

Company Profile

# DEVICE WITH SOUL – IL MONDO PLH

*“Guardare sempre oltre”*

Enrico Corelli, fondatore e ceo di PLH

Espressione del migliore made in Italy, PLH è oggi un'impresa multifattoriale nel senso che, al suo core business, cioè le placche di comando elettrico, ha aggiunto nel tempo varie altre attività e sfaccettature progettuali comunque attinenti al campo del lighting design e dell'automazione domestica, dalla interazione con piattaforme elettronico di dialogo alla demotica. Restando sempre fedele a valori del Bello, della sperimentazione e della ricerca, dell'indipendenza concettuale e progettuale (“Think different”). E al motto ambizioso: “Never say impossible”, mai dire impossibile.

## Come è nata e perchè

PLH viene costituita agli inizi del 2000 da Enrico Corelli come brand spin-off di EPIC, consolidata azienda operante nell'ambito elettrotecnico, elettronico ed informatico. L'idea alla sua base è del tutto innovativa: fare della placca di comando elettrico, oltre che un device sempre al passo con lo stato dell'arte tecnologico, un vero elemento d'arredo, di design capace di distinguersi nell'interior design e di conferirgli, nel suo piccolo, un grande plusvalore decorativo. Altra scelta di fondo è quella di impiegare, come materiale, il massello di metallo – alluminio, acciaio inox AISI 316L, ottone, rame – ma anche di legno e di DuPont™ Corian®, al posto della plastica, poco smaltibile e più adatta alle grandi serie e non alle produzioni di nicchia per il lusso che Corelli, ceo della società, ha in mente. Una scelta che sfida consolidate abitudini nel segno, anche, dell'ecosostenibilità.



# Le collezioni

Come premessa generale va detto che tutte le collezioni di placche PLH nascono con il presupposto che debbano durare nel tempo sia in termini funzionali che estetici: il loro glamour non deve sfiorire mai, il loro appeal deve essere in grado connettersi, con piccoli interventi, alle oscillazioni del gusto. Tutte le collezioni sono personalizzabili anche con marcature eseguite a laser o a plotter, e inoltre offrono svariati trattamenti di finitura di carattere alto artigianale in funzione del materiale scelto (burattatura, satinatura, lucidatura, microsabbatura, ossidazione, multiossidazione, anodizzazione, acidatura, cromatura, amidatura, metallizzazione, PVD, e PVD antibatterico), e infinite nuances cromatiche. Alcune, oltre alla tradizione installazione cablata, propongono anche la soluzione wireless “in the PLH way”.

Dopo una lunga gestazione progettuale e un’altrettanto annosa, ma necessaria sperimentazione iniziata nel 2000 attraverso alcune installazioni presso alcuni Clienti direzionali, nel 2006 si affaccia sul mercato la prima collezione PLH: **MakeUp**. Si tratta di un prodotto “che vuole emergere dalla parete”, molto versatile e predisposto alla customizzazione, oggi disponibile in modalità cablata e wireless. Viene proposto in alluminio, ottone, rame anche con doratura 24k, DuPont™ Corian® e, in ultimo anche in acciaio AISI316L, il più inossidabile di tutti, e nei formati quadrato, rettangolare e tondo, con pulsanti quadrati o rotondi, o ancora con levette. Diverse le finiture e le nuance cromatiche possibili, anche realizzabili su specifica. Nella versione in acciaio è disponibile con i trattamenti superficiali: naturale, PVD (Is-Pro®: Ion Shield Protection) e PVD con antibatterico Abaco®.

Un successo.

