

PAMBIANCO MAGAZINE

# DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DI ARREDO, ARCHITETTURA E REAL ESTATE

## ANALISI

Aziende cucine e outdoor,  
pesano le incognite

## DOSSIER

Illuminazione e progetti  
per gli spazi a cielo aperto

## REAL ESTATE

Student housing in crescita

ANNO XI - N°1 - MARZO - APRILE 2026

Poste Italiane - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Roseto per la restituzione al mittente, previo pagamento resi.



# INTERNO ED ESTERNO IN EVOLUZIONE



Cover: HENRIETTE GRAHNERT

# La nuova **LUCE** dell'outdoor: **INVISIBILE**, sostenibile e sempre più **MATERICA**

Tra tecnologie ad alta efficienza, materiali innovativi e una crescente integrazione con architettura e paesaggio, l'illuminazione da esterno evolve verso soluzioni sempre più discrete, green e progettuali.

di Rossana Cuoccio

**N**egli ultimi anni l'illuminazione outdoor sta vivendo una fase di profonda evoluzione. Non si tratta più soltanto di portare luce negli spazi esterni, ma di costruire un vero progetto capace di dialogare con architettura, paesaggio e natura. Le aziende italiane del settore stanno investendo in ricerca tecnologica, nuovi materiali e linguaggi progettuali sempre più sofisticati, con l'obiettivo di realizzare sistemi luminosi efficienti, sostenibili e capaci di integrarsi con l'ambiente.

Uno dei temi più rilevanti è quello dell'invisibilità della luce, ovvero la capacità degli apparecchi di scomparire nel contesto durante il giorno per rivelarsi solo quando necessario. È la filosofia progettuale che guida la linea outdoor di **Davide Groppi**. "Il tema principale della nostra linea outdoor è il mimetismo", spiega il designer. "Pensare a soluzioni che svelino la loro funzione solo durante la notte. Durante il giorno mi piace pensare che le lampade scompaiano e si integrino con l'ambiente". Da questa visione nascono prodotti come **Grillo**, piccolo punto luce da inserire tra la vegetazione per creare accenti luminosi, oppure **Buio**, un foro nel pavimento quasi impercettibile di giorno e sorprendente di notte. Altri modelli come **Bubka** funzionano invece come veri e propri alberi luminosi per segnalare percorsi e spazi esterni e **Imu** che intende la luce con ironia. Accanto alla ricerca formale, l'azienda continua a investire sul fronte tecnologico: "Prosegue la nostra ricerca su fonti ad alta efficienza e su materiali a basso impatto ambientale", sottolinea Groppi.

Se la luce diventa sempre più discreta, la materia assume invece un ruolo centrale nello sviluppo dei nuovi prodotti. È il caso di **Contardi Lighting**, che ha portato nel mondo dell'illuminazione outdoor tecnologie e materiali provenienti dal settore nautico. "Il materiale è il fil rouge dell'intera collezione Contardi Lighting", spiega il DG **Massimo**



Da sinistra, la lampada Grillo di Davide Groppi e la lampada Team Round di Platek disegnata da Marco Acerbis

**Brigandi.** “Grazie all’esperienza accumulata come contract partner nel settore yacht e superyacht abbiamo introdotto tecnologie e materiali del mondo nautico all’interno della collezione outdoor”. Ogni prodotto da esterno è infatti certificato “Marine Grade”, quindi progettato per resistere a condizioni ambientali particolarmente severe come corrosione da acqua salata, elevata umidità e radiazioni UV. Questa ricerca si traduce anche in una forte componente estetica: dalla pelle nautica utilizzata nelle lanterne **Muse**, disegnate da **Tristan Auer**, alla corda nautica della collezione **Calypso** firmata **Servomuto**, fino al silicone marino autopulente del modello **Bloom** progettato da **DAAA Haus**. Più recentemente, la collezione **Lagoon** è stata rinnovata con il tessuto outdoor sviluppato da **Dedar**, confermando il dialogo sempre più stretto tra illuminazione, tessile e design dell’arredo.

