

Fondata e cresciuta in un distretto di alta specializzazione, la Lube Cucine ha saputo affermarsi in altri rami dell'arredamento

Per sentirsi tutti come dei grandi "chef"

Dalla progettazione alla logistica la Lube Holding ha saputo realizzare un polo produttivo integrato

Una presenza capillare in oltre 1500 store sul territorio nazionale, un'esperienza industriale ben più che trentennale, una capacità produttiva di 50.000 cucine standard all'anno: questi i tratti salienti del Gruppo Lube, azienda sita nell'area fra Treia e Tolentino, in provincia di Macerata, in un distretto altamente specializzato nella produzione di cucine. Ma Lube non significa solo cucine; già nel 1995 l'azienda aveva

esteso la produzione anche ad altri settori dell'arredo per la casa con il marchio Faer Ambienti, che tuttora si occupa dell'arredamento giorno e notte, producendo camerette, armadi e soggiorni, con un organico di 75 persone. L'allargamento della produzione, e il conseguente ingresso in un nuovo settore del mercato dell'arredamento, è frutto del processo di trasferimento del know how maturato in trent'anni dedicati alla produzione di cucine componibili,

con una ulteriore consolidamento sul mercato italiano. L'evoluzione della Lube è il chiaro specchio della dinamica aziendale che la pervade. Nata nel 1967 dall'iniziativa dei due soci Luciano Sileoni e Benito Raponi, nel 1974 vede l'ingresso di Fabio Giulianielli, che, postosi a direzione dell'area amministrativa e finanza, ne muta la ragione sociale in Lube Cucine Componibili. È proprio in questo periodo l'inizio di una rapida crescita tecnologica che la

porta, in poco tempo, a raggiungere le attuali dimensioni. Nel 1993 si costituisce una nuova società, la Lube Over e a seguire crescono differenti realtà d'impresa operanti nell'arredo.

Nel 2003 La Cucine Lube Over spa è stata incorporata mediante fusione dalla Lube Holding S.r.l., la quale ha conferito il ramo d'azienda ex-Lube Over nella nuova Cucine Lube S.r.l. che, con effetto immediato, ha iniziato ad essere la società operativa del Gruppo, avendo anch'essa, come attività sociale, la produzione e la vendita di cucine componibili e di mobili in genere. Una scelta sollecitata dalla necessità di guardare al futuro con ottimismo per intraprendere sfide sempre più impegnative sui mercati nazionali e internazionali; dal voler essere sempre protagonista degli eventi e dall'assumere una connotazione societaria e di gruppo adeguata ai rapporti che intrattiene con i suoi clienti e i suoi partner. In seguito al riassetto societario si è ridefinita la proprietà del pacchetto azionario, a oggi detenuta da Luciano Sileoni e Fabio Giulianielli. A seguito della scelta condotta dalla proprietà, molti e particolarmente redditizi sono i satelliti d'impresa che orbitano intorno alla casa madre assieme ai quattro marchi principali (Lube, Heral, Cucinexport, Faer Ambienti) vincenti per prodotto, prezzo, strategia e servizio. Con la fine del 2003 Il Gruppo Lube è stato protagonista di un importante "restyling" amministrativo-gestionale.

La forte crescita del gruppo avvenuta negli anni novanta aveva tolto razionalità alla struttura organizzativa che aveva bisogno di un preciso disegno strategico. A quel punto si è reso necessario provvedere a un importante riassetto per ottenere importanti economie di scala interaziendali. Dalle dodici aziende si è passati a otto società, concentrando in singole

entità delle funzioni svolte prima da più di una società. Così, dal primo gennaio 2004, a capo del Gruppo Lube c'è la Lube Holding Srl, la "cassaforde di famiglia" che detiene tutte le partecipazioni nelle varie società del gruppo, nonché la proprietà di tutti gli immobili e dei marchi commerciali con i quali il Gruppo Lube si presenta sul mercato. La società è controllata a maggioranza assoluta da Pacifico Sileoni e Fabio Giulianielli. Tra le controllate, la

