

Borbonese, debutto nell'eyewear a Silmo con Jet Set

È stata presentata durante la cinquantesima edizione del salone di Parigi, che ha chiuso ieri i battenti, la prima collezione di occhiali della storica maison di borse e accessori, sviluppata in collaborazione con l'azienda marchigiana grazie a un accordo di licenza per la produzione e distribuzione in esclusiva mondiale delle linee vista e sole



«Per Borbonese si tratta di un debutto assoluto nel segmento dell'eyewear (nella foto, uno dei modelli): l'accordo di licenza avrà una durata quadriennale, sino al 2021», fanno sapere a b2eyes TODAY dalla Jet Set di Civitanova Marche. La nuova partnership è stata presentata ufficialmente proprio in occasione di Silmo dove, in un spazio esclusivo, sono stati esposti i primi modelli uomo e donna per la primavera estate 2018. «La collezione, sia sole sia vista, è frutto di due anni di progettazione e ha un forte contenuto stilistico, in linea con l'essenza e le caratteristiche di Borbonese, grazie all'utilizzo di materiali e lavorazioni innovative – si legge in una nota di Borbonese - La linea di occhiali è realizzata interamente in Italia con materiali e lavorazioni frutto di un'attenta ricerca tecnica e stilistica». I simboli iconici del brand, come la stampa occhio

di pernice e la vite, vengono interpretati attraverso l'utilizzo di speciali acetati personalizzati e combinati con materiali di pregio quali il titanio, l'acciaio e l'oro.

«Borbonese rappresenta una new entry di grande importanza per il portafoglio di marchi Jet Set Group e contribuirà ad arricchire le nostre proposte sia sul mercato nazionale sia internazionale», commenta nel comunicato Alberto Cotognini, direttore generale di Jet Set Group, che detiene in licenza anche Laura Biagiotti, Byblos e Genny. Borbonese Eyewear sarà distribuito a partire da gennaio 2018 in selezionati negozi di ottica italiani e internazionali, oltre che nelle boutique monomarca della griffe.

Silmo d'Oro: tris di italiani sul podio

Dei quattro brand nazionali in gara, due sono riusciti a portare a casa l'ambita statuetta. Blackfin si è aggiudicato, invece, il Premio Speciale della Giuria della fiera parigina

Alla serata della 24esima edizione del Silmo d'Oro, che si è tenuta il 7 ottobre al Grand Palais, hanno trionfato tre italiani. Nella categoria occhiali da sole ha vinto Veronika Wildgruber, marchio prodotto e distribuito da Jacques Durand Occhiali, di proprietà del vicentino Domenico Concato, titolare dell'insegna Punto Ottico, con il modello Arthur (nella foto, a sinistra, in alto). Nella categoria



vista la bellunese Liò si è aggiudicata la statuetta con lvm 1048 (nella foto, a sinistra, in basso).

Blackfin ha concesso, invece, il bis. Dopo il successo nel 2015, quando aveva vinto il Silmo d'Or nella categoria Innovazione Tecnologica con il brevetto Sharklock, il marchio ha, infatti, ricevuto il Premio Speciale della Giuria con il modello Arc BF822 (nella foto, a destra), che era stato candidato nella categoria Design Occhiali da Sole. «È un riconoscimento all'incredibile

lavoro di un team che da anni con amore, entusiasmo e passione dà tutto se stesso per portare nel mondo non solo il nostro prodotto, ma anche il nostro modo di essere italiani», dichiara in una nota Nicola Del Din, amministratore delegato di Pramaor, l'azienda di Taibon Agordino proprietaria del brand. Lo scorso anno Blackfin aveva ricevuto una nomination nella categoria Occhiali da Sole con il modello Slot BF801.