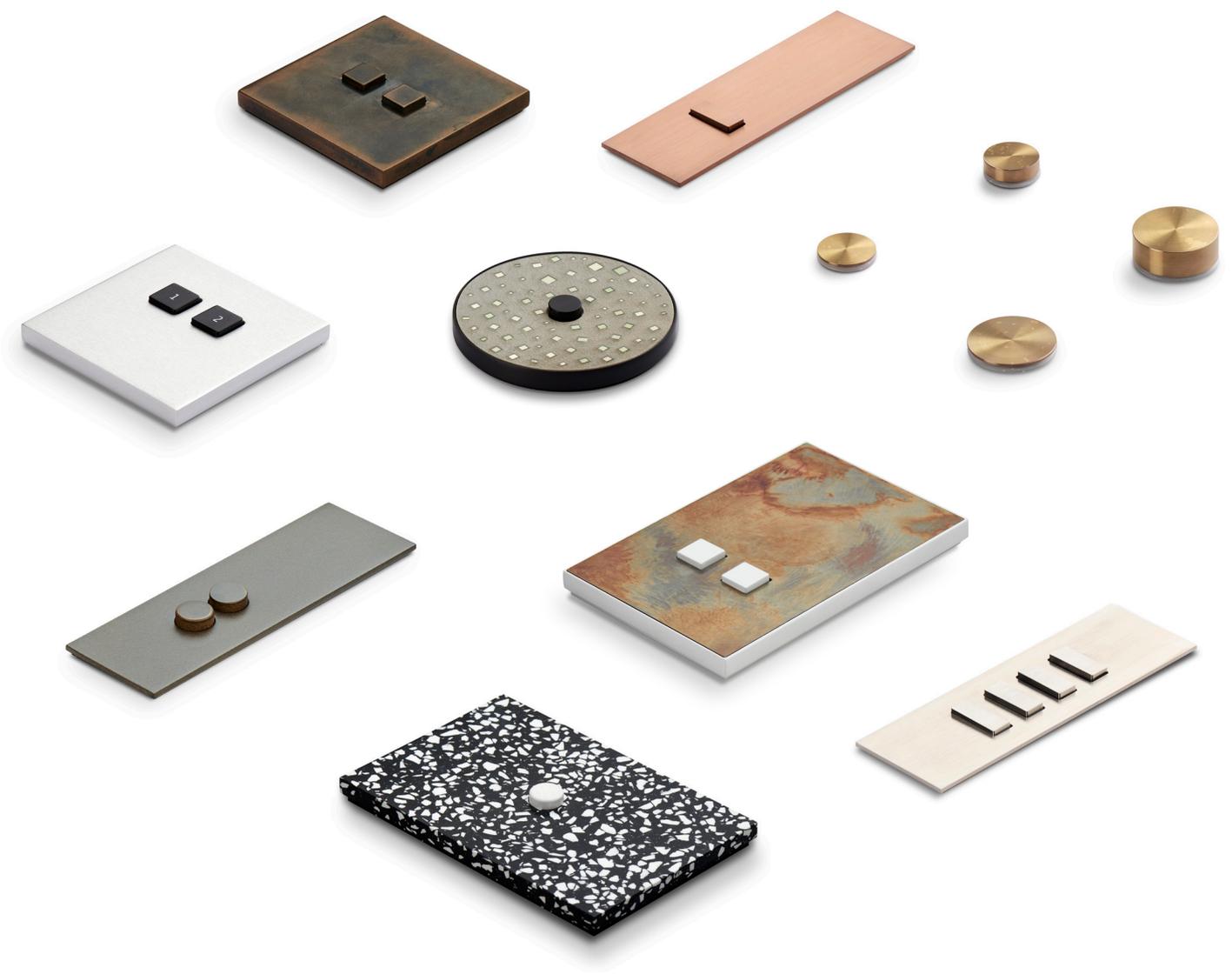
Del 2011 è **Skin**, un interruttore, segnalato da ADI, che rivoluziona il concetto stesso di placca di comando elettrico sotto il profilo estetico. Usando uno chassis metallico (alluminio in particolare, ma disponibile in tutti i materiali di MakeUp) scavato sul fronte, consente infatti di inserire nella depressione i materiali più diversi studiati in partnership con alcune tra le più importanti aziende di arredamento, tra cui Jannelli & Volpi (carte da parati), De Castelli (metalli), Haute Material (legni), Antique Mirror (specchi), Kvadrat (tessuti-non tessuto), Cimento® by SAI Industry (composito di cemento) e recentissimamente Rubelli (tessuti), Foglizzo (pelli) e Antolini (marmi e e pietre naturali pregiate).

La tappa successiva si chiama **Slim** e si caratterizza per il formato rettangolare molto slanciato, lo spessore ridotto al minimo, solo 4 mm, e i pulsanti rettangolari, circolari o le levette: una placca di comando installabile sia in verticale che in orizzontale che trova impiego perfetto laddove gli spazi sono ridotti o dove si vuole dare un particolare movimento alla parete.