La sostenibilità è un altro elemento chiave nello sviluppo della luce outdoor. **Martinelli Luce**, storico marchio italiano fondato oltre settant’anni fa, sta investendo su materiali riciclati e soluzioni multifunzionali. “Gli ultimi materiali utilizzati sono in linea con la sostenibilità e sono il polietilene riciclato e un materiale composto da detriti di marmo di recupero incorporati nel cemento alleggerito”, spiega **Emiliana Martinelli**, presidente dell’azienda. Da questa ricerca sono nate lampade come **Cyborg Big**, progettata da **Karim Rashid** e realizzata in polietilene riciclato, oppure **Jan** di **Antonio De Marco**, che unisce illuminazione e arredo diventando anche una seduta. L’innovazione riguarda anche la flessibilità progettuale. “La lampada **Bruco** è componibile e permette di assemblare diversi moduli con sorgenti LED orientabili in funzione delle esigenze illuminotecniche del progettista”, continua Martinelli. In questa direzione si muovono anche prodotti come **Frog**, lampada leggera e facilmente spostabile che supera la tradizionale separazione tra interno ed esterno.

Accanto alla ricerca sui materiali cresce anche l’attenzione verso l’integrazione tra luce, architettura e paesaggio. È il percorso intrapreso da **Platek**, azienda italiana specializzata



Le lampade Jan di Martinelli Luce, design Antonio De Marco

nell'illuminazione outdoor architettonica e decorativa. “Da sempre Platek investe nello sviluppo di materiali e finiture pensati specificamente per l'ambiente outdoor, dove durabilità, qualità estetica e prestazioni tecniche devono convivere”, spiega **Alberto Piva**, marketing manager dell'azienda. La ricerca si concentra in particolare sull'evoluzione delle superfici metalliche, con nuove finiture per alluminio e acciaio che mettono in evidenza texture e qualità del metallo. Parallelamente prosegue lo sviluppo di ottiche sempre più precise e soluzioni ad alta efficienza energetica. “L'obiettivo è realizzare prodotti che non siano soltanto strumenti tecnici di illuminazione, ma elementi in grado di dialogare con l'ambiente, l'architettura e la natura anche durante il giorno”, aggiunge Piva.

Sul piano industriale il comparto continua a mostrare segnali di dinamismo. Davide Groppi ha chiuso il 2025 con una crescita a doppia cifra, sostenuta anche dall'espansione internazionale e dal network degli Spazi Davide Groppi, luoghi esperienziali dedicati alla comunità di architetti e lighting designer. Contardi Lighting ha registrato nel 2025 un fatturato di 7,5 milioni di euro in Italia e 1 milione negli Stati Uniti, con l'obiettivo di raggiungere rispettivamente i 10 e i 2 milioni nei prossimi tre anni. Martinelli Luce ha chiuso lo stesso anno a 13,3 milioni di euro, con una crescita significativa del segmento contract, in particolare nel settore hospitality.

Dal punto di vista geografico, i mercati europei restano centrali, ma cresce l'interesse verso nuove aree ad alto potenziale. Nord America, Medio Oriente e Asia rappresentano oggi alcune delle principali direttrici di sviluppo. Come spiega **Lucia Nadal**, DG di Davide Groppi, “stiamo ampliando e consolidando la presenza in Europa e sviluppando un piano di crescita in aree ad alto potenziale come Nord America e Cina”, mentre Martinelli Luce guarda con particolare attenzione anche alla Corea del Sud e ai mercati dell'Estremo Oriente.

Tecnologia, sostenibilità e progetto stanno quindi ridefinendo il ruolo della luce negli spazi esterni. Non più semplice elemento funzionale, ma componente narrativa dell'architettura del paesaggio, capace di costruire atmosfere e valorizzare lo spazio.