresa e la reciproca contaminazione è stata espressa anche dal Premio Internazionale Euromobil Under 30, volto alla valorizzazione di giovani artisti invitati a interagire con il mondo del Gruppo Euromobil. I vincitori, infatti, sono chiamati a sviluppare con i dipartimenti Ricerca & Sviluppo dei tre marchi un nuovo prodotto, "firmarne" uno già esistente o lavorare a un progetto di allestimento.

Il concept dell'allestimento per Arte Fiera 2008 è stato sviluppato nel successivo Salone del Mobile di Milano. A Eurocucina 2008 le pareti dello stand sono state realizzate in Barrisol, un materiale plastico traslucido, sostenuto da una struttura metallica interna e in aggetto che creava una superficie mossa. L'idea si è ispirata dalle opere di Enrico Castellani. All'interno, le installazioni di Fabrizio Plessi nei mobili della cucina si alternavano alle novità di catalogo, sottolineando la contaminazione creativa tra arte e design.

Altre occasioni fieristiche hanno segnato non solo una sperimentazione nei contesti dell'abitare, ma anche la collaborazione con nuovi progettisti. Ad Abitare il Tempo 2008 ci si è presentati con un allestimento curato dall'architetto Roberto Semprini, che ha progettato la disposizione degli ambienti della casa su un disegno che in pianta raffigurava una faccia sorridente – infatti l'allestimento si intitolava *The Face House*. L'idea era finalizzata a investigare un concetto abitativo privo di porte, in cui i limiti fossero costituiti da elementi d'arredo flessibili: come ha sostenuto l'architetto, "una casa dal volto tranquillo, senza



Lo stand di 650 metri quadrati di Euromobil per Eurocucina 2008 è progettato in collaborazione con Roberto Gobbo ed Edoardo Gherardi. L'esterno è in Barrisol retroilluminato, un materiale plastico traslucido, sostenuto da una struttura metallica costituita da linee spezzate. Le pareti danno l'idea di una grande lampada, e l'illuminazione disomogenea enfatizza la brillantezza e il dinamismo della superficie. L'ingresso allo stand è costituito da una rampa, priva di barriere architettoniche, che dà l'idea di un grande portale. La struttura in Barrisol si ispira alle opere di Enrico Castellani.



"Il fatto di contaminare le mie opere con una cucina potrebbe fare un po' sorridere. Però io non ho nessun complesso. Uscire dal ghetto dell'arte e mettersi a confronto con tutti gli elementi di oggi, con l'architettura, con il design, con poetiche diverse credo sia un dovere per un artista. Nel mio caso è una simbiosi quasi biologica".
Fabrizio Plessi



limiti, in cui non puoi sbattere le porte. Una casa dalla pianta fluida in cui far circolare nuove idee".

Nel segno della creatività e della sperimentazione, anche il precedente allestimento per Abitare il Tempo 2006 di Giampaolo Benedini, *La Casa nel Bosco*, ha anticipato gli inderogabili temi della sostenibilità ambientale e dell'ecologia, sui quali il design non può esimersi dall'offrire soluzioni praticabili. La struttura dell'allestimento era realizzata in legno massello senza l'ausilio di sostanze o trattamenti sintetici, con tecnologie di isolamento termico tali da abbattere i costi di gestione energetica.

La casa dimostrava le potenzialità del design, con alti valori prestazionali e di qualità, nell'indirizzare il mondo dell'abitare verso un atteggiamento più consapevole sia dell'impatto ambientale, sia delle necessità degli utenti.

La partecipazione ad Arte Fiera 2009 segna un ulteriore passo nella contaminazione tra arte e design. In collaborazione con Alberto Biasi si è partiti dal cinetismo e dall'arte ottico-dinamica, temi propri della ricerca dell'artista, per creare un motivo che attraversasse tutti gli arredi esposti.

Nell'arte ottico-dinamica la percezione delle figure in movimento è attivata dall'atto del muoversi da parte del visitatore. In questo caso, il motivo del quadrato che rotola di Biasi è apposto sulla superficie degli arredi creando, per sua stessa definizione, un paradosso e un effetto di straniamento. Dunque il mobile, così come la figura geometrica del quadrato, assume un carattere mutevole e metaforico. E l'arredamento, da mero elemento statico e funzionale, acquisisce una valenza più emozionale, intima e narrativa.

Queste collaborazioni con gli artisti non sono finalizzate soltanto alla concezione di un progetto espositivo, ma anche a spingere la sperimentazione nel design, ad aprirlo a nuove suggestioni e contenuti che confluiscono, in differenti maniere, nel mondo della produzione in serie.

ARTEFIERA ART FIRST 2007







L'allestimento per Arte Fiera 2007 non mostra i prodotti delle tre aziende ma l'attività del Gruppo Euromobil nella sponsorizzazione di eventi artistici. Lo stand è perimetrato da quinte, costituite da totem espositivi, e al centro presenta dei video con contributi critici sul rapporto tra arte e impresa. Negli espositori a colonna si è impiegato un particolare sistema illuminotecnico inserito lungo la cornice a 45 gradi. In questo modo né la sorgente d'illuminazione né lo spessore della nicchia sono percepibili.

ARTEFIERA ART FIRST 2008



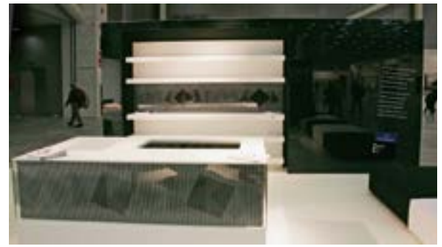
L'allestimento per Arte Fiera 2008 riprende l'idea dei totem espositivi in funzione di quinta spaziale. In questo caso i dieci totem sono realizzati in Barrisol e presentano schizzi progettuali, immagini e biografie dei progettisti dell'azienda. Nello stand si spinge la contaminazione tra arte e design: l'opera *WaterFire* di Fabrizio Plessi è integrata nei lavelli e nei fuochi della cucina. Questi, alloggiati su pedane come frammenti progettuali decontestualizzati, risultano come oggetti d'arte. Tuttavia gli arredi sono utilizzabili dai visitatori, così da non perdere il loro carattere funzionale.











ARTEFIERA **ART FIRST** 2009





L'allestimento *2009 Il quadrato rotola* del Gruppo Euromobil ad Arte Fiera 2009 è realizzato in collaborazione con Alberto Blasi. Il motivo ottico-dinamico del quadrato che rotola, ideato dall'artista, è apposto sulla superficie degli arredi: pareti attrezzate, una cucina a isola, un armadio e degli imbottiti. Il visitatore si sposta all'interno di questo ambiente domestico, senza soluzione di continuità, attivando con il proprio movimento il dinamismo della figura. La staticità e la natura meramente funzionale degli arredi sono dunque rilette attraverso questo motivo estroso, che conferisce all'ambiente un forte valore emozionale e narrativo.

L'attuale sito produttivo di Euromobil Cucine fu acquisito all'inizio degli anni settanta. Questa sede è stata soggetta a importanti ampliamenti, non solo della fabbrica e del magazzino. Alla fine degli anni novanta sono stati costruiti i nuovi uffici e il Forum, che ospita l'auditorium per la formazione del personale; al 2002 risale il rinnovamento dello showroom. Complessivamente l'area coperta è di 35.000 metri quadrati.
L'investimento negli impianti è stato continuativo e un punto fermo nella politica del Gruppo: macchinari a controllo numerico permettono una gestione completamente automatizzata della produzione, dall'arrivo dei semilavorati al magazzino dei prodotti finiti e spedizioni.

Ingresso degli uffici di Falzè di Piave con l'opera *Astati* (bronzo, h. 400 cm) di Nag Arnoldi.

Euromobil
Cucine

Linee di squadrabordatura



Linea sezionatura barre robotizzata





Complesso Euromobil a Falzè di Piave



Uffici Euromobil

Linee di foratura e montaggio automatizzate



Magazzino spedizioni robotizzato





Showroom e copertura spaziale



Area spedizioni

Euromobil: lo sviluppo nel design e nella qualità vendibile

La produzione di Euromobil in questi ultimi anni manifesta una crescita esponenziale nel design dei prodotti. Il Progetto Multisystem è stato integrato con nuovi modelli, declinabili in una serie pressoché infinita di variabili nelle finiture – dal laminato lucido o opaco al laccato, all'impiallacciato. Sono stati sviluppati blocchi cottura con cappe su disegno e un'innumerevole varietà di composizioni modulari a isola o a penisola, fino allo schema di "cucina passante", in cui la zona di lavorazione è separata da quella per la consumazione del cibo a mezzo di colonne di contenimento (il Sistema Zenit di Edoardo Gherardi). Dunque, si è lavorato da un lato sulla possibilità di variazione estetica delle ante e delle relative finiture, che permette di comporre una cucina con qualunque disponibilità economica, dall'altro sulla modularità, l'ergonomia e la configurazione nello spazio.

Oltre ai modelli Dialogo, Tabula e Vanity Top, che presenta l'anta con un raggio di curvatura più ridotto rispetto a Vanity, il Progetto Multisystem ha integrato altri sistemi, tutti trasversali tra di loro. Compaiono modelli più classici come Quadrica, caratterizzata dall'anta lineare con telaio di grandi dimensioni, e Abita, con un telaio meno evidente. Poi vi sono modelli che rileggono la morfologia tradizionale del frontale in modo innovativo: Alutema presenta l'anta con telaio in alluminio, Doganove una superficie a doghe orizzontali con passo 9 cm, Filanta mostra la presa della maniglia a filo dell'anta e Alineal inserisce la maniglia trafilata in alluminio sul profilo superiore del frontale.

Nel 2005 è stato messo a punto il nuovo macrosistema Filo con modelli di ante prive di maniglia. Il Progetto Filo risponde al medesimo concetto di matrice dimensionale del Progetto Multisystem, ma poiché sono stati necessari degli aggiustamenti sull'altezza delle basi o la larghezza delle colonne per contenere la gola dell'apertura, è stato necessario sviluppare un altro macrosistema. Tuttavia, gli elementi del programma Filo possono essere mischiati con quelli del Progetto Multisystem, perché le ante hanno lo stesso spessore e le stesse finiture. Il sistema Filo contiene i modelli Filo Tabula e Filo Vanity Top, che presenta la stessa anta liscia ma senza la maniglia. Si contano 110 frontali, 71 strutture, una gola e nove diverse finiture. L'assenza di maniglia ha imposto uno studio sui sistemi di apertura: ad esempio *push* & *pull* nei pensili e la gola in posizione verticale nelle colonne. Progetto Filo risponde a una precisa esigenza di mercato, quella degli open space, che indica un tipo di mobili da cucina sempre più simili agli arredi della zona giorno. Il modello di anta senza maniglia esce formalmente dalla morfologia tipica dei mobili da cucina.

Per rispondere a una maggiore flessibilità compositiva e per offrire un sistema che si adatti alle esigenze di un utente nomade è stato concepito nel 2000 Dedalo (design Roberto Gobbo). Il sistema è *freestanding*: non è propriamente un monoblocco, quanto un impianto componibile che può essere sistemato in molteplici configurazioni grazie alla modularità degli elementi. Dedalo è un sistema progressivo che può essere ampliato o modificato nel tempo. La struttura portante in alluminio, costituita da gambe cilindriche e traverse orizzontali a sezione quadrata, viene organizzata con aree di contenimento, chiuse o a giorno e per lavastoviglie, zone cottura e lavaggio, *butcher*, carrelli e tavoli.

Il sistema Dedalo può essere autonomo o integrato ai modelli dei Progetti Multisystem e Filo. La struttura in materiali riciclabili, appunto alluminio e acciaio, presenta un meccanismo di snodi che permette di eseguire agevolmente le operazioni di smontaggio e trasporto. Infatti Dedalo è nato per un consumatore che si trasferisce spesso e che deve adattare la propria cucina alle specifiche necessità di spazio.

Il prototipo è stato presentato alla mostra "Essere e Benessere" in Triennale, promossa dalla rivista "Interni" durante il Salone del Mobile di Milano del 2000. L'installazione *Convivio* fu concepita da R&S Euromobil e Roberto Gobbo. Il tema della mostra verteva sulla preparazione del cibo e la convivialità. Dunque, è stata concepita un'isola di sei metri, suddivisa in due aree: una zona operativa di 2,40 metri per la preparazione e il lavaggio dei cibi, con struttura portante in alluminio e top in pietra alto 16 cm, e una zona contigua di 3,6 metri destinata alla consumazione conviviale con ripiano in legno massello di rovere. Da questo concept è stato poi ingegnerizzato il sistema Dedalo.

Nel 2006 Edoardo Gherardi è stato insignito del terzo premio del concorso Young & Design per il progetto Zenit. È un prototipo, poi messo in produzione, di "cucina passante" dall'impianto a croce: da una parte c'è la penisola dell'area di cottura e lavaggio, dall'altra il tavolo per la consumazione del cibo. Le due zone sono suddivise da un diaframma con un passavivande centrale, che raccoglie le colonne di contenimento. Anche questo schema di cucina risponde alla trasformazione tassonomica della casa nell'ottica degli open space. Infatti, anziché frazionare gli ambienti con pareti permanenti, si usano gli stessi arredi per creare i divisori. E questo conferisce più spazio alla progettualità.

Edoardo Gherardi ha disegnato insieme all'unità Ricerca & Sviluppo di Euromobil una serie di elettrodomestici che fanno parte del Progetto ZenitLab – un piano cottura con vasche e una cappa





Dedalo, design Roberto Gobbo (2000), è un sistema *freestanding* composto da una struttura in alluminio con gambe cilindriche e traverse a sezione rettangolare che può essere integrato con zona cottura e lavaggio, contenitori chiusi o a giorno, carrelli e tavoli. Il sistema vive autonomamente o inserito nelle composizioni di cucina con i Progetti Multisystem e Filo. Fa parte, dunque, dei microsistemi.





Sistema Zenit, progetto Edoardo Gherardi, terzo premio Young & Design 2006. È uno schema di "cucina passante" nella quale le due aree funzionali, la zona operativa per la preparazione e quella per la consumazione del cibo sono suddivise dalle colonne di contenimento con un passavivande al centro.

I.POINTS OF VIEW

Il Gruppo Euromobil è stato selezionato a "I.dot Italian Design on Tour", uno dei principali progetti culturali di certificazione e promozione del design contemporaneo italiano.



L'immagine presenta il modello Filotabula del macrosistema Progetto Filo ad ante senza maniglia, realizzato in finitura pino spazzolato e miele. Tale modello può dialogare con Tabula del Progetto Multisystem poiché vi è corrispondenza tra le ante dei due macrosistemi.

centrostanza ellissoidale in acciaio. Le cappe fanno parte dei microsistemi applicabili ai Progetti Filo e Multisystem, così come la nuova serie di attrezzature per i contenitori: cestoni estraibili, carrelli ad angolo con meccanismo di apertura Le Mans, la barra luminosa Cosmolight e il sistema di illuminazione a faretti led per il piano di lavoro e per i cassetti.

Eurocucina 2008 ha segnato una tappa importante nello sviluppo del design di Euromobil. In quest'occasione è stato presentato il prototipo di un nuovo macrosistema sviluppato da R&S Euromobil con Roberto Gobbo. Il primo modello che applica questo macrosistema è il nuovo Assim. Sviluppa l'idea del *living* & *cooking*, ossia propone una cucina per spazi aperti che si mimetizza con gli arredi della zona giorno. Si è usciti dall'impianto tradizionale della cucina eliminando tutti gli elementi morfologici che ne caratterizzano la tipologia: ad esempio la suddivisione delle cassettiere, con i cassetti inseriti all'interno dell'anta unica, l'assenza di maniglie in aggetto, la scomparsa della cappa dentro il piano di lavoro e i sistemi di copertura dei fuochi e delle vasche. Si è ricercata una continuità cromatica tra zoccolo, anta e top ed è stato inoltre rimosso l'acciaio, un materiale troppo caratterizzante l'ambiente cucina.

Dunque il design pulito e rigoroso confonde i mobili della cucina con quelli del living. In controtendenza con le cucine caratterizzate da zone di contenimento sempre più piccole si è proposta una soluzione con grandi armadiature ma di altrettanto grande flessibilità. Poiché la cucina è considerata un laboratorio, si è lavorato sui sistemi di apertura più funzionali che eliminino qualsiasi impedimento: estrazione per le basi, scorrimento complanare anziché apertura a battente per i pensili e le colonne. Nel prototipo delle basi si è introdotto il sistema di apertura Sensotronic, che funziona con dei sensori di rilevamento del movimento dell'utente il quale, con un semplice tocco della mano o del ginocchio, attiva l'apertura e la chiusura dei cassetti e dell'anta unica, indipendentemente dal carico spostato. Il modello di anta Assim appare visivamente come un monolite. La maniglia, con lunghezza 15 o 30 cm, è ricavata nello spessore e posta in posizione perimetrale asimmetrica. Il nuovo macrosistema ha una modularità diversa che risponde a una nuova matrice dimensionale che permetterà altre soluzioni compositive ed estetiche. Assim, infatti, è proposto come il top di gamma e per una progettazione d'ambiente più sofisticata.



Il modello Tabula del Progetto Multisystem è presentato insieme al sistema a giorno caratterizzato da mensole dello spessore di 7,5 cm. Tale sistema può essere impiegato in diverse aree della cucina, sotto i pensili e tra le colonne. Nell'allestimento è posto anche sulla parete in prossimità del lavaggio, quasi fosse la proiezione del piano orizzontale su quello verticale. Infine, l'area lavoro è costituita da un piano in acciaio di 1 cm.



Il modello di anta Assim (R&S Euromobil e Roberto Gobbo) è stato presentato ad Eurocucina 2008. È caratterizzato da una maniglia da 15 o 30 cm di larghezza posta nello spessore e in posizione perimetrale asimmetrica. Assim è il primo modello di un nuovo macrosistema che punta a mimetizzare gli arredi della cucina con quelli della zona giorno eliminandone i segni caratteristici – ad esempio cassettiere, cappe e fuochi. Nella zona cottura si è rimosso l'acciaio per favorire una continuità cromatica tra zoccolo, anta e top, mentre la cappa scompare nello spessore del mobile e le cassettiere sono schermate da un'anta unica. Assim appare visivamente come un monolite.





Il modello Alineal prende il nome dalla sottile maniglia in alluminio posta sul bordo superiore o inferiore dell'anta: una linea. Il modello è comparso nel 2000 all'interno del Progetto Multisystem, ma disponibile solo in laminato. Il restyling del 2008 consente l'applicazione di tutta la modularità e delle finiture del macrosistema e una gamma più ampia nei colori delle maniglie – alluminio, bianco e moka. La composizione a destra, una cucina a isola a T con piano snack a sbalzo, mostra anche il Sistema 75: le dispense a giorno dallo spessore di 7,5 cm poste, in questo caso, all'interno delle basi e al centro delle colonne.







L'azienda Zalf è nata nel 1974 da una precedente struttura e il suo nome corrisponde all'acronimo delle iniziali dei quattro soci: Zavarise, Andreola, Lucchetta e Fanizzi. Ma poco dopo l'azienda è divenuta proprietà dei Lucchetta.
Al momento dell'acquisizione l'impianto di Maser era una realtà di 3500 metri quadrati su 10.000 metri quadrati di terreno. Tutta la linea produttiva è stata rifatta *ex novo* con un notevole investimento. Tra la fine degli anni ottanta e l'inizio del decennio successivo, Zalf ha visto una sostanziale espansione degli stabilimenti produttivi, raggiungendo i 25.000 metri quadrati di superficie coperta. Sono state inserite le nuove macchine a controllo numerico che hanno permesso di raddoppiare la produzione giornaliera.

Natalino Andolfatto
Intimità, 1995
marmo striato olimpico
198 x 198 x 197 cm

Zalf
Mobili



Magazzino pannelli melaminici robotizzato



Area taglio automatico dei pannelli





Complesso Zalf a Maser

Linee di squadratura e bordatura





Linee automatizzate di foratura e montaggio





Uffici Zalf



Uffici Zalf

Zalf: estensione dei sistemi e potenziamento del settore ufficio

Zalf appare nel 2008 con un'offerta molto variegata per la composizione delle zone giorno e notte, dello spazio ragazzi e dell'ufficio. Tutti i sistemi rientrano nel Progetto Soluzione che dispone di sette modelli – Monopoli, Link System, Modus, Oh!razio, Picà, Alterna e Freecab – declinabili con 202 frontali, 5 strutture, 14 differenti maniglie in 4 taglie e 24 finiture. La boiserie Picà a cremagliera verticale compare anche nella versione Minus, con mensole a giorno su montanti in alluminio senza pannello. È una versione "minimal" che si adatta anche alle soluzioni per ufficio. La flessibilità dei sistemi consente un continuo aggiornamento dei prodotti: ad esempio i nuovi armadi Freecab e Combi System, la pannellatura a mensole Modus, oppure i nuovi letti e complementi di arredo. La gamma di armadi, ossia il tema del guardaroba, è stata ampliata nella modularità, nelle varianti delle ante e negli accessori per l'organizzazione degli interni. Ai sistemi Alterna e Freecab, che sono integrati nel Progetto Soluzione, si affianca il Combi System che è invece un sistema a parte. Gli armadi sono disponibili con sistemi di anta scorrevole o a battente.

Per quanto riguarda gli spazi per ragazzi, Zalf ha lavorato sul concetto di schema libero della combinazione dei sistemi e sul tema del multispazio. La progettazione della camera per bambini è di solito molto più articolata di quella delle altre camere da letto, non solo per la natura degli spazi solitamente a disposizione, ma anche per le necessità specifiche, che spesso interessano più di un utente di età diversa nella medesima stanza. Nel mercato estero la tipologia delle camere per ragazzi non è molto avanzata: di solito si utilizzano arredi di fortuna per le prime fasce d'età, per poi passare ai mobili della stanza per adulti. Pertanto, la comunicazione di Zalf attraverso i cataloghi, i listini e la rete vendita sviluppa una cultura per questa tipologia di spazi. E nella comunicazione per immagini si è scelto di promuovere configurazioni facili da comprendere, senza esagerare nella complessità delle composizioni che permette il Progetto Soluzione.

Per gli spazi dei ragazzi si sono ampliate le boiserie Oh!razio e Picà; quest'ultima è stata proposta nella versione Picà Up che presenta un supporto da aggancio al posto della pannellatura, così da consentire soluzioni meno costose e meno invasive nell'ambiente rispetto alle precedenti boiserie. Picà Up è montata direttamente a muro e può agganciare vari elementi come letti, scrittoi e contenitori sospesi. Analogamente, può essere utilizzata in ampie estensioni a parete o in interventi puntuali. Zalf ha incrementato anche la collezione di letti e complementi d'arredo, tra i quali si segnala il simpatico scrittoio Skylab di Andrea Lucatello, menzione speciale nel concorso Young & Design 2004.

Nell'ambiente ufficio Zalf si estendono i sistemi di Progetto Soluzione applicati alla zona giorno, mantenendo la medesima scocca del mobile. Tuttavia, per evidenti necessità diverse, gli arredi sono attrezzati differentemente. Con la nuova collezione Pratico Office del 2006, Zalf entra a pieno titolo nella produzione di mobili per ufficio professionale. È stata ideata una nuova collezione di tavoli, sedie e accessori. I tavoli possono avere uno sviluppo lineare e possono essere agganciati componendo geometrie regolari. I piani contemplano la possibilità di cablaggio elettrico e presentano una serie di schermi per frazionare le aree dei piani rispetto alle postazioni di lavoro. Questi elementi di

A sinistra: nell'ufficio direzionale si è inserito il caratteristico tavolo con gambe a sezione rettangolare 10 x 2 cm, modificato con l'inserimento dei contenitori Monopoli, in color rovere grigio, al posto della quarta gamba d'appoggio. La sedia Calla fa parte della collezione di complementi di arredo Zalf. In basso: una soluzione del sistema Pratico Office. Sono stati impiegati quattro tavoli satinati bianchi con *screen* centrale in vetro. Il sistema permette una notevole versatilità compositiva grazie alle forme mistilinee e componibili dei tavoli, e consente inoltre di allestire sia spazi direzionali, sia ambienti di lavoro collettivi.





Combi System, armadio di Zalf con anta scorrevole, telaio in alluminio e pannello in melaminico bianco, è caratterizzato dal modulo quadrato e dialoga con la boiserie che permette di comporre cabine armadio. Negli allestimenti sono visibili alcuni arredi di Désirée: il letto Chance di Marc Sadler, la poltrona Cocò di R&S Désirée e la *chaise longue* Ely Fly di Jai Jalan.





In quest'allestimento per l'area living, realizzato nello studio fotografico di Crocetta, la libreria Link System e i contenitori Monopoli di Zalf permettono di costruire pareti attrezzate. Nell'immagine anche la poltrona Kara di Marc Sadler e il divano Selà di Jai Jalan per Désirée.

screening possono essere in vetro o melaminico ma soprattutto, grazie al sistema di cremagliere Oh!razio, possono essere attrezzati con barre a cui agganciare mensole o piccoli contenitori. I piani presentano uno spessore da 18 mm e sono in laminato o vetro in finitura "0 chimico", bianco e grafite. Una peculiarità dei tavoli è la gamba rettangolare a sezione 10 × 2 cm, una soluzione che conferisce una certa caratterizzazione ai prodotti. Infine, è stata sviluppata una serie di schedari e cassettiere adatta alle esigenze di uno studio professionale.

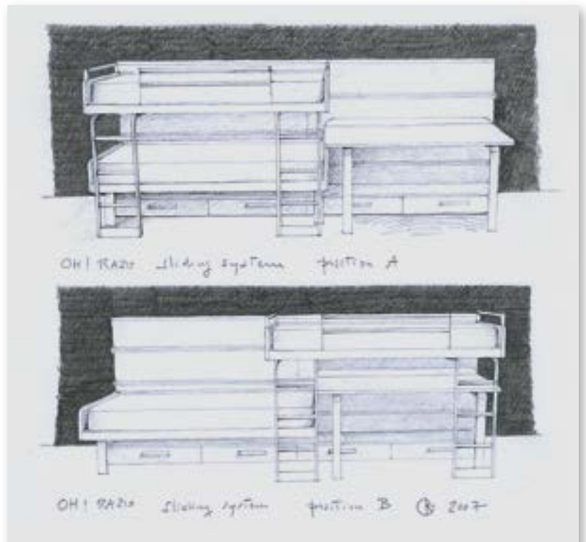
Rispetto agli arredi per ufficio degli anni ottanta, epoca in cui il settore ha raggiunto la sua maturità produttiva e ha visto la nascita di un mercato di riferimento a sé stante, le composizioni attuali sono meno caratterizzate da un punto di vista formale e manifestano molti elementi in comune con gli arredi della zona giorno della casa. Per tale ragione, le aziende che producono mobili in melaminico per il settore domestico possono applicare delle economie di scala e realizzare anche strutture modulari per ufficio. Inoltre, dal punto di vista tipologico, gli arredi professionali parlano un linguaggio estetico simile a quelli del living: tranne che per le differenti attrezzature dei tavoli e delle cassettiere o per le specifiche sedie da ufficio, i sistemi a parete, le librerie e i tavoli possono essere impiegati indifferentemente nell'ambito domestico e in quello di lavoro.

Tale tipologia "ibrida" ha permesso di abbattere la rigida distinzione tra i due settori e di avvicinarli anche nelle modalità di vendita – non è casuale che molti showroom oggi presentino la casa insieme all'ufficio, oppure che il Gruppo Euromobil nello scorso Salone del Mobile di Milano abbia allestito una zona ibrida, tra living e lavoro, nello stand di Zalf e Désirée.

Il concetto di "multispazio" nasce dalla necessità di recuperare spazio in ambienti ridotti. Nelle immagini compaiono due letti che scorrono sulla parete, integrando uno scrittoio in posizione perpendicolare o parallela al muro. Lo scrittoio è scostato dal letto per poter essere riposto senza rimuovere gli oggetti che vi sono appoggiati. In 360 cm di lunghezza si possono inserire due letti e uno scrittoio da 90 x 160 cm.







WHAT'S MOVING IN ITALIAN DESIGN TODAY

Désirée divani e l'imbottito di design

Il componibile Sesam di Guido Rosati è stato selezionato per l'"I.dot Italian Design on Tour" nel 2004-2005. È un divano-letto componibile, i cui elementi possono essere ruotati in perpendicolare e in parallelo per permettere ai letti di essere estratti con apertura frontale o laterale rispetto allo schienale. In questo modo i letti, singoli o doppi, possono assumere conformazioni diverse nello spazio. Il particolare dispositivo di rotazione, privo di molle e barre, è stato brevettato.

I principali passaggi all'insegna del design si registrano in questi ultimi cinque anni. L'evoluzione dell'immagine di Désirée risponde alla generale logica di riposizionamento nella fascia di mercato medio-alta/alta che ha segnato la nascita di prodotti dal gusto più contemporaneo e con una maggiore iconicità. E, per la natura stessa degli imbottiti, in cui ogni progetto è un investimento a sé stante e meno vincolato alle generali logiche produttive, Désirée ha potuto acquisire un cambiamento d'immagine più rapido rispetto alle altre due aziende. Come già affermato Désirée, oltre a quella con Roberto Gobbo, ha avviato collaborazioni con designer affermati come Marc Sadler e ha puntato sui giovani come Jai Jalan, Edoardo Gherardi e Andrea Lucatello. Si è già detto che la scoperta di Jalan è stata un'intuizione dei fratelli Lucchetta: la sua esperienza infatti non era nell'arredamento quanto nella grafica (ha lavorato per Blossom Graphics India) e nel settore dell'automotive con gli uffici stile Alfa Romeo e FIAT. Ciononostante, i suoi recenti prodotti per Désirée riscuotono un grande successo di pubblico. Edoardo Gherardi è di Treviso, ha una formazione come architetto e dal 2004 ha collaborato con il Gruppo alla realizzazione degli showroom e degli allestimenti fieristici. Anche nel suo caso, i prodotti disegnati per Euromobil e per Désirée hanno contribuito al cambiamento d'immagine delle aziende, nonché hanno conseguito importanti premi. Anche Andrea Lucatello è di Treviso ed è un designer che viene dall'arredamento e dalla nautica, con un'esperienza consolidata nei processi di industrializzazione dei prodotti.

Tra gli imbottiti che hanno più favorito il riposizionamento di Désirée c'è il divano Sesam di Guido Rosati, un designer la cui carriera è iniziata nei primi anni settanta e che da sempre si è distinto nell'ambito dell'arredamento: dal bagno agli imbottiti, all'illuminotecnica. Sesam nasce già a cavallo del 2000, ma è stato consacrato dalla sua partecipazione nel 2004-2005 all'"I.dot Italian Design on Tour", una mostra itinerante che seleziona e promuove il design italiano contemporaneo all'estero. Sesam è un divano letto che presenta un singolare sistema di rotazione degli









elementi rispetto allo schienale per estrarre i materassi sia in posizione frontale sia laterale. Altri prodotti di Désirée sono stati insigniti di riconoscimenti: il sofà Tuliss e la poltrona Eli Fly di Jai Jalan, selezionati dal concorso Young & Design rispettivamente nel 2006 e nel 2007, e la seduta Una di Edoardo Gherardi, che ha vinto il terzo premio del medesimo concorso nel 2007.

Molte le novità di prodotto presentate al Salone del Mobile 2008 che mostrano oggetti dalla forte caratterizzazione formale. Oltre alla declinazione del divano Tuliss in una famiglia di prodotti (si aggiungono il nuovo sofà Tuliss Up e il letto), Jalan ha progettato il programma componibile Selà, contraddistinto dallo schienale basso e curvato e dai cuscini "strutturali" che assecondano la posizione della schiena. Come citazione della celebre Lounge Chair di Charles e Ray Eames del 1956 con scocca in legno impiallacciata, Marc Sadler ha presentato la sua Kara. Un altro pezzo che si riferisce alla grande tradizione del design internazionale è la poltrona Stelo di Edoardo Gherardi che, nella struttura portante a tondini d'acciaio in cui è infilata la stoffa della seduta, richiama la Butterfly di Ferrari-Hardoy, Kurchan e Bonet del 1938. Il prodotto di Gherardi si differenzia nella conformazione della parte in stoffa, che suggerisce diversi modi di sedersi, oltre che nella base a disco che raccorda i tondini e che può essere utilizzata come ripiano per riviste. Stelo è stata selezionata da Young & Design 2008. Aumenta anche la serie di tavolini bassi: in coordinato con Kara, Marc Sadler progetta il tavolino con la stessa finitura del legno, mentre Andrea Lucatello disegna il tavolino Shine, le cui gambe nascono dalla piegatura ininterrotta del piano.

Gli imbottiti della collezione si distinguono per la qualità dei materiali e per i dettagli formali: ad esempio il divano in pelle Lucky di Marc Sadler,





Divano Blo, progetto di R&S Désirée con Roberto Gobbo, 2003-2004. È un prodotto innovativo che "affoga" il telaio strutturale interno nelle imbottiture di poliuretano. I cuscini e gli schienali possono essere sfilati dal telaio, permettendogli di essere trasportato nell'ambiente e agganciato in altre conformazioni. Infatti, il telaio consente di posizionare i cuscini e i braccioli in vari modi senza modificare la struttura portante. Dunque, la composizione degli elementi, con profondità 105 e 85 cm, può essere anche integrata nel tempo. Nelle forme, Blo si ispira ai divani degli anni sessanta.

dal disegno apparentemente classico, presenta la particolarità della convergenza agli estremi delle linee della scocca e del materassino di seduta. Tale caratteristica conferisce una certa dinamicità alla forma. Invece, il componibile Chance, sempre di Marc Sadler, rilegge il tradizionale motivo *capitonné* degli imbottiti.

In questi anni alla Désirée si è investito nel processo produttivo e nella ricerca dei materiali. Questi sono naturali ed ecocompatibili secondo le normative europee: ad esempio il poliuretano

La poltroncina in multistrato curvato Una di R&S Désirée ed Edoardo Gherardi ha vinto il terzo premio del concorso Young & Design 2007. È costituita da un elegante foglio continuo in multistrati che si sdoppia sul retro per dare luogo allo schienale e alla gamba di sostegno.

Nel 1995 il Gruppo Euromobil acquisisce la Désirée, una fabbrica situata a Tezze di Piave. L'azienda produceva imbottiti dal 1968 e aveva una buona immagine sul mercato. L'attuale stabilimento produttivo ha una superficie coperta di 10.000 metri quadrati. Tutte le fasi di lavorazione degli imbottiti, dal taglio del rivestimento al cucito, alla messa in bianco, alla rivestitura e imballo, sono operate in sede. La struttura industriale è completamente robotizzata nella movimentazione dei materiali ma il confezionamento dei rivestimenti, ovvero il taglio, la cucitura o il rivestimento degli imbottiti è realizzato a mano come in una sartoria.

Pablo Atchugarry
Il grande angelo, 2006
marmo di Carrara
325 x 93 x 41 cm

désirée
Divani



Banchi di taglio e magazzino stoffe robotizzato



Reparto cuciture







Complesso Désirée a Tezze di Piave

Area magazzino robotizzato per imballo e spedizioni



Area magazzino robotizzato con trans-elevatore per la movimentazione dei prodotti







Area spedizioni



La poltroncina Kara di Marc Sadler (2008) è costituita da morbidi cuscini sostenuti dalla scocca a vista in legno impiallacciato. La struttura è girevole a 120 gradi.



Lucky di Marc Sadler è un elegante divano che gioca sul contrasto geometrico tra i braccioli squadrati e le linee stondate dello schienale e della seduta. Le evidenti cuciture del rivestimento conferiscono un certo ritmo visivo, così come la particolare convergenza agli estremi delle linee della base e della seduta.



Tuliss, design Jai Jalan, selezionata a Young & Design 2006, è oggi un best seller di Désirée. Il sistema è composto da divani a due posti raddoppiabili e dalla maxipoltrona, ed è contraddistinto dalla scocca avvolgente rivestita in poliuretano adagiata a pavimento. A questo modello è stato aggiunto Tuliss Up, che risulta sollevato da terra con una base metallica. Nella famiglia Tuliss compare anche il letto. La *chaise longue* Eli Fly, design Jai Jalan e selezionata a Young & Design 2007, è costituita da un'elegante struttura in poliuretano ad alta densità con finitura in laccato lucido bianco e nero. È un prodotto molto scultoreo che, per la pulizia del segno, si presta ad essere inserito in qualsiasi contesto della zona giorno o notte.

impiegato non rilascia sostanze dannose per l'ambiente come CFC e solventi clorurati.
Le strutture degli imbottiti sono realizzate in legno massello o multistrato con pannelli di tamponamento in faesite (un pannello di fibra, compresso o temperato); tali strutture sono poi rivestite con poliuretano a diverse densità.
La scelta del poliuretano è all'insegna del comfort: infatti il materiale deve non solo sostenere e distribuire il peso dell'utente sul materassino, ma anche adattarsi alla forma del corpo, disperderne il calore e l'umidità, ed essere resiliente, ossia tornare in posizione dopo lo schiacciamento. Oltre ad assicurare le condizioni ottimali di comfort, le imbottiture in piuma sono in conformità con le normative europee, e sono certificate con marchio Assopiuma e Oro Assopiuma, che ne garantiscono la sicurezza, il rispetto ecologico e gli standard di qualità.

Ampia è la gamma di tessuti in cui sono declinati gli imbottiti Désirée: tele o *jacquard*, *bouclé* (filati a riccioli), ciniglia e velluti con elevati parametri estetici, tecnici (resistenza ed elasticità) e fisiologici, garantendo la permeabilità all'aria. I tessuti sono trattati con tecniche di finissaggio chimiche e meccaniche quali la smerigliatura, il restringimento e l'antimacchia. I filati sono infine testati nella resistenza all'abrasione, al *pilling* (le palline di fibre che si formano sulla superficie del tessuto) e alla luce. Il tutto secondo i test e le normative UNI, l'Ente Nazionale di Unificazione italiano. Per le pelli si impiega prevalentemente il "pieno fiore", ossia lo strato più esterno del pellame, la parte più pregiata che mantiene le caratteristiche della superficie, le venature e la morbidezza. Il "pieno fiore" è conciato al cromo e tinto per immersione con coloranti aniline, affinché tutto lo spessore della pelle ne sia impregnato.

Per far comprendere quanto accennato e mostrare tutte le componenti del divano – ad esempio la struttura, la messa in bianco, i materiali delle imbottiture e i dettagli come i piedi, le basi e gli automatismi – è stata pubblicata la *Guida alle qualità di Désirée*. È uno strumento che va oltre il catalogo dei prodotti finiti – infatti quasi non ve ne compaiono – e sottolinea invece la complessità sottesa alla produzione di un imbottito di qualità.

Showroom Gruppo Euromobil

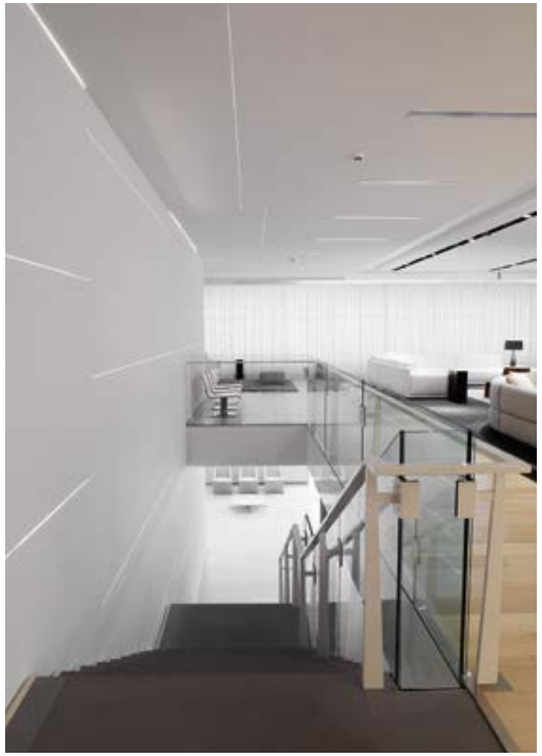
Lo showroom di Falzè di Piave raccoglie tutti i marchi del Gruppo. Nel 2008 è stato riallestito: si sono riprogettati l'impianto illuminotecnico e le finiture, come ad esempio le pareti in Barrisol, che richiamano l'allestimento di Eurocucina 2008, e la controparete delle scale, trattata con lame di luce (pagina a fianco, in basso a destra). Questi tagli sono operati nei punti staticamente più fragili, come nell'intersezione con il soffitto o gli scalini, per conferire all'insieme un effetto vibrante e inaspettato.











Contract e professional

Gruppo Euromobil Professional è l'unità dell'azienda che da anni opera nel settore del *contract*. Quest'ultimo consiste in una serie di servizi che vanno dalla realizzazione di forniture *ad hoc* per il cliente alla gestione dell'intera logistica della fase operativa. Gli ambiti applicativi sono molteplici: hôtellerie, residenziale, ufficio e luoghi pubblici come musei, teatri, showroom e aeroporti. Ciascun progetto di interno è unico e implica che si lavori con modalità diverse dalla produzione in serie. Non si tratta soltanto di adattare i prodotti in catalogo alle specificità del contesto e a normative più restrittive, ma anche di costruire arredi personalizzati e di concretizzare tutti gli aspetti del progetto, perfino negli ambiti merceologici che non sono di diretta pertinenza dell'azienda (il bagno, ad esempio). Gruppo Euromobil Professional può contare sui sistemi di fabbricazione flessibili, sulle collezioni integrabili dei tre marchi e sull'ottimizzazione produttiva. Può pertanto soddisfare le più diverse esigenze architettoniche e di specializzazione, conformandosi agli standard produttivi e alle norme internazionali. Sia che si tratti di una realizzazione vicina all'estetica dell'azienda, sia di un progetto di altra natura, la divisione *contract* garantisce un'opera di qualità e il rispetto della tempistica.

Gruppo Euromobil Professional si pone come fornitore di servizi e come referente unico tra più attori quali l'architetto, l'ingegnere, il *developer* e l'impresa costruttrice. A partire dal dialogo con il committente, la divisione *contract* segue il cliente in ciascuna fase, definendo ogni dettaglio esecutivo. Le forniture del Gruppo sono prodotte esclusivamente in Italia, nelle tre sedi del Veneto, ma viene servita una committenza nazionale e internazionale. Le opere sinora realizzate, sparse in tutto il mondo, danno prova della capacità di confrontarsi con situazioni peculiari. Negli appartamenti nel cuore di SoHo a New York o nella Villa Loredan Gasparini di Venegazzù, in provincia di Treviso, l'unità Professional ha dimostrato non solo di sapersi adattare ai differenti contesti architettonici, ma anche di poter gestire le problematiche connesse all'edilizia storica. Analogamente, lo staff professionale del Gruppo Euromobil ha dialogato con lo studio londinese Conran&Partners Architects nella definizione degli interni e dello spazio cucina del complesso abitativo in Shirland Mews e Tonsley Place. Nei Nikken Buildings di Osaka, oltre a soddisfare funzionalità e un'estetica contemporanea e minimale, la divisione *contract* ha sostenuto l'importante fornitura per trecentocinque appartamenti. Il *contract* è un ambito in cui il Gruppo Euromobil può misurare le proprie competenze e crescere nella competitività. Per queste ragioni l'azienda vi investe molte energie, e ritiene sia lo strumento per maturare dal punto di vista economico e progettuale.

Gruppo Euromobil Professional è in grado di soddisfare le più diverse esigenze del cliente con forniture *ad hoc* e ponendosi come referente unico nell'attuazione del progetto. Le opere realizzate spaziano dal settore dell'ospitalità (hotel, residence, ristoranti, navi e villaggi turistici) a quello del *corporate* (banche, uffici, musei, teatri, aeroporti e showroom).

Valentina Croci















Alcune realizzazioni di Gruppo Euromobil Professional

Italia
Alassio, Residence Europa Unita
Bologna, ArteFiera
Bologna, Studentato Universitario
Brembate, Concessionaria Man
Brescia, Museo di Santa Giulia
Cappella Maggiore, Hotel Giardinetto
Castellaro, Castellaro Golf Resort
Catanzaro, Comando dei Carabinieri
Chianciano, Villa Galli
Colle Val d'Elsa, Hotel Casolare Le Terre Rosse
Cremia (Como), Hotel Lumin
Diano Marina, Residence Greco
Empoli, Azienda Ulss
Fino Mornasco, Hotel Ristorante La Fenice
Firenze, Cooperativa l'Uliveto
Grado, Hotel Argentina
Grottammare, Residence Mareamare
Jesolo, Villaggio Lido di Jesolo
Latina, Carceri
Loano, Residence San Giovanni
Lucca, Hotel Rialto
Padova, Hotel Galileo
Padova, Luxury Residence Hotel
Parma, Ostello di Corniglio
Roma, Foresteria Banca Carige
San Vito di Rimini, Associazione Nazionale Coldiretti
Senigallia, Hotel Bel Sit
Sestri Levante, Hotel Genova
Sirmione, Hotel Suisse
Soverato, Residence Pegaso
Trento, Opera Famiglia Materna
Treviso, Confindustria 2008
Udine, Hotel San Marco
Viareggio, Residence Coluccini
Viareggio, College Manenti

Albania
Golem (Durazzo), Hotel As
Austria
Bad Bleiberg, Bleiberghof Hotel Terme&Spa
Bulgaria
Plovdiv, Royal City
Canada
Montreal, Unity 1 and Unity 2 Building
Cina
Shanghai, Royal Garden
Pechino, Spazio Italia
Croazia
Zagabria, Arcidiocesi
Zagabria, Hypo Bank
Umago, Residence
Umago, Kristal Hotel
Giappone
Osaka, Mikage Classic Building
Osaka, Nikken Buildings
Grecia
Alexandropolis, Alexander Beach Hotel
Atene, Arion Hotel
Kalamata, Comfy Boutique Hotel
Chalkidiki, Theophano Imperial Palace Kassandra
Creta, Blue Sea Bungalows & Beach
Creta, El Greco Hotel Ierapetra
Creta, Kyma Beach Hotel Rethymo
Creta, Porto Platanias Chania
Heraklion Crete, Apollonia Hotel
Isthmia-Kehries, Kalamaki Beach Hotel
Kalithea Halkidiki, Athos Palace Hotel
Koskinous Rhodes, Hotel Koskinou
Lefkada, Enodia Hotel
Malia Crete, Cretan Malia Park Hotel
Malia Iraklidu Crete, Hella Holidays Hotels
Nafplion, Nafplia Palace
Rodi, Rodos Park Suites Hotel
Santorini, Icons Hotel Santorini
Santorini, Nine Muses Hotel
Sitia Crete, Sitia Beach Hotel

Irlanda
Dublino, Grand Canal
Wharf, Charlotte Quay
Regno Unito
Londra, Acorn Building Tower Bridge
Londra, Bath House City
Londra, London Studio Collection
Londra, Old School Battersea
Londra, Shirland Mews
Londra, Tonsley Place Nottingham, Morley Brewery
Sheffield, St Paul Chambers
Sheffield, Ward Brewery
Russia
Mosca, Ambasciata d'Inghilterra
Slovenia
Lubiana, BDO eos svetovanje DOO
Stati Uniti
New York, Baltic Tower
New York, 151 Wooster Soho
Sud Africa
Johannesburg, The Lincoln Apartments
Cape Town, The Majestic Apartments
Cape Town, Metropolis Building
Svizzera
Bulle, Immeuble le Verdelle
Losanna, Le Portique de Tivoli
Taiwan
Taipei City, Chunefu and Dongtin
Turchia
Istanbul, Eren Talu Alim Satim Project
Istanbul, Fulya Terrace Building

Un’impresa con l’arte nel cuore

Euromobil, la cultura e l'arte

Mecenatismo industriale e adozione culturale

"L'intrattenimento ha una forte connotazione di evasione dalla realtà. Ma non è tutto qui. Oltre a dare piacere e rilassamento, le arti possono arricchire e innalzare lo spirito, col loro uso del simbolismo esprimono ciò che non può essere espresso a parole, dimostrano paure e speranze, provocano eccitazione, e un senso di mistero e magia. L'arte contribuisce al miglioramento della qualità della vita, funziona come un catalizzatore per rigenerare e calamita sociale per un nuovo assetto industriale".

Queste parole scritte da Irene Waters nel suo libro *Entertainment, Arts and Cultural Services* ben si adattano alla filosofia del Gruppo Euromobil e dei fratelli Lucchetta, che ormai da anni hanno costituito un filo diretto con gli artisti.

A questo proposito Gaspare Lucchetta, anche a nome dei suoi fratelli, afferma: "Frequentare il mondo dell'arte e gli artisti, lo stare insieme a loro, ci insegna a guardare avanti verso nuovi orizzonti sconosciuti al mondo dell'industria. Integrare l'arte con l'industria rende diverso il modo di essere azienda e fa crescere culturalmente tutte le persone che vi sono collegate.

L'arte ci apre la mente e ci fa crescere dal punto di vista culturale, ci abitua inoltre a vedere il mondo da un'angolazione diversa. L'arte allena l'occhio al bello e ci rende sereni, ci fa vivere il nostro tempo in modo diverso".

L'evoluzione del rapporto tra i fratelli Lucchetta e l'arte ha inizio nel momento in cui, a partire dagli anni sessanta, cominciano a frequentare e a collezionare opere di artisti conterranei come Giancarlo Bettis, Luigi Cillo, Bruno Donadel, e Angelo Lorenzon e in progressione, man mano che si affina il loro occhio e il metro di giudizio – grazie anche alle frequentazioni sempre più assidue di artisti, musei, mostre d'arte e critici – iniziano a collezionare opere di artisti regionali, nazionali e poi internazionali. Da ognuno di loro traspare una profonda gratitudine per l'unicità dell'impegno nell'arte di cui i Lucchetta si fanno promotori. L'Italia è un Paese dove i singoli artisti fanno una grande fatica a sopravvivere e molti di loro ci hanno spiegato quanto sia fondamentale l'incoraggiamento morale e il sostegno finanziario di persone che credono nella loro attività artistica. Dalle testimonianze raccolte i Lucchetta risultano essere tra le poche realtà industriali italiane che oggi si assumono questo compito con continuità, facendo fede ai loro impegni.

Il Gruppo Euromobil ha visto negli anni ottanta una grande espansione della propria produzione, grazie all'introduzione di nuove strategie di offerta, alla diffusione di prodotti differenziati, nonché alla costruzione sempre più innovativa del mobile e dell'oggetto di design.

La capacità dell'azienda di accogliere nuovi stimoli e idee non riguarda solo l'ambito strettamente produttivo, ma anche quello più relazionale e, come abbiamo sostenuto più volte, legato alla comunicazione. Da oltre vent'anni, infatti, l'azienda veneta ha compreso l'importanza di associare la propria forza imprenditoriale a settori che hanno un forte impatto nella società, come lo sport, la cultura e l'arte.

La promozione di eventi sportivi e artistici permette, quindi, all'azienda di arricchire la propria immagine con un'attività caratterizzata anche da un riconoscibile impegno nel sociale. Bisogna ricordare che negli anni ottanta si sviluppano numerose iniziative di adozione culturale da parte di vivaci realtà imprenditoriali italiane.

Anche il Gruppo Euromobil si mette su questa scia, ma lo fa in modo del tutto originale, prendendosi a cuore artisti contemporanei, che a volte vivono la difficoltà di farsi conoscere e apprezzare dal grande pubblico. In questo senso l'azienda rappresenta un vero e proprio fenomeno, pressoché unico in Italia, di moderno mecenatismo, promuovendo una forma di adozione culturale evidentemente non riconducibile a finalità commerciale.

Essendo legata al territorio d'origine, Euromobil inizia quindi la sua avventura proprio nel trevigiano, per poi organizzare esposizioni in altre regioni d'Italia e anche all'estero, da Castel Sant'Angelo a Roma alla sede dell'Unesco a Parigi, dall'Ermitage di San Pietroburgo al Guggenheim di Bilbao, dal Museo Correr di Venezia al Museo d'Arte Moderna di Mosca. Fabrizio Plessi, Saverio Barbaro, Pablo Atchugarry, Riccardo Licata, Carmelo Zotti, Paolo Patelli, Alessandro Verdi e Gino Silvestri sono solo alcuni degli artisti che sono riusciti a conquistare una buona visibilità a livello nazionale e internazionale proprio grazie all'intervento di Euromobil.

L'attenzione dell'azienda si è concentrata anche su Ennio Finzi, Alberto Biasi e i rappresentanti franco-argentini del G.R.A.V., esponenti di due movimenti particolarmente importanti nel panorama dell'arte contemporanea, come lo spazialismo e il cinetismo-arte programmata, che si distinguono per il formidabile collegamento con la cultura industriale e il design.

Inoltre, bisogna ricordare il contributo che l'impresa veneta dà per la realizzazione di importanti mostre di rilevanza internazionale, riscuotendo sempre enormi successi e conseguendo un reale salto di qualità nell'impegno del patrocinio di iniziative artistiche.

Il primo esempio di questo nuovo approccio al mondo dell'arte avviene nel 1998, anno in cui Euromobil, Zalf e Désirée patrocinano due suggestivi percorsi nella pittura tra Ottocento e Novecento: nel Palazzo Sarcinelli di Conegliano viene allestita una mostra dedicata al paesaggio italiano intitolata "Da Fattori a Burri", mentre nella Casa dei Carraresi, a Treviso, viene ospitata l'esposizione "Da Van Gogh a Bacon". Eventi che daranno seguito a iniziative sempre di maggior successo curate da Marco Goldin per le città di Treviso e di Brescia.

Il Gruppo veneto si distingue per la continua e attenta promozione editoriale e produzione in proprio di volumi, cataloghi, monografie, calendari e grafiche d'autore che hanno avuto la doppia valenza di rappresentare un affiancamento scientifico alle varie mostre e in altri casi un'iniziativa autonoma. Infatti Euromobil realizza preziose grafiche d'autore con una tiratura limitata, per poter condividere con i propri clienti e amici la passione per l'arte e dedicando, fin dal 1980, un calendario personalizzato con la firma di un pittore o di uno scultore contemporaneo. L'azienda non si è limitata al campo delle arti visive ma ha esplorato anche i settori del teatro e della poesia, in particolare, con Pier Paolo Pasolini e il poeta Andrea Zanzotto. Di Pasolini ha curato l'esposizione dell'opera pittorica e la rappresentazione del dramma *Orgia*. Del grande poeta veneto, invece, ha realizzato alcuni CD che hanno contribuito a diffondere le preziose liriche e la delicatezza linguistica di questo autore la cui notorietà ha superato anche i confini nazionali. Il Gruppo non ha trascurato neppure una "visita" nel mondo musicale, con il sostegno ai solisti veneti, musicisti che portano la bandiera del Made in Italy in tutta Europa, negli Stati Uniti e in Giappone.

I paragrafi che seguono descrivono alcuni degli eventi che per successo di pubblico e critica hanno lasciato il segno nella storia culturale del nostro Paese e hanno dimostrato l'importanza dell'intervento di una realtà industriale per sostenere la cultura e l'arte.

Lo ribadiamo, si tratta di un insieme di relazioni che inizia da un'autentica passione dei titolari del Gruppo per l'arte e da uno stupore e una sorta di predisposizione per tutto ciò che riguarda l'espressione artistica. Si crea così una sequenza di visite nello studio, di incontri, di chiacchierate, di ragionamenti sulla pittura, di mostre, di iniziative sempre nuove; e col tempo gli artisti, da interlocutori, diventano amici.

Mauro Pecchenino



I fratelli Lucchetta il giorno dell'inaugurazione della mostra "Van Gogh. Disegni e dipinti", Museo di Santa Giulia, Brescia, ottobre 2008.

Gli artisti

In questo capitolo, il cui testo introduttivo è di Dino Marangon, si è scelto di privilegiare alcuni incontri diretti con gli artisti (non tutti, proprio per la volontà di evitare un mero catalogo ed elencazione), allo scopo di registrare dalla loro viva voce opinioni, commenti e sensazioni sulle origini e la realtà attuale del loro rapporto con il Gruppo Euromobil e i fratelli Lucchetta. È evidente che ciascun paragrafo risulta diverso dall'altro perché ogni artista esprime la propria originalità di stile e di comunicazione.

Al di là delle opere e degli artisti avvicinati nelle sedi canoniche dei musei e delle gallerie, oltre agli acquisti magari filtrati dal consiglio dei critici, vi sono maestri che si possono definire "dei fratelli Lucchetta": in quanto più direttamente incontrati, conosciuti e frequentati.

Ciò che consente ai fratelli Lucchetta di instaurare rapporti veri e duraturi è la grande franchezza che, superando ogni inutile convenevolo, ha permesso loro di affinare un buon occhio e di alimentare una spiccata attitudine intuitiva.

Hanno così potuto inoltrarsi lungo un cammino di continua crescita, a partire dai primi incontri con gli artisti conterranei, per poi, ben presto, allargare lo sguardo in campo nazionale e internazionale.

Eccoli allora, soltanto per fare qualche nome, conoscere e apprezzare non solo l'intenso impeto espressivo dell'opera, ma anche la raffinata cultura di Giuseppe Zigaina, avere grande stima della tagliente *humanitas* di Saverio Barbaro, aprirsi alla felice e sempre rinnovata inventività di Riccardo Licata, tenere in alta considerazione la sapienza, frutto di una vastissima esperienza non solo artistica, ma di vita, di Paolo Patelli, confrontarsi con le multiformi risorse dell'inesauribile intuito progettuale e organizzativo di Fabrizio Plessi, o, ancora, giocare con l'ironia e la straordinaria intelligenza critica e autocritica di Ennio Finzi.

Ma basta un viaggio all'estero ad aprire nuove prospettive, a fornire l'occasione di nuovi incontri: ecco, ad esempio la frequentazione e l'amicizia con un pittore colto e raffinato come il franco-latino-americano Vicente Pimentel.

Ma si potrebbe continuare con tutta una serie di altri nomi: da Alessandro Verdi ad Attilio Forgioli, da Mario Raciti a Piero Ruggeri, da Gino Silvestri a Giorgio Celiberti, ad Alberto Biasi, a Claudio Verna, a Giorgio Olivieri, da Horacio Garcia Rossi a Francisco Sobrino, a Julio Le Parc.

Un particolare rapporto di reciproca stima e di affetto ha inoltre legato i fratelli Lucchetta a un pittore di grandi qualità immaginative, che sempre più viene riconosciuto dalla critica e dal vasto pubblico, come Carmelo Zotti: un legame che, anche dopo la scomparsa dell'artista, ha spinto Antonio, Gaspare, Giancarlo e Fiorenzo a farsi promotori della difficile impresa del catalogo generale della sua opera pittorica, a testimonianza di una fedeltà che veramente non conosce ostacoli.

In ogni caso, tutte queste significative frequentazioni hanno permesso ai fratelli Lucchetta di ampliare continuamente le rispettive collezioni, alle quali si sentono personalmente legati e che non solo ornano le pareti delle loro case, ma trovano spazio anche nei locali delle loro aziende e, anzi, in talune occasioni, si sono spinti a premiare i propri collaboratori più bravi e fedeli, cercando di avvicinare anch'essi al meraviglioso mondo delle arti, facendo loro dono di preziose opere originali.

C'è infatti in Antonio, Gaspare, Giancarlo e Fiorenzo non solo la consapevolezza della grande ricchezza di valori umani che sempre sorregge qualsiasi personalità veramente creativa, anche quella in apparenza più schiva e scontrosa, ma la convinzione che l'arte, come dimensione capace di portare una ventata di libertà e fantasia, di aprire sempre nuovi spazi, sia indispensabile a rendere praticabile con sempre nuove energie il sempre più arduo e difficile campo delle attività industriali.

Dino Marangon

Gli artisti del territorio

Il primo grande connubio tra Euromobil e l'arte ha come protagonisti alcuni pittori: Gianni Ambrogio, Lino Dinetto, Luigi Rincicotti, Ottorino Stefani, Carmelo Zotti, che vengono battezzati "i cinque".

Tutti attivi nel territorio di Treviso ma diversi per storia personale, mondo poetico e prassi stilistica, sono comunque già noti a un ampio pubblico di persone.

All'inizio del 1987 Euromobil e Zalf, conquistati dal talento di questi artisti, organizzano un ciclo di mostre a Treviso, Venezia, Roma e Parigi per valorizzare l'impegno dei "cinque trevigiani" nella loro piena attività espressiva.

Il 12 aprile 1987 viene inaugurata a Venezia la prima mostra collettiva organizzata con il patrocinio del Gruppo Euromobil.

La magnifica sala quattrocentesca della Scuola Grande di San Giovanni Evangelista ha fatto da cornice all'esposizione "Opere pittoriche recenti" del sodalizio dei "cinque".



1987. Hotel Cipriani, Asolo (Treviso), presentazione della mostra collettiva dei "cinque": da sinistra Antonio Lucchetta, il poeta Andrea Zanzotto, Lino Dinetto, Ottorino Stefani, Gaspare Lucchetta, Gianni Ambrogio, Luigi Rincicotti, Giancarlo Lucchetta, Carmelo Zotti e il gallerista Guido Borgo.

La sala rinascimentale della Scuola Grande di San Giovanni Evangelista a Venezia con l'allestimento della mostra dei "cinque" realizzato dall'architetto Roberto Gobbo. A significare l'importanza dell'evento, Euromobilarte realizzò un catalogo coordinato e scritto da Paolo Rizzi con la prefazione di Giuseppe Mazzariol, interventi poetici inediti di Andrea Zanzotto e fotoritratti degli artisti eseguiti da Fulvio Roiter.



L'incantevole spazio messo a disposizione dall'Assessorato alla Cultura della Regione Veneto conserva ancora opere pittoriche di notevole interesse come gli affreschi dell'Angeli, di Palma il Giovane, del Marieschi, del Tiepolo; indubbiamente, il contrasto tra questi capolavori antichi e le opere moderne dei cinque artisti provoca una suggestione molto intensa per tutti gli spettatori.

L'allestimento della mostra è curato dall'architetto Roberto Gobbo con l'intento di dare al visitatore la sensazione di muoversi in un luogo di produzione più che di esposizione, quasi si trovasse nello studio di un pittore. I quadri, infatti, sono distribuiti su pannelli disposti in modo flessibile per consentire di effettuare percorsi individuali e di cogliere, con un solo sguardo, il senso unitario della ricerca di ciascun artista. Questa esposizione promuove il talento di alcuni pittori giunti alla maturità della propria carriera artistica. Ma la sua maggiore rilevanza consiste nell'essere il primo evento realizzato da Euromobil, un modello di quello che sarà lo stile degli interventi successivi.

Nel corso degli anni si sono infatti sviluppate iniziative sempre più articolate, in grado di evidenziare i maggiori talenti artistici del territorio, alcuni dei quali, grazie al sostegno del Gruppo Euromobil, hanno raggiunto una visibilità nazionale.

Si tratta di artisti che, in ragione della loro vicinanza, hanno intessuto rapporti di stima e amicizia reciproca con i fratelli Lucchetta.

Romano Abate, Domenico Boscolo Natta, Brigitte Brand, Paolo Del Giudice, Loreto Martina, Francesco Michielin, Raffaele Rossi e Francesco Stefanini hanno contribuito a segnare le prime coordinate di un itinerario culturale che nel tempo è andato sviluppandosi ben oltre i confini regionali.

Natalino Andolfatto

Natalino Andolfatto ci racconta di aver cominciato a scolpire il marmo giovanissimo, a soli undici anni. Non ancora maggiorenne, si trasferisce a Parigi per frequentare l'École des Beaux-Arts. Nel 1967 viene allestita la sua prima mostra personale alla galleria parigina Lucien Durand e, ad oggi, si possono contare cinquanta personali, in musei italiani ed europei.

Finiti gli anni in Accademia, Andolfatto decide di abbandonare le piccole dimensioni per dedicarsi a opere monumentali, in rapporto con l'ambiente. Nei suoi lavori è evidente il ruolo primario del piano, come prospettiva e base ideale per trasmettere la sua creatività.

Tra le numerose iniziative volte alla diffusione dell'opera di Andolfatto, nel 1999 il Gruppo Euromobil dedica all'artista bassanese il proprio calendario aziendale, mentre nel 2001 contribuisce a pubblicare un'importante monografia con testo critico di Luciano Caramel.





“I miei rapporti con i fratelli Lucchetta sono iniziati grazie al dottor Antonio Leo, che ho conosciuto a Parigi. Egli, in uno dei nostri primi incontri quando sono tornato in Italia, mi ha presentato i quattro fratelli, in occasione dell’inaugurazione della mostra di Arte Triveneta al Palazzo Crepadona di Belluno, evento contemporaneo alle Universiadi invernali di Belluno del 1985, da loro sponsorizzate. Li ho sempre ammirati per l’amore che hanno per l’arte e per il lavoro. Ci frequentiamo spesso e vedo aumentare sempre più il loro interesse per l’arte, che li porta a promuovere mostre in campo nazionale e internazionale.
Ci troviamo ogni anno, tutti insieme, per la tradizionale cena degli asparagi a casa mia a Bassano, dove si parla molto del mondo che più amiamo e che condividiamo: quello artistico, indubbiamente. Sono sempre stati molto interessati al mio lavoro, e questo mi fa immensamente piacere. Lo testimonia il fatto che all’ingresso dello stabilimento Zalf hanno voluto che ci fosse una mia grande scultura in marmo greco”.