**Neo** del 2013, subito segnalata da ADI Index e vincitrice dell'Iconic Award 2016: Interior Innovation, inaugura un nuovo paradigma stilistico: si tratta di un comando multifunzionale cablato o wireless in acciaio inox, ottone o alluminio, ridotto a un punto sulla parete, un pulsante rotondo di diametro ridottissimo (29 mm o 20 mm) che, premuto e/o ruotato può svolgere fino a tre funzioni. Essenziale. Nella versione in acciaio è disponibile con i trattamenti superficiali: naturale, PVD (Is-Pro®: Ion Shield Protection) e PVD con antibatterico Abaco®. A implementazione della collezione PLH ha studiato due strumenti portatili wireless, **Neo Lighter** e Neo Q, che consentono un comando manuale a distanza.

Di recente infine è stata messa in produzione **Keyboard 2020** che aggiorna profondamente l'omonima placca in commercio dal 2011 con una combinazione di raffinata decorazione e tecnologia avanzata. Punto focale della serie è il disegno della placca in cui i pulsanti hanno l'aspetto dei tasti di una console di computer: installata, essa conferisce alla parete un'allure giocosa, di grande contemporaneità.

A completamento dell'attuale catalogo, comunque sempre in divenire, **PLH Aria System** rappresenta l'ingresso di PLH nella domotica. Basato su tecnologia Bluetooth® e capace di dialogare con varie piattaforme, è un sistema che minimizza i consumi energetici e le radiofrequenze in campo, ed è studiato per tener conto delle inclinazioni degli utenti, sia quelli che amano la gestualità e l'interazione tattile con il comando elettrico, sia quelli che prediligono operare a distanza, via smartphone o tablet.



