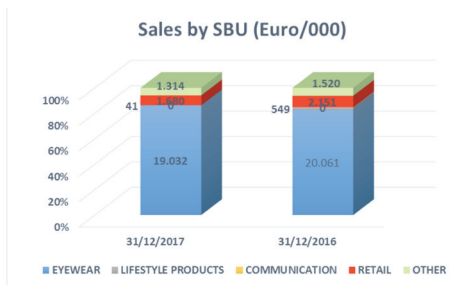




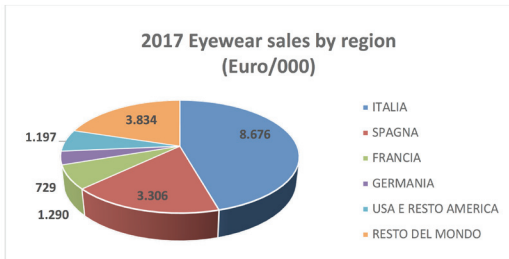
Italia Independent, crescono Francia e Germania

Tra i mercati di riferimento sono quelli che nel 2017 hanno fatto segnare una crescita nelle vendite dell'eyewear, che rimane il core business del gruppo (nelle tabelle), alla luce del bilancio consolidato approvato nei giorni scorsi dal Cda



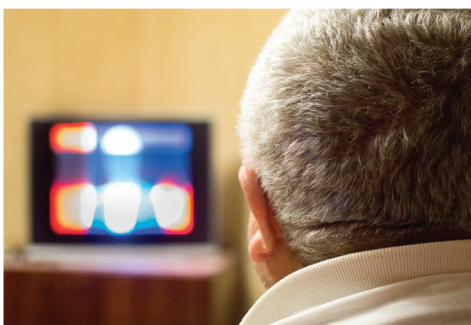
Il fatturato netto consolidato di Italia Independent Group nel 2017 si è attestato a poco più di 22 milioni di euro (-9,1% rispetto al 2016). «Il settore eyewear in particolare ha registrato una lieve riduzione del proprio fatturato in Italia (-5,6%) e all'estero, con un incremento in Francia (62,5%), una leggera riduzione in Spagna (-5,1%), una crescita in Germania (63,8%) e un calo nel resto del mondo (escluso America, -19,4%). Il mercato americano è in leggera discesa con -13,8% - si legge nella nota della società a commento dei risultati dell'ultimo esercizio - A livello distributivo, nel 2017, il marchio Italia Independent ha raggiunto circa 1.700 clienti a livello nazionale e circa 1.620 clienti nei mercati esteri, principalmente in Francia, Spagna, Grecia e Germania. Nel resto dei mercati il brand opera attraverso accordi di distribuzione. In totale, nell'arco dell'anno,

il marchio Italia Independent è stato distribuito in 69 paesi. Il margine lordo è diminuito in termini assoluti (-8,6%) ma è leggermente cresciuto in termini percentuali, raggiungendo il 74,1% del fatturato rispetto al 73,6% dell'anno precedente. L'Ebitda è notevolmente migliorato in termini assoluti (-283 migliaia di euro rispetto a -6.196 migliaia di euro del 2016), grazie alla profonda riduzione dei costi operativi della società e al lavoro di efficientamento gestionale effettuato, così come si registra un netto miglioramento dell'Ebit rispetto all'esercizio precedente (-5.710 migliaia di euro nel 2017 rispetto a -14.143 migliaia di euro del 2016). Il risultato netto di gruppo si attesta a -9.783 migliaia di euro rispetto a -12.259 migliaia di euro dell'esercizio 2016. La posizione finanziaria netta è passata a -24.602 migliaia di euro rispetto a -18.314 migliaia di euro al 31 dicembre 2016. A livello della capogruppo, Italia Independent Group Spa ha registrato una perdita di esercizio pari a 7.945 migliaia di euro».



Torino: come descrivere i film ai non vedenti

Un ciclo di incontri, avviato sabato scorso e in programma anche il 21 aprile e il 5 maggio presso la Sala Conferenze del Museo della Radio e Televisione in via Verdi 16, vuole promuovere il valore socio culturale del cinema e incoraggiare la fruizione del lungometraggio attraverso la pratica dell'audiodescrizione



«Ha senso andare al cinema con un amico non vedente? Si può sentire offeso un cieco se gli propongo di guardare insieme un film alla tv? I disabili visivi sono attratti dall'arte cinematografica o tendono a ignorarla?». Come si legge su torinooggi.it e nella sezione Disabilità sensoriali del sito del comune di Torino sono alcune delle domande cui vuole dare risposta il seminario sull'audiodescrizione, che si articola in tre incontri, organizzato dall'Associazione Pro Retinopatici e Ipovedenti-Apri onlus, in collaborazione con il Museo Rai della Radio e Televisione e l'associazione Torino Più Cultura Accessibile.