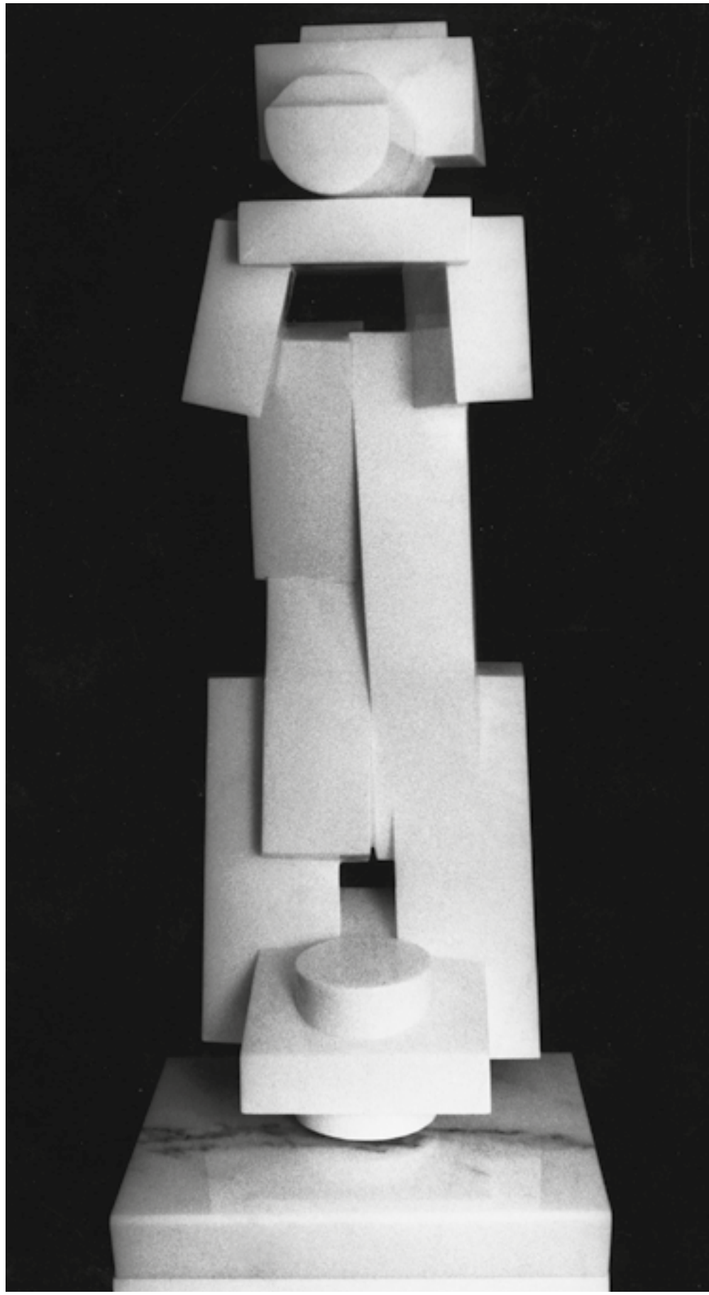
Natalino Andolfatto (Pove del Grappa, 1933) entra in contatto con la scultura nel laboratorio di marmi dello zio e frequenta le scuole serali per scalpellini di Pove del Grappa. Dopo aver lavorato sul granito in Francia, a Parigi e poi in Savoia, completa la sua formazione artistica a Parigi, dapprima all’École de la rue Froment e poi all’École des Beaux-Arts. Seguiranno incontri con artisti, galleristi (significativa è l’esposizione del 1989 nella galleria di Denise René a Parigi) e critici d’arte come Giuseppe Marchiori e Luciano Caramel.

a destra
***Personage*, 1990**
marmo statuario di Carrara
98 x 32 x 32 cm

1997. Natalino Andolfatto e Gaspare, Fiorenzo, Antonio e Giancarlo Lucchetta con la scultura in marmo istriato olimpico *Intimità* (1996).

a sinistra
***Episcenio*, 1998**
marmo nero del Belgio e marmo bianco Carrara





Pablo Atchugarry

Siamo andati a trovare Pablo Atchugarry a Lecco, dove vive e lavora in un grande capannone, un luogo industriale che è diventato un vero e proprio laboratorio per la produzione delle sue sculture. Il giorno della nostra visita due blocchi di marmo alti otto metri si stagliano all'esterno, mentre all'interno vi sono tavoli da lavoro, tanti e diversi attrezzi, e polvere di marmo ovunque, come è naturale che sia.

Pablo ritiene che il segreto di un artista non sia tanto nell'ispirazione, ma nel lavoro continuo e instancabile sull'opera. Lavorare il marmo è lungo e faticoso. Prima di vedere il blocco prendere forma



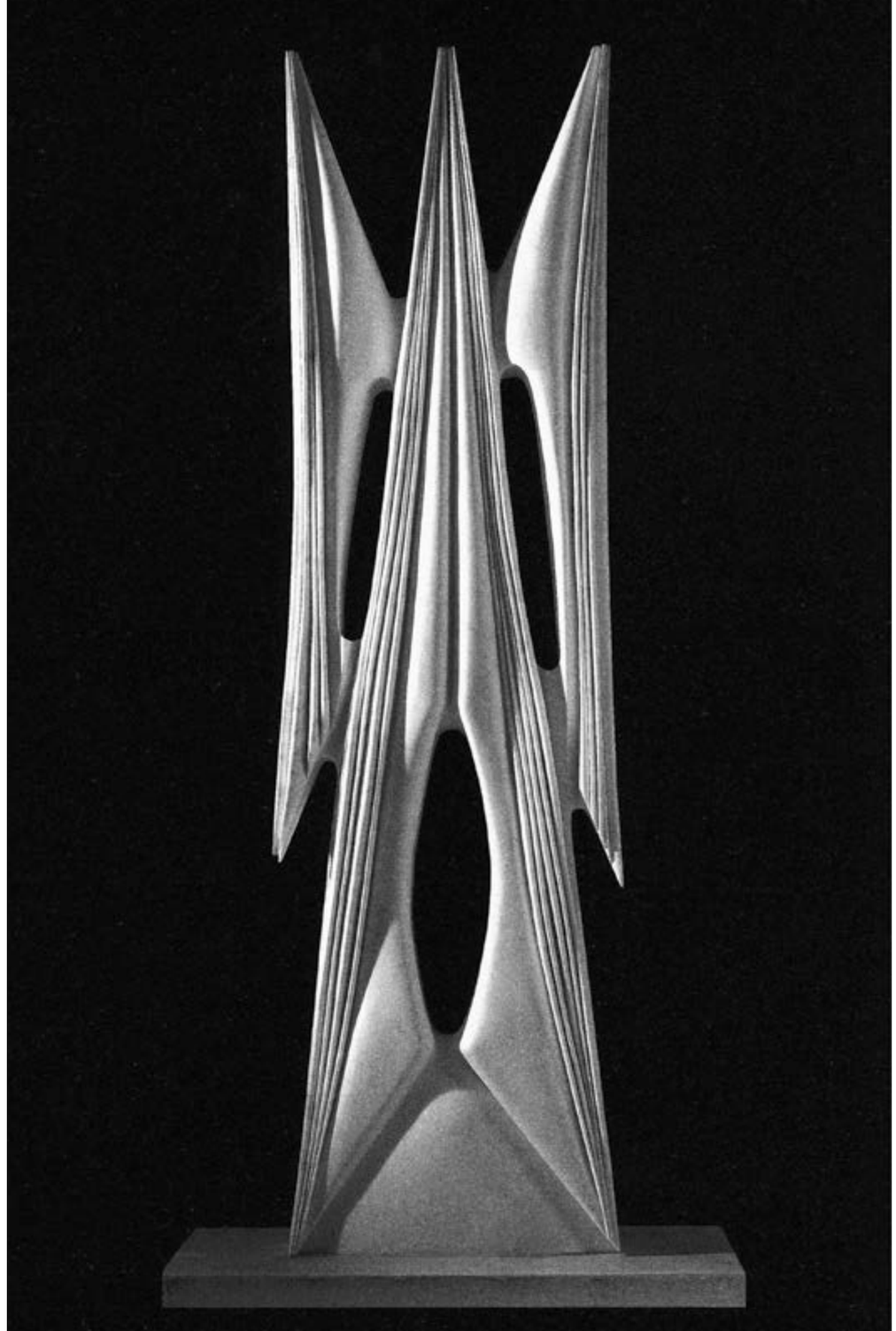
ci vogliono mesi, e durante il processo di produzione l'artista deve dimostrarsi paziente. Si reca in laboratorio alle sette di ogni mattina restandovi fino alle otto di sera. Può lavorare contemporaneamente a uno o due blocchi ma quando in uno di essi comincia a intravedere la forma vi si dedica costantemente e con ancora più energia, fino a conquistare la forma definitiva. Pablo spiega che scolpire il marmo è un lavoro lungo e faticoso, perché si procede per sottrazione alla ricerca della forma che si desidera realizzare e che il marmo ti suggerisce. Diceva Michelangelo: "la scultura è già nel blocco e lo scultore deve solo sprigionarla, tirarla fuori".

Per Pablo l'arte, la pittura e la scultura sono la sua vera vocazione, tanto che si ritiene fortunato ad avere avuto la forza di perseguirla: "Se non avessi fatto lo scultore o il pittore, non so che cosa avrei potuto fare nella vita. Non credo sarei stato buono a fare nient'altro".

Ci siamo poi trasferiti nell'esposizione permanente di Atchugarry, un'ex trafileria trasformata in un ambiente molto raccolto, disposto su due piani. La prima scultura su cui si ferma la nostra attenzione è la *Pietà*, la sua prima opera monumentale realizzata negli anni 1982-1983: la produzione di un'opera di questo tipo richiede infatti almeno un anno di lavoro. Il blocco di marmo della *Pietà* era inizialmente di 12.000 chili, e la scultura attualmente ne pesa 3500. Il desiderio di realizzare la *Pietà* è sorto in omaggio a Michelangelo, per il quale lo scultore ha sempre avuto un profondo sentimento di ammirazione.

"L'artista – ci dice Pablo – non può pensare di essere il Creatore: l'artista collabora con il Creato. È importante ridimensionare l'uomo, e anche l'uomo-artista, in rapporto alla natura e al Creato. Non siamo soli, riceviamo molto dalla natura e dal mondo e il nostro compito è quello di trasformare e interpretare quello che nella natura c'è già, ma è nascosto. In questo modo è possibile testimoniare, con onestà, il periodo in cui ci troviamo a vivere". Con questo spirito Atchugarry ha imparato a trattare i materiali più diversificati. Per un artista come lui anche un tronco d'albero trovato sulla spiaggia può essere un materiale da interrogare e dal quale scovare una forma nascosta.

Mostrandoci un lavoro, che gli è stato commissionato, ci spiega che il mecenatismo nasce



Pablo Atchugarry nasce a Montevideo, in Uruguay, il 23 agosto 1954.
La prima mostra personale ha luogo nel 1972 a Montevideo, e due anni dopo realizza a Buenos Aires la sua prima esposizione all'estero. Alla fine degli anni settanta compie diversi viaggi di studio in Spagna, Francia e quindi in Italia, dove nel 1978 espone per la prima volta a Lecco.
Dal 1989 estrinseca la sua poetica scultorea in opere monumentali, oggi collocate in diversi spazi pubblici europei e latino-americani.
Nel 1999 inaugura a Lecco il Museo Pablo Atchugarry. A Carrara, nel luglio 2002, riceve il prestigioso "Premio Michelangelo" in riconoscimento alla sua carriera artistica.
Nel 2003 rappresenta l'Uruguay alla cinquantesima edizione della Biennale Internazionale d'Arte di Venezia con l'opera *Soñando la paz*.
È in quell'occasione che conoscerà i fratelli Lucchetta, con i quali entrerà ben presto in amicizia.



Per la sede della Désirée i fratelli Lucchetta commissionano allo scultore uruguayano un lavoro impegnativo dal titolo *Grande Angelo*. "La storia dell'opera è molto interessante – spiega Atchugarry – perché i Lucchetta si sono dimostrati degli ottimi committenti: mi hanno solo detto che desideravano un'opera da sistemare all'entrata di una delle loro sedi, per il resto mi hanno lasciato carta bianca. Un artista ha bisogno di questa libertà e della fiducia da parte del committente".

da un desiderio di partecipazione al processo di produzione artistica. Senza un committente, neanche Michelangelo avrebbe realizzato i suoi capolavori. Specialmente in Italia, il ruolo del mecenate e del committente è fondamentale, dal momento che lo Stato non si interessa affatto della situazione dei suoi artisti. Per fortuna esistono persone che hanno grande sensibilità per l'arte e il patrimonio artistico, e che si prendono a cuore la causa di alcuni artisti. Un buon committente è inoltre colui che sa capire lo stile di un artista, dandogli il giusto stimolo per realizzare la propria ispirazione. Specialmente le opere monumentali nascono da una richiesta esterna che, magari, coincide con il desiderio intimo dell'artista. Un'opera scultorea richiede un processo lungo e complesso, e può mettere alla prova anche colui che la esegue, specialmente in un mondo come il nostro dove si è abituati ad avere tutto subito. Il blocco di marmo invece risponde lentamente agli stimoli e solo nell'arco di mesi è possibile capire quale forma stia prendendo.

Atchugarry continua dicendo: "I fratelli Lucchetta sono un ottimo esempio di committenti e collezionisti che sanno interessarsi e accompagnare il processo creativo di noi artisti. Li ho conosciuti in occasione dell'inaugurazione della Biennale di Venezia nel 2003, quando è stata esposta la mia installazione *Soñando la paz*. Un amico comune, il pittore Raffaele Rossi, ha invitato i Lucchetta a presenziare alla Biennale, per metterli in contatto con me. Il nostro primo incontro è stato molto forte, poi c'è voluto tempo per maturare la prima collaborazione: sono stati gli sponsor principali in occasione della mostra di Bruges, in Belgio".

I Lucchetta si dimostrano immediatamente entusiasti del progetto, e in quest'esposizione inseriscono anche quattro opere di piccole dimensioni da loro acquistate e il *Grande Angelo*. Questo lavoro, commissionato dai quattro fratelli veneti, per formato e importanza rappresenta una delle opere più prestigiose. Atchugarry spiega come il loro contributo in occasione di questa mostra sia stato indispensabile: la cultura ha bisogno di un supporto economico per potersi esprimere. Alla mostra di Bruges erano presenti tutti e quattro, e per il maestro uruguayano è stato importante poter condividere con loro quel momento, specialmente perché sono degli amici che credono fortemente nella sua arte.

Atchugarry continua: "La storia del *Grande Angelo* è molto interessante e i Lucchetta si sono dimostrati degli ottimi committenti: mi hanno solo detto che desideravano un'opera da inserire all'entrata di una delle loro sedi, per il resto mi hanno lasciato carta bianca; mi hanno dato uno stimolo, ma poi libertà totale. Un artista ha bisogno di questa libertà e della fiducia da parte del committente. Solo così può fare un buon lavoro".

"Ogni tanto capita di sentirci e di vederci, sono persone deliziose e sinceramente ammiro la loro professionalità e mi piacciono molto i loro mobili, tanto che nella Fondazione che stiamo realizzando in Uruguay, a Punta del Este, sia il museo sia l'abitazione sono stati arredati con mobili Euromobil. A questo proposito c'è un aneddoto che vorrei raccontare. Qui a Lecco tempo fa si era trasferito uno dei miei collaboratori, così gli ho comprato una bella casetta già arredata. Ho poi scoperto che la cucina era Euromobil: un segno del destino, dal momento che allora non conoscevo i quattro fratelli veneti".



Il Gruppo Euromobil è stato sponsor principale in occasione della mostra di Atchugarry a Bruges, in Belgio, al Groeninge Museum nel 2006, mostra che è stata vista da 260.000 visitatori. L'azienda ha contribuito inoltre alla pubblicazione di due tra le più significative monografie dell'artista. In alto la più recente, curata dal critico d'arte Luca Massimo Barbero, edita nel 2007.

Saverio Barbaro

Il rapporto tra Saverio Barbaro e i fratelli Lucchetta nasce in un modo piuttosto fortuito. Nel 1986 l'artista veneziano conosce il gallerista Stefano Contini che l'anno successivo, tra le altre iniziative, si occupa dell'allestimento della mostra "Saverio Barbaro. 40 anni di pittura, 1947-1987" a Castel Sant'Angelo a Roma. Per questa mostra Contini cerca un sostegno economico che trova presso il Gruppo Euromobil. Barbaro rimane all'oscuro dell'aiuto che riceve dai quattro fratelli veneti. Solo un paio d'anni dopo, in occasione di una cena fra amici a Treviso, uno dei fratelli Lucchetta gli si avvicina dicendogli di conoscere la sua pittura e gli lascia un suo biglietto da visita, invitandolo a visitarli presso la sede di Euromobil.

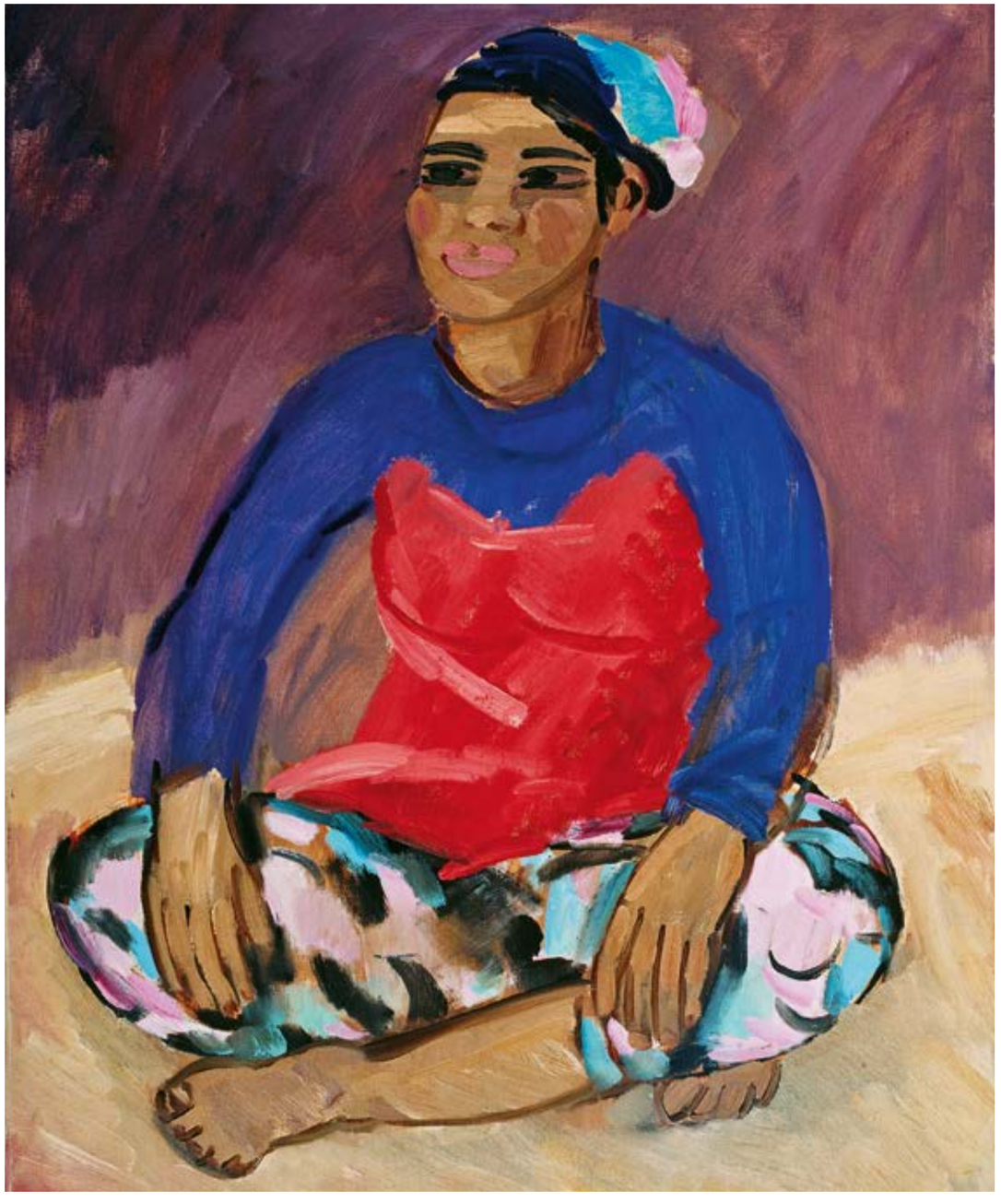
"Il giorno in cui ci siamo incontrati – afferma il pittore – mi hanno spiegato di amare l'arte e di essere interessati alle mie opere", e soltanto in quell'occasione Barbaro scopre che i Lucchetta lo conoscevano già per aver sostenuto il progetto della mostra di Castel Sant'Angelo.

Dopo un po' di tempo il rapporto con Contini termina, ma con i Lucchetta nasce un'amicizia che si consolida di anno in anno.

Barbaro ha una grande stima nei confronti dei quattro fratelli: "Hanno intelligenza e capacità professionale, sono molto uniti e appassionati al loro lavoro e all'arte, hanno collaborato per grandi



Tenda marocchina
1988, olio su tela
114 x 146 cm





esposizioni in Italia e all’estero. Se ci fossero altri industriali come loro l’Italia andrebbe meglio, e anche l’arte, perché offrono aiuto, agevolazioni e incoraggiamenti che il nostro governo non dà”.

Quarant’anni fa l’artista si è recato in Marocco. Ha vissuto anche in Medio Oriente e poi nel bacino del Mediterraneo, Spagna e Turchia. Da allora il suo amore verso quei Paesi è rimasto immutato. Afferma: “Picasso sosteneva, ‘Se faccio una passeggiata in un bosco non posso che dipingere di verde’. Mentre io posso dire, ‘Se viaggio nel deserto non posso che dipingere di ocra’”.

“Ho atteso molto tempo per penetrare quella cultura e per capire quei Paesi, e proprio per questo il Bacino del Mediterraneo, da Casablanca a Bagdad, è dentro di me. Mi piace vivere dentro un clima, dentro le persone, restando in questi luoghi per lunghi periodi. E anche oggi che non posso più viaggiare come allora, continuo ad affrontare nelle mie tele queste tematiche. Questi popoli hanno dei valori che non conosciamo. La nostra ignoranza della cultura islamica impedisce di conoscere, amare e gioire di forme di civiltà straordinarie, rimanendone invece distaccati”.

Lungo i decenni, il lavoro di Barbaro è stato una sorta di “reportage pittorico”: attraverso le sue tele ha conosciuto popoli e civiltà e ci ha tramandato momenti, emozioni, angoli di vita di questi Paesi spesso per noi troppo lontani e ignoti.

Nel mostrarci le sue opere Saverio Barbaro ci racconta di come trascorre le giornate: “D’estate non mi alzo prestissimo… ma in ogni caso prima di sera il mio lavoro è fatto. Interrompo per fare qualche piccola passeggiata. Alla pittura alterno delle pause, e la musica riempie le ore in cui non lavoro. La lettura mi prende il resto del tempo, mi interessano letture contemporanee e antiche, in particolare sull’Egitto e l’antica Roma, e naturalmente quelle relative ai Paesi orientali. Sono anche appassionato di botanica, coltivo e mi prendo cura di rose, agrumi, limoni, arance, fiori, cipressi e una cinquantina di varietà di uve da tavola.

In inverno le mie giornate sono piuttosto simili, anche se a causa del freddo è più raro che esca per fare le mie passeggiate e passo più tempo a dedicarmi alla musica e alla lettura. Dipingo generalmente a olio ma realizzo anche disegni su carta, a volte molto grandi.

I miei soggetti, paesaggi e figure, riguardano sempre il mondo arabo e islamico, un mondo che noi non conosciamo per nulla, ma che se lo avvicini un poco e lo analizzi ti accorgi che si tratta di una civiltà di grande interesse, un mondo che è stato portatore di grande civiltà anche da noi”.

Saverio Barbaro nasce a Venezia nel 1924. Comincia a esporre nel 1948 alla Fondazione Bevilacqua La Masa a Venezia. Nel 1950 ottiene il premio “Omero Soppelsa” per un giovane artista alla XXV Biennale Internazionale d’Arte di Venezia. Nel 1951 partecipa, su invito, alla VI Quadriennale Nazionale d’Arte di Roma. Sarà nuovamente invitato nel 1959.
Nel 1952 una borsa di studio del governo francese per le Beaux-Arts permette all’artista un soggiorno a Parigi. Invitato alla XXVIII Biennale Internazionale d’Arte di Venezia del 1956, ottiene il premio della Presidenza della Biennale.
Nell’edizione del 1958 vince il premio della Fondazione Tursi, mentre in quella del 1962 il premio del Rotary Club. La cultura mediterranea e del Medio Oriente attrae particolarmente l’artista che, dopo un periodo in Spagna, si reca in Marocco, Tunisia e Algeria. Questo proposito lo porta a conoscere e a partecipare con impegno etico ed estetico ad alcuni aspetti della cultura arabo-islamica, che tanta parte ha nella sua tematica pittorica.

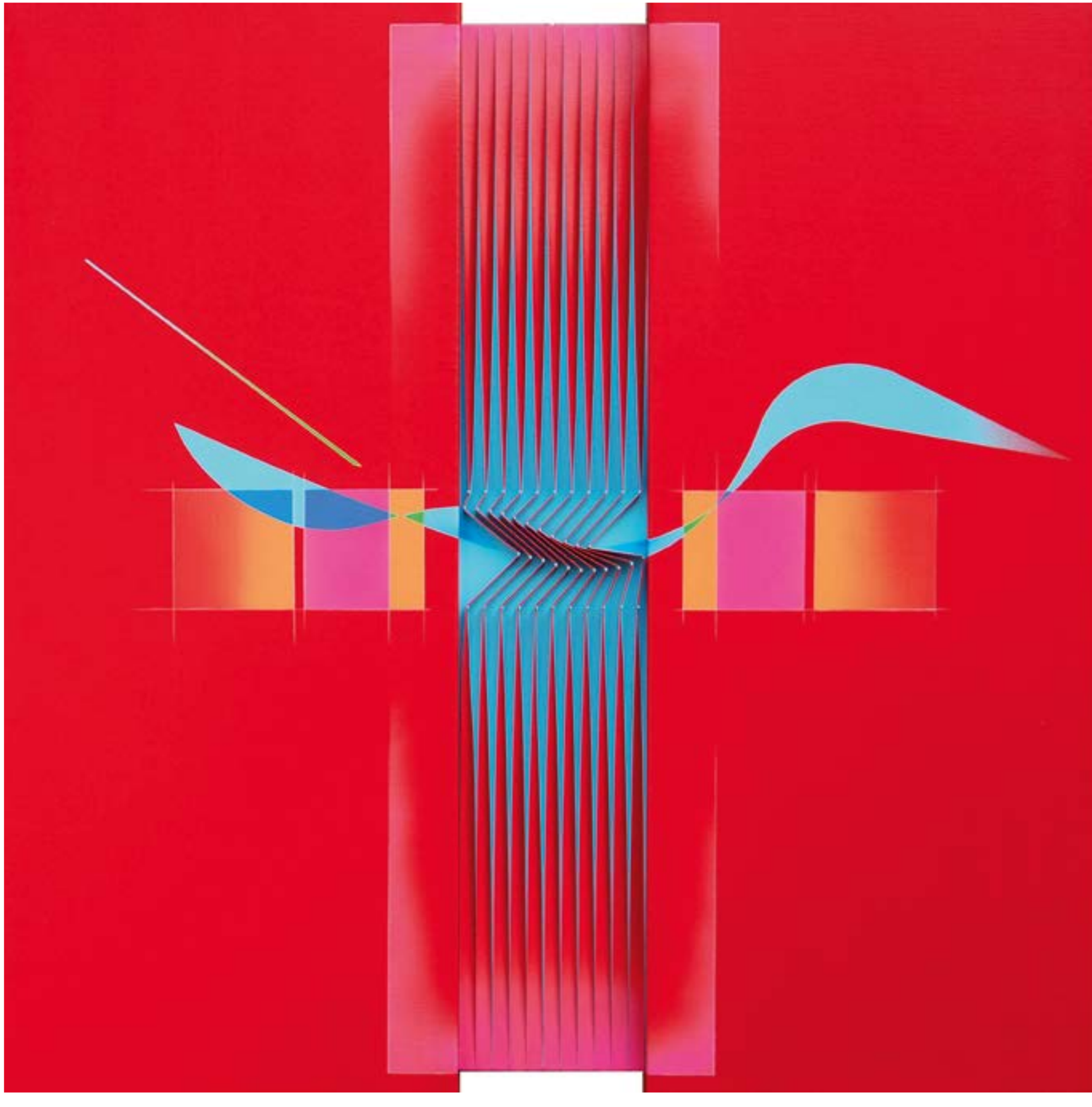
a sinistra
***Figura*, 2001**
olio su tela
100 x 81 cm

Alberto Biasi

Alberto Biasi, uno dei maggiori esponenti del cinetismo optical e dell'arte programmata italiana, viene descritto da Giovanni Granzotto come "un artista dalla vulcanica versatilità, dalla sensibilità istintiva e reattiva". Le sue opere creano infatti nello spettatore un senso di ambiguità e indeterminatezza spaziale. L'arte di Biasi è alla ricerca costante di rappresentare l'energia come fonte di dinamismo e di una nuova percezione da offrire allo spettatore. L'aspetto che più gli interessa è quello di creare un dialogo tra l'opera e lo spettatore che, trovandosi di fronte ad essa, non può fare a meno di reagire e interagire con l'opera stessa. Crediamo sia interessante riportare qui di seguito un "autoritratto" che il pittore stesso ci ha rilasciato: "All'incirca negli anni in cui sono nato, Picasso, a chi gli chiedeva che cosa è l'arte,

Alberto Biasi (Padova, 1937) è noto per aver costituito nel 1959 il Gruppo N, tra le primissime esperienze in Europa di arte programmata ottico-dinamica. Dopo lo scioglimento del gruppo "si riscopre solista" e inizia a lavorare sulle forme armoniche dai colori cangianti, abbinando elementi lamellari in torsione e parti in movimento reali, facendo scaturire immagini che vivono con chi le guarda e che appaiono evocative di un mondo in continuo divenire.





a destra
***Apoteosi*, 2006**
tecnica mista su tela
100 x 97 x 4,5 cm



Oltre a dodici mostre come Gruppo N, Alberto Biasi ha allestito più di novanta esposizioni personali e partecipato a oltre quattrocentocinquanta collettive, fra cui la XXXII e la XLII Biennale di Venezia, la XI Biennale di San Paolo e la X e XI Quadriennale di Roma, ottenendo numerosi e prestigiosi riconoscimenti.
Nel corso del 2006 l'Ermitage, il Museo di Stato di San Pietroburgo, ha reso omaggio all'artista padovano in quanto precursore delle ricerche cinetiche in Europa.
La mostra, sostenuta dal Gruppo Euromobil e curata da Luciano Caramel e Giovanni Granzotto, venne intitolata "Alberto Biasi, Testimonianze del Cinetismo e dell'Arte programmata in Italia e in Russia".
Nel 2009 Alberto Biasi è nuovamente al centro di due iniziative Euromobil. Il nuovo anno si apre infatti all'insegna del cinetismo: all'artista padovano viene dedicato il calendario aziendale, mentre negli spazi Euromobil di Art First Bologna le sue opere diventano le protagoniste di un progetto di allestimento tra i più significativi e originali degli ultimi anni.

rispondeva: 'se lo sapessi, mi guarderei bene dal rivelarlo' e, a sostegno della sua genialità, aggiungeva 'io non cerco; io trovo'. Sembra proprio che a quei tempi un po' di boria non guastasse. Non essendo altrettanto spaccone io, invece, memore del nostro 'chi cerca trova', ho preferito la ricerca e, aiutato dalla fortuna, mi sembra non solo di aver trovato, ma anche inventato qualcosa di nuovo. Mi riferisco all'OpArt e all'Arte Programmata di cui sono stato iniziatore negli anni sessanta. In particolare mi riferisco alle mie opere 'ottico-dinamiche', dove il movimento appare realistico pur essendo invece un fenomeno puramente legato alla nostra umana percezione visiva. Ultimamente, alla fine del Novecento, ho esaurito la mia ricerca sui *Polittipi* e con l'inizio del nuovo secolo mi sono dedicato alla creazione di pitture tridimensionali su tela che, in parte, ripropongono le tematiche cinetiche delle 'torsioni' e dei 'polittipi', ma in forma di dittici e trittici. Appaiono come un'unica identità, ma la loro forma irregolare fa intuire che sono frutto di assemblaggio di entità diverse, spesso di misure diverse. Appunto per la loro composizione sono sinteticamente definite *Assemblaggi*. Ultimamente mi sto dedicando a un'ulteriore evoluzione di queste opere. Di alcune ho raddoppiato la visibilità, nel senso della finitura avanti e retro e, lavorando con l'acciaio, ho realizzato un gruppo di sculture che presto mostrerò".

La produzione di Biasi che più ha colpito l'interesse dei fratelli Lucchetta è quella realizzata proprio in questi anni. Fin dal principio, "i quattro" hanno espresso con grande vivacità il proprio interesse e fascino davanti a queste opere, che spingono lo spettatore ad agire per coglierne il movimento.

Per quanto riguarda il loro primo incontro, il maestro Biasi racconta: "Non ricordo l'anno in cui ho conosciuto i fratelli Lucchetta, ma ricordo perfettamente il loro entusiasmo di fronte ai miei lavori, in un padiglione dell'Arte Fiera di Bologna. Avevo esposto i miei primi *Assemblaggi*, immagino pertanto che fosse il primo anno del Duemila. Furono la cordialità e la loro grande spontaneità a conquistarmi e a farmi sentire loro amico, come se lo fossi da sempre. Proprio il loro entusiasmo, unito a quello di Giovanni Granzotto, diede impulso al rinnovamento in atto nel mio lavoro. Quell'incontro mi fu propizio e fu un buon inizio di secolo".

Biasi racconta spesso del profondo amore che lo lega alle proprie opere: "Io amo le mie opere, in particolare quelle realizzate con molto lavoro manuale, e mi dispiace venderle. Non lo dico ma lo lascio intuire a quanti mi chiedono di acquistarle. In effetti, a ogni richiesta o sorvolo o affermo che le opere in mostra appartengono alla mia collezione privata oppure m'invento delle scuse per rinviarne la disponibilità *sine die*. Io penso che i fratelli Lucchetta, fin dall'inizio della nostra amicizia, abbiano prestato attenzione a questo mio aspetto caratteriale, tant'è che nella loro collezione annoverano molte mie opere, senza però averle mai domandate o avute da me. So che loro le possiedono perché alcune mie opere di importanza storica vengono da loro prestate ed esposte in occasione di mie mostre antologiche. Così è capitato ad esempio in occasione delle mie esposizioni al Palazzo Ducale di Urbino, alla Fondazione Majorana di Erice e recentemente nelle sale dell'Ermitage di San Pietroburgo. Tutte mostre che, assieme a molte altre, come quella con Julio Le Parc alla Casa del Mantegna di Mantova o altre con Licata a Berlino e a Bruxelles, sono state da loro sponsorizzate, consentendone la programmazione e permettendo l'edizione di ponderosi e bellissimi cataloghi. Queste e altre mostre sono state occasioni di simpatici e proficui incontri con i fratelli Lucchetta, in particolare con Gaspare che spesso con la sua Aurora mi ha inaspettatamente raggiunto in occasione di inaugurazioni in paesi lontani".

Ultimamente il Gruppo Euromobil ha scelto l'artista padovano per realizzare il calendario 2009 e dieci multipli "ottico-dinamici" in doppia serigrafia su cartoncino e metacrilato trasparente. Al contempo è nata una stretta collaborazione con l'artista per la realizzazione di mobili di produzione del Gruppo assemblati con *il quadrato che rotola*, un'inedita opera otticio-dinamica di Biasi che darà vita a un'altrettanto inedita combinazione tra arte e design. Sarà la novità presente nello stand del Gruppo Euromobil ad Arte Fiera di Bologna del 2009, rassegna tra le più significative e importanti nel panorama internazionale dell'arte contemporanea.

Giorgio Celiberti

"Molti anni fa ho conosciuto i fratelli Lucchetta. Sono rimasto subito sorpreso dalla loro puntualità, organizzazione e allegria.

Queste sensazioni, nel tempo e con le successive frequentazioni, si sono ulteriormente consolidate. Le occasioni per stare insieme non sono così numerose come vorrei, ma da ogni nostro incontro esco sempre arricchito ed entusiasta, perché sono creativi, perché non si fermano mai, perché continuano a sfornare idee, progetti e proposte stimolanti. Quello che loro rappresentano nel lavoro e nello sport è incredibile e inimmaginabile. La presenza dei Lucchetta nel mondo dell'arte per me è l'esperienza più bella e sorprendente. Da competenti collezionisti e generosi mecenati sono un contributo prezioso per la divulgazione e la conoscenza dell'arte. Sono questi i motivi per cui ammiro, stimo e nutro una sincera amicizia nei loro confronti".

Con queste parole Giorgio Celiberti, nato a Udine nel 1929 e oggi tra i più significativi e importanti artisti italiani, ha voluto rendere testimonianza del suo rapporto con i fratelli Lucchetta. Ancora giovanissimo, Celiberti ha fatto il suo ingresso ufficiale sulla scena artistica internazionale con la partecipazione alla Biennale di Venezia del 1948, la prima del dopoguerra. Nella città lagunare ha studiato al liceo artistico e poi ha frequentato lo studio di Emilio Vedova. Lunghe le frequentazioni con i suoi amici Carlo Ciussi, Marco Fantoni e Romano Parmeggiani. Nell'ultimo periodo del soggiorno veneziano ha condiviso la camera-studio alla pensione "Accademia" con Tancredi. Attratto come molti della sua generazione dal clima culturale che si viveva a Parigi, negli anni cinquanta si trasferisce in Francia, dove entra in contatto con i maggiori rappresentanti della cultura figurativa d'oltralpe.

Nel 1956 una borsa di studio del Ministero Italiano della Pubblica Istruzione gli consente di soggiornare nell'allora vivacissima Bruxelles, dove ha modo di completare le proprie ricerche sull'arte d'avanguardia.

Viaggiatore instancabile, curioso, assillato interiormente da una febbre di novità e di conoscenza, ha soggiornato a Londra, poi negli Stati Uniti, in Messico, a Cuba e in Venezuela. Da queste esperienze ed esplorazioni ha tratto un repertorio di segni, di immagini, di tecniche che ha rielaborato negli anni successivi: un substrato di emozioni e di "materiali" culturali entrati a far parte dell'inconscio dell'artista e che continuano ad affiorare, in forme diverse, nella sua attività. Nel 1965, a seguito della visita al lager di Terezin, vicino Praga, comincia a mutare la sua pittura assimilando i segni e le brevi frasi di diario che migliaia di bambini ebrei avevano lasciato prima di essere trucidati dai nazisti. A seguito di questa esperienza nasce, nella pittura di Celiberti, la serie dei *Lager*.

Nel 1975 i *Muri antropomorfici* scaturiscono dalla riflessione sui reperti della necropoli di Porto, presso Fiumicino, della Roma paleocristiana, di Aquileia romana e di Cividale Longobarda. In affinità con le tematiche "archeologiche" della pittura, nascono così le *Schegge*, le *Stele*, che ricordano remote pietre tombali incise di enigmatiche iscrizioni geroglifiche, i *Bassorilievi*, simili a lacerti di civiltà perdute affondate in un







La *Stele* dedicata da Giorgio Celiberti ai fratelli Lucchetta per il trentacinquesimo del Gruppo Euromobil, 2007.

a sinistra
Paesaggio mentale
1991, affresco
180 x 150 cm

passato immemorabile. Una delle opere più significative è il grandioso affresco di 840 metri quadrati realizzato a Shirahama, in Giappone, sulle volte dell'Hotel Kawakju. In un magnifico e immenso "arazzo" intessuto di lampeggianti intrichi di segni vegetali, di fiori, di farfalle, egli ha cantato con impetuosa vena fantastica i temi della vita, dell'amore e della realtà. Il linguaggio astratto-espressionistico della pittura si carica nella scultura di risonanze ancora più arcane e favolose.

Questi aspetti, uniti a una costante ricerca e sperimentazione di materiali, spiegano l'interesse da parte dei fratelli Lucchetta verso le opere di Giorgio Celiberti, che ritengono tra le più interessanti e originali forme di espressione artistica contemporanea.

Carlo Ciussi

I fratelli Lucchetta sono collezionisti e importanti estimatori della ricerca pittorica del maestro Ciussi. Il loro è un lungo e sincero rapporto di amicizia e stima reciproca che dura da molti anni. Le occasioni di incontro, di discussione e di simpatiche relazioni che pongono al centro degli interessi non solo l'aspetto commerciale dell'opera, ma soprattutto il suo valore culturale e spirituale, si verificano frequentemente. E ogni volta l'intesa tra l'artista e i suoi amici collezionisti si arricchisce di nuovi contenuti e rinnovati stimoli, concordi come sono nell'attribuire significato e valore alla pittura. Scrive infatti Ciussi, coinvolgendo nella sua riflessione i fratelli Lucchetta: "Uno degli spauracchi più volte agitati nell'ambito della credibilità verso mete a volte camuffate da una originalità che originale non è, è che è stata annunciata la morte della pittura. Noi da anni siamo contro il logorio del tempo in attesa di un linguaggio che sia al di fuori del grigiore omologante e che tenga buon conto di passato e futuro in un esercizio non agevole, ma di sicuro appagante per valore etico e conoscitivo".

Carlo Ciussi ha frequentato il liceo artistico



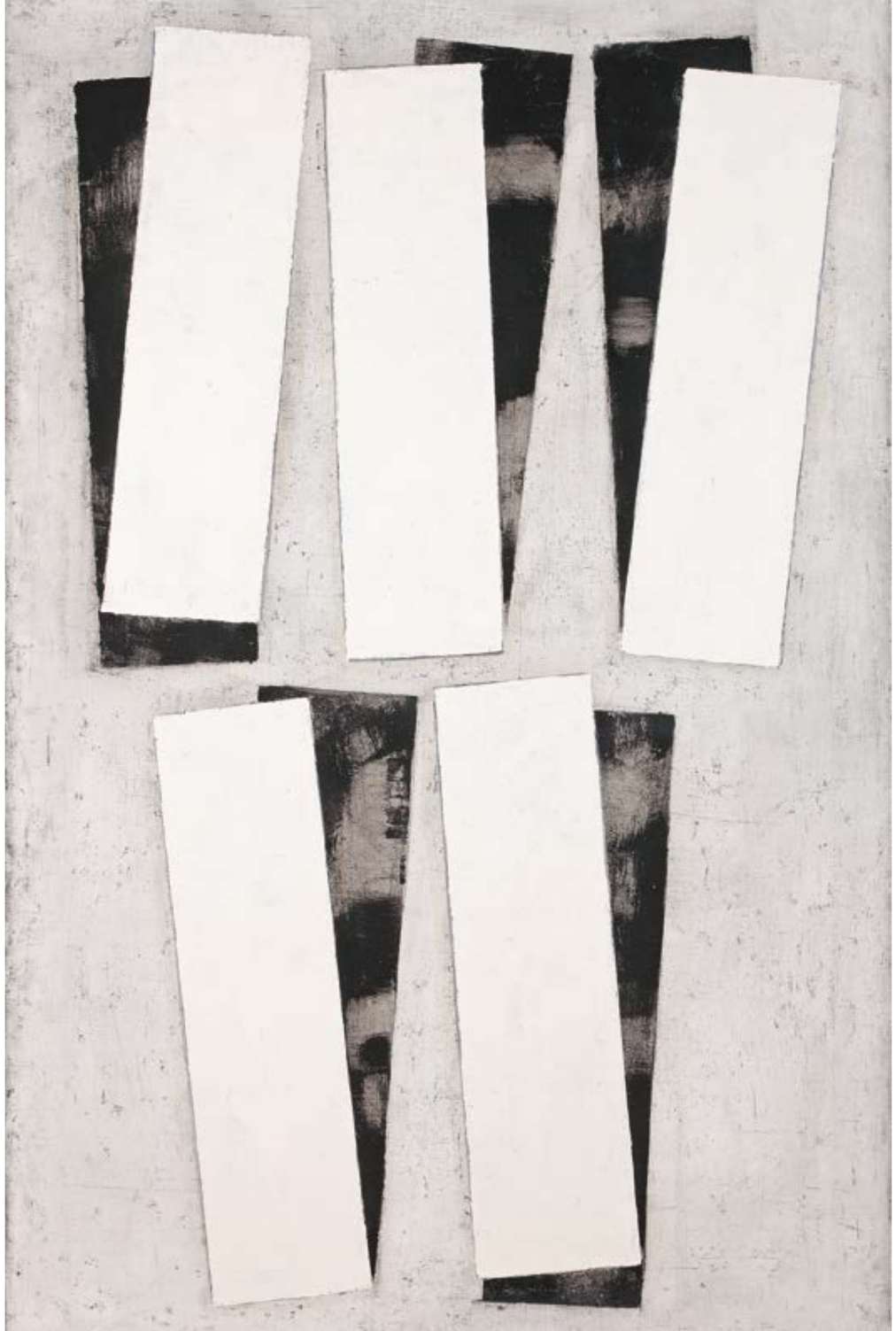
a Venezia dal 1945 al 1949 traendo profitto dall'insegnamento di Deluigi e Maioli. La Biennale del 1948, con la Sala Picasso e la retrospettiva di Gino Rossi, lo avvia con entusiasmo verso il ciclo delle sperimentazioni figurative, che dura l'arco degli anni cinquanta. Successivamente, nel periodo in cui frequenta Afro e il critico Giuseppe Marchiori, il segno pittorico diviene autonomo e ricco di matericità.

Partecipa alla Biennale del 1964 esponendo cinque opere assieme a Mario Nigro: in questa occasione supera l'impeto gestuale a favore di una decantazione monocroma della materia. Di quegli stessi anni è anche il trasferimento di Ciussi a Milano.

Le opere sono ora contrassegnate da quadrettature: la superficie pittorica prevede il dispiego del modulo quadrato in ogni sorta di variazione, in una progressione aperta degli elementi. Giulio Carlo Argan e Gillo Dorfles si interessano del suo lavoro e per Ciussi si apre anche il mercato internazionale, con esposizioni a Parigi e a Zurigo. Con il 1975 inizia una nuova fase, caratterizzata dalla composizione per fasce orizzontali: la logica costruttiva verte ora sul colore, disposto secondo bande che guardano all'espressionismo astratto d'oltreoceano: a Newman, Rothko, Kelly, Stella, Reinhardt.

La sintesi che caratterizza l'ultimo decennio trae invece spunto dalla progressiva parcellizzazione del ritmo di cui si compongono gli andamenti energetici interni all'opera: frammenti, segni, geometrie e linee spezzate che si dispiegano oramai in tutte le loro potenzialità secondo una sensibilità cromatica e una partitura lirica di grande leggerezza.

"Dipingere – scrive ancora Ciussi – significa verificare continuamente il patrimonio che si è storicamente accumulato; nel mio caso il concetto di progettazione è alla base del lavorare, non dimenticando che all'origine sta la ricerca della forma colore attraverso gli spazi, spianando la strada a una trasformazione senza fine, suggerita da tracciati che dividono posizioni passate o future, e il tutto gravita intorno a un centro ipotetico che attrae, nel suo progresso in continua oscillazione da uno scambio tra programmazione e colore che riporta allo spirito libero da ogni suggestione consumistica. Cercando di essere nella storia".



Tra i più importanti e significativi artisti della sua generazione, Carlo Ciussi è nato a Udine nel 1930. Pittore, grafico e scultore, ha cominciato a esporre nel 1953 a Palazzo Barberini a Roma. Presente alla Biennale d'Arte di Venezia del 1964 e nell'edizione del 1986, nel 1955 e nel 1972 è invitato alla Quadriennale d'Arte Contemporanea di Roma. Ha collaborato con le più importanti galleria italiane, tra le quali la Galleria Stendhal di Milano, il Cavallino di Venezia, l'Argentario di Trento, Studio La Città di Verona, la Galleria Plurima di Udine, Fioretto Arte Contemporanea di Padova, Lorenzelli Arte e Studio Invernizzi di Milano. Nel 1997 il Civico Museo Revoltella di Trieste gli ha dedicato un'antologica di opere dal 1947 al 1997. La più recente esposizione personale è stata allestita a Palazzo dei Sette, a Orvieto, nel corso del 2008.

***Senza titolo*, 2003**
olio su tela
150 x 90 cm

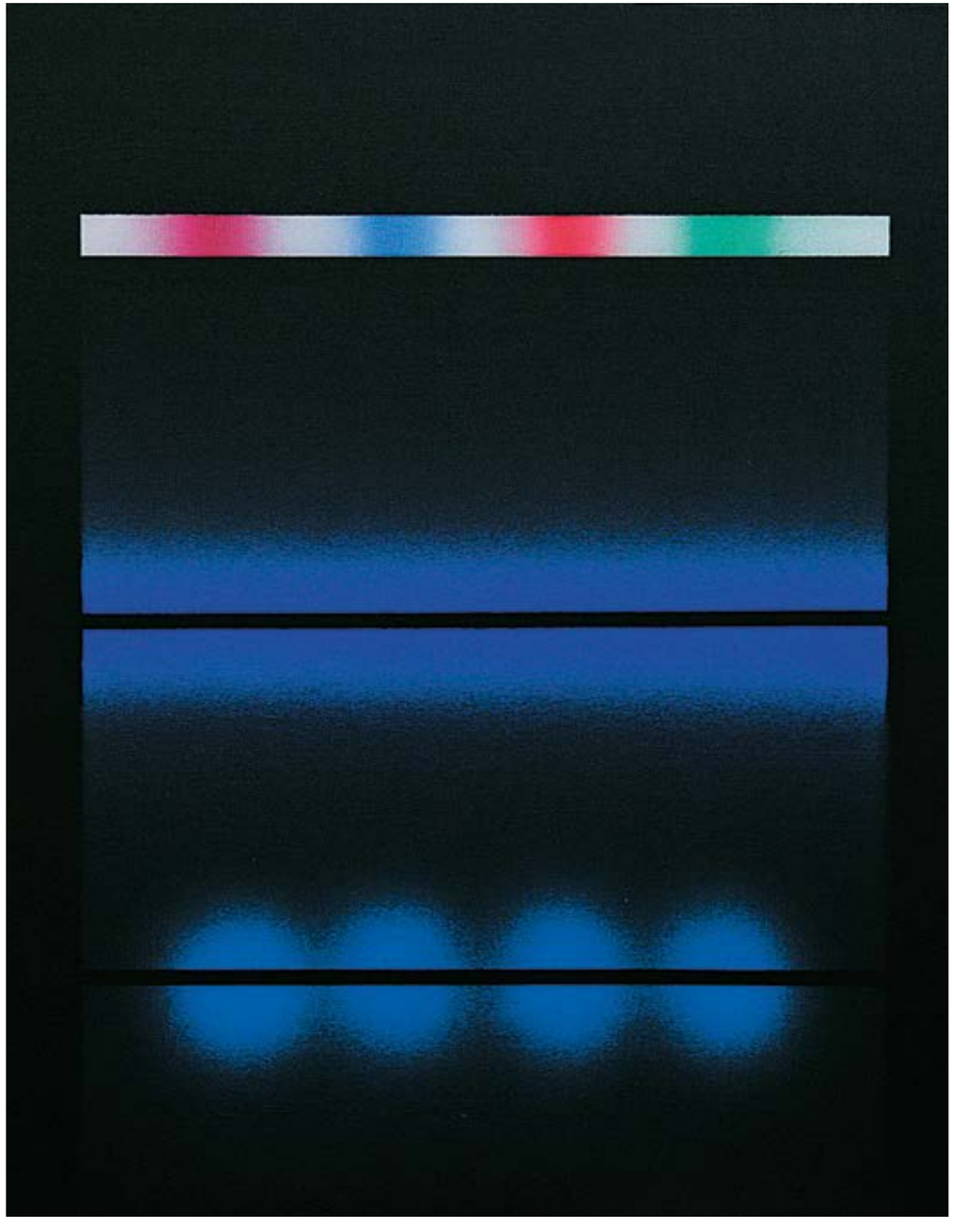
Ennio Finzi

Ennio Finzi è uno dei maggiori rappresentanti della pittura astratta in Italia.

Le sue sperimentazioni sullo spazio e sul colore dei primi anni cinquanta lo avvicinavano sicuramente allo spazialismo di Fontana, anche se Finzi non si vuole mai accostare a un altro artista o movimento a lui precedente. Quella di Finzi è vista da alcuni come una sorta di anti-pittura, e aggiungeremo anche di anti-comunicazione, perché i suoi quadri non vogliono trasmettere significati determinati e la sua pittura perde ogni riferimento con la realtà.

Inoltre, questa poetica del colore è strettamente legata alla sua passione per la musica. Per Finzi infatti "il colore è uguale al suono, quando vedo un colore non lo vedo soltanto, ma lo ascolto. Non è che io faccia un'operazione concettuale, cioè non è che io voglia vedere e ascoltare un colore. Bisogna sfatare questo aspetto, nel senso che io vedo il colore nel momento in cui riesco ad ascoltarlo. Se quel colore non mi evoca in tempo reale qualcosa, non riesco ad ascoltarlo e vuol dire che il messaggio del colore io non lo recepisco. Per cui, la musica è l'elemento fondamentale della mia pittura". La pittura di Finzi contiene anche il flusso jazz del ritmo sincopato e si fonda sulla ricerca dell'improvvisazione, attraverso il continuo sovrapporsi di tracce pittoriche, in una successione di gesti e segni che richiamano la tecnica dell'improvvisazione musicale.

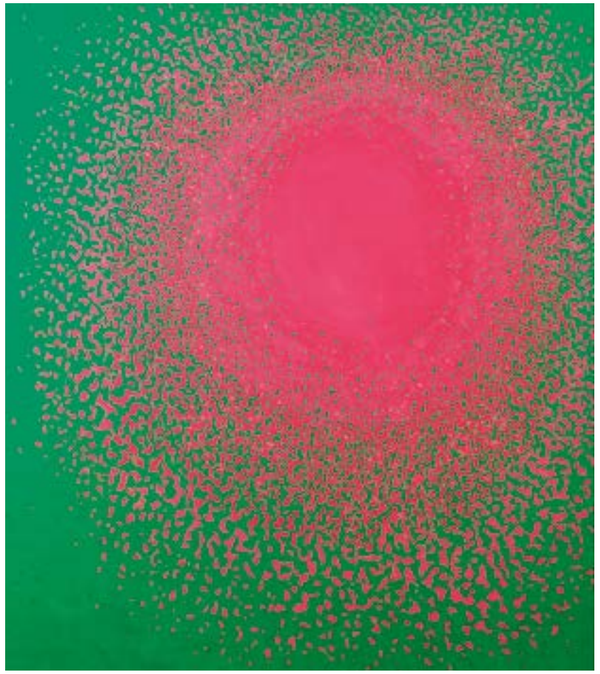




Ennio Finzi (Venezia, 1931) è uno dei maggiori rappresentanti della pittura astratta in Italia. Grazie al sostegno del Gruppo Euromobil, dagli anni novanta vengono organizzate numerose mostre in Italia e all'estero che contribuiscono a tracciare un profilo critico ampio e articolato dell'artista veneziano. Nel 2002 a Spoleto e a Roma vengono allestite due grandi antologiche dal titolo "Ennio Finzi, Venezia e le avanguardie nel dopoguerra"; nel 2005, nelle sale del Palazzo Ducale di Urbino, Giovanni Granzotto organizza la mostra "Ennio Finzi e gli Spazialisti", mentre nel 2007 a Palazzo Reale di Napoli è la volta di "Finzi e Morandis, riscontro di due generazioni dello Spazialismo". L'impegno più recente assunto dai fratelli Lucchetta risale all'inverno 2007-2008 con il successo riscosso da una mostra con la quale si è voluto rendere contemporaneamente omaggio a Ennio Finzi e Tancredi, nelle sale del Museo di Santa Caterina a Treviso.

a sinistra
Dalla serie flipper
particolare, 2008
acrilico su tela
70 x 70 cm

a pagina seguente
***Rosso su verde (stelle nei miei occhi)*, 1955**
tempera su faesite
135 x 120 cm



Negli anni cinquanta Ennio Finzi emerge giovanissimo tra coloro che si pronunciano a favore di un indirizzo pittorico astratto. Nel 1956 tiene la sua prima personale alla Fondazione Bevilacqua di Venezia, dividendo gli spazi espositivi con Tancredi e Saverio Rampin; in seguito esporrà alla galleria Schneider di Roma, alla Numero di Firenze e, nel 1958, all'Apollinaire di Milano dove conosce e frequenta Lucio Fontana.
Ha partecipato, su invito, nel 1959 e nel 2000 alla Quadriennale di Roma e nel 1986 alla XLII Biennale d'Arte di Venezia.

Un avvenimento importante nella vita artistica di Ennio Finzi è stato l'incontro con i fratelli Lucchetta, come egli stesso ci racconta: "Risalire al ricordo del primo incontro, avvenuto all'incirca verso il 1990-1991, mi è estremamente difficile, perché è tale la dimensione di ciò che è diventato dopo il nostro rapporto che la memoria mi tradisce e si confonde. Devo dire che mi sembra di conoscerli da sempre, proprio loro che, di lì a poco, sarebbero diventati i 'Magnifici Quattro'. Da allora, per me il loro contributo è stato fondamentale e il sostegno che mi hanno offerto, sia materiale sia morale, è stato provvidenziale perché erano anni bui e l'innesto di fiducia, soprattutto da parte di colui che poi si è rivelato il portavoce degli altri tre fratelli, è stato prezioso e duraturo. Sto parlando di Gaspare, che pecca di fiducia nei miei confronti. Egli sostiene, forse a ragione, che anche l'arte è un prodotto, e se non viene valorizzata nel modo giusto rimane patrimonio solo per chi lo produce. Certo, il quadro io lo faccio solo per mio piacere, ma sarebbe malinconico, in ultima analisi, se rimanesse ricchezza solo ed esclusivamente mia e non avesse anche la gratificazione degli altri".

Un tema che per lunghi anni è stato affrontato e sviluppato da Finzi è quello della percezione visiva. Negli anni cinquanta, per esempio, *Stelle nei miei occhi* (che fu esposto nel 1986 alla Biennale veneziana) anticipava la ricerca pittorica nell'ambito del cinevisualismo, non solo italiano ma internazionale. Il fascino per le nuove tecnologie (come il neon) ha poi indotto la pittura di Finzi a orientarsi verso complessi formali sempre più geometrici e lineari che corrispondevano, negli anni sessanta e settanta, ai costrutti dell'arte programmata.

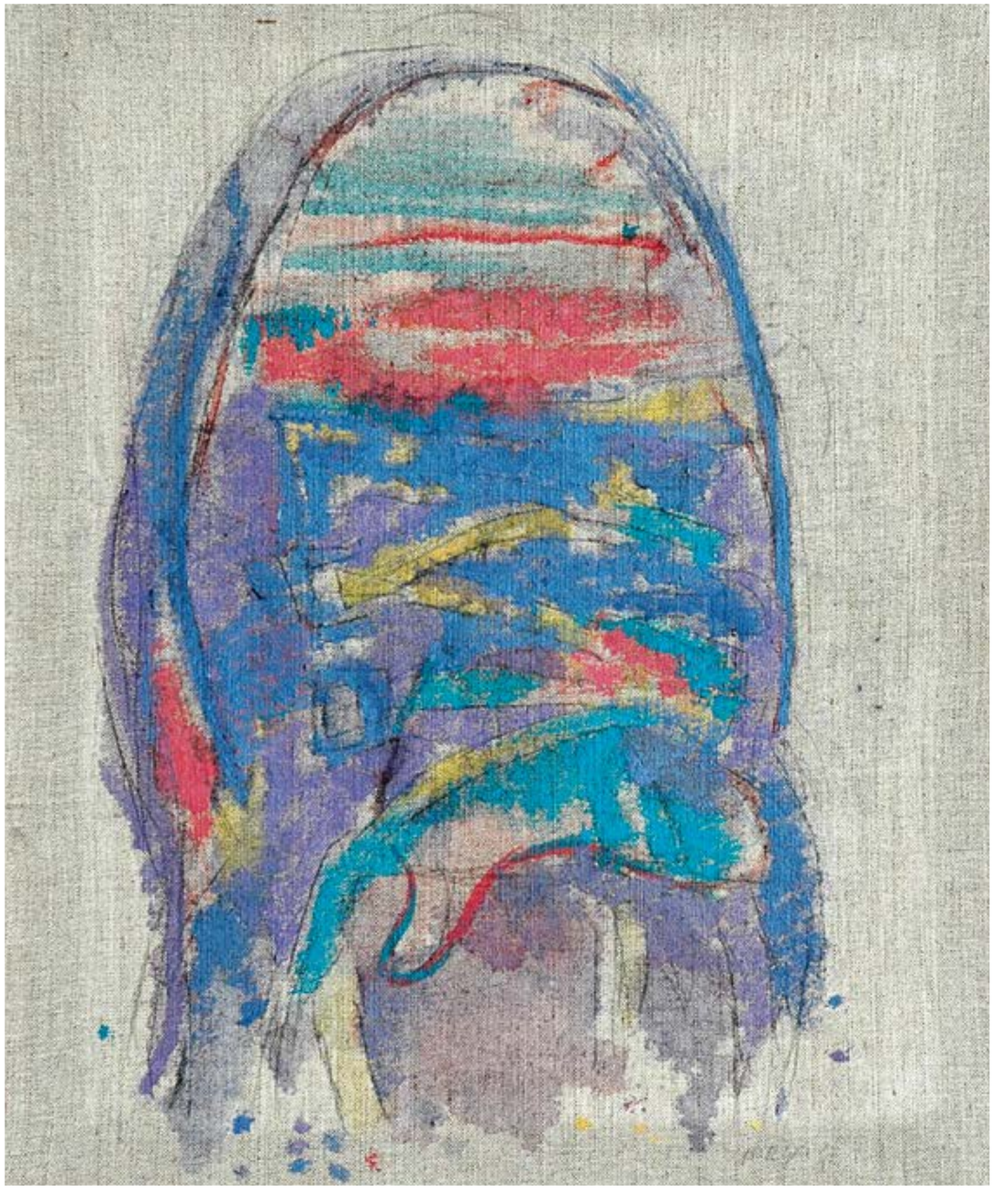
Ed è proprio questa ricerca che affascina e incuriosisce i Lucchetta. Anche se il loro incontro avviene negli anni novanta – periodo in cui la pittura di Finzi raggiunge esiti ancora una volta nuovi e sorprendenti – già dieci anni prima qualcuno aveva parlato a Finzi dei quattro fratelli. Il feeling tra di loro è immediato. I Lucchetta si recano nello studio di Finzi e cominciano a guardare con curiosità, ciascuno col proprio gusto personale, i quadri dell'artista, scegliendo i pezzi che preferiscono. Continua Finzi: "Rimane indelebile nella mia memoria la prima volta che i Lucchetta vennero nel mio studio di Mestre e per me quel giorno rimane eccezionale, non essendo abituato ad avere quattro acquirenti in un colpo solo. La scena è divertente: io tirai fuori i quadri dagli scaffali impolverati, loro sparsi per lo studio incominciarono a scegliere quelli che preferivano. A quel punto non capivo più niente, mentre loro erano divertiti e determinati a sceglierli. Alla sera ero completamente distrutto, incredulo, ma per la prima volta mi sentivo perfino importante: in fin dei conti avevo addirittura quattro acquirenti in carne e ossa. E tutti nello stesso momento".

Attilio Forgioli

L'attività artistica di Attilio Forgioli (Salò, 1933) si svolge a Milano, a Brera, il famoso quartiere degli artisti. Ogni giorno lascia il suo studio al calar del sole, quando la luce atmosferica non è più sufficiente per dipingere. Appoggiate alle pareti ci sono molte tele, alcune finite, altre da completare. Forgioli ci spiega che ha da poco cambiato metodo di lavoro, non si concentra più solo su un'opera finché non è

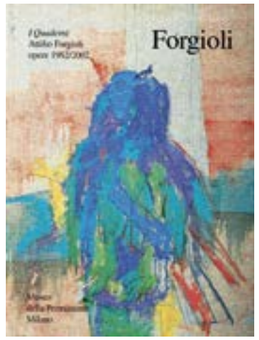


***Frutti*, 2004, olio su tela, 60 x 70 cm**



completata, ma inizia con l'abbozzarne più di una, per tornarci a lavorare più tardi. Sul cavalletto del pittore c'è una tela che rappresenta un grande melograno, di cui il maestro è soddisfatto, per i rapporti d'equilibrio fra toni caldi e freddi. Ci mostra molte tele, facendoci notare dove si crea la giusta tensione tra i colori e dove invece la tela manca di dinamicità. Piano piano comprendiamo la ricerca di Forgioli: vuole trovare l'accostamento di colore perfetto, la combinazione capace di creare la giusta tensione e il giusto movimento, che possano rendere l'opera dinamica e coinvolgente. Sente che in alcune tele i colori ancora non funzionano bene, sono ancora muti e silenziosi, mentre in altre vede già accadere qualcosa. Si ferma compiaciuto su alcuni dipinti che gli trasmettono "freschezza", come quello in cui compaiono le sfere di cobalto che spiccano dal paesaggio e dove toni caldi e freddi offrono il giusto contrasto. Non sono tele naturalistiche, spesso infatti si concentra sugli stessi temi per diverso tempo, ripetendoli per cercare di ricavare da un dato elemento della natura suggestioni diverse, utilizzando colori irreali come certi cobalti e certi rosa. Goldin, infatti, sostiene che Forgioli "restituisce il reale come un'astrazione".