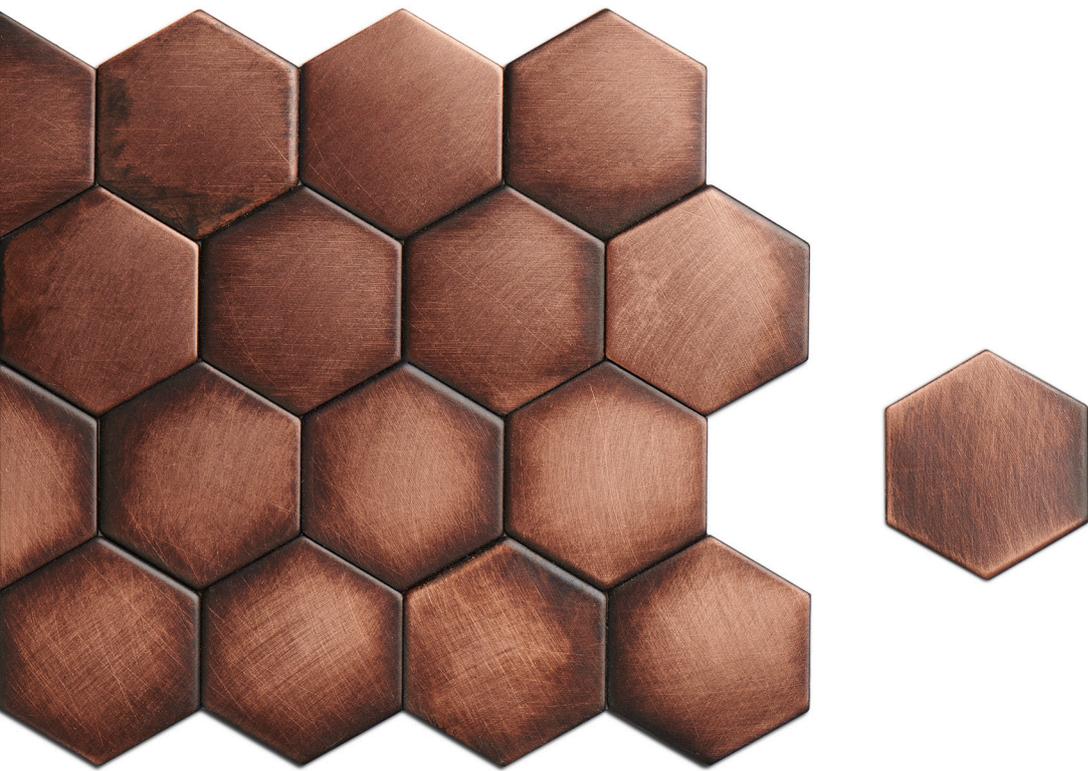
## Il fattore custom

Nel tempo la strategia di PLH si è affinata e ha individuato con grande precisione i propri obiettivi. Non un pubblico diffuso, piuttosto una classe di potenziali utenti che amano il lusso come colta interpretazione del bello, e che alle considerazioni sul prezzo (contano comunque anche quelle) antepongono la soddisfazione estetica e la durabilità dell'investimento. In questa prospettiva l'azione dell'azienda si è concentrata e vieppiù si sta concentrando sul tema della sartorialità, della personalizzazione più spinta, peraltro già in nuce nell'iniziale concezione delle placche pensate e volute estremamente versatili nelle forme, nei materiali, nelle texture e nel finiture cromatiche.

“In genere”, osserva Enrico Corelli, “le aziende, a chi glielo chiede, rispondono che fare un pezzo unico è un assurdo. Per noi invece sta diventando la normalità. Si tratta di una scelta che ha almeno due ricadute. La prima: ci rende più riconoscibili, fa dire al mercato ‘ah, PLH, sono quelli delle placche cucite su misura’. La seconda: è che questa ‘normalità’ customizzata, fa lievitare la nostra esperienza e la nostra conoscenza permettendoci di stare sempre un passo avanti agli altri. Il ‘fattore Custom’ è sempre più la nostra bussola strategica, realizzare esattamente ciò che chiedono gli architetti e i committenti è la sfida che ci rende unici e vincenti, che ci fa crescere e distinguere sul mercato. D'altronde custom significa ricerca e sviluppo non solo nel senso tecnologico ed estetico, ma anche psicologico, emozionale, e senza ricerca e sviluppo non esiste ricchezza”.

E tale approccio sartoriale PLH lo applica a tutti i prodotti ricorrendovi anche per vestire e dare quindi una nuova immagine di design a prese, scatole di derivazione e apparati elettronici come per esempio termostati ambiente, componenti di impianti bus, display, apparati domotici e molto altro.

Tutto, insomma, in PLH ruota intorno alla persona.



## Comandi plurimi

In virtù di una sempre maggior conoscenza e ingegnerizzazione dei prodotti, ogni pulsante può oggi diventare multitasking e svolgere una pluralità di azioni. Per dirne una, **Neo 29.3** è un interruttore a singola funzione e a funzioni raggruppate (scenari): può essere premuto per attuare e regolare la luce di una specifica lampada o di una catena di faretti, e, ruotato verso destra e verso sinistra, per alzare o abbassare, ma è solo un esempio, tende o tapparelle. Oppure per comandare altri punti luce, per avviare scenografie o mood luminosi RGB o trasmettere musica. Le possibilità sono tantissime. E questo vale, sebbene con modalità diverse, anche per le placche Slim e MakeUp.

Pure gli interruttori a levette, sono in grado di svolgere molteplici compiti. Per rendere più evidente e 'obbligato' l'utilizzo in questo senso, è stata studiata un'asola metallica ellittica che guida il movimento in alto e in basso e da destra a sinistra della levetta, così che lavori in modo più sicuro e preciso. E grazie ai sistemi wireless e all'avvento della domotica, si può fare molto di più. Al di là della personalizzazione estetica della placca, si può, in un certo senso, customizzare anche il "che fa" dei comandi. I devices PLH potranno a breve interagire con le piattaforme dei grandi brand dell'informatica, in particolare con Amazon e la sua app di intelligenza artificiale Alexa, con Home di Google e Smart Thing di Samsung. E con delle speciali interfacce proprietarie sono in grado di interloquire con altri sistemi domotici come per esempio su standard KNX, DALI e MyHome di BTicino.



