

Occhio, tra design, tecnologia e cultura della luce



Axel Meise, fondatore e designer di Occhio, ne racconta il percorso: da icona del design tedesco a brand internazionale del segmento del lusso

Axel Meise, founder and designer of Occhio, describes his company's journey: from an icon of German design to an international luxury brand

Fondatore e designer di Occhio, dunque imprenditore e creativo allo stesso tempo, binomio molto raro rispetto al passato, quando il mondo era un luogo meno complicato, Axel Meise negli anni Novanta era proprietario di un negozio di lampade a Monaco di Baviera. All'epoca, durante una 'folgorazione' avvenuta per frustrazione, ha capito di cosa aveva bisogno il mercato. "In negozio si potevano trovare lampade di ogni genere e marca, che però non dialogavano tra loro", spiega Meise. "Nella convinzione che la luce fosse sinonimo di qualità della vita, abbiamo iniziato a sviluppare un sistema di illuminazione multifunzionale, coerente in termini di forma e design. Sono partito da questa idea e la seguiamo ancora oggi". Nata nel 1999, Occhio è un'azienda in fortissima espansione grazie alla qualità della luce, al suo design premiato a livello internazionale, al concetto di "joy of use", ovvero il piacere di utilizzo, e grazie infine all'approccio olistico che la caratterizza fin dai primi passi e che ha avuto grande impulso e ampliamento nell'era del LED. "Il marchio Occhio è più del solo prodotto. Offriamo una cultura della luce, in quanto



Photo Robert Reiger

crea atmosfere, emozioni e comunanza tra le persone raccolte in un ambiente, come accadeva nella notte dei tempi intorno al fuoco", racconta Meise. "Nonostante l'innovazione tecnologica porti un livello sempre maggiore di complessità progettuale, oggi le lampade Occhio si possono controllare non solo dal telefono, ma anche con un semplice gesto della mano, *touchless* e intuitivo. Questa 'rivoluzione culturale' è rivolta al professionista e all'utente finale che viene messo in condizione di diventare il designer della luce nel proprio spazio vitale". La percentuale di mercato di Occhio è per il 70 per cento composta da clienti privati e per il 30 per cento da grandi progetti, anche se questi ultimi stanno aumentando moltissimo. Nel periodo del Covid-19, l'azienda ha preso vento in coda, ma è difficile dire se ci sia una relazione causale, data la forte crescita degli ultimi anni che ha fatto di Occhio la storia di maggior successo a livello internazionale tra i produttori di lampade di design nella fascia alta. La serie più iconica è Mito, caratterizzata dalla testa riflettente che, con la sua circolarità, richiama l'occhio greco. "Il

nostro obiettivo è l'unicità. Non facciamo cose che esistono già", racconta Meise. "Prendiamo Mito: esistevano lampade ad anello, ma la nostra si differenzia per il suo tipico *cut*, ovvero un taglio, e i comandi a sensore, che permettono di accendere, regolare e direzionare l'intensità con un semplice gesto". Mito si è arricchita della serie da tavolo e da lettura Gioia - Gioia equilibrio, Gioia tavolo, Gioia lettura -, presentata quest'anno al Salone del Mobile e già preordinata con una lista di attesa, nonostante siano prodotti sofisticati e costosi. L'elemento di novità è l'innovativo braccio orientabile in qualsiasi direzione e in altezza, con una cinetica miracolosa e apparentemente misteriosa, essendo privo di giunti o viti a vista. Il nome dell'azienda e quelli dei prodotti sono italiani. "È il Paese del design e, come designer, mi sono appassionato all'Italia. Naturalmente, anche il clima e lo stile di vita hanno la loro importanza. Ho trascorso un po' di tempo a Firenze quando avevo 20 anni. Anche per questa connessione esperienziale ed emotiva ho deciso di dare alla mia azienda un nome italiano. In effetti, i prodotti Occhio



Occhio, between lighting design, technology and culture

The founder and designer of Occhio, Axel Meise is both a businessman and a creative mind – a rare combination compared to the past, when the world was a less complicated place. In the 1990s he owned a lighting store in Munich. At that time, during a “eureka moment” out of frustration, he realised what the market really needed: “In stores you were able to find luminaires of all kinds and brands, which however did not dialogue with each other,” explains Meise. “Convinced that good light is a synonym for quality of life, we began developing a multifunctional lighting system, consistent in terms of form and design. I started with this idea and we still follow it.”

Founded in 1999, Occhio is a very fast-growing company thanks to its quality of light, its internationally recognised design, its concept of the “joy of use”, and its holistic approach that has always made it stand out and has had great impulse and expansion in the LED age. “The Occhio brand is more than just a product. We provide a new culture of light as it creates atmospheres, mood, emotions and community between people, just like around a fire since age-old times,” says Meise. “Despite technological innovation that brings much more design complexity, Occhio luminaires can be controlled not only by mobile phone, but also with a simple gesture of the hand – touchless and intuitive. This ‘cultural revolution’ is aimed at professionals as well as the final users, who become the lighting designers of their personal spaces.”