L'artista ci racconta di aver conosciuto Marco Goldin negli anni novanta, a Conegliano Veneto, ed è proprio tramite il titolare di Linea d'Ombra che Forgioli incontra i Lucchetta. "Una sera conobbi i fratelli Lucchetta a Conegliano, in occasione dell'inaugurazione, a Palazzo Sarcinelli, della mostra del pittore Sutherland. Prima con Gaspare, poi via via con gli altri fratelli, ebbi modo di parlare del grande artista inglese che amavo e che avevo conosciuto negli anni settanta. Rimasi sorpreso dalla curiosità attenta e intelligente verso l'opera di Sutherland. Parlammo anche del mio lavoro. Cercai di spiegare loro che parlare di pittura per me è un po' come parlare d'amore per Casanova. Io parlo dei colori che sto usando, del tipo di supporto sul quale coloro, dei tempi di attesa dopo l'inizio di un quadro, per realizzare quella specie di idea che rappresenta qualcosa che ho visto e voglio vedere. Fu, quella sera a Conegliano, l'inizio della nostra conoscenza e collaborazione e mi piace il nostro modo di incontrarci, questo mettersi sullo stesso livello nel non provare alcun timore nell'esprimersi e nello spiegare le ragioni del lavoro, dei dubbi e dello strano rapporto di amore-odio che ho per la pittura, per la mia pittura. Della fatica, ma anche della gioia, che provo quando mi sembra che un mio quadro sia bello. Così il nostro incontro fu un evento, dove io e i fratelli Lucchetta non facemmo altro che presentarci nel nostro formato naturale. Questo consentì di conoscerci di più sul piano umano e stabilire un rapporto di rispetto e di reciproca fiducia. Non so se il tempo che avremo a disposizione sia molto, io sono più vecchio di loro, ma il piacere di stare insieme, di parlare, di ridere, di parlare dei progetti futuri, vorrei che durasse a lungo". Forgioli dice di provare molta stima nei loro confronti: "Hanno sensibilità, dote piuttosto rara, e sanno riconoscere ciò che è bello. Me ne accorgo quando capita di visitare una mostra insieme, o quando li vedo osservare le mie opere. Sanno riconoscere quello che vale e inoltre hanno molta fiducia nel mio lavoro. In Gaspare poi riconosco un amico e una persona forte, che sa ridimensionare le mie preoccupazioni. Li stimo molto, la loro opera è davvero singolare: è difficile trovare delle aziende importanti come la loro che si preoccupino di sponsorizzare l'arte con questa costanza".



Con il sostegno del Gruppo Euromobil, nel 2003 viene organizzata al Museo della Permanente di Milano la mostra antologica "Attilio Forgioli (opere 1962-2002)", a cura di Flaminio Gualdoni. Nel 2007, invece, Marco Goldin invita l'artista a esporre le opere più recenti nelle sale del Grande Miglio in Castello, a Brescia. Anche per questa occasione risulterà fondamentale il contributo dei fratelli Lucchetta.

a sinistra
***Scarpa*, olio su tela**
60 x 50 cm



Piero Guccione

Piero Guccione è un altro di quegli artisti le cui opere troviamo nelle esposizioni sostenute dal Gruppo Euromobil, ultima in ordine di tempo la mostra che gli è stata dedicata da Marco Goldin nelle sale del Museo di Santa Giulia a Brescia tra il 2007 e il 2008.

Nasce il 5 maggio del 1935 a Scicli, nella fascia sud-orientale della Sicilia, in provincia di Ragusa, a pochi chilometri dal mare che affaccia sull'Africa.

La madre era di Scicli e il padre modicano, ottimo sarto, con spiccata propensione musicale come molti artigiani di allora.

Uno dei ricordi più cari è quello legato agli avventurosi viaggi in treno, nel dopoguerra, fino a Catania dove il padre portava la famiglia ad assistere alle opere, quelle più amate, che il teatro Massimo Bellini aveva ricominciato ad allestire: memorabile – per Guccione ragazzo di dodici o

Tra i più significativi artisti della sua generazione, Piero Guccione è stato assistente di Renato Guttuso alla cattedra di pittura dell'Accademia di Belle Arti di Roma, dove ha poi insegnato da titolare. Nel 1979 ha tenuto la cattedra di pittura all'Accademia di Belle Arti di Catania. Ha ripetutamente partecipato alla Biennale di Venezia, dove è stato invitato per la prima volta nel 1966 e per la quinta nel 1988, con una sala personale nel Padiglione italiano.



***Agonia*, 1980**
olio su tela
179 x 350 cm



tredici anni – una *Norma* con Maria Caniglia e un Gigli non più giovane, francamente inattendibile nel corpo di Pollione.

La natura sensibile del padre fu certamente una buona alleata per Guccione contro la madre, che avrebbe voluto a ogni costo che il figlio diventasse medico, quando in famiglia si dovette decidere il suo destino: abbandonare gli studi classici, del resto poco apprezzati, per dedicarsi al vero piacere di disegnare e di dipingere. In seguito a questa decisione frequentò per un anno la Scuola d'Arte di Comiso (una bella e attrezzatissima scuola dove si lavorava molto seriamente) e nel 1954, a Catania, completò, per così dire, gli studi artistici, diplomandosi presso l'Istituto d'Arte dove aveva trascorso tre anni, forse i più felici della sua piccola carriera scolastica.

Roma era la città sognata, perché vi risiedevano gli artisti più ammirati, da Pirandello a Guttuso, a Mafai. Fu quella, dunque, la scelta naturale. Così, in una magnifica mattina di ottobre, insieme all'amico Lucio Schirò che lo avrebbe ospitato durante i primi giorni nella casa di un suo zio, si ritrovò nella Città Eterna, senza molti punti di riferimento ma con l'idea, o piuttosto, con un istinto abbastanza chiaro di quello che voleva fare. Dei ventisette anni che seguirono – tale fu la durata del suo soggiorno romano – nonostante l'importanza e la densità di eventi e di incontri, alcuni fondamentali o addirittura decisivi come il matrimonio e la nascita della figlia Paola, non riesce a isolare nessun elemento da ciò che appare come un caotico grumo di vita allontanato, perduto per sempre nello spazio e nel tempo. Furono anni difficili, specialmente i primi, per la precarietà dei mezzi, ma anche per una paralizzante timidezza che si portava dietro



Gaspare, Antonio e Giancarlo Lucchetta con Piero Guccione nel 2007 al Museo di Santa Giulia di Brescia durante l'inaugurazione della mostra "Paesaggi. Ritratti. Quattro pittori in Italia", sostenuta dal Gruppo Euromobil.

in alto
***Mattina di luglio a Punta Corvo*, 2001-2003, olio su tela**
70 x 128 cm



Mare di luglio
1985-1987, olio su tela, 84 x 109 cm

e che non gli facilitava la vita. Non mancarono comunque simpatia e amicizie con alcuni artisti e con giovani coetanei (qualcuna – come rarissimamente accade – viva ancora oggi, come quella con Franco Sarnari), qualche amore, complicato sempre dalla timidezza, e le prime illusioni disilluse e vanità mortificate, insieme alle tenaci speranze (senza cognizione alcuna che di speranza si trattasse). E tuttavia, in questo lungo e controverso percorso, oggi Guccione può dirsi certo di aver trovato più generosità che avarizia, più bene che male nella sostanza, con un conseguente senso di gratitudine per la sorte riservatagli.

La pittura è stata il centro, la dimensione dominante che ha accompagnato i suoi passi. Modificandosi di volta in volta per condizionamenti culturali e persino secondo le case abitate e i luoghi frequentati. Così è stato sempre e sempre di più, nel percorso verso la maturità; maturità non solo di anni, ma anche di mente e di cuore.

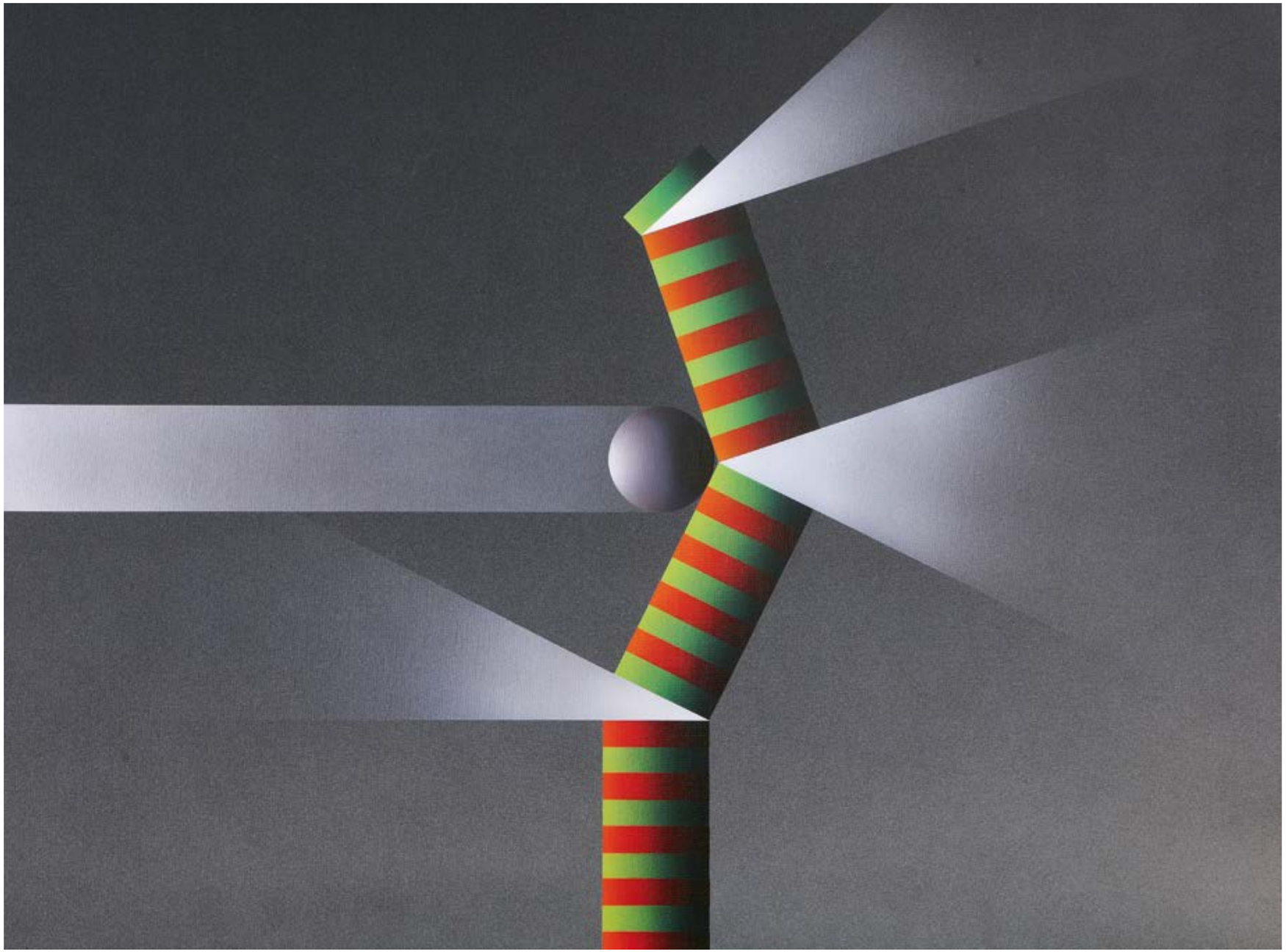
Julio Le Parc

Indubbiamente il protagonista indiscusso del G.R.A.V. è stato Julio Le Parc, nato nel 1928 in Argentina e trasferitosi nel 1958 in Francia, a Parigi, dove tuttora risiede.

L'intesa con i fratelli Lucchetta prese avvio a partire dalla riscoperta che il critico Giovanni Granzotto fece del movimento cinetico. La rivalutazione storica e commerciale di coloro che furono tra i protagonisti



Modulation 1058
2002, olio su tela
60 x 60 cm



dell'arte europea negli anni sessanta segna un momento importante anche per Euromobil, che diviene il partner fondamentale per tutte le esposizioni che coinvolgono i componenti del G.R.A.V. Fu proprio con Giovanni Granzotto che per la prima volta Gaspare Lucchetta si recò a Parigi per conoscere Le Parc. Vennero accolti nello studio che lui stesso aveva progettato: ampio e adatto ad accogliere la sua esuberanza espressiva. Osservarono i lavori più recenti, le serie *Alchimie* e *Modulation* per poi addentrarsi in quei luoghi non per tutti accessibili, in cui l'artista franco-argentino conserva gelosamente alcune delle opere che lo resero famoso negli anni sessanta.

Nella Biennale veneziana del 1966 Le Parc rappresentò l'Argentina e vinse il Primo Premio Internazionale della Pittura con un'opera che già nel titolo era paradigmatica di tutta la ricerca cinetica: *Cerchi potenziali*.

Il tema principale attorno al quale ruota il lavoro di Le Parc consiste infatti nel creare opere in grado di attrarre a sé lo spettatore, di considerare il fruitore partecipante attivo della creazione artistica. In che modo? Ce lo spiega Giovanni Granzotto: "Dapprima interagendo con strutture sensibili, con elementi sospesi nel vuoto, con moduli geometrici che sono percorsi da un movimento meccanico, costante o saltuario.

In seguito proiettando sulla superficie dipinta l'immagine compiuta di una illusoria tridimensionalità. In entrambi i casi le forme transitano visivamente nel campo d'azione dello spettatore e mutano in una progressione di sequenze plastiche e luministiche che affascinano e sorprendono".



Tra i protagonisti del cinetismo internazionale, Julio Le Parc, insieme a Horacio Garcia Rossi, Hugo Demarco, Francisco Sobrino, Joel Stein, François Morellet e Yvaral, fonda a Parigi, nel 1960, il G.R.A.V. (Groupe de Recherche d'Art Visuel). Il Gruppo Euromobil ha partecipato come main sponsor alla realizzazione di alcuni tra i più significativi eventi artistici che hanno visto protagonista Julio Le Parc, come l'esposizione del 2003 al Palazzo Ducale di Urbino.

a sinistra
Modulation 948
1987, tecnica mista su tela, 97 x 130 cm

L'entusiasmo dei fratelli veneti nei confronti dell'artista è tale che già il 18 dicembre 2002 il nome del Gruppo Euromobil compare tra i principali sponsor della mostra allestita a Roma presso San Salvatore in Lauro: "Julio Le Parc, Horacio Garcia Rossi, Hugo Demarco e altre testimonianze del cinetismo in Francia e in Italia". Di lì a poco, nell'estate del 2003, le suggestive sale del Palazzo Ducale di Urbino ospiteranno la mostra "Julio Le Parc, il Cinetismo, attualità e storia a confronto", con interventi critici di Giovanni Granzotto e Luciano Caramel.



Riccardo Licata

Riccardo Licata è uno dei casi più interessanti dell'arte italiana. La sua formazione è avvenuta a Venezia, dove giunse giovanissimo per intraprendere gli studi all'Accademia di Belle Arti e dove ancora oggi vive, alternando lunghi periodi di soggiorno nella sua casa di Parigi, città nella quale, nel 1957, venne chiamato come assistente di Severini all'École Italienne d'Art per poi diventare professore dell'Atelier Italien de Mosaïque alla École Nationale Supérieure des Beaux-Arts.

Sino a quel momento Licata partecipa attivamente alla vita artistica della sua città, manifestando una grande versatilità creativa che lo condurrà a sperimentare e diversificare le tecniche pittoriche tradizionali assieme al mosaico, all'incisione, all'arazzo e alla lavorazione del vetro.

La ricerca di un segno grafico e pittorico originale e privo di connotazioni figurative lo ha condotto giovanissimo a manifestare il proprio interesse per l'arte astratta, divenendo, nel volgere di pochi anni, uno degli artisti più richiesti dal mercato e stimati dalla critica. Le sue partecipazioni alle Biennali d'Arte di Venezia, iniziate nel 1952 e proseguite complessivamente per sette edizioni, lo affacciarono sulla scena dell'arte internazionale guadagnandogli da subito ampi consensi.

Del suo modo assai personale di dipingere ebbe a scrivere: "I miei studi e le mie esperienze mi hanno portato a concepire l'arte in una forma personale. Cerco di dipingere la vita come se scrivessi il mio diario: tutto ciò che intellettualmente e sensorialmente m'interessa lo traduco nella mia pittura. Penso di essere un pittore della realtà e della verità perché ciascuno dei miei segni o colori o spazi è relativo a un impulso dettato da un preciso avvenimento, pensiero, sensazione, emozione o musica".

Ha conosciuto i fratelli Lucchetta attraverso la mediazione di Giovanni Granzotto, che da alcuni anni segue l'attività espositiva dell'artista organizzando mostre di rilievo nazionale e internazionale, grazie anche al supporto del Gruppo Euromobil. I Lucchetta conoscevano il lavoro di Licata da molto tempo, senza però che vi fosse una relazione diretta con l'artista. La prima vera



Riccardo Licata (Torino, 1929) ha partecipato alle più importanti manifestazioni artistiche nazionali e internazionali, tra cui la Biennale d'Arte di Venezia nel 1952, 1954, 1956 (con sala personale), 1958, 1964, 1966, 1970 e 1972, la Quadriennale d'Arte di Roma, la Triennale di Milano, la Biennale di San Paolo del Brasile, di Tokyo, Alessandria d'Egitto, Lubiana e di Parigi. Nell'immagine a fianco l'artista ritratto nello studio veneziano.

a destra
***Senza titolo*, 1989**
tempera all'uovo
su carta spagnola
100 x 95 cm





***Confessione*, 1989**
particolare
tempera all'uovo
su carta spagnola
95 x 95 cm

Dagli anni cinquanta Licata risiede prevalentemente a Parigi, dove è stato professore di mosaico all'École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, di arti plastiche alla U.E.R. della Sorbonne e di incisione alla Académie Goetz. Ha inoltre insegnato alla Scuola Internazionale della Grafica di Venezia e all'École Américane d'Architecture di Fontainebleau.
Tra le più significative esposizioni realizzate con il contributo di Euromobil sono da ricordare l'antologica del 2002 alla Galleria Civica d'Arte Contemporanea di Arezzo, e quella del 2003 al Palazzo Ducale di Urbino. L'esposizione dei suoi "Diari da Viaggio" nelle monumentali sale della Biblioteca Marciana di Venezia e della Braidense di Milano nel 2007 ha costituito una irripetibile possibilità di vedere la produzione pittorica più riservata dell'artista.
Con il sostegno del Gruppo Euromobil, nell'autunno del 2008 una mostra antologica ha reso omaggio all'artista italiano nelle sale del Museo d'Arte Moderna di Mosca. Nel corso del 2009, in occasione del suo ottantesimo compleanno, sono state programmate importanti esposizioni a Roma (Palazzo Venezia), Venezia (Palazzo Ducale) e Torino (Palazzo della Promotrice delle Belle Arti).

occasione di stabilire un rapporto di fiducia e collaborazione si presentò nel 2000, quando Euromobil contribuì a sostenere il progetto di una mostra che poneva a confronto l'astrazione di Ennio Finzi con quella di Riccardo Licata nelle sedi del Castello Cinquecentesco dell'Aquila e poi di Villa Pisani a Stra di Venezia. In seguito si svilupparono ulteriori e sempre entusiastici progetti comuni, sino a quando nel 2007 i Lucchetta decisero di dedicare a Licata il calendario aziendale. La scelta delle immagini e della copertina avvenne in totale sintonia con l'artista, che ricorda la facilità nell'intendersi con i Lucchetta: "Arrivarono a Venezia nel pomeriggio e in brevissimo tempo concordammo la scelta delle opere. Si trattava di un album di acquerelli degli anni ottanta e novanta, da cui ne scegliemmo sette. Nel loro agire ho potuto notare una grande determinazione e una forma illimitata di rispetto verso il mio lavoro: non avrebbero disposto alcuna autorizzazione alla stampa senza la mia approvazione, che naturalmente ebbero subito. La considerazione per l'altro e il rispetto del lavoro sono comportamenti e modi di essere che reputo fondamentali nella vita, anche in quella di un pittore.

La costanza e la determinazione mi sono servite sin da quando, giovanissimo, ho voluto tenacemente intraprendere questo mestiere, nonostante non avessi ricevuto l'approvazione di mio padre. Ho sempre lavorato molto e continuo ancora oggi a farlo, con la stessa passione e lo stesso amore che avevo un tempo. È importante, direi fondamentale per la mia vita, poter dipingere e disegnare di continuo. Ancora oggi porto sempre con me i taccuini da viaggio che mi accompagnano dovunque e che mi permettono di colmare questo mio bisogno irrefrenabile di dare corpo ai miei pensieri, di registrare gli eventi della quotidianità e le emozioni scaturite dalla natura.

Anche il rispetto per la mia attività che i fratelli Lucchetta hanno mostrato di avere, è una modalità dello spirito che è significativamente importante nella vita e verso tutti i lavori, anche e soprattutto nell'ambito dell'arte.

Difatti la vita di un pittore è una scelta morale, nel senso della purezza, della convinzione, della perseveranza stilistica, della probità professionale, del tendere a un'interiorità più profonda, nel senso di un lavoro dello spirito, di un'autentica missione culturale (al di fuori però della religione) e dell'impegno dell'individuo nei domini del pensiero e nei suoi rapporti con la società. La vita del pittore è difficile, ci vuole molta tenacia e molto coraggio per lottare e per tenere, ma la libertà, la sincerità, l'autenticità, la generosità, la possibilità di esprimersi e la creazione danno al pittore il sentimento interiore di un comportamento positivo".

Claudio Olivieri

Claudio Olivieri rincorre una realtà fuggevole, fatta di colori soffusi, di "ombre colorate" che di tanto in tanto – come scrive lo stesso pittore – accendono la sua mente.

"È lontano il giorno in cui a Olimpia Prassitele mi fece capire che la luce non si posa sul mondo ma lo rivela fondandolo; io da quel giorno, vivo quella sorgente, sempre temendone lo svanire, inseguendone il bagliore, perdendone le tracce, per poi brancolando rinvenirle e continuare a vivere".

La sua vita ha inizio a Roma nel 1934; poi, con la morte del padre e la guerra ormai imminente, insieme alla madre si trasferisce a Mantova, dove rimane fino al compimento degli studi. "Ricordo i cinque anni della guerra come un tempo lunghissimo, con estati abbaglianti e inverni gelidi e interminabili, le fughe nei rifugi e le scorribande per le campagne quasi deserte, le paure e le confidenze con il pericolo. I ponti crollati, le piene terribili del Po, le sirene e i lampi della contraerea, le notti cieche, i camion dei tedeschi e quel giorno in cui, sulla mia bicicletta, mi sono visto venire incontro quaranta panzer diretti verso il fronte, dove la loro mostruosa potenza si sarebbe disciolta".

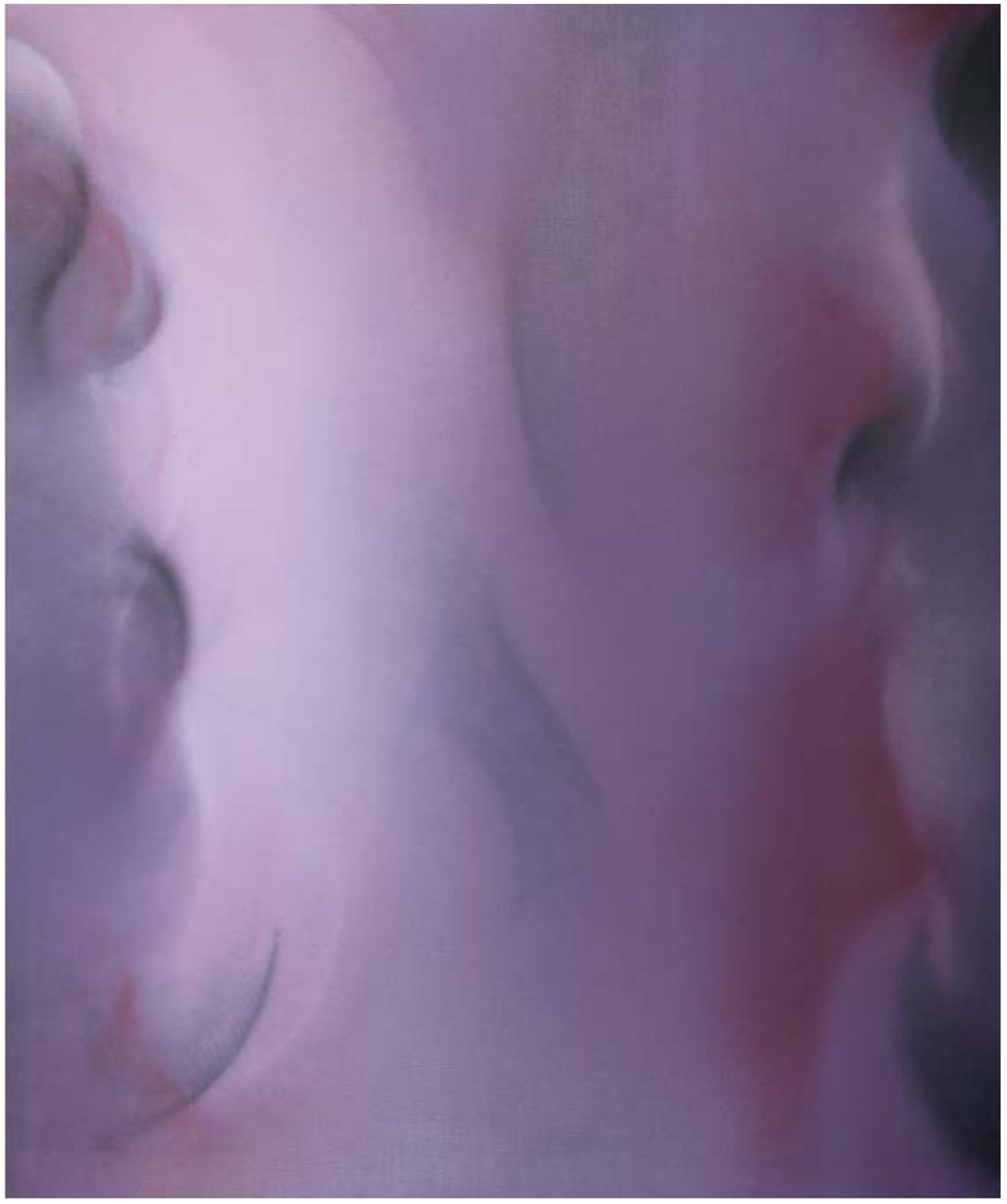
La rivelazione dell'Arte (in Olivieri ricorre il tentativo di rivelare l'essenza stessa della forma, di proiettarsi al di là del tempo e dello spazio) coincide con il trasferimento, negli anni cinquanta, a Milano, dove la cultura, lo spirito curioso, avventuroso e solidale avvolge di entusiasmo il giovane artista. "Dalla fine degli anni cinquanta – ricorda Claudio – mi è sembrato quasi naturale non servirmi del riconoscibile ma cercare un ulteriore e diverso orizzonte in cui il vedere fondasse se stesso e la propria possibilità. Per un lungo periodo, durante gli anni sessanta, ho cercato di lavorare con frammenti, scorie di qualche visione, sogni, memorie, per convincermi sempre di più che l'eredità storica del Novecento e delle generazioni precedenti la mia si era esaurita. Debbo aggiungere che la mia generazione ha avuto il destino, insieme alla fine della guerra, di vedere la scomparsa della natura, il mutare dell'idea di cultura con i suoi supposti valori, con le ideologie, le appartenenze più o meno apparenti, e ora la rinuncia a formare della Scuola, senza che nessuno sappia cosa ci attende nel futuro. Forse è anche da questo che mi deriva un'incontentabilità che a volte si fa aggressiva e mi spinge a pormi domande a cui non so rispondere, perché avverto che l'assurdo si può mutare in insensato. La speranza è che questa incontentabilità si trasformi in visione che sia ancora possibile dire, che oltre la cecità c'è la trasparenza, che non ci potrà essere alcuna vera evoluzione senza rivelazione".

I fratelli Lucchetta, nella condivisione delle scelte operate da Marco Goldin, hanno sempre ritenuto prioritario dare voce ad artisti che si distinguessero per la loro storia, la loro cultura e naturalmente per la qualità delle loro opere. Tra questi artisti vi è senz'altro Claudio Olivieri che, in ragione dell'amicizia con i Lucchetta, ci racconta come è nata l'idea di allestire nel 2001 una mostra a Palazzo Sarcinelli, dal titolo: "Olivieri. Opere 1969-2000" e sostenuta dal Gruppo Euromobil:

"Durante la loro prima visita nel mio studio ho soprattutto in mente i loro sguardi, gli occhi che mi guardavano e che cercavano la mia attenzione; d'un tratto mi sono sentito dire: 'a noi non bastano un quadro o due… perché averne di più è un modo di

Esponente tra i più significativi dell'astrazione analitica, Claudio Olivieri ha esposto nelle più importanti gallerie italiane (Annunciata, Milione, Lorenzelli, Poleschi, Tega e Anfiteatro Arte) e in rassegne pubbliche come la Biennale di Venezia, la Quadriennale di Roma e Documenta di Kassel. Gli sono state dedicate mostre personali nel Padiglione d'Arte Contemporanea di Ferrara, a Palazzo Sarcinelli di Conegliano, nella Casa del Mantegna a Mantova e nel Grande Miglio in Castello a Brescia. Del suo lavoro si sono interessati i critici d'arte Guido Ballo, Flaminio Gualdoni, Walter Guadagnini, Fabrizio D'Amico, Elena Pontiggia e Marco Goldin.







capire, di avere fiducia, non solo di possedere'.

Fu così che prese corpo l'idea della mostra di Conegliano che i fratelli Lucchetta sponsorizzarono (è brutto ma si dice così). Scelsero bene, e la mostra era costituita da molti dei dipinti che, almeno io, ritenevo migliori.

Di recente ho chiesto loro di prestare alcuni dei miei quadri per una mostra organizzata dal Comune di Cittadella, e così ho potuto rivederli riuniti nel contesto di un'esposizione e in un certo senso riprendere contatto con questi lavori, con il loro senso oggi e, al tempo stesso, con la parte della mia vita che li aveva visti nascere. È stato sorprendente vedere come la loro assenza dal mio sguardo li abbia come rinnovati, dandomi la sensazione che non appartenessero al passato ma che fossero ricomparsi per aprirmi un possibile futuro. Tutte le circostanze culturali, generalmente intese, sembravano sparite per lasciare posto solo all'immagine.

Questo mi fa pensare che, prima o poi, potrò ancora contare sulla loro disponibilità. E di questo voglio ringraziarli".

***Halley*, 1993**
olio su tela
160 x 230 cm

a sinistra
***Memoriale*, 1987**
olio su tela
200 x 160 cm

Paolo Patelli

Paolo Patelli lavora in un grande studio ricavato all'interno di una ex filanda, tra Venezia e Treviso. La sua storia comincia nel 1962, allorché, terminati gli studi in chimica e farmacia, approda da autodidatta alla pittura con una prima mostra personale in una galleria di Padova. Già dagli anni cinquanta sono frequenti i suoi viaggi all'estero – in particolare a Parigi, Londra e New York – per cogliere gli impulsi più interessanti di un modo artistico allora ancora poco noto in Italia.

Nel 1973, in un periodo in cui la pittura era posta ai margini, Patelli è incluso nella mostra "Fare Pittura" al Museo di Bassano insieme a Rodolfo Aricò, Claudio Olivieri e Claudio Verna, che diverranno amici per la vita e con lui protagonisti di quell'indagine sul colore rarefatto e il segno diminuito che prenderà il nome di "pittura analitica".

Oppostosi a ogni forma di coinvolgimento settario e lontano da concezioni ideologiche tali da poter vincolare la sua libertà d'espressione, Patelli ha percorso una strada di "solitarie stravaganze", in cui "lo Zen, il jazz e l'amore per la vita, la natura, l'arte in un'accezione atemporale" divennero le "uniche realtà meritevoli di attenzione".



"La mia biografia – ci racconta l'artista – coincide troppo con la mia opera pittorica per essere narrata altrimenti che con un interminabile elenco di accadimenti, sentimenti, esperienze di ogni tipo, alcune grandi o tragiche, ma per lo più piccolissime. Un'autobiografia così è inutile se c'è l'opera, perché io spero che tutto, o molto, sia in essa. Scuole, università, musei, maestri sono gli stessi per tutti, contano molto poco. Posso dire che ho sempre privilegiato l'isolamento, e che dipingo quotidianamente".

Paolo Patelli ha conosciuto i fratelli Lucchetta alcuni anni fa grazie a Carmelo Zotti. Ecco come ricorda quel momento: "I rapporti umani possono essere molto semplici, o molto complicati: tutto dipende da certi codici, o dalla presenza di una certa scintilla.

Il mio primo importante contatto con i fratelli Lucchetta fu una cosa così, molto chiara e per me molto intensa. Tramite il mio grande, generoso amico Zotti conoscevo quasi solo Gaspare, e più volte avevo parlato di arte con lui (che sicuramente sapeva già tutto di me).

Passò parecchio tempo e un giorno chiesero di venire nel mio studio; arrivarono tutti e quattro, come mi sembra avvenga ogni volta che conta.

Io avevo tratto dagli scaffali molti quadri, troppi sicuramente, forse troppo grandi e di periodi diversi. Nel mio studio c'era una confusione diabolica: quadri per terra, quadri sulle pareti, disegni e carte sui tavoli, libri sul pavimento. Io stavo troppo zitto, i fratelli si guardavano attorno stupiti e l'aria era molto ferma. Poi d'un tratto Gaspare tolse dallo scaffale una piccola tela del 1962, della mia prima mostra, e disse che gli ricordava Afro e, lusingandomi, azzardò che forse non era meno bella. Allora spiegai amicizie, contatti e rapporti di quegli anni, e subito tutto fu chiaro e quella certa scintilla si accese: mi chiesero di poter esplorare lo studio e in un attimo ciascuno scopriva i pezzi più belli (perché hanno occhio, i fratelli) ed eravamo amici, non più collezionisti e pittore. E tali siamo rimasti. Io ho lavorato per mostre, galleristi, critici importanti, e





Paolo Patelli (Abbazia, 1934) ha esposto nelle principali sedi espositive nazionali e internazionali: quattordici volte all'Arte Fiera di Bologna, nove volte a quella di Basilea, sette volte alla FIAC di Parigi, sette alla Kunstmesse di Colonia, due volte all'Arco di Madrid, e a Düsseldorf. E poi alle fiere di Milano, Torino, Stoccolma, Berlino, Francoforte, Zurigo, Amsterdam, Bruxelles, Firenze e Losanna.
Ha insegnato per alcuni anni pittura all'Accademia di Belle Arti di Venezia e ha avuto un incarico come docente di storia dell'arte contemporanea all'Università Ca' Foscari di Venezia.

***Studio per un mese* 2007, acrilico su carta, 70 x 50 cm**



***Settembre*, 2007**
acrilico su carta
70 x 50 cm

sono stato anche per anni dimenticato da tutti: ma non ho mai avuto dietro di me questa stima, questo appoggio, questa continua spinta a darmi da fare anche fuori dallo studio. E non ho mai lavorato così tanto e così bene come da allora".

Il rapporto con i fratelli Lucchetta ha reso possibile la realizzazione di una mostra antologica al Museo Revoltella di Trieste nel 2004, accompagnata da una straordinaria monografia curata da Dino Marangon, con uno scritto di Fabrizio D'Amico, in cui sono pubblicate, in un trascorrere inverso, le opere, dalle più recenti sino al 1961.

Per il trentacinquesimo anniversario del Gruppo Euromobil i fratelli Lucchetta, come segno di gratitudine e di stima verso i propri dipendenti e collaboratori di più lungo corso, hanno regalato a ciascuno di essi un'opera di Paolo Patelli, realizzando inoltre un volume intitolato *Carte* e dedicando all'artista il calendario aziendale per l'anno 2008.

Fabrizio Plessi

L'arte è da sempre una via forte, diretta, a volte onirica di interpretazione della realtà che circonda l'uomo. L'artista del XXI secolo si trova davanti a un mondo fatto di avanguardia tecnologica, era digitale, velocità e simultaneità.

La necessità di utilizzare nuovi strumenti di comunicazione e di interpretare in modo nuovo gli stimoli provenienti dalla realtà circostante ha condotto alla creazione di nuovi spazi e nuove modalità di fruire e realizzare l'arte. Le installazioni sono un esempio di questo nuovo linguaggio.
Gli artisti contemporanei non realizzano più lavori singoli e chiusi in se stessi ma opere multiple, opere aperte, opere multimediali e complesse che cercano di





Fabrizio Plessi (Reggio Emilia, 1940) è oggi riconosciuto come il maggior artista internazionale nell'ambito della video-installazione. La sua formazione è avvenuta a Venezia, dapprima al liceo artistico e poi all'Accademia delle Belle Arti, dove in seguito diverrà titolare della cattedra di Pittura.
La ricerca visiva, attraverso film e videotape, lo impegna sin dalla fine degli anni sessanta; sue opere vengono esposte nelle edizioni del 1970 e 1972 della Biennale veneziana. Le sue presenze all'interno della Biennale Internazionale d'Arte saranno molte e sempre significative: nel 1986 è chiamato a rappresentare l'Italia con l'opera *Bronx*; di grande impatto visivo è *Mare verticale*, che nell'edizione del 2005 viene collocata nell'acqua della laguna per 44 metri di altezza. Nel 1998 la Germania lo consacra miglior artista dell'anno. Prestigiosi luoghi espositivi hanno nel tempo accolto le opere di Fabrizio Plessi: dal Centre Georges Pompidou di Parigi alla Rotonda della Besana a Milano, a Palazzo dei Diamanti a Ferrara, al Museo Español de Arte Contemporáneo di Madrid, al Museum Ludwig di Colonia, al Kunsthistorisches Museum di Vienna sino al Guggenheim di New York, Bilbao e Venezia.

stimolare in modo più vario e immediato i sensi e le emozioni degli spettatori. Non è più un'arte solo da contemplare, ma da interagire e da condividere in tempo reale.

Fabrizio Plessi è uno dei maggiori esponenti di questo tipo di arte contemporanea.

L'espressione artistica preferita da Plessi è quella delle video-installazioni, opere che lo hanno consacrato come interprete straordinario del connubio possibile tra espressione artistica e tecnologia del nostro tempo. Egli, più di altri, ha intuito la polivalenza del video, ponendo in relazione l'effetto fluido del tubo catodico agli elementi inferiori della terra e dell'acqua.

In Fabrizio Plessi Euromobil ha trovato quello spirito contemporaneo che caratterizza l'humus dell'azienda. Meglio di chiunque altro, l'artista, emiliano di nascita ma veneziano d'adozione, incarna nelle sue opere lo spirito del terzo millennio: tecnologia avanzata e tradizione del passato. Sempre alla ricerca di nuove idee e intuizioni, i fratelli Lucchetta cominciano la collaborazione con Plessi nel 2001 in piazza San Marco a Venezia. Con *WaterFire* il Gruppo Euromobil accompagna l'artista in un viaggio simbolico nei suoi elementi più cari. I due elementi opposti ma attigui, l'acqua e il fuoco,









sacro e profano, si mostrano in tutta la loro potenza espressiva in uno scenario unico.

L'anno dopo, nelle austere sale delle Scuderie del Quirinale a Roma, che mai fino ad allora si erano aperte a ospitare un artista contemporaneo, prende vita il progetto di *Paradiso Inferno*. In tremila metri quadrati di spazio, suddivisi in due piani, Plessi ha creato uno dei suoi esempi più alti di espressione artistica, regalando al visitatore un'emozione irripetibile. Si tratta di uno spazio in cui lo spettatore può entrare e interagire, diventare complice dell'opera d'arte e trovarsi in un luogo in cui una nuova realtà è concepita per farsi ascoltare e osservare.

I progetti di industrial design del Gruppo, all'avanguardia nelle linee e nella scelta dei materiali, trovano in Fabrizio Plessi un partner comunicativo a loro affine, in cui l'innovazione fluisce nella tradizione. E a proposito del suo rapporto con i fratelli Lucchetta, Plessi afferma: "Quando ci siamo conosciuti, fin da subito si è stabilito tra noi un rapporto di stima e amicizia. Sono persone spontanee, molto dirette e disponibili verso l'arte, sono veri appassionati. Sono anche disposti a scoprire e conoscere forme artistiche diverse da quelle consuete. La loro 'voglia d'arte' li porta a sperimentare, cercare, e capire; e lo fanno sempre sostenuti da un grande entusiasmo, lo stesso che ci unisce ormai da molti anni".

Con il sostegno del Gruppo Euromobil nel 2001 Fabrizio Plessi ha realizzato *WaterFire*, una suggestiva installazione di video che percorrono la facciata del Museo Correr riflettendo alternativamente l'immagine del fuoco e quella dell'acqua nella straordinaria piazza San Marco di Venezia.

Vicente Pimentel

Incontriamo Vicente Pimentel nella sala riunioni del Gruppo Euromobil. Fin dalle prime battute, che ci hanno portato a ricordare le reciproche prime esperienze nella capitale francese, si è stabilita fra noi una simpatica intesa che ci ha poi condotti a parlare lungamente dell'arte italiana, partendo addirittura dal Rinascimento, con voli pindarici su Firenze e altre parti d'Italia, per finire ricordando quanto la Francia sia una nazione capace di accogliere creatività e intelletto, provenienti da ogni parte del mondo.

L'incontro tra Pimentel e i fratelli Lucchetta avviene nel 1992. Il pittore ci narra che l'amico Gino Silvestri, da tempo, gli raccontava di quattro imprenditori veneti particolarmente appassionati d'arte. L'occasione per conoscerli si presenta durante una mostra di pittura che Pimentel tiene in una grande galleria a Parigi, in cui espongono anche Mimmo Paladino, Bruno Ceccobelli e Alighiero Boetti. Da quel momento è nata una grande amicizia, e quando i Lucchetta vanno a Parigi a trovare Gino Silvestri non possono non

***Aguas del cielo*, 1989**
tecnica mista su tela
210 x 280 cm

a destra
***Les reflexes de l'ombre*, 1981**
tecnica mista su carta, 105 x 75 cm







Vicente Pimentel (Santo Domingo, 1947) nello studio parigino all'interno di "Les Frigos".

fermarsi anche da Pimentel. Ci siamo fatti spiegare quali sono le linee guida della sua pittura, che è una tecnica mista in cui vengono usati anche i colori naturali della terra. Essa rimanda alla storia di un luogo, in particolare ai ricordi della Francia, del Veneto, di Chicago e del Texas.

Pimentel realizza macchie di colore che si legano al concetto di memoria, trasforma sulla tela dei momenti di ragionamento e di visione, attuando una fusione tra realtà e ricordo.

Inizia a dipingere fin da bambino, e a Santo Domingo frequenta la scuola di belle arti. In seguito, grazie a una borsa di studio rilasciatagli dal governo francese, si trasferisce alla scuola d'arte e di architettura di Marsiglia. Dopo gli studi torna a Santo Domingo, dove insegna per due anni alla scuola di belle arti e all'università. A seguito di una seconda borsa di studio si trasferisce nuovamente a Parigi, dove studia museologia al Louvre e prende un diploma superiore alla scuola di belle arti. Un aspetto curioso della vita di Pimentel è che vive nel suo atelier: dorme e dipinge nello stesso luogo, e ha una vera ossessione per il proprio lavoro: si alza alle sei del mattino e passa tutta la giornata a lavorare alle sue opere.

Per il pittore dominicano, l'esperienza dei Lucchetta con l'arte fa parte di una tradizione tutta italiana che inizia nel Rinascimento. Quando pensa al suo incontro con i quattro imprenditori, l'artista li ricorda in questo modo: "Sono persone che hanno un carattere umano notevole e sono coinvolti sia nella creazione artistica sia nella produzione industriale. La loro conoscenza per me è stata molto importante, perché è come una casa fatta da quattro muri che sono i quattro fratelli, con quattro punti cardinali, quattro personalità e una forza comune. Ho compreso che sono personalità diverse: in Gaspare vedo un'esistenza dinamica; in Antonio vedo la saggezza di un padre; in Giancarlo la serenità; in Fiorenzo vedo la pazienza. E nel loro grande e ambizioso progetto industriale è implicata la creazione artistica.

Un altro aspetto che mi ha colpito è che Gaspare e gli altri hanno dimostrato l'assenza di qualsiasi pregiudizio nei miei confronti: Gaspare e Antonio hanno compreso la mia persona, le mie origini e il colore della mia pelle. Quello che loro hanno saputo vedere in me è la qualità delle mie opere e il mio talento.

Io credo che abbiano fatto qualcosa di importante per me. Leopardi dice che gli uomini grandi sono semplici e modesti, e che gli uomini prendono il titolo di grandi dai loro atti e dalle loro opere, e non dalle parole.

Questi uomini hanno fatto una grande industria con fatti e semplicità".

Mario Raciti

Nato a Milano il 19 aprile 1934, Mario Raciti inizia a dipingere giovanissimo, affiancando alla pittura un grande interesse per la poesia e per lo studio della musica. Si laurea in giurisprudenza, ma dopo due anni di pratica legale decide di dedicarsi esclusivamente alla pittura.

Partecipa al Premio San Fedele nel 1963 e l'annno successivo tiene la sua prima personale alla Galleria Il Canale di Venezia. È in quest'occasione che si creano i primi preziosi contatti: con Marchiori, che d'ora in poi seguirà il suo lavoro, con Valsecchi, prodigo di incoraggiamenti, con Modesti, Sanesi, Vivaldi. Dal 1968 al 1994 collabora con la Galleria Morone 6 di Milano, in un susseguirsi di mostre personali e partecipazioni a collettive in tutta Italia. Fuori dalla nuova figurazione degli anni sessanta, i suoi primi quadri hanno titoli emblematici: *Faro*, *Giostra*, *Tunnel*, *Spiritelli*, *Viaggio*, anche se tutta la sua produzione successiva si orienterà soprattutto intorno a nuclei di ricerca significativi. Dal 1969 al 1983 nascono le *Presenze-Assenze*, lavori in cui è ravvisabile una progressiva rarefazione dell'immagine che si trasforma sempre più in intreccio di ombre colorate o bianche, mentre lo spazio diviene il reale



***Mistero*, 2000**
tecnica mista su tela
100 x 150 cm





***Mistero*, 2002**
tecnica mista su tela
70 x 100 cm

protagonista della tela. Intorno al 1983, lontano dalla Transavanguardia e derivati, Raciti inaugura un nuovo "ciclo": *Mitologie*. Qui, il desiderio di espressione, non vincolato a una ricerca esclusivamente formale, si unisce alla ferma convinzione che solo il segno possa esprimere il "mito", ossia quell'immagine che agisce a livelli inconsci e che, proprio grazie all'ambiguità, all'allusività del segno, può riemergere come verità profonda, come "sogno" che giunge da un "altrove", che è quello delle profondità umane interiori. Un'interiorità che, nel caso di Raciti, è intimamente legata alla ricerca pittorica, e che testimonia l'interrogarsi del poeta dinanzi all'insondabile mistero dell'esistenza.

Numerose, in questi anni, le sue partecipazioni a mostre collettive e, nel 1986, alla Biennale di Venezia e alla Quadriennale di Roma, mentre nel 1989 allestisce una personale con quarantacinque opere al Padiglione d'Arte contemporanea di Milano. Dal 1993 un nuovo ciclo di opere, *Misteri*, prosegue e porta a più estremi risultati gli esiti del percorso precedente. Le presenze figurali che in *Mitologie* potevano emergere, grazie a una sorta di memoria ancestrale, qui si caricano di una valenza inquietante, si trasformano in baluginii di luce-colore, di segni che, nel loro apparire malinconico, alludono al limite del conoscibile, al sostanziale mistero in cui è immersa la psiche umana.

Dal 1998 affianca alla pittura su tela il pastello secco come tecnica esclusiva. Una tecnica quanto mai congeniale e in sintonia con la ricerca del ciclo *Misteri*: il pastello, infatti, consente di "sfarinare" l'immagine, allontanarla e, nel contempo, farla affiorare da una profondità che evoca un altrove, un ignoto nel quale essa vaga come una memoria così dilatata e profonda da non poter apparire completamente.

Del suo rapporto con i fratelli Lucchetta, avviatosi alcuni anni fa in occasione di una importante mostra, abbiamo chiesto a Mario Raciti di rilasciarci una breve testimonianza che di seguito riportiamo: "La prima volta che incontrai i fratelli Lucchetta fu alla mia lontana mostra a Palazzo Sarcinelli, mentore Goldin. 'Quelli lì – mi indicò Marco – se vogliono possono comprarti tutta la mostra e anche più'. Mi voltai per vedere queste strane creature ma, come in un sogno, erano scomparse. Ma, si sa, a volte i sogni si ripetono, e io li incontrai di nuovo, i fratelli Lucchetta. Mi seduceva il vederli sempre uniti, quattro, come i cavalieri di un'Apocalisse buona, sorridenti, positivi, voler vivere con l'arte, felici dei contatti con gli artisti. Vivere un'avventura diversa, in questo mondo difficile e fascinoso, mettendo a parte, ma senza trascurarne le possibilità aziendali, la loro irreprensibilità di lavoratori.

E così l'azienda riluceva del bello dell'arte gemellata al prodotto, e così i nostri procedevano sempre più arditamente, avvicinandosi dal museo al contemporaneo, dalle vedute alla cultura del profondo. Un rischio e un ardire che li ha avvicinati sempre più agli artisti, che cercano e rischiano fino in fondo, loro, i quattro Lucchetta, in un mondo che va da tutt'altra parte, spavaldamente moschettieri del bello".

Horacio Garcia Rossi

Un altro dei protagonisti del cinetismo internazionale è Horacio Garcia Rossi, uno dei fondatori del movimento G.R.A.V.

Profondamente affascinato dalle possibilità creative ed emotive del colore, soprattutto in relazione alla luce, l'artista argentino parla del suo periodo come membro fondatore del G.R.A.V. come di un momento decisivo della sua carriera. Un'epoca importante che è durata nove anni, dal 1960 al 1968: "Demarco, Sobrino, Le Parc e io avevamo studiato con professori molto accademici; però poi, per ideologia o per bisogno personale,

Nato nel 1929 a Buenos Aires, nel 1959 Garcia Rossi si stabilisce a Parigi, dove l'anno successivo è co-fondatore del Centre de Recherche d'Art Visuel e in seguito del G.R.A.V. (Groupe de Recherche d'Art Visuel), il più importante movimento d'arte cinetica internazionale.



avevamo cominciato una ricerca strutturata, fatta di nature morte e paesaggi geometrizzati, e dopo abbiamo subito l'influenza del costruttivismo e della Bauhauas". La ricerca attuale di Garcia Rossi si concentra sempre su un'arte geometrica molto astratta, che cerca di rendere sulla tela la sensazione della luce. Il maestro è attratto in particolare dalla luce della lampadina: luce in movimento e in scorrimento.

Negli anni sessanta si concentra sulla luce elettrica, mentre ora si sta interessando anche della luce al neon.

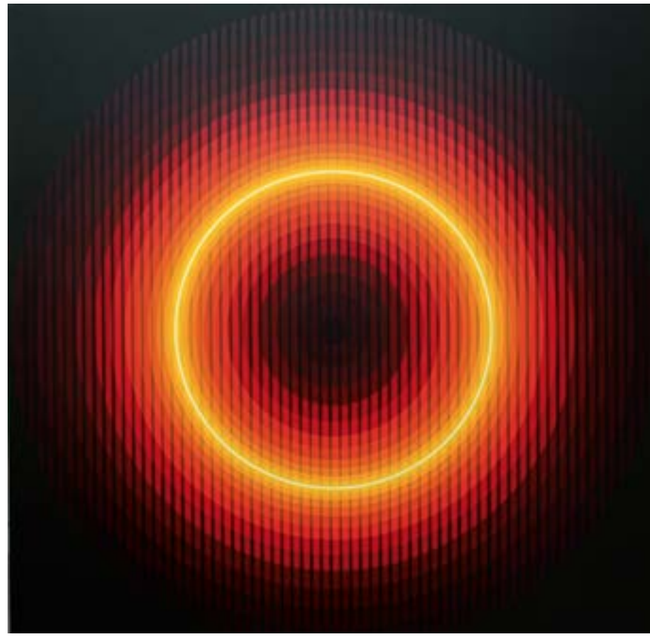
Garcia Rossi racconta di aver conosciuto i Lucchetta nel 2002 grazie al critico Giovanni Granzotto, in occasione di una mostra organizzata a Roma. Horacio ricorda in particolare un pranzo in cui "abbiamo

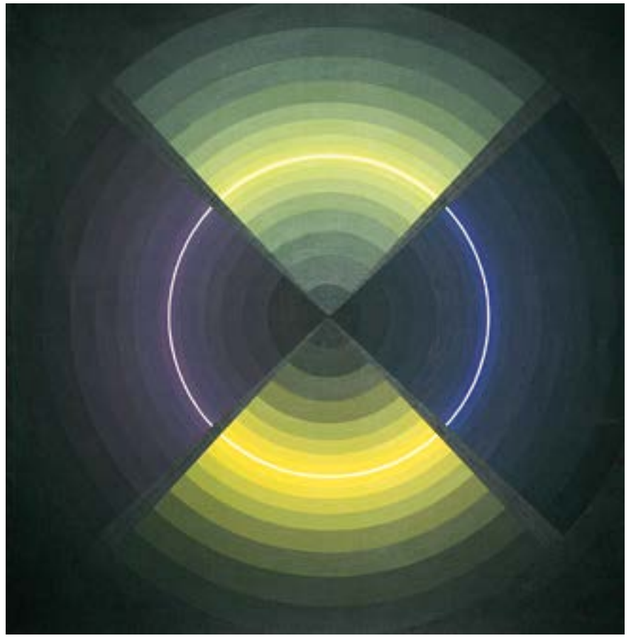
Dopo l'approccio più sperimentale degli anni sessanta, in cui le opere possono essere manipolate dal pubblico, la ricerca cinetica di Garcia Rossi procede seguendo un indirizzo pittorico di ambiguità e di instabilità visiva, soffermandosi sulla problematica del colore-luce.

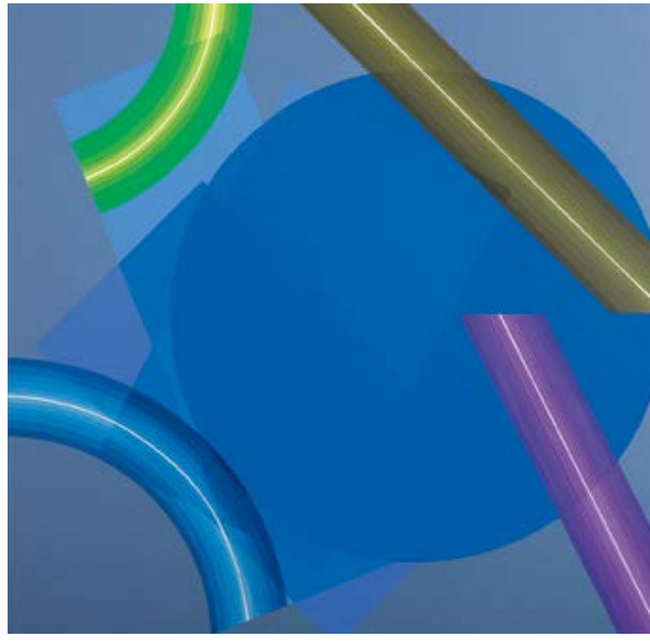
a destra
***Couleur lumière (en cage)*, 1993, acrilico su tela, 200 x 200 cm**

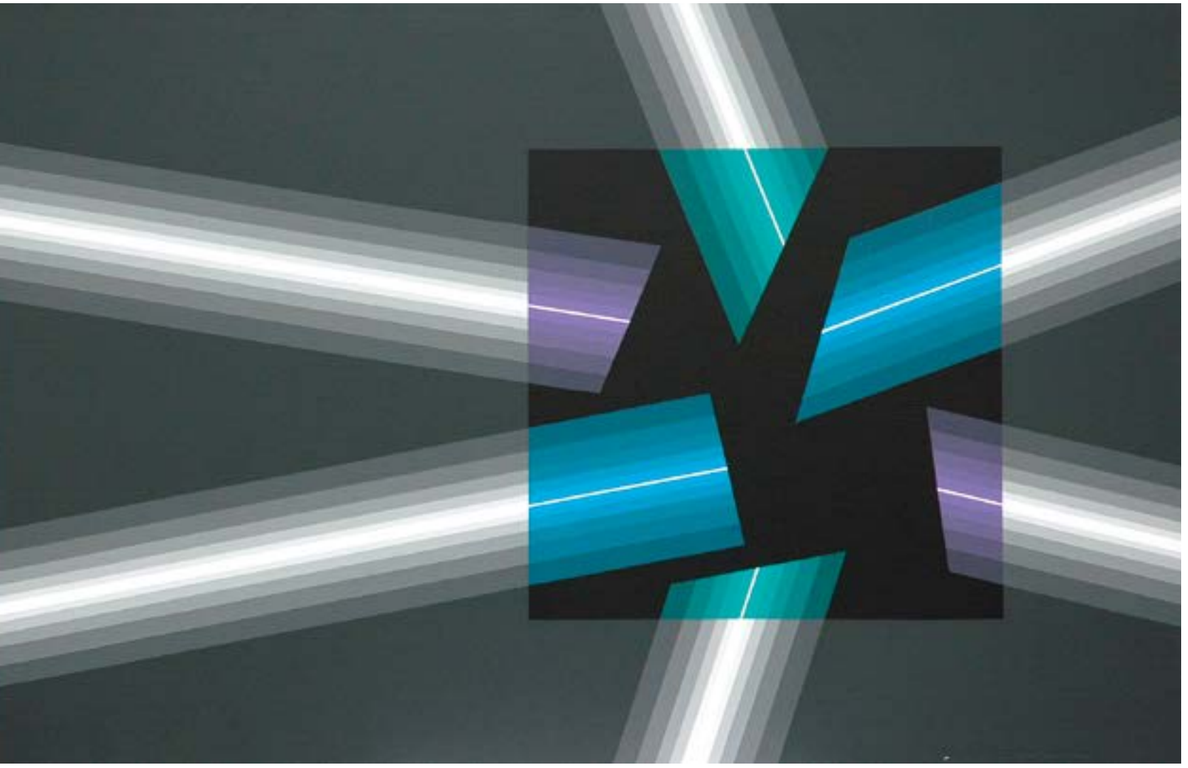
in basso a sinistra
***Couleur lumière 21*, 1994, acrilico su tela, 120 x 120 cm**

in basso a desta
***Paris 7*, 2007, acrilico su tela, 80 x 80 cm**









***Senza titolo*, 2004**
acrilico su tela
65 x 100 cm

chiacchierato e scherzato e poi con molta risolutezza programmato un piano di mostre". L'entusiasmo dei fratelli veneti nei confronti dell'artista è infatti tale che, già il 18 dicembre 2002, il nome del Gruppo Euromobil compare tra i principali sponsor della mostra allestita a Roma, presso San Salvatore in Lauro: Julio Le Parc, Horacio Garcia Rossi, Hugo Demarco e altre testimonianze del cinetismo in Francia e in Italia.

Diverse mostre monografiche si sono poi realizzate dal 2003 al 2008, periodo nel quale il Gruppo Euromobil si è impegnato a sostenere ben nove personali del maestro franco-argentino tra Milano, Lubiana, Venezia, Urbino, Cervia, Cosenza, Palermo, Roma e San Pietroburgo.

Horacio Garcia Rossi trova molto interessante il dialogo con i quattro fratelli, perché sanno sempre dimostrarsi entusiasti delle sue creazioni. Ci sono stati diversi incontri informali e di amicizia: più di una volta Gaspare e il fratello Antonio si sono recati a Parigi per visitare il suo atelier e conoscere il suo mondo.

Garcia Rossi ci racconta anche di essere andato in visita a Falzè di Piave. Per il maestro questa visita si è rivelata particolarmente importante, perché i Lucchetta gli hanno mostrato un grande spazio ancora allo stato di cantiere: l'edificio di una ex filanda che vogliono trasformare nella loro fondazione, dove hanno intenzione di inserire la propria collezione di opere d'arte, tra le quali anche le sue. Egli apprezza molto che i Lucchetta abbiano condiviso con lui questo spazio, uno spazio che rappresenta un loro sogno, seppur ancora in fase di realizzazione.

Piero Ruggeri

Incontriamo Piero Ruggeri nel suo studio-abitazione, nella campagna torinese, precisamente nella frazione di Avigliana. Un luogo incantevole, immerso nella natura, raccolto e molto familiare, che concilia con la vita.

Ruggeri ha a disposizione due studi, una romantica veranda e un vecchio atelier vicino alla sua abitazione. La veranda è uno spazio ampio e luminoso, ma Ruggeri preferisce restare a dipingere nel suo vecchio studiolo, composto da due piccole stanze, arredate con tavoli e cassettiere che contengono le sue carte e i suoi disegni preparatori. La predilezione per questo ambiente dipende sicuramente da ragioni pratiche e di attaccamento affettivo: le piccole dimensioni, infatti, lo rendono caldo e confortevole ed è un luogo dove l'artista è abituato a lavorare da molti anni. Nel corso della nostra visita ci ha mostrato tantissimi fogli e carte che costituiscono l'archivio della sua ricerca, tanto che il critico Marisa Vescovo parla di "diario interminabile". Il lavoro di Ruggeri, infatti, inizia da disegni preparatori che poi vengono ampliati diventando dei bozzetti, su cui aggiunge il colore. Mano a mano il lavoro diventa sempre più elaborato e gradatamente si passa alla tela.

All'interno di due ampi garage sono raccolte tantissime opere anche di grandi dimensioni, quadri quasi fisici, che raccolgono un groviglio di segni invisibili che il maestro sembra aver portato alla luce. Il materiale pittorico, infatti, è così denso e materico che le pennellate sono in rilievo rispetto alla superficie della tela. La sua pittura nasce da un profondo interesse per gli elementi naturali. Sono tele materiche, corpose, che rappresentano il confine tra sguardo e mondo esterno.

Molti suoi quadri cercano di indagare la bellezza



Piero Ruggeri (Torino, 1930) con i fratelli Lucchetta durante l'inaugurazione della mostra "America!" al museo di Santa Giulia a Brescia nel 2007.





e il mistero delle pareti rocciose. Le tele bianche spesso cercano di rappresentare la neve sulle pietre: dal bianco monocolore emerge, infatti, un fondo marrone e grigiastro. Inoltre, Ruggeri adora il ritmo del jazz, e proprio questa sua passione lo rende particolarmente attento alle variazioni tonali. Come per molti artisti di ricerca, anche il lavoro di Piero Ruggeri si avvicenda per cicli: "Essere pittore comporta un continuo lavoro, ma c'è sempre il dubbio di quello che potrebbe accadere, un po' come giocare a poker.

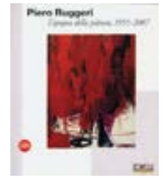
C'è l'idea di un progetto generale ma poi ci si può sbagliare, non sai come va a finire. Dipingere un quadro è un po' come scrivere, ciò che fai deve essere pesato".

Un aspetto interessante del metodo di lavoro di Ruggeri è che la base dei suoi dipinti è costituita da un fondo nero, a cui si aggiungono strati di altri colori, che emergono in lavorazioni successive. Grattando lo strato superficiale della tela, vengono fuori sfumature di grigi, verdi, rossi… È un lavoro di sovrapposizione, di strati di colori monocromi sulla cui superficie emerge, di nuovo, il nero del fondo.

Fra una tela e l'altra ci racconta come è avvenuto l'incontro con i quattro imprenditori veneti:

"Ho conosciuto i fratelli Lucchetta grazie a Marco Goldin, una decina di anni fa. Goldin ha creato un giro di artisti che seguono un certo filone, una pittura di paesaggio e di ricerca espressiva. Il mio primo incontro con loro è avvenuto a Conegliano, in occasione di una mostra. Credo che Gaspare abbia il senso di un mecenatismo assoluto, nel saper creare una certa collezione.

Durante la mostra ha acquistato qualche dipinto che so tiene molto caro. Dopo questa occasione è nata un'amicizia con tutti e quattro i fratelli. Tra noi c'è sempre stata comunione di intenti e stima reciproca. Sono titolari di un gruppo dinamico e versatile e spesso aprono anche altre opportunità, come quella di utilizzare le mie opere per calendari e pubblicità. Sono dei collezionisti un po' anomali, amano l'arte e amano stare con gli artisti".