## Non solo placche

Tutte le collezioni placche sono fornite di dotazioni e accessori progettati per essere in armonia con l'estetica di ciascuna serie. In particolare le cornici decorative sono progettate ad hoc e studiate per essere compatibili con le scatole di derivazione dei più importanti produttori mondiali di materiale elettrico mondiale, e con gli standard d'uso dei singoli Paesi. Per Neo sono previste scatole elettriche proprietarie. Nell'insieme un comparto produttivo che incide notevolmente sul fatturato dell'azienda.



# La comunicazione

In una puntuale sebbene succinta descrizione del “mondo PLH” come è questa, non si possono non citare, come fondamentali per il successo dell'azienda, le strategie di comunicazione volte a dare visibilità e identità al brand e a posizionarlo nella fascia “lusso” del mercato degli apparati di comando elettrico. “Fin da principio” spiega Enrico Corelli, “la mia volontà è stata quella di creare attorno a PLH un branding a 360 gradi totalmente made in Italy. Un’image corporate globale. Un po’ sul modello di Apple, e ancor prima di Adriano Olivetti. Colori, font, taglio fotografico delle immagini, biglietti di visita, packaging dovevano e devono essere tra loro in armonia e restare fedeli a sé stessi, cioè essere riconoscibili nel tempo in vista di trasmettere ad architetti, committenti, insomma ai nostri utilizzatori, un senso di ordine e di coerenza, di passione per il dettaglio”. Ricercatezza e sorpresa sono i concetti a cui fanno capo le campagne pubblicitarie ideate per lanciare le collezioni. In particolare va menzionata la fortunata serie dei “dittici” comparsa negli anni recenti sulle principali riviste del settore design e arredamento, da AD a Elle Décor, da Living a Home: si tratta dell'accostamento di una immagine emozionale del prodotto a una fotografia d'arte totalmente, almeno in apparenza, ad esso estranea che tuttavia, per una sotterranea affinità sensoriale, un colore, una forma, un mood, lo richiami, lo arricchisca di senso. Un modo colto e insolito per comunicare che, a differenza delle placche elettriche industriali, le collezioni PLH hanno davvero un'anima, un'identità, un sostrato di gusto estetico e di cultura.

Un altro medium impiegato con successo da PLH sono le rassegne di settore, dal Salone del Mobile al Fuorisalone, da eventi a Roma, Torino, Madrid, Barcellona e Istanbul e al famoso MetsTrade di Amsterdam. Anche qui, annota Corelli, “abbiamo cercato di impostare strategie inedite, identitarie. Fin da principio si è evitato di mostrare il prodotto PLH in maniera puramente espositiva, al contrario, si è cercato di renderlo un'esperienza, mettendolo al centro di una spettacolarizzazione, di un'illusione scenica, quasi drammaturgica tesa a farne emergere le molte sfaccettature, non ultima la capacità di emozionare”.

A questi strumenti si è aggiunto di recente un tabloid stile “quotidiano” su carta riciclata, intitolato *NumeroZero* e dedicato all'illustrazione, con fotografie evocative e testi didascalici, dei tanti aspetti del mondo PLH, compresi quelli ispirazionali, al suo eclettismo, alla curiosità, alla ricerca e alla sperimentazione, alla sua disponibilità ad affrontare le sfide del mercato e della società che si trasforma. Il titolo non è a caso, dà conto dell'impostazione del giornale, alludendo alla sua voglia di continuo rinnovamento.” Il titolo *NumeroZero* deve far pensare a questo: ogni volta è un nuovo inizio...”, commenta Enrico Corelli.

# L'attenzione per l'ambiente: tra sostenibilità ed economia circolare

L'ecosostenibilità e l'economia circolare caratterizzano fin dall'inizio l'impostazione progettuale e realizzativa delle collezioni PLH e delle loro interpretazioni custom. Già la scelta dei materiali va in tale direzione: rinunciando alla plastica e al suo stampaggio, in favore del massello metallico o di legno lavorabili entrambi con macchine utensile a controllo numerico, l'azienda si è indirizzata sulla strada della minimizzazione degli sprechi, del recupero e del riciclo. Gli sfridi metallici di lavorazione vengono avviati subito alle fonderie per essere rifusi e quindi riutilizzati nella produzione. A loro volta gli scarti della lavorazione del legno non trattato sono recuperati e riciclati in forma di pannelli truciolari. E, considerazioni ecologiche sottostanno pure all'adozione, per soluzioni personalizzate, di materiali sui generis come, per esempio, il Lapitec, che è una innovativa miscela di polveri minerali naturali priva di resine o ingredienti derivati dal petrolio, dunque molto eco. Lo stesso approccio informa il packaging. Gli imballi sono infatti interamente fabbricati in cartone riciclato e riciclabile, mentre i nastri di sigillatura sono eseguiti con fibre naturali e adesivi composti di mais naturale. Il tutto con sprechi zero e zero plastica.

