

## Kering Eyewear, nel 2017 "adelante con juicio"

La divisione dedicata all'occhialeria del gruppo del lusso ha chiuso l'ultimo esercizio con una crescita a cambi costanti del 2,2%



È stato di 352 milioni di euro il fatturato di Kering Eyewear nel 2017, il primo anno di operatività con la licenza Gucci su sole e vista: secondo quanto riportato dall'ultima trimestrale, si è trattato di «un business vigoroso nel 2017», che, al netto delle vendite intra gruppo e delle royalty versate ai vari brand in licenza, si è attestato a 272 milioni di euro, contribuendo alla crescita del gruppo con un tasso del 2,2% a cambi costanti rispetto all'anno precedente. Nei conti del secondo semestre 2017 è stata già considerata anche la [partnership](#) con Cartier, siglata nel giugno scorso, per l'attività di Manufacture Cartier Lunettes.

Il colosso del lusso controllato da François-Henri Pinault ha chiuso lo scorso anno con quasi 15,5 miliardi di euro di ricavi, pari a un incremento del 25% rispetto al 2016, che sale al 27,2% a cambi e perimetro costanti.

Kering Eyewear, che ha il quartier generale a Padova e uffici a Milano, mantiene la sua politica di sostanziale assenza dalle fiere di settore e anche quest'anno non esporrà a Mido. Nelle stesse giornate sarà comunque presente fuori salone in una location milanese. Ha, inoltre, lanciato la prima collezione di occhiali firmata Alaïa, lo stilista tunisino recentemente scomparso, presentata alla stampa nel novembre scorso e annunciata con una presenza all'ultimo DaTE di Firenze, a settembre 2017. Questa partnership va ad aggiungersi alle altre dodici licenze già detenute dalla società guidata da Roberto Vedovotto: Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Alexander McQueen, Brioni, Christopher Kane, McQ, Stella McCartney, Tomas Maier, Boucheron, Pomellato e Puma (nella foto, da sinistra, Pinault e Vedovotto).

## Moda, sport e televisione: il vip passa da Mido

Anche quest'anno riflettori puntati sui volti noti che faranno capolino nelle tre giornate, da sabato 24 febbraio a Fieramilano Rho

Fondatori di marchi o testimonial di linee di occhiali: Mido 2018 si riconferma vetrina di personaggi noti e famosi del mondo televisivo, dello sport, ma non solo. Ospite della manifestazione sarà per la seconda volta Federica Nargi, modella, showgirl, conduttrice televisiva, nonché compagna del calciatore Alessandro Matri, in fiera in qualità di testimonial. E tra i padiglioni "sfrecceranno" l'ex pilota di Formula 1 Giancarlo Fisichella (nella foto, a sinistra), uno dei centauri italiani di punta nella Moto GP, Andrea Dovizioso, e il pilota umbro Danilo Petrucci. E sempre dal mondo sportivo, torna



a Mido Alessandro Del Piero, a presentare la sua linea di occhiali. Tra i fondatori "storici" di aziende di eyewear ha assicurato la sua presenza al salone anche Lapo Elkann (nella foto, di Giovanni Gastel per Rolling Stone, a destra).

Il volume si alzerà, invece, con la deejay e producer di origini slovene Brina Knauss, mentre tra i padiglioni si potrà incontrare anche Barbara Francesca Oviene, volto noto della tv nazionale e regionale. Ciliegina sulla torta, sarà ospite di Mido anche Edoardo Raspelli, storico giornalista, scrittore e gastronomo italiano.



## Design Your torna a Bari

La sesta edizione dell'evento dedicato all'eyewear di nicchia si terrà a Villa Romanazzi Carducci, nel cuore del capoluogo pugliese, il 15 e 16 aprile



Torna a un anno e mezzo di distanza dall'ultima edizione l'evento organizzato dagli ottici pugliesi [Sabino Bux](#), Michele Cassano, Costantino Gesualdo e Vito Pesola: dopo gli esordi ad Altamura, l'insediamento a Bari e l'ultima, sfortunata parentesi di Roma nel novembre 2016, i promotori hanno deciso di riportare l'iniziativa nel capoluogo pugliese: avrà una veste più vicina all'esposizione di montature che a un forum di prodotti e workshop, com'era nell'idea originaria. «Abbiamo comunque in programma un evento nell'evento che contiamo di definire a breve - anticipa Bux a b2eyes TODAY - Al momento abbiamo già una quarantina di aziende che hanno aderito».

I quattro imprenditori saranno nei prossimi giorni a Mido insieme ad almeno una quindicina di altri ottici pugliesi: quasi una delegazione, a conferma della vitalità della regione e dell'interesse nei confronti del salone di Milano. «Da alcuni anni vengo a Mido con tutte le collaboratrici del nostro centro ottico di Altamura: in fiera bisogna fare molta ricerca con i brand di design, così ripartiamo il lavoro e condividiamo le scelte - sottolinea ancora Bux - Inoltre possiamo seguire tutto quello che la rassegna

milanese offre: non soltanto le montature, ma anche la formazione, l'oftalmica e gli strumenti. Mido sarà utile anche come momento d'incontro con realtà dell'eyewear di nicchia interessate a partecipare a Design Your 2018».

Secondo Bux, l'ormai consolidata attenzione alla rassegna fieristica di Milano è anche una diretta conseguenza della vitalità dell'ottica in Puglia, «dove eventi come il congresso organizzato da Giancarlo Montani, il convegno promosso da Michele Schirone, l'attività di Nico Caradonna e altre iniziative che coinvolgono centri ottici del territorio sono diventati punti di riferimento per la professione non solo su scala locale, ma anche con un risvolto nazionale» (nella foto, gli organizzatori di Design Your: da sinistra, Gesualdo, Bux, Pesola e Cassano).

## “Wow. What opticians wear”: quali occhiali indossano gli ottici?

Non solo formazione a Mido 2018 per gli addetti ai lavori con la ricca offerta di [Vision up-to-date](#), il programma di aggiornamento organizzato dall'editore di questa testata: b2eyes li coinvolgerà anche in una divertente iniziativa che sfocerà in un libro fotografico

A Mido li scoprono, li cercano, li ordinano per poi venderli. Ma quali occhiali scelgono per sé e indossano gli ottici? Se lo chiede “Wow. What opticians wear” (nella foto, il logo), la nuova iniziativa di b2eyes, che ha l'obiettivo di coinvolgere le aziende produttrici presenti in fiera, con i loro modelli presenti sul mercato, e i loro primi utilizzatori, cioè gli ottici-clienti che li indossano, in una sorta di gioco di specchi che dia risalto alla filiera dell'eyewear. La testata, in collaborazione con led e con il patrocinio di Mido, intende infatti realizzare un progetto editoriale che si concretizzerà in un'opera fotografica in cui verranno raccolti i volti del salone milanese e gli occhiali indossati dagli ottici italiani ed esteri in visita.

Le fotografie saranno realizzate in un apposito set fotografico allestito sia all'interno dello stand b2eyes nel Padiglione 6 del More! sia presso la libreria scientifica di FGE nell'area Otticlub. Le foto verranno scattate dagli studenti dello led del corso di Fotografia di Milano, sabato 24 e domenica 25 febbraio: tutti gli ottici sono invitati a partecipare a questo progetto.

