

## ITALIA INDEPENDENT: IL FUTURO È DAGLI OTTICI

DOPO AVER INIZIATO CON LE BOUTIQUE IL BRAND DI OCCHIALI FONDATA DA LAPO ELKANN SI È DEFINITIVAMENTE SPOSTATO SUL CANALE OTTICO. IL 2010 SARÀ UN ANNO CHIAVE, GRAZIE ANCHE ALLA PARTNERSHIP CON ALFA ROMEO

di Angelo Magri

# Se

il 2009 ha scandito la crescita di Italia Independent, con eventi significativi come l'apertura del primo monomarca a Saint Tropez, che ha dato il via a un forte sviluppo sul mercato francese, la collaborazione con Giambattista Valli, designer molto noto sulla scena internazionale, e soprattutto la scelta definitiva di puntare esclusivamente al canale degli ottici, il 2010 sarà per il brand di Lapo Elkann un anno altrettanto importante. Sul fronte prodotto, ai 35 modelli sole e vista se ne aggiungono a partire da gennaio altri 15 che vanno a completare le tre linee della collezione: I-light in acetato e acciaio, I-eye in acetato e la linea top I-I. Per i modelli continuativi, invece, sono stati introdotti nuovi colori. «Oggi il vista rappresenta il 35% delle vendite e il sole il restante 65% - ha detto a b2eyes magazine Giovanni Accongiagioco, responsabile della divisione occhialeria del brand - Lo scorso anno il sell out è stato molto positivo soprattutto nel vista: questo, unitamente all'elevata marginalità, ha soddisfatto i 240 negozi di ottica

che abbiano già come clienti in Italia e ci spinge a incrementarne la quota, con un obiettivo sul breve termine di almeno 400 punti vendita». Al consolidamento della collezione di punta si aggiunge la grande novità della licenza Alfa Romeo. «In occasione del centenario della casa automobilistica proponiamo una collezione di occhiali limitata nel tempo - ha ricordato Accongiagioco - Si tratta di una linea sole, prodotta completamente in Italia, che riprende i particolari dell'auto come la calandra sul frontale dell'occhiale, lo scudo e il quadrifoglio, simboli dell'Alfa Romeo». La collezione «fa la differenza in termini di prezzo», ha specificato Accongiagioco. Infatti i modelli, sportivi e unisex, coprono una fascia che va dai 127 euro al pubblico dell'acetato ai 147 del metallo, fino ai 197 euro della versione Squadra corsa con lenti Nxt e ai 227 del modello con paraocchi in pelle "Poltrona Frau". «E con un mark up importante per i nostri clienti, pari al 2.6», ha sottolineato il giovane manager. Il lancio della nuova licenza coinvolgerà un numero limitato di ottici italiani, proprio nel periodo pre-Mido. «Consegneremo a fine febbraio un modellino esclusivo dell'auto Giulietta, la nuova vettura che la casa del Biscione presenterà per la prima volta a inizio marzo al Salone di Ginevra: gli ottici potranno esporlo all'interno del proprio punto vendita e lo avranno addirittura

prima dei concessionari d'auto - ha spiegato Accongiagioco - Sarà sufficiente che gli ottici acquistino 12 pezzi a scelta della collezione Alfa Romeo by Italia Independent». Uno dei centri ottici clienti del brand torinese è l'Ottica Fulcheri, torinese pure esso. «Vendiamo gli occhiali Italia Independent da meno di un anno e siamo molto soddisfatti - ha detto Fabrizio Fulcheri, seconda generazione del negozio di ottica nel cuore di Torino, 14 mila montature in tutto tra vetrina, scaffali e magazzino, che nel 2010 amplierà il punto vendita con uno spazio totalmente dedicato all'esposizione dei modelli da sole - I clienti, anche quelli che giungono dalla Francia, apprezzano la bontà del prodotto e conoscono il marchio. Ora poi il rapporto qualità-prezzo è ulteriormente migliorato, per cui gli occhiali risultano accessibili a più persone e in maniera trasversale: li acquistano non soltanto i giovani e la collezione vista, con i modelli a farfalla, lanciata nel settembre scorso, ha ottenuto grande successo presso il pubblico femminile». L'Ottica Fulcheri ha così fatto da apripista a molte novità di Italia Independent negli ultimi mesi: dall'evento di presentazione in anteprima assoluta degli occhiali Alfa Romeo, alla presenza della vettura Alfa Brera realizzata in co-branding con il marchio di Lapo, fino al lancio della collezione eyewear in velluto.



Giovanni Accongiagioco, responsabile divisione occhialeria del marchio torinese



## DALLA FIAT AGLI OCCHIALI, SEMPRE CON LAPO

Vi ricordate l'occhiale da 1.007 euro di Lapo? Il 9 gennaio 2007 Elkann approdava nel fashion system con un modello unico, totalmente realizzato in carbonio, per poi successivamente lanciare la linea completa di abbigliamento e accessori del "marchio di stile e di design", come è stato definito dagli stessi fondatori, tra i quali spicca il braccio destro del nipote dell'Avvocato, Giovanni Accongiagioco, che, appena trentenne, è il responsabile della divisione occhialeria del brand. Dopo la laurea in scienze della comunicazione Accongiagioco ha iniziato a lavorare in Fiat, dove ha conosciuto appunto Lapo Elkann, con cui, giorno dopo giorno, ha creato Italia Independent. Il marchio conobbe nel 2007 un lancio "a effetto", di cui fu protagonista proprio il modello completamente realizzato in carbonio, in vendita a 1.007 euro. «Abbiamo iniziato la nostra attività da questo accessorio perché è quello che in termini di comunicazione è più visibile, essendo indossato sul volto - ha spiegato Accongiagioco - Inoltre, abbiamo creduto sempre nell'occhiale per le sue sfumature e per la molteplicità di interpretazioni. Ora voglio contribuire a far diventare Italia Independent un marchio di riferimento del way of life, affermandoci, anche in termini di fatturato, nel mondo dell'occhialeria».

Sopra: l'Alfa Brera realizzata in co-branding con il marchio di Lapo Elkann, esposta davanti all'Ottica Fulcheri di Torino a metà dicembre.  
Sotto: tre modelli Italia Independent