The company’s market is composed of 70 per cent private clients and 30 per cent large-scale projects, even though these are growing at a fast rate. Covid-19 gave a tailwind to the brand, but it is hard to say if the effect was correlated, given the consistent growth over recent years that has turned Occhio into the best international success story in the field of luxury design luminaires.

The most iconic Occhio series is Mito. With its circular head and thanks to its special shape, Mito calls to mind an exclusive piece of jewellery. “Our goal is uniqueness. We don’t make things that already exist,” says Meise. “Take Mito: ringed luminaires did already exist, but ours is different. Its characteristic, subtly defined ‘cut’ and sensor controls – which allow users to turn it on and off, dim it via gesture control, and adjust and direct the intensity with a simple gesture – make Mito really

unique.” Mito is enriched by the new table and reading series Gioia – Gioia equilibrio, Gioia tavolo and Gioia lettura – presented this year at the Salone del Mobile and already on pre-order with a long waiting list, even though the products are sophisticated and in a high price range. The innovative tapered arms can be moved in almost any direction and height, with a miraculous and seemingly mysterious kinetic, since it has no exposed hinges or screws. The names of the brand and its products are Italian. “Italy is the homeland of design and, as a designer, I fell in love with the country. Obviously, also the climate and the Italian lifestyle played a certain role. I spent some time in Florence when I was 20. Also, thanks to this experiential and emotional connection I decided to give an Italian name to my company. Actually, Occhio products could be Italian for their design, but they are unquestionably German for their technology.” Meise keeps his love for Italy alive by vacationing in Gargnano on Lake Garda, in a “small but very architectural” home designed by the German Titus Bernhard.

In 2021 Occhio opened a flagship store in Milan on Corso Monforte, the “street of light”. “By visiting the Occhio store Milano, you realise that we make things in a totally different way,” says Meise. Another flagship store was opened in Shanghai this year as part of an internationalisation strategy. Others will follow in London, Amsterdam and Zurich in 2023. The company’s principal markets are Germany, Austria and Switzerland. Furthermore, Benelux is already strong. The goal is to cover all of Europe, the Nordic Countries and also the South, starting with Italy.

Almost two centuries have passed since Goethe pronounced his famous final words before dying, *Mehr Licht* (“More light”). “More light doesn’t mean better light. This is a big misconception,” explains Meise, whose brand has collaborated on the restoration of Seven Palms, Thomas Mann’s villa along the Pacific Palisades, Los Angeles. “Occhio offers the tools to design spaces with light and create better atmospheres. Once again, humans are at the centre of it all. In the past you would turn a light on or off. Now light does much more: with advanced controlled technology, with the quality of LED light sources, and with innovative control systems. Occhio luminaires allow users ‘to play’ with light based on need and feeling. I’ve done nothing my entire life but play with light: as a boy it was a great passion, then it became a profession as well.”

potrebbero essere italiani per il design, ma sicuramente sono tedeschi per la tecnologia”. Meise mantiene viva la passione transalpina con soggiorni a Gargnano, sul Lago di Garda, in una casa “piccola, ma molto architettonica”, progettata dal tedesco Titus Bernhard. Nel 2021 Occhio ha aperto un *flagship store* a Milano in corso Monforte, la “via della luce”. “Visitando l’Occhio store Milano ci si rende conto che facciamo le cose in modo completamente differente”, dice Meise. Un altro *store monobrand* è stato inaugurato a Shanghai quest’anno nell’ambito della strategia di internazionalizzazione. Altri seguiranno nel 2023 a Londra, Amsterdam e Zurigo”. Il mercato di riferimento è l’area di lingua tedesca: Germania, Austria e Svizzera. Anche il Benelux è molto importante, ma l’obiettivo è coprire l’intera Europa, i Paesi nordici e anche il Sud, a partire dall’Italia. Da quando Goethe ha pronunciato la famosa frase prima di morire, “Mehr Licht” (“Più luce”), sono passati quasi due secoli. “Più luce non significa luce migliore. Questo è un grande equivoco”, spiega Meise, la cui azienda ha collaborato al restauro di Seven

Pagina a fronte, da sinistra: la lampada Gioia equilibrio; Axel Meise, fondatore e CEO di Occhio con la lampada Mito largo. In questa pagina: la lampada Mito cloud

■ Opposite page, from left: the Gioia equilibrio lamp; Axel Meise, founder and CEO of Occhio with the Mito largo lamp. This page: the Mito cloud lamp

Palms, the villa di Thomas Mann a Pacific Palisades, Los Angeles. “Occhio propone gli strumenti per disegnare gli spazi con la luce e creare la migliore atmosfera. Ancora una volta, l’essere umano è al centro. Un tempo, si accendeva o spegneva la luce. Ora si può fare molto di più: nella tecnologia di controllo avanzata, nella qualità della sorgente luminosa LED e nelle ottiche che servono a direzionarla. Le lampade Occhio permettono di ‘giocare’ con la luce in base alle necessità e alle emozioni. Per tutta la vita non ho fatto altro che giocare con la luce: da giovane era una grande passione, poi è diventata anche una professione”. 