più importante è la Cucine Lube Srl, che produce tutte le cucine del gruppo e ne rivende circa il 75% con il marchio "Cucine Lube"; l'azienda conta sul lavoro di circa 250 operai nello stabilimento di Passo di Treia su una superficie di circa 60.000 metri quadrati. Il restante 25% della produzione è venduto alle due aziende commerciali create per differenziare l'offerta: la Heral Cucine Srl e la Cucinexport Srl, le quali, puntando su precisi target di mercato com-

pletano la gamma di cucine. L'attività Lube è integrata dalla Lube Service & Engineering, con l'incarico di curare tutti i tipi di servizi necessari alle aziende del gruppo, e la Gil Trasporti, che con una flotta di 15 mezzi ed altrettanti autisti copre circa la metà delle necessità di trasporto. Infine, simbolo dello spirito di competitività dell'intera holding, c'è la Associazione Sportiva Volley Lube, nata dalla passione della proprietà per la competizione e lo sport. ■



■ Si chiama "Maldive", è una delle più recenti proposte del marchio Cucine Lube.

ARTIGIANATO

Innovazione e tradizione a garanzia della qualità

La creatività tutelata dal Consorzio Piceni Art for Job

Sono ben quaranta le aziende d'artigianato, design e comunicazione riunite nel Consorzio Piceni Art For Job, con l'obiettivo di valorizzare le produzioni tramite nuove prospettive di creatività e coordinamento strategico. Il Consorzio porta avanti un ambizioso progetto di crescita collettiva del proprio gruppo, nell'ambito di un complesso programma di attività che va dalla promozione, all'editoria cartacea (è editore dei periodici Extrart, dedicato all'arte contemporanea, e Marche d'Arte, volta all'approfondimento sulla cultura tradizionale) e multimediale (con i portali www.artforjob.it per l'e-commerce, il sito istituzionale www.piceni.it, www.comunicazione.piceni.it, sito del suo gruppo Comunicazione, e i siti d'informazione www.extrart.it e www.marchedarte.it, dal coordinamento nella partecipazione a fiere ed eventi specialistici, allo studio di linee di prodotto innovative, fino all'organizzazione di corsi professionali per l'aggiornamento e la formazione di

nuove figure legate al mondo dell'artigianato, dell'arte e del design. La strategia di promozione e marketing delle produzioni degli associati ha portato alla creazione di importanti gruppi nell'ambito dei quali pianificare e coordinare nel modo più specifico e mirato le attività comuni.

Nascono così il gruppo Arredo (complementi d'arredo, progettazione arredamento d'interni), il gruppo Comunicazione (graphic design, stampa off-set, digitale, serigrafica, soluzioni Internet, servizi congressuali) il gruppo Oro & Moda (gioielli artistici, alta moda e accessori) e il gruppo Regalo (oggettistica da regalo, legatoria artigianale, merletto a tombolo, riproduzioni in bronzo, scarpine per bambole e portachiavi artigianali). Innovazione e attenzione al design, nel rispetto delle tradizioni produttive del territorio e della sua identità caratterizzano da sempre l'immagine del Consorzio, connubio tra artigianalità, tradizione e contemporaneità. ■

Art for Job ha portato la manualità e la tradizione a confrontarsi con la multimedialità

MONDO ACCADEMICO

Il sapere umanistico trova vasta offerta didattica a Macerata

Settecento anni "e spiccioli": questa l'età raggiunta dall'Università di Macerata, la cui nascita risale al 1290 e la cui vita procede tutt'ora sui sicuri binari della cultura. Oggi l'istituto conta le Facoltà di Giurisprudenza, Lettere e Filosofia, Scienze politiche, Economia, Scienze della formazione e Scienze della comunicazione, in un centro di studi e ricerca fortemente omogeneo, nel trovare interessi culturali e motivi di dialogo, nello spirito di una vera *universitas studiorum*.