***La luce nel bianco del mattino*, 2001, olio su tavola, 90 x 110 cm**

Catalogo della mostra "L'epopea della pittura 1955-2007", Palazzo Magnani, Reggio Emilia, a cura di Sandro Parmiggiani, 2007, realizzata con il sostegno del Gruppo Euromobil.

a sinistra
***Figura in un interno*, 2001, olio su tela 200 x 180 cm**

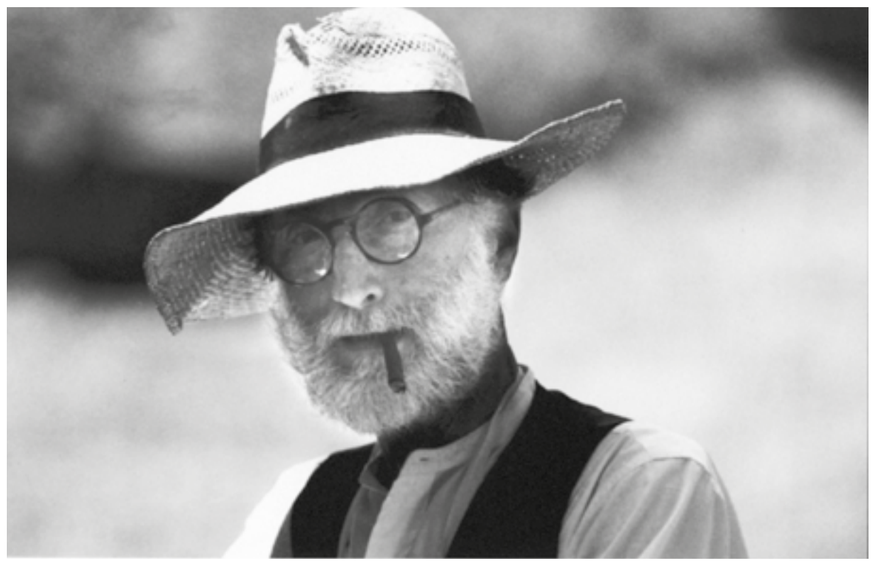
Gino Silvestri

Sin da giovane Gino Silvestri (Belluno, 1928) frequenta l'ambiente artistico veneziano, in particolare il conterraneo Tancredi e Carmelo Zotti, al quale si legherà di profonda amicizia. Nel 1951 e nel 1959 partecipa alla Quadriennale d'Arte di Roma. Dopo una breve esperienza di insegnamento, si trasferisce in Francia. Conosce e frequenta Gino Severini e Jean Cocteau, che apprezza la sua pittura, esprimendosi in modo lusinghiero su di essa in numerosi scritti. Nel 1971 decide di completare la sua preparazione artistica nei corsi della Manufacture Nationale des Gobelins et de Beauvais. La nuova specializzazione gli consente nel 1973 di concorrere, vincendola, alla cattedra di Storia dell'Arazzo presso l'École Nationale Superieure des Beaux-Arts di Parigi, incarico che conserverà sino al 1993. Numerose sono le esposizioni personali e collettive che l'artista allestisce in tutta Europa, molte delle quali sostenute dai fratelli Lucchetta, come l'importante mostra ospitata nella Maison de l'Unesco a Parigi nel 1991. Di rilievo la monografia edita da Electa nel 1994, con il concorso di Euromobil e la presentazione critica di Luciano Caramel.

Gino Silvestri è un altro artista che fa parte del retroterra culturale veneto dei Lucchetta. Nasce infatti a Belluno e studia presso la Scuola Libera del Nudo dell'Accademia di Belle Arti di Venezia. Le sue radici affondano quindi nell'universo lagunare della Serenissima, dove comincia a interessarsi a una pittura astratta che continua ad approfondire quando si sposta a Parigi, nel 1958.

Il trasferimento in Francia è decisivo per la sua carriera artistica. Pian piano s'immerge nell'humus parigino e continua la sua ricerca nell'astrattismo, alternando tele dai colori tenui e diffusi a tele dalle pennellate graffianti e dai colori forti, quasi espressionistici.

Sebbene abbandoni i paesaggi lagunari, ne sente la nostalgia e resta profondamente legato alle sue origini venete, territorio di cui è orgoglioso e che comunque ha segnato l'origine di tutta la sua passione per la creatività e per l'arte.



Negli anni ottanta, grazie ad Antonio Leo, i fratelli Lucchetta conoscono Silvestri. È il periodo in cui l'artista incomincia a inserire i graffiti nei suoi quadri e a intensificare la presenza del colore, che si carica della funzione di coagulare lo spazio anche con intenzionalità volumetriche.

In questi anni inoltre Silvestri sperimenta una nuova tecnica per la pittura a olio: invece di servirsi del pennello preferisce usare pezze di stoffa, che consentono una più unitaria diffusione cromatica. Nel 1989 comincia poi a utilizzare il rosso come colore unico, da proporre in tutta la sua gamma.

Parlando dei quattro fratelli, Silvestri adopera parole di grande affetto. Ritiene che la ragione di un rapporto così solido e duraturo sia una profondissima stima reciproca, sia umana che professionale. L'aspetto che Silvestri tiene specialmente a sottolineare è che i Lucchetta ormai sono per lui prima di tutto amici, e poi collezionisti.

"Noi pittori siamo nel mondo della riflessione e dell'esaltazione, la nostra energia si riflette su noi stessi. Loro invece sono come i condottieri, vivono altre energie, hanno delle qualità che esercitano nel mondo della realtà. Una delle loro maggiori qualità è la semplicità".

L'aspetto che lo colpisce di più in loro è l'unità, in quanto hanno sempre affrontato e deciso le questioni collettivamente, trattandosi sempre in modo paritario. Il segreto del loro successo, a parere di Silvestri, è proprio la forza del nucleo familiare, così unito e compatto.

Sono un gruppo di imprenditori e costruttori di una forte vivacità intellettuale e Silvestri gode della loro compagnia anche perché sono sempre ricchi di iniziativa e le loro conversazioni sono caratterizzate da un vivace scambio di idee.

Inoltre tiene a precisare che i pittori, vivendo in un certo senso defilati rispetto all'attività produttiva, sono un po' emarginati dalla società e i Lucchetta hanno saputo tenere conto di questo "disagio" sociale: "Noi in fondo non produciamo nulla, l'arte è fine a se stessa, quindi non serve a niente, forse neanche a noi stessi. Loro nell'attività produttiva svolgono un processo creativo simile al nostro: non smettono mai di cercare, di trovare nuove soluzioni, sono sempre nell'inventiva, nella creatività, e a mio giudizio questo è un fatto raro ed eccezionale".

Lungo la chiacchierata, Silvestri si è fermato anche a raccontare dell'affascinante contesto artistico in cui si trova a lavorare negli ultimi anni. Si tratta di "Les Frigos", un edificio in mattoni rossi con in cima una scritta a grandi caratteri, un labirinto di 8800 metri quadrati di cemento occupati da duecentocinquanta artisti di ogni genere: pittori e scultori, ceramisti e ballerini, architetti e fotografi, tanti musicisti. C'è persino una radio, Paris Jazz, 88.2 FM. I vecchi depositi frigoriferi della Sncf, le ferrovie francesi, non avevano nemmeno le finestre quando gli artisti andarono a viverci: ben presto si trasformarono in novantacinque atelier.

Silvestri ci racconta che tutti coloro che vivono nello stabilimento si sono occupati personalmente di ristrutturare con mezzi propri lo studio. Gli artisti che abitano "Les Frigos" hanno personalizzato l'edificio in modo esemplare, graffitando e dipingendo i muri esterni e le pareti interne.

Qualche piano sopra Silvestri lavora Vicente Pimentel, un artista domenicano che Gino ha conosciuto una decina di anni fa e, poiché apprezza enormemente la qualità delle sue opere, ha deciso di presentarlo ai Lucchetta. Silvestri parla di Pimentel come di un poeta e afferma: "Di pittori ce ne sono tanti, di poeti ce ne sono pochi". Anche per Silvestri la pittura è un sentimento,



***Frammenti significativi*, 1991**
olio su tela
132 x 97 cm

"è come quando ti innamori e non c'è una ragione logica e razionale: la pittura per me inizia dove finisce il colore". Il colore infatti è decorazione, resta in superficie. Silvestri è convinto che non siano le idee a muovere l'arte ma certe sensazioni interne di cui è difficile, se non impossibile, dare una spiegazione. I sentimenti, e l'arte che realizza per esprimerli, sono spesso contraddittori; racconta che spesso gli viene chiesto cosa rappresenta un suo quadro, e la risposta è sempre: "rappresenta quello che la gente vede". Non trattandosi di arte figurativa, ciò che è rappresentato è frutto di una serie di emozioni, pensieri, situazioni che non sono



Immagini contraddittorie
1981, olio su tela
78 x 71 cm

identificabili in qualcosa che tutti possono vedere allo stesso modo. Per questa ragione ha anche smesso di dare un titolo alle sue opere.

"Dopo così tanti anni che dipingo, ancora non mi sento arrivato a un risultato soddisfacente e continuo a cercarlo.

Ma anche se non sono soddisfatto non mi lamento, non ho padroni, non devo riferire niente a nessuno. Il mondo dei pittori è un mondo molto fragile, bisogna continuare a costruire per migliorare la propria convinzione, per trovare il proprio essere e la propria identità. E ancora io non so qual è la mia vera identità.

Per raggiungere questa identità bisogna imparare a distruggere tutto e ricominciare da capo. Si cambia continuamente, si è sempre differenti. In questo mi sento un ricercatore".

Guido Strazza

Guido Strazza oggi vive a Roma, ma le sue origini sono toscane, più precisamente di Santa Fiora, nella provincia di Grosseto. Giovanissimo, conosce Marinetti e inizia, così, la sua attività artistica partecipando alle mostre futuriste di Aeropittura. Nonostante il suo spiccato talento e il forte interesse per l'arte, la pittura si limita ad essere solo una grande passione di Strazza, tanto che nel frattempo si dedica ad altri studi, laureandosi nel 1946 in ingegneria. Il desiderio di fare dell'arte e della pittura una vera e propria professione è molto forte e, infatti, nel 1948 abbandona la professione di ingegnere per dedicarsi interamente a dipingere. Da questo momento cominciano i grandi viaggi nell'America del Sud, Perù, Cile e Brasile, che lo mettono in contatto con culture ed espressioni artistiche diverse. Nel 1954 torna in Italia e si dedica a sperimentazioni di segni chiamate "Racconti segnici", lunghe pitture in rotolo, e realizza cicli a tema quali "Paesaggio", "Balzi rossi", "Paesaggio olandese" che testimoniano i suoi studi sulla metamorfosi delle forme. Negli anni sessanta, poi, approfondisce lo studio e il linguaggio dell'incisione, fino a pubblicare un libro intitolato *Il gesto e il segno*. Si interessa alle ricerche sul rapporto segno-luce, realizzando opere sperimentali come immagini su schermi mobili trasparenti. Costante del suo lavoro è il procedere per cicli tematici: infatti, anche verso la fine degli anni novanta, si dedica alle serie di "Archi" e "Orizzonti". Nel corso della sua carriera tiene numerose mostre, personali e antologiche, sia in qualità di incisore sia di pittore; nel 1968 e nel 1984 la Biennale di Venezia gli dedica una sala personale.

È molto curioso quello che Strazza ci racconta al riguardo dei quattro imprenditori veneti: "Se c'è, a volte, qualcosa di situazioni e persone che tiene sempre vivo e intenso il ricordo, questo qualcosa nel caso dei fratelli Lucchetta è legato alla forte impressione che ho avuto durante il nostro primo incontro: decisione e chiarezza nel discorrere e nel trattare. Perché di questo si trattava quando li ho incontrati a conclusione di una mia mostra nel



Guido Strazza insieme ai fratelli Lucchetta nel giorno dell'inaugurazione della mostra antologica "Opere 1941-1999" a Palazzo Sarcinelli, Conegliano, 1999.





1999, a Palazzo Sarcinelli. Dopo un lungo e attento percorso nelle varie sale dell’esposizione, ci siamo infine riuniti tutti insieme e, seduti sui primi gradini dello scalone del Palazzo, abbiamo iniziato a parlare scambiandoci idee e opinioni, per decidere quali quadri sarebbero entrati a far parte della loro collezione. Fin qui le cose si proponevano secondo schemi più o meno consueti in simili trattative. Tuttavia, ecco il cuore di un ricordo che anche future esperienze avrebbero sempre rinnovato. Mentre si faceva più precisa e mirata la discussione, mi sembrava sempre più evidente e chiara la qualità critica e appassionata del loro giudizio.

Se davvero gli occhi degli artisti sono gli occhi del mondo, ebbene loro in quel momento erano gli occhi del mondo”.

Guido Strazza nasce a Santa Fiora, in provincia di Grosseto, nel 1922. Attualmente vive e lavora a Roma. Dopo aver partecipato a numerose e importanti mostre collettive e personali, il lavoro di Guido Strazza è stato riconosciuto da istituzioni artistiche come l’Accademia dei Lincei, che nel 1988 gli assegna il premio A. Feltrinelli per la Grafica e, nel 2003, quello per l’Incisione. Nel 1990 la Calcografia Nazionale gli dedica un’antologica dell’opera incisa dal titolo “Strazza, opere Grafiche 1953-1990”. Nel 2001 è invitato a partecipare alla mostra “Novecento” alle Scuderie Papali al Quirinale e l’anno successivo riceve in Campidoglio il Premio Cultori di Roma. Ha insegnato alla Calcografia Nazionale, all’Accademia di Belle Arti dell’Aquila, alla Wesleyan University (Connecticut, USA) e all’Accademia di Belle Arti di Roma, della quale è stato anche direttore. È membro dell’Accademia Nazionale di San Luca, dell’Istituto Nazionale di Studi Romani e della Koninklijke Vlaamse Academie van België.

a sinistra
Partitura in quattro
1997, tempera su tela
150 x 125 cm

in alto
***Segni e accento rosso su azzurro*, 1997**
tempera su tela
130 x 100 cm

Alessandro Verdi

Il rapporto di conoscenza tra Alessandro Verdi (Bergamo, 1960) e i fratelli Lucchetta nasce nel 1998, in occasione di una mostra personale organizzata a Treviso da Marco Goldin con il contributo del Gruppo Euromobil. La mostra raccoglie sedici anni di lavoro dell'artista, che ha intrapreso la propria attività espositiva nel 1983 e la cui prima mostra personale si è tenuta nel 1987 presso la Compagnia del Disegno di Milano con la presentazione di Giovanni Testori, conosciuto nel 1985, con il quale Verdi ha instaurato un rapporto artistico intenso e costante. Gaspare Lucchetta manifesta da subito un interesse profondo e un'attenzione sensibile per il lavoro artistico di Alessandro Verdi, diventando uno dei suoi più importanti collezionisti attraverso l'acquisizione, nel tempo, di opere tra le più significative dell'artista, tra cui il monumentale *Grande frammento* (1997-1998), di 19 metri, e alcuni quaderni dipinti. La tecnica del quaderno dipinto è un tratto peculiare che caratterizza, in modo unico, l'espressività artistica di Alessandro Verdi che, fin dall'età di quattordici anni, realizza "quaderni" su cui scrive e dipinge. Lo stesso artista ci racconta: "Quando facevo il liceo ero molto timido e riservato, e per combattere questo sentimento comunicavo attraverso i miei quaderni. Ce ne sono moltissimi che nessuno ha mai visto e tanti sono andati distrutti a seguito di un incendio nello studio in cui lavoravo. I miei quaderni sono stati molto valorizzati all'estero, meno in Italia dove continua ad essere privilegiata l'opera su tela rispetto a quella su carta. Il quaderno è un'opera legata alla ricerca, per me è sinonimo di grande libertà espressiva, è un oggetto che si compone e ricompone. Lì dentro si capisce la mia parte più autentica, sono io a nudo, tant'è che penso spesso di dedicarmi solo al quaderno, in modo totalizzante".

Dopo l'incendio che nel 1993 distrusse gran parte dei suoi lavori, Alessandro Verdi ha ricominciato a dipingere, dedicandosi specialmente all'opera su carta con maggiore consapevolezza, e considerandola, insieme ai quaderni, proprio



Il volume *Verdi, opere 1982-1998*, a cura di Marco Goldin, Electa editore, è stato pubblicato con il sostegno dei fratelli Lucchetta in occasione della mostra presso la Casa dei Carraresi a Treviso nel 1998. Nell'ambito della Biennale d'Arte di Venezia del 2009 Alessandro Verdi sarà oggetto di una mostra curata da Achille Bonito Oliva con il sostegno del Gruppo Euromobil. A destra: Roberto Gobbo, Alessandro Verdi, Gaspare Lucchetta e Philippe Daverio durante l'inaugurazione di una mostra dell'artista.





***Frammenti figure*
particolare, 2000
olio su tela
280 x 660 cm**

l'aspetto più significativo e determinante della propria attività.

Alessandro Verdi è un personaggio forte ed energico, la sua vita artistica ha alle spalle venticinque anni di lavoro, svariate mostre personali e collettive e la fortuna di aver conosciuto dei collezionisti importanti, tra cui i fratelli Gaspare, Antonio, Fiorenzo e Giancarlo Lucchetta che negli anni hanno sostenuto con sensibilità il suo lavoro. Oggi la galleria che diffonde l'opera di Alessandro Verdi è la storica Galleria Blu di Milano, tra le più importanti a livello internazionale. L'artista ci descrive anche il suo luogo di lavoro, che è una corte nella campagna bergamasca. D'estate lavora spesso all'aperto e questi spazi gli consentono di potersi dedicare tranquillamente a opere di grandi dimensioni. Ogni giorno si sveglia alle sette del mattino e lavora fino alle dieci di sera. Prima di tutto si occupa del quaderno, fissa e mette giù idee in sequenza; è come una sorta di memoria del suo lavoro, molte delle suggestioni lì trascritte diventano poi opere di grandi dimensioni. Verdi si definisce un "artista visionario", né figurativo né astrattista, dichiarando di partire sempre dalla figura umana. La sua ricerca è mirata a individuare gli aspetti più autentici, i nuclei tematici che possano appartenergli più in profondità. Egli è uno di quegli artisti che, quando mettono in discussione il proprio lavoro, non trovandolo più vero e autentico, arrivano perfino a distruggerlo. Fra le tematiche affrontate negli anni, ricordiamo quella del "Senza volto", dove l'artista ricerca un'immagine essenziale, e quella del "Paradiso perduto", dal famoso testo di John Milton. Entrambe le serie costituiscono per l'artista una ricerca infinita che, ad oggi, ha condotto alla realizzazione di un consistente corpus di opere su carta. "Mi sembra di lavorare su un giudizio



Figura (senza volto)
1999, inchiostro e olio su carta intelata 220 x 246 cm

universale contemporaneo, da queste tematiche ho stimoli continui per nuove immagini. Mi piace l'idea che sia un lavoro infinito. Immagazzino nella memoria quello che leggo e quello che vedo succedere nel mondo. La mia sfida è quella di trovare me stesso nel nostro mondo partendo da autori che ho sempre amato. Questa è la grande motivazione che mi spinge a chiudermi in una stanza a dipingere. Lavoro per una ricerca interiore". Quando Verdi non dipinge, ama l'alpinismo in compagnia dei suoi cani: confessa che a volte, chiuso nello studio, arriva a una cecità assoluta e avverte la necessità di una pausa e l'ambiente in mezzo ai boschi e l'isolamento della montagna gli permettono di riflettere e concentrarsi, acquistando maggiore lucidità su ciò a cui sta lavorando.

Per lui, l'aver trovato degli amici come Gaspare, Antonio, Fiorenzo e Giancarlo Lucchetta, che hanno sostenuto e continuano a sostenere il suo lavoro artistico, è stata una grande fortuna. Gaspare è per lui come un fratello maggiore che sin dall'inizio ha mostrato sensibilità e interesse per il suo lavoro; questo rapporto è indubbiamente di grande aiuto per l'artista, un rapporto caratterizzato da un dialogo profondo, a volte conflittuale, ma sempre affettuoso.

"Ci siamo confrontati con il nostro modo di vedere le cose, lui imprenditore e io artista. Un confronto vero e diretto, di grande lealtà. Nonostante le nostre diversità siamo entrambi persone in movimento: lui è un uomo in evoluzione nel suo lavoro, e io nel mio. Anche se il pensiero è diverso, la modalità di approccio è la medesima. Comunque tutti e quattro i fratelli Lucchetta hanno grandi doti e qualità umane che oggi sono rarissime da trovare".

Claudio Verna

Claudio Verna ritiene che la pittura sia un linguaggio. E anche se dipingere è l'unico strumento di comunicazione per lui possibile, sin dagli anni sessanta l'artista conserva l'abitudine di

Cromo raconto
1959-1960, tempera su carta, 70 x 80 cm



Tra i protagonisti della cosiddetta "pittura analitica", Claudio Verna (Chieti, 1937) ha allestito circa cento personali in Italia e all'estero. Si segnalano le partecipazioni alle Biennali di Venezia del 1970 (sala personale), del 1978 e del 1980. Nel corso degli anni ha ottenuto vari riconoscimenti, tra cui il Premio Acireale nel 1968, il Premio Città di Gallarate nel 1973 e nel 1995, il Premio Michetti nel 1973 e nel 1983, il Premio Suzzara nel 1999. Rassegne antologiche del suo lavoro sono state organizzate dal Museo Civico di Gibellina nel 1988, dalla Galleria Comunale di Spoleto nel 1994, dal PAC di Ferrara nel 1997, dalla Galleria Comunale di Conegliano, Palazzo Sarcinelli, nel 1998, e dalla Casa dei Carraresi di Treviso nel 2000.

trascrivere alcune riflessioni sul suo personale approcio alla tela e in generale sulla condizione attuale dell'arte (si ricorda il saggio pubblicato nel 1975 intitolato "Pittura"). Il critico Cesare Vivaldi afferma che le sue tele sono spesso riempite da grandi strutture colorate, che invadono lo spazio in geometrie allo stesso tempo rigorose e irregolari, che si pongono problemi di ritmo e di colore-luce. Il colore esercita infatti su Verna un notevole fascino, perché strumento di infinita conoscenza ed esperienza. Molteplice e vario per sua stessa costituzione esso è vivido, campito a zone, a macchie che fluttuano e che si sovrappongono.

Anche per Claudio Verna, l'incontro con i Lucchetta ha segnato un momento importante della vita. Per raccontarcelo il maestro ha voluto scriverci una lettera, con il desiderio che venga pubblicata esattamente così: "I fratelli Lucchetta sono solo quattro, ma tutti insieme sono una squadra: unita, compatta come un vero e proprio pacchetto di mischia. Non a caso amano lo sport, ma la loro vera passione è l'arte e quindi gli artisti.

Li conobbi una decina di anni fa, grazie a quell'infaticabile amante dell'arte che è Marco Goldin. Poco dopo diventarono gli sponsor di una mia grande antologica a Palazzo Sarcinelli di Conegliano. A fine mostra si presentarono per scegliere dei quadri per le loro collezioni: in quel preciso momento li conobbi veramente! Non hanno certo studiato arte all'università, ma non sbagliarono un colpo, puntarono dritti sui quadri migliori, con una sicurezza e con un acume che mi lasciarono senza parole.

Capii che avevo a che fare con persone di grande qualità, dietro una semplicità che non è apparente ma che, in qualche modo, sembra nascondere la loro vera personalità.

Ho poi avuto modo di conoscerli meglio e quella prima impressione si è rafforzata nel tempo. La conoscenza è diventata amicizia anche se la distanza tra noi, fisica intendo, anzi geografica, non rende facili i rapporti e la frequentazione. Ma loro non si sono dimenticati di me e io so che, all'occasione, potrei rivolgermi a loro senza imbarazzi o ipocrisie. Ma soprattutto sento una grande soddisfazione quando penso ai miei quadri in loro possesso: non potrebbero stare in mani migliori. Non riesco infatti a pensare a loro come freddi collezionisti: credo piuttosto che appartengano a quella categoria di persone (le migliori!) che collezionano opere d'arte perché le amano, e quindi le rispettano. Questa storia del rispetto, che sembra ovvia o banale, è invece fondamentale; e qualunque altro artista lo potrebbe confermare.

Una prova di quello che dico la ebbi durante una visita dei fratelli Lucchetta al mio studio di campagna, insieme a un gruppo di industriali veneti, in Umbria per un congresso (se non ricordo male): ebbene, Gaspare s'improvvisò critico e mercante e riuscì a convincere alcuni ad acquistare mie opere. Quello che mi colpì, al di là della prova di stima, furono le parole che usò: semplici, dirette, prive di retorica, soprattutto comprensibili a tutti.

Pensai che alcuni critici d'arte avrebbero qualcosa da imparare: fantastico! In un'altra occasione, visitai la loro collezione di strumenti di lavoro da falegname, una specie di affettuoso omaggio alla figura del padre: un modo questo di rimanere con i piedi per terra, fedeli a una tradizione di valori in cui si riconoscono e che li hanno plasmati. Pensai anche allora che persone così non tradiscono né gli altri né, soprattutto, se stesse. E neppure l'arte".



Claudio Verna insieme ai fratelli Lucchetta nello stand del Gruppo Euromobil ad Arte Fiera a Bologna nel 2007.



***Attesa*, 1964**
tempera su tela
100 x 75 cm

Giuseppe Zigaina

Giuseppe Zigaina è uno dei più importanti e significativi pittori italiani del Novecento. Nato a Cervignano del Friuli nel 1924, comincia giovanissimo a dipingere e, appena diciannovenne, espone alla Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia. Fondamentale per lui l'incontro nel 1946 con Pier Paolo Pasolini, con il quale stabilisce profondi legami umani e artistici destinati a sopravvivere alla morte del poeta. Nel 1948 espone alla Galleria del Cavallino e alla Biennale Internazionale d'Arte di Venezia. Nel 1949 espone a Roma alla Galleria d'Arte Moderna e vince il Premio ISA.

Nello stesso anno realizza tredici disegni per *Dov'è la mia patria*, una raccolta di poesie di Pasolini. Nel 1950 ottiene il Premio Fontanesi alla

A soli ventiquattro anni Giuseppe Zigaina è fra i protagonisti dell'arte nazionale e insieme a Guttuso, Pizzinato, Maltese, De Grada, De Micheli e Treccani getterà le basi del movimento realista. Dalla fine degli anni cinquanta Zigaina comincia a distaccarsi dal neorealismo. Il colore inizia a farsi "acido e stridente" e la forma tende ad aggrovigliarsi in filamenti grafici, come accade nelle rievocazioni pittoriche della figura paterna o nel tema dei paesaggi.



La sera nel vigneto
1994, olio su tela
150 x 200 cm

a destra
Verso la laguna mio padre che ascolta
1996, olio su tela
180 x 150 cm





Come altre iniziative, anche l'attività espositiva di Giuseppe Zigaina è stata sostenuta dai fratelli Lucchetta. Significativa l'antologica del 2000 al Museo Revoltella di Trieste con un catalogo a cura di Carlo Pirovano edito per l'occasione da Electa, e la mostra alla Permanente di Milano del 2005 con catalogo Silvana Editoriale. In occasione dell'85° compleanno del maestro, Marco Goldin ha realizzato un'importante retrospettiva nelle sale museali di Santa Giulia a Brescia, in concomitanza con l'evento dedicato a Van Gogh.

a destra
***Girasoli*, 1980**
olio su tela
100 x 80 cm

XXV Biennale di Venezia. Nel 1955, in occasione di una sua mostra alla Galleria del Pincio, a Roma, Pasolini scrive per lui il poemetto *Quadri friulani*, contenuto, due anni dopo, nel volume *Le ceneri di Gramsci*. Si stacca intanto progressivamente dal neorealismo, volgendo i suoi interessi alla nuova oggettività tedesca.

Nel 1960 ottiene il Premio Ginori per la personale alla XX Biennale Internazionale d'Arte di Venezia. Nel 1962 viene invitato a far parte della Società Europea di Cultura e dell'Accademia di San Luca di Roma. Nel 1965 comincia a sperimentare l'incisione, una tecnica, nella declinazione dell'acquaforte in particolare, che diventerà sempre più importante nella sua produzione.

Nel 1968 collabora al film *Teorema* di Pier Paolo Pasolini e nel 1971, nel *Decameron*, Pasolini gli affida la parte del "frate santo" che confessa Ciappelletto. Nel 1974 vince il premio speciale della Biennale Internazionale della Grafica di Firenze e, sei anni dopo, il premio speciale della giuria della IV Biennale Internazionale della Grafica di Mulhouse. Nel 1984 inizia un periodo di insegnamento all'Art Institute di San Francisco e presenta ufficialmente alla Berkeley University la sua teoria rivoluzionaria sulla morte/linguaggio di Pasolini.

Nel 1987 esce il primo libro su Pier Paolo Pasolini, *Pasolini e la morte. Mito, alchimia e semantica del nulla lucente*. Nel 1989 gli viene dedicata un'importante mostra al Palazzo dei Diamanti di Ferrara.



Nel 1995 per i tipi di Electa esce una grande monografia in due volumi dedicata alla pittura e all'opera incisoria, curata da Marco Goldin e sostenuta dal Gruppo Euromobil.

Sempre con il sostegno dei fratelli Lucchetta, Marsilio editore pubblica *Hostia. Trilogia della morte di Pier Paolo Pasolini* e quattordici racconti autobiografici intitolati *Verso la laguna*. Nel 1998 vince il Premio Terni per la Cultura. Nel 1999 Marsilio pubblica il pamphlet *Pasolini. Un'idea di stile: uno stilo!*, opera riassuntiva degli studi sul grande poeta.

Nel 2000 esce *Temi e treni di Pier Paolo Pasolini. Un giallo puramente intellettuale*, mentre nel 2001 le edizioni del Tavolo Rosso pubblicano un libro d'arte in cinquanta esemplari: *Giuseppe Zigaina per Friederike Mayrocker*, con tre acqueforti per ciascuno degli autori.

Zigaina è stato accolto nella Bayerische Akademie der Schönen Künste di Monaco per il suo lavoro di ricerca su Pier Paolo Pasolini, oltre che per la sua attività di pittore.

Le opere selezionate da Marco Goldin per la mostra di Santa Giulia a Brescia scandiscono gli sviluppi di una vicenda tra le più ricche del Novecento italiano, dilatata in uno spazio vastissimo. Una pittura che, dopo una prima adesione al neorealismo, si trasforma sia nell'uso dei colori, che si fanno sempre più stridenti, sia nelle forme che si aggrovigliano sempre più in filamenti grafici.

Dall'attenzione per la grafica rinascimentale tedesca deriva quello che diverrà un tratto caratteristico della pittura di Zigaina: l'importanza del segno e dell'orditura grafica e la conseguente capacità di inserire l'oggetto nello spazio dell'immaginazione pura.

Un segno grafico non gratuito ma significante, nel senso che avvia e promuove un'operazione conoscitiva nella ricerca della necessità dell'immagine. Ecco perché l'immaginazione, nei quadri di Zigaina, non è mai vaga o indefinita.

Esiste sempre un fitto dialogo tra necessità di conoscenza e soluzioni pittoriche, esemplificate dal procedimento usato dall'artista: il ritornare con il colore sui grandi fogli stampati, creando così un complesso gioco di rimandi.



Carmelo Zotti

Con Carmelo Zotti, scomparso nella primavera del 2007, i Lucchetta hanno sempre mantenuto un rapporto di autentica amicizia e di affetto reciproco. L'artista si forma negli anni cinquanta all'Accademia di Belle Arti di Venezia, dove ha la fortuna di avere come maestro Bruno Saetti. La Venezia di quegli anni è fermento di creatività artistica e Zotti cresce in un ambiente dove l'arte è vissuta in modo sociale e conviviale.

Fa il suo esordio alla Biennale del 1956 e nell'edizione del 1958 viene invitato a esporre, assieme a Baj, Crippa, Dorazio, Scanavino, Jasper Johns e Alan Davie, nella mostra speciale dedicata ai "Giovani artisti italiani e stranieri". Nello stesso anno vince il primo premio alla Biennale Internazionale dei Giovani di Gorizia, e nel 1964 il Premio Longo alla Biennale di Venezia. Da allora la sua carriera è un susseguirsi di riconoscimenti ed esposizioni importanti.

Quella di Carmelo Zotti è una pittura che affonda le radici nel mito e nella metafora, nella storia e nell'inconscio: mezzi di comunicazione attraverso i quali poter esprimere i propri valori, il proprio mondo interiore, le angosce e i momenti di serenità. Questo nuovo mondo è abitato da isole notturne, fiordi inquietanti e figure misteriose dai tratti antropomorfi. È come se Zotti volesse raccontare una nuova mitologia per immagini, totalmente frutto della sua fantasia, stimolando l'interesse e il coinvolgimento dell'osservatore. Dalle pagine del libro biografico *Simboli e metafore*, a cura di Michele Beraldo, l'artista mette in luce alcuni aspetti della sua pittura: "Io colgo altro rispetto allo spettatore, registro delle sensazioni che poi cristallizzo sulla tela, spesso non spiegabili perché non filtrate razionalmente", e ancora: "Non sono portato a spiegare, a giustificare le mie opere, anzi non le commenterei mai, e per questo quando un critico coglie puntualmente degli aspetti della mia pittura, dei quali a volte nemmeno io mi accorgo, rimango come spiazzato, messo a nudo".



L'incontro tra Carmelo Zotti e i fratelli Lucchetta è avvenuto nel 1985: "Avevano visto le mie opere nella Galleria Borgo a Treviso – ricorderà Zotti – e volevano conoscermi; così, una nebbiosa domenica invernale vennero a trovarmi nello studio che occupavo allora a Concordia Sagittaria, vicino a Portogruaro, per vedere i miei quadri. Gli interessavano in particolar modo le grandi tele che difficilmente arrivavano alle gallerie, e si instaurò da subito un rapporto di stima e amicizia".

L'incontro con i fratelli Lucchetta ha permesso all'artista di realizzare eventi espositivi di grande importanza e ha consentito di avviare significativi studi critici sul suo lavoro, attraverso una serie di monografie tutte sostenute dal Gruppo Euromobil e affidate ai più importanti interpreti e studiosi d'arte contemporanea come Enrico Crispolti, Claudio Cerritelli, Flaminio Gualdoni, Luciano Caramel, Phlippe Daverio, Marco Goldin e Dino Marangon. Proprio di Marangon riportiamo un recente scritto:

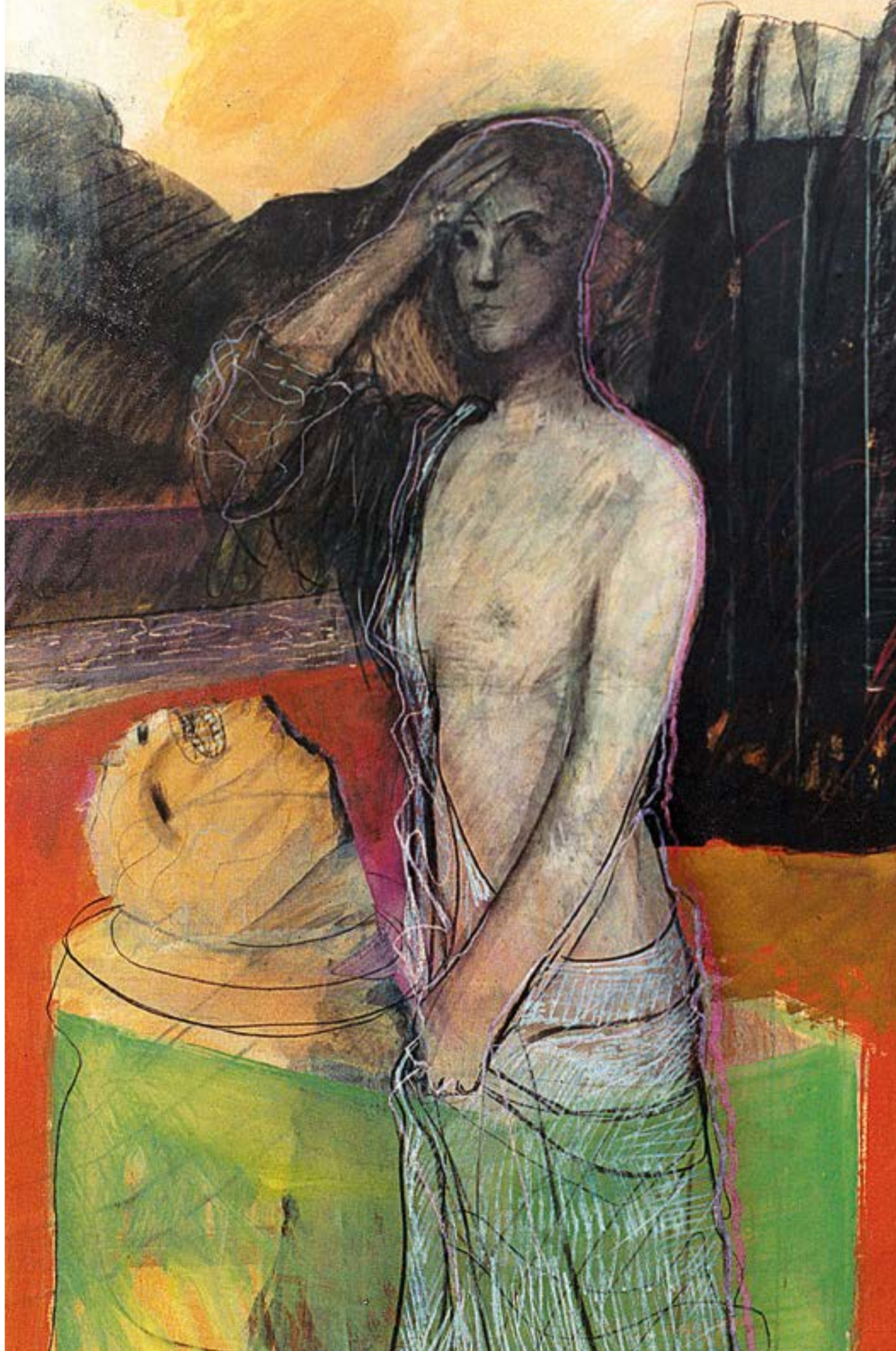
"Carmelo Zotti è stato un maestro non solo per il talento non comune, ma anche per le sue straordinarie doti di umanità e soprattutto per la sua instancabile dedizione alla pittura. Buona parte della sua vita l'ha trascorsa nelle aule dell'Accademia di Belle Arti di Venezia, come studente prima, come amatissimo docente in



***L'attesa*, 1976**
olio su tela
100 x 120 cm

a destra
***Giuditta*, particolare**
1974, tempera su
carta, 150 x 200 cm

Tra le numerose mostre dedicate all'attività artistica di Carmelo Zotti ve ne sono alcune significative, come quella allestita a Palazzo Sarcinelli di Conegliano nel 1993, presso la Fondazione Manes di Praga nel 1994, alla Galleria d'Arte Moderna Ca' Pesaro di Venezia, con catalogo edito da Fabbri e curata da Enzo Di Martino, nel 1995, sino alla grande antologica ospitata nel 2007 al Museo della Permanente di Milano, con catalogo Skira, dove si sono potute ammirare oltre cento opere, emblematiche di tutti i periodi della sua attività. La mostra, curata dai critici Flaminio Gualdoni e Dino Marangon, si è realizzata in concomitanza con la retrospettiva dedicata ad Arturo Martini, ed è poi proseguita a Potenza nella Galleria Civica Palazzo Loffredo. Tutti questi eventi, e altri ancora (come la mostra "Orizzonti onirici" all'Esprit Nouveau di Bologna curata da Philippe Daverio in occasione di Art First ad Arte Fiera, l'antologica dedicatagli da Marco Goldin nell'autunno del 2008 al Museo di Santa Giulia a Brescia in concomitanza con la grande esposizione delle opere di Van Gogh, la retrospettiva organizzata al Museo Correr di Venezia, dopo le mostre "Zotti & allievi nell'arte e nella vita" a Rijeka e Pirano e non ultima quella organizzata al Chelsea Art Museum di New York) sono stati sempre promossi dal Gruppo Euromobil.





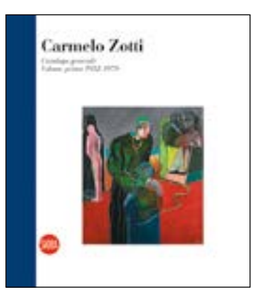
Nel 2008 il Gruppo Euromobil ha segnato un'importante iniziativa in occasione di Arte Fiera Bologna: lo spazio della palazzina dell'Esprit Nouveau, progettata nel 1925 da Le Corbusier, ha ospitato una mostra curata da Philippe Daverio e Cristina Beltrami dedicata al maestro Carmelo Zotti. Hanno affermato i curatori: "L'esposizione è stata l'occasione per ammirare una trentina di dipinti accompagnati da una significativa selezione di documenti d'archivio. Grazie infatti alla disponibilità della vedova, la pittrice Brigitte Brand, è stato possibile affiancare alle tele le lettere, le foto, i diari, gli appunti e gli schizzi evidenziando la sottile trasformazione dell'immagine nel passaggio da idea a pittura, in un indissolubile legame tra arte e vita. Le atmosfere delle città di Zotti – Trieste, Napoli, Venezia – si mescolano con gli appunti di viaggio (Messico, India, Birmania, Africa) e con gli affetti dell'artista in una pittura evocativa e al contempo enigmatica".



Euromobil sostiene l'impegnativo progetto di portare a termine l'archiviazione e la pubblicazione delle opere di Carmelo Zotti attraverso l'editore Skira e il coordinamento di Dino Marangon, Franca Bizzotto, Michele Beraldo e Brigitte Brand. Il primo volume del catalogo generale dell'opera pittorica, dagli esordi al 1979, introdotto da Enrico Crispolti, è stato presentato a gennaio 2009 in occasione di una importante mostra di opere inedite nelle sale del Museo Correr.

seguito. Stimato dal suo maestro Bruno Saetti da cui aveva appreso la fedeltà al lavoro e forse anche la creativa indipendenza del segno rispetto all'oggettiva conformazione figurale, Zotti ha però sempre avuto ben chiara la concezione della propria e dell'altrui indipendenza creativa.

Il rispetto per la nascente personalità artistica degli allievi ha sempre improntato l'insegnamento di Carmelo Zotti, come è testimoniato dall'ammirazione e dall'affetto degli artisti che con lui si sono formati".



Spazialismo e cinetismo

Il rapporto tra arte e industria, come abbiamo già avuto modo di vedere, risale agli inizi del XX secolo e negli stessi anni in tutta Europa matura la riflessione sugli aspetti tecnologici e psicologici dell'industrializzazione. Gli studiosi del fenomeno industriale aprono un importante dibattito sugli effetti e le conseguenze dell'industrializzazione sulla società. Le nuove modalità produttive segnano infatti un forte impatto sul ritmo sociale e culturale dell'uomo del primo Novecento.

Le espressioni artistiche si rivelano particolarmente sensibili a questi cambiamenti epocali e, infatti, proprio in questi anni, sorgono i movimenti delle avanguardie storiche quali surrealismo, dadaismo e futurismo.

In particolare quest'ultimo, di matrice italiana, fondato a Milano nel 1909 da Filippo Tommaso Marinetti, è una corrente culturale che ha subito il fascino della rapidità e dell'efficienza delle nuove invenzioni tecnologiche. Il futurismo proponeva l'esplorazione del mondo del futuro, fatto di parametri quali la modernità contro l'antico, la velocità contro la stasi, la violenza contro la quiete.

Trentotto anni dopo, a partire dalle medesime premesse, Lucio Fontana, sempre a Milano, firma il manifesto dello spazialismo, movimento neofuturista che propone ancora l'abolizione della forma tradizionale per sperimentare nuovi mezzi comunicativi e modelli operativi più consoni alla cultura dell'epoca elettronica, attraverso il rinnovamento di un linguaggio formale.

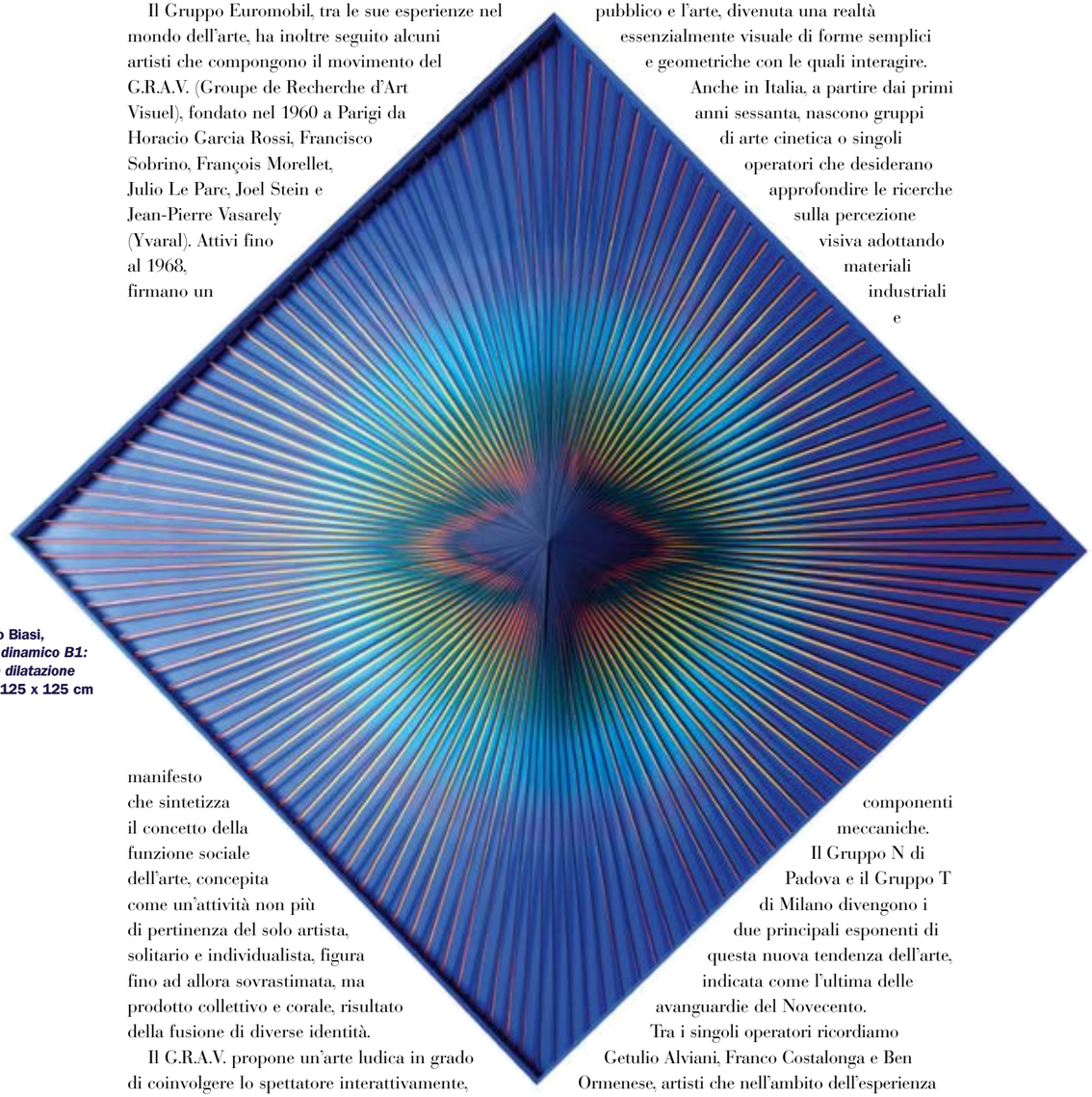
Il futurismo nasce in un periodo di crisi indotto dallo sviluppo industriale, lo spazialismo nasce in un periodo di crisi dovuto all'avanzare delle nuove tecnologie. Negli anni quaranta si sviluppa infatti un vivace dibattito sul rapporto tra scienza e tecnologia, innescato dall'incalzante sviluppo dell'industria elettronica che sta costruendo una realtà nuova e rivoluzionaria, in grado di modificare anche il modo di concepire e di esprimere l'opera d'arte. Lo spazio in cui prima l'opera era stata immersa viene chiamato a farne parte: non più mezzo, ma tema dell'opera.

Lo spazialismo si diffonde in due realtà sociali e culturali opposte: Milano e Venezia. La pittura spaziale dei veneziani è intesa a concepire, in linea con la tradizione dei grandi pittori del passato, la luce quale fenomeno originario di tutti i processi creativi. Il Gruppo Euromobil, profondamente legato al proprio territorio, comprendendo la portata innovativa e sociale di questo movimento, prende in adozione alcuni tra i più importanti spazialisti veneti, come Mario Deluigi, Gino Morandis, Edmondo Bacci, Virgilio Guidi, Tancredi e Vinicio Vianello ai quali dedica una lunga serie di mostre nel Museo di Santa Caterina a Treviso, curate da Giovanni Granzotto, Ennio Pouchard ed Elsa Dezuanni.

Anche l'arte cinetica rientra fra gli ambiti artistici di interesse dei fratelli Lucchetta. Dagli anni sessanta l'espressione "arte cinetica" entra nel vocabolario degli storici e dei critici d'arte e viene utilizzata per definire opere bi e tridimensionali, in movimento reale e in movimento "virtuale", vale a dire opere che si muovono effettivamente e opere in cui l'occhio dello spettatore è guidato in modo evidente.



Edmondo Bacci *Composizione*, 1960 tecnica mista su tela 80 x 80 cm



Alberto Biasi,
Ottico dinamico B1: doppia dilatazione
1965, 125 x 125 cm

Il Gruppo Euromobil, tra le sue esperienze nel mondo dell'arte, ha inoltre seguito alcuni artisti che compongono il movimento del G.R.A.V. (Groupe de Recherche d'Art Visuel), fondato nel 1960 a Parigi da Horacio Garcia Rossi, Francisco Sobrino, François Morellet, Julio Le Parc, Joel Stein e Jean-Pierre Vasarely (Yvaral). Attivi fino al 1968, firmano un manifesto che sintetizza il concetto della funzione sociale dell'arte, concepita come un'attività non più di pertinenza del solo artista, solitario e individualista, figura fino ad allora sovrastimata, ma prodotto collettivo e corale, risultato della fusione di diverse identità.

Il G.R.A.V. propone un'arte ludica in grado di coinvolgere lo spettatore interattivamente, promuovendo la sua partecipazione all'evento artistico e trasformandolo in attore, tema che resterà fondamentale nella poetica del G.R.A.V. In questo modo, si verifica un totale capovolgimento dei ruoli a vantaggio dello spettatore. Si crea così un nuovo rapporto tra il pubblico e l'arte, divenuta una realtà essenzialmente visuale di forme semplici e geometriche con le quali interagire.

Anche in Italia, a partire dai primi anni sessanta, nascono gruppi di arte cinetica o singoli operatori che desiderano approfondire le ricerche sulla percezione visiva adottando materiali industriali e componenti meccaniche.

Il Gruppo N di Padova e il Gruppo T di Milano divengono i due principali esponenti di questa nuova tendenza dell'arte, indicata come l'ultima delle avanguardie del Novecento.

Tra i singoli operatori ricordiamo Getulio Alviani, Franco Costalonga e Ben Ormenese, artisti che nell'ambito dell'esperienza cine-visuale hanno condotto autonomamente significative e importanti ricerche. Sia per quanto riguarda il movimento spazialista sia quello cinetico, il Gruppo Euromobil ha sostenuto numerose iniziative, contribuendo alla diffusione e conoscenza, non solo italiana ma anche internazionale, di artisti



Gino Morandis
***Immagine,* 1960**
tecnica mista su tela
100 x 140 cm

che nel corso degli anni erano stati marginalizzati dagli addetti ai lavori, e in parte dimenticati dal pubblico di appassionati d'arte.

I numerosi progetti espositivi, che hanno interessato importanti e prestigiose sedi museali di molte città europee, non si sarebbero potuti realizzare senza l'impegno dei fratelli Lucchetta e l'indispensabile capacità organizzativa del critico d'arte Giovanni Granzotto, del quale non poteva mancare, a chiusura di questo capitolo, una simpatica testimonianza scritta.

Collaborando con la passione

"Ho conosciuto i fratelli Lucchetta molti anni or sono. A dire il vero prima di tutti ho incontrato Gaspare, il secondogenito (dei quattro che sono rimasti in azienda, perché un altro fratello uscì parecchi anni fa) e il 'playmaker'. Poi ho fatto conoscenza con gli altri: Antonio, il più grande, perché a chiamarlo il più vecchio si offenderebbe, responsabile commerciale, ma anche supervisore produzione; Giancarlo, il più giovane ed elegante, responsabile amministrazione; Fiorenzo, il più silenzioso e riservato, responsabile produzione. Con Gaspare è nata facilmente e rapidamente una simpatia, che si è nel tempo trasformata in amicizia e stima condivisa (anche se entrambi siamo affascinati, ma allo stesso tempo un po' soffriamo le personalità prorompenti). Lo stesso, in maniera assolutamente naturale e spontanea, è accaduto anche con gli altri fratelli. Se devo infatti scegliere i ricordi più solidi e duraturi relativi al nostro rapporto di lavoro e di amicizia, ecco tornarmi alla mente alcune fragorose e generose risate che hanno accompagnato certi momenti, certe occasioni, anche professionali. Quando, ad esempio, durante una serata di lavoro e di progetti, con l'abilità e la rapidità di illusionisti e prestigiatori, con la regia di Antonio e Giancarlo, mi scambiarono sotto il naso dei dipinti che erano esposti nel mio studio. O quando, durante uno splendido vernissage romano, in occasione di una delle innumerevoli

esposizioni da loro sponsorizzate, li scoprii, fra il turbato e l'entusiasta, ad ammirare sia i dipinti che le modelle che facevano da contorno alla manifestazione. Sì, perché i Lucchetta, tutti e quattro, pur nelle loro diversità di carattere e di talenti, possiedono il senso dell'umorismo; e sanno pure non prendersi troppo sul serio. Anche Gaspare, che è un vulcano in frequente eruzione, e che non ama troppo essere contraddetto, ha il pregio di saper ascoltare. Dopo decenni di imprenditoria di successo, e di riconoscimenti anche per il loro operare nel mondo dell'arte e della cultura, non hanno dismesso il vestito, direi meglio la pelle, di chi vuole ancora imparare, di chi vuole ancora crescere, attraverso gli incontri e i confronti. Mantenendo e quasi ostentando oltretutto, come un vezzo e una furbizia, l'atteggiamento un po' dimesso dell'artigiano sempliciotto, che sembra non darsi importanza.

Se c'è, però, da produrre e raggiungere un risultato, i Lucchetta sono una macchina da guerra. Allora la bonomia diventa educazione e cortesia all'interno di un'implacabile e non più sindacabile completa dedizione all'obbiettivo. Allora lo scherzo viene abbandonato, e non è più concesso perdere tempo. Ho ancora ben presente, il giorno, anzi il momento in cui proposi ai Lucchetta di supportare, secondo la loro tradizione aziendale e la loro esperienza, il mio progetto di rilancio europeo dell'arte cinetica. Ero a Parigi, camminavo lungo la Senna, pieno di entusiasmo, ma anche di dubbi e ripensamenti, dopo aver visitato gli atelier di

Luciano Gaspari
***Tempo veloce*, 1956-1957, olio su tela**
70 x 90 cm

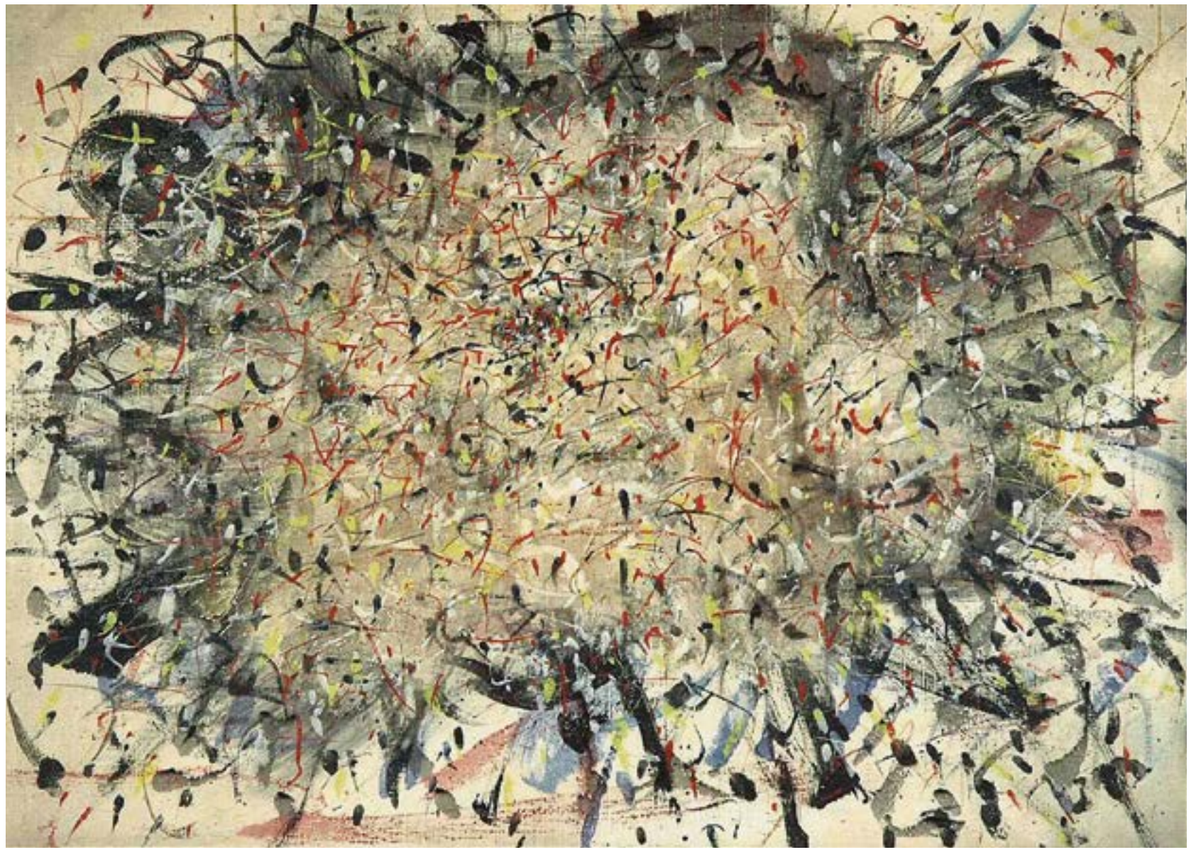


molti artisti come Le Parc, Garcia Rossi, Demarco… Chiesi per telefono lumi a Gaspare Lucchetta, che in cinque minuti mi rispose, a nome di tutti i fratelli, di andare avanti: mi assicurò che mi avrebbero seguito e sostenuto. Così è stato, e insieme abbiamo un po' contribuito a riportare all'attenzione della critica e del mercato una stagione importantissima, ma fino ad allora trascurata, dell'arte contemporanea.

Così come ancora è viva la memoria di una estenuante trattativa con Julio Le Parc nel suo atelier di Cachan, trattativa che sembrava senza sbocchi, ma che vide la sua risoluzione improvvisa nell'intervento estemporaneo e imprevedibile di Gaspare Lucchetta, che mi aveva accompagnato nella visita al maestro. Sia il sottoscritto sia Le Parc rimanemmo talmente spiazzati dalle proposte di Gaspare che l'accordo fra noi fu inevitabile. E ancora ricordo i tanti viaggi nella provincia italiana, e anche in qualche capitale europea, con i fratelloni, come mi piace chiamarli, per visitare le mostre o gli studi degli artisti. Memorabile quello con Gaspare in Spagna, nelle terre del Sid, alla ricerca del "buen retiro" di Francisco Sobrino, il grande scultore cinetico ispano-argentino.

Insomma, a differenza di altri imprenditori che hanno scoperto l'arte come forma di comunicazione aziendale solamente a freddo, a tavolino, per scelta meditata e comparata, i Lucchetta hanno deciso di farlo, di crescere aziendalmente assieme all'arte, soprattutto per passione. Perché mossi da una specie di fuoco che non ha mai smesso di

Tancredi, *Senza titolo*
1954, olio su masonite
93 x 128 cm





Franco Costalonga (Venezia, 1933) ritratto nello studio con una delle sue opere più significative, un *Oggetto cromocinetico* del 1969, simile a quello che appartiene alla collezione Peggy Guggenheim di Venezia.

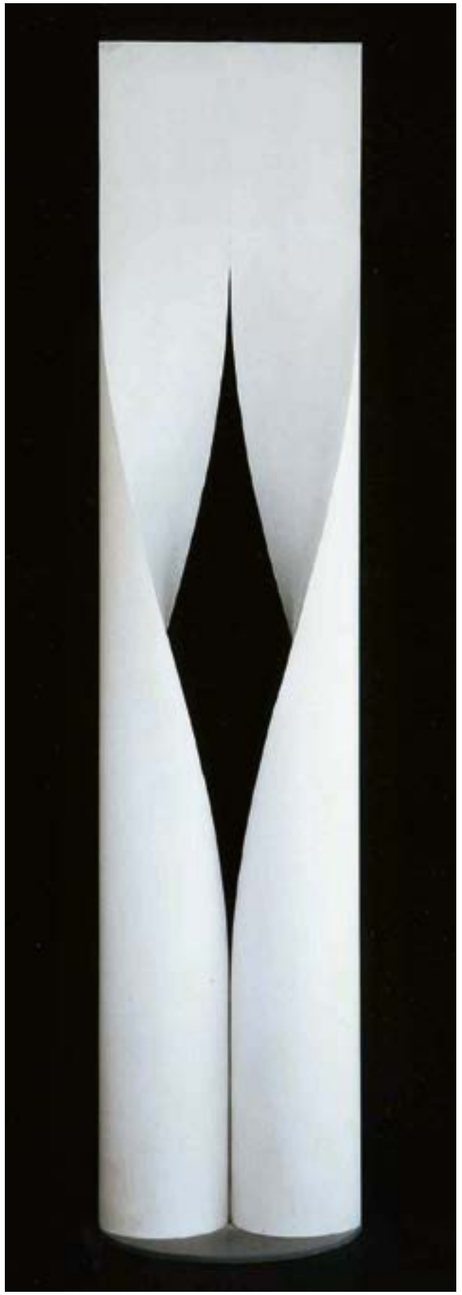
consumarli. E infatti i loro interventi non sono isolati e schizofrenici: a parte poche eccezioni, il Gruppo ha continuato a sponsorizzare le iniziative degli artisti preferiti e dunque seguiti in prima persona. E così le esposizioni, ben oltre il centinaio, che ci hanno visto come compagni di strada in questi anni, sono state tutte dedicate a maestri dai Lucchetta particolarmente amati: Afro, Biasi, Costalonga, Finzi, Gaspari, Guidi, Licata, Morandis, Ormenese, Tancredi, Tornquist, Zotti, Demarco, Garcia Rossi, Le Parc, Sobrino ecc. Talvolta il radicamento sul territorio, la coscienza di essere profondamente 'veneti', li ha spinti a guardare



Fiorenzo, Gaspare e Antonio Lucchetta nel 1993 assieme a Gino Morandis, Luciano Gaspari e l'architetto Follina.

(e anche ad aiutare) con una certa indulgenza alcuni artisti di carattere e ambito fondamentalmente locale; talvolta, invece, si sono concessi, convinti della sicura bontà del loro fiuto, qualche volo pindarico abbastanza sorprendente nei confronti di artisti noti solo all'estero. Ma, al di là di alcune digressioni, sempre più il loro progetto è venuto consolidandosi e conformandosi su una impalcatura chiaramente strutturata (la stessa che regola e garantisce la straordinaria organizzazione delle loro aziende), in una costante ricerca volta a rifinire ed elevare qualitativamente ogni loro programma: compreso quello espositivo, di cui, per certa parte, si è occupato e si occupa il sottoscritto.

E così, dopo aver invaso i musei della provincia italiana come ambasciatori degli artisti spaziali e di quelli cinetici (non solo italiani), con i fratelli Lucchetta siamo arrivati a toccare sedi espositive pubbliche sempre più prestigiose: Castel Sant'Angelo e i Musei di San Salvatore in Lauro a Roma, la Galleria Nazionale dell'Umbria a Perugia, Palazzo Ducale a Urbino, il Loggiato di San Bartolomeo a Palermo e la Fondazione Majorana a Erice, la Biblioteca Marciana a Venezia e Brera a Milano, Palazzo Reale, Castel dell'Ovo e il Maschio Angioino a Napoli, il Castello Svevo a Bari sono solo alcuni, pochissimi, dei luoghi





Inaugurazione della mostra "Le Parc, Garcia Rossi, Demarco e altre testimonianze del cinetismo in Francia e in Italia", Spoleto, Civica Galleria d'Arte Moderna, 2003. Da sinistra: il sindaco di Spoleto, Horacio Garcia Rossi, Franco Costalonga, Luciano Caramel, Julio Le Parc, Alberto Biasi, Amalia Demarco, Giovanni Granzotto, Paolo Conti, Adriano Villatta e Gaspare Lucchetta.

a sinistra
Francisco Sobrino *Torsione*, 1975
plexiglas
181 x 40 x 20 cm

istituzionali compresi dal nostro circuito espositivo in Italia.

E nel frattempo questa spedizione, di carattere scientifico e divulgativo allo stesso tempo, è andata espandendosi anche in tutta Europa, raggiungendo molte capitali e le conseguenti sedi museali. Così anche il Museo Marittimo e il Museo della Cattedrale di Barcellona, il Parlamento Europeo di Bruxelles, le Gallerie d'Arte Moderna di Praga, Lubiana, Zagabria, Mosca, il Museo della Borsa di Oporto e l'Ermitage di San Pietroburgo si sono aggiunti all'elenco sempre più nutrito delle mostre che i fratelli Lucchetta e le loro aziende hanno saputo promuovere all'estero.

