

Sarnico: da Maffioletti brochure e informazioni sulla passerella di Christo

In attesa dell'invasione di visitatori da tutto il mondo prevista per The Floating Piers, opera sul Lago d'Iseo realizzata dall'artista statunitense di origine bulgara, il centro ottico ha organizzato domenica 12 giugno un evento per aprire all'insegna del divertimento il periodo di intenso flusso turistico



«L'idea è stata di organizzare un appuntamento ludico per i nostri amici e clienti prima che iniziasse il massiccio afflusso di turisti e la località fosse sovraffollata, dato che si prevede che oltre 3.500 persone al giorno partano per raggiungere la passerella proprio da Sarnico – spiega a b2eyes TODAY Gabriele Esposito, che gestisce il Centro Ottico Maffioletti di Sarnico insieme a Elena Cattaneo – Abbiamo pensato a un evento piacevole e coinvolgente, in cui i partecipanti si sentissero un po' a casa e vivessero in maniera attiva e diversa dal solito lo spazio del negozio, per rompere quella barriera che spesso si crea con il cliente».

All'interno del punto vendita sono stati collocati così alcuni giochi, tra cui un calcio balilla (nella foto), con cui gli intervenuti hanno dato vita a simpatiche sfide, divertendosi in un clima rilassato, ed è stato organizzato un aperitivo. «Durante la giornata – prosegue il professionista – sono state presentate le novità di Polar Sunglasses, che ci ha fornito anche alcuni gadget e le vele brandizzate da collocare all'esterno del punto vendita, oltre che le nuove collezioni sole di JFull, Sting e Tom Ford. Sono venute circa 60 persone tra quelle che avevamo invitato, oltre a un buon numero di curiosi che dalla strada hanno notato l'atmosfera allegra che c'era all'interno. Il riscontro in termini di vendite, sebbene il tempo non sia

stato clemente, durante l'evento è risultato positivo».

Per tutto il periodo in cui l'opera di Christo sarà visitabile, cioè fino al 3 luglio, maltempo che flagella da giorni la zona permettendo, il centro ottico Maffioletti ha deciso, inoltre, di rimanere aperto sette giorni su sette con orario prolungato, in modo da accogliere le persone che visiteranno la contrada in attesa di imbarcarsi. «Per l'occasione, all'interno del punto vendita forniremo le informazioni relative a The Floating Piers, grazie a brochure e materiali realizzati dal comune e dagli organizzatori ed esporremo in bella vista un grande poster della manifestazione – conclude Esposito – Inoltre, se le condizioni meteo lo consentono, abbiamo in mente di collocare all'esterno, in maniera discreta, sia delle rastrelliere di occhiali sia i materiali informativi, per invogliare le persone a fermarsi, sfogliare gli opuscoli e provare le montature, senza impegno. Naturalmente, essendoci tanti turisti, punteremo molto sul sole e anche la vetrina sarà caratterizzata esponendo esclusivamente sunglasses».

Invu sfilata a Milano Moda Uomo

L'housebrand di Swiss Eyewear Group parteciperà alla sfilata finale dell'Istituto Europeo di Design per lo Swiss Cross Textile Award in programma domani, martedì 21 giugno, presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia del capoluogo lombardo

Invu sarà presente allo IED Graduates Fashion Show 2016, l'evento inserito nel calendario ufficiale di Milano Moda Uomo, sia in veste di partner sia di giurato. Le creazioni del marchio saranno indossate dai modelli che sfileranno con i capi dei giovani designer e il vincitore riceverà in premio la possibilità di progettare un occhiale in sinergia con il design team di Swiss Eyewear Group. L'occhiale, che verrà poi commercializzato a livello globale dalla rete Invu, sarà presentato ufficialmente al prossimo Mido.

«Partnership con giovani creativi e scuole di settore sono per Invu molto preziose, fonte inesauribile di ispirazione con idee fuori dalle logiche di mercato, e sottolineano l'impegno del brand nell'innovazione e nella ricerca», si legge in un comunicato di Swiss Eyewear Group (nella foto, uno dei modelli che sarà in passerella con i giovani designer dell'Istituto Europeo di Design).



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.

Luce, Occhio e Visione: in mostra anche da Salmoiraghi & Viganò

Il punto vendita milanese della catena in piazza Cordusio ospiterà da domani l'esposizione artistica, nata da un'idea dell'oftalmologo Lucio Buratto, che ha debuttato a ottobre 2015 ed era presente anche a Mido



La [mostra](#) "Luce, Occhio, Visione", volta a sensibilizzare, da un lato, i giovani pittori a cimentarsi sul tema della visione e, dall'altro, a sostenere tramite donazioni attività di prