

# L'eleganza dell'anima

PIERO BUONO, Founder e CEO

GOOD'S EYEWEAR srl

Calata Trinità Maggiore, 53 - Napoli

www.goodseyewear.it

**L**a passione e il fascino che si concretizzano nel prodotto sono l'emanazione di chi l'ha fortemente pensato e voluto. **Piero Buono**, proviene da una famiglia di ottici e ha ereditato dalla sartoria della madre il culto della bellezza che si traduce in eleganza. Uomo di grande cultura, Piero ama viaggiare e vivere esperienze importanti anche in campo professionale. Dopo gli esordi nei punti vendita di famiglia, diventa manager Italia del gruppo Benetton per passare poi a Italia Independent dove per oltre dieci anni ricopre il ruolo di direttore commerciale per l'Europa, fino a quando decide di dar voce alla propria anima e, spinto dalla curiosità che da sempre lo accompagna, sviluppa una naturale e inevitabile crescita creando il suo proprio marchio. *Good's Eyewear* è l'evoluzione del percorso personale di Piero, che ha scelto di approfondire la sua esperienza nel campo dell'occhialeria realizzando un progetto che con coraggio e determinazione ha lanciato nel 2020.

“*Good's* nasce innanzi tutto dall'incontro con le due persone che incarnano l'aspetto genitoriale dell'azienda: i miei soci, Francesco Maria Stazio, che rappresenta la parte creativa del progetto, e mio nipote Walter William Engle, che ricopre il ruolo di web manager e mi affianca nello sviluppo di questo progetto, perché ritengo che l'energia e la volontà dei giovani siano necessari per permettere al prodotto di conquistare la propria identità all'interno della narrazione, il tutto sotto l'amministrazione curata da mio cognato Antonio Engle. Il mio spirito imprenditoriale e le mie idee – afferma Piero - hanno potuto concretizzarsi grazie al loro apporto, che determina due degli aspetti fondamentali per la buona riuscita di ogni impresa”.



## Come definisce il suo brand?

“In quattro parole: storia, anima, sostenibilità ed eleganza. *Good's* vuole essere innanzi tutto un tributo all'arte cominciando da quella napoletana e la storia è l'elemento da cui tutto è partito. Ogni occhiale della linea *Architecture Collection* infatti, nasce da una precisa analisi di elementi architettonici che identificano la città di Napoli a cui abbiamo dato l'anima, che rappresenta quell'elemento nascosto del nostro io che determina la nostra personalità. Un'anima che abbiamo reso materica e protagonista attraverso la lavorazione delle aste in cui è inserita e a cui abbiamo conferito la storicità della narrazione realizzando un lavoro in scala di importanti elementi architettonici di tre tra le principali chiese napoletane: le bugne alterne della

chiesa di San Gregorio Armeno, le lesene scanalate della Certosa di San Martino e le bugne a punta di diamante della chiesa del Gesù Nuovo.

Un altro tema fondamentale per la nostra azienda è quello della sostenibilità: tutti i nostri occhiali sono realizzati con lastre d'acetato M49, il materiale ecosostenibile di *Mazzucchelli 1849* e gli astucci, di nostro design e prodotti da *Gatto astucci Spa*, sono in fibra di mais e sono interamente cuciti a mano, mentre i folder contenuti nel pack sono stampati su carta *Fedrigoni Spa*. La pezzuola, anch'essa prodotta da *Gatto Astucci Spa*, è in microfibra italiana e ha una misura molto più grande del normale per rendere più agevole la pulizia delle lenti. Persino per il materiale POP utilizziamo materiale riciclato: recuperiamo infatti le tavole dei ponteggi utilizzate per i restauri delle chiese e le trasformiamo in oggetti espositivi. Infine il concetto di eleganza, che è per noi un tratto imprescindibile. Oltre a credere fortemente nel Made In Italy, credo molto anche nel Made In Naples, una città che ritengo debba essere raccontata sia attraverso il prodotto sia con i gesti”.



L'amore per l'arte si respira fin dall'ingresso degli uffici di *Good's* in cui si viene accolti da una delle tante opere d'arte presenti in ogni ambiente



Il “salotto visivo” di *Good's Eyewear* è stato creato per rappresentare il concetto d'incontro, visto come un nuovo modo di fare impresa. Un luogo in cui costruire un rapporto di relazioni e condivisioni di pensieri

## Qual è la filosofia su cui si basa *Good's*?

“Quella di studiare il passato per costruire il futuro. L'eleganza non è stravaganza e su queste basi abbiamo creato il nostro prodotto, che ha lo stile per essere portato per sempre. Fin da subito abbiamo deciso di posizionarci in una fascia di mercato medio-alta e di creare delle collezioni esclusivamente in edizione limitata perché riteniamo che il vero lusso si trovi nell'unicità del modello. Per questo motivo, ogni nostro occhiale viene realizzato in soli 90 esemplari, così tutti i nostri occhiali sono diversi, ma la loro identità è la stessa: unica. I 70 passaggi di lavorazione vengono realizzati in Cadore e ogni modello della linea *Architecture Collection* è frutto di una grande ricerca, che sposa la visione dell'occhiale visto come una struttura perfetta, un corpo unico, capace di raccontare insieme funzione e raffinatezza estetica. Grazie a un design ricercato, anima e struttura diventano protagoniste e si trasformano in decoro.