Altro parametro basilare in questo quadro è la durabilità dei prodotti PLH. Dice Enrico Corelli: "Le nostre collezioni sono pensate per non andare mai in pensione". La materia prima, i metalli da cui sono lavorate le placche, è di per sé di lunga durata. Il software che presiede le lavorazioni meccaniche tiene molto in conto l'efficienza del processo, occorre sprecare il meno possibile. "Anche i trattamenti superficiali e per le finiture, fondamentali per dare anima e identità alle nostre creazioni, per renderle uniche e personalizzate, vengono eseguiti secondo tali criteri. D'altro canto la nostra ricerca su design ed estetica punta a creare forme, texture ed ergonomia impermeabili alle mode e insieme implementabili per adeguarle ai nuovi stili di vita e ai nuovi paradigmi comportamentali". E qui arriviamo al punto critico dell'economia circolare: che cosa succede quando il prodotto diventa obsoleto e non funzionante e occorre smaltirlo? "La risposta sta nella predisposizione del prodotto a essere disassemblato in parti rigenerabili, riusabili, ricombinabili. Le collezioni PLH sono tutte, in effetti, disassemblabili e riciclabili. Tutte tranne la placca Skin che ricorre alla colla per unire metallo e materiale decorativo. Ma ci stiamo lavorando. Per una buona causa nothing is impossible".



*In alto: fresatura in modalità CNC di un massello in alluminio. Qui sopra: scomposizione imballaggi in cartone riciclato.*

# Progetti e referenze

Che la produzione PLH sia di nicchia, quasi per connaisseurs, è un dato di fatto certificato dai valori di unicità perseguiti dall'azienda. Niente grandi numeri dunque, ma forniture mirate proposte ai potenziali clienti attingendo alle mille varianti del catalogo o, ormai sempre più spesso, costruite su misura insieme a loro. I campi di intervento sono principalmente tre: l'ospitalità negli alberghi da 5 stelle in su e ristoranti di classe; la nautica di lusso alias maxi e megayacht; e il settore residenziale di alto profilo.

## HOTELLERIE

Ogni giorno, in situazione di normalità, circa due settimi della popolazione mondiale si trova lontano da casa, in viaggio di lavoro o per ragioni turistiche, di vacanza, di piacere. Considerato questo dato, non sorprende che l'hôtellerie e l'ospitalità in generale svolgano un ruolo basilare nelle società contemporanee, sia in quelle globalizzate che in quelle che rimangono legate a una dimensione locale. E sempre più hanno successo gli alberghi, i resort, i B&B, i ristoranti che fanno del lusso e del benessere la loro bandiera, che offrono all'ospite l'esperienza di "essere a casa lontano da casa", che creano scenografie in cui ogni dettaglio, pur minimo che sia, ha un senso e racconta una storia. E sono proprio queste strutture che si rivolgono in misura sempre crescente a PLH per conferire personalità e unicità decorativa anche a un elemento apparentemente marginale qual è la placca di comando elettrico cablata o wireless. Tra queste si possono citare il Grand Park di Rovigno in Croazia progettato da Piero Lissoni, il Palazzo Montemartini a Roma (Riccardo Roselli), il rifacimento dello storico Hotel Lutetia di Parigi (Jean-Michel Wilmotte), i resort Soneva alle Maldive e in Thailandia (Eva Malmström) e ancora alcuni alberghi della catena Hyatt, e poi il Venice Venice Hotel a Venezia e l'Aristide sull'isola greca di Siro nel Mare Egeo. E il ristorante La Langosteria di Milano arredato da DimoreStudio con affascinoso spirito rétro-contemporaneo.