A questo punto del cammino non resterà che fare un ulteriore salto di qualità ed esplorare mete ancora più ambiziose; d'altronde dai fratelloni di Falzè di Piave, che amano ancora presentarsi come dei "falegnami evoluti", ma che hanno già visto campeggiare il marchio delle loro aziende in luoghi sacri della cultura come il Louvre e l'Ermitage, c'è davvero da attendersi ogni sorpresa".

Giovanni Granzotto

La memoria di autori del passato: Virgilio Guidi e Arturo Martini

Virgilio Guidi è considerato uno dei maggiori artisti italiani del Novecento. Formatosi a Roma, dov'era nato nel 1891, raggiunge notorietà internazionale con l'opera *Il tram*, esposta alla Biennale di Venezia del 1924 e oggi conservata a Roma presso la Galleria Nazionale d'Arte Moderna. Passaggio significativo per l'evolversi della sua pittura è il trasferimento nel 1930 a Venezia, luogo in cui elabora una maggiore sintesi espressiva, come dimostrano la serie di marine in cui la luce e il colore contribuiscono a semplificare la forma e lo spazio. Partecipe del movimento spazialista animato da Lucio Fontana, nel dopoguerra Guidi rappresenta un riferimento imprescindibile per le giovani generazioni di artisti che guardano alla sua pittura con sempre maggiore interesse.

I fratelli Lucchetta, pur non avendo conosciuto e frequentato personalmente Virgilio Guidi, scomparso nel 1984, hanno sempre manifestato un grande interesse verso la sua pittura, divenendo nel tempo forti sostenitori e collezionisti delle sue opere. Questo significativo rapporto si è sviluppato ed è cresciuto grazie anche all'amicizia con il critico Toni Toniato il quale, negli anni, ha condotto importanti ricerche e studi interpretativi attorno all'opera dell'artista, sino alla pubblicazione del



Virgilio Guidi, *Grande testa o testa rossa*
1969, olio su tela
90 x 120 cm

catalogo generale avvenuta nel 1997 in collaborazione con Dino Marangon e Franca Bizzotto. A raccontarci dell'importanza e della centralità che l'opera di Guidi ha assunto all'interno della collezione dei fratelli Lucchetta è lo stesso Toniato.

Autoritratto di una collezione

Si conoscono tante figure anche importanti di collezionista d'arte moderna – come varie forme di mecenatismo – ma è raro invece trovare qualcosa che assomigli alla funzione svolta in questo campo, e nel tempo coltivata con rigorosa tenacia e fedeltà, da una dinastia di collezionisti di origini trevigiane rappresentata dai fratelli Lucchetta. Si sa del resto che con l'intelligenza del loro lavoro i Lucchetta sono già divenuti tra i maggiori industriali nel settore del mobile, contribuendo in maniera significativa alla realizzazione di un modello quanto mai esemplarmente calzante dello specifico sviluppo che ha trasformato nell'arco di alcuni decenni una regione di tradizioni contadine come il Veneto in una della realtà socialmente e tecnicamente più avanzate e produttive del Paese. Antonio, Fiorenzo, Gaspare, Giancarlo, e fino al 1985 anche Giuseppe, sono per l'appunto i valorosi fondatori di un'impresa famigliare che ha creato in questi anni alcune aziende ormai rinomate sul mercato internazionale, ognuna delle quali si è relativamente qualificata nei distinti generi e tipologie dell'arredamento. Forse occorrerà a questo punto sottolineare che simili traguardi si possono evidentemente raggiungere soltanto per volontà, capacità, passione, fattori che questi straordinari fratelli posseggono singolarmente con pari riconosciuti meriti nel loro particolare ambiente produttivo, e del resto fin dai primordi della loro attività. Con la nascita del Gruppo Euromobil – ormai noto in tutto il mondo – essi si erano decisamente proposti di continuare a portare avanti una concezione industriale per tanti versi addirittura paradigmatica, giacché radicata principalmente sull'equazione, comunque vincente, tra innovazione tecnologica e qualità anche economica del prodotto. Ma quello che di più sorprende risulta proprio il fatto che tale successo sia cresciuto in parallelo con un loro generoso impegno – altrettanto poi sistematico – di



promozione e sostegno di molteplici iniziative attinenti per l'appunto a diverse realtà della vita civile e sociale, dall'assistenza alla solidarietà, dallo sport giovanile alla cultura e alla scienza. Per loro però tale impegno, anche quando sponsorizzano grandi eventi espositivi di portata internazionale, non è mai stato soltanto motivo di interessata e quindi calcolata visibilità pubblica, quanto la ragione innanzi tutto di una scelta dovuta alla



Virgilio Guidi
***Marina*, 1958-1959**
olio su tela
50 x 70 cm

Armando Pizzinato
***Composizione musicale*, 1946, olio su tavola, 72 x 49 cm**



Emilio Vedova
gt-ev10/89w34
1989, olio su carta
107 x 143 cm

propria educazione e sensibilità assolutamente consona quindi a un rigoroso e diciamo pure esemplare stile di vita impostato essenzialmente su grandi ideali di ordine etico e culturale. Da queste premesse nasce il loro comportamento verso il mondo dell'arte che pare richiamare, senza enfasi, una visione ancora umanistica della modernità, sui cui valori si è incardinata quella metodologia operativa destinata a orientare validamente gli stessi criteri della loro prestigiosa raccolta, anzi ne ha, in effetti, determinato il gusto e definita l'articolata e complessa fisionomia storica, con la presenza di testimonianze di autori tra i più importanti sulla scena italiana e internazionale. D'altronde, anche su questo terreno, i Lucchetta non hanno mai tradito la vocazione ereditata dal padre, abile artigiano e raffinato creatore di forme e oggetti in legno, curioso e interessato a ogni fenomeno culturale e a ogni espressione della bellezza. Si possono spiegare allora le puntuali e convergenti ragioni per le quali essi si sono trovati ad amare ugualmente il mondo dell'arte e soprattutto quello dell'arte contemporanea.

Sullo slancio di questa passione si è arricchita la loro straordinaria collezione, costruita nel tempo tramite una concorde partecipazione alle preferenze che per di più si sono rivelate in seguito delle vere e proprie scoperte di talenti di generazioni diverse, vecchi o giovani artisti, ma che secondo il loro consolidato intuito non erano ancora meritatamente avvalorati dalla critica cosiddetta ufficiale. Sarebbe stato per loro più agevole, ancorché maggiormente redditizio limitarsi a investire su figure già quotate o in crescita, ricorrere semmai alla mediazione di qualche galleria più autorevole sul mercato per acquisire significativi lavori di artisti sia storici sia in corso di affermazione, cercando inoltre di avvalersi delle consulenze di amici esperti, affidandosi magari ai meccanismi speculativi che agiscono sempre più spesso anche sul listino delle borse internazionali d'arte. Ma tali consuetudini, che pure hanno giustificato tante preferenze nella formazione di collezioni, quantunque storicamente rilevanti, non si adattano allo spirito e alla condotta perseguite, in effetti, dai Lucchetta nella costruzione della loro altrettanto vasta e non meno notevole raccolta. Intanto essi hanno sempre voluto guardare senza condizionamenti ideologici o pregiudizi estetici alla creatività emersa o emergente sul territorio, riuscendo a documentare, a tal fine, i valori autentici degli artisti che qui hanno operato e tuttora operano. Il criterio seguito resta piuttosto quello di voler rappresentare tutti quegli artisti che sono arrivati a esprimere qualcosa di autentico e di originale attraverso una ricerca creativa svincolata quindi dagli stereotipi imposti dagli altalenanti formalismi alla moda.

Non a caso il maggiore interesse dei Lucchetta è sempre stato rivolto – quando almeno l'incontro era possibile che avvenisse – a cercare di stabilire con ogni artista, una volta conosciuto, saldi rapporti di reciproca fiducia e amicizia, in quanto per i quattro fratelli ha contato e conta in maniera significativa il privilegio anzi tutto di poter intrecciare, nelle tante occasioni di vicendevole conoscenza, legami e consonanze sul piano umano e culturale, attestate tuttavia non solo dalle scelte finora presenti nella raccolta, da loro operate, quanto dal bisogno distintamente manifestato di poter e di saper partecipare, non soltanto idealmente, alle medesime aspirazioni dell'autore per una vissuta condivisione di emozioni e di valori in un certo senso davvero spiritualmente affini. Così si può spiegare, per fare qualche esempio riguardo ai tanti protagonisti presenti nella collezione, il loro lampante entusiasmo per Emilio Vedova, per la sua opera carica di un'intensità emozionale espressivamente sbalorditiva, oppure la loro fervida convinzione sull'importanza storica, benché non sempre da altri ancora riconosciuta, di Virgilio Guidi, del quale da tempo apprezzavano le sorprendenti anticipazioni linguistiche e la purezza poetica del cosmologismo luminoso. Non ebbero occasione di frequentare l'artista poiché nel frattempo era scomparso, ma si attivarono poi in diversi modi per acquisire delle opere significative, quelle specialmente del suo ultimo periodo da loro giustamente ritenute le più innovative, anche se tuttora meno valorizzate dal mercato. Non si creda però che il panorama delineato dalla collezione si limiti a rappresentare la cultura dell'ambiente sia pure nei suoi principali esponenti – da Vedova, Santomaso e Pizzinato agli spazialisti, da Finzi a Plessi, da Licata a Zotti, fatto che in ogni caso sarebbe già encomiabile – ma è pressoché l'intera storia della ricerca artistica internazionale a trovare spazio, con i suoi maggiori protagonisti, in questa speciale raccolta. Si deve allora auspicare che tale copioso patrimonio culturale, proprio perché non si è concesso al discutibile pregio di favorire una qualche tendenza artistica ricalcando parzialità che spesso si riscontrano in altre valide collezioni private, ma si è sviluppato sul gusto quanto mai aperto e acuminato dei suoi fautori a riprova di un vero e disinteressato amore per l'arte dovunque e comunque esso si riveli, rimanga unito anche nel futuro, attraverso una fondazione museale, offrendo a tutti la possibilità di poterlo conoscere e di apprezzarne l'effettiva importanza e portata storica.

Toni Toniato

Arturo Martini

Agli inizi del 2007 Arturo Martini, il più grande interprete della scultura italiana del XX secolo, è in mostra alla Permanente di Milano.

Nel mondo dell'arte questo rappresenta un momento significativo, in quanto lo scultore per lungo tempo è stato ignorato dalle sale espositive italiane. La sua ultima personale la si data infatti al 1985.

Il Museo della Permanente di Milano, con il supporto del Gruppo Euromobil, ha realizzato, dunque, una nuova e importante antologica che ha riunito più di cento opere del maestro di Treviso e che coincide con il sessantesimo anniversario della sua scomparsa. Durante l'inaugurazione, abbiamo avuto la fortuna di accostarci alle opere di Martini guidati da Claudia Gian Ferrari, rappresentante dell'Associazione Amici di Arturo Martini e grande conoscitrice dell'opera dell'artista.

La gallerista milanese ci ha raccontato aneddoti e particolari della vita e del talento dello scultore, accarezzando le figure da lui scolpite, come se fossero dei personaggi in attesa di dialogare con il pubblico.

Martini è stato capace di misurarsi con i principali movimenti artistici del suo tempo e, attraverso diverse suggestioni culturali (dalla scultura espressionista e simbolista degli esordi sino al primitivismo di Modigliani), fu il primo a riscoprire e a far rivivere la solenne umanità della nostra scultura antica.

In Europa non c'è stato nessun altro alla sua altezza, capace come lui di plasmare la materia partendo dalla terra cotta, con il vantaggio di

Nel sessantesimo anniversario dalla morte di Arturo Martini (Treviso, 1889 – Milano, 1947) il Gruppo Euromobil è presente nel sostenere una antologica del maggiore scultore italiano del XX secolo. Sono più di cento le opere provenienti da collezioni pubbliche e private, esposte al Museo della Permanente e alla Fondazione Stelline di Milano e, nella tappa successiva, alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna di Roma.





servirsi di materiali estremamente poveri come l'acqua, la terra e il fuoco e che nel corso degli anni si è poi dedicato con straordinaria versatilità al bronzo, al marmo, al legno e alla pietra.

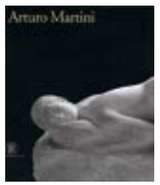
Martini è artista eclettico, il più grande creatore di immagini plastiche del secolo; come ha sostenuto Elena Pontiggia, egli è infatti "capace di realizzare figure e scene innovative, di narrare storie e miti, di immaginare sempre nuove iconografie in un travolgente slancio espressivo e lirico".

Nel corso della sua vita artistica Arturo Martini non ha mai focalizzato un solo tema, cercando invece di scorgere in ciascuna forma l'anelito verso l'ideale e il mistero. Spesso i personaggi delle sue sculture, infatti, rivolgono il volto verso l'alto, come in cerca di un immaginario infinito che l'autore stesso chiama "la quarta dimensione" delle cose.

Martini è l'artista che più di altri ha condotto a esiti estremamente vari e differenziati i caratteri e le potenzialità espressive delle sue sculture: dai soggetti mitologici a quelli religiosi, passando attraverso il tema della morte e dell'amore, sino alle tematiche drammatiche e alle riflessioni sul mistero del dolore come pathos tipico dell'arte cristiana, la sua scultura è il risultato di una costante ricerca della verità con esiti sempre elevati ed espressivi.

Un artista che ha testimoniato costantemente la propria vocazione anche attraverso la fatica e il sudore: "L'arte non è esaltazione e spasimo, è pazienza, rigore e ritorno. È restare governati dalla natura come essa ci governa".

Le opere raccolte nella mostra alla Permanente di Milano testimoniano infatti dell'amore di Martini per la realtà e la verità e, come lui stesso afferma, "l'arte è la realtà che mira più sicuramente verso la verità". Nell'autenticità umana e nella probità del mestiere di scultore, i fratelli Lucchetta hanno colto in Arturo Martini il carattere del sacrificio e della devozione all'arte, ragione per cui hanno contribuito, con spirito di convinzione sincero, a sostenere l'importante mostra della Permanente di Milano.



La mostra, a cura di Claudia Gian Ferrari, Elena Pontiggia e Livia Velani, documenta l'intero arco creativo dell'artista, dal 1913 al 1947, attraverso opere di piccole e grandi dimensioni, che esprimono tutta la tenacia e la drammatica intensità con cui l'artista ha creato forme e temi con materie diversificate.







Il Gruppo Euromobil e le grandi mostre

Breve storia di una collaborazione

Con una duplice mostra, a fine 1991, dedicata a uno dei maestri dell'arte italiana del secondo Novecento, Giuseppe Zigaina, si aprì la collaborazione tra Palazzo Sarcinelli a Conegliano e i fratelli Lucchetta. In realtà, la collaborazione tra di noi in senso più generale, che poi ci ha visti impegnati in molti progetti comuni nel corso di quasi vent'anni. Doppio decennio che è mio compito provare in queste pagine a sintetizzare, fra Conegliano appunto e Treviso, fino a Brescia passando per Parigi.

La mia grande passione era allora, ed è anche adesso, l'arte italiana della seconda metà del XX secolo. Insomma, soprattutto la pittura che fa parte della mia storia, della mia vita. Quella con la quale mi mescolo tutti i giorni, con la quale mi imbratto di fango e senza la quale sarebbe più difficile guardare le stelle. Da quando ho capito che mi piaceva così tanto scrivere di pittura, non ho esitato un solo momento a confondermi con gli artisti e soprattutto ho amato, e amo sempre, raccontare la loro storia. Tutte le storie dei loro mondi. Non per essere un intruso, ma per sostituire talvolta alla loro voce la mia, per provare a dire con parole il senso e lo strazio del colore. Fin dai tempi della mia tesi di laurea, dedicata come una vera, folgorante scoperta alla scrittura di Roberto Longhi, ho sempre pensato con passione a quelle che il grande storico dell'arte definì le "equivalenze verbali". Non ho mai voluto che la parola gareggiasse con l'immagine o con il colore appunto, e però ho sempre pensato che la parola potesse accompagnare l'immagine. Per crearne di nuove, perché le prime fossero unite, ma non giunte, alle seconde. In una situazione di totale armonia. Dove

Vincent van Gogh
***Il postino Joseph Roulin*, 1888**
Boston, Museum of Fine Arts

Claude Monet
Campo di papaveri vicino Vétheuil
particolare, 1880
collezione privata





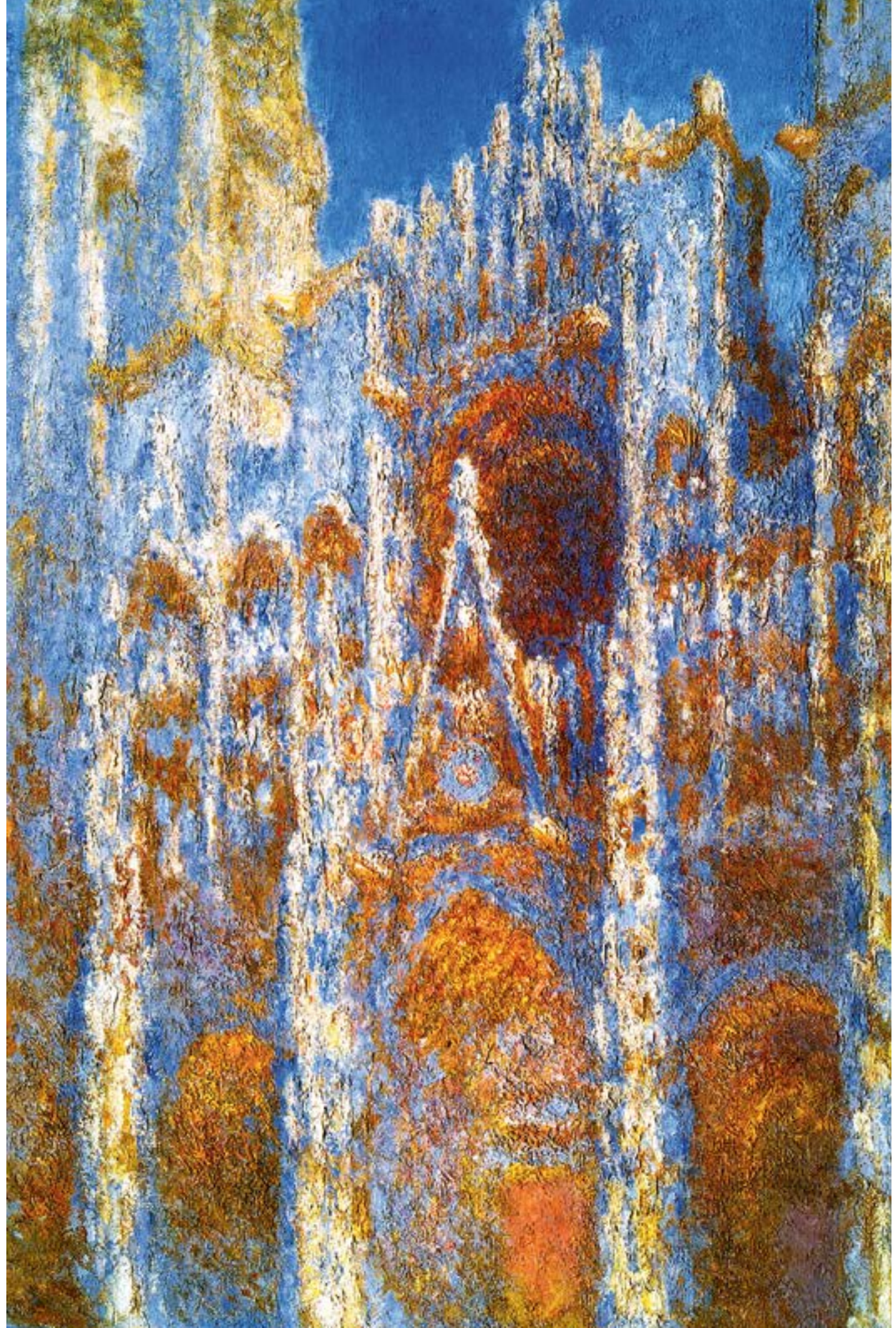
Paul Gauguin
Donne di Tahiti
o *Sulla spiaggia*, 1891
Parigi, Musée d'Orsay

Claude Monet
La cattedrale
di Rouen, effetto
***di sole*, 1894**
Boston, Museum
of Fine Arts

si vedessero insieme, senza confondersi.

Fu in quel momento di giovanile entusiasmo, e che per fortuna sento durare tuttora, che venne l'incontro con Antonio, Gaspare, Fiorenzo e Giancarlo Lucchetta. Un incontro che si generò proprio su questa folgorazione comune nei confronti della pittura, e della pittura contemporanea in modo particolare. Non ho conosciuto mai persone in questa guisa, tanto innamorate dell'arte da sentirla come una vera forza. E mentre conducono industrie, mentre svolgono il loro quotidiano lavoro di progettazione e gestione, mentre risolvono problemi come poche volte ho visto fare e portano le loro aziende sempre più in alto, lasciano che questa risorgiva carsica che è per loro la pittura non cessi mai di affiorare, di fluttuare nell'aria come una polla infinita. Forse la pittura come una medicina? Come un unguento miracoloso a lenire le ferite della quotidianità? Io credo di sì, ne sono intimamente convinto. Come se tutta la bellezza dell'arte potesse poi, per i fratelli Lucchetta, ammantare la vita intera e rendere anche il lavoro una conseguenza della bellezza stessa.

Sarebbe sufficiente che voi che adesso leggete questa mia breve nota partecipaste, normalmente il mattino presto, e normalmente nell'ufficio del signor Gaspare, a una delle tante riunioni che abbiamo fatto in questi vent'anni. Per decidere sponsorizzazioni certo, ma ancor di più per parlare di pittura e magari, mentre siamo lì noi cinque insieme, improvvisamente telefonare a un pittore, metterlo al corrente di un nuovo progetto, perché non si sta nella pelle e si desidera raccontare. Già, il senso del racconto. Per i fratelli Lucchetta la pittura è racconto di una tensione interiore che li abbaglia, li attanaglia se vogliamo usare una rima interna. E questo racconto sentono il bisogno di vedere trascritto proprio in lei, nella pittura. Che quindi si fa persona con cui dialogare,



attraverso cui emozionarsi, nella quale adagiarsi nell'intensità di uno sguardo.

E poi il senso della coralità nel fare. Sentirsi dire da uno tra loro: "Ma ne hai parlato anche con i fratelli?", come a significare che solo dall'assunzione comune di una responsabilità può scaturire una decisione. L'essere insieme anche davanti alla pittura, essere collezionisti per poter, tutti insieme, tracciare una storia la più ampia e completa possibile. Perché in quattro si colleziona meglio e di più che da soli. Così che le collezioni rispettive si rispondano l'una con l'altra come un suono che si tende, come un'eco. E senza l'una avrebbero meno senso anche le altre. Questa è l'avventura dei fratelli Lucchetta nella pittura. E per questo, ne sono sicuro, è nata la loro volontà di sponsorizzare le mostre, appoggiarle, aiutarle. Perché in ogni sponsorizzazione d'arte è presente anche la loro storia di collezionisti, il loro desiderio di essere parte del racconto, sillaba che aiuta a comprendere la bellezza. Hanno messo a disposizione mezzi per fare cose che sovente non si sarebbero potute fare. E avendole poi realizzate, hanno potuto vedere come ogni loro azione non sia stata invano.

Come il senso della loro fatica si sia incarnato in una prospettiva che non era solo concretezza ma anche dono dello spirito, fascino della mente, creatività e verità. Sponsorizzare per loro è tutto questo, è porre il cuore accanto alla ragione.

Claude Monet
Il Quai du Louvre
1867
L'Aia, Gemeente-museum Den Haag

Paul Cézanne
Natura morta con paniere* o *Il tavolo
1888-1890 circa
Parigi, Musée d'Orsay







Palazzo Sarcinelli

Da questo privilegio di averli compagni nel cammino sono nate molte cose, nel senso di numerose affinità. La prima, certamente, quella legata agli anni di Palazzo Sarcinelli a Conegliano, quanto a dire tanta parte della migliore pittura italiana del secondo Novecento. E se nel 1991 si era cominciato con Zigaina, per proseguire due anni dopo con l'amatissimo Carmelo Zotti, è dal 1998 in avanti che i fratelli Lucchetta hanno appoggiato in modo sistematico l'attività della Galleria Comunale coneglianese. Assecondando la mia decisione di muovermi senza distinzione di generi tra figurazione, astrazione e informale. Soprattutto grandi mostre antologiche di autori nati tra gli anni venti e trenta, da Verna a Sarnari, da Bendini a Pizzinato, da Strazza a Guccione, da Ruggeri a Olivieri, da Raciti a Ferroni, da Forgioli a Schifano, solo per dire di alcuni nomi fra i tanti.

Ma anche alcune esposizioni storiche assai importanti, che hanno portato incredibilmente a Conegliano decine di migliaia di visitatori ogni volta. Ah quei tempi eroici… Almeno ricordare la mia prima, e amatissima, rassegna di carattere appena un po' internazionale, con i primi due Monet ottenuti in prestito, "Da Monet a Morandi. Paesaggi dello spirito". E poi ancora "Roberto Tassi e i pittori. Ottocento e Novecento in Italia. Da Fattori a Burri", che doppiava sul terreno della pittura italiana la prima mostra da record di Casa dei Carraresi a Treviso, di cui parleremo tra poco.

Mario Schifano
***Orto botanico*, 1983**
collezione privata

Piero Guccione
***Grande spiaggia*, 1998**
collezione privata

E poi nel 2000, sempre come doppio di Casa dei Carraresi, "Da Courbet a Manet. La scuola di Barbizon e l'impressionismo. L'opera su carta", fino all'ultima mostra venuta sotto la mia direzione di Palazzo Sarcinelli, la settantacinquesima dal 1988 al 2002, "Da Ca' Pesaro a Morandi. Arte in Italia 1919-1945 dalle collezioni private", una tra le più dense di qualità fra tutte quelle in quel luogo proposte.

Conegliano, e Palazzo Sarcinelli, si sono sempre più venuti imponendo in quei quindici anni come lo spazio in cui era possibile vedere, e conoscere, la verità della pittura in Italia. I fratelli Lucchetta e il Gruppo Euromobil sono stati fondamentali compagni di viaggio e d'avventura, entro la misura di una crescita parallela che privilegiava la qualità. Il nome Euromobil, credo di poterlo dire, veniva sempre più con quelle mostre associandosi ad alcuni tra i nostri maggiori pittori, creando il senso di una identificazione che univa la qualità del prodotto industriale alla volontà di essere sempre al centro degli eventi artistici.

Sono stati, quegli anni meravigliosi, che si ricordano con nostalgia, il punto di contatto non solo con l'opera di molti pittori, ma anche con tutte le loro storie, i loro destini. Per il senso di una condivisione che sento ancora oggi come una tra le cose più vere che i fratelli Lucchetta abbiano messo in gioco. E certo alcuni amori più forti e resistenti di altri, perché sempre anche la passione li guida.

È stato, Palazzo Sarcinelli, il luogo di una prima scoperta, il senso di una presa di coscienza di cosa poteva essere, moderna più che mai, una sponsorizzazione. Non il solo garantire denaro per un progetto, ma il lasciarsi coinvolgere dentro l'incanto e la meraviglia della bellezza.



Casa dei Carraresi

Non sarà certo questo il momento per rifare ancora una volta la storia di cosa siano state, nel panorama nazionale ma non solo, le cosiddette mostre sull'impressionismo nella Casa dei Carraresi a Treviso. Nate da un accordo tra Fondazione Cassamarca e Linea d'ombra, hanno visto per sei anni il Gruppo Euromobil quale sponsor principale, che ha così consolidato, e visto crescere a dismisura, il suo ruolo, e la sua riconoscibilità, nel vasto scenario culturale italiano. Ma di più europeo, se, come vedremo tra poco, proprio le mostre di Treviso hanno creato quella notorietà internazionale che nel 2003 ha convinto il Louvre e il Musée d'Orsay a chiedere ai fratelli Lucchetta, attraverso la mediazione di Linea d'ombra, di sponsorizzare due importanti mostre parigine di quella primavera.

Treviso è stata per sei anni il laboratorio a cui tutti hanno guardato, interessati e anche invidiosi. Si capiva in modo dirompente per la prima volta come una piccola città di provincia potesse realizzare risultati, in termini di visitatori, anche di molto superiori alle grandi capitali dell'arte, non solo italiane ma addirittura mondiali.

Due tra le sei mostre realizzate, quella dedicata a "Monet. I luoghi della pittura" nel 2001 e quella dell'anno successivo, "L'impressionismo e l'età di Van Gogh", si sono anzi piazzate, con i rispettivi 420.000 e 602.000 visitatori, tra le prime dieci mostre più visitate nel mondo nelle relative stagioni espositive. E per tre anni consecutivi le mostre di Treviso sono risultate le più frequentate in Italia, arrivando tra l'altro a totalizzare due milioni di persone entrate nella Casa dei Carraresi in sei rassegne.

Paul Cézanne
La signora Cézanne sulla poltrona gialla
1888-1890
Basilea, Fondation Beyeler Riehen



Pierre-Auguste Renoir, *Una bagnante*
1885-1890
Londra, National Gallery



Si è trattato di un vero e proprio fenomeno nazionale, come molti sicuramente ricorderanno. L'Italia si era fino a quel momento assai poco soffermata sulla grande stagione dell'impressionismo, per cui per il pubblico questa pittura, pur così conosciuta dai libri fin dalla giovinezza, era un fatto relativamente nuovo nella visione diretta. Pensare che in una piccola città come Treviso si fosse coltivata l'ambizione di far giungere capolavori come le ninfee di Monet, le nature morte di Cézanne, la camera da letto di Van Gogh, le donne tahitiane di Gauguin e una infinità di altre cose, faceva scattare un vero e proprio corto circuito come mai più è avvenuto nella pur trafficatissima, soprattutto sull'esempio di Treviso, storia espositiva italiana degli ultimi dieci anni. L'imperativo era esserci a ogni costo, per partecipare a una sorta di rito collettivo. Godere della bellezza nel momento stesso in cui si manifestava.

Venne dunque il fenomeno delle lunghe code di visitatori in paziente attesa di entrare nella Casa dei Carraresi. Quelle foto fecero tante volte il giro dei giornali italiani ma non solo. Ricordo che fui invitato al Louvre per rappresentare in un convegno l'unico caso fuori di Francia sul fenomeno montante delle grandi mostre, o dei Grandi Eventi come di lì a poco vennero nominati. Sembrava incredibile che tutto questo fosse cosa di una piccola città come Treviso.

Il Gruppo Euromobil diede il suo fondamentale contributo. E in un modo, soprattutto, che non era il solo concedere denaro per una sponsorizzazione. Non sarà tra l'altro inutile ricordare a questo proposito la bella mostra antologica su Saverio Barbaro, uno tra i maggiori artisti veneziani del

Edouard Manet
***L'amazzone*, 1875**
San Paolo, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand





Pierre Bonnard
***Grande paesaggio del Midi*, 1945**
Milwaukee Art Museum

secondo Novecento, che alla Casa dei Carraresi toccò un suo importante punto di approdo. Ma poi i fratelli Lucchetta decisero che le mostre sugli impressionisti di Treviso dovevano diventare la coperta in cui avvolgere l'azienda, il luccichio dorato che doveva condurre alla scoperta del loro prodotto che intanto andava sempre più salendo di qualità. Intelligentemente non si accontentarono di porre il loro logo accanto a quello degli altri, ma scelsero di rilanciare. Creando, accanto a quelle sempre motivatissime delle mostre, una propria campagna pubblicitaria di prodotto, che però dall'immagine della mostra annuale partiva. Fu una scelta non passiva ma attiva, che credo abbia molto pagato e che denota, se ce ne fosse bisogno una volta di più, la lungimiranza dei quattro fratelli Lucchetta.

Le mostre insomma non erano cosa sola della Fondazione Cassamarca o di Linea d'ombra, ma erano cosa anche del Gruppo Euromobil. Van Gogh e Monet, Cézanne e Gauguin, Picasso e Matisse erano del Gruppo Euromobil e per il Gruppo Euromobil. Euromobil aveva deciso di accorciare la distanza tra il pubblico e le opere, tra il pubblico e quei mostri sacri della pittura. Credo fermamente che questo sia stato uno dei motivi della bontà del rapporto professionale tra Gruppo Euromobil e Linea d'ombra. Motivo che ha consentito anni di successi e consente oggi nuovi progetti. La scuola ci aveva abituati a sentire la storia dell'arte come qualcosa che veniva impartito da un'alta torre d'avorio, nelle cui stanze una sparuta pattuglia di studiosi si appropriava del senso delle cose. Non voglio parlare di democratizzazione dell'arte, concetto che così espresso non mi è mai piaciuto, ma certo di possibilità nuova di accesso all'arte sì.

Il Gruppo Euromobil ha fatto la sua parte in questo, con orgoglio e narrando una storia che faceva procedere di pari passo la crescita delle tre aziende con la crescita vertiginosa dei progetti espositivi di Treviso. I progetti più riusciti nascono spesso da un incontro, chissà se casuale, in un punto preciso dello spazio e del tempo, su una strada. Quando coloro che s'incontrano hanno, in quell'esatto momento, le stesse esigenze, le stesse necessità, i desideri medesimi. Questo io penso sia stato il mio incontro con i fratelli Lucchetta.

Brescia e le grandi mostre a Santa Giulia

Conclusa a inizio 2004 con il grande successo della mostra "L'oro e l'azzurro. I colori del Sud da Cézanne a Bonnard", l'avventura alla Casa dei Carraresi, veniva per me e per Linea d'ombra la grande e difficile scommessa offerta dalla collaborazione con la città di Brescia, nel bellissimo, ma poco noto, Museo di Santa Giulia. La richiesta dell'Amministrazione comunale, insieme alla Fondazione CAB e alla Fondazione Brescia Musei, era quella di rivitalizzare quel Museo da poco riaperto, facendolo conoscere al grande pubblico grazie alla realizzazione di quelle grandi mostre che avevano fatto la fortuna di Treviso.

Dopo cinque anni di esposizioni, e dopo quasi due milioni e mezzo di visitatori passati per Santa Giulia, si può certamente dire che quella scommessa è stata vinta. Oggi il museo bresciano è un luogo invidiato in Italia e nel mondo, per la sua storia recente, per le sue collezioni permanenti, per le strutture perfette al servizio della sicurezza delle opere.

Il Gruppo Euromobil ha scelto da subito di appoggiare il progetto pluriennale che avevo denominato "Brescia". Lo splendore dell'arte entrando ancor di più, rispetto agli anni di Treviso, nel cuore delle mostre. Il ruolo di Euromobil negli anni di Brescia è stato sicuramente quello di un partner che ha contato molto, di certo con reciproca soddisfazione. Nei primi tre anni ("Monet, la Senna, le ninfee" nel 2004, "Gauguin/Van Gogh. L'avventura del colore nuovo" nel 2005, "Turner e gli impressionisti. La grande storia del paesaggio moderno" nel 2006) Brescia ha avuto la mostra più visitata d'Italia nella stagione, rispettivamente con 431.000, 541.000 e 351.000 visitatori. Nelle prime due circostanze è entrata anche nella classifica delle dieci più visitate al mondo nell'anno di riferimento e addirittura con quella, colma di assoluti capolavori, dedicata a Gauguin e Van Gogh, si è





Paul Gauguin
***Bonjour Monsieur Gauguin*, 1889**
Los Angeles, The Armand Hammer Collection, dono della Armand Hammer Foundation, Hammer Museum

Vincent van Gogh
***Tronchi d'albero con edera*, 1889**
Amsterdam, Van Gogh Museum (Vincent van Gogh Foundation)





Joseph Mallord William Turner
Tramonto sul lago
1840 circa
Londra, Tate Gallery

a sinistra
Frederic Edwin Church, *Le cascate del Niagara sul versante americano*
1867
Edimburgo, The National Gallery

attestata al quarto posto al mondo. Immaginare che tutto questo sia capitato a Brescia, anche grazie al Gruppo Euromobil, beh, lasciatemelo dire, fa un certo effetto. Se pensiamo che Brescia si è posizionata davanti a tutte le grandi capitali del mondo…

Ma gli anni di Brescia non sono nella mia memoria solo grandi numeri di visitatori. Sono ancor di più la relazione sempre più stretta con tutti i musei sparsi nei vari continenti, dai più grandi e famosi ai più piccoli. E poi con molti, e gelosissimi dei loro tesori, collezionisti privati. Che pure siamo stati capaci di sollecitare al prestito di tanti capolavori. Il Gruppo Euromobil ha collocato il proprio nome accanto a tutte queste fondamentali relazioni per il miglior risultato dell’impresa. È entrato nella testa, oltre che di milioni di visitatori, anche in quella di grandi direttori e curatori.

E poi Brescia, con i suoi spazi museali, ha consentito di variare l’offerta culturale. Quindi non solo le grandi mostre con i grandi nomi, ma anche grandi mostre assai più difficili per il grande pubblico, e tuttavia ugualmente molto visitate. Penso ovviamente alle ultime due, quella intitolata “America!”, sulla cultura americana del XIX secolo, un fondamentale progetto culturale sostenuto da tutti i principali musei statunitensi e arricchita anche dalla gemma di un convegno internazionale di prim’ordine per qualità dei partecipanti. E a quella dedicata ai disegni di Van Gogh, spazio segreto e sconosciuto di un artista perfino troppo conosciuto.



I fratelli Lucchetta con Marco Goldin e Mike Bongiorno all’inaugurazione della mostra “America!”.

Penso anche alla mostra che per la prima volta in Italia ha presentato l'attività di uno straordinario artista come Millet, oppure a quella che ha gettato luce nuova sul lavoro di Mondrian, e soprattutto sul suo versante figurativo, quasi del tutto ignoto. Ma penso anche alla lunga serie di mostre di studio e approfondimento su alcuni tra i maggiori pittori italiani della prima metà del Novecento, da Gino Rossi a Scipione, da Mafai a De Pisis, da Pirandello a Licini, solo per dire di alcuni. E penso ovviamente alla comune passione che abbiamo ripreso a coltivare a proposito della pittura italiana contemporanea. Mostre importanti, e documentate sempre da cataloghi significativi, su Zigaina e Guccione, su Olivieri e Sarnari, su Ruggeri e Forgioli, su Lavagnino e Zotti, su Gianquinto e Guarienti. Nomi che ancora una volta indicano il livello alto delle scelte, che hanno visto il Gruppo Euromobil in prima fila nel sostenere esposizioni, come queste, che grazie al flusso di visitatori giunti in Santa Giulia hanno attinto un pubblico tanto ampio come nemmeno lontanamente era mai capitato altrove.



William Merritt Chase
Studio di ragazza
1884 circa
New York, National Academy Museum



Vincent van Gogh
***Sentiero di notte in Provenza*, 1890**
Otterlo, Kröller-Müller Museum

Brescia insomma, prima di altri e nuovi progetti, ha rappresentato per il Gruppo Euromobil un consolidamento nella sponsorizzazione di eventi d'arte. Certamente un accrescimento nella simultaneità e nella qualità della proposta, come mai era accaduto prima. Forse un modello da seguire.

Da chi ha vero amore per l'arte.

Di certo la dimostrazione che i quattro fratelli Lucchetta hanno saputo credere fino in fondo nel meraviglioso, come ha scritto Goethe.



Leonardo da Vinci
Ritratto di Isabella d'Este
Parigi, Musée du Louvre

Parigi, oh cara…

Mentre nel 2002, a Parigi, ragionavo con il direttore del Musée d'Orsay e i responsabili della RMN di alcuni prestiti molto importanti per le mostre di Treviso degli anni successivi, mi venne fatta la richiesta di immaginare uno sponsor italiano per due grandi esposizioni che si sarebbero svolte la prima al Louvre e la seconda proprio a Orsay, nella primavera dell'anno successivo. Ovviamente il mio pensiero corse immediatamente agli amici del Gruppo Euromobil, con la certezza che i quattro fratelli avrebbero saputo cogliere un'occasione di tale portata.

Si trattava infatti di due mostre di per sé straordinarie ("Léonard de Vinci. Dessins et manuscrits" e "Le daguerréotype français. Un objet photographique"), tra l'altro addirittura a cinquant'anni da quando la Francia rese per l'ultima volta omaggio al genio italiano.

Apparve subito chiaro che Parigi rappresentava per il Gruppo Euromobil un palcoscenico al centro del mondo, partner loro di due tra i musei più famosi e visitati del pianeta. Il lavoro che ormai si andava realizzando a Treviso trovava un primo, certo fondamentale compimento in quella collaborazione che presto si strinse e che significò l'essere parte attiva in progetti internazionali lanciati da Parigi.

Euromobil sponsor principale della mostra di Leonardo al Louvre aveva il tono alto di una scommessa vinta, la dolcezza di un accostarsi al mistero più profondo dell'arte, l'essere in quel famoso punto preciso in cui si crea l'evento.

Fu infatti un'esposizione con i connotati dell'eccezionalità, ospitata nella sede che custodisce il più alto numero di capolavori di Leonardo al mondo. Con il contributo di ventotto istituti e musei, francesi e stranieri, sono stati riuniti sessanta disegni di Leonardo e, tra essi, alcuni dei più preziosi studi per l'*Adorazione dei Magi*, *La Vergine delle rocce* o *La Vergine col Bambino e sant'Anna*. Un'evocazione magistrale, e quanto mai rara da poter vedere, del genio disegnativo di Leonardo e della sua cerchia.

Ad aggiungere carattere di unicità a questa mostra, anche l'esposizione di dodici manoscritti, con le riflessioni e gli schizzi tracciati dall'artista lungo tutta la sua vita. Si è realizzata così la straordinaria opportunità di apprezzare le "due scritture" di Leonardo: quella del letterato, del maestro, del poeta che ha descritto la misteriosa bellezza del mondo e quella dell'artista che, come per piegare la mano al ritmo del suo pensiero, o al contrario per controllarne lo slancio, a margine delle annotazioni ha tracciato rapidi e incisivi disegni.

L'altra mostra sponsorizzata con lungimiranza dal Gruppo Euromobil ha avuto e realizzato un obiettivo ambizioso: per la prima volta valorizzare il dagherrotipo francese nella sua molteplicità di impieghi e studiarlo in quanto vero e proprio fenomeno sociale negli anni quaranta del XIX secolo. Il Musée d'Orsay, sede di quest'esposizione unica e preziosa per l'arte che indaga, conserva più di



I fratelli Lucchetta a Parigi davanti al Musée du Louvre.



Leonardo da Vinci
Studio per la testa di un guerriero
Budapest, Szépmüvészeti Múzeum

Guerrier, *Ritratto pubblicitario*
1845 circa
Chalon-sur-Saône, Musée Nicéphore-Niépce





François-Alphonse Fortier
Nature morte
1839-1840
Parigi, Société française de photographie

cinquantamila fotografie e negativi, una collezione straordinaria che ha deciso di maggiormente valorizzare dedicandogli, nel 2002, un'ala del proprio edificio. Al dagherrotipo, dunque, agli albori di quella che nasce come una tecnica ma immediatamente anche come un'arte, Orsay ha deciso di consacrare questa mostra, forte di circa trecentocinquanta opere. Il più importante contributo scientifico ed espositivo sulla preistoria della fotografia, scritta con documenti eccezionali a partire dagli inizi degli anni quaranta del XIX secolo, quando l'uomo, in tutti i campi, è lanciato alla conquista della modernità. Quest'invenzione cade infatti in un'epoca che non conosce limite nelle proprie scoperte. I progressi scientifici – e le conseguenti rivoluzioni estetiche – sono inarrestabili: in meno di trent'anni, come ricorda Théophile Gautier, sono state scoperte e messe a punto "la locomozione a vapore sulla terra come sul mare, il gas, il telegrafo e l'illuminazione elettrica, la galvanoplastica e il dagherrotipo".

Quest'ultimo, nel realizzare al tempo stesso il desiderio di vero e di immaginazione, la riproduzione del reale e l'illusione, si consacra come una delle arti più rappresentative del suo tempo. Sostenendo allora con passione questi due progetti, ancora una volta, nel momento giusto, i fratelli Lucchetta hanno mostrato uno sguardo lontano. Come sempre, stare nel presente per leggere il futuro.

Marco Goldin

Trent'anni di editoria d'arte

Nel corso degli anni il Gruppo Euromobil ha contribuito alla pubblicazione di oltre trecento cataloghi d'arte attraverso le più importanti case editrici: Electa, Skira, Silvana Editoriale e Linea d'ombra. Dal 1990 l'azienda dedica inoltre un calendario a un artista contemporaneo che diffonde attraverso i propri agenti di zona, fornitori, clienti e appassionati d'arte.

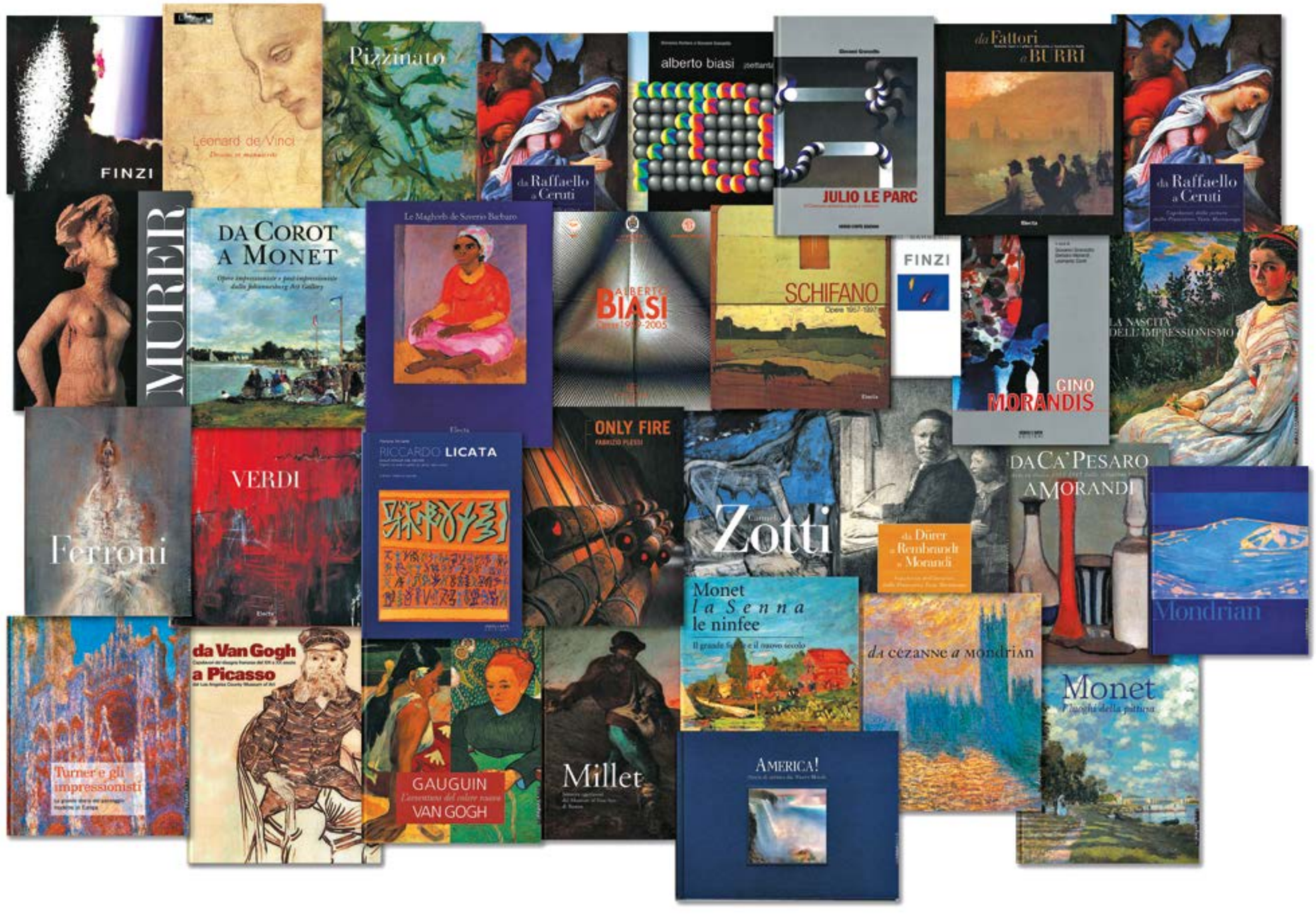
1990 Pino Castagna
1991 Carmelo Zotti
1992 Lino Dinetto
1993 Saverio Barbaro
1994 Vittorio Basaglia
1995 Ennio Finzi
1996 Gino Silvestri
1997 Brigitte Brand
1998 Giorgio Celiberti
1999 Natalino Andolfatto
2000 Carmelo Zotti
2001 Claudio Verna
2002 Guido Strazza
2003 Fabrizio Plessi
2004 Piero Ruggeri
2005 Attilio Forgioli
2006 Vicente Pimentel
2007 Riccardo Licata
2008 Paolo Patelli
2009 Alberto Biasi

Il contributo del Gruppo Euromobil al mondo dell'arte non si limita al sostegno di singoli artisti e alla sponsorizzazione di mostre di importanza internazionale. Risulta infatti fondamentale anche lo studio e la documentazione critica delle opere, attraverso la realizzazione di cataloghi e libri d'arte a cui si aggiungono grafiche d'autore a tiratura limitata e calendari dedicati.

Nel corso degli anni i fratelli Lucchetta hanno incontrato critici e storici dell'arte di grande autorevolezza. Possiamo ricordare, a puro titolo d'esempio: Giuseppe Mazzariol, Enrico Crispolti, Philippe Daverio, Giorgio Di Genova, Flaminio Gualdoni, Claudio Cerritelli, Luciano Caramel, Dino Marangon, Toni Toniato, Mario De Micheli, Giovanni Granzotto, Giuliano Menato, Marco Goldin, Achille Bonito Oliva ed Enzo Di Martino. I loro contributi sono serviti ad arricchire ulteriormente la letteratura critica e la documentazione scientifica degli artisti veicolandone la conoscenza a un pubblico sempre più ampio. D'altro canto, il calendario e la grafica d'autore, pur avendo a loro volta il ruolo di strumenti di diffusione dell'arte, sono anche mezzi di comunicazione per il Gruppo Euromobil; fin dal 1990 l'azienda dedica, infatti, un calendario a un pittore o a uno scultore contemporaneo che diffonde attraverso i propri agenti di zona, fornitori, clienti e appassionati d'arte.



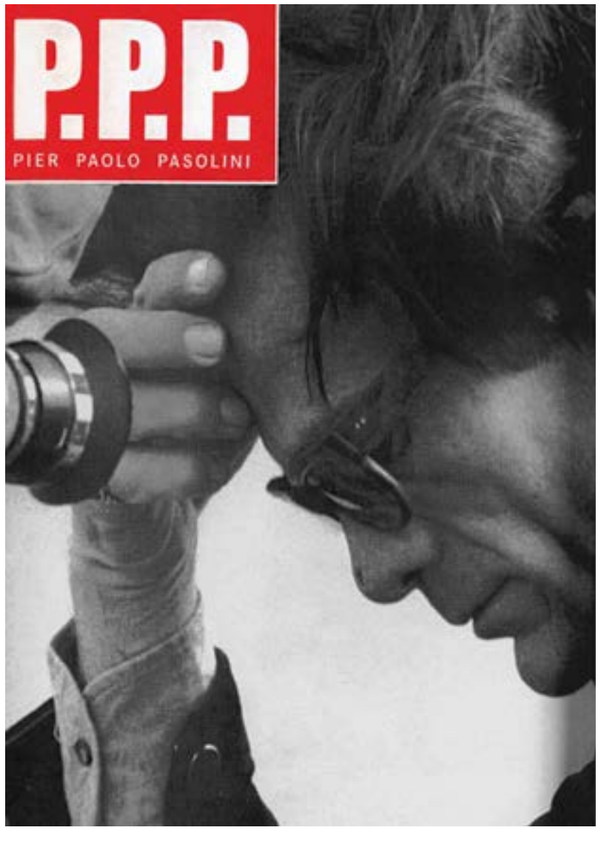
L'impegno dell'azienda nel mondo della cultura non è coinciso soltanto con le arti visive. Altri ambiti, quali la letteratura, la musica, il teatro e la poesia hanno costituito, per i fratelli Lucchetta, un vasto campo di interessi entro il quale operare con impegno e passione. Significativo è risultato l'interesse per la figura di Pier Paolo Pasolini, così come per il poeta Andrea Zanzotto.



Giuseppe Zigaina su Pier Paolo Pasolini

Il Gruppo Euromobil ha stimolato lo studio della poliedrica figura di Pier Paolo Pasolini sponsorizzando il volume *Dessins et peintures de P.P. Pasolini* con testi di Achille Bonito Oliva e Giuseppe Zigaina. L'intensa mole di studio e di ricerche che Zigaina ha rivolto negli anni alla figura di Pasolini è stata inoltre pubblicata dall'editore Marsilio grazie al contributo e al sostegno dei fratelli Lucchetta.

Tra i maggiori interpreti di Pasolini vi è l'artista Giuseppe Zigaina, riconosciuto tra i più importanti pittori della sua generazione ma anche noto per aver pubblicato alcuni saggi che hanno contributo a fornire nuove interpretazioni critiche e biografiche sull'opera del poeta. Oltre a occuparsi dell'intero corpus letterario, Giuseppe Zigaina ha dato corso a un'attenta analisi dei disegni e dell'opera pittorica di Pasolini. Si è occupato personalmente della loro catalogazione, del loro studio, e, in certi casi, del loro restauro. Tutta l'opera pittorica è stata poi esposta per la prima volta nel Museo di Roma in Palazzo Braschi e in seguito nei principali musei d'Europa e d'America



con la presentazione critica di Achille Bonito Oliva e il sostegno indispensabile del Gruppo Euromobil.

Esposizioni simili si sono avute anche a Madrid, presso l'Istituito Italiano di Cultura. Con il titolo "Pier Paolo Pasolini un misterio puramente intelectual" sono state esposte le fotografie del poeta che Zigaina ha realizzato negli anni della loro amicizia, e diversi disegni, come i numerosi ritratti di Maria Callas.

Tutto questo lavoro condotto da Zigaina sull'opera di Pier Paolo Pasolini – una produzione editoriale che è stata poi tradotta nelle principali lingue del mondo – non sarebbe stato possibile senza il continuo sostegno dei fratelli Lucchetta; ed è l'artista stesso a riconoscerlo: "hanno creduto in me con una fiducia che va al di là di ogni immaginazione. La loro è stata un'intuizione, più ancora, un'empatia verso il mio lavoro e la mia persona". Scrive, in seguito, Zigaina in un testo a loro dedicato:

"Ho sempre avuto, con il Gruppo Euromobil, dei rapporti di lavoro estremamente semplici, diretti e fondati su una reciproca stima. Ed essendo l'obiettivo di chi lo dirige il continuo perfezionamento dell'odierno design – che poi è una ricerca sull'estetica e nel contempo sulla funzionalità del prodotto industriale – la sensibilità dei quattro fratelli Lucchetta, tutti di antica origine artigiana, si è fatalmente estesa all'arte visiva e quindi a un collezionismo che, per la diversità delle scelte, dà testimonianza delle quattro distinte personalità di cui parlo.

Il primo a raccontarmi la storia del Gruppo è stato Andrea Zanzotto, il solitario poeta di Pieve di Soligo che condivide, visivamente, con i quattro fratelli il vasto territorio collinare che si espande a nord-ovest verso Treviso. Sono stati loro infatti, i quattro Lucchetta, a farmi ripensare a mio padre falegname che io – la sera, quand'ero bambino – vedevo sempre lavorare sotto una lampada che sembrava illuminare solo le sue mani, con la destra sempre fasciata. Così, quando più tardi mi accorsi che anche Antonio, il più grande dei fratelli, aveva una mano ferita, mi venne in mente il poeta-cantore Väinämöinen, che in un'isola sperduta dei Mari del Nord si era ferito costruendo la barca che doveva portarlo nella Valle di Giosafat.

Tanto che poi, per recuperare l'uso della mano e poter ultimare il suo lavoro, ha dovuto ricorrere alle tre parole magiche del Gigante Antero. C'è da dire che Pasolini, leggendo Mircea Eliade, lo storico delle religioni da lui più amato, ha scoperto che le vicende di Väinämöinen costituivano, in realtà, la 'ripetizione sacrale' del grande mito della seconda metà dell'VIII secolo a.C., e cioè quello di Giona.

E così, dato che a soli tre anni (come raccontava a tutti mia madre…) mi ero innamorato del 'mosaico dei pesci' della vicina Basilica di Aquileia, accade che un'estate abbia portato i quattro fratelli Lucchetta a vedere il mosaico che nel 1949 aveva folgorato Pasolini.

Dopo quel giorno, ho pensato che Pier Paolo, nel silenzio della basilica rotto soltanto dal tubare delle colombe, si è scoperto poeta, cantore e costruttore di barche, intese come mezzi di comunicazione mai prima concepiti da nessuno.

Il 'Trasumanar' di Pasolini dalla vita terrena alla vita vera del Dopo – un passaggio profetizzato dapprima per il 1969 e rinviato poi al 1975, per la tenerezza che sentiva per Maria Callas innamoratasi di lui – si è rivelato sul piano rituale come la 'terza ripetizione' del mito di Giona. Scrive l'autore in *Preghiera su commissione* (1969): 'L'ultima ripetizione nella catena delle ripetizioni'. In particolare, Pasolini scrive:

Perciò ho commissionato dei versi
per pregare dentro a questo spazio sacro
(dove, a dire il vero, non vado a piedi nudi).

[Versi che in sostanza significano: Perciò ho commissionato la mia morte: per pregare dentro al recinto sacro di Ostia (dove io, da cristiano delle origini, entrerò senza togliermi le scarpe.) Cosa che avrebbe fatto invece se fosse stato di religione musulmana; *n.d.r.*]

Solo che il poeta di Casarsa, per finire la sua barca, non è andato a chiedere le tre parole magiche al Gigante Antero – così come aveva fatto prima di lui Väinämöinen – ma a Dante Alighieri.

Le tre parole infatti sono quelle della seconda metà del verso 136 del XXX canto dell'Inferno: "Qual è colui che suo dannaggio sogna". Un verso di sette parole che Pasolini riduce a sei, che riprendono la domanda che egli stesso si pone in 'Battute sul cinema' di *Empirismo eretico*: 'Dovrò rendere conto, nella Valle di Giosafat, della debolezza della mia coscienza davanti alle attrazioni, che si identificano, della tecnica e del mito?'.

Quando l'autore, nell'ottavo capitolo di *Una disperata vitalità*, profetizza il luogo del suo martirio, pone il nome di Ostia (= vittima sacrificale) al centro della triade 'Ravenna, Ostia, Bombay'; e aggiunge che è uguale. Per dire, da una parte, che si trattava di tre ruderi di antiche civiltà sulle rive del mare, ma anche, dall'altra, per mettere in evidenza che a Ravenna, città dell'antico casato dei nobili Pasolini, era sepolto Dante Alighieri.

Una volta le barche, specie se a vela, erano quegli indispensabili mezzi di comunicazione che, se nell'estremo nord consentivano agli uomini solo di sopravvivere, facevano sì che gli abitanti di Alessandria d'Egitto, ad esempio, potessero raggiungere in soli dodici giorni Aquileia. Sennonché, mentre le barche di legno invecchiano irreparabilmente (e io, con Gaspare, ne so qualcosa!), la morte sacrificale di un autore come Pasolini, da lui stesso concepita, teorizzata e profetizzata come 'relogificazione' della totalità della sua opera-vita, sembrerebbe diventare invece, e proprio sul piano comunicativo, una barca, non dico veloce, ma estremamente sicura.

Per chiudere questa breve testimonianza in forma di fiaba, vorrei esortare i miei amici di Pieve di Soligo a rendere sempre più efficace la loro decisione di far conoscere al mondo la produzione del Gruppo Euromobil attraverso l'immagine di un grande poeta come Pier Paolo Pasolini. Perché lui, pur essendosi definito 'una forza del passato', si è rivelato, dopo la sua morte sacrificale, come un autore 'più moderno di ogni moderno'.

Il tutto sancito da questo fondamentale avvertimento: 'Nessuno potrà dire di conoscermi veramente se non dopo che io sarò morto'.

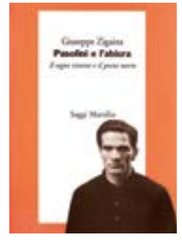
D'altra parte, nel secondo capitolo di *Una disperata vitalità* il nostro autore, ripeto, ha fatto precedere i suoi versi da questo corsivo tra parentesi: (*Senza dissolvenza, a stacco netto, mi rappresento in un atto – privo di precedenti storici – di 'industria culturale*).

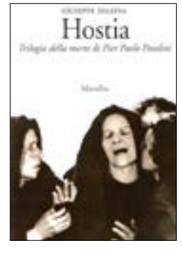
Dopo di che, sempre scherzando, ha detto la verità: 'Io volontariamente martirizzato…'".

Giuseppe Zigaina









Andrea Zanzotto

I fratelli Lucchetta si sono interessati anche all'opera e alla persona di Andrea Zanzotto, uno dei più significativi poeti contemporanei. Nato negli anni venti a Pieve di Soligo, è sempre rimasto intensamente attaccato alla sua terra, allontanandosene di rado. Scorrendo la sua biografia si nota facilmente come il legame con le origini ne abbia caratterizzato non solo la vita, ma tutta l'opera poetica. Ecco allora che fra tante presenze partecipative a mostre, eventi grandi e piccoli, in Italia e all'estero, c'è un costante apprezzamento per l'opera di Andrea Zanzotto con interventi di sostegno ad attività a lui legate. È lo stesso poeta a ricordare i rapporti amicali tra le due famiglie.

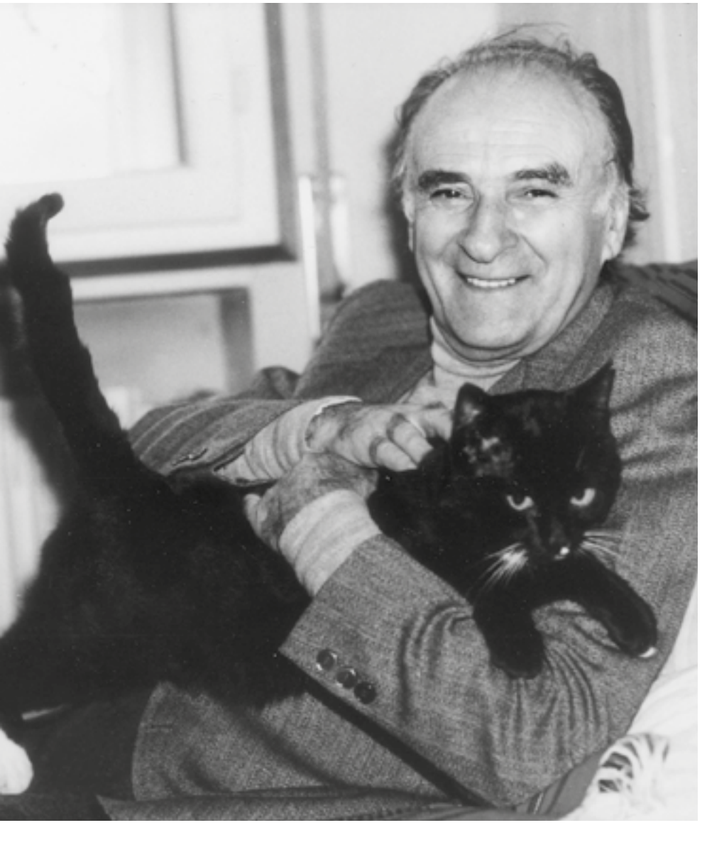
Ma partiamo dall'inizio di questa bella e larga "avventura", dalla vita semplice ma segnata da tante sofferenze, come per tutti nel periodo tra le due guerre, delle famiglie Lucchetta e Zanzotto.

Ricorda lo stesso poeta:

"Le famiglie di Giovanni e Carmela Zanzotto e di Luigi e Luigia Lucchetta si frequentavano, abitando tra la Cal Santa e il Borgo Stolfi, nella parte più vecchia del paese. Mio padre, Giovanni, era impegnato nell'affresco e nel restauro di chiese, ville, capitelli, e promotore di scuole comunali di avviamento professionale e d'arte sia a Pieve di Soligo (1946-1950) che, prima, a Santo Stefano di Cadore (Belluno) negli anni 1928-1930. Luigi Lucchetta intanto, coadiuvato dai figli, avviava un laboratorio di falegnameria che è diventato ben presto una realtà importante della Marca Trevigiana. Il figlio maggiore, Antonio, frequentò i corsi serali di disegno di mio padre, come molti dei futuri imprenditori della zona, e aggiungeva conoscenza alla pratica tradizionale dell'impresa di famiglia. I fratelli più giovani erano impegnati in corsi scolastici regolari che abilitavano alla dirigenza responsabile dei vari settori dell'industria in via di espansione, fornendo informazioni culturali aggiornate".

Così il Gruppo Euromobil si sviluppa e sostiene eventi culturali legati ai vari settori dell'arte e della letteratura e alle attività sportive (ciclismo, calcio, pallavolo e basket).