A Macerata lo studente ha a disposizione strutture e servizi pensati su misura dello studente. Il Centro Orientamento e Tutorato guida gli allievi con l'orientamento nelle scuole, le giornate della matricola, il servizio di supporto al tutorato, la consulenza orientativa, il servizio accoglienza disabili, la biblioteca dell'orientamento e molte altre iniziative volte a supportare lo studente in ogni fase della sua formazione. L'Università di Macerata punta sugli scambi con le università straniere considerandoli profondamente formativi per un giovane; a tutti gli allievi in possesso delle competenze linguistiche necessarie viene pertanto offerta la possibilità di studiare presso facoltà straniere.

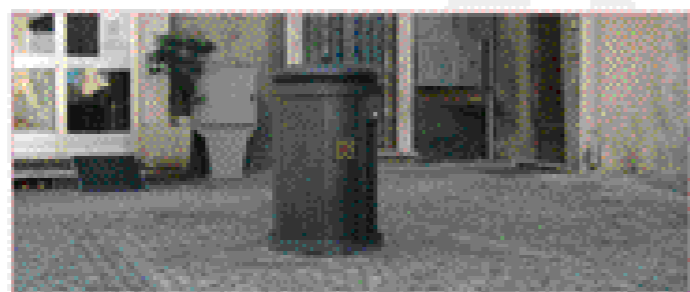
I più meritevoli possono inoltre frequentare i "corsi di eccellenza" che integrano i percorsi normali con seminari di specialisti qualificati. Sono attivi anche i corsi di laurea a distanza e in teledidattica per le facoltà di Giurisprudenza, Scienze politiche e Scienze della formazione. Vi è infine la possibilità, senza alcun limite di tempo, di riprendere gli studi universitari interrotti. Dopo la laurea, l'ateneo continua a offrire servizi per una formazione mirata agli studenti: master, dottorati di ricerca, corsi di specializzazione e di perfezionamento forniscono una preparazione concreta, adeguata alle richieste e alle esigenze del mondo professionale. Il collegamento diretto tra mondo accademico e lavoro avviene grazie al Cetri, Centro per i tirocini e i rapporti con le imprese. Oltre allo sportello stage e job placement, è possibile trovare informazioni sulle offerte di lavoro in Italia e all'estero attraverso il sito Quijob, una banca dati di laureati e aziende. Ogni anno inoltre il Cetri organizza il Career Day, giornata di incontro con le imprese locali e nazionali per un confronto fra produzione e accademia.

La cultura è tuttavia anche svago. Gli studenti possono così avere la possibilità di fare musica, teatro e attività cinematografica sotto la guida di esperti.

All'Università di Macerata lo studente può scegliere il tipo di frequenza che preferisce, quindi può optare per il tempo pieno se vuole sostenere gli esami previsti nel piano di studio, senza alcuna limitazione; oppure per il tempo parziale se intende sostenere fino a tre esami annuali o sei semestrali per un massimo di 36 CFU. Le tasse sono differenziate a seconda del tipo di frequenza e variano da 500 a 650 euro secondo il livello di partecipazione previsto, il corso di studio nonché le condizioni di merito del singolo studente e del reddito del nucleo familiare.

Le domande di immatricolazione al primo anno dei corsi di studio e quelle di iscrizione ad anni successivi vanno di norma presentate dal primo agosto al 30 novembre.

Il massimo spazio nel minimo impatto visibile



prima



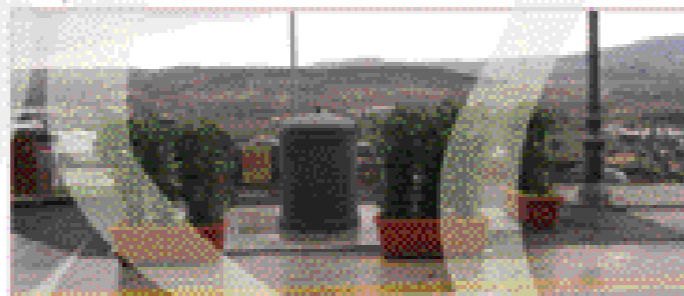
dopo



prima



dopo



LEA FOSCATI