## SETTORE RESIDENZIALE

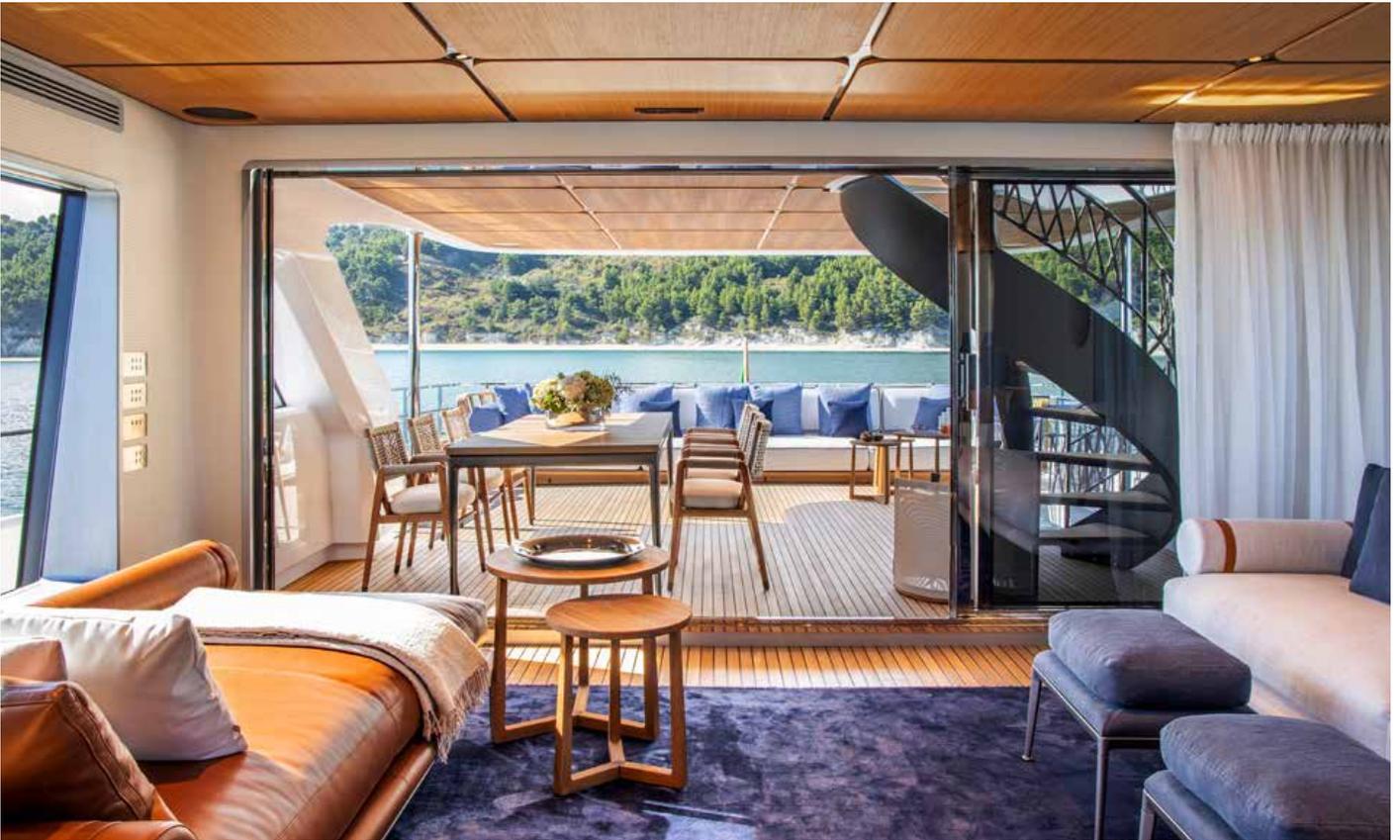
Nella "produzione" architettonica contemporanea i temi del Bello e del Lusso hanno preso molto piede. I grandi interventi residenziali, le ville urbane o di villeggiatura o ancora – è un megatrend italiano – i vecchi edifici recuperati e le magioni storiche restaurate o ristrutturate, tutti mirano a sfoggiare dettagli che li rendano esclusivi. Dai materiali agli arredi, dai rivestimenti ai tessuti, dai colori alle texture fino ai particolari tecnico-decorativi: interior designer, architetti e committenti indirizzano le loro ricerche e le loro decisioni verso soluzioni in grado di comunicare un buongusto ricercato, che fa status ma senza ostentazione. In questa indagine PLH si dimostra di grande aiuto. Con le sue placche, magari firmate con le insegne del cliente o con i suoi colori preferiti, marca il

