

Occhialeria

Il ceo di **Italia Independent** racconta il turnaround

Chiamato nell'ottobre 2019, Marco Cordeddu, nonostante la pandemia, sta rilanciando l'azienda, ripartendo da core business e distribuzione
di **Giulia Crivelli** — a pagina 10

«**Italia Independent** diventerà lo Swatch dell'occhialeria»

L'INTERVISTA

MARCO CORDEDDU

Le strategie del manager per risanare il marchio creato da **Lapo Elkann**

Focus su core business e licenze mirate, come quella di Cristiano Ronaldo

Giulia Crivelli

Ha aperto la strada alla nascita di nuovi brand e Pmi in un campo dominato da grandi aziende. Anzi, potremmo dire che ha rivoluzionato un settore, l'occhialeria, che sembrava destinato a pochi grandi player e a collezioni frutto di accordi di licenza con i brand italiani e globali della moda e del lusso (si veda l'articolo in pagina). Parliamo di **Italia Independent**, marchio lanciato da **Lapo Elkann** nel 2006, che ha però pagato le conseguenze di un successo forse inaspettato e fin troppo veloce e che ora ha bisogno di un turnaround. A farlo è stato chiamato Marco Cordeddu, amministratore delegato dall'ottobre 2019, un compito reso ancora più impegnativo dallo scoppio della pandemia.

Emergenza Covid-19 a parte, come ha impostato il rilancio?

Non sembri un paragone esagerato, ma io vedo il brand **Italia Independent** come lo Swatch dell'occhialeria. È stato questo il motivo principale del

successo e deve tornare a esserlo.

In che senso?

L'intuizione geniale di Nicolas Hayek, fondatore del marchio Swatch e dell'omonimo colosso svizzero dell'orologeria, fu di trasformare l'orologio da polso da oggetto con una funzione a oggetto decorativo. Fummo contagiati dal gioco di avere più di un orologio, grazie al prezzo accessibile, e di cambiarlo spesso, spinti dalla curiosità per i nuovi modelli, coloratissimi e divertenti. Non fu solo moda: dagli anni 80 donne e uomini di ogni età hanno cambiato l'approccio agli orologi ed è probabilmente ciò che li ha salvati dalla rivoluzione digitale.

Cosa intende?

È ovvio che gli orologi non hanno più la funzione di misurare il tempo, che controlliamo dai tanti device che portiamo sempre con noi. Sono diventati veri e propri accessori che riflettono la nostra personalità, proprio come gli occhiali.

Non è altrettanto facile o economico però avere tante montature. Il rapporto qualità-prezzo è sempre stato un punto forte di **Italia Independent** e deve continuare a esserlo, per gli occhiali da sole e per quelli da vista. Poi c'è la creatività e la ricerca sui materiali. Il marchio è stato copiato da tutti per le montature in velluto ed è il tipo di piccola grande innovazione che vorremmo continuare a introdurre. Senza strafare, però.

Collezioni più ridotte, quindi?

La riflessione è in atto in tutto il settore della moda e del lusso: negli anni passati abbiamo letteralmente inondato il mercato di novità. Il consuma-

tore è sommerso, forse persino confuso e, cosa ancora più importante dall'inizio dell'emergenza sanitaria e poi economica e sociale, la capacità di spesa è diminuita e anche chi ha grandi budget compra con meno leggerezza e cerca sostanza e qualità.

Che ne sarà degli altri prodotti a marchio **Italia Independent**?

Per ora niente più abbigliamento o altri accessori: dobbiamo concentrarci sul core business e rafforzare la distribuzione wholesale: gli ottici indipendenti sono ancora importantissimi, specie per il rapporto di fiducia che instaurano con i clienti nella scelta di montature da vista e lenti. L'unico nostro monomarca sarà quello di Milano, presto in via Fiori Chiari.

E le collaborazioni?

Su quelle accelereremo: si tratta in realtà di licenze, come quella con Cristiano Ronaldo. Abbiamo appena lanciato la capsula di occhiali da sole CR7, che dal 29 luglio ha una sua piattaforma di e-commerce dedicata, con prezzi compresi tra 67 e 127 euro. Useremo lo stesso schema per future collaborazioni e licenze, puntando sulle vendite online anche per le linee a marchio **Italia Independent**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





AL VERTICE
Marco Cordeddu è amministratore delegato di **Italia Independent**, azienda fondata nel 2006 in Italia

A Milano. Nell'estate del 2018 le nuove collezioni vennero presentate a bordo di uno speciale tram dell'Atm

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI AD HOC COMMUNICATION ADVISORS