

## Ricerca continua e tecnologia: ecco la luce verde di Luceplan



«Oggi tutti parlano di ecosostenibilità, di rispetto dell'ambiente. Luceplan lo fa da quasi trent'anni. Siamo stati i primi a utilizzare fonti luminose a basso consumo utilizzando il sistema fotovoltaico, siamo stati i primi a progettare lampade con un ciclo di vita lunghissimo che, anche quando finisce, non crea problemi di impatto ambientale perché i componenti sono tutti facilmente

separabili e di conseguenza facilmente riciclabili», mette subito in chiaro Alessandro Sarfatti amministratore delegato dell'azienda, storico marchio del design made in Italy. Suo padre Riccardo, insieme a sua madre Sandra Severi e al compagno di studi Paolo Rizzato, nel 1978 ha fondato Luceplan «un'azienda che nel rumore dilagante si impone subito per la sua incisiva discreta presenza».

I tre soci-architetti creano pochi progetti sobri ma in grado di risolvere problemi reali, con la precisa volontà «di contrastare l'irrazionalità e la frivolezza imperanti in quegli anni». E insieme al quarto socio, Alberto Meda, negli anni arrivano decine di premi e riconoscimenti per la capacità di Luceplan di fare innovazione su tre fronti: sorgenti, materiali e tecniche produttive.

Quando nel 2004 Riccardo Sarfatti decide di "prestarsi" alla politica, passa il testimone al figlio che guida l'azienda di famiglia verso «un cambiamento nella continuità», come ama dire. Alessandro intensifica l'espansione sui mercati esteri con

nuove filiali in Francia e nell'area scandinava. Stringe accordi commerciali per la distribuzione in Cina e organizza un rafforzamento negli Stati Uniti. Risultato: nel 2006 il giro d'affari cresce del 15% rispetto al bilancio 2005 raggiungendo quota 25 milioni di euro. E quest'anno si prevede che l'incremento sarà intorno al 20%. A migliorare la performance saranno anche i risultati prodotti da Elementi di Luceplan, la nuova linea di illuminazione tecnico-architettonica e contract del gruppo, nata all'inizio del 2006.

Un passo importante che porta il marchio a sperimentare percorsi alternativi di luce destinata agli alberghi, uffici, musei, spazi pubblici e commerciali. Ma sempre seguendo l'imprinting aziendale. «Per Luceplan, dice Alessandro Sarfatti, produrre design non significa inseguire le ultime tendenze, ma ricercare nelle possibilità dei materiali e delle tecnologie forme e risposte in grado di anticipare i comportamenti e le aspettative di domani». (Affari&Finanza del 10/12/07. Estratto a cura di PW)

### Gruppo Interna: aprite quelle porte



Che cosa accomuna l'Hyatt international, il Four Seasons, il Radisson Sas, lo Sheraton, il Marriott, l'Hilton e Le Meridien? Sono tutti alberghi di lusso internazionali, i cui arredi sono curati dal Gruppo Interna e sono rigorosamente made in Italy.

Il gruppo industriale friulano è specializzato nella fornitura di arredi esclusivi di fascia alta per il mondo del contract e dell'ospitalità. Nel 2004 ad Interna Contract si aggiunge Interna Collection. Gli arredi sono ispirati agli stili dell'800 e del '900 e una linea contemporanea è

affidata a cinque importanti designer. L'ultimo fiore all'occhiello? Sarà presto ultimato, a Dakar, il progetto d'arredo del Radisson Sas Hotel, che ospiterà le importanti personalità internazionali che parteciperanno alla conferenza mondiale sull'Islam, in programma nella primavera 2008.

Il gruppo Interna resta una realtà industriale in continua espansione: la previsione di fatturato del 2007 è di poco sotto i 20 milioni di euro, con l'obiettivo di salire a 30 nel 2008. (CorriereEconomia del 3/12/07. Estratto a cura di PW)