paesaggio delle abitazioni con tocchi dimensionalmente piccoli, ma di estrema efficacia estetica (senza dimenticare gli aspetti domotici che vi sono connessi). Una placca Skin finita con una pelle metallica di De Castelli (ma è solo un esempio tra i tanti possibili) o lignea di Haute Material, una Neo esagonale, una MakeUp sono “monili” domestici che attirano lo sguardo come un gioiello sul décolleté di una signora o i polsini sulla camicia di un gentiluomo. E così il décor si trasforma in alta decorazione. Esempi? Tra i più eloquenti la Villa Sherazade a Dubrovnik i cui interni rivelano il gusto elegante e colto di DimoreStudio, l'AP House, casa agreste sulle colline del Montefeltro progettata su un antico insediamento da GGA Studio, un dimora-cinema ideata da Filippo Bombace per una coppia di giovani professionisti e cinefili romani, e il fantastico complesso La Querola d'Ordino pensato, tra i monti di Andorra, dall'archistar Jean Nouvel come una articolata sequenza di rocce abitabili.

#### **NAUTICA DA DIPORTO**

Gli yacht, anzi i mega e maxiyacht di oggi sono delle ville, spesso addirittura dei sontuosi palazzi galleggianti, capaci di lunghe navigazioni. Sempre più li caratterizza la ricchezza e la preziosità della decorazione che, in genere, si ispira alle memorie delle vacanze al mare degli aristocratici, e agli stilemi tanto eleganti quanto gradevoli da vivere del Midcentury Style e del NeoDéco. Gli spazi disponibili sono generosi, ma devono però fare i conti con le invalicabili misure dello scafo e ciò impone ai progettisti di sfruttare ogni centimetro di superficie, in piano e in alzato, per massimizzare funzionalità e bellezza. E, siccome ogni yacht ha un armatore, serve anche dargli un'impronta identitaria, personale. Unica. Ed è qui che la placca di comando elettrico PLH entra in scena. Soprattutto, per le sue forme e le sue ridotte dimensioni (ricordiamo lo spessore di soli 4 mm), la collezione Slim. Ma anche Neo e MakeUp hanno trovato largo impiego nella nautica. Ovviamente opportunamente customizzate per meglio armonizzarsi al contesto.

A sintetizzare l'eccellenza delle tantissime installazioni di placche di comando elettrico PLH sulle grandi imbarcazioni da diporto bastano alcuni esempi di assoluto prestigio: l'SD96 progettato da Patricia Urquiola per il cantiere Sanlorenzo e, per il medesimo cantiere, l'SX112 il cui interior design è firmato da Piero Lissoni; il Navetta 30 di Antonio Citterio e Patricia Viel e il Planante Linea 120 di Francesco Paszkowsky Design per Custom Line; il Corsaro e il Folgore di Cantieri Riva; e ancora il fantastico veliero 142 Canova a firma Lucio Micheletti per Baltic Yachts.



*In alto: Navetta 30, salone e pozzetto semicoperto del ponte superiore. Qui sopra: interno del Grand Park Hotel di Rovigno progettato da Piero Lissoni.*



[www.plhitalia.com](http://www.plhitalia.com)

[info@plhitalia.com](mailto:info@plhitalia.com)

Press: [paola.castelli@plhitalia.com](mailto:paola.castelli@plhitalia.com)

[communication@plhitalia.com](mailto:communication@plhitalia.com)

PLH® is brand of Epic Srl.

©2022 Epic srl, all right reserved.

Via F. Primaticcio, 8

20146 - Milano, Italy.

T. (+39) 02 48370030

Tutti i marchi appartengono ai legittimi proprietari; marchi di terzi, loghi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e di società citati sono marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati d'altre società e sono stati utilizzati a puro scopo esplicativo, senza alcun fine di violazione dei diritti di Copyright vigenti.

**PLH**