Per Zanzotto i Lucchetta sostengono l'uscita di cofanetti musicali (Rivo Alto) con testi del poeta e musiche di Mirco De Stefani, con concerti a Venezia nella prestigiosa sede della Fondazione Cini. "Contribuiscono altresì alla mia collaborazione con vari artisti; sono state prodotte cartelle d'arte e libri 'illustrati' da Vedova, Pizzinato, Dorazio, Pasolini, Schifano, Santomaso, Zotti, Giò Pomodoro, Murer, Carla Accardi, Zigaina, Fellini" (per il regista riminese Zanzotto ha scritto testi per tre film). Nel 2001, per gli ottant'anni del poeta, il Gruppo Euromobil, in collaborazione con la Fondazione Teatro La Fenice di Venezia, presenta a Pieve di Soligo *La più brutta opera di Giuseppe Verdi*, prodotta dal "Gran Teatrino La Fede delle Femmine" diretto da Margot Galante Garrone. Il poeta è presente nell'opera, in parte registrata come film,



Andrea Zanzotto nella sua casa di Pieve di Soligo.

a destra
I fratelli Lucchetta con le mogli festeggiano l'ottantesimo compleanno del poeta.



con un preludio a viva voce nella parte del padre di Giovanna D'Arco.

Nel 2006 il Gruppo Euromobil è a fianco di Regione del Veneto, Comune di Venezia, Fondazione Cini, Fondazione Querini Stampalia e Università Ca' Foscari per il Convegno internazionale di tre giornate, una a Pieve di Soligo e due a Venezia; intervengono studiosi di molte università e traduttori in francese, tedesco, inglese delle opere del poeta.

Proiezioni di video, mostre, concerti, spettacoli, nelle tre giornate, in diversi luoghi di Pieve e di Venezia accompagnano studiosi, amici e quanti amano il poeta e la sua opera di poesia, di narrativa, di critica letteraria, volta principalmente a cantare la bellezza del paesaggio via via rovinato da un mal inteso progresso: sempre più contro questo sfregio alla natura, e non solo nel suo territorio, si rivolge l'accorato appello di questo artista ormai isolato per età ma sempre più caro a tanti, tantissimi appassionati, studiosi e traduttori.

Infatti, proprio in questo 2008 che volge alla fine, per i suoi ottantasette anni, Andrea Zanzotto è stato festeggiato in relativa buona salute e con la mente e il cuore sempre protesi a continuare l'opera di salvaguardia della lingua minacciata dall'inglese globalizzante e della realtà umana e naturale, del cui fedele trasferimento alle future generazioni dobbiamo tutti sentirci responsabili. Così i fratelli Lucchetta gli sono stati vicini nelle manifestazioni culturali che con lui sono state proposte alla comunità in mezzo a cui vive. Il riconoscimento di giurie prestigiose e l'apprezzamento di un pubblico preparato ed esigente premiano gli sforzi appassionati di questi imprenditori che fanno onore a tutto il Paese.

Perché gli sforzi a dare sempre il meglio nel prodotto si accompagnano alla concreta valorizzazione e divulgazione dell'arte contemporanea. Ne fanno fede la promozione e il sostegno di molte mostre a livello internazionale: "all'arte guardiamo per crescere e migliorarci…" sostengono i dinamici fratelli Lucchetta, già seguiti in questi grandi propositi da figli e ormai quasi da nipoti.

Come testimonianza di stima e apprezzamento Zanzotto ha donato a Gaspare e fratelli questi epigrammi, per un impegno giocoso, per una ilarità riflessiva.

In questo progresso scorsoio
non so se vengo ingoiato
o se ingoio.

Un gran bisogno in giro ora si sente:
quello di un'assemblea prostituente.

Siedi con me
su divini divani:
così conoscerai
le mie modestie sessuali.

Dovunque il guardo giro
immenso caos ti vedo
per l'opre tue mi adiro
ti riconosco in me.

Il mondo gira male
perché spera di lucrare
anche sul proprio funerale.

Andrea e Marisa Zanzotto

Gran parte del capitolo e i testi in versi sono tratti da *Andrea Zanzotto e Euromobilarte*, in "l'Immaginazione", n. 2, Manni edizioni, San Cesario di Lecce, 30 maggio 2007, pp. 57-58.

Arte Fiera Bologna 2007, 2008 e 2009

"Essere sponsor di una grande mostra, così come sostenere l'attività di alcuni tra i più importanti artisti italiani, per noi ha significato, e sempre più significa, non solo offrire un contributo concreto, ma soprattutto riconoscere un'identità di ispirazione tra l'aspetto creativo del nostro lavoro e quello che ha portato alla genesi dei grandi capolavori dell'arte. Abbiamo perciò deciso di supportare Arte Fiera Art First 2007, per il notevole prestigio di tale evento, unitamente allo straordinario livello qualitativo delle opere proposte".

La scelta del Gruppo Euromobil di partecipare in qualità di main sponsor a una manifestazione di così grande interesse è indubbiamente legata all'importanza che essa assume in un contesto artistico di prestigio. Arte Fiera Bologna è infatti una delle prime e più importanti mostre-mercato internazionali. Diventa perciò significativa la scelta operata dai fratelli Lucchetta di comunicare il loro impegno nel mondo dell'arte contemporanea all'interno di una sede così prestigiosa. Nel corso dell'edizione del 2007 Euromobil accoglie i visitatori in uno spazio di sosta denominato "I luoghi dell'arte". Si tratta di una struttura articolata e modulare realizzata dagli architetti Roberto Gobbo ed Edoardo Gherardi. Al centro di un'ampia pedana trova posto un confortevole ambiente lounge, arredato con divani neri, mentre ai lati sono disposti alcuni totem con impresse le immagini delle maggiori sedi museali che hanno accolto i principali eventi artistici realizzati dal Gruppo Euromobil: il Musée du Louvre di Parigi con la mostra su Leonardo; il Guggenheim di Bilbao con l'installazione di Fabrizio Plessi; il Musée d'Orsay per la mostra sul dagherrotipo francese; il Museo Correr di Venezia nuovamente con Fabrizio Plessi e l'affascinante *WaterFire*; l'Ermitage di San Pietroburgo per l'esposizione di Augusto Murer nel 1986 e Alberto Biasi nel 2006; il Museo di Santa Giulia a Brescia, con le innumerevoli esposizioni curate da Marco Goldin e infine la Casa del Mantegna a Mantova con le





esposizioni di Alberto Biasi e Julio Le Parc. Fondamentale è stato inoltre il supporto comunicativo offerto dal critico Philippe Daverio: attraverso un filmato egli ha restituito al pubblico di visitatori il senso integrale dell'impegno appassionato che i fratelli Lucchetta e il Gruppo Euromobil stabiliscono con l'arte.

Nell'edizione del 2008 la presenza dell'azienda è segnata dal padiglione-installazione "I luoghi dell'arte e i luoghi del design". L'allestimento, completamente bianco, si contraddistingueva ancora una volta per eleganza e modernità. Al suo interno erano contenuti otto elementi d'arredo prodotti dal Gruppo Euromobil e realizzati da Marc Sadler, Roberto Gobbo, Edoardo Gherardi e Jai Jalan. Di grande effetto è risultata l'installazione *WaterFire* di Fabrizio Plessi, il quale è stato capace di trasformare, secondo la sua personale visione artistica, due componenti di design Euromobil per la cucina inserendo gli elementi dell'acqua e del fuoco virtuali, per mezzo di un monitor. A coronamento dell'ampio padiglione vi erano inoltre alcuni totem logo con schizzi di progetti, immagini e biografie di Marc Sadler, vincitore di tre Compassi d'Oro, Roberto Gobbo, da anni collaboratore del Gruppo Euromobil, e dei giovani Edoardo Gherardi e Jai Jalan, designer di origini indiane. Per quanto riguarda il connubio Arte Fiera & Gruppo Euromobil, è interessante registrare quanto ha sostenuto Aldo Colonetti, direttore scientifico dello IED e direttore della rivista "Ottagono", in occasione dell'edizione 2008: "La presenza di Euromobil in Arte Fiera, uno degli appuntamenti più importanti a livello internazionale dedicati all'arte, è un ulteriore segno del cambiamento che avviene nel rapporto tra arte, design e industria. Il modello progettuale è di grande interesse: un'azienda che costruisce valore e conoscenza con i suoi prodotti, senza dimenticare la ricerca, partecipando a iniziative, concorsi, sponsorizzazioni che mettono al centro la vocazione fondamentale: ovvero una costante e coerente ricerca in grado di migliorare il nostro modo di abitare". Nell'edizione



a sinistra
I fratelli Lucchetta insieme a Gianfranco Marabelli, Philippe Daverio e Fabrizio Plessi nello stand Euromobil di Arte Fiera 2007.

in alto
Stand Euromobil nell'edizione 2008.

a fianco
il sindaco di Bologna Sergio Cofferati, Philippe Daverio e il presidente della Fiera Internazionale di Bologna Luca Cordero di Montezemolo in visita allo stand.



Per il terzo anno consecutivo il Gruppo Euromobil è main sponsor di Arte Fiera Bologna. L'azienda veneta presenta un'inedita opera ottico-dinamica di Alberto Biasi che interagisce con i mobili di produzione Zalf, Désirée ed Euromobil, dando vita a originali e suggestive contaminazioni tra arte e design. La progettazione e l'allestimento dello stand sono dell'architetto Roberto Gobbo.

2009 il Gruppo Euromobil ha scelto di interagire con l'artista Alberto Biasi. Si sono perciò realizzati dei mobili di produzione del Gruppo assemblati con il *quadrato che rotola*, un'inedita opera ottico-dinamica di Biasi che ha dato vita a un'originale combinazione tra arte e design. L'allestimento, ideato dall'architetto Gobbo, comprendeva gli ultimi ritrovati d'arredo dell'azienda, come la poltrona Kara di Marc Sadler, un blocco cucina automatizzato, un divano e un letto ideati da Roberto Semprini e i giovani Edoardo Gherardi e Jai Jalan, rivestiti con tessuti che riproducevano la sequenza dinamica del *quadrato che rotola*. Intervento ottico-cinetico che compariva con grande efficacia anche sul fronte di un armadio con ante scorrevoli.



Il Premio Euromobil

Il Premio Euromobil è stato istituito a partire dall'edizione 2007 di Art First Bologna e viene assegnato a un'artista, italiano o straniero, che non abbia superato i trent'anni di età. Questo consente ai quattro fratelli Lucchetta di accogliere le molteplici espressioni della creatività contemporanea e insieme di riconoscere il contributo di giovani talenti per l'arte e per il design. Al vincitore del premio viene infatti offerta la possibilità di esprimere il proprio talento artistico nell'ideazione di un prodotto di arredamento con marchio Euromobil. In occasione della prima edizione del Premio la giuria, che comprendeva i quattro fratelli Lucchetta, il critico d'arte Flaminio Gualdoni, l'esperto di design Aldo Colonetti, Philippe Daverio e l'architetto Roberto Gobbo, ha premiato l'opera *Babylon Plant*, una video-installazione del ventiseienne artista ceco Jakub Nepras. Nel 2008 hanno fatto parte della giuria anche Silvia Evangelisti, direttore di Arte Fiera Art First e il direttore del MAMBO Gianfranco Maraniello. Dopo aver vagliato le opere di circa venti artisti presentati da sedici gallerie internazionali, il Premio Euromobil under trenta è stato aggiudicato all'italiano Paolo Maggis, con l'opera *Ballon's Boy*. Paolo Maggis è nato e cresciuto a Milano ma attualmente vive e lavora tra Berlino e Barcellona. Nonostante la giovane età, le sue opere sono già state esposte in varie personali tra Colonia, Berlino, Barcellona, Tampa, Baden Baden e Milano.



L'edizione del 2009 ha visto sensibilmente crescere la partecipazione delle gallerie. "Segnale, questo – hanno commentato i fratelli Lucchetta – da un lato del crescente prestigio del Premio, dall'altro della tendenza delle gallerie a puntare sempre più sugli artisti under trenta. Un'evoluzione che pensiamo sia stata catalizzata anche dal nostro Premio".

La giuria, che oltre ai fratelli Lucchetta comprendeva Silvia Evangelisti, Aldo Colonetti, i critici d'arte Beatrice Buscaroli e Walter Guadagnini e l'architetto Roberto Gobbo, ha preso visione di cinquantasette opere presentate da ventotto gallerie internazionali e ha ritenuto meritevole del premio Lars Teichmann, nato nel 1980 nella ex Germania dell'Est e candidato dalla Galerie Kunstagenten di Berlino con l'opera *Island of the Godfather*.

La giuria ha inoltre ritenuto opportuno segnalare le opere di altri tre artisti: Luca Pozzi con *Convitto a Casa Levi*, Jennifer Taylor con *Untitled* e Roberto De Polis con *Alma 3*.



in alto
L'assegnazione del Premio Euromobil 2008 a Paolo Maggis per l'opera *Ballon's Boy*. Da sinistra Roberto Gobbo, Fiorenzo e Gaspare Lucchetta, Aldo Colonetti, Philippe Daverio, Silvia Evangelisti, Paolo Maggis, Giancarlo e Antonio Lucchetta.

in basso
L'opera vincitrice dell'edizione 2009, *Island of the Godfather* dell'artista tedesco Lars Teichmann.

Trent'anni di mostre d'arte in tutto il mondo

1983 Passau, Germania
Die Galerie am Steinweg
Carmelo Zotti

1985 Stra, Venezia
Villa Pisani
Ottorino Stefani

San Pietroburgo
Ermitage
Augusto Murer

1986 Noale, Venezia
Palazzo della Loggia
Domenico Boscolo Natta

Falcade
Studio Museo
Augusto Murer

Milano
Teatro Nazionale
Franco Murer

1987 Venezia
Scuola Grande di San Giovanni Evangelista
"I Cinque"
Gianni Ambrogio
Lino Dinetto
Luigi Rincicotti
Ottorino Stefani
Carmelo Zotti

Parigi
Galerie Bernanos
"I Cinque"
Gianni Ambrogio
Lino Dinetto
Luigi Rincicotti
Ottorino Stefani
Carmelo Zotti

Asolo
Museo civico e Teatro Pio X
"I Cinque"
Gianni Ambrogio
Lino Dinetto
Luigi Rincicotti
Ottorino Stefani
Carmelo Zotti

Roma
Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo
Saverio Barbaro

Montebelluna
Piccola barchessa Manin
Aldo Dorella

Falcade
Studio museo
Augusto Murer

Montebelluna
Piccola Barchessa Manin
Ottorino Stefani

1988 Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
"I Cinque"
Gianni Ambrogio
Lino Dinetto
Luigi Rincicotti
Ottorino Stefani
Carmelo Zotti

Cortina d'Ampezzo
Galleria Cristallo
Lino Dinetto

Este
Chiesa di San Valentino
Lino Dinetto

Treviso
Galleria del Libro
Lino Dinetto

1989 Roma
Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo
"I Cinque"
Gianni Ambrogio
Lino Dinetto
Luigi Rincicotti
Ottorino Stefani
Carmelo Zotti

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Giuseppe Basso

Imola
Chiostro di San Domenico
Renzo Biasion

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Piero Guccione

Mosca
Casa dei Letterati
Pier Paolo Pasolini

Treviso
Palazzo dei Trecento
Luigi Rincicotti

Messina
Il Sagittario
Luigi Rincicotti

Lughignano
Chiesa di villa Cornaro
"Via Crucis 16 pittori veneti"

1991 Piazzola sul Brenta
Villa Contarini
Gianni Ambrogio

Asolo
Grafica Mozartiana
Giancarlo Bettis

Auronzo di Cadore
Giancarlo Bettis

Motta di Livenza
La Loggia
Giancarlo Bettis

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Luigi Cillo

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Girolamo Ciulla

Parigi
Maison de l'Unesco
Gino Silvestri

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Francesco Stefanini

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"40 disegni per *Le confessioni di un italiano*"
Giuseppe Zigaina

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Incisioni 1965-1990"
Giuseppe Zigaina

Pirano, Iugoslavia
Oblane Galerije
Carmelo Zotti

Venezia
Galleria Fidesarte
Carmelo Zotti

Castelfranco
Galleria Flavio Stocco
Carmelo Zotti

1992 Roma
Palazzo Braschi
Gianni Ambrogio

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Attilio Forgioli

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Ruggero Savinio

1993 Verona
Galleria Ghelfi
Nag Arnoldi

Montebelluna
Accademia Montelliana
Renzo Biasion, Disegni

Montebelluna
Accademia Montelliana
Renzo Biasion, Incisioni

Bratislava, Slovacchia
Gruppo artistico Lipany
Ivan Bukovsky

Caerano San Marco
Villa Benzi
Jan Heller
Ivan Bukovsky

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Giancarlo Ossola

Madrid
Istituto Italiano di Cultura
Pier Paolo Pasolini

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Carmelo Zotti

1994 Rabat
Galerie Nationale Bab Rouah
Saverio Barbaro

Marrakech
Palais Bahia
Saverio Barbaro

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Franco Dugo

Venezia
Galleria Fidesarte
Ennio Finzi

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Vincenzo Nucci

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Franco Sarnari

Boulogne-sur-Seine, Parigi
Galleria Arts
Gino Silvestri

1995 Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Romano Abate

Oderzo
Sede comunale
Domenico Boscolo Natta

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Piero Guccione

Neede, Olanda
Needien Gallery
Raffaele Rossi

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Piero Vignozzi

Venezia
Ca' Pesaro
Carmelo Zotti

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Figure della Pittura"

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Pittura come Pittura"

1996 Venezia
Consiglio regionale
Brigitte Brand

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Giorgio Celiberti

Treviso
Casa dei Carraresi
Luigi Rincicotti

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Graham Sutherland

1997 Venezia
Stazione ferroviaria
Santa Lucia
Saverio Barbaro

Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Monet a Morandi"
Venezia
Galleria Fidesarte
Ennio Finzi
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Mario Raciti
Stra, Venezia
Villa Foscarini-Rossi
Raffaele Rossi
Stra, Venezia
Villa Foscarini-Rossi
Franco Sarnari
Stra, Venezia
Villa Foscarini-Rossi
Ruggero Savinio
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Ottorino Stefani
Lestans, Sequals
Villa Savorgnan
Carmelo Zotti

1998 Feltre
Città di Feltre
Natalino Andolfatto
Treviso
Casa dei Carraresi
Saverio Barbaro
Parigi
Camera di Commercio
Italiana per la Francia
Mario Consoli
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Luca Crocicchi
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Fattori a Burri"
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Van Gogh a Bacon"
Solighetto
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Angelo Lorenzon
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Francesco Savini
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Mario Schifano
Treviso
Casa dei Carraresi
Alessandro Verdi
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Claudio Verna
Gallarate
Civica Galleria d'Arte
Moderna
Carmelo Zotti

Ortona
Palazzo Farnese
Carmelo Zotti
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"1988–1998. Una
donazione per un
nuovo museo"

1999 Padova
Palazzo Zabarella
Romano Abate
Slovenia
Castello di Predjama
Saverio Barbaro
Possagno, Bassano
Museo gipsoteca canoviano
Saverio Barbaro
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Vasco Bendini
Cappella Maggiore
Comune
Luigi Cillo
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Fabrizio Clerici
Treviso
Casa dei Carraresi
"Da Cézanne a Mondrian"
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Morlotti a Guccione"
Treviso
Casa dei Carraresi
Franco Dugo
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Gianfranco Ferroni
Treviso
Casa dei Carraresi
Andrea Gotti
Treviso
Casa dei Carraresi
Vincenzo Nucci
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Arnaldo Pizzinato
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Franco Sarnari
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Guido Strazza
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Sulla pittura"
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"L'elogio del pastello"

2000 Lubiana
Istituto Jozef Stefan
Saverio Barbaro

Caorle
Centro civico comunale
Saverio Barbaro
Vittorio Veneto
Ex ghetto ebraico
Brand & Zotti
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Courbet a Manet"
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Paolo Del Giudice
Caorle
Centro civico comunale
Ennio Finzi
L'aquila
Castello cinquecentesco
Ennio Finzi e
Riccardo Licata
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Piero Guccione
Treviso
Casa dei Carraresi
"La nascita
dell'Impressionismo"
Treviso
Casa dei Carraresi
Angelo Lorenzon
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Loreto Martina
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Serena Nono
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Piero Ruggeri
Trieste
Museo civico Revoltella
Giuseppe Zigaina
Toronto
Centro Siena
Giuseppe Zigaina
Caorle
Centro civico comunale
Carmelo Zotti

2001 Bassano del Grappa
Museo biblioteca archivio
Natalino Andolfatto
Maribor
Università di Maribor
Saverio Barbaro
Amburgo
Galleria dell'Istituto
Italiano di Cultura
Saverio Barbaro
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Saverio Barbaro

Caorle, Venezia
Centro civico comunale
Brigitte Brand
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Brigitte Brand
Pieve di Cento, Bologna
Museo d'Arte Bargellini
Ennio Finzi
Carmelo Zotti
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Andrea Gotti
Treviso
Casa dei Carraresi
Claude Monet
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Claudio Olivieri
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Franco Pedrina
Vienna
Sammlung Essl
Fabrizio Plessi
Venezia
Museo Correr
Fabrizio Plessi
Treviso
Casa dei Carraresi
Mario Raciti
Treviso
Casa dei Carraresi
Piero Ruggeri
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Franco Sarnari
Piero Guccione
Caorle, Venezia
Centro civico comunale
Francesco Stefanini
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Carmelo Zotti

2002 Scharding, Austria
Kulturverein
Saverio Barbaro
Stra, Venezia
Villa Pisani
Saverio Barbaro
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Da Ca' Pesaro a Morandi"
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Ennio Finzi
Spoleto
Palazzo Racani Aronni
Ennio Finzi

Roma
San Salvatore in Lauro
Ennio Finzi
Roma
San Salvatore in Lauro
Julio Le Parc
Horacio Garcia Rossi
Hugo Demarco
Arezzo
Galleria d'Arte
Contemporanea
Riccardo Licata
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
Claude Monet
Conegliano
Palazzo Sarcinelli
"Per amore"
Roma
Scuderie del Quirinale
Fabrizio Plessi
Treviso
Casa dei Carraresi
Francesco Stefanini
Treviso
Casa dei Carraresi
Vincent Van Gogh
Mestre
Galleria Fidesarte
Carmelo Zotti

2003 Bilbao
Museo Guggenheim
Fabrizio Plessi
Amburgo
Kulturforum Burgkloster
Saverio Barbaro
Wolfsburg
Istituto Italiano di Cultura
Saverio Barbaro
Lubecca
Kulturforum Burgkloster
Saverio Barbaro
Rostok
Kunstverein
zu Rostok Galerie
Saverio Barbaro
Roma
San Salvatore in Lauro
Alberto Biasi
Venezia
Galleria Contini – Aperto
Fernando Botero
Possagno
Gipsoteca
Antonio Canova
Stra, Venezia
Villa Pisani
Franco Costalonga
Ben Ormenese
Belluno
Palazzo Crepadona
"Da Corot a Monet"

Belluno
Palazzo Crepadona
"Da Van Gogh a Picasso"
Milano
Museo della Permanente
Attilio Forgioli
Cortina d'Ampezzo
Galleria d'Arte Contini
Virgilio Guidi
Parigi
Musée d'Orsay
"Il dagherrotipo"
Torino
Circolo degli Artisti
Palazzo Graneri
Julio Le Parc
Spoleto
Galleria Civica d'Arte
Moderna
Julio Le Parc
Horacio Garcia Rossi
Hugo Demarco
Urbino
Palazzo Ducale
Julio Le Parc
Parigi
Musée du Louvre
Leonardo da Vinci
Urbino
Palazzo Ducale
Riccardo Licata

2004 Sacile, Pordenone
Palazzo Regazzoni
Flangini Billia
Riccardo Licata
Treviso
Casa dei Carraresi
"Loro e l'azzurro"
Gorizia
Palazzo Attems
Zoran Music
Milano
Palazzo del Senato
Horacio Garcia Rossi
Urbino
Palazzo Ducale
Horacio Garcia Rossi
Julio Le Parc
Cittadella
Palazzo Pretorio
Carmelo Zotti
San Gimignano, Siena
Galleria d'Arte Moderna
e Contemporanea
"Raffaele de Grada"
Carmelo Zotti
Sacile
Palazzo Regazzoni
Flangini Billia
Alberto Biasi
Urbino
Palazzo Ducale
Alberto Biasi

Arezzo
Galleria d'Arte Moderna
Alberto Biasi
Julio Le Parc
Genova
Archivio di Stato,
Complesso
monumentale di
Sant'Ignazio
Alberto Biasi
Paolo Conti
Franco Costalonga
Hugo Demarco
Horacio Garcia Rossi
Julio Le Parc
Manfredo Massironi
François Morellet
Ben Ormenese
Francisco Sobrino
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Dürer a Rembrandt
a Morandi"
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Raffaelo a Ceruti"
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Rembrandt a Morandi"
Pordenone
Comune
"Da Venezia alla Venezia
Giulia"
Arezzo
Museo Civico d'Arte
Moderna e Contemporanea
Hugo Demarco
Horacio Garcia Rossi
Milano
Museo della Permanente
André Derain
Milano
Palazzo del Senato
Julio Le Parc
Genova
Complesso monumentale
di Sant'Ignazio
Riccardo Licata
Napoli
Castel dell'Ovo
Riccardo Licata
Barcellona
Museu Marítim
Riccardo Licata
Brescia
Museo di Santa Giulia
Mario Mafai
Brescia
Museo di Santa Giulia
Claude Monet

Spoleto
Galleria d'Arte Moderna
Gino Morandis
Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
Ben Ormenese
Trieste
Museo Revoltella
Paolo Patelli
Berlino
Martin Gropius Bau
Fabrizio Plessi
Brescia
Museo di Santa Giulia
Gino Rossi
Brescia
Museo di Santa Giulia
Tiziano

2005 Pergine, Trento
Castello di Pergine
Romano Abate
Erice, Trapani
Wigner Institute
Alberto Biasi
Mantova
Casa del Mantegna
Alberto Biasi
Julio Le Parc
Bruxelles
Parlamento Europeo
Alberto Biasi
Riccardo Licata
Berlino
Ambasciata d'Italia
Alberto Biasi
Riccardo Licata
Brescia
Castello Piccolo Miglio
Roberto Casiraghi
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Romanino e Moretto
a Ceruti"
Stra, Venezia
Villa Pisani
Hugo De Marco
Brescia
Museo di Santa Giulia
Filippo De Pisis
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Dürer a Dugo"
Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
Albrecht Dürer
Urbino
Palazzo Ducale
Ennio Finzi

Brescia
Museo di Santa Giulia
Riccardo Francalancia

Brescia
Museo di Santa Giulia
Gauguin – Van Gogh

Brescia
Castello Grande Miglio
Piero Guccione

Porto
Palacio da Bolsa
Riccardo Licata

Perugia
Galleria Nazionale
dell'Umbria
Riccardo Licata

Roma
Museo Nazionale di Castel
Sant'Angelo
Riccardo Licata

Palermo
Loggiato San Bartolomeo
Riccardo Licata

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Francesco Michielin

Brescia
Museo di Santa Giulia
Jean-François Millet

Milano
Palazzo del Senato
Gino Morandis

Innsbruck
Università
Ben Ormenese

Monaco di Baviera
Pinakotek der Moderne
Hatje Cantz
Pier Paolo Pasolini

Brescia
Castello Giardini
Augusto Perez

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Franco Polizzi

Brescia
Pinacoteca Tosio
Martinengo
"Da Romanino e Moretto
a Ceruti"

Stra, Venezia
Villa Pisani
Horacio Garcia Rossi

Cervia, Ravenna
Museo della Civiltà
Salinara
Horacio Garcia Rossi

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Franco Sarnari

Milano
Palazzo del Senato
Francisco Sobrino

Milano
Museo della Permanente
Giuseppe Zigaina

2006

Pordenone
Musei Civici
Afro Basaldella

Udine
Galleria d'Arte Moderna
Afro Basaldella

Bruges
Groeninge Museum
Pablo Atchugarry

Treviso
Museo di Santa Caterina
Bacci & Morandis

Slovenia
Castello di Bistrika
Saverio Barbaro

Santa Maria di Sala,
Vicenza
Villa Farsetti
Saverio Barbaro

Cavallino Treporti
Loc. Ca' Savio
Saverio Barbaro

Palermo
Loggiato San Bartolomeo
Alberto Biasi

San Pietroburgo
Ermitage
Alberto Biasi

Conegliano
Casa Museo Del Cima
Giorgio Celiberti

Lubiana
Castello
Franco Costalonga

Milano
Museo Fondazione
"Luciana Matalon"
Franco Costalonga

Palermo
Loggiato San Bartolomeo
Ennio Finzi

Praga
Manes Gallery
Ennio Finzi
Gino Morandis

Brescia
Castello Grande Miglio
Attilio Forgioli

Portogruaro
Galleria Comunale
di Arte Contemporanea
Ai Molini
Luciano Gaspari

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Alberto Gianquinto

Brescia
Castello Grande Miglio
Carlo Guarienti

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Pierluigi Lavagnino

Atene
Galleria della Società
letteraria Parnassos
Riccardo Licata

Brescia
Museo di Santa Giulia
Osvaldo Licini

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Loreto Martina

Milano
Museo della Permanente
Arturo Martini

Brescia
Museo di Santa Giulia
Piet Mondrian

Venezia
Biblioteca Nazionale
Marciana
Gino Morandis

Brescia
Castello Grande Miglio
Claudio Olivieri

Roma
San Salvatore in Lauro
Ben Ormenese

Milano
Palazzo del Senato
Ben Ormenese

Praga
Manes Gallery
Ben Ormenese
Francisco Sobrino

Brescia
Museo di Santa Giulia
Fausto Pirandello

Augsburg
Museum H2
Fabrizio Plessi

Cosenza
Biblioteca Nazionale
Horacio Garcia Rossi

Lubiana
Galleria Civica d'Arte
Moderna
Horacio Garcia Rossi

Brescia
Castello Piccolo Miglio
Piero Ruggeri

Stra, Venezia
Villa Pisani
Francisco Sobrino

Verona
Galleria d'Arte
Giorgio Ghelfi
Ottorino Stefani

Brescia
Museo di Santa Giulia
"Turner e gli
Impressionisti"

Milano
Museo della Permanente
"Disegni dalla Civica
raccolta del Disegno
di Salò"

Milano
Museo della Permanente
"Silenzio e splendore
del segno"

2007

Curitiba
Museu Niemeyer
Pablo Atchugarry

Feltre
Piazza Maggiore
Romano Abate

Brescia
Museo di Santa Giulia
"America!"

Parigi
Galerie Denise René
Natalino Andolfatto

Brescia
Lagorio Arte
Contemporanea
Pablo Atchugarry

Brasilia
Centro Cultural Banco
do Brasil
Pablo Atchugarry

San Paolo del Brasile
Museu Brasileiro
da Escoltura
Pablo Atchugarry

Brignano Gera d'Adda
Palazzo Visconti
Saverio Barbaro

Barcellona
Museo della Cattedrale
Alberto Biasi

Perugia
Galleria Nazionale Umbra
Alberto Biasi

Stra, Venezia
Villa Pisani
Alberto Biasi

Cervia, Ravenna
Magazzini del Sale
"Biasi, Conti, Sobrino,
Tornquist"

Zagabria
Galleria d'Arte Moderna
"Cinetismo Internazionale"

Napoli
Palazzo Reale
Ennio Finzi
Gino Morandis

Brescia
Museo di Santa Giulia
Piero Guccione

Treviso
Museo di Santa Caterina
Virgilio Guidi
Mario Deluigi

Ivrea
Olivetti H
"Il Cinetismo sub Cisalpino"

Venezia
Biblioteca Marciana
Riccardo Licata

Milano
Biblioteca Nazionale
Braidense
Riccardo Licata

Lussemburgo
Orangerie Musée du
Luxembourg
Licata Riccardo

Bari
Castello Svevo
Riccardo Licata
Gino Morandis

Brescia
Museo di Santa Giulia
Francesco Michielin

Palermo
Loggiato San Bartolomeo
Ben Ormenese

Lubiana
Galleria d'Arte Moderna
"Ormenese – Tornquist"

Cesena
Galleria Comunale d'Arte
ex Peschiera
Fernando Picenni

Brescia
Museo di Santa Giulia
Giuseppe Puglisi

Erice, Trapani
Fondazine Majorana
Horacio Garcia Rossi

Palermo
Loggiato San Bartolomeo
Horacio Garcia Rossi

Roma
Castel Sant'Angelo
Horacio Garcia Rossi

Perugia
Galleria Nazionale Umbra
Horacio Garcia Rossi

Treviso
Museo di Santa Caterina
"Tancredi – Finzi"

Milano
Museo Fondazione
"Luciana Matalon"
Jorrit Tornquist

Brescia
Museo di Santa Giulia
Velasco Vitali

Milano
Museo della Permanente
Carmelo Zotti

Potenza
Palazzo Loffredo
Carmelo Zotti

2008

Montevideo
El Museo Nacional
de Artes Visuales
Pablo Atchugarry

Amburgo
Istituto Italiano di Cultura
Saverio Barbaro

Regensburg, Germania
Kulturhaus Regenstauf
Saverio Barbaro

Belluno
Palazzo delle Contesse
Alberto Biasi

Cosenza
Biblioteca Nazionale
Franco Costalonga

Treviso
Museo di Santa Caterina
Luciano Gaspari e
Riccardo Licata

Mosca
Museo d'Arte Moderna
Riccardo Licata

Baden Baden
Dampfbad Altes
Paolo Maggis

Portogruaro
Galleria d'Arte
Contemporanea Ai Molini
Paolo Patelli

San Pietroburgo
Ermitage
"Horatio Garcia Rossi
e il G.R.A.V."

Reggio Emilia
Palazzo Magnani
Piero Ruggeri

Brescia
Museo di Santa Giulia
Raimondo Sirotti

Montebelluna
Sala Consiliare
Ottorino Stefani

Treviso
Ca' da Noal
Ottorino Stefani

Reggio Emilia
Palazzo Magnani
Francesco Stefanini

Roma
San Salvatore in Lauro
Jorrit Tornquist

Brescia
Museo di Santa Giulia
Vincent Van Gogh

Treviso
Museo di Santa Caterina
Vinicio Vianello, Bruna
Gasparini, Saverio Rampin

Brescia
Museo di Santa Giulia
Giuseppe Zigaina

Brescia
Museo di Santa Giulia
Carmelo Zotti

Bologna
Esprit Nouveau
Carmelo Zotti

Fiume
Museo d'Arte Moderna
Carmelo Zotti

Pirano
Obalne Galerije
Carmelo Zotti

2009

New York
Chelsea Art Museum
Carmelo Zotti

Venezia, Biennale
Internazionale d'Arte
Chiesa di Santa Marta
Ennio Finzi
Franco Batacchi
Ferruccio Gard
Riccardo Licata
Gianmaria Potenza
Santorossi
Livio Seguso
Ottorino Stefani

Venezia, Biennale
Internazionale d'Arte
Arsenale
Alessandro Verdi

Venezia
Museo Correr
Carmelo Zotti

Venezia
Magazzino del Sale
"Carmelo Zotti & allievi"

Solighetto, Treviso
Villa Brandolini
Centro di Cultura F. Fabbri
"Oltre il paesaggio"

Lubiana
Galleria Civica d'Arte
Moderna
Alberto Biasi

Roma
Museo Nazionale
di Palazzo Venezia
Riccardo Licata

Rimini
Castel Sismondo
"Da Rembrandt a Gauguin
a Picasso. Capolavori dal
Museum of Fine Arts
di Boston"

Perugia
Galleria Nazionale Umbra
Palazzo dei Priori
Jorrit Tornquist

Rimini
Castel Sismondo
"Pittura d'Italia"

Venezia
Palazzo Ducale
Riccardo Licata

Torino
Museo Promotrice delle
Belle Arti
Riccardo Licata

Padova
Museo del Santo
"Da Munari a Biasi"

Genova
Palazzo Reale
Alberto Biasi

Caorle
Virgilio Guidi

Roma
Museo Mastroianni
(Complesso S.S. in Lauro)
Fernando Picenni

Praga
Istituto Italiano di Cultura
Ben Ormenese

Treviso
Museo di Santa Caterina
Alberto Biasi
Marina Apollonio

Trieste
Museo Revoltella
Gino Morandis

Lubiana
Galleria Nazionale
Alberto Biasi

Sacile
Palazzo Regazzoni
Flangini Billia
Ben Ormenese

Rimini
sedi varie
"Piero della Francesca
e i tesori dell'arte
a Rimini"

Lo sport grande amore

Tante storielle insieme fanno un romanzo d'amore

Andiamo a esplorare i nomi, i numeri di quello che è un romanzo d'amore di una famiglia con lo sport. Nomi e numeri che, per chi sa già come sistemarli nella partitura dei fratelli Lucchetta, del lavoro dei Lucchetta, sono parole e musica. Un intervento, questo nostro, che ha la pretesa di essere sportivo anch'esso: cioè chiaro, semplice, onesto, leale, intenso e al tempo stesso leggero, perché nello sport tutto ha da essere fatto, se necessario, con la bava alla bocca, ma tutto deve essere riconducibile al sorriso sulle labbra.

La chiave di lettura è questa: i quattro fratelli sono sportivi dentro. Facile, per chi fa il giornalista sportivo da oltre mezzo secolo, accorgersene al primo contatto, certificarselo con poche essenziali domande fra l'amichevole doveroso e l'inquisitorio necessario, alimentarsi dentro la convinzione della sportività stessa, convinzione che si evolve in sicurezza a mano a mano che la conversazione procede. Non hanno potuto praticare lo sport perché assorbiti troppo presto dal lavoro, dalle preoccupazioni e, ma sì, dai successi nel lavoro, successi che qualcuno chiama guadagni, qualcun altro investimenti, qualcun altro esito logico di una dedizione, qualcun altro fortuna di chi però compra, faticando, molti biglietti della lotteria, qualcun altro missione compiuta ma intanto sempre da compiere.

Fra chi vorrebbe praticare lo sport ma non può, o non ha potuto negli anni giusti, ci sono quelli che si ritengono con lo sport stesso in credito teorico: si sentivano "portati", gli volevano dare tutto, lo hanno fatto idealmente, sognandosi campioni, ma presto li ha "svegliati" e assorbiti il lavoro, bello e dannato. Altrimenti… Poi ci sono quelli, pochi ma ottimi, i quattro Lucchetta e la tribù mica folta dei loro simili, che con lo sport si sentono comunque in debito, non fosse altro che per la dose di sogni che lo sport stesso ha loro fornito e continua a fornire. Costoro diventano sponsor per pagare nella maniera magari più elementare e quasi quasi banale, volgare ma sicuramente meglio comprensibile che esista, cioè con i soldi, questa sorta di loro dipendenza onirica permanente. Di solito praticano l'amore riconoscente prima che la passione travolgente: ed è un bene, per loro ma ancor più per lo sport che aiutano, assistono, nutrono, incrementano e intanto non sformano o deformano.

Antonio Lucchetta, il maggiore dei quattro fratelli, è stato tifoso "caldo" di Gino Bartali, come circa metà degli italiani, anche prima che al Giro d'Italia del 1940 si profilasse – naso lungo, gambe sottili, addirittura cicognesche, fisico da scorfano se giù dalla bicicletta – Fausto Coppi, l'altra metà del duello. Erano apparentemente in perfetta antitesi, quei due campioni, e soltanto una rilettura del loro rapporto potrebbe "ricollocarli" nella storia del Paese, oltre che nella cronaca dello sport, come due

Due date importanti: 28 luglio 1976 – 31 dicembre 1998. Nasce, cresce, si spegne il primo gruppo ciclistico intitolato all'Euromobil. È ciclismo amatoriale, i Lucchetta gradiscono comunque l'esperienza e, quando il gruppo si scioglierà, sarà già in piedi da quindici anni il sodalizio Lucchetta-Fior, per un altro ciclismo che però è fratello di questo della foto. Foto a colori stinti, foto in cui gente già anziana contagia di ciclismo da pedalate domenicali gente giovane, foto tenera e "santa" anche se parla di amore di gruppo.





amici, due attori molto naturali e poco commedianti, due uomini tesi nello stesso modo, che percorrono le stesse strade (anche in senso reale) per guidare l'Italia delle macerie. Era l'Italia che si ricostruiva dopo la guerra anche con l'orgoglio ritrovato, la speranza rinata, la voglia di tornare in alto, almeno nei primi cieli della dignità, incarnata dai suoi campioni, e specialmente da quelli del popolare e in certi momenti e situazioni persino popolaresco ciclismo.

Dicono che i due, al centro e a destra nella foto, assomigliano ognuno a suo padre in maniera forte, quasi lancinante. E siccome si tratta di padri famosi, vi facciamo giocare al gioco di indovinare. Fatto? Un aiutino: uno è il figlio di Bartali, l'altro è il figlio di Coppi, Euromobil li ha riuniti per il 25° della squadra. Andrea Bartali è quello a sinistra, Faustino Coppi è quello a destra. Portano due cognomi da mitica e da mistica insieme, dovunque vadano si sentono dire di essere eredi di un credito: perché Bartali e Coppi diedero tanto all'Italia delle macerie, agli italiani di allora, nonni e padri di quelli di adesso.

Bartaliano comunque Antonio Lucchetta, felice e provvido "colpevole" del primo avvicinamento della famiglia allo sport, attraverso appunto il ciclismo. Correva l'anno 1976 e presero a correre, in blande prove per cicloamatori, quelli del Gruppo Ciclistico Euromobil Cucine Componibili Falzè di Piave, alcuni erano anche dipendenti dell'azienda che fece in fretta a connotare il paese.

Da allora la sponsorizzazione della famiglia prese due vie ben distinte, ancorché entrambe nella stessa direzione, quella dell'aiuto allo sport, dell'incoraggiamento allo sport, che a mano a mano che pativa o godeva cambiamenti vedeva sempre più impreziosita ma anche intaccata o addirittura attaccata la sua essenza primigenia. La prima via quella del ciclismo, dove nel 1983 si consolidò, nero su bianco ma anche e soprattutto cuore con cuore, cervello con cervello, spirito con spirito, il sodalizio con Giancarlo ed Egidio Fior, nomi già fortissimi nel ciclismo veneto dilettantistico e padri, più che di una squadra, di una famiglia di "pedalatori" che trovavano in quel certo gruppo sportivo un ambiente ottimale, entusiasmi massimi, competenza spinta e anche – perché no? – soldi giusti, santi e giusti, benedetti e giusti, per far pedalare i ragazzi in sanità e pienezza di intenti, senza dover patire troppi agguati o troppe dure incombenze della vita.

Quindici anni dopo la nascita del sodalizio Lucchetta-Fior si spense dolcemente – anno 1998, passate ventidue stagioni di bicicletta e amicizia – la squadra, diciamo, aziendale dei cicloamatori del 1976, come assorbita da nuove strade e da nuove occasioni di passione.

L'altra via, sempre nello sport, è quella di un sentiero abbastanza inventato, occasionale, però con belle e panoramiche piazzole. È un sentiero che passa attraverso tante altre discipline, calcio compreso; le piazzole sono eventi importanti o personaggi significativi. Quando lo sport ti spinge anche dal di dentro, vai in ogni direzione, magari sembra che barcolli e invece sei semplicemente libero di farti attirare qua e là.

Così, ecco dal 1981 l'interessamento alla Pievigina, la squadra di calcio di Pieve di Soligo, nata nel 1924, punto di riferimento calcistico per tutta una placca di territorio definibile come Quartiere del Piave, ovviamente club che guarda ai giovani, e dunque addirittura club promosso a "satellite e vivaio" dell'Atalanta. Il marchio Euromobil compare per la prima volta sulle maglie della Pievigina nella stagione 1982-1983, in serie D. Basta un anno e già la squadra vince il campionato, passa in C2, vive quello che è banale ma anche giusto definire grande storico climax, resiste contro compagini che portano nomi da Gotha del calcio, come Venezia, Novara e Vicenza (attenzione, in quegli anni Pieve di Soligo aveva appena novemila abitanti), poi retrocede in serie D nel campionato 1986-1987, dopo tre anni

Non vi aiutiamo con la fornitura di nomi, chi li sa li metta a posto sulle rispettive facce e si mette insieme la storia, la storia della Pievigina, la squadra di calcio che i fratelli Lucchetta hanno contornato di aiuti e, nella foto, anche di se stessi, due per lato, in piedi. Molto facile con il calcio lasciare giù troppi soldi, e lasciare giù anche ideali, speranze. La sua stretta può essere pitonesca, per reggerla bisogna essere un poco anguille, saper schizzar lontani da certe situazioni. La Pievigina ha fatto le sue belle cose, con i suoi bravi giocatori, nei momenti giusti, ha conosciuto il buono, il brutto e il cattivo di quel western che è il gioco del pallone, in Italia un gioco dei meno giocosi che ci siano. Un bel ricordo, anche perché giusto e ammaestrante di confini e di affanni.



passati nel mondo del professionismo senza subire malattie gravi e irreversibili.

Nel 1989-1990, con il successo nel campionato, è di nuovo la promozione in C2. Un anno, un'altra retrocessione, nel 1992 ancora un gradino più giù, l'Eccellenza, tornando in serie D dopo gli spareggi. Fine della sponsorizzazione all'insegna dell' "è stato bello, ragazzi". Anni e anni di unione non soltanto di un nome all'altro.

Due i nomi grossi cullati dal calcio pievigino: Andrea Seno, prima nel gran bel Foggia del grande Zeman e poi nell'Inter, e Dario Hubner, capace di quasi vent'anni di carriera, in C e in B e anche nel Milan per una tournée nordamericana. Hubner, triestino di Muggia, è arrivato al calcio del club di Pieve di Soligo già a vent'anni, ne ha appiccicati in carriera quasi altri venti, arrivando a farsi ipotizzare, lui chiamato "Bisonte", lui col vizio forte del goal, per la Nazionale massima. Brescia, Piacenza, Ancona, Perugia per la serie A, capocannoniere con la maglia del Piacenza, in coabitazione con Trezeguet della Juventus nel campionato 2001-2002, 24 le reti. Hubner, didascalico e anche didattico, ha praticato il calcio come se si fosse trattato di una corsa ciclistica a tappe, con i trasferimenti, i traguardi (anche statistici, nel suo caso), il senso di un combattimento continuo, il senso anzi il sentimento della squadra, del gruppo, la coltivazione quasi maniacale della buona salute atletica e morale, intesa anche come obbligo di non "deludere" la natura provvida, di non tradire le doti avute in grazioso omaggio alla nascita (scegliersi bene i genitori è la premessa per diventare bravi nello sport).

Arte-sport-sponsor nel giardino dei sentieri incrociati

Non finisce qui la storia delle sponsorizzazioni di famiglia, ce ne sono altre, ne diremo più avanti. Intanto teniamo aperta una domanda, che per chi scrive o quanto meno descrive è anche una sfida: il versante artistico delle sponsorizzazioni dei Lucchetta, versante che occupa gran parte di questa pubblicazione, è in rapporto stretto o quanto meno intenso e inevitabile con il versante sportivo? Aiutare un atleta è come finanziare una esposizione di Picasso o di un paesaggista di casa tua?



Un arrivo in volata di gara ciclistica è una liofilizzazione di tanta vita: e non solo, no, per il riso di chi vince e il *rictus* di chi perde, ma per tutto il coro: gli altri corridori, quelli rassegnati e quelli che ancora sperano che la strada deflagri sotto le ruote dei primi e la vittoria si offra a loro.







Ma come si fa a essere così contenti di aver perso? Basta il fatto che abbia vinto il compagno? Pare che nel ciclismo, e specialmente nel ciclismo targato Euromobil, certi miracoli siano possibili, anzi non siano miracoli, siano soltanto (soltanto?) comportamenti umani validi, siano comportamenti "sportivi". Non importano i nomi dei due, importa che il primo si celebri al cielo e il secondo celebri il primo e tutti e due ringrazino la vita e noi ci si goda un'immagine che è, in senso anche sacrale, di sport bello e puro.

Senza l'aiuto all'arte non ci sarebbe stato aiuto allo sport, e viceversa?

Non ci appartiene la presunzione di avere la risposta. Siamo certi che comunque pochi possono chiarirne bene il rapporto, o il non rapporto. Casomai auspichiamo un libro che tratti dell'argomento, partendo da Falzè di Piave e andando in giro per il mondo. Dove – ecco quello che ci sentiamo di dire – come i Lucchetta ce ne sono pochi, pochissimi. Ricordiamo che le arti figurative si soffermano comunque poco sullo sport (gira e rigira si finisce troppo spesso dalle parti del discobolo di Mirone, un *déjà-vu* che ha compiuto 2500 anni), e se ai tempi nostri viene facile dire che lo sport abbonda di una sua iconografia, che si chiama poi documentazione perfetta, sia essa fotografia o film o televisione, questo non ha nulla a che vedere con l'arte. Il tema è arduo. Ci piacerebbe – ecco – saper spiegare perché Fausto Coppi, scorfano giù di sella, messo in bicicletta pare inventato da un pittore sublime che sappia tutto e delle forme e delle armonie e dei conseguenti passaggi dell'immagine dentro i cuori e i cervelli di quelli che lo rimirano. Ci piacerebbe, *amen, requiem.*

Ma è quasi tempo di tornare a casa, la casa sportiva dei quattro fratelli Lucchetta. Però prima vogliamo fare un giro nelle sponsorizzazioni, teoriche e pratiche, un giro intorno e se possibile anche dentro lo sponsor, prototipo e poi archetipo e adesso tipo umano comunque strano. Il "manuale del bravo sponsor" non esiste e francamente non sappiamo chi potrebbe scriverlo e come; possono però esistere alcune notazioni utili.

Lo sponsor nello sport è sempre esistito, però una volta non si chiamava sponsor. È stato a lungo una figura imprecisata, mimetizzata, camuffata. E tuttora non è precisa, chiara, univoca. Gli sono stati attribuiti i massimi meriti e gli sono stati inflitti i massimi demeriti. "Devo tutto allo sponsor", dice il campione vittorioso, e sottintende un rapporto affettuoso, giorni di crisi superati grazie a un aiuto umano, intenso, sanissimo: macché soldi, buone parole. I soldi ci sono ma in certi casi non contano niente, in altri contano poco, comunque contano sempre meno di quel che si pensi e in ogni caso è sbagliato dire che sono tutto (sfumature dialettiche praticate ormai con perizia, e qualche volta persino con sincerità). "Lo sponsor non può chiedermi troppo", dice il campione sconfitto, e sottintende lo stress, l'urgenza della prestazione, magari anche l'adozione di pratiche chimiche onde dare il massimo al momento giusto. Ma dice anche quanto lo sponsor sia diventato importante o addirittura ingombrante.

In oltre mezzo secolo di giornalismo sportivo abbiamo conosciuto centinaia di sponsor: ora in carne e ossa, ora incarnati in una sigla, che vive magari nella carne inquieta di un loro uomo-pierre, di un pubblicitario. Abbiamo conosciuto sponsor algidi, caldissimi, calcolatori, generosi, scientifici, appassionatissimi, travolgenti, sconvolgenti, coinvolgenti, ignoranti, competenti, cinici, geniali, fessi. Pensiamo che si tratti di una categoria poliedrica, e il poliedro in questo caso ha infinite sfaccettature. Non arriviamo a sentenziare se lo sponsor, nell'insieme della sua ormai millenaria attività (per esempio ai primi Giochi Olimpici in Grecia nel 776 avanti Cristo, chi era – perché quasi sicuramente c'era – lo sponsor di Corebo, chi lo aveva aiutato a essere il migliore podista per la prima gara di corsa?), sia stato, fatti tutti i conti, un bene o un male per lo sport. Il quesito è ozioso, come quando si è di fronte a un dato di fatto, imprescindibile, vitale, e troppo si disquisisce su di esso, sulla sua origine e sulle sue finalità. È un bene o un male l'acqua? C'è, ci serve, se non ci fosse moriremmo tutti, se non ci fosse mai stata saremmo anatomicamente, fisicamente diversi da quelli che siamo. Per questo sport che stiamo vivendo lo sponsor è l'acqua: di fonte, di sorgente, di ruscello, di lago, di fiume, di mare… Ogni tanto tracima, esonda, inonda, sommerge, sconvolge. Ogni tanto c'è appena l'acqua che basta per dissetare. Ogni tanto è pioggia, ogni tanto è fango.

Si dice che lo sport è metafora della vita, ma forse per molti sponsor la vita è metafora dello sport. In gioventù questi signori sponsor hanno conosciuto, amato o comunque apprezzato degli sportivi la capacità di soffrire, di resistere, di superarsi; sono cresciuti e sono diventati nel lavoro come atleti dello sport, campioni del successo, e sono tornati allo sport da sponsor signori (non è un gioco di parole). Per dargli soldi sentimentali, soldi di riconoscenza o quanto meno di riconoscimento. Sono gli sponsor migliori. Altri sono arrivati allo sport in memoria di una pratica sportiva nella loro gioventù, e cercano di vestire con i loro nomi e cognomi atleti importanti, perché possono vedersi rappresentati, interpretati, impersonati in quelli che avrebbero voluto essere. Non possono essere definiti come gli sponsor migliori perché dello sport che fu loro sanno tanto, sanno in eccesso, e allora diventano o troppo esigenti o troppo comprensivi. Sono comunque sponsor buoni, validi, duttili, in certi casi ottimi. Ci sono davvero tanti tipi di sponsor, esistenti e in fieri, e la tipologia rischia di risultare sfiancante,



La grande nemica della bicicletta è l'automobile. Una foto ciclistica di gruppo, anno 1999, in cui un pedalatore, un campione del mondo, sta sopra l'auto, quasi a sottometterla, rischia di avere forte valore emblematico. Ma non esageriamo: l'auto è l'ammiraglia, Ivan Basso iridato Under 23 l'anno prima è come delegato dai suoi compagni in maglia Zalf Fior Désirée a impersonare, se non una rivincita, una gerarchia che vale almeno nel tempo delle gare. Quando cioè l'auto è proprio soltanto di servizio e trasporta altri servizi, organici o inorganici, dal direttore sportivo ai meccanici, dalle biciclette di riserva ai pneumatici.



Arrivando a Varese, campionati del mondo 2008, secondo nella prova seconda soltanto a quella dei professionisti, il ciclista della Zalf Simone Ponzi – nella fotografia in pieno climax di volata vincente, altra gara – si è coperto di pugni (sulle gambe, sul petto), e per poco non si è stracciato la maglia azzurra della Nazionale italiana. Voleva vincere, doveva vincere. E poteva vincere? Un colombiano è scattato al momento giusto e ha tenuto sino sul traguardo un vantaggio piccolo, ma sufficiente eccome per far la cosiddetta storia. Ponzi ha dominato la volata dei battuti con rabbia e facilità. Dicono che nel ciclismo spesso il secondo posto è peggiore dell'ultimo, e ci sono dei momenti in cui si ha una voglia maledetta di spartire un assioma che è anche un verdetto. Ma il Ponzi di Varese può essere lasciato indietro da una bella carriera, intanto che il Ponzi di questa grande fotografia sarà agganciato e ulteriormente "ingrandito" dal Ponzi che vincerà altre gare importanti, e magari farà scagliare pugni masochisti agli avversari.

Otto campioni del mondo, e non solo…

Otto titoli mondiali, otto immagini di festa per sei persone (due hanno vinto due volte), otto successi conseguiti quando questi stessi atleti gareggiavano per la squadra chiamata Zalf, ergo erano dei nostri, come è giusto precisare, come è bello precisare: mica sempre il bello e il giusto coincidono, anzi, ma stavolta sì. Ogni fotografia reca le coordinate, il chi e il come, il cosa e il quando.



Mirko Gualdi
Campione del Mondo
1990, Utsunomiya, Giappone



Daniele Pontoni
Campione del Mondo ciclocross
1992, Leeds, Inghilterra



Cristian Salvato
Campione del Mondo 4 x 100 km
1993, Oslo, Norvegia



Cristian Salvato
Campione del Mondo 4 x 100 km
1994, Palermo, Italia



Giuliano Figueras
Titolo mondiale militare
1995, L'Aquila, Italia





Giuliano Figueras
Campione del Mondo
1996, Lugano, Svizzera



Kurt Asle Arvesen, norvegese
Campione del Mondo
1997, San Sebastián, Spagna



Ivan Basso
Campione del Mondo
1998, Valkenburg, Olanda



Fiorenzo e Giancarlo Lucchetta,
Egidio Fior, Gaspare Lucchetta,
Giancarlo Fior, Antonio Lucchetta.
Celebrazione del 25° anniversario
del Gruppo Euromobil,
Castelfranco Veneto, 1997

Tanti ciclisti della Zalf (cioè anche Désirée, Fior, Euromobil: parole e musica, parole diverse ancorché sorelle, e la stessa bella musica) sono diventati professionisti, dopo avere preso il giusto slancio, e alcuni di loro hanno vinto gare mondiali e Giri d'Italia, hanno come suoi dirsi scalato la celebrità. I nomi sono quelli di Maurizio Fondriest e di Alessandro Ballan per l'iride, di Damiano Cunego, di Paolo Savoldelli e di Ivan Basso per la maglia rosa. Vittorie fra i professionisti, quando ormai questi campioni viaggiavano per altre strade, senza però mai dimenticarsi di quando pedalavano per altri sentieri, o comunque senza che se ne dimenticassero quelli che, al tempo buono, erano stati mentori, padri, maestri, sponsor. Gli sponsor poi posano con le biciclette dei loro campioni e riescono ad apparire più soddisfatti che imbarazzati.

tanto è vasta da percorrere. Possiamo saltare, in pura chiave di esemplificazione, allo sponsor peggiore ancorché a suo modo ortodosso, quello che chiede allo sport unicamente visibilità per il proprio marchio, o per se stesso, o per il marchio che porta lo stesso suo nome. Trattasi di sponsor calcolatore, investitore. Magari il suo entusiasmo in caso di vittoria è più vistoso di ogni altro entusiasmo, perché gratificato, dilatato, gonfiato da una immediata piena valutazione (è arrivato, il nostro uomo, allo sport sapendo che una medaglia d'oro olimpica o mondiale vale tanto, un Tour de France vale tanto, una maglia tricolore vale tanto…). Sicuramente il suo disappunto in caso di sconfitta è il più grande di tutti, perché i "danni" sono immediatamente quantificabili e non c'è l'anestetico della passione "quantunque, comunque".



I giornalisti di ciclismo non riescono a capire come mai, all'arrivo di certe gare anche importantissime, i corridori vittoriosi, invece di cercare coloro che garantiscono interviste e notorietà supplementare o magari nata proprio lì in quel momento, i media insomma, cercano dei signori che loro conoscono eccome, dicono grazie con tutto il cuore e sono felici di mettersi in posa per una fotografia che non è assolutamente ufficiale. Qui Ivan Basso ha appena finito la cerimonia della premiazione mondiale (1998 a Valkenburg, Olanda) e sta con i fratelli Lucchetta ed Egidio Fior, sta non in posa, perché non c'è nulla di formale, sta davanti a un certo mondo più che all'obiettivo: è la musealizzazione fotografica di un rapporto di affetto. Basso è uno che ha vinto anche per questa gente che gli ha dato supporti morali e materiali. Fra poco le interviste, e un altro Basso dirà ai giornalisti le cose che vorranno sentirsi dire.

Ma adesso passo alla prima persona singolare e approdo ai fratelli Lucchetta, che mi sono stati presentati come sponsor di arte e di ciclismo. Io concepisco la pratica dell'arte come una splendida passione sfibrante, sia per il suo esecutore che per l'appassionato che vede, guarda, visiona, esplora le sue opere. Conoscevo la sindrome di Stendhal in presa diretta, personale, molto prima di sapere cosa fosse, e mi ricordo immobile a prova anche di puntura di calabrone davanti al *Nageur aveugle* di Max Ernst: il nuotatore cieco lì al Louvre ero io, quando da ragazzo facevo competizioni di nuoto in campi di gara ricavati dentro laghetti e stagni, e siccome non si vedeva il fondo tanto valeva mulinare il mio povero *crawl* a occhi chiusi; non rischiavo fango o anche girini che mi accecassero davvero. Per me ciclismo e arte possono avere la stessa valenza passionale, viscerale e dunque anche fisica. Ma vado anche al di là, oso addirittura addentrarmi in una considerazione morale: per me il ciclismo è davvero qualcosa di compiuto e di completo, se uno è ciclofilo ha parecchie chiavi, che si chiamano fatica, umiltà, sacrificio, lealtà, colleganza, semplicità e via elencando sempre in positivo, utili per aprirgli tutto il resto



Conoscendo la sportività dei fratelli Lucchetta diciamo, senza tema di smentite, che questa fotografia apparirebbe bellissima anche a loro, persino nel caso che non ci fossero loro ciclisti in bellissima evidenza. Perché amano il ciclismo, amano la loro terra con case e fiumi e ponti vecchi e nuovi e scenografia di monti laggiù, amano lo sport e l'arte che può benissimo essere anche arte fotografica. La fotografia certifica del ciclismo la sua capacità di stare dentro qualsiasi panorama e a sua volta di "fare" panorama, panorama mobile su un fondale panoramico nobile, in questa occasione. E non è un gioco di parole.



del mondo, o quanto meno il resto del suo mondo. In parole assai povere, sono certo che se uno è ciclofilo trova facile o non tremendamente difficile essere una brava persona, trova semplice e bello e canonico e fisiologico essere onesto, trova cosa buona e giusta essere appassionato ma intanto non essere, con questa sua passione, prevaricatore di qualsiasi passione altrui, essere insomma democraticamente appassionato (si pensi alla passione hooligana per il calcio, a come e quanto essa dittatorialmente si sovrapponga sovente e comunque in misura e con frequenza inquietante a ogni altra passione, compresa quella amorosa classica, compresa quella eventuale per l'onestà, il rispetto dei sentimenti altrui, il rispetto delle regole…).

Premessa: il mio incontro con i Lucchetta è avvenuto su basi strettamente operative e contrattuali. Dopo pochi minuti parlavamo di Bartali e Coppi, dopo poche ore era come se ci salutassimo ai piedi dello Zoncolan e ognuno andasse a cercare la sua postazione ideale per veder passare i corridori, con l'impegno di riferire poi agli altri cosa aveva visto. Il sodalizio repente fra il giornalista sportivo teoricamente scafato, se non altro da una militanza lunga più di mezzo secolo, e i quattro fratelli, sicuramente adusi alle navigazioni aziendali, perigliose e dunque necessitanti di cautela nei rapporti, non ha nulla di strano se il fondale, la scenografia è di genere ciclistico: per gli inverni pigri in cui i pedalatori accumulano grasso e i loro sodali accumulano colesterolo. Tante volte il mondo del ciclismo viene preso in giro (e intanto invidiato, ma sì) per le sue frequenti, canoniche aggregazioni a tavola, e la mirabile canzone *Bartali*, di Paolo Conte, difetta di una sola cosa: l'attenzione a questa caratteristica godereccia ed

I dilettanti cadono proprio come i professionisti, al massimo ci può essere una diversa abitudine, una maturazione di difese e di riflessi, ma a un certo punto l'asfalto diventa uguale per tutti. Chi ama il ciclismo trepida quando i corridori si gettano sul traguardo contendendosi i millimetri. Cade Marco Bandiera della Désirée Zalf, cade con un "nemico" che diventa immediatamente fratello di sventura e di avventura, forse cade anche un compagno di Bandiera, mentre quelli che hanno ancora spazio da gestire frenano, abbozzano, slalomano, imprecano. È il ciclismo, bellezza dove davvero pagare sulla propria pelle spesso non è un modo di dire.

esistenziale dei ciclofili. Qualcuno la interpreta come una memoria di povertà antica, anche di quell'altro ieri che si chiamò guerra e immediato dopoguerra. Possibile. Comunque il ciclofilo ha fame, è vorace, come d'altronde è, in misura poi assai maggiore, il ciclista, il pedalatore.
Sembra quasi che il ciclismo sia una continua transumanza delle sue genti verso tavole apparecchiate e rifornite di cibarie, verso piramidi di panini, verso fontane magiche e nutritive, verso approdi solenni di prime seconde e terze colazioni.

Se provvisto di un anche minimo fiuto, lo sponsor ciclistico è uno che si mette subito a tavola, che fa subito mettere tutti a tavola. Non è un caso che il grande e grosso e grasso ciclismo dei Lucchetta abbia celebrato la sua festa di matrimonio con quello dei Fior in un ristorante-santuario del Veneto.

Lì, a tavola (ovvio), mentre correva l'anno 1983, i fratelli mobilieri e gli osti padroni di casa decisero di fare le cose insieme.

Stupirsi sarebbe strano, come meravigliarsi di quando i credenti si riuniscono tutti insieme, in chiesa, per nutrire di preghiere in coro la loro fede comune.

