

Riconoscimento Unioncamere per la spa che produce fibre ottiche in plastica e le utilizza per la trasmissione dati

Luceat, innovazione vincente

All'azienda di Dello il premio nazionale «Giovane impresa»

C'è un'azienda bresciana fra le 14 che sono state premiate ieri a Roma dall'Unioncamere nell'ambito della 4ª Giornata nazionale dell'economia, 14 piccoli campioni del «made in Italy» (8 del Nord, 6 del Centro, 2 del Sud) scelti fra i 300 segnalati dalle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura delle diverse province. Accanto ad aziende protagoniste nel campo della bioinformatica, del design orafa, della stampa su tela, della produzione di tubi in Pvc eco-compatibili con il sigillo «etico» e perfino della commercializzazione del tonno, si è aggiudicata il premio Unioncamere «Giovane impresa innovativa» la Luceat spa di Dello, società leader nella produzione e nella vendita di fibre ottiche di plastica.

«Per un imprenditore ricevere un premio non è un punto di arrivo, ma un punto di partenza per fare ancora meglio - ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Carlo Sangalli, durante la cerimonia di premiazione - Fare bene il mestie-



Alessandro Nocivelli guida la Luceat di Dello (Bresciefoto)

re di imprenditore è un impegno faticoso, con il quale milioni di italiani contribuiscono alla crescita civile e sociale del Paese. Soprattutto per i giovani è una palestra di vita, in cui si impara ad avere fiducia nel futuro e a mettersi alla prova». Proprio ciò che ha fatto Luceat (in latino: «Che illumini») so-

cietà nata nel 2001 e controllata al 60 per cento dal presidente Alessandro Nocivelli (34 anni, erede della famiglia di imprenditori di Verolanuova diventati famosi con gli elettrodomestici) e al 40 per cento dalla Metallurgica Bresciana spa, azienda leader nella produzione di cavi elettrici e

ottici per applicazioni speciali con un centro tecnologico d'avanguardia a Dello, ricavi 2004 a 20 milioni di euro, presidente del Cda Piermatteo Ghitti, numero due in «Luceat»).

Ambiziosa la mission aziendale: rinnovare il mercato della trasmissione dati con l'impiego di un materiale mai usato finora, la fibra ottica di plastica. Più che una sfida tecnologica e commerciale, un'autentica rivoluzione, un tabù da abbattere, un pregiudizio da cancellare grazie a una felice intuizione. Anzi, alla cocciuta convinzione del fondatore di avere in mano una carta vincente: la possibilità di offrire prestazioni uguali, se non addirittura superiori a tutta la concorrenza, a costi più bassi e con minori complicazioni.

Oggi solo quattro aziende al mondo sono in grado di produrre la fibra ottica di plastica, perché il procedimento di fusione, consolidamento e filatura richiede conoscenze specifiche difficili da sviluppare: in sé, il procedimento è semplice,

ma come avviene con la formula della Coca Cola, il successo è garantito solo dal giusto equilibrio di tempi, temperature e fasi della lavorazione. Una miscela segreta. In realtà - ammette Nocivelli - se domani un colosso come Philips si mettesse a sviluppare sistemi analoghi, con le risorse di cui dispone in un anno potrebbe colmare il gap. Per adesso, però, la scena è tutta di Luceat. Che acquista monomeri liquidi, li fa diventare plastica dura con un processo di solidificazione, poi li scalda di nuovo, li «fila» e li riveste di materiale plastico fino a creare una fibra ottica «povera» ma dalla grandi prestazioni, tanto da promettere di portare internet ad alta velocità nelle case di tutti gli italiani a costi inferiori rispetto alle fibre ottiche tradizionali o ai fili di rame. Progetto che Luceat condive con un consorzio di Università e aziende, Fastweb compresa. L'obiettivo dichiarato: creare un modem ottico cento volte più veloce degli attuali. E a costi inferiori. **m.b.**