



VENERDÌ 26 GENNAIO 2018 ANNO VIII N. 1514

Côte Eyewear, il battesimo sarà a Mido 2018

La nuova società, il cui nome rievoca la Costa Azzurra, è guidata da Luis Vanella, ex manager di Oxo, e dal figlio Mario: sarà presente alla prossima edizione del salone milanese con uno stand di cento metri quadrati nel padiglione 1, quello dei big player dell'occhialeria internazionale



Côte Eyewear, con sede operativa a Trescore Balneario, in provincia di Bergamo, è attiva commercialmente da gennaio. L'azienda, che produce occhiali vista e sole made in Italy con lenti polarizzanti venduti solo attraverso il canale ottico, ideati in California e realizzati nel Nord Est italiano, segna il ritorno sulla scena dell'ottica di Luis Vanella, già direttore generale di Optocoop Italia-Oxo dal 2000 al 2005, ora presidente della nuova realtà. Vanella è affiancato, nel ruolo di ceo, dal figlio Mario, laurea in Giurisprudenza ed economia internazionale e un'importante esperienza all'estero nel campo della finanza, che dell'idea di tornare e investire in Italia per creare una nuova azienda dell'eyewear è artefice insieme al cugino designer Marco, responsabile dell'ufficio stilistico di Santa Barbara.

A Mido 2018 Côte Eyewear sarà presente con uno stand di cento metri quadrati, dal concept innovativo che rievocherà l'immagine e i tratti distintivi del marchio. «Abbiamo scelto Mido per il nostro debutto perché è la più grande fiera del settore a livello internazionale: quale contesto migliore per presentarci a tutto il mondo dell'ottica con le caratteristiche di qualità, prodotto di lusso a un prezzo accessibile, made in Italy e servizi di alto livello con cui vogliamo proporci? – dice a b2eyes TODAY Luis Vanella (nella foto, a destra, insieme al figlio Mario) – Inoltre rappresenta un ulteriore legame con l'Italia, paese nel cui sviluppo crediamo moltissimo. Abbiamo grandi aspettative, perché siamo certi che gli ottici la frequentano numerosi e potremo farci conoscere». In fiera ci sarà tutta la collezione con cui il brand entra sul mercato, compresi alcuni prodotti realizzati con materiali innovativi come l'air acetate. Sarà inoltre presente il lead designer dell'azienda, anche per accogliere nuovi spunti dal confronto con gli ottici, la cui esperienza può risultare preziosa. Come spiegano i due manager al nostro quotidiano, centrale nel progetto imprenditoriale è appunto la relazione con l'ottico, «un vero e proprio "socio" da supportare offrendogli un prodotto di qualità, affinché generi sell out garantendogli buoni margini, e un servizio post vendita articolato e personalizzato, con l'obiettivo di sostenerlo creando fidelizzazione al suo punto vendita e a lui come professionista».

Per il primo anno di attività l'obiettivo dell'azienda è posizionarsi presso 500 centri ottici nel nostro paese, secondo una logica di esclusività nella distribuzione. «L'Italia è per noi fondamentale, coerentemente con la mossa di essere tornati a investire in questo paese, ma anche mercati quali Francia, Spagna, Germania, Usa e l'Asia sono obiettivi che ci prefiggiamo», concludono i titolari di Côte Eyewear.

Parigi: Alain Mikli sfila all'Haute Couture

Il marchio di proprietà di Luxottica e il designer francese Alexandre Vauthier hanno stretto una collaborazione per la realizzazione di quattro occhiali che hanno calcato le passerelle primavera estate 2018 dell'evento di alta moda francese, che, partito subito dopo le sfilate Uomo, si è chiuso ieri

Modelle di punta come Bella Hadid (nella foto), Vittoria Ceretti, Soo Joo Park e Dilone hanno sfilato mercoledì scorso per l'haute couture di Vauthier, indossando gli occhiali frutto della collaborazione fra Alain Mikli e Alexandre Vauthier.

«Traendo ispirazione dalle sfilate di Vauthier e dai più noti fotografi di moda, come Helmut Newton e Guy Bourdin, la collezione è indirizzata alle moderne donne parigine», si legge in un comunicato di Luxottica.

La collaborazione comprende quattro modelli. Ispirati all'archivio anni Ottanta di Alain Mikli, Edwidge ed Edwidge con cristalli si distinguono per il design rettangolare poco profondo. Roselyn è, invece, una montatura oversize impreziosita da cristalli Swarovski. Nadège presenta una forma audace e futuristica.