Desio invita gli ottici alla Orange Revolution

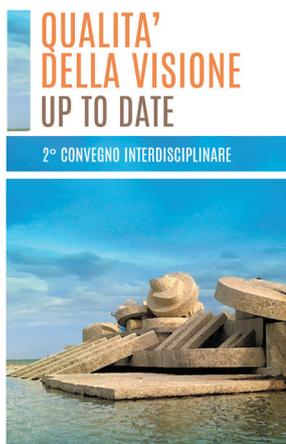
Domani, in occasione della Giornata Mondiale delle bambine e delle ragazze indetta dall'Onu, la onlus Terre des Hommes, insieme al brand di lenti a contatto cosmetiche, si farà promotrice dell'iniziativa, cui potranno partecipare anche i punti vendita partner

Orange Revolution è nata per sensibilizzare l'opinione pubblica su ogni forma di abuso e sfruttamento di genere, prevenire bullismo e cyber bullismo, rompere gli stereotipi e le etichette, affinché bambine e ragazze siano libere di essere chi desiderano.

«Anche il marchio di lenti a contatto cosmetiche Desio, tramite il progetto desio4smile, sostiene da tempo in modo continuativo la [campagna "Indifesa"](#) contro la violenza e lo sfruttamento di bambine nel mondo promossa da Terre des Hommes – si legge in un comunicato del brand - Nella giornata dell'11 ottobre Desio intende coinvolgere gli ottici partner sia proponendo una promozione 2+1 per il cliente finale, grazie alla quale l'azienda contribuirà al continuo supporto di cento bambine adottate a distanza, sia creando ulteriore visibilità tramite i propri social e invitando gli ottici a diffondere i materiali dedicati all'evento».

Qualità della visione, up to date a Pescara

Si tratta del secondo convegno interdisciplinare che [Michele Marullo](#), primario di Oculistica dell'ospedale locale, organizza nella città abruzzese



Per l'intera giornata del 13 ottobre, presso il Museo d'Arte Moderna Vittoria Colonna di Pescara, si alterneranno una serie di interventi di esperti dell'area medica e di quella tecnica relativi allo stato dell'arte della qualità della visione, con particolare attenzione all'ambito oftalmico e a quello contattologico. Main sponsor di questa edizione è Ital-Lenti, che sarà presente con una relazione sulla correzione con lenti oftalmiche di nuova generazione del suo responsabile tecnico e marketing, Paolo Marchesi, il quale parteciperà anche alla tavola rotonda conclusiva.

Il convegno (*nella foto, la locandina*) ha un respiro nazionale e si rivolge a oculisti, ortottisti, ottici, optometristi e all'industria. «In particolare si affronteranno tematiche rivolte alla gestione, indicazioni e potenzialità offerte da nuove tecnologie applicate alla qualità della visione, in tutte le sue sfaccettature e in diverse condizioni di età e patologia – spiega Marullo nella presentazione dell'evento - Per godere appieno dei "colori" del mondo è indispensabile mantenere alto il livello di collaborazione per tutti gli operatori del settore, conservando sempre un contatto trasversale di alto livello specialistico per ogni ambito, guardando sempre e solamente all'interesse degli utenti nel rispetto delle proprie mansioni, doveri e possibilità indicate dalla linea professionale di appartenenza».

B2eyes TODAY, ancora più diretto a news e contenuti

L'invio del primo e unico quotidiano italiano dell'ottica cambia format:
più fruibile, più attuale, offre diverse modalità di lettura

Più agile, rapido ed efficace. Stesso orario di ricezione (le 7 del mattino), ma con più opportunità di accesso. I lettori di b2eyes TODAY possono ora accedere alle notizie in differenti modi: nella classica versione in pdf, dove sono presentate le ultime news del giorno, impaginate con un criterio dettato dall'attualità e dall'esperienza giornalistica, scaricabile dal bottone "Sfoggia il pdf online", che permette anche di stampare, archiviare o condividere l'intero quotidiano; oppure cliccando direttamente sul singolo contenuto di proprio interesse.

Il nuovo format consente così all'utente di leggere le notizie della giornata nella versione più adatta alle proprie esigenze e ai propri strumenti, smartphone, tablet o pc. A queste modalità si aggiunge anche l'[app](#) di b2eyes TODAY, per Android e iOS, costantemente aggiornata sulle dinamiche del settore.

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 10 ottobre 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