Lo sponsor, l'essere e soprattutto il non essere

Ci sono due cose – penso, credo – che l'uomo tende a nascondere, prescindendo dalla stessa valutazione morale. A nascondere neanche per gelosia, per timore che altri le vedano. Semplicemente perché nascondendole possono essere godute meglio: il fruitore clandestino è sempre un fruitore privilegiato, lui solo sa dov'è il cibo che mangia e quali sono le spezie migliori, se comincia a parlarne è finita, perdere l'esclusività significa dovere spartire il piacere del gusto e psicologicamente perderne un bel po'. Le due cose – che poi non sono cose – sono il peccato e la passione. Lo sponsor malato di sponsorite acuta, vera, non strumentale, non funzionale, non mercantile, tende a non dirsi sponsor, a non farsi sapere sponsor. I Lucchetta mi hanno quasi subito fatto capire che non ambiscono ad apparire troppo, nella parte iconografica di questo libro, a fianco dei loro atleti. Quasi quasi vorrebbero che si dicesse di loro come di benevoli e benefici fantasmi, di provvidi ologrammi, che affiancano pudicamente le immagini che contano. E non c'è falsa modestia, né l'ipocrisia astuta del chiedere poco per aver tutto (una sorta di premio alla timidezza calcolatrice), e meno che mai calcolo sottile dell'importanza di limitare le apparizioni, le epifanie, per impreziosirle. Pensiamo davvero che una caratterizzazione, una narrazione, una presentazione dei fratelli Lucchetta possa e debba partire da una rassegna di vari tipi di sponsor, al di là delle definizioni sommarie già date, semplicemente per arrivare a dire come sono loro – i Lucchetta – attraverso il meccanismo dell'esclusione. E cioè: adesso vi elenchiamo e vi offriamo anche nei dettagli vari tipi di sponsor; assimilate tutto, schiaritevi le idee, e alla fine eseguite la semplicissima operazione di decidere che i Lucchetta sono diversi davvero dagli sponsor raccontati abitualmente. Così, anche se non arrivate a capire del tutto – il loro raccontatore assolutamente non è perfetto – come sono, almeno potete capire come non sono, e questo è già un bel passo in avanti sul terreno della conoscenza.



Un'altra premiazione? Ma sì, un'altra. Ancora i fratelli Lucchetta con il campione dell'anno! È così: e poi mica è una colpa vincere, mica è una colpa premiare chi vince. Sì, la routine, il già fatto, il *déjà-vu*. Ma anche il piacere di premiare ed essere premiati, il dovere di "imbalsamare" anche così un'impresa forte, un ricordo bello. Il premiato è il ciclista ucraino Jaroslav Popoviych: ha vinto due volte il Premio Tuttobici-Euromobil, assegnato da una rivista specializzata e dal mondo che sapete. Qui siamo in un collegio di Pieve di Soligo (Balbi-Valier). Da sinistra Pier Augusto Stagi direttore della rivista, Antonio Lucchetta, Popoviych, Gaspare, Fiorenzo e Giancarlo fratelli di Antonio. Dopo la premiazione sempre un dibattito sul ciclismo, una specie di rituale che diventa un bel rito, anche perché si finisce allargandosi in un dibattito sulla vita. Basta procedere a ruota libera.

Lo sponsor chiassoso

Può essere l'industriale o comunque il mecenate di grande notorietà, o anche quello che si appoggia allo sport per conquistare questa grande notorietà. Lui è molto presente accanto ai suoi atleti, anzi ai suoi campioni (così dice, o così gli dicono quelli che lo hanno portato alla sponsorizzazione), quando vincono e persino quando non vincono, anche se è decisamente meno bello. Lui, che di colpo si è fatto avvocato per difenderli, predicatore per diffonderli, censore (dei peccati altrui) per proteggerli. È di solito molto cercato dai giornalisti e da altre categorie di paggi, questo sponsor: garantisce inviti a pranzo, a cena, regali di Natale, quasi sempre l'invio di suoi prodotti o facilitazioni assortite per l'acquisto dei prodotti stessi. Subito tutto il gruppo, tutta la combriccola passa al tu, nel nome, si capisce, dello sport che è affratellamento repente, anche se non sempre fratellanza sicura, consolidata. Lo sponsor di questo tipo è di solito assai caldo, persino ardente: il che significa, nella maggior parte dei casi, che si consuma presto. Fu l'antesignano, poi è stato l'omologo, quindi è diventato l'epigono dello sponsor che ha avuto l'idealizzazione massima e la concretizzazione assoluta in Giovanni Borghi, l'uomo della Ignis, il gestore di ciclismo, tennis, basket e boxe ad alto livello internazionale, per conto del suo marchio famoso. Era un grande appassionato, che tutto sommato ha fatto un gran bene allo sport in senso materiale (denaro) e morale (entusiasmo, fiducia, allegria); peccato che cercasse complici del suo vizio del gioco d'azzardo regalando *fiches* di celebri casinò – in località raggiunte da qualche grossa manifestazione sportiva – anche ai giornalisti, che andavano a cambiarle anziché a giocarle.



Lo sponsor riservato

In certi casi non lo si conosce nemmeno, conta il marchio, il nome del prodotto. Al massimo c'è un suo rappresentante, che può anche essere un parente stretto, magari un figlio apprendista *tycoon*, oppure un dirigente, un funzionario in cui lui, lo sponsor, crede, o ancora un dirigente, un funzionario in cui lui, lo sponsor, non crede e allora lo distacca allo sport dove tanto "basta poco per essere bravi" (parliamo ovviamente del rappresentante dello sponsor al seguito dell'evento sportivo). Il basso profilo è dovuto o a una reale indifferenza sentimentale verso lo sport, o verso quello sport scelto soltanto per ragioni di visibilità pubblicitaria, o a una effettiva ignoranza della questione tutta, o addirittura a una sorta di timidezza. Uno sponsor di questo tipo può essere snidato soltanto da molti successi, o da molti insuccessi. Da eventi cioè che a un certo punto lo obblighino a intervenire in prima persona, e pazienza se sovente molto ma molto singolare.

Lo sponsor appassionatissimo

Sta nello sport, magari nel ciclismo, perché questo appartiene ai suoi sogni segreti, alle sue fantasie di ragazzino. Non gli par vero contattare (e contrattare) adesso campioni succeduti a quelli delle sue voglie e veglie oniriche di gioventù, ma comunque provenienti dalla stessa tribù. Ama autenticamente lo sport, specie quel determinato sport, e accetta persino di andare in televisione, posto che a priori gli fa tanta paura, pur di far sapere che è lì – per esempio al seguito del Giro d'Italia, un *must* – in piena beatitudine, in piena realizzazione di un sogno che così forte mai avrebbe creduto di poter concretizzare, vivere, frequentare, interpretare, persino condizionare. Felice di poter lasciare il lavoro, ed è tutto dire.

Cercare visi noti nelle fotografie di premiazioni, pranzi sociali, feste assortite, riconoscere il campione, riconoscere l'amico di quella volta e quella sola, fermarsi su una faccia e sapere che si dovrebbe sapere il nome del suo titolare, però il nome sfugge, inutile anzi disastroso frugare la memoria, oppure procedere per tentativi, ma anche impossibile rimandare la ricerca… Foto che diventano incubo, e ti fanno capire quel personaggio di Oscar Wilde che, imbarazzato per non aver subito riconosciuto la persona illustre che lo salutava, si scusò così: "Mi spiace, signore, di non avervi subito riconosciuto. Ma, sa, io sono molto cambiato". Per la cronaca, qui è facile il riconoscimento: due fratelli Luchetta sul lato sinistro e uno sul lato destro, al centro Franco Ballerini CT azzurro, alla sua destra Ivan Basso, alla sua sinistra Damiano Cunego, entrambi appena svezzati.



Paolo Valenti è stato giornalista di sport, tantissimo calcio e di ciclismo quel che basta per far nascere un amore fisso, durevole. Valenti ogni tanto faceva visita ai Lucchetta (due dei fratelli sono in questa foto) ed era sempre come se si offrisse una gita salubre nella pineta dei forti ricordi, dei buoni sentimenti.



La bella donna in mezzo ai fratelli Lucchetta è stata Miss Italia, adesso è un personaggio importante di una televisione leggera ma (speriamo) sincera. Una che esce dal lucore del video e viene a trovarci nelle nostre case, con una grazia da Miss Tappa permanente che quasi quasi chiede scusa se ha anche altro da fare oltre che sorridere al popolo della bicicletta.



Grande calciatore e grande calci-attore, nel senso di favoloso interprete di qualcosa che per altri è soltanto una summa di pedate, Nils Liedholm, svedese del Monferrato, astemio di nascita ma "vinto" dal vino di cui è diventato produttore, alza con i Lucchetta un bicchiere di bianco. Liedholm non è più tra noi, ma il suo sorriso si perpetua uscendo dall'immagine e pervade di ricordi sereni e dolci chi lo conobbe, chi brindò con lui all'amicizia e alla reciproca stima, con serenità umana e con speciale letizia sportiva.

Lo sponsor calcolatore

Anche: c'è, eccome. È lì col portafoglio aperto perché qualche pubblicitario lo ha convinto, qualche amico lo ha spinto; è lì perché sa di avere bisogno di visibilità per il suo marchio o per se stesso: nel primo caso va sul ciclismo, che tutto sommato dà molto in cambio di poco, nel secondo va sul calcio, che in cambio di moltissimo dà qualcosa che è difficile da quantificare ma sicuramente importantissimo e sfruttabilissimo sul piano personale. Rispetto ad altri sponsor lui considera lo sport esattamente come il muro di una città: se ci metto sopra dei grandi manifesti, se spalmo il nome del mio prodotto su ics metri quadrati con un investimento di ics euro, alla fine l'operazione deve rendermi anche in denaro. Trattasi di ragionamento lecito e secondo alcuni persino doveroso e saggio, ma trattasi anche della grande negazione dello sport: in cui non è detto, non deve essere detto che Tizio (più forte, meglio seguito, più motivato magari proprio dal denaro dello sponsor) debba battere Caio, ma in cui anzi il bello consiste nel fatto che Caio al via di qualsiasi gara possa battere Tizio, inventandosi campione, approfittando di una debolezza dell'avversario, sfruttando situazioni contingenti e a priori estranee a tutti e due, insomma rovesciando, come si suol dire, il pronostico. Un ragionamento simile appartiene ai grandi *tycoons*, che spesso sono dei finti appassionati, almeno in partenza (esiste per fortuna l'ipotesi felice del contagio): mettono denaro nello sport per avere risultati e poi, se i risultati non arrivano o se il denaro sborsato è così tanto da non permettere né una marcia indietro indolore né un'autocritica in caso appunto di insuccessi, finiscono per appassionarsi, recitando con realismo la parte di tifosi. Perché non hanno altro da fare, se criticassero lo sport che non dà quello che industrialmente era previsto criticherebbero se stessi, ammetterebbero i loro errori di misura, di valutazione, di presunzione, di incompetenza. E allora si inventano finti nemici, finte congiure, però di solito non si arrendono, anzi intensificano gli investimenti: anche perché tutto sommato lo sport, per faraonico che sia, raramente ce la fa a distruggere grandi fortune. E spesso lo sponsor apparentemente superspendaccione si limita, in realtà (accade soprattutto per non dire quasi esclusivamente nel calcio, almeno in Europa), a dare allo sport una ben piccola parte dei suoi guadagni, spesso illeciti o comunque smisurati. Usando, oltretutto, il concetto di sport come uno shampoo per la coscienza, come un alibi: essendo lo sport per definizione puro-sano-pulito, e in maniera che si vuole contagiosa, nel senso che occupandoti di sport un po' di purezza, di sanità e di pulizia ti finisce per sempre addosso o addirittura dentro, ecco che in un certo senso diventi più buono o, quello che conta, più credibile come buono… Possibile addirittura che l'uso dello sport, sia pure irrorando di denaro personale, o della propria azienda gestita in prima persona, questo stesso sport, appaia allo sponsor calcolatore come la creazione di una specie di usbergo: in caso di problemi industriali, economici, sociali e sinanco giudiziari l'aver frequentato lo sport dandogli fiducia, attenzioni, tempo e molto molto denaro potrebbe essere una forte attenuante di fronte ad accuse anche fortissime.

Lo sponsor mordi-e-fuggi

È quello occasionale, richiamato da una situazione favorevole (un esempio: quella squadra si raccatta con pochi soldi, è fallita o è vicina al fallimento).

Lo sponsor di famiglia

Eredita dal padre la vocazione e anche l'impegno sociale alla sponsorizzazione: il caso Moratti è il massimo, e per tanti proprio l'intensità di questa vocazione famigliare per le cose dell'Inter è così forte da spiegare e far passare come doverose le spese altissime del Moratti junior.

Lo sponsor automatico

È ad esempio quello che, specialmente in un paesone o in una piccola città, si trova praticamente costretto a interessarsi delle sorti di un'entità appariscente dello sport locale. L'entità sportiva è in crisi e lui ha il dovere di intervenire perché così vuole una comunità che sa o pensa che lui si sia fatto ricco proprio grazie al terreno favorevole costituito in tutti i sensi dalla zona in cui opera. E in questa zona lui ha da essere il primo dei crocerossini, perché sì, perché è in una sorta di debito: e allora deve intervenire sulla squadra di calcio in difficoltà, così come deve intervenire se mancano i soldi per finire un giardino pubblico o per potenziare una scuola, professionale ma non soltanto tale.

Il Veneto e i veneti ciclistici, ciclofili e ciclosi

Torneremo in assoluto sullo sponsor, parole & musica. È tempo di parlare dei fratelli Lucchetta, che – ricordiamo – si chiamano in ordine anagrafico Antonio, Gaspare, Fiorenzo e Giancarlo. E che sono i titolari di Euromobil e del suo Gruppo. E che sponsorizzano arte e sport con il due per cento dell'utile aziendale netto, senza mai pretendere troppo che il nome della sponsorizzazione – Euromobil o altro – sia enfatizzato, magari venga anteposto a quello dell'atleta o del pittore. Lasciamo agli esperti di psicologia industriale e commerciale, oltre che personale e famigliare, il perché della sponsorizzazione di belle cose, di manifestazioni, di avventure d'arte. Per quel che riguarda la sponsorizzazione sportiva, essa è essenzialmente ciclistica e dunque è molto ma molto veneta (in Italia soltanto Toscana, Lombardia ed Emilia-Romagna sono regioni omologhe al Veneto nell'amore per il ciclismo, e questo anche senza bisogno di grandi ciclisti trainanti, di grandi pifferai, almeno di questi tempi). Un amore così forte che deve, almeno in parte, essere e rimanere misterioso, sennò che amore sarebbe? Un amore così forte e intanto così – come dire? – teneramente, placidamente, amorevole, amoroso, che non ne esclude altri, anzi altri ne propizia: e infatti fioriscono in Veneto sponsorizzazioni forti di pallavolo, rugby, basket… Un amore che non si oppone a quello per il calcio, ma vuole paletti e steccati. Teofilo Sanson gelataio veneto cresciuto industrialmente in Piemonte e tornato a casa, a Verona, quando già era industrialmente fortissimo, a un certo punto divenne presidente dell'Udinese e si agganciò al Verona – diciamo di buone celebri squadre pallonare – ma il ciclismo gli occupò sempre la parte più impegnata del cuore sportivo, anche quando Moser, il suo Moser, trentino cresciuto da dilettante anche in Toscana, vinse proprio a Verona il Giro d'Italia ospitando sulla maglia il nome di un gelato concorrente e per di più abruzzese, cioè anche un po' "terrone". Anche quel giorno Sanson riuscì a essere felice per il ciclismo italiano (favorito era il francese Fignon) e per il comunque suo Moser. È tutto dire; anzi è dire proprio tutto.

Possiamo qui tentare una piccola, compunta, rispettosa analisi del fenomeno d'amore che è il ciclismo per un veneto. Il ciclismo innanzitutto suggerisce sudori fratelli, è sport permeato da un forte senso del lavoro, un lavoro che è anche fatica, e una fatica che è soprattutto fisica, la più semplice da decifrare e anche, in qualche modo, da partecipare.

Il ciclismo è sport contadino, e per la connotazione dei suoi praticanti, e per il suo forte senso della terra da esplorare, da conquistare, e per il suo bisogno di pianure e campagne e anche montagne, di orizzonti vasti, di panorama naturale mobile e nobile insieme: e il Veneto potrà anche diventare la migliore regione industriale del mondo (e magari già lo è) ma resterà sempre terra contadina, terra di lavoro predicato e vissuto dall'alba al tramonto, terra di tradizioni legate al divenire delle messi, delle piante, dei fiori, delle stagioni… Altre terre sono così, si capisce; ma forse soltanto il veneto è scientemente e intanto coscienziosamente così. Su un'automobile da duecentomila euro un lombardo, un toscano, un emiliano-romagnolo non riesce a non essere fiero, sicuro di sé, persino altezzoso, e comunque "importante" su una vettura "importante"; un veneto non riesce a non essere anche un po' contadino, ancora un po' contadino. E sia chiaro che si tratta di un grandissimo complimento…

Il ciclista veneto è il gregario tipico, ma non per la facile e ormai fasulla ritualità del "comandi", del "sior parón", bensì perché nello sport niente come il gregariato ciclistico frequenta e possiede così forte e sicuro e onesto e umile (ma non mai troppo

Ma dove vuole andare Mirko Gualdi? Dilettante campione del mondo 1990, uomo Euromobil, passato professionista alimentando tantissime attese e speranze, si è come fermato contro il muro che si alza fra le due categorie. E alto è il muro soprattutto quando un dilettante corre già come un professionista, quanto ad assistenza e programmazione e magari anche grinta, per cui si aspetta un mondo nuovo, non lo trova, non ha stimoli, si avvita su se stesso. Spiegazione parziale, forse neanche spiegazione che spiega, però di meglio è difficile trovare. Il dilettante Gualdi ha comunque dato molto ai Lucchetta, e loro lo considerano un atleta grosso, un uomo fondamentale nella storia del ciclismo aziendale e un ciclista assoluto come spirito e impegno, uno che loro hanno fatto crescere bene.

Chissà se ci è voluto del tempo per spiegare al nordico-scandinavo-norvegese Kurt Asle Arvesen che lui doveva proprio latinizzarsi per la foto ufficiale: cioè sbracciarsi in segno di felicità, sorridere almeno come i suoi compagni, lui che peraltro con la maglia iridata dell'anno prima (il 1997) aveva infiniti motivi in più per sorridere. I nordici di Scandinavia e dintorni sono relativamente frequenti nel ciclismo in Italia. Quasi tutti comunque si fanno dei nostri, vivono il più possibile qui, cercano di mangiare e bere come noi. Anche nel cuore del gruppo i ciclisti stranieri imparano tanto del nostro Paese dei furbi, dei dolenti, dei maghi, dei fachiri, oltre che si capisce dei bravi ragazzi. Se patiscono una cosa, è la nostra smania di protagonismo. Ci vorrebbe una lente di (molto) ingrandimento e uno psicologo esperto in mimesi per dirci quanto in questa foto Arvesen sta pensando a come sia strana la sua vita.



Ancora giochi di braccia. Vince a braccia alzate, per Euromobil, Sacha Modolo, alla sua sinistra un compagno di squadra allarga le braccia e sorride contento (o felice? Beh, non esageriamo). Dietro, fra i due, c'è uno che ha qualcosa da dire sulla volata a chi, alla destra di Modolo (cioè sulla sinistra nella foto), sta pedalando e intanto discutendo. C'è tutta una commedia in pochi metri, c'è una sorta di campiello veneziano.



Pochi centimetri e cambia tutto. Simone Ponzi, Euromobil, vince; non si tratta di fotofinish ma la vittoria è comunque sofferta, il secondo è uno sconfitto e fa la parte della vittima sacrificale migliore, quella che ti impegna sino alla fine facendo sì che la tua vittoria sia resa preziosa anche dal suo valore. Non c'è ciclista vincente che, rivedendo una foto come questa, non abbia voglia di poter esercitare un atto assoluto onde spalmare un po' del suo successo, della sua felicità sull'altro, che sta dietro per poco. Si pensi al calcio: fra l'attaccante che ha appena segnato e il portiere che è appena stato battuto, il rapporto è diverso, meno disteso, c'è il senso del *mors tua vita mea*. Qui c'è il senso di una battaglia condotta in comune, a pro del ciclismo e contro chi non lo capisce: ho vinto io ma tu non hai perduto, casomai hai perso (finezza lessicale esercitata anche senza conoscerla sino in fondo: perduta può essere una cosa che si aveva e non si ha più; persa invece un'occasione che si è palesata ma è stata raccolta da un altro, comunque della stessa mia tribù).

Tante braccia distaccate dai corpi, un braccio sul manubrio: Oscar Gatto, Zalf Désirée Fior, ha vinto e le braccia salgono alte al cielo. Dietro di lui un compagno di squadra, presumibilmente secondo, si vede il suo braccio sinistro, tiene ancora il manubrio, non è ancora spento lo sprint ma con l'altro braccio esulta. Sulla destra un battuto, di un'altra squadra, le braccia allargate, come a dire che non c'è stato niente da fare. Sfocati ma bene visibili i due altri compagni di Gatto, le braccia alzate per fare festa, festa di gruppo. E un altro braccio alzato di un altro collega di Gatto si intravvede sulla sinistra del vincitore, sbuca da sotto la sua ascella destra. C'è tanto dello sport nella foto: la soddisfazione, la voglia di spingere ancora, la rassegnazione, la felicità di prima e di seconda mano. Un dettaglio. Fausto Coppi vinceva senza mai alzare le braccia al cielo, ma di Coppi ce n'è (stato) uno solo.

Giochi di mani anche qui. Le classiche mani alzate del primo, Oscar Gatto dell'Euromobil, le mani allargate, in segno quasi di approvazione contadina, del secondo, stessa squadra: il quale sembra però una sorta di vigile urbano che con questa mossa tende a impedire che, da dietro, si faccia avanti qualcuno voglioso di cercar di vincere sino all'ultimo millimetro. Sotto l'ascella del braccio sinistro allargato si fa vedere un altro dell'Euromobil, all'insegna – concesso scherzicchiare? – del "quando c'è il Gatto anche i topi ballano".



Sembra un gioco di prestigio, fra poco il corridore mostrerà cosa tiene nella mano sinistra, occultata dietro la schiena. Pare quasi che stia invitando il pubblico a indovinare, il pollice alzato come per cominciare la numerazione di più risposte. Ma la foto è molto semplicemente quella di un arrivo un po' diverso, speciale, "altro", con il vincitore sicuro di vincere, nella cosidddetta splendida solitudine. Si può anche decidere che il pollice dice 1 per dire prima vittoria, oppure primo io oppure ok bene così, e che la mano sinistra non contenga nulla, stia dietro soltanto per favorire il legittimo petto in fuori del ciclista, che altrimenti è sempre condannato a stare curvo, evitando il petto esposto, espanso, che fa orgoglio eccessivo ed eccessiva resistenza all'aria.

servizievole) il senso del lavoro, e del lavoro utile alla comunità (concetto anglosassone, ma anche di qualche bella placca d'Italia). Si dice che il ciclismo veneto non ha grandissimi campioni, e storicamente è esatto, ma il campione è il bacio degli dei posato su qualcuno spesso a caso. Però il ciclismo veneto ha prodotto e produce bravi pedalatori, e non è un caso che in un buon italiano popolaresco pedalare sia verbo che significa, comunque e dovunque e quantunque, lavorare: sui pedali, nei campi, nella fabbrica, in ufficio, sulla strada, insomma nella vita.

Il fatto che sia ascritta a un pedalatore veneto, a suo tempo anche famoso, quella che secondo chi scrive queste righe è la migliore espressione umoristica involontaria di tutto lo sport, sembrerebbe connotare semplicità eccessiva (tentiamo un neologismo: "sempliciotteria") nel suo protagonista, e insomma operare in senso negativo. Ma invece secondo noi siamo di fronte a una voglia di cose di paese, quale che sia il paese in cui ci si trova. Insomma questo corridore cenava con i compagni, era in mezzo al mare, stava in una nave che trasportava la carovana del Giro d'Italia verso la Sardegna dove erano in programma alcune tappe; e, quando il cameriere – la cena era ormai all'occaso – gli chiese quale formaggio desiderasse, rispose: "un formaggio locale".

C'è da chiedersi quale tipo di sponsorizzazione ciclistica il Veneto, i veneti offrirebbero nel caso di nascita dalle loro parti di un Bartali, di un Coppi, semplicemente di un Pantani. Un nuovo caso Sanson-Moser, tenendo conto del fatto che il grande Francesco è pur sempre uno delle Tre Venezie, un trentino/cugino? Possibile addirittura lasciare l'eventuale Campionissimo "born in Veneto" a sponsorizzazioni forestiere o anche straniere, ma non per avarizia: semplicemente perché certe cifre, e anche l'indotto psicologico che certe cifre muovono, striderebbero con la venetalità dello sport, nel senso che esenterebbero il loro beneficato dalla frequentazione costante dell'umiltà, a meno che si trattasse di un fachiro del comportamento umano di fronte al denaro. Ecco, arriviamo a pensare che lo sponsor veneto tipico si ritrarrebbe da questa operazione, e non solo, che non la solleciterebbe neanche il pedalatore, conscio che il suo personaggio ha bisogno di altri fondali (senza che questo significhi neppure vagamente il rinnegare il fondale proprio naturale).

La vera sponsorizzazione veneta nel ciclismo deve riguardare i dilettanti, che sono i fratelli eterni dei contadini. Per ragioni di spesa (il Veneto anche iconograficamente non è avaro, ma è attento al denaro), ma anche perché il pedalatore deve essere in qualche modo uno dei tuoi, uno che può anche andare a zappare i tuoi campi, se ci sono ancora. Che sia, il pedalatore, forestiero o ostrogoto, norvegese (Arvesen) o napoletano col cognome spagnolo (Figueras), che sia italiano nato in Svizzera, lombardo di crescita ma tutto veneto di connotazione rispettosa e però sicura, forte (Ivan Basso), che sia molto semplicemente e rotondamente veneto-veneto (Damiano Cunego).

I fratelli Lucchetta sono entrati nel ciclismo nel 1983, ma vi sono foto

più antiche che sono quasi dagherrotipi e che testimoniano di una attività che si potrebbe definire dopolavoristica. Dipendenti della loro industria pedalavano la domenica e gli altri giorni di festa, per amore della bicicletta. Giovani e vecchi, forti e deboli, impegnati a solcare un territorio che era sicuramente meno assatanato di traffico rispetto a questi nostri giorni e intanto prometteva, garantiva eternità di quiete, soavità, bellezza, rigore, rispetto, li esibiva nei suoi uomini e nelle sue cose e li certificava come eternità di grana buona, non fasulla.

Alla radice dell'amore veneto per la bicicletta c'è pure la concezione piena della *petite reine* come strumento di lavoro. Il veneto tipico è uno che si diletta a lavorare, e il ciclista dilettante, veneto o adottato dal Veneto, è uno che pedala anche per quello speciale diletto che, come direbbe Charles-Louis de Secondat, barone di Montesquieu, consiste nel fare bene ciò che si deve giustamente fare (ecco la concezione di libertà secondo lo scrittore politico francese). Se pensiamo al lombardo che pedala, al piemontese che pedala, pensiamo a uno che usa la bicicletta per evadere dal lavoro, per liberarsi provvisoriamente da certe cose, approdando a una libertà davvero "distaccata". Se pensiamo al veneto, al toscano, all'emiliano-romagnolo che pedalano, pensiamo a tipi che prolungano con la bicicletta, con il sudore da ciclista, la sacralità del lavoro. A essere lessicalmente pignoli, un lombardo e un piemontese sono dilettanti ciclisti, nel senso che cercano con la bici un diletto che li allontani dal consuetudinario. Veneti e C. sono ciclisti amatori, nel senso che trasferiscono sulla fatica ciclistica l'amore per il lavoro, e non invece la voglia di liberarsi dal lavoro. Per questo, forse, il veneto è più tipicizzato come gregario del lombardo. Resta contadino e operaio anche in bicicletta, non usa la bicicletta per allontanarsi dal se stesso lavoratore. Quando poi ha la possibilità economica *ad hoc*, questo stesso veneto diventa sponsor.

Non si tratta ovviamente di classificazioni radicali, e meno che mai manichee, con tutto il bene da questa parte, tutto il male da quell'altra, ammesso e non concesso che si sappia abbastanza chiaramente cosa è il bene e cosa è il male. Si tratta di sensazioni, che però ci sembrano bene appoggiate alla realtà dalla quale peraltro derivano. E allora ecco che l'occasione, che potremmo intitolare "ciclismo veneto, ciclismo dei veneti, sport dei veneti", ci viene buona per mettere avanti una tesi personale ma forse interessante, una tesi che in Veneto può essere meglio che in altri posti



Un fumetto immaginario si sprigiona da ognuno dei tre corridori alla premiazione (quello di centro, un pedalatore Euromobil Zalf Fior, ha vinto). Il fumetto è lo stesso e più o meno dice, recita, invoca, esclama, interroga: "Potrò mai essere come questo signore a fianco?". Il signore a fianco si chiama Francesco Moser, sorride per il fotografo quindi anche per noi che guardiamo la fotografia, sorride pensando a quando era un ragazzo ed emetteva lo stesso fumetto nei riguardi di qualche campione dei tempi suoi, sorride perché nel ciclismo si sorride molto, si sorride anche specialmente quando non c'è niente da ridere. Moser è un grande, ogni tanto i Lucchetta lo imprigionano di affetto ammirato e gli chiedono se è vero che, come è andata quella volta là, se gli piace quel corridore lì.





Cristian Salvato, a sinistra di Adriano De Zan gran telecronista che fu, è stato la presenza Euromobil in un quartetto italiano campione del mondo a cronometro a squadre. Dall'altra parte della scena c'è Vittorio Adorni, grande professionista per tanti anni buon amico delle corse contro il tempo. È la classica foto di inizio di collegamento per le interviste: ognuno pensa a quel che deve dire, che vuole dire, che può dire, che non deve lasciarsi scappare. Il cosiddetto cerimoniale nega il diritto alla gioia piena, ragazzi che avrebbero voglia di fare i matti devono invece consegnarsi alla cosiddetta buona educazione.

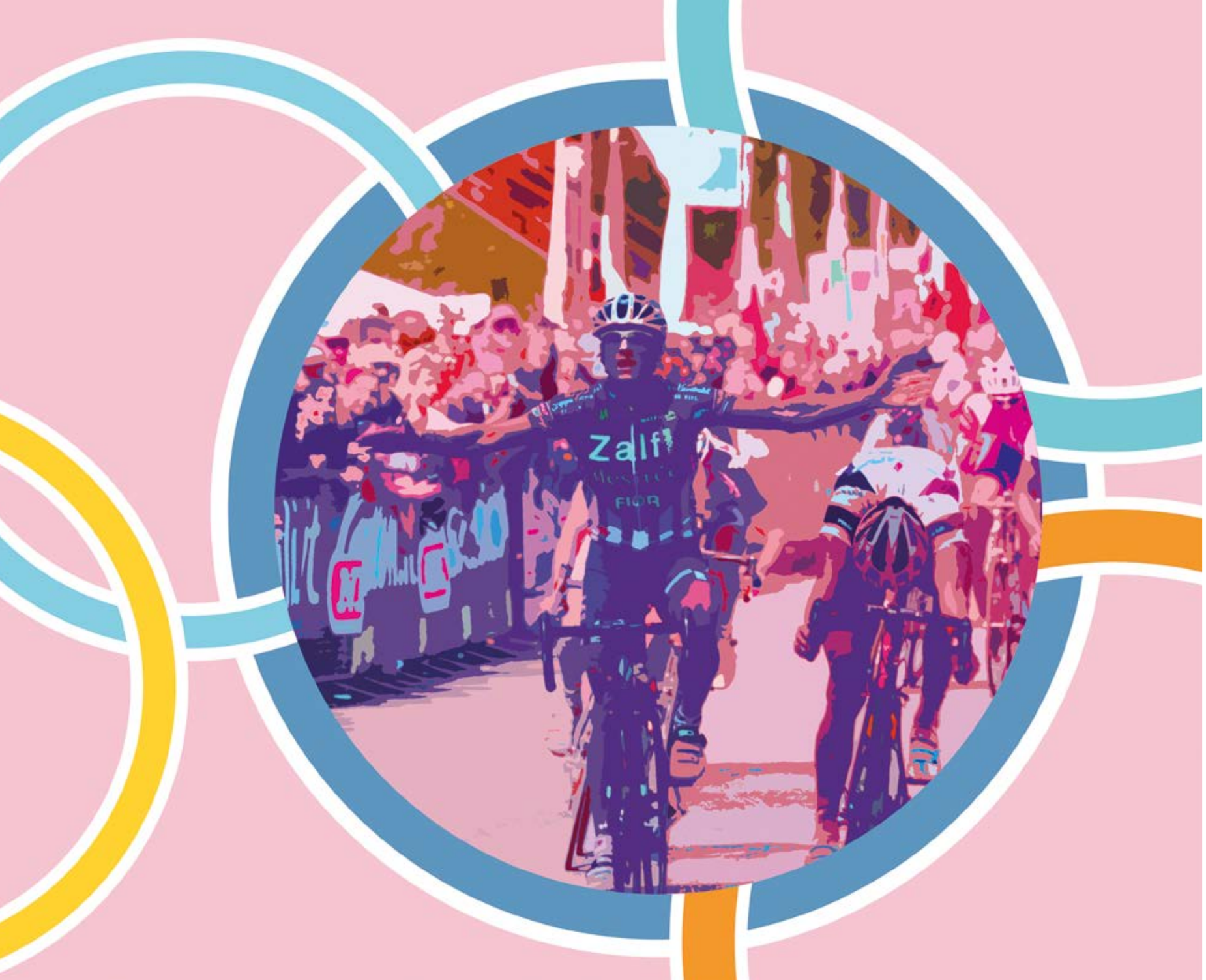
capita, spartita, limitata con esempi contrari. La tesi si appoggia a cinquantacinque anni di sport in prima persona, visto, annotato, scritto, descritto, partecipato con i giornali e anche, in misura minore ma in modo intenso, con altri mezzi di comunicazione quali la radio e la televisione e la scrittura di alcuni libri di storia sportiva, e con le discussioni in probabilmente troppi convegni, dibattiti, confronti, conferenze, tavole rotonde. Ma ecco la tesi: in pochi, pochissimi anni, un ventennio o anche meno, lo sport ha subito una metamorfosi morale profondissima, specialmente per l'intervento massiccio della televisione e quindi delle sponsorizzazioni a fini soprattutto pubblicitari, e quindi del denaro, tanto e troppo denaro. Lo sport era – appena ieri l'altro – posto bello e giusto dell'umano agire, dell'umana attività, dell'umano darsi e saper darsi da fare. Ed era anche, per non dire soprattutto, posto dove vigeva in maniera ottimale una morale che si estrinsecava nel rispetto delle leggi e delle regole, nella pratica dei cosiddetti buoni sentimenti, nella frequentazione spontanea della lealtà, dell'onestà. Insomma era un posto morale, meglio ancora un posto etico.

Poco anzi pochissimo tempo, ed ecco che lo sport è diventato posto non diciamo immorale, no, ma amorale, posto cioè dove si prescinde da ogni moralità, al massimo frequentando qualche moralismo furbastro. Posto divenuto ottimale (ma sarebbe giusto usare un neologismo: "pessimale") per trasgredire senza timore, trasgredire in piena immunità e impunità. Per ignorare leggi e regole, irridere ai buoni sentimenti e casomai praticarli soltanto per ragioni di comodo. Perché, se si conoscono i dieci comandamenti, che riescono ancora a fornire l'idea di quello che dovrebbe essere un comportamento sano, buono e giusto, e questo praticando un po' tutte le religioni, ecco che basta elencarseli dentro e pensare a come lo sport li ignora, li irride, li contrasta, li dribbla, li vanifica… Percorriamoli uno per uno, allora, anche se non è l'ora di religione. "Io sono il Signore Dio tuo, non avrai altro Dio all'infuori di me": lo sport è paganesimo pieno, con la continua creazione di dei da adorare. "Non nominare il nome di Dio invano": lo sport di alto impegno, dunque di alto interesse, è bestemmia praticata e spesso addirittura usata, per sfogo, ma anche per ragioni e finalità trucide. "Ricordati di santificare le feste": lo sport è pretesto, alibi, giustificazione per non santificare le feste, casomai dedicandole alla divinità nuova, che si chiama appunto Sport. E avanti, dai genitori lasciati indietro e spesso umiliati nella considerazione dei ragazzini, che sono campioni precoci e guadagnano cifre che i loro padri mai si sono sognati, all'esercizio nello sport della violenza; dall'atto impuro da promiscuità facile e conclamata, con disinvoltura appunto "sportiva", al furto di fiducia ingannando l'arbitro o truccando la partita; dalla bugia strumentale al desiderio di ulteriore denaro altrui anche se si è già ricchi, proprio perché si è già ricchi e – novità di questi ultimi anni – al "furto" della donna d'altri, specie se velina leggera leggera. Questa è la visione realistica, per niente sensazionalistica, e purtroppo ormai obbligatoria dello sport di vetrina, quello che è trainante, che orienta l'altro sport, così che il brocco ha le stesse voglie, con l'"aggravante", la zavorra del non poterle saziare, del campione, il ragazzino quelle dell'atleta cresciuto.

Ma siccome vogliamo a tutti i costi credere ancora nello sport e trovare e proteggere, insieme alla sua sorgente, la sua persistente purezza (perché queste cose esistono, porca miseria se esistono), ecco che ci rifugiamo in placche del mondo sempre più preziose perché sempre più rare.

Una placca è il ciclismo, ancorché ingenuo e fesso nella pratica del doping, dove ha fatto da parafulmine per tante altre discipline, da sfogatoio per tanti facili moralismi, da bersaglio per conto anche di altre entità, insomma da cavia stupida. Il ciclismo, nonostante tutto e nonostante troppi (non tutti) che hanno peccato e addirittura cercano di continuare a peccare, è ancora una pineta salubre nella giungla del resto dello sport. E il ciclismo veneto è una bella, ombreggiata, riposante e intanto corroborante radura di questa pineta. In parole poverissime: il ciclismo è ancora sport buono. Nel ciclismo, se si è buoni, se non si arriva a essere

Cosa deve dire uno che ha appena vinto il titolo mondiale di ciclocross (siamo a Leeds, Inghilterra, anno 1992) al celebre intervistatore Adriano De Zan della Rai, Radiotelevisione italiana? Che è contento, ovvio. Che ha faticato tanto, "straovvio". Che non rinuncia a sperare di diventare anche grande ciclista da strada, diciamo ciclista normale. Che il fango inglese è proprio come il fango italiano. Che il ciclocross è specialità di matti, perché si unisce il soffrire del ciclismo a quello del podismo, e davvero si esagera. Che è contento anche per quelli della Euromobil che gli sono vicini.



La Zalf Euromobil Fior Rex (meglio abbondare) vince il titolo italiano di società, a Castelfranco Veneto, e per le imminenti Olimpiadi (Barcellona, 1992) due della squadra sono convocati in azzurro: Beltrami per la pista e Gualdi per la strada. Il campionato di società tiene conto di risultati assortiti, in una manifestazione abbastanza complessa che premia insieme la specializzazione individuale e la coralità dell'impegno. Si va da classifiche assolutamente individuali alla graduatoria della prova a cronometro per quartetti. C'è tutto del ciclismo, ma se si gratta un po' la superficie si trova molto della vita.

cattivi nonostante tutte le sollecitazioni, si vive bene, si sta bene. Addirittura il ciclismo è un mondo dove un giovane non pensa a priori che un vecchio sia un imbecille: è tutto dire.

Nel ciclismo – ecco forse il punto per chiarire bene le cose – i tifosi non si picchiano fra di loro, tifano per uno ma non contro l'altro, amano il loro sport prima e più ancora che il loro campione. Sono anomali rispetto ai tifosi di ormai tante, troppe altre discipline; e se si pensa subito e soprattutto al calcio non si commette proprio nessun peccato mortale… Nel ciclismo si spende molto per seguire una corsa, anche se i nemici del ciclismo dicono che le folle immense sulle strade e specialmente sulle grandi montagne sono richiamate dal fatto di non dover pagare il biglietto. Una giornata sulle Dolomiti per veder passare – pochi attimi – quelli del Giro d'Italia significa sudore, fatica, perdita di tempo, perdita spesso di salario, di ferie, di lavoro, spesa per carburante e generi alimentari, e spese speciali di tempo per discussioni in casa.

Molto ma molto più semplice ed economico cavarsela con il denaro e il tempo (poca roba, tutto sommato) per acquistare un biglietto dello stadio e andare a vedere la partita di pallone. Il ciclismo è etico; e pazienza se non è troppo estetico, con il senso ma anche la visione, l'esposizione, addirittura l'esibizione di una fatica ferina, di una fatica "sporcata" da se stessa, dalle sue esigenze, una fatica evidenziata magari da ferite e piaghe, oltre che da polvere e sudore in dose super, una fatica fatta lievitare dal clima, il troppo freddo come il troppo caldo, la pioggia come il sole, la neve come il vento: tutti nemici del ciclismo e tutte cartine al tornasole per individuare il ciclista vero.



Quando quelli di una squadra pedalano in fila, dandosi il cambio a intervalli regolari e cercando di evitare intromissioni di succhiaruote nemici, si dice che "fanno il trenino". Per lanciare la volata del big scavandogli come un tunnel nell'aria, per aiutare un compagno a rientrare in gruppo, o semplicemente per dare alla corsa il loro ritmo e far capire che vogliono imporre la loro legge. Questo trenino Euromobil sembra perfetto, come un trenino accademico eseguito a pro del fotografo. Però sa di collaborazione, di lavoro insieme, di sodalizio, insinua idee positive di bella cosa loro, di buona cosa del ciclismo.



Una tappa del Giro della Valle d'Aosta: chi ha vinto? Quello marchiato Zalf si chiama Mirko Allegrini, l'altro chissà. Il ciclismo si dipana in gara per tanti chilometri, spesso decidono i millimetri. La linea del traguardo alza una sorta di parete aeriforme di crudeltà. Un apparecchio chiamato fotofinish deciderà il vincitore. Il battuto rifarà la volata e scoprirà di aver avuto mille occasioni di vincerla. Il vincitore rifarà anche lui la volata e scoprirà di avere avuto mille occasioni di perderla. Un millimetro verrà a valere infinitamente più di un chilometro, e anche questo è ciclismo dei miracoli.

automatismi, sentimentali e formali insieme, molto ricorrenti, molto sentiti, molto onesti. È possibile che un calciatore conosciutello si scocci se i bimbetti che giocano a pallone sulla strada davanti alla sua casa, alla sua villa, al suo palazzo fanno finire il pallone contro la sua auto; è assolutamente impossibile che il più grande ciclista del mondo non sia tenerissimo verso chiunque pedala anche zigzagando sul suo percorso, verso il bambino che finisce con la sua biciclettina fra le sue gambe o verso il corridorino di paese che quando lo vede lo irrora palesemente dei suoi sogni.

Chi scrive ha sperimentato, al primo contatto con i fratelli Lucchetta, la facile e persino ribalda (per l'uso che lui ne ha fatto) magia dei grossi nomi che una fortunata vicenda giornalistica gli ha dato modo di frequentare. Dire Bartali e Coppi, Gimondi e Motta, Moser e Saronni, Pantani e Cipollini ai fratelli Lucchetta e ai loro amici è come elencare dei santi amici a un vescovo. Citare un gregario che fu famoso tantissimi anni fa e accorgersi piacevolmente che loro non solo lo conobbero quale pedalatore, ma lo hanno conservato nella sua

Mimetizzare i sentimenti specie quando sono forti

I fratelli Lucchetta non sponsorizzano soltanto il ciclismo. Certe loro sponsorizzazioni sono in realtà atti di amicizia travestita da relativo investimento pubblicitario: tanto per fornire un alibi a chi il denaro riceve, non certamente a chi lo dà. Ogni tanto ci fa capolino un po' di calcio variamente inteso, ogni tanto occhieggiano, da dietro immaginarie quinte, giocatori di un football anche alto. Lo stesso ciclismo richiama spesso un sodalizio occasionale ma subito intenso con i suoi grandi campioni, che siano o meno stati, da dilettanti, pedalatori di casa Lucchetta. Cunego, insomma, ma anche Moser, e Basso ma anche Fondriest. Si tratta per il mondo della bicicletta di



Il taglio della torta è un classico di tante iconografie: quella di matrimonio, quella di compleanno, quella di onomastico, quella di nozze di qualche metallo, quella della partenza per la naja, quella dell'addio al celibato se si tratta di torta enorme dalla quale esce una ragazza, in bikini e anche meno. Qui il tagliatore è Maurizio Fondriest da dilettante ciclista Euromobil poi arrivato sino al titolo mondiale dei professionisti. Lasciamo agli specialisti in decriptografia sportiva il compito di decifrare i perché e i percome della cerimonia, dei gesti, della policromia. E i nomi dei personaggi. Ci sono sequenze di colori iridati che aiutano, e Fondriest sorride di felicità, non di circostanza.

pienezza di personaggio umile e indispensabile, significa portare subito la conversazione su un binario insieme facile e veloce, giusto e sicuro, per un viaggio in perfetta puntualità reciproca di sentimenti, di idee, di convinzioni.

Chiedersi come far convivere in quello che è un amorevole sentimento farcito di attenzioni, di palpitazioni, di tifo e anche di impegno finanziario tanti ciclisti, due calciatori celebri quali Hubner e Seno, una squadra di calcio importante come il Perugia, e poi forti calciatrici (Modena) e pallavoliste (Noventa), significa ascrivere una sponsorizzazione al calcolo, all'attenzione per i risultati. Insomma, significa allontanarla dall'idea dei Lucchetta, per i quali la sponsorizzazione è prima di tutto un atto dovuto di affetto. Non può presiedere calcolo alcuno, che non sia quello elementare e intanto prezioso dell'amicizia, alla sponsorizzazione (effettivamente avvenuta) di una spedizione alpinistica: una simpatia appunto affettuosa per un prato che sa di montagna e quindi sa anche di orizzonte vicino e amico, e basta. Basta, perché è già tutto. Quanto poi alla sponsorizzazione dei Giochi universitari invernali del Nevegal, montagna di una provincia sorella, molto semplicemente si deve pensare che i Lucchetta, con la loro attività aziendale, non potevano non esserci: montagna, sport, cultura e sport, folclore e sport – già una sola di queste entità poteva bastare per fare da calamita – insieme hanno costituito un *must* al quale non solo non resistere, ma al quale aderire con un automatismo logico e fisiologico.

Ma è ora di parlare appunto di queste sponsorizzazioni fortemente sentimentali, che sembrano quasi andar contro i canoni delle sponsorizzazioni con qualche finalità commerciale, palese o mimetizzata. Non pensiamo che esista nessuna ipotesi e anche nessuna possibilità di monetizzazione di un ritorno di sponsorizzazioni ciclistiche dove le scritte, che siano Euromobil, Zalf, Désirée e che si accompagnino o no a Fior, sono prove sentimentali di amore, prove tecniche di affetto, esibizioni morali di fiducia, di speranza: cose tanto chiare e toccabili quanto misteriosette come scaturigine. Il giorno in cui un appassionato veneto di ciclismo riuscisse a spiegare bene, logicamente bene, il perché della sua passione – che se esistono i mezzi materiali si amplia sino alla sponsorizzazione, per il ciclismo, per i ciclisti, per qualcosa di ciclistico – forse queste stesse sponsorizzazioni sparirebbero, proprio perché il reperimento di un perché nuoce agli amori e può anche ucciderli. Il "perché sì" basta e avanza.

La presenza comunque compassata dei fratelli Lucchetta alle competizioni in cui è portato in giro il nome delle loro produzioni è molto ridotta, riservata, quasi mimetica. Lo sbracamento recitato da tanti sponsor in tanti sport non abita assolutamente dalle parti loro. La felicità è, per tanti veneti austeri ancorché non mai seriosi, meno intensa, meno nutritiva della soddisfazione.
La felicità reca con sé il senso dell'effimero, del



provvisorio, del passeggero. Può essere una condizione "di passaggio", non uno status forte e definitivo. La felicità arrossa, imporpora, la soddisfazione tatua. Non abbiamo faticato, parlando con i Lucchetta, a rintracciare una solidificatissima soddisfazione, paradossalmente sicura di sopravvivere anche alla fine eventuale delle sponsorizzazioni.

Purché acquisita e "indossata" sempre, non drappeggiata addosso come un tessuto prezioso che oggi c'è, domani chissà.

Involontariamente, vietando alle loro donne l'attività diretta nell'industria e dunque anche la partecipazione alle sponsorizzazioni, i fratelli

Facciamo finta che giochino adesso e che un qualche Paperone del calcio voglia aggiudicarli alla propria squadra. Basta vendere San Pietro e San Marco e aggiungere gli spiccioli per comprare Carnevale, Zico, Serena, Altobelli e Klinsmann. Il veneto al centro, Aldo Serena da Montebelluna, ha vinto una classifica strana inventata da Euromobil per stare nel calcio senza finire dentro le sabbie mobili. Un premio al giocatore che ha segnato più gol, in quel dato campionato, senza ricorrere ai calci di rigore. Un premio al gol su azione, al gol frutto del lavoro proprio e degli altri, non di un impatto unico del piede col pallone, mentre i compagni e gli avversari stanno lontani. Erano tempi in cui i calci di rigore non assegnavano, come invece adesso, anche il titolo mondiale. Insomma, erano altri tempi.

Lucchetta completano la religione della soddisfazione. A parte il timore che la donna possa portare nel lavoro dell'uomo non solo la sua creatività, ma anche la sua peraltro adorabile (in diversi contesti) frivolezza, il proprio dover essere comare nel senso più cordiale, caldo, ideale del termine, esiste forse la paura che la donna arricchisca ma intanto possa orpellare le partecipazioni allo sport, i successi nello sport, di una sua allegria appunto femminilissima, magari splendida, ma sicuramente troppo lontana dalla soddisfazione. Ci sono sponsor che sembrano aver costruito quella certa sponsorizzazione per la loro donna, che portano in giro e presentano vistosamente gravida di interesse, persino di tifo. Ci sono sponsor per i quali lo sport rimane roba da uomini, anche lo sport delle donne. Ci sono sponsor per i quali una squadra è come e più di una donna, e anche un campione, magari uomo, è come e più di una donna. Ci sono sponsor per i quali lo sport è una clonazione di figlioletti, minori non solo in senso anagrafico. Ci pare che i Lucchetta stiano dalle parti di questa ultima classificazione. Poi accade che una figlia di un Lucchetta sposi un corridor ciclista di una squadra targata (dalla sponsorizzazione) in qualche modo Lucchetta, ma trattasi di storia a sé, nessuna regia, nessun canovaccio, e neanche per sogno un copione. Ovviamente lasciamo alle sacerdotesse delle pari opportunità il diritto, la legittimità di una avversione al bando delle donne dalla fabbrica: una sola preghiera, che prima ne parlino con i quattro fratelli.

Nessuna rivalità speciale o addirittura incrementata (è accaduto, proprio nel ciclismo) con altri gruppi che si occupano dello stesso tipo di prodotto: in Veneto e magari anche altrove ogni sponsor è amico dell'altro.

Siamo quasi allo sport per sport, e il giornalista scettico blu è costretto ad ammettere che questo rapporto sussiste, resiste, persiste. E spera soltanto di non essere stato troppo inquinato da altri modi di stare nello sport, spera di possedere ancora gli strumenti di ottimismo e di speranza per questo tipo di pratica ormai inusuale in troppi posti di questo mondo.

Infruttuoso – altro aggettivo positivo, in questo caso Lucchetta – anche il tentativo di scovare il professionismo mascherato facendo finta di credere che i dilettanti pedalanti non guadagnino nulla. No, la risposta al "ma i dilettanti sono pagati?"



In piedi da sinistra: Biasiolo, De Gregorio, Kirby, Chisholm, Bisson, Beggiato. *In ginocchio da sinistra:* Zuecco, Boscardin, Zanfranceschi, Todesco, Sighele.

Forse questo è un modo veneto di posare per una foto sportiva, una foto di pallavolo con le mani sulle ginocchia, a coprire, celare, ma anche a mostrare. Mani quasi riposte quando non servono a colpire la palla, mani imprigionate una nell'altra e calamitate dal corpo. Provate a immaginare una foto sempre di pallavolo, sempre di donne, sempre di giocatrici concentrate e aitanti: però brasiliane, o cubane, o anche bulgare. Non venete, comunque. Sicuramente assumerebbero, almeno con le mani, una posa diversa. O forse sarebbe la stessa posa, ma non ce ne accorgeremmo. L'"atletessa" veneta ha da essere in qualche modo sempre un po' pia: e contagia le compagne non venete. Ci sono le mani giunte per la chiesa e le mani giunte per la palestra. Così, almeno, suggerisce un particolare di una foto di gruppo, quella delle ragazze Zalf di Noventa Vicentina. E noi, visto che dobbiamo fare i voyeur per stendere queste diciture, prendiamo atto, e non solo: cerchiamo di spiegare, spiegarci.



Il Modena Calcio delle donne è stata squadra Euromobil per un po'. Se ne dice anche a parte. Qui si presenta la rosa che poi è una rosa non rosa ma gialla con un po' di azzurro. Ci sono insomma dentro tutti i colori del ciclismo, Giro e Tour, maglia rosa e maglia gialla, e c'è il colore dell'Italia dello sport. Tutto un caso, sia chiaro, ma intanto la chiave di lettura per cui una rosa gialla piace ai ciclofili, e dunque anche ai Lucchetta, non è troppo folle, specie se si tiene conto di quella faccenda che si chiama inconscio. Le ragazze sono molto ragazze, sorridono bene, poche hanno il piglio da massaia, il che comunque può essere una bella cosa, utile anche per calciare bene il pallone.

è stata disarmante: si danno dei premi, si monetizzano i successi, specie se sono tanti. Non a priori, sennò si tratterebbe di professionismo, dove ormai il guadagno viene garantito prima, al massimo i successi grossi significano soldi speciali in più. E quanto alla possibilità di fare carriera aziendale con i successi, troppo alta in casa Lucchetta è la sacralità del lavoro per incrinarla in qualche modo collegandolo, come resa materiale, a un guizzo premiato, a una gomma bucata (dall'avversario).

Niente doping ammesso e concesso, a nessun titolo da parte di alcun atleta. Nessun doping aziendale psicologico, sia pure ruspante come ad esempio il portare i dipendenti su qualche traguardo, su qualche strada, per fare gruppo dopolavoristico e motivare gli atleti che in quel momento sono gli uomini-sandwich del prodotto. Se proprio si devono organizzare viaggi folti di dipendenti, lo si fa per le mostre d'arte.

Ciclismo, grande amore e cara piovra anche per il giovane giornalista

Scrivendo dei Lucchetta, e avendo personalmente deciso ormai da tempo di fare della scrittura un lavoro, sperando al tempo di non farne troppo un mestiere (importante la suddivisione, che a un certo punto può degenerare nella dicotomia, nonostante l'apparente matrice comune delle due situazioni, appunto il lavoro e il mestiere), l'autore si è posto eccome il problema se sia giusto intraprendere un'opera sapendo che comunque sarebbe stata agiografica, perché esiste una committenza che ha determinati obiettivi ai quali si aderisce con il primo sì.

Posso, voglio, debbo passare o tornare alla prima persona decisamente – in questo caso – singolare. Non è la prima volta che mi occorre di scrivere bene, e su commissione, di una determinata situazione, sapendo a priori che così sarà, che così farò. Trattasi di qualcosa che si chiama



committenza e che appartiene alla vita di un autore, di qualsiasi caratura egli sia. In fondo Ludovico Ariosto scrisse l'*Orlando Furioso* per gli Estensi, Giuseppe Verdi musicò l'*Aida* per il viceré dell'Egitto: sono esempi così grossi da apparire blasfemi in rapporto al mio "stramicrocosmo" produttivo, li uso solo per amore di semplificazione e di esemplificazione. Niente di male a priori nello scrivere "per", il problema è scrivere "come". A chi mi ha affidato la stesura della sezione sportiva del volume su Euromobil, dintorni e contorni, ho chiesto di poter conoscere i Lucchetta, e poi ho rivolto ai quattro e al "mediatore" tante domande. Per la verità potevo esimermi dalla frequentazione di simili questioni, poteva bastare e avanzare la rassegna delle sponsorizzazioni e dei successi a esse legati, quando non esplicitamente da esse generati (vittorie cioè che chiaramente non sarebbero state ottenute se non fosse esistito quel dato supporto morale e materiale che si chiama appunto sponsorizzazione, ma che in questo caso è qualcosa o molto di più). Per quelle che io definisco squallide ragioni anagrafiche posso contare su un vasto retroterra ciclistico professionale, e i Lucchetta dello sport sono ciclismo al novanta per cento.

Quelli del basket di Caorle, insomma del basket sponsorizzato Euromobil. Tante squadre in riva a quel mare, comprese quelle dei giovanissimi. Qui una delle formazioni più "alte", dove però soltanto uno dei non giocatori fa da unità di misura, nel senso di far capire, per contrasto, che i giocatori sono alti alti. Gli altri due dello staff sono alti quasi come i giocatori, i quali sono quasi dei giganti, anche se i più giganteschi fra i giganti eseguono il rituale iconografico solito, stare in prima fila con un ginocchio a terra, così che la squadra appaia nel complesso più terricola che aliena. Comunque si può essere grandi e grossi e miti: dove miti è plurale di mite, in attesa che, con le imprese sportive, diventi il plurale di mito.

Ho cominciato col giornalismo ciclistico nel tardo 1958; la mia prima corsa da giornalista fu la Tre Valli Varesine, curiosi e benedetti accidenti mi hanno esentato dalla cosiddetta trafila, dalla gavetta nelle gare minori, dalla naja fra i dilettanti e magari anche, prima, fra gli allievi. Nel 1959 ho seguito il mio primo Giro d'Italia, vinto dal lussemburghese Charly Gaul, sullo slancio di una sorta di unzione piccola ma intensa che cerco di spiegare nelle righe che seguono, per spiegare a sua volta la mia presenza in questo libro. Lavoravo a "Tuttosport", ancora da precario (allora però si



Ma sì che ci sono anche i ragazzini, e il Basket Caorle Euromobil presenta in questa fotografia i giganti di domani, anzi di dopodomani. Per adesso si può pensare che ci stiano tutti dentro il pullmino, magari per il Guinness dei primati, e magari dilatando il veicolo perché i bambini possono fare qualsiasi miracolo. Ognuno di loro, con la sua posa non in posa, trasmette l'idea di avere qualcosa di importante da fare subito dopo che il fotografo ha sancito il "liberi tutti". Nessuno fa le corna, uno esegue il doppio segno di vittoria, un altro (sul tettuccio, il primo a sinistra) traffica con un canestro alto, alto, alto. E l'accompagnatore sdraiato sembra Gulliver quando a Lilliput è circondato da nanetti. Che però riescono a fargli fare quel che vogliono loro.

diceva da abusivo), e il direttore, Carlo Bergoglio detto Carlin, gran giornalista specialmente ciclistico, conquistato anche dal fatto che ogni giorno lo portavo a casa dall'ufficio guidando con calma e perizia la vettura a metano che avevo ereditato alla morte di mio padre, mi aveva detto, e soprattutto aveva detto ad alta voce ai padroni del giornale, che avrebbe voluto avermi con lui al Giro d'Italia di quell'anno, per dettargli al telefono gli articoli dalle sedi di tappa. Carlin morì improvvisamente il 25 aprile di quel 1959 e al giornale non se la sentirono di non mandarmi al Giro d'Italia: perché dessi una mano a colleghi importanti stravolti dalla fine del maestro e intanto scrivessi qualcosa di mio. Me la cavai e all'alba del 1960, quando arrivò al giornale la notizia di Fausto Coppi ricoverato d'urgenza all'ospedale di Tortona, il ragazzino che io ero ancora fu non solo scelto, ma obbligato ad andare su quel servizio: era il primo giorno dell'anno, i vecchi draghi erano tutti distrutti dalla veglia di fine 1959 (celebre e ambito allora, nella mia Torino, il veglione dei giornalisti, a me ancora vietato, nel massimo teatro cittadino), bisognava solcare in auto strade di ghiaccio, correre, conservarsi pieni di forze per un servizio che si annunciava protratto per tutta la nottata. Coppi morì il mattino del giorno dopo, il mio servizio fu valido; dopo di che venni a) assunto, b) scelto per andare ai Giochi invernali di Squaw Valley, prima di altre mie ventitré occasioni a cinque cerchi, record del mondo di Olimpiadi coperte da giornalista, c) assegnato al ciclismo (però quell'anno mi fecero fare solo il Tour



Ci sono tanti modi di stare nel calcio, ci sono pochi modi di stare bene, giustamente bene nel calcio. I Lucchetta a un certo punto hanno scelto il Perugia per offrire uno dei loro nomi d'arte (cioè di lavoro, in questo caso Euromobil), e aiutare una squadra simpatica che ospitava tanti venti nuovi, per andare a vedere l'effetto che fa, come cantava, più o meno in quegli anni, un certo Enzo Iannacci. Se si serve la patria anche montando la guardia a un bidone di benzina, se si serve il football anche montando la guardia a un bidone di giocatore, perché almeno non ecceda nei comportamenti fuori campo, è possibile servire lo stesso football anche sponsorizzandogli una bandiera sotto la quale i tifosi si trovano meglio insieme: tra l'altro da sotto quel tetto tessile possono, guardando in alto, vedere persino lo scudetto… Certe bandiere grandi così "proteggono" di solito il fatturato degli industriali tessili, qui la bandiera sembra voler velare il turgore di sogni audaci…



Il signore all'estrema destra della fila in alto si chiama Aldo Agroppi e allena questo Perugia dei miracoli (e un po' anche dell'Euromobil). Agroppi ha smesso con il calcio giocato dove soprattutto è diventato un monumento del Torino, un monumento di tifo granata; è passato al granata degli umbri, e la foto ha un valore simbolico per quelli che sanno una certa cosa di lui. Agroppi, quando nei suoi molti anni di Toro doveva posare per la foto di rito a inizio di stagione, riuscì una volta ad assumere una posa poco ortodossa, diciamo pure a luci rosse, che sfuggì al fotografo ufficiale e venne poi rivelata a occhi attenti e smagati quando la foto fu pubblicata assai ingrandita. Ecco dunque a voi la valenza storica di Agroppi che si fa mister e dunque assume atteggiamento compassato. È un sorriso in più per l'esperienza perugina che l'Euromobil ha vissuto con eleganza, prendendo del calcio il buono e soltanto il buono, entrando e uscendo al momento giusto, qualcosa di più e di meglio che al momento buono.









Dell'esperienza con una squadra di calcio nota, popolare, piena di valori e di intensità abbastanza speciali, una provinciale però di un capoluogo regionale e capace spesso di battersi con le grandi battendole (insomma parliamo del Perugia), si possono conservare, quasi musealizzare, momenti speciali, momenti semplici, momenti anche complessi, addirittura contorti.
Un ingresso in campo, tanto classico e ortodosso nel rituale quanto ogni volta diverso perché diverso lo fanno le attese della gente amica e nemica. Due torte per una festa, molte maglie per un gioco cromatico… Qualche immagine insomma per ricordare e intanto assemblare anche sentimentalmente una storia che nella dicitura a fianco cerca un incipit alla maniera propria delle fiabe…

de France, dove ebbi la ventura di cantare Nencini maglia gialla a Parigi, otto anni dopo Coppi e raccogliendo di Coppi l'eredità massima).

Tanto ciclismo da allora, così tanto che quando, nel 1974, lo stesso "Tuttosport" decise che dovevo diventare il direttore scoprii che non avevo ancora scritto neanche di una partita di calcio di serie A, e fu imbarazzante per chi, come me, credeva che un certo tipo di trafila fosse necessario e produttivo (forse per questo la mia direzione durò poco, quattro anni…). Tanto ciclismo, da allora, con l'ultimo Giro d'Italia nel 1999, l'anno dell'inizio della fine di Pantani. Tanto ciclismo anche per "La Stampa", per la lunghissima collaborazione con "Famiglia Cristiana", e alla fine ventotto Giri d'Italia, persino troppi a mio parere (più una dozzina di Tour de France).

Diciamo comunque (beh, lo dicono gli altri) che in tema di ciclismo ho le carte in regola per scribacchiare cose. E diciamo (lo dico soprattutto io) che il ciclismo è lo sport che amo di più, e che conosco forse di più, anche se come atleta praticante sono stato nuotatore in gioventù e podista da maratone (due) in vecchiaia, e anche se il mio amore calcistico per il Torino, frequentato quando io ero pargolo e il Torino era Grande, bypassa addirittura la mia avversione per le sporcizie del calcio. I fratelli Lucchetta sono pure entrati nel calcio professionistico con la sponsorizzazione di una squadra importante, il Perugia allenato da Aldo Agroppi, amico mio, che aveva fatto storia e storielle nel Torino e che come allenatore stupiva positivamente tutti, prima di … e a un certo punto la scritta Euromobil apparve anche sulle maglie di una squadra di calcio di buon nome, di fama forte, il Perugia.
Qui vediamo un Walter Novellino impegnatissimo fra due avversari, lui che veniva chiamato Monzon per come ricordava in viso un grande pugile argentino, quello che ci distrusse Benvenuti.
Le vie dei signori – per aristocrazia, per censo, per pura, semplice e splendida signorilità – sono infinite, talora si incrociano con le vie di "lor signori" del calcio e allora nascono scontri, incontri e nascono anche le sponsorizzazioni.
Il Perugia era assai simpatico, sapeva irridere alle grandi della sua categoria, arrivò addirittura in serie A e ne combinò tante, di belle e di brutte, determinando addirittura scudetti e scomodando anche i giudici.
Per Euromobil un'avventura breve ma intensa.

