

Scenari

Luce, l'export vale l'80% e punta a Est

«Il comparto da 2,33 miliardi di fatturato nel 2024 (-2%) va alla ricerca di nuovi mercati», spiega Carlo Urbinati. **Pagina a cura di Andrea Guolo**

Euro luce si gioca le proprie carte all'interno di un format rinnovato e ospita al proprio interno, il 10-11 aprile, la prima edizione di The Euro luce international lighting forum, confronto internazionale a più voci sui grandi temi della progettazione della luce. Il tutto avviene al termine di un 2024 caratterizzato, secondo i dati elaborati dal centro studi di **Federlegnoarredo**, da 2,33 miliardi di ricavi (-2%), di cui 1,87 miliardi sono stati generati dall'export (-1,3%), da parte delle 1.234 imprese attive e per un'occupazione complessiva di 10.463 addetti. «Dopo un periodo di generale incertezza, essere presenti a Milano rappresenta una prova di volontà per le imprese, che dimo-



Carlo Urbinati, presidente di Assoluca

strano di voler continuare a investire», ha affermato **Carlo Urbinati**, presidente di **Assoluca**. Purtroppo le incognite causate da fattori esogeni si riflettono sui nostri mercati di elezione, da quello americano alla Francia e alla Germania, che vivono momenti travagliati. La risposta delle imprese italiane è confortante. «Si stanno rimboccando le maniche offrendo nuove interpretazioni legate alle innovazioni tecnologiche o creando oggetti che abbiano

carattere più propositivo e contemporaneo», ha rimarcato Urbinati. I trend in atto sono lo spostamento della distribuzione dal retail al contract. «Il nostro settore è esposto alle vendite online, che ormai viaggiano tra il 20-25% sull'incidenza del venduto. In questo caso è difficile capire se si tratti di un fatturato legato al consumatore piuttosto che di un business con una progettazione alla base», ha puntualizzato il numero uno dell'associazione e socio unico di Foscarini. «L'export rappresenta l'80% dei ricavi e, in un momento di difficoltà delle nostre destinazioni più forti, dobbiamo trovare altre fonti in aree come l'Asia meno frequentata, Paesi alternativi alla Cina e all'India dove non siamo riusciti a sfondare», ha concluso il presidente di Assoluca. (riproduzione riservata)

Progetti

LODES DEBUTTA NELL'OUTDOOR

L'azienda da 25,8 milioni di consolidato dopo il rebranding arriva alla Design week milanese con una nuova visione

Per Lodes, la partecipazione a **Euro luce** è particolarmente importante perché si tratta di un quasi-debutto. Infatti, pur vantando un importante progresso fino al 2019, dopo il rebranding risalente al 2020 e che ha comportato il cambio di marchio da **Studio Italia design** a Lodes, l'azienda veneziana non aveva mai preso parte all'evento biennale milanese. «Siamo tornati in fiera proprio perché dobbiamo lanciare un messaggio forte sul cambio di brand, di passo, di visione. Per la nostra azienda è stata una rivoluzione», ha raccontato a **MFF**



Focus di Lodes outdoor

Massimiliano Toso, managing director della società che ha archiviato il 2024 con 25,8 milioni di consolidato e ha fissato per l'anno in corso l'obiettivo dei 27 milioni di euro, per l'80% derivanti dall'export. Un'altra ragione memorabile legata a **Euro luce 2025** è rappresentata dal lancio della collezione **Lodes outdoor**, novità assoluta nella storia aziendale. «È il frutto di tre anni di lavoro. Inizialmente avevamo pensato di far breccia nell'outdoor acquisendo un'azienda specializzata, ma non abbiamo trovato nessuna soluzione convincente», ha rimarcato Toso. Il risultato dell'investimento è un'illuminazione da esterni non più puramente decorativa, come quella che caratterizza Lodes per gli interni, ma rivolta anche agli aspetti tecnici e architettonici, apprezzati con un'estetica e un design particolari e distintivi. Il tutto viene presentato all'interno del maxi stand da oltre 500 metri allestito al padiglione 10 e concepito come un viaggio multisensoriale in cui luce, ombra e percezioni diventano il filo conduttore di un racconto in continua evoluzione, suddiviso in ambienti e all'interno del quale le novità rappresentano solo una parte del percorso. «È un'esperienza immersiva nel mondo Lodes», ha concluso il managing director. (riproduzione riservata)

Espansione

SLAMP SI PREPARA AD ACQUISIZIONI IN ASIA E AMERICA

Chiuso l'anno a dieci milioni di ricavi, il brand punta sul lighting degli edifici. Obiettivo il raddoppio delle vendite