La campagna ha come protagonista Kate Moss, ritratta dai fotografi Mert & Marcus. La collezione eyewear sarà disponibile da aprile.



SEIKO

PRECISION FOR VISION

// SAY IT
PRECISELY
OR SAY NOTHING AT ALL. //

La precisione è una promessa di grandi cose. SEIKO in giapponese significa "precisione". Da oltre 130 anni, SEIKO produce lenti di altissima qualità, perfettamente adatte alle diverse esigenze e ai desideri dei nostri clienti. Adesso lo sai!





C'è del surplus in Italia

Così direbbe Marcello a un contemporaneo Amleto che segue il fantasma del padre indossando un occhiale Safilo. L'augurio è che la trama del dramma di Shakespeare non si ripeta ancor oggi



L'incipit di questa pillola nasce dall'affermazione principale del [comunicato stampa](#) Safilo riguardo i possibili 350 esuberanti nella produzione. "Oggi – vi si dichiara - negli stabilimenti italiani si evidenzia un surplus di capacità produttiva pari a circa il 15%, derivante da una serie di congiunture che convergono, tra le quali collezioni che vanno a regime dopo alcune stagioni di esplosione delle richieste e il recupero totale dei ritardi di produzione che si erano accumulati nel passato".

La storia ci insegna che nel 2009 l'olandese Hal Holding acquistò una quota di rilevanza del Gruppo Safilo, compreso il suo retail internazionale. "Nel complesso – si leggeva sul *Sole 24 Ore* - l'operazione porterà a un dimezzamento del debito di Safilo, che a fine giugno era pari a 592 milioni di euro". Un'operazione necessaria quindi per salvaguardare il futuro dell'azienda e dei suoi oltre settemila attuali dipendenti realizzata dall'allora amministratore delegato, Roberto Vedovotto, attuale numero uno di Kering Eyewear. Sono passati oltre otto anni e il "salvatore della patria" oggi annuncia che c'è del surplus nella produzione made in Italy di Safilo e che, passata l'emergenza produttiva (Eduardo de Filippo direbbe *'a nuttata*) e visto il ridimensionamento del successo di alcune collezioni non precisate, il paese da cui nasce Safilo si deve ridimensionare.

Gli olandesi, a dispetto del clima, sono i secondi produttori mondiali di pomodori freschi, dopo il Messico. La coltura olandese è "fuori suolo", ovvero le radici delle piante vivono dentro sacchetti e alimentate da tubi di plastica controllati dal computer. Così le piante possono arrivare anche fino a cinque metri di altezza e produrre più del quadruplo delle piante coltivate al sole con costi di produzione estremamente competitivi. L'Italia acquista pomodori dall'Olanda soprattutto nei mesi estivi perché la resa per mq, date le nostre temperature elevate, è di 35 kg/mq contro quella olandese che arriva fino a 80. Contrariamente all'opinione comune, infatti, il periodo migliore per comprare il pomodoro siciliano è da novembre ad aprile grazie al clima mite e temperato dell'inverno del nostro sud. Consideriamo, dunque, che la pizza che mangiamo potrebbe contenere pomodoro olandese nonostante la stessa Google affermi che la parola "made in Italy" è tra le prime venti più digitate sul pianeta.

Forse è il momento di correre ai ripari e di riconfermare nel mondo i valori dell'occhiale made in Italy indipendentemente da chi lo fa, affinché questa antica produzione e le sue mani sapienti non vadano a finire in serra, come i pomodori. pillole@nicoladilernia.it

Alternanza scuola-lavoro: Pieve di Cadore si apre alla consulenza di stile

«Una generazione di nuovi ottici in grado di saper guardare un volto, seguendo canoni moderni ed estetici»; è il senso dell'iniziativa didattica che gli studenti delle classi terza, quarta e quinta dell'IIS Enrico Fermi hanno nei giorni scorsi vissuto nell'ambito delle attività previste dall'esperienza formativa introdotta nel 2016

A fornire l'occasione dell'incontro di formazione (nella foto), che si è tenuto presso il Museo dell'Occhiale, è stata la pubblicazione di *Ad ogni volto il proprio occhiale* di Jessica Ciaramelletti, «Nel corso dell'incontro l'autrice ha svolto una interessante e ragionata ricognizione sulle valutazioni che un ottico deve eseguire prima di suggerire al cliente la montatura esteticamente più adeguata alle caratteristiche del volto», si legge in una nota dell'istituto cadorino, secondo il quale l'iniziativa ha consentito agli studenti di «completare la preparazione professionale con un approccio del tutto originale alla consulenza sull'ausilio visivo da suggerire a una clientela sempre più esigente».