Durante gli appuntamenti, rivolti a familiari, amici, operatori, volontari, persone vedenti interessate a imparare come audiodescrivere a livello domestico o privato un film al cinema o a casa, si parlerà non solo di teoria e tecnica, ma verranno affrontate anche prove pratiche. La partecipazione è gratuita previa iscrizione. «Si tratta di un'idea

innovativa – dichiara il presidente di Apri onlus, [Marco Bonghi](#) – Spesso gli stessi famigliari di persone prive della vista si sentono imbarazzati e a disagio nel proporre la visione di un film al loro congiunto. In realtà vi sono molte soluzioni e metodologie per affrontare il problema con successo».

FINO AL 31 MAGGIO 2018
PROMO "GUIDA SENZA PENSIERI"
 SCEGLI VARILUX X SERIES O TRANSITIONS
 E LE TUE LENTI GUIDA SONO INCLUSE NEL PREZZO

Nuove lenti progressive
VARILUX X series
 #ACTION #actionday
 essilor
 GLOBAL PARTNER



Oliver Peoples, in "conversazione" con la creatività

Nella sua ultima campagna l'housebrand di Luxottica mette in luce i catalizzatori delle forze capaci di spingere otto personaggi, che spaziano dall'architettura al design passando per la musica, l'arte e la fotografia, a creare



Con la partecipazione di otto talenti d'eccellenza, pionieri nei relativi campi, *In Conversation* di Oliver Peoples si presenta come una meditazione sul processo creativo. «In quattro scene diverse, i talenti dialogano tra loro offrendo allo spettatore uno spaccato delle rispettive doti artistiche, scavando tra ispirazioni e aspirazioni per rivelare otto prospettive geniali, ciascuna a modo proprio - si legge in una nota di Luxottica - La sequenza non si limita a delineare un ritratto esteticamente e intellettualmente accattivante di ciascun personaggio, ma offre anche una migliore comprensione della loro pratica artistica».

Girata nella cornice della Harpel House di John Lautner, storica residenza hollywoodiana,



la campagna mette a confronto personalità che rispecchiano e al tempo stesso ispirano il brand: talenti che, come Oliver Peoples appunto, «fissano nuovi standard, puntando costantemente a creare qualcosa che ispiri e duri nel tempo», prosegue il comunicato. I protagonisti sono l'editor Dorian Grinspan (*nella foto, in alto*), l'art dealer e consulente Lawrence Van Hagen, la coppia di designer parigini Hugo Sauzay e Charlotte de Tonnac (*nella foto, a destra*), fondatori dello studio Festen Architecture, l'artista Tasya van Ree, il curatore Jordan Watson, la cantautrice Lianne La Havas e la pop star emergente Cyn.

Curno, furto a Italian Optic: è il nono negli ultimi vent'anni

Il centro ottico, cinque chilometri a est di Bergamo, è stato svaligiato a fine marzo: intorno ai centomila euro il valore della refurtiva

Tre uomini con il volto coperto da un passamontagna si avvicinano all'ingresso del centro ottico Italian Optic di Curno. Sono le 2 e 50 della notte fra il 29 e il 30 marzo. Gli scatoloni sono già pronti così come gli arnesi per sfondare la vetrina. Basta poco più di un minuto per tirare giù il vetro, e per intrufolarsi in negozio, altrettanti per rubare montature per un valore commerciale di circa centomila euro. Il video del furto al negozio di Curno è pubblicato sui principali siti locali, oltre che sulla pagina Facebook dell'insegna (*nella foto*).

Si tratta del nono colpo messo a segno nel punto vendita bergamasco negli ultimi vent'anni. L'insegna, che conta altri sette store in Lombardia, è guidata da Stefano Chiarla e Fulvio Rizzi, che ai social network affidano parole di rammarico per il fatto. «L'ennesimo furto ci ha colpito. Volendo essere precisi il nono. Siamo amareggiati e ovviamente arrabbiati. Abbiamo carattere e nonostante le avversità affrontiamo tutto a testa alta e con il solito sorriso che ci contraddistingue», si legge sulla pagina Facebook di Italian Optic.