Non ha nessun rilievo per la storia dello sport italiano sapere come mai, ritrovandosi per una partita di festa a Firenze gli azzurri mondiali del 1982, con qualche ritocco di formazione, opposti come nella finale di Madrid alla Germania, sia apparsa sulle maglie dei nostri la scritta Euromobil. Ha grosso rilievo invece per la storia degli sport dei fratelli Lucchetta: i quali a un certo punto hanno fatto fare alla loro anagrafe industrial-commerciale la più bella epifania possibile a livello di alta popolarità. Un calcolo, sì, ma assai più sentimentale che pubblicitario. Una specie di "io c'ero" in seconda battuta. Per la cronaca, non per la storia, la partita è finita 3 a 3, derogando un poco dal rituale di queste amichevoli che di solito prevedono il 2 a 2 che non fa male a nessuno e diverte tutti. Restando nel mondo del pallone, ricordiamo qui l'addio al calcio firmato Euromobil di Scirea, Antonioni e – nientepopodimenoché al Maracanà – Zico.



decidere che il calcio è una cosa troppo seria perché lo si lasci nelle mani dei maghi da panchina, e di diventare critico dei "mister", su tutti se stesso. Quel Perugia arrivò al quarto posto in serie B, anno 1984-1985, prima di scendere di brutto in C2 per delibera federale, alla fine di una brutta storia che ai Lucchetta, estranei ma emotivamente coinvolti, fece capire molte cose. In quel Perugia giocavano calciatori forti e interessanti, destinati poi a spostamenti importanti, positivi, nel grande calcio: tanto per far nomi, Walter Novellino, Andrea Pazzagli e Michele Nappi, persone vere, personaggi interessanti e anche qualcosa di più.

Sempre col tam-tam degli amici, delle segnalazioni di amici, ecco i Lucchetta nel calcio femminile, con la loro azienda legata dalla sponsorizzazione del Modena, dove c'era la grande danese Susy Augustensen, più volte cannoniere massimo del campionato, con tanti gol come nessun'altra nella storia di questo sport, dove c'era Giorgia Brenzan, portiere o se si vuole portieressa della Nazionale azzurra. Furono vinte due Coppe Italia, nel 1986 e nel 1988, per una sponsorizzazione che durò per quattro anni.

Si deve ricordare che nel 1984 i Lucchetta finirono davvero alla grande nel pallone, sia pure e non sempre quello da gioco del football. Per esempio eccoci con la pallavolo femminile del Noventa Vicentina, per tre stagioni "comprensive" della partecipazione al torneo di serie A. Per due anni anche i playoff, con un terzo e un quarto posto nella classifica finale di un torneo a quei tempi stradominato dalle ravennati. E tre giocatrici date alla Nazionale, cioè Maria Rosa Todesco, Ives Zuecco e Consuelo Turatta: quest'ultima poi azzurra anche nel beach volley, con tanto di esperienza olimpica.

Per finire col pallone re, quello per il calcio (il che non vuol dire niente per noi repubblicani dello sport, tifosi di un mondo del sudore democratico, lontano da un certo altro mondo dove la monarchia spesso significa diritti ossessivi e comodi, soprusi

Quando le montagne del Bellunese ospitarono l'Universiade bianca quelli dell'Euromobil per sponsorizzare dovettero acconciarsi a due cose: accettare che il Monte Visentin, quello che si vede dalla parte di Treviso, si chiamasse anche Monte Nevegal, come dicono quelli dell'altro versante, pur restando intanto nel loro paesaggio anche mentale; spostare tante attenzioni, tanti interessi, dal ciclismo agli sport della neve e del ghiaccio, ricordando a chi si stupiva che la bicicletta è strumento di lavoro sportivo, oltre che di svago, di tanta gente ciclista e sciatrice che ha bisogno di avere le gambe benissimo muscolate. Ha aiutato l'amicizia con Maurilio De Zolt, il baffuto qui a fianco, gran fondista di bassa statura, leggendario santo bevitore di cose giuste, vecchio sublime grillo dell'andar saltellando per il mondo bianco internazionale.





Universiade Invernale BELLUNO NEVEGAL 1985







dinastici, nel caso del calcio anche congiure troppo palesi e castelli troppo segreti), da segnalare che i fratelli Lucchetta hanno anche inventato il premio Bomber Goal Europa, per il cannoniere che risulti primo, nella classifica della serie A, per reti segnate senza dover tirare dei calci di rigore: ha vinto Aldo Serena, veneto di Montebelluna, che è a pochi passi da Pieve di Soligo, ha vinto per l'Inter, 22 gol in una stagione in cui gli facevano concorrenza giocatori che si chiamavano Altobelli, Zico, Carnevale e Klinsmann. E il nome Euromobil campeggia sulle maglie della Nazionale Mondiale del 1982, rimessa insieme per una partita a Firenze.

Dagli anni ottanta si passa agli anni novanta, per la precisione al 1997, con la sponsorizzazione del Basket Caorle, località di mare dove i fratelli Lucchetta spostano, d'estate, la sede del loro "governo", per ferie di famiglia, quasi di tribù. Il basket di Caorle per giovanissimi, con le scuole di minibasket per ragazzini e ragazzine, il basket per i ragazzi delle Giovanili e per quelli della C1. Davide Piccoli, Andrea Zanolla e Alberto Tonut i nomi di quelli che, come suol dirsi, hanno fatto più strada, fra l'altro arrivando a giocare in rappresentative nazionali.

Prima di passare al ciclismo dove si rischia la sindrome da elenco telefonico, visto quanti sono stati gli sponsorizzati e quale è stata la loro caratura in campo nazionale e internazionale, vogliamo citare sponsorizzazioni del tipo amical-nostalgico, come quando i Lucchetta, malaticci di alpinismo però tenuti in pianura, in basso, dai soliti impegni di lavoro, hanno contribuito a finanziare la spedizione in Tibet intitolata a Xixa Pangma, anno 1990. Un aiutino neppure tanto "ino" per questa amata disciplina di vita, frequentabile per interposta persona se non esistono il tempo e le possibilità fisiche di far montagna in prima persona. Una volta Zeffirelli disse a chi scrive queste righe e gli rinfacciava una certa frequentazione calcistica non in linea con il suo tifo: "Che c'entra? Io quando vado a pranzo a casa di quel nemico, al posto mio mando l'artista". Bene, i Lucchetta sponsorizzando quella spedizione si sono "scorporati" come l'insigne regista, e hanno mandato sulla montagna grande i se stessi alpinisti teorici ma ardenti.

Sono quelli della spedizione 1990 in Tibet, in un posto che si chiana Xixa Pangma e che è un monte e non uno scioglilingua, esiste veramente, ha messo a dura prova questi signori molto precettati dagli sponsor, fra i quali anche Euromobil. I fratelli Lucchetta hanno aiutato la spedizione nel valicare i problemi di denaro, nel bypassare tutte le necessità concrete per poi poter salire e scalare senza la zavorra dei pensieri di vitaccia pratica, solitamente in agguato laggiù nella valle. Possibile mandare in alto un altro, anche con i soldi tuoi, ed essere felice per lui e per te? Pare di sì, dicono gli alpinisti: anche perché, senza sponsor, senza questi transfert morali e materiali dallo sponsor allo scalatore, pagando una sorta di tariffa che si chiama aiuto economico, molti di loro dovrebbero stare a casa. E se uno non può salire sin dove può salire restiamo più schiacciati a terra tutti noi…



Tanti professionisti per il mondo del buon lavoro

E adesso di nuovo sul ciclismo. Ineluttabilmente, fisiologicamente, canonicamente, venetalitamente, diremmo quasi soavemente, non si trattasse dello sport del fango, della polvere, della pipì addosso. Il ciclismo che è stato dei nonni contadini, dei padri agricoltori (qualcosa di più, magari un minimo di meccanizzazione), che sarà dei figli laureati, e pazienza se con orecchino e tatuaggio, anche perché "orecchinati" e tatuati sono adesso pure i corridori, non è problema, e al Giro d'Italia 2008 si è visto anche un pedalatore laureato in ingegneria.

Il ciclismo stava – già detto – nel DNA veneto dei Lucchetta da sempre; la chimica dei sentimenti che lo fece uscire alla grande è dovuta alla presenza di "2+2" reagenti: Antonio e Gaspare Lucchetta da una parte, Giancarlo ed Egidio Fior dall'altra. L'anno, molto di grazia, il 1983. Semplice la discussione, comuni i propositi: i Fior stavano già facendo bene, con i Lucchetta avrebbero fatto meglio. Non che allora, in quell'incontro ovviamente anche conviviale, si sapesse già che ben sessanta pedalatori del gruppo che nasceva, Zalf Euromobil Fior e poi anche Zalf Désirée Fior, sarebbero passati al professionismo, dunque avrebbero fatto evolvere il loro pedalare in lavoro, ma l'idea, la voglia, l'impegno di ogni tipo, compreso si capisce quello economico, di fare le cose per bene, tutto ci fu subito, e messo bene in tavola (a pranzo o a cena non importa). Adesso, scorrendo la lista di quei sessanta, verrebbe voglia di andare indietro e capire chi senza Lucchetta e Fior non avrebbe mai fatto il ciclista per mestiere. Ma sarebbe operazione difficile e chissà se onesta e illuminante. Bisognerebbe pesare la forza e l'influenza di certi insegnamenti nei riguardi



Ilario Scremin, uno dei "nostri", pedala su una strada di montagna, in una corsa che deve essere in modo ortodosso ostile, classicamente dannata. La strada è quella che è, già è tanto che la neve sia rimasta ai lati. Deve pure far freddo, ma il ciclista non ha i guanti. La foto permette e quasi sollecita anche un sadismo voyeuristico: perché viene voglia di fermarci sullo spettatore, l'unico, a destra, uno spettatore che chissà cosa guarda, uno spettatore che chissà cosa porta, chissà chi aspetta per fargli una fornitura di abiti. Davvero il ciclismo di certe strade dure, dove si arriva pagando molti dazi di passione, propone "spett-attori" che sono molto di più che semplici spettatori.

Il ciclocrossista è un ciclista che va a piedi, un pedone che va in bici, un pedone che però ha con sé la bici e la porta a spasso sollevata? È tutti e tre questi bipedi, è anche un cocktail umano, un bel fritto misto atletico. Daniele Pontoni è stato grandissimo nel ciclocross, arrivando al titolo mondiale e indossando la maglia dei Lucchetta.
C'è chi, esperto del ciclocross, sostiene che esso esprime almeno due atleti in uno; e c'è chi sta fuori e dice che la non specializzazione fa sì che di due mezzi atleti non se ne faccia uno intero. Tesi lecite, ma su di esse splende il dogma dell'umiltà preziosa di questi specialisti, di questi fachiri che offrono se stessi al calvario climatico, alle insidie della strada perfida, alle dolenzie dei tratti da fare a piedi, davvero da pellegrini della fatica. Da farci dire con Orwell che tutti, nelle sua fattoria, sono eguali, ma che alcuni sono più eguali degli altri.





La fotografia di Daniele Pontoni, campione del mondo di ciclocross, anno 1992 a Leeds, ovviamente roba per la bacheca dei Lucchetta, ha secondo noi una valenza speciale per via degli sguardi. Quello del vincitore, quasi atterrito dall'impegno che lo attende, onorare la maglia iridata, quello dei due che lo circondano, lo assistono, lo aiutano a spostarsi verso qualche posto di (comunque) impegnata celebrazione. Tutti un po', un bel po' spaventati, come a dire che vincendo l'hanno fatta grossa, lui più di loro, ma loro a somiglianza di lui. Ma che bello poter dire "aiuto!" in questo modo, dopo questa corsa vinta.

di questa o quella persona: cosa forse impossibile, sicuramente presuntuosa. Si può invece dire con certezza che pedalare per questo sodalizio, in quell'ambiente, sia servito a professionalizzare, proprio con l'esercizio serio dell'attività dilettantistica e non con il senso del lavoro spesso sordo e già solo per questo antisportivo, tanti giovani, dando se non altro loro gli strumenti, piacevoli, per andare avanti. Fra i sessanta nomi e cognomi troviamo quelli di Flavio Vanzella, Paolo Savoldelli, Oscar Gatto, Mirko Gualdi, Endrio Leoni, Maurizio Fondriest, Maurizio Bruseghin, Kurt Asle Arvesen, Damiano Cunego, Emanuele Sella, Gianni Faresin, Mariano Piccoli, Giuliano Figueras, Ivan Basso, Domenico Pozzovivo. E Alessandro Ballan, *oh yes*. Un quarto di secolo con grosse vittorie e imprese assortite.

Qualcuno di questi ciclisti si è legato al sodalizio dei Lucchetta e dei Fior per un tempo lungo, che lo ha decisamente connotato, qualcun altro ha liofilizzato la sua esperienza, il suo sodalizio, in poche stagioni, pochi mesi. Tutti hanno dato e preso qualcosa di valido. Alcuni sono stati bandiere, e lo sono ancora. È cambiato lo status sportivo, ma pedalano come se dovessero lottare per il Premio Tuttobici, una cucina componibile che, per il tramite di una bella pubblicazione specializzata in pedalate assortite, l'Euromobil assegna ogni anno, e da più di dieci anni, al migliore ciclista Under 23, quello che un tempo era definito dilettante e non pativa o godeva limiti di età.

Sono settecento le vittorie di ciclisti in maglia verdebiancorossa Euromobil & C., dentro ci sono otto titoli mondiali, uno europeo, una ventina di titoli italiani per la sovrapposizione del tricolore nazionale su quello locale. L'elenco comincia a impreziosirsi decisamente nel 1990: in quell'anno a Utsunomiya, città giapponese a un'ora e mezza di



A fatica il sorriso riesce a liberarsi, a farsi notare: sul volto del corridore (un altro dei “nostri” che non solo arrivano sempre, come nei film, ma spesso arrivano primi) fango e gloria, spalmati canonicamente bene, e peccato che ci siano gli occhiali, sicuramente gli occhi sono due fanali di gioia. Dicono che il ciclista sa di avere vinto anche quando la volata si decide per centimetri, e i giudici devono ricorrere al fotofinish, come potrebbe essere il caso qui. Il vincitore insomma “sa”, perché la vittoria gli dà un segnale più forte e preciso anche di quello che gli può giungere dal documento dell’arrivo. Naturalmente la volata tesa impedisce di sollevare le braccia tagliando il traguardo: ma non è un male, l’asfalto si indovina bagnato, scivoloso, infido, ancora un niente e la frenata necessaria comincerà ad essere un problema da risolvere senza danni che in qualche modo piallino la felicità.



Il Maurizio Fondriest 1986 è un dilettante che vince molto per la Euromobil che però si chiama Glem Gas Zalf Fior, è diretta da Cesare Pinarello, riempie di suoi atleti la Nazionale azzurra e conquista tutti i traguardi più importanti in Italia e non solo. Fondriest (il cui cognome deriverebbe dal tedesco, direbbe di una provenienza da – von – Trieste) nel 1988 sarebbe diventato campione mondiale dei professionisti, arrivando da solo al traguardo mentre i due compagni di fuga, un belga e un canadese, si arrotavano fra di loro.

Nella pagina di destra Manuel Quinziato, un ciclista Euromobil di quelli che hanno lasciato un buon segno di amicizia, di volontà. Più che un prototipo, un archetipo, con un titolo europeo a cronometro, qualcosa di continentale a mezza via tra il mondo e il Bel Paese.



treno veloce da Tokyo e in pratica a Tokyo legata da tante Utsunomiya una dopo l'altra, tutte egualmente anonime ("in the middle of no-where", si dice in inglese, nel mezzo di nulla, e lo capiscono anche i giapponesi), vince il titolo mondiale dei dilettanti Mirko Gualdi, uno dell'Euromobil.

Quello di Gualdi è un campionato mondiale in luogo e clima esoticissimi: considerate le molte scimmie sul circuito, alla vigilia della gara (che precedeva quella dei professionisti) si diceva che andare all'attacco sarebbe stato pericoloso perché le scimmie aspettavano un ciclista solo per saltargli addosso tutte insieme. Gualdi ha sconfitto anche le scimmie, non la tradizione che diceva frenante la maglia dei "puri" nei riguardi di una carriera professionistica, forse perché carriera obbligatoriamente destinata a essere qualche volta "impura". Da Gualdi la storia ciclistica dei pupi dei Lucchetta è bella fitta di cose belle.

Nel 1992 il titolo italiano con Alessandro Bertolini, conquistato a Castelfidardo nelle Marche. In quello stesso anno Daniele Pontoni, grande ciclocrossista aggregato al gruppo, dà a Euromobil un altro titolo mondiale, andando a conquistarlo in Inghilterra. Pontoni, che sarà campione italiano dal 1997 al 2003, è un adepto di una specialità che ai tempi di Renato Longo, una specie di Bartali+ Coppi della brughiera pedalata e camminata, sembrava molto nostra, ma che poi all'estero è stata scoperta anche da campioni del ciclismo ortodosso, i quali l'hanno individuata e praticata come ideale per tenere la forma nei mesi invernali e intanto praticare agonismo importante e guadagnucci extra. Allora il ciclocross era inteso come pratica di fango e ghiaccio invernale, e i fasti della mountain bike non appartenevano neanche al più avventuroso giornalista ciclistico adepto della fantascienza.

Nel 1993 per i nostri un titolo mondiale da spartire in quattro: Cristian Salvato vince a Oslo la gara iridata a cronometro per squadre, l'anno dopo conquista lo stesso traguardo a Palermo. Qualcuno si ricorda che nel 1960, ai Giochi Olimpici di Roma, questa prova era stata da noi supportata e possiamo anche dire inventata perché ritenuta consona non tanto a un popolo di cronometri, quanto a un popolo di ciclisti dilettanti trattati già allora come professionisti e dunque in grado di imporsi almeno come collettivo sui meno fortunati colleghi stranieri, fra i quali comunque



Oslo, 1993: la corsa iridata dei professionisti rivelerà un certo Lance Armstrong, statunitense, che poi metterà insieme una carriera da sette Tour de France vinti consecutivamente. Ma ci sono anche le gare dei dilettanti, e quella del quartetto a cronometro premia l'Italia, premia anche uno del Gruppo Lucchetta, Cristian Salvato, a destra nella foto della festa e anche nella foto dell'arrivo, che è in pratica una volata fra compagni dopo avere vinto una sorta di lunga volata contro avversari raggiunti e staccati. La corsa a cronometro a squadre è prova difficile, chiede che nessuno ammolli agli altri il "buco" della sua debolezza, esige cambi da metronomi diligenti e attenti, e pretende che ognuno svuoti tutto se stesso: ma poi la vittoria non è divisa in quattro parti, ognuno ce l'ha tutta intera per lui. Ed è giustizia, non certo miracolo.

cominciavano a profilarsi i pericolosissimi dilettanti di stato dei Paesi europei, quelli del socialismo reale, allora definiti dilettanti "marron" per dire che erano di colore greve e anche sporchiccio.

Siamo al 1995, prove tecniche e atletiche di titolo mondiale: Giuliano Figueras, cognome spagnolo ma anagrafe decisamente napoletana, vince per Lucchetta e C. il campionato iridato militare, in quel dell'Aquila. Ormai i dilettanti si chiamano Under 23, minori di 23 anni, e Giuliano Figueras l'anno dopo a Lugano si afferma come campione mondiale della nuova categoria.

Siamo al 1997 e viene meglio, in Norvegia, dire Zalf che dire Euromobil: ma è la stessa cosa. Per questo gruppo sportivo Kurt Asle Arvesen pescato su segnalazione di amici diventa campione del mondo, Under 23 anche lui, nella Spagna basca di San Sebastián.

Siamo al 1998, il campionato mondiale Under 23 si disputa in Olanda, a Valkenburg, circuito che mezzo secolo prima ha visto i nefasti dei nostri grandi professionisti, Bartali e Coppi tanto per far nomi, suicidatisi per eccesso di rivalità, roba antica ma piaga ancora viva perché tenuta aperta dal sale della storia. Per Zalf Euromobil Désirée Fior, insomma per l'Italia, Ivan Basso conquista il titolo e fa dire a chi sa di ciclismo che trattasi di corridore di quelli che prenotano con piena legittimità il dopo.

Siamo al 2001, ad Apremont, Francia, Manuel Quinziato è campione europeo di cronometro individuale dei dilettanti. Non solo bisogna sapersi destreggiare nella quantità alta, quasi una pletora ormai, di gare iridate, ma si scende anche alle

distinzioni continentali… Fa piacere allora poter registrare semplicemente che nel 2005 Tiziano Dall'Antonia vince il titolo tricolore a cronometro a Tortoreto Lido, Abruzzi, e che nel 2006 Daniele Oss diventa campione italiano di inseguimento, sulla pista veneta di Bassano. È il 2007, siamo quasi in cronaca diretta, ecco il successo tricolore su strada a Lavagna, Liguria, di Simone Ponzi.

Il presente da storico diventa cronistico per il 2008: vendemmia continua, col mondiale di Ballan fra i professionisti…

Il palmarès è vasto, fitto, nobile. Palmarès: si potrebbe e forse si dovrebbe dire albo d'oro, ma il ciclismo è abbastanza francofono e poi la parola è diffusa, viene persino scritta bene in Italia, con l'accento grave sulla "e", e potrebbe far parte del dialetto veneto… L'elencazione di successi può apparire noiosa quando sono tanti, figuriamoci quando pretendono di essere, se non didattici, almeno didascalici (e cioè di mostrare come si fa a vincere, se non addirittura di insegnare a vincere). Si deve dire che in casa Lucchetta il dogma della normalità di comportamenti, espresso nella vita di lavoro come anche nelle "vacanze" accanto allo sport, non implica come invece altrove sofferenze, impegno doloroso, attenzione spasmodica a non fare niente che non appaia spasmodico. Così il giornalista che ha cercato, abbastanza disperatamente, di portare i quattro fratelli, per qualche passettino, sulla strada dell'autocompiacimento o quanto meno della soddisfazione o come minimo dei sospiri per non avere più tempo da dedicare a questo tipo sportivo di felicità aziendale, ha invece cozzato contro la normale serenità di chi sa di avere fatto bene una cosa, o di averla fatta come si prefiggeva, in armonia con altre cose – belle, ma si lasci che lo dicano gli altri – fatte in altri settori.

Ha anche tentato, il giornalista, il giochetto delle domande e risposte, evitando accuratamente di paludare le domande con gli abiti dell'intervista. Qualche chicca è venuta fuori, ma ha sempre prevalso la normalità delle risposte anche di fronte a domande balzane. Per cercar di definire la bartalianità del primogenito dei fratelli, messa avanti quasi come un reperto storico imprescindibile, si è cercata una spiegazione, ed eccola: siccome Coppi era descritto come un nemico di Bartali, siccome Bartali era ufficialmente democristiano, siccome noi veneti allora (e adesso?) eravamo quasi tutti democratici e cristiani, siccome i democristiani allora (e adesso?) tifavano contro gli altri, i "comunisti", ecco la scelta di Bartali. Si vada indietro a quegli anni: la scelta era campale, cosmica, imprescindibile una volta poste certe premesse.

Alla domanda sulla presenza fra i Lucchetta di qualche sportivo praticante che abbia condizionato, spostato le simpatie della famiglia su uno sport piuttosto che su un altro, la risposta in coro e quasi rammaricata: troppo lavoro, mai il tempo per praticare seriamente lo sport. Da qui il processo di dislocazione di se stesso che lo sponsor esegue attraverso l'apposizione del proprio nome, o di qualcosa legato alla propria attività, addosso all'atleta, che diventa anche una sorta di delegato personale a certe avventure.

Per l'epifania, bella ma intanto quasi stridente col culto del ciclismo, delle simpatie calcistiche, ecco, avanzato dai Lucchetta, un nome assai importante per l'Italia del giornalismo sportivo e soprattutto calcistico, il nome di un amico loro e nostro che è stato anche un grande del microfono: Paolo Valenti, che non c'è più e sul quale scarichiamo la magnifica colpa di avere spostato i Lucchetta, almeno un poco e per pochi, dalle strade del ciclismo.

Chiedere il perché del rapporto con i Fior è parso al giornalista come chiedere a un cowboy di spiegare il suo amore per le cavalcate, *amen*. Chiedere se mai è stata pensata una sponsorizzazione vistosa, da televisione primaria, tipo quella di una squadra per il Giro d'Italia, è parso come chiedere a padre Pio, buonanima, santissima anima, se non avesse mai pensato di poter diventare papa.

Le domande hanno spaziato anche nel sociale, anzi nel sindacale: come ad esempio reagisce la fabbrica a un successo degli atleti che portano in giro un suo nome? Reagisce alla veneta, cioè in una soddisfazione che si avverte nell'aria ma che non pretende di togliere il respiro offrendo iperfelicità con alto tasso di ossigeno inebriante. I dipendenti seguono l'attività dei loro agenti pubblicitari in bicicletta, sono lieti se si tratta di attività fatte bene e benedette dal successo, basta e avanza così. Però è certo che tutti seguono tutto, nel senso di essere sempre informati su cosa stanno combinando quelli con quelle maglie che sanno di casa mia, di cosa di tutti noi…

L'idea di uno sport moderno, sport di vetrina, dove per apparire si debba spendere molto, troppo, oppure sperare nel colpaccio di fortuna, oppure propiziarsi la fortuna con sistemi che sono magari spacciati per corsari anche se sono pirati, non appartiene ai Lucchetta, perentori e drastici nel fare clan, vasto clan, anche per respingere ipotesi di questo tipo.



Tre Euromobil: sono, da sinistra, Daniele Colli, Damiano Cunego e Nicola Scatolin. La foto è del 2000. Cunego non è un omonimo di quello che corre ai nostri giorni, è lui, proprio lui. Naturalmente chi vuole può leggere nel suo sguardo determinazione, può pensare che già allora avesse prenotato quello pseudonimo calzante, "piccolo principe", che è diventato molto pubblico dopo il suo successo nel Giro d'Italia 2004. D'altronde nel 1999 lui aveva vinto il titolo mondiale juniores. Per noi però si tratta soltanto di un ragazzino felice perché sa che l'inquadratura del suo viso riesce bene, nel mezzo del telaio, mentre gli altri due hanno il pneumatico sotto il mento uno, sotto il labbro l'altro. Riesce luminoso e libero di ostacoli il sorriso, che per il ciclista che deve soffrire è patrimonio prezioso, da spendere bene. Ci sono dei periodi, nella vita di un ciclista, in cui per sorridere deve vincere, e non vince mai.



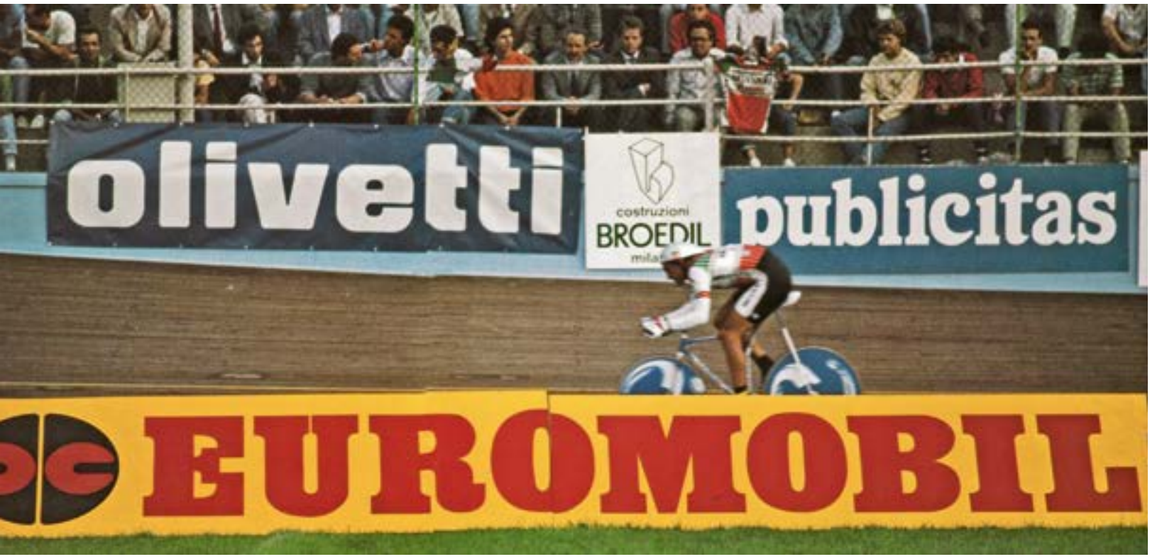
Quest'uomo dallo sguardo attento e buono si chiama Vendramino Bariviera, nome da personaggio di un bel romanzo di Gabriel García Márquez ambientato nella ricca Marca Trevigiana. È stato un forte ciclista professionista, la sua famiglia ha anche dato allo sport Renzo, gran cestista. Vendramino detto Mino ha lavorato per due anni con i ragazzi della Zalf, a insegnar loro quello che lui aveva appreso da grandi del pedale, anche stranieri, in grandi corse in linea e a tappe, vissute da gregario e non solo. Se ne è andato troppo presto, gli ha ceduto il cuore, che i ciclisti di solito hanno grosso per ragioni fisiologiche, grande per ragioni sentimentali. Lo ricordiamo con una fotografia che per molti di noi è come un "santino".

Cosa e come si può fare per essere presenti in quella data prova (qui un tentativo di Francesco Moser contro il suo record dell'ora, non importa la riuscita, il discorso che facciamo è un altro), per poter in qualche modo scandire "io c'ero", che nello sport è piacere e, talora, dovere? Le vie dei signori, e in modo particolare dei veri signori, sono come si sa infinite. Qui i Lucchetta hanno scelto di esporre uno striscione con il nome di una loro creatura-creazione. Ovviamente lo striscione sottintende un intervento economico per aiutare l'evento che di solito costa assai. Il ciclista pedala in una sorta di boschetto cartaceo (o si tratta di legno, di plastica) fatto di nomi di prodotti che in qualche modo lo accompagnano.

Il giornalista credeva di dover scalare un monte, una vetta, addirittura una parete di roccia. È stato invece sedotto da una bella passeggiata su morbide colline venete del buon vivere, del buon dire e sentire, con tutto il fanatismo lasciato indietro, lasciato a valle, anzi seppellito nella valle. Dal punto di vista della stesura di questa parte del volume lucchettiano non è stato un buon affare. Meglio sarebbe giornalisticamente stato spupazzarsi lo sponsor oleografico, quello che vuole i suoi atleti, anzi i portatori dei suoi colori morti di fatica però vittoriosi. E meglio, da un altro punto di vista, pomiciare con lo sponsor faraonico che fa scrivere anche delle sue ricchezze. Meglio addirittura lo sponsor pseudocommovente, paranaïf, che dice strafalcioni e fornisce materia di risatine, sia pure mai troppo esplicite perché lo sponsor di solito è gentile con i giornalisti, specialmente sotto Natale, e può anche intervenire sull'editore o sul direttore del loro giornale per via di amicizie o attraverso il gettito della pubblicità. I fratelli Lucchetta mi sono parsi sponsor pronti anche a leggere che fanno tutto male, e capaci di ringraziare per le critiche foriere di redenzione: e questo senza essere ipocriti, anzi. Il problema è che sembrano fare tutto bene. Sono addirittura emblematici dello sponsor ideale: appassionato, competente, generoso il giusto, non maniaco della conta dei centimetri quadrati di esposizione a mezzo stampa del nome della sua industria o del suo prodotto, non notaio spietato dei minuti secondi di teleapparizione del marchio (su carta, su cartone, su cemento, su asfalto, su indumento e prossimamente, quando si aprirà alla grande l'era già ufficiosamente schiusa dei tatuaggi pubblicitari, su carne umana di atleta). Uffa, che bello!

Prima del 1953 lo sponsor esisteva, però aveva il nome del prodotto che l'atleta usava nei suoi momenti agonistici, e sembrava un nome canonico, imprescindibile: Bartali pedalava su bicicletta Legnano e questo nome, che era anche quello della marca, portava in giro sulle strade del Giro, e Coppi nel 1940, al via teorico gregario di Bartali epperò vincitore finale della corsa rosa, faceva lo stesso, in attesa di essere identificato con la Bianchi.

Nel 1953 il terzo uomo dell'allora grandissimo e stravittorioso ciclismo italiano, Fiorenzo Magni, trovò un nome extraciclistico da portare sulla maglia alle corse. Il nome era quello della crema Nivea, prodotto per pelli delicate, candidate alla screpolatura.



Non è l'attore che interpreterà il primo film di James Bond, anche se come venustà del tipo duro e forte potrebbe benissimo essere scelto per la bisogna. È Ivan Basso, ciclista dilettante Euromobil, da poco campione del mondo, anno 1998, categoria Under 23. I decifratori e lettori di espressioni possono ammollare a Basso profonda emozione, incontenibile fierezza, assorta meditazione sulla cosa bella che gli è capitata, anzi che lui ha fatto sì che gli capitasse.



Simone Ponzi è campione italiano su strada per il 2007: sorride, e ci mancherebbe altro. I due non "lucchettati" non sorridono, e ci mancherebbe che sorridessero. Qualcuno ha detto che nel ciclismo il secondo posto è persino peggiore dell'ultimo, almeno in certi casi. Esperti di psicologia sportiva e non solo possono esercitarsi sulle espressioni dei due battuti. Ma attenzione: il ciclismo è sport dove la gioia del primo, sempre che sia un primo "giusto", non offende, e la delusione dei battuti è scollegata dalla felicità del vincitore. È delusione che "opera" di suo, e che merita comunque il massimo rispetto.

Si gridò alla novità più che allo scandalo. Il ciclismo italiano aveva inventato le sponsorizzazioni, per il tramite di un corridore assai attento ai tempi, un uomo intelligente come sarebbe stato dimostrato anche dal resto della sua esistenza. Presto Magni ebbe degli imitatori. Restando all'Italia, si deve dire che il calcio attese anni e anni per mettersi sulla scia del ciclismo nell'esplorazione dell'immenso territorio delle sponsorizzazioni. E lo fecce con l'Udinese di un veneto, Teofilo Sanson, che era diventato grande gelataio industriale a Torino e che prima che nel mondo del pallone era entrato in quello della bicicletta, da lui amato proprio in quanto ciclista, sia pure anomalo: perché sotto la Mole il giovane Sanson andava in giro con il triciclo a vendere gelati, e spingeva con i pedali anche il grande contenitore del ghiaccio che allora veniva prodotto in sgocciolanti parallelepipedi. Con la società calcistica friulana Sanson mise avanti un *escamotage* persino più divertente che furbo: il regolamento del calcio proibiva scritte pubblicitarie sulle maglie, lui le mise sui calzoncini, pagò una multa e sfondò il muro ed ebbe tanta pubblicità diretta e indiretta. Un affarone, a dimostrare che è possibile essere furbi e pionieri, accorti e apostoli, bucanieri e filibustieri, corsari e un pochino pirati "legali" nello stesso tempo.

Le sponsorizzazioni nei primi tempi si chiamavano abbinamenti, e il ciclismo divenne subito disciplina assai trainante nel proporli a un po' tutto l'altro mondo dello sport. Lo stesso ciclismo intanto trovava, in un certo senso creava, in maniera forte esibiva lo sponsor massimo: Giovanni Borghi patron della Ignis, patron-padrone ma anche "patron", denominazione che sta vicina a padre. L'industria di Varese degli elettrodomestici, e specialmente dei frigoriferi che cambiarono il modo di vivere degli italiani, portandoli all'idea delle scorte e, presto, del congelamento e della surgelazione dei cibi, irruppe, con i comandi affettuosi gridati dal vocione temporalesco del boss, nel ciclismo, in strada con Baldini e Poblet e poi anche Nencini, tanto per far nomi, e in pista con il sublime Maspes grande



Sempre Simone Ponzi, la maglia è azzurra, ma la foto non è, come dire?, di gara. C'è un cartello che genericamente e magnificamente dice "Forza ciclisti!", ci sono dei bambini che lo tengono alto, bambini felici di stare lì con quelli che in quel momento sono per loro i massimi campioni di tutti i mondi. Una foto così piace ai fratelli Lucchetta anche se non c'è proprio da nessuna parte la scritta Euromobil o Zalf o Désirée; quelli sono anche i loro bambini, sono i bambini anagrafici del ciclismo pieno di bambini infiniti.

partner di Borghi ai tavoli verdi. L'Ignis si fece basket con una squadra che in fretta arrivò a lottare per lo scudetto contro la storica dominatrice compagine milanese. L'Ignis si fece tennis addirittura con il grande Pietrangeli, si fece boxe addirittura con il grande Loi. La figlia di Borghi sposava un cestista della squadra di famiglia, il figlio, ottimo atleta del nuoto, si appassionava ai cavalli. La fine di Giovanni Borghi fu la fine di una colossale sponsorizzazione, che nel ciclismo si era evoluta anche al di là del nome dell'azienda: accadde quando il grande patron assemblò in una squadra ideale i migliori pedalatori italiani del momento e intitolò la formazione ai Moschettieri, rinunciando al riflesso pubblicitario immediato (e si deve dire che i Moschettieri furono meno bravi, sui pedali, di quelli dell'Ignis, anche e specialmente quando si trattò della stessa persona portata a cambiare maglia ma non "padrone").

La storia delle sponsorizzazioni sportive è lunga, vasta, complicata: basti dire che si mescolano, si intersecano, si contrappongono interesse e passione: cosa di peggio e cosa di meglio, a seconda dei punti di vista e dei criteri di valutazione? Ci sono vie italiane alla sponsorizzazione, ci sono vie straniere, specialmente interessanti le americane. In Italia a un certo punto lo sport olimpico è diventato il più sponsorizzato del mondo, perché di esso si è occupato lo stato, direttamente con leggi *ad hoc* o indirettamente con l'assunzione di atleti nei corpi militari e paramilitari dell'Arma dei Carabinieri, della Polizia, della Finanza, della Forestale, della Polizia Penitenziaria, e perché due altre entità sono arrivate a fare compagnia allo stato. È cioè arrivato, o meglio ha incrementato quello che già faceva, alla luce delle subito dilaganti esigenze professionali di ormai tutto lo sport di vertice, il Coni, Comitato Olimpico Nazionale Italiano, che è parastato e che ha sovvenzionato gli atleti olimpici direttamente (alla voce "spese speciali per la preparazione ai Giochi") e li ha gratificati esplicitamente con i premi forti per le medaglie olimpiche, implicitamente con i "distacchi" di quelli che, insegnanti anzi professori di

educazione fisica, non potevano quasi mai fare lezione, dovendo dedicarsi in pieno agli allenamenti, ma avevano il posto conservato e gli scatti di carriera garantiti (stessa cosa bella per gli atleti in divisa). E intanto l'industria privata, magari preoccupata di apparire eccessivamente spendacciona a pro di sport già ricchi, su tutti il calcio, si è data pure essa da fare per aiutare con i soldi gli atleti, eleggendoli a testimonial, per esempio di qualche loro prodotto di solito attinente da vicino o da lontano alla pratica sportiva (scarpette da corsa, sci, scarpe da football, palloni, uniformi da gara, ma anche alimenti particolari, prodotti di difesa della pelle, integratori leciti). Tre mammelle per nutrire lo sport, insomma, e poi anche la quarta mammella, in alcuni casi: cioè la Regione o (meno) la Provincia e il Comune che danno qualcosa all'atleta che, nato lì, con i suoi successi attira attenzioni su quel certo territorio, diventa un propagandista di aria buona, cibi buoni, buoni modi di vivere, turismo calamitante.

È accaduto addirittura che le grandi potenze sportive del mondo – gli Stati Uniti del liberismo assoluto, l'URSS e la Germania dell'Est e un po' tutti i Paesi del socialismo reale, dove lo sport era diretto e finanziato direttamente dai governi – si siano trovate a invidiare, temere, un poco anche copiare la poliforme (e redditizia in chiave di successi) sponsorizzazione all'italiana. Sino a che in Italia crisi assortite e bilanci in rosso hanno messo lo sport di fronte alla pura e semplice e tremenda constatazione di una carenza di fondi. L'effervescente sponsorizzazione sportiva in Italia ha fatto in fretta a evolversi negativamente in stato magmatico, aeriforme, nel senso che fluisce ma non si sa bene come e quanto, e se vicina o no al raffreddamento, o all'evaporazione. Intanto il calcio, affiancando la sponsorizzazione al mecenatismo o meglio (meglio? boh) alla voglia di ribalta pronta e "soltanto" assai costosa per condurre in porto grossi affari, ha assorbito tanto denaro, frutto di passione e/o di calcoli, e ha impoverito tutto il resto del nostro sport, quando non lo ha inquinato, sbattendo addosso ad altre entità, non vaccinate contro il denaro eccessivo, le cifre troppo alte e i modi troppo espliciti di fare sponsorizzazione.

Il ciclismo, anche quello grande e grosso del Giro d'Italia, vive ormai con squadre che si basano su sponsorizzazioni di prodotti non mai dominanti sul mercato della bicicletta. Insieme con altri sport, il ciclismo ha dovuto scoprire sponsorizzazioni di nicchia, grazie alla fabbrichetta del paesello, la pressione calda sull'amico dell'amico. Sponsorizzazioni d'amore, d'affetto: un pregio, un limite. Il tutto mentre i soldi statali e parastatali per lo sport sono diminuiti, in parallelo con la crisi generale della cosa pubblica.

La domanda, comunque, non è per ora quella relativa alla persistenza dello sponsor, almeno secondo certi modi e misure, ma quella, più semplice e soprattutto più impegnativa, se lo sponsor abbia fatto del bene o del male allo sport.



Abbiamo una risposta, questa: se tenere in vita una creatura comunque nuova, partorita dai tempi e dal progresso, è far bene, lo sponsor ha fatto benissimo. Molto semplicemente, senza lo sponsor non può sopravvivere né lo sport d'élite, di vetrina, né quello di base. Non può pedalare al meglio il grande ciclista (o lo fa andando a cercare contratti all'estero), non può vivere la piccola società dilettantistica di provincia. Il fatto che certe sponsorizzazioni, smodate o vaghe, sguaiate o troppo timide, abbiano finito per creare dei danni è accertato, e non si tratta di colpa da poco. Ma la stessa colpa diventa briciola di colpa se sta di fronte al fatto che la sponsorizzazione molto semplicemente ha garantito allo sport la vita, e non solo, gli ha insufflato la vitalità speciale che dal mondo industriale e commerciale e anche pubblicitario si è trasferita nel mondo sportivo un po' troppo ingessato, un po' troppo inamidato dal proprio passato. Talora la sponsorizzazione ha sbracato, per calcolo o opportunismo, talora ha dunque fatto del male, specialmente quando ha visto l'arrivo di bucanieri e anche filibustieri dell'abbinamento purchessia, tutto volto ad avere citazioni immediate, spazi vistosi, richiami reiterati, a occupare il più possibile della facciata. Ma nell'insieme ha dato vita o almeno linfa vitale.

E che finivamo la galleria fotografica senza la miss? Claudia Andreatti, Miss Italia 2006, veste "Lucchetta", lei che magari in altre occasioni veste Prada. La Miss Tappa nel ciclismo è essenziale, è cornice per il ciclista-icona che ha appena vinto, è una specie di comandamento per gli spettatori: siate bravi e forti, vincete, diventate campioni di qualcosa, e poi vi sorride, persino vi bacia una ragazza così. Con il progredire del ciclismo femminile bisognerà anche programmare l'avvento del Mister Tappa, del bel ragazzo che premia la vittoriosa. Vedremo, vedrete. Con il braccio sul fianco, Claudia sembra però anche la fidanzata, la moglie che aspetta il campione, pronta a sorridergli caldamente ma pronta, se occorre, anche a rimproverarlo un pochino, magari soltanto di non essere stato perfetto (e dunque di essere stato uomo).

Quando poi è stata sponsorizzazione alla Lucchetta, cioè impegnativa di cifre – il due per cento dell'utile netto, ricordiamo – e riservata di modi, quando essa si è rivolta a un settore, il ciclismo dei dilettanti, dove la coltivazione dei buoni sentimenti appartiene al DNA e ci permette ancora di eseguirla senza passare per patetici cretini o per nostalgici datati, dove si coltiva ancora l'essere più che l'apparire (ecco un punto, anzi ecco il punto), il bene, il gran bene fatto viene facile da riscontrare, anche perché – come dire? – largamente maggioritario. Il bene che non è la perfezione del fare e del far bene, e infatti la sponsorizzazione continua.

Pare che alla fine di tutto sia persino possibile applicare al mondo confuso e convulso delle sponsorizzazioni, ora vitali per lo sport ora anche vitali per un certo prodotto che lo sport reclamizza e fa vivere o rivivere nelle attenzioni, i parametri, i ragionamenti, le logiche e anche le accertate illogicità del resto della vita. Questo per dire, molto semplicemente, che la sponsorizzazione non è una brutta o bella bestia, è soltanto (cioè addirittura) una cosa del mondo del lavoro, degli affari, della produzione, del commercio, della pubblicità. Se accostata, proposta, eseguita, frequentata in un certo modo è un bene, in un altro modo è un male. Come si può dire di un po' tutte le cose, fisse o mobili, fesse o nobili, del mondo. Lo sponsor è farina da cui hanno origine il buon pane, la buona polenta, la buona pasta, ma è anche farina che può sporcare il vestito buono, l'abito solitamente scuro della tradizione, della normalità pulita ma povera.

In Veneto si intendono assai di buona farina da lavorare e da portare in tavola per mangiare, nutrire, crescere.

Gian Paolo Ormezzano

Il futuro del Gruppo Euromobil: abitare il mondo

Il futuro di un'impresa è fondato su due elementi fondamentali: le qualità generali dell'imprenditore e il contesto nel quale si opera.

Quest'ultimo corrisponde a un dato di fatto per l'azienda che, comunque, deve essere in grado di interpretare e, se possibile, assecondare senza mai andare contro le tendenze fondamentali del mercato. Il Gruppo Euromobil, per la storia fino a qui raccontata, ha tutte le carte in regola per guardare con ottimismo e pragmatismo produttivo a un futuro certamente più internazionale di quello attuale, ma comunque portatore dei grandi valori del suo contesto territoriale.

Il futuro è un equilibrio tra conservazione e accelerazione. Il primo termine riferisce le identità, le tradizioni, le risorse umane che sono espressione di un territorio specifico; mentre il secondo, per le aziende che come il Gruppo Euromobil operano nel design dell'abitare, significa precorrere nel presente ciò che il desiderio di domani manifesta come domanda di prodotti. Quando si progetta per un mercato del quale abbiamo solo alcuni dati conoscitivi non è sempre facile interpretare tale domanda e individuare le "oscillazioni del gusto" da parte degli utenti. Ma il Gruppo Euromobil ha dimostrato nel corso dei suoi trentacinque anni di saper organizzare l'impresa secondo investimenti a lungo termine nella fabbrica e nelle risorse umane, in modo da soddisfare le richieste del mercato e, al contempo, rispettare la propria identità aziendale.

Nel caso del Gruppo, la capacità di leggere realisticamente le tendenze del futuro è da ricondurre ad alcune "costanti": il patrimonio umano di maestranze e collaboratori in tutta la filiera produttiva, e la straordinaria attitudine a introdurre variabili nell'organizzazione industriale. Questo ha permesso, e permetterà, di offrire prodotti sempre diversi e fortemente personalizzati, pur mantenendo i grandi valori della serialità produttiva. Credo che, da questo punto di vista, l'azienda dei fratelli Lucchetta sia una delle rare esperienze che hanno compreso il design come "linguaggio della differenza", non solo negli aspetti squisitamente espressivi, ma soprattutto nella cultura d'impresa e nell'organizzazione produttiva, dalla fabbrica al punto vendita.

Affrontare il futuro con decisione e realismo significa trasferire il concetto di "design come linguaggio della differenza" in tutte le fasi del processo aziendale. E, analizzando la situazione del Gruppo Euromobil, la sua filosofia imprenditoriale manifesta già adesso questo assunto. Lo si evince in modo particolare nella specifica risposta dell'azienda al problema delle "oscillazioni del gusto": il Progetto Multisystem, tra gli altri, consente quella richiesta di individualità di prodotto che è pretesa dal consumatore finale.

Ma prima della risposta estetica del prodotto, nel Gruppo si è lavorato alla condizione strutturale attraverso la quale costruire, con realismo e ottimismo, il proprio percorso produttivo.

"Il design come linguaggio della differenza" è presente altresì nel processo di creazione, in senso lato, della corporate identity che, oltre al marchio, viene a rappresentare la cultura d'impresa del Gruppo. Il valore, insieme industriale e seriale, della produzione attraversa tutte le manifestazioni della comunicazione d'impresa, dalle sponsorizzazioni sportive, al mecenatismo artistico, agli allestimenti, al punto vendita, alla comunicazione istituzionale e pubblicitaria. Ciò posto, è fondamentale che ci sia la *governance* del processo, per evitare quelle "dispersioni" che potrebbero condizionare negativamente il brand, anche a partire dall'esperienza del singolo consumatore.

Il futuro dell'azienda riguarda proprio il rapporto tra il brand e le qualità generali dei prodotti. È necessario, soprattutto quando si guarda a quei mercati internazionali più dinamici e interessanti, mantenere una particolare coerenza tra marchio, immagine e le qualità estetiche e prestazionali dei prodotti. Tutto deve essere congruo e facilmente riconducibile al luogo della produzione, ai valori culturali del contesto di riferimento e alla missione dell'imprenditore.

Per il Gruppo Euromobil, quando si parla di territorialità si intende anche serietà, visione strategica e italianità: un contesto culturale

di riferimento dove, come è evidente nella storia recente del Gruppo, l'arte contemporanea costituisce un insostituibile valore aggiunto che, sia pure su binari paralleli tra design industriale e mecenatismo artistico, è stato vissuto come parte integrante della corporate identity. Lo stesso discorso vale per le attività sportive, in particolare la presenza del Gruppo Euromobil nel ciclismo: anche in questo caso, accanto alle identità tradizionali di un brand così legato al design, la scelta è stata quella di essere accanto a una delle più antiche e "popolari" discipline sportive, dove fatica, determinazione, abilità strategica e tattica, stili di vita, costituiscono il capitale simbolico di riferimento. È, come sempre, il grande valore della territorialità che fa da collante e regia di tutte le attività dell'azienda.

Design e impresa sono tenuti insieme come da una regia che, con la testa ben insediata nell'imprenditore, affronta il futuro senza temere soluzioni fortemente innovative, sempre in sintonia con le visioni trainanti della ricerca nell'abitare. La politica aziendale del Gruppo Euromobil, tra accelerazioni e consolidamenti, vede il domani già presente: è un domani in cui il furniture design risulta un sistema sempre più articolato e trasversale di tipologie d'arredo, dalla casa agli spazi del lavoro. L'espansione di un'impresa avviene però a condizione che si faccia bene il proprio mestiere. E per il Gruppo Euromobil ciò significa, e significherà, mantenere il punto di osservazione privilegiato nel proprio territorio e, al contempo, farsi forza della propria storia, delle proprie vocazioni, delle proprie passioni. Infatti, un prodotto è in grado di parlare al mondo soltanto se è portatore di una storia vera, concreta e fatta da persone fedeli alle proprie origini e al linguaggio del cuore e della ragione. Noi pensiamo che per il Gruppo Euromobil l'oggi sia già il domani.

Aldo Colonetti

Aldo Colonetti
Direttore di "Ottagono" e Direttore scientifico dell'Istituto Europeo di Design (IED)



I primi amori sono stati il giornalismo, l'arte e la filosofia. Sono nato a Bergamo qualche giorno dopo la liberazione dell'Italia dai fascisti (19 maggio 1945) ma ho sempre vissuto a Milano. Qui ho studiato, ho fatto il giornalista a "Panorama", ho incontrato un grande maestro, il mio più caro e giovane amico, Gillo Dorfles, da cui ho imparato a guardare le cose del mondo senza una gerarchia disciplinare ma avendo sempre al centro l'idea che estetica ed etica vadano di pari passo. Studiando l'estetica e girando il mondo con Dorfles, ho scoperto che la bellezza è ovunque: basta saperla scorgere. Frequento da sempre gli architetti, i designer, ma soprattutto gli artisti, tra i quali un compagno di strada e di tante avventure, Arnaldo Pomodoro. Pur frequentando aziende del design, italiano e straniero, piccoli e grandi marchi della moda e del cibo italiani, credo che l'eleganza appartenga al pensiero e alla parola: i filosofi, gli artisti, i poeti. Ricordo gli anni straordinari della rivista "Alfabeta" diretta da Umberto Eco e il decennio di "Milano Poesia", alla fine degli anni settanta, durante il quale ho potuto stringere la mano, tra gli altri, a John Cage e al Premio Nobel per la Letteratura Joseph Brodsky.
La carta stampata mi è sempre rimasta nel cuore, è un destino, per cui dal 1991 sono direttore di "Ottagono"; ma anche il rapporto con le giovani generazioni (me lo hanno insegnato i grandi maestri durante gli studi di filosofia negli anni sessanta a Milano) mi ha portato a frequentare, senza amare affatto il mondo accademico, università e scuole. L'Istituto Europeo di Design, di cui sono direttore scientifico da più di vent'anni, è, forse, il luogo che più mi rigenera, nonostante le fatiche degli anni, perché lontano dalle accademie. Pur parlando un inglese maccaronico e scassato, la Regina Elisabetta, nel 2001, mi ha nominato Member of English Empire, per meriti culturali, "immeritati". Il Made in Italy mi ha salvato.

Valentina Croci
Giornalista



Nata a Firenze nel 1975, Valentina Croci si è laureata in Storia e conservazione dei beni architettonici presso l'Università IUAV di Venezia. Nel 2001 ha conseguito il Master in Architectural History presso la Bartlett School of Architecture a Londra. Questo corso le ha permesso di sviluppare le prime conoscenze sulle tecniche giornalistiche e di mettere a fuoco il proprio obiettivo lavorativo. Alla fine del 2001 inizia la sua collaborazione con il mensile "Ottagono", di cui è stata redattore fino al 2004. Nello stesso anno ha iniziato il dottorato in Scienze del design presso la facoltà di Design e Arti dell'Università IUAV, diplomandosi nel 2007 con una tesi teorica sul rapporto fra corpo umano e tecnologie digitali indossabili. Parallelamente all'attività di ricerca ha avviato una collaborazione con la rivista inglese "Architectural Design (AD)", per la quale tiene una rubrica fissa sul tema dell'interaction design applicato all'architettura. Dal 2006 al 2008 ha fatto parte della redazione di "Rassegna". È stata guest editor del numero monografico di AD "The New Europe" (luglio 2006), dedicato all'architettura nei nuovi stati membri dell'Unione Europea, mentre nel maggio 2008 ha co-curato l'allegato di "Arte Dossier" sul design italiano del XX secolo. La collaborazione con "Ottagono" non si è mai interrotta e rimane la sua attività principale, permettendole una conoscenza diretta del mondo della produzione e dei processi legati al design.

Marco Goldin
Critico d'arte e professore presso l'Università IULM di Milano



Marco Goldin è critico d'arte e insegna presso l'Università IULM di Milano. Ha diretto per quindici anni la Galleria Comunale d'Arte Moderna di Palazzo Sarcinelli a Conegliano (Treviso), dove ha realizzato oltre settanta mostre dedicate ad alcune tra le migliori espressioni della pittura italiana degli ultimi decenni, da Morlotti a Schifano, da Guccione a Ruggeri, solo per fare qualche nome. Dal 1998 al 2003 ha lavorato nella Casa dei Carraresi di Treviso, creando quello che è stato definito "il caso Treviso", con le rassegne da lui curate e dedicate in modo particolare alla cultura dell'impressionismo, e visitate da due milioni di persone. Dopo aver lavorato anche per la città di Torino, fra il 2004 e il 2009 ha dato vita al progetto "Brescia. Lo splendore dell'arte", e ha portato due milioni e mezzo di persone a visitare le grandi esposizioni nella città lombarda, spaziando da nomi celebri come Monet, Gauguin e Van Gogh a scoperte (o riscoperte) come Millet e Mondrian, fino a un intenso programma sulla pittura italiana del Novecento. Dal 2009 lavora per la Regione Friuli Venezia Giulia nella prestigiosa sede espositiva di Villa Manin e per la città di Rimini, con mostre nel Castel Sismondo. Alla professione di critico d'arte, con numerosissimi libri e cataloghi realizzati, unisce l'attività poetica e di autore teatrale.

Mauro Pecchenino
Sociologo e professore universitario di comunicazione d'impresa



Ho conosciuto Euromobil attraverso due tesi di miei allievi, durante i dieci anni nei quali ho gestito la cattedra di Relazioni pubbliche all'Università IULM, sede di Feltre. Nella mia vita ho sempre amato quattro cose: studiare, scrivere, viaggiare e la pittura. Su una quinta, le donne, preferisco sorvolare. I miei genitori erano anime pure e mi davano fiducia, così ho incominciato a scrivere da piccolissimo e, a quattordici anni, mi è stato pagato il primo articolo. Non mi interessava fare il giornalista e lo scrittore, ma scrivere da uomo libero. Ho scritto testi per canzoni, poesie, una ventina di libri, un best seller da ventimila copie con "Il Sole 24 Ore" e un long seller con Rizzoli; tra breve uscirà il mio primo romanzo. Grazie allo scrivere ho preso due lauree in Italia e una in Gran Bretagna. Ho fatto una volta e mezzo il giro del mondo, ho comprato case, auto sfiziose e bevuto decine di bottiglie di Paul Bara. Allo scrivere ho affiancato la consulenza in Marketing e Comunicazione. Nel 2004 ho ricevuto, primo italiano, l'Award di Comunicatore europeo dell'anno. Ho lavorato con governi e aziende importanti in Italia, Gran Bretagna, Francia, Stati Uniti. Ho avuto il privilegio di conoscere imprenditori come Barilla, Rana, Merloni (ai tempi della presidenza a Centromarca), Ferrari, Agnelli e altri. Ho incontrato artisti come Beuys, Pollock, Fieschi, Moreni, Purificato, Finotti, Manzù e altri. Ho scritto d'arte sui giornali, uno in particolare, "Il Terzocchio" dei grandi Vargas, Di Genova e Verdone. Scrivere, comunicare, arte: ecco perché mi trovo in questo libro.

Gian Paolo Ormezzano
Scrittore e giornalista



Mi piacciono i libri aziendali, quando non sono cifre ma eventi, non sono bilancio ma cuore. Non conoscevo i fratelli Lucchetta, ma li ho incontrati nel posto più giusto per un piemontese (io), per i veneti, per il bipede implume chiamato uomo: alla tavola di un ristorante. Abbiamo parlato subito la stessa lingua, la koinè degli sportivi e per di più degli amanti del ciclismo, lo sport che a me giornalista ha dato pane e caviale. Mentre mi venivano elencate e motivate le loro sponsorizzazioni anche in altri sport, cresceva, almeno per i miei parametri, lo spazio tra la figura classica dello sponsor e quei quattro. Da qui la mia partecipazione impegnata e soddisfatta nella stesura di questo libro. Ho cominciato a scrivere a 18 anni da compiere e a 73 sono ancora qui. Ho fatto gare di nuoto in gioventù e di podismo (due maratone sino alla fine) dopo i sessanta. Ho seguito 24 Olimpiadi, anagraficamente squallido record del mondo riconosciuto dal Cio. E 28 Giri d'Italia, e una quindicina di Francia, e Mondiali ed Europei di un po' tutti gli sport fuorché il polo, in tutto il mondo fuorché i poli. Mi sono scritto tanto addosso, almeno 110 milioni di volte ho picchiettato sui tasti, dalla macchina da scrivere al computer. Salvo, della mia smodata produzione, appena un epigramma dai Giochi di Tokyo, sui canottieri e sull'invidia, questo: "Al quattro senza non far sapere che il quattro con ha il timoniere". Ero coppiano, Bartali mi ha fatto suo grande amico. Tifo nel calcio Toro, ho visto tutte le partite del Grande Torino nel dopoguerra al Filadelfia. Ho scritto libri di ciclismo, calcio, atletica, arte varia. Sono pagato, ancora adesso, per fare quello che, se ricco, pagherei per fare: cioè scrivere e pubblicare. Ho conosciuto tanti sponsor e non li ho mai capiti bene. Scrivo adesso qui anche per frugarmi, illuminarmi.

Fulvio Roiter
Fotografo

Ignazio Roiter
Primario della Clinica Ospedaliera di Oderzo



Gli scribi erano persone dotte, istruite a trasmettere sui papiri i testi sacri. Da loro si chiedevano precisione e bellezza di scrittura. Al tempo di Cristo, assieme ai Farisei, rappresentavano la casta intellettuale. Spesso entrarono in conflitto con il Maestro, che un giorno rivolse loro un rimprovero definitivo: "Ti glorifico, Padre, perché queste cose le hai rivelate ai piccoli e le hai nascoste ai sapienti e ai dotti". Così chi usa la penna, scriba o scrittore che sia, ha già sul capo un possibile anatema. Troppo grande è infatti l'importanza della scrittura perché l'occhio divino non la scruti attentamente. E se è difficile per un ricco possedere il Regno, è altrettanto intricato per uno scriba-scrittore giungere al merito della semplice correttezza. Ignazio Roiter è quindi cauto nel definirsi un letterato; si qualifica dilettante e presta le sue riflessioni all'occhio di Fulvio che testimonia al mondo la forza delle proprie immagini. Nati dagli stessi genitori ma a ventidue anni di lontananza, il loro appuntamento con la storia è avvenuto solo da alcuni anni. Giramondo il fotografo e stanziale il medico, riescono a dare una visione originale della realtà per quella forma comune di valenza genetica che le diverse strade della vita non hanno cancellato ma altamente raffinato. È dunque un incontro che il destino aveva intercettato, con il ritardo che la realizzazione di opere armoniose tra colori e parole fa rimpiangere. I lavori pubblicati dal 2003 hanno le qualità che solo la musica può esprimere: *Un uomo senza desideri*, *Una vita per Venezia*, *Cartizze*, *Amazzonia*, *Mediterraneo* sono volumi d'arte, segni di un legame appassionato fra scrittura e immagini.

I ringraziamenti vanno innanzitutto alle nostre famiglie per il costante e affettuoso sostegno.
A tutte le persone che vedete rappresentate nelle pagine successive. La loro dedizione, il loro affetto, la loro passione hanno dato, unitamente a coloro che li hanno preceduti, un contributo determinante al raggiungimento del successo del nostro Gruppo.

Un altro grazie a tutti i consulenti, gli architetti, i designer, i fornitori e in particolare ai nostri clienti, senza i quali non sarebbe stato possibile incontrare i favori di un mercato così competitivo e selettivo. Al loro lavoro e al nostro si uniscono le capacità comunicative di quanti intervengono nella fase decisiva della promozione aziendale, come le agenzie di pubblicità e i fotografi.

Un altro grazie lo dobbiamo ai critici d'arte, ai direttori di musei che nel corso degli anni hanno creduto nel nostro progetto culturale affidandoci la sponsorizzazione e l'organizzazione di eventi artistici di interesse nazionale e internazionale.

Esprimiamo gratitudine inoltre a tutti coloro che hanno saputo valorizzare il nostro Gruppo attraverso le imprese sportive: nel calcio, nella pallavolo, nel basket e soprattutto nel ciclismo. Un grazie sincero ai direttori tecnici, ai presidenti e a tutti i componenti delle nostre squadre del passato e di oggi.

In fine, ma non ultimo, il nostro ringraziamento va agli artisti per la loro testimonianza, a Michele Beraldo, Marco Goldin, Giovanni Granzotto, Dino Marangon e Toni Toniato per l'importante contributo al capitolo sull'arte; ad Aldo Colonetti, Valentina Croci e Roberto Gobbo per la sezione relativa alle imprese; a Gian Paolo Ormezzano e Pietro Gallonetto per lo sport; a Mauro Pecchenino insieme a Cristina Pileggi per il capitolo sulla famiglia Lucchetta e sull'arte; a Fulvio e Ignazio Roiter per il capitolo sul territorio; a Eleonora Antoniazzi per la ricerca iconografica, a Gianfranco Marabelli e Alessandro Avi per l'art direction.

Uniti insieme abbiamo fatto diventare questo progetto una realtà.

Un grazie particolare a Philippe Daverio, ad Andrea e Marisa Zanzotto e a Giuseppe Zigaina per la preziosa e sentita testimonianza.

Antonio, Fiorenzo, Gaspare e Giancarlo Lucchetta



Grazie
a tutti

Referenze fotografiche
Alessandro Avi
ANAC
Foto Zoppa
Fotoclick di Giancarlo Gennaro
Orio Frassetto
Paolo Gandola
Giovanni Giovannetti
Matteo Girola
© Kröller Müller Museum
Davide Martinelli
© 2009 Museum of Fine Arts, Boston
© National Gallery, London / The Bridgeman Art Library / Archivi Alinari, Firenze
© National Gallery of Scotland / The Bridgeman Art Library / Archivi Alinari, Firenze
Ezio Prandini
Rodella 2000
© RMN / Thierry Le Mage – Réunion des Musées Nationaux / distr. Alinari
Fulvio Roiter (foto del territorio)
Roberto Settonce
Studio Hass
Studio Vision
© 2009 Tate, London
Paolo Utimpergher

“È nostra convinzione che il design, l’arte e lo sport siano uniti dalla medesima esigenza di arricchire l’anima e la vita dell’uomo portandoci lontano: ovunque possiamo trovare intuizione, fantasia e nuove energie.”

Antonio, Fiorenzo, Gaspare e Giancarlo Lucchetta