

# “Google Glass sarà made in Italy”

## Luxottica si allea con Mountain View

### Guerra: i nostri occhiali hi-tech pronti dal 2015

Il colloquio

Guerra: i Google Glass saranno made in Italy



#### Il progetto

Ci lavoriamo già tra Usa, Italia e Cina. Il nostro team è formato per il 75% da italiani



#### L'ambizione

A parte questo accordo, la nostra ambizione è arrivare presto ai 10 miliardi di ricavi

“Progetteremo, svilupperemo e distribuiremo una nuova generazione di prodotti a realtà aumentata”

ETTORE LIVINI

MILANO  
GOOGLE Glass sarà — almeno in parte — “Made in Italy”. Il colosso di Mountain View ha firmato un'intesa con **Luxottica** «per progettare, sviluppare e distribuire» una nuova generazione di occhiali accessoriati con le tecnologie di “realtà aumentata” messe a punto dal gruppo californiano.

UN'ALLEANZA che è un esempio incredibile del periodo che stiamo vivendo — racconta **Andrea Guerra**, amministratore delegato della società italiana — e che fino a pochi anni fa sarebbe stata inimmaginabile anche per me. E invece?

«Invece la realtà è che stanno cambiando tutti i paradigmi. In 5-7 anni si sono aperte al mercato aree gigantesche del pianeta e

la tecnologia ha rivoluzionato il modo in cui guardiamo ai nostri business. Siamo in un processo di distruzione creativa, saltano i confini tra settori. È un processo impetuoso e veloce dove non puoi perdere il treno perché il rischio di obsolescenza è molto alto. E non è detto che se sei stato leader per 50 anni lo sarai per altri 50. Ci siamo seduti al tavolo con Google una decina di mesi fa per capire cosa potevamo fare assieme. Noi abbiamo messo sul piatto i nostri valori — imprenditorialità, passione, curiosità e velocità — e la cosa ha funzionato».

Cosa faranno Google e Luxottica assieme?

«Noi crediamo che in futuro si vivrà con addosso e intorno a noi molta più tecnologia di quanto ci si renda conto oggi. E in questo scenario un produttore di occhiali e un'industria hi-tech non possono essere né concorrenti né nemici. La tecnologia da sola è finita. Quella con interfaccia è qualcosa che appartiene già a ieri. Il futuro è la tecnologia intorno e addosso a te, che libera mani e tempo. Su questo ci giochiamo tutto. E l'alleanza tra le nostre due aziende mette assieme una delle punte di diamante nell'innovazione hi-tech con una delle più belle realtà di stile, disegno, creatività e sensibilità nei confronti dei consumatori».

Cosa produrrete?

«Google Glass è stato un laboratorio a cielo aperto. Da lì partiremo per elaborare occhiali che si potranno vivere con serenità, facilità e leggerezza. Non solo gadget ma oggetti che porteranno benefici reali. Il nostro compito sarà trovare il modello di business e di utilizzo (prezzo, funzione, fruibilità) equilibrato».

Quando saranno pronti?

«Il 2015 sarà l'anno della svolta commerciale del progetto. Ci stanno lavorando già tra Usa, Italia e Cina i nostri team e quello di **Luxottica** è formato per il 75% da italiani».

Che contributo darà ai vostri risultati l'asse con Google?

«Se al mondo non succedono cose particolari, **Luxottica** si è già garantita una crescita organica annua del 5-10% nel medio termine. E l'ambizione è arrivare presto ai 10 miliardi di ricavi. L'effetto Google? Mi ricorda quando siamo entrati in Cina nel 2007. Pareva una follia. Poi quando si è scoperto che avevamo fatto la scelta giusta, i numeri sono iniziati a crescere in modo esponenziale. Come azienda italiana, comunque, sono felice di essere stato considerato così globale da essere scelto per far partire un progetto come questo».

**Luxottica**, su questo fronte, è un po' una mosca bianca...

«Ogni tanto mi arrabbio pen-



sando a quante occasioni perdiamo noi italiani. La rivoluzione che stavivendo l'industria nel mondo ha un grande tema di stile, creatività e design in cui noi dovremmo essere sempre in prima fila. Ma servono velocità e cultura del cambiamento. Invece noi siamo un mondo che invecchia e si chiude troppo. Con aziende arenate in interminabili passaggi generazionali e altre convinte ancora che piccolo è bello. Non è vero. Oggi siamo piccolissimi e non certo belli».

**Lei è accreditato come un "renziano" della prima ora. Che ne pensa dei primi passi del Governo?**

«Le etichette non mi piacciono. Ho conosciuto Matteo, l'ho apprezzato. Abbiamo avuto lunghe conversazioni da cui sono sempre uscito con buone sensazioni e lo ritengo una risorsa per il paese. Ha forzato un po' la mano, ok, ma in politica ci sta.

Oravediamo. In Italia, capita anche nelle aziende, passiamo il tempo a dire che non è possibile fare le cose. Il contrario di quello che succede dall'altra parte dell'oceano. Invece bisogna sperare che le cose accadano. Certo che con questa maggioranza Renzi può permettersi di fare tante piccole cose, lo stesso comunque di impatto epocale nelle nostre vite».

**Insomma, promosso o bocciato?**

«La decisione di alleggerire il carico fiscale sugli stipendi bassi è straordinaria. E 80 euro non sono pochi. È un buon inizio. Ha promesso che lo farà entro il 27 maggio. Una cosa che in Italia non ha mai fatto nessuno. Aspettiamo quella data e vediamo. Le risorse? Il problema non è capire quante ne abbiamo a disposizione ma come le spendiamo. Oggi le spendiamo molto male».

**Mai tentato dalla politica? Le hanno mai offerto un posto al vertice di un'azienda pubblica?**

«No. E non sono disponibile per altri incarichi, anche se ringrazio moltissimo per la considerazione».

**Renzi ha davanti una delicatissima tornata di rinnovi di cariche nelle società di Stato. Consigli?**

«Tenga presente che il ruolo di presidente è molto importante. Non deve pensare che l'essenziale è nominare un buon amministratore delegato e poi cercare compromessi politici sul presidente. Molte delle grandi realtà di Stato poi - da Enel a Eni fino alle Poste - operano in settori dove le nuove tecnologie si intrecciano con i business tradizionali e gli interessi dei consumatori. Bisogna mandare a guidarle persone che conoscono questi mondi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**AL TIMONE**  
Andrea Guerra,  
ad Luxottica



**VIP CON GLI OCCHIALI**  
Sergei Brin, fondatore di Google, in un viaggio nella metropolitana di New York. Sotto gli attori Kunal Nayyar e Sarah Jessica Parker