*Architecture Collection* è composta da 7 modelli, ognuno dedicato a un architetto che ha fatto di Napoli la tela della propria opera. La prima parte della collezione è dedicata ad architetti campani, la seconda ad architetti italiani e la terza ad architetti internazionali”

## Quanto è importante l'ascolto del mercato nella realizzazione delle vostre collezioni?

“Tutto parte proprio da lì. Noi mettiamo a disposizione dei clienti ottici la nostra creatività ascoltando le loro esigenze e applicandola per soddisfarle, perché sopra ogni cosa il prodotto non deve essere solo esteticamente valido ma anche funzionale. Il concetto di prodotto sartoriale al quale ci affidiamo nasce





proprio dall'ascolto del mercato che cerchiamo d'interpretare per realizzare delle collezioni che rispondano alle richieste degli ottici che a loro volta ci esprimono le esigenze del consumatore finale. Lo studio e la ricerca sono alla base del nostro lavoro e questo ci permette di creare occhiali concettualmente pensati per come li si vive, pertanto la progettazione e l'estrema cura del dettaglio diventano due dei cardini attorno ai quali ruota tutta la nostra produzione e il concetto di Made In Italy. Ci piace pensare che il nostro cliente acquisti i nostri prodotti perché ha capito quello che vogliamo trasmettere”.

### Ci parli delle vostre collezioni...

“Attualmente *Architecture Collection* è composta da 7 modelli ai quali si affiancano gli altri 7 modelli della linea *dYmenZion-X* che rappresenta un nuovo modo di osservare le infinite dimensioni dell'uomo e dell'*Architecture Collection*. X, Y, Z, sono infatti le coordinate del sistema di assi cartesiani che definiscono larghezza, altezza e profondità caratterizzando lo spazio intorno a noi e che noi utilizziamo per portare una nuova prospettiva all'interno dell'*Architecture Collection*. In questa linea ci siamo focalizzati quindi sul concetto di dimensione e adattabilità alle differenti forme del viso, esaltando il concetto di sartorialità, particolarmente caro alla cultura partenopea. Vi è poi la linea *Alchimie Collection*, che come tutte le nostre collezioni è composta da 7 modelli, in cui viene sintetizzato il nostro processo creativo che esprime l'equilibrio armonioso tra solidità, utilità e bellezza dell'architettura dando vita a un occhiale avanguardista e senza tempo. Infine, nel mese di settembre lanceremo una nuova linea, composta anch'essa da 7 modelli diversi, che parte da un nuovo punto di vista progettuale,



Il particolare dell'anima delle aste che caratterizzano tutti i modelli della linea *Architecture Collection* e che sono ispirati a degli elementi architettonici di alcune famose chiese napoletane



Il packaging con cui vengono forniti tutti gli occhiali della linea *Architecture Collection*

un'idea differente, che esprimerà anche un nuovo concetto di presentazione e di vendita del prodotto. Sarà il nostro modo di guardare oltre”.

### Come intendete sviluppare il progetto Good's?

“Il nostro brand ha una direzione che si propone di andare oltre confine: pensiamo non si possa dialogare con il mercato estero se non partendo dal grande patrimonio culturale italiano e da ciò che il Made In Italy rappresenta sia a livello artistico, sia a livello imprenditoriale. Per questo abbiamo scelto di posizionare il nostro progetto partendo dall'Italia e abbiamo deciso di lanciarlo nonostante il primo lockdown. Anche se questo ci ha imposto di correre lentamente siamo stati molto ben accolti e siamo soddisfatti dei risultati finora ottenuti. Il nostro impegno è volto a essere sempre più apprezzati come una nuova realtà che oltre al prodotto si caratterizza per il continuo ascolto del mercato, guardando al futuro internazionale”.

### Come promuovete e fate conoscere il vostro brand?

“*Architecture collection* è una collezione legata al mondo dell'architettura, pertanto, oltre ai tradizionali canali social di comunicazione ciò che ci riesce più naturale è quello di raccontarlo anche in contesti differenti, ad esempio coinvolgendo gli ottici del territorio attraverso progetti di arte concettuali che rappresentano l'unione tra la nostra filosofia produttiva e creativa. Abbiamo in mente una serie d'idee atte a concretizzare questo aspetto, dove i protagonisti non saranno solo i rappresentanti del retail tradizionali ma anche potenziali altri clienti”.



La riproduzione dell'opera creata dall'artista Maurizio Rodriguez la cui versione originale verrà porzionata in 90 tavole certificate dall'autore che saranno regalate a 90 centri ottici selezionati: insieme formeranno l'integrità dell'opera per simboleggiare il concetto di sinergia