Slamp porta a **Euro luce** la sua idea rivoluzionaria del lighting da esterni. Si tratta di un sistema luminoso modulare, denominato **Nuven outdoor**, che l'azienda di Pomezia ha realizzato affidando il progetto allo studio di architettura di **Miguel Aranda** e ottenendo come risultato una decorazione parietale e ombreggiante. «Si tratta di una novità dirompente perché ci permette di allargare il raggio d'azione dell'illuminazione decorativa, il cui valore della industry in Europa è pari a due miliardi di euro, a quello delle superfici, che invece ha un mercato da 36 miliardi», ha raccontato a **MFF** il founder e presidente **Roberto Ziliani**, vincitore del Compasso d'oro alla carriera nel 2024 e vice presidente di **Assoluca**. «In sostanza, se riusciremo a conquistare una quota anche marginale di questo mercato, l'outdoor concepito come copertura luminosa di un edificio potrebbe rappresentare la metà del nostro giro d'affari». Slamp ha chiuso il 2024 con 10 milioni di ricavi, realizzati per l'85% all'estero dove l'area Dach pesa per il 30% e gli Usa per il 20%. E ora l'obiettivo è il raddoppio del fatturato in 5 anni. Il canale di riferimento si sta spostando dal retail fisico al progettuale, frutto di una strategia di investimenti mirati per essere più bespoke. «I progetti in cantiere sono tanti, alcuni top secret e altri in fase di definizione. Nell'ultimo anno c'è stato un cambio di paradigma, con il contract in crescita a doppia cifra e con progetti che diventano continuativi», ha aggiunto Ziliani. Tra le ultime realizzazioni, l'illuminazione del resort **Stella Island** a Creta, dei ristoranti **Max Mariola** a Milano e **Angie's** a Roma, l'headquarter della **Nowhow** di **Mariano Di Vaio** a Perugia e quella di **Solidani** nel franchising degli hair salon. Ci saranno acquisizioni mirate all'ingresso nei mercati asiatico o americano. (riproduzione riservata)



Roberto Ziliani

Progetti

LUCE5 RILANCIATA L'ILLUMINAZIONE RETAIL NEL LUSO

Il gruppo toscano presenta un brevetto che realizza la completa elettrificazione dei pannelli di alluminio di lunga durata

Hyletech è l'innovativo brevetto che **Luce5**, specialista dell'illuminazione customizzata per il design, l'arte e il retail di alta gamma, presenta in questi giorni alla **Milano design week** con un'installazione in **Triennale** firmata da **Emanuel Gargano** e con un bar ospitato all'interno del proprio stand al padiglione 2 di **Euro luce** per esprimere le capacità di realizzazione di una tecnologia presentata come rivoluzionaria. Il brevetto permette infatti la completa elettrificazione dei pannelli di alluminio, illuminati da una sorgente nascosta, trasformando la luce non più come elemento riflesso ma come strumento per generare una forma. «Questa tecnologia è il frutto di sette anni di studio e determinerà non solo una svolta progettuale, ma anche una rivoluzione sostenibile perché si tratta di un pannello elettrificato in alluminio la cui durata nel tempo è potenzialmente infinita», ha raccontato a **MFF** il ceo **Stefano Cetoloni**. L'azienda toscana nasce nel 1991 attiva su impianti elettrici e tre anni dopo avvia il rapporto con **Praida**. Oggi il business legato alla progettazione e installazione nelle boutique del lusso genera l'80% del suo fatturato, che nel 2024 ha raggiunto i 45 milioni di euro. I rapporti in corso riguardano **Bulgari**, **Fendi**, **Ferragamo**, **Tiffany & Co** e **Valentino**, ai quali si è aggiunto l'ingresso negli Usa con gli store di gioielli di **David Yurman**, per un totale di 500 progetti l'anno legati al mondo retail. Il restante 20% è legato all'hospitality, all'arte e al segmento della nautica per il quale è stata avviata la società dedicata **Luce5 Yachting**. Le previsioni? «Chiuderemo il 2025 in linea con l'anno precedente, mentre nel 2026 saremo pronti a raccogliere i primi risultati della svolta rappresentata da Hyletech, frutto anche degli investimenti produttivi che saranno realizzati in Italia», ha aggiunto il ceo. L'azienda dispone di 5 sedi nel mondo e occupa oltre 220 dipendenti, vendendo il 10% del fatturato in ricerca e sviluppo. (riproduzione riservata)



Hyletech di Luce5

Assetti

Davide Groppi rafforza la rete commerciale

Una crescita costante ha caratterizzato gli ultimi anni di **Davide Groppi**, realtà specializzata nell'illuminazione, appartenente a **Dexelance** e guidata dal suo fondatore. «Dopo aver più che raddoppiato il fatturato negli ultimi 5/6 anni, ci siamo attrezzati per la fase di maturità dell'azienda, sia dal punto di vista organizzativo sia con gli spazi industriali dove pensiamo, progettiamo, prototipiamo e produciamo la nostra luce», ha dichiarato Groppi a **MFF**. I mercati d'elezione sono Italia, Francia, Germania, gli Usa e la Cina. «Per noi le direttrici sono sia il retail, sia i progetti», ha aggiunto il founder. L'espansione della rete retail, con monomarca e shop in shop è il focus. E, non ultimo, con filiali **Dexelance**, la nostra capogruppo, negli Stati Uniti e in Cina. Leggerezza e invenzione sono gli ingredienti della collezione presentata a **Euro luce** e nello showroom di via Manzoni. In particolare taO che porta la luce dove si desidera. E poi **Set (nella foto)**, soluzioni luminose che trasformano lo spazio abitativo in un set fotografico. (riproduzione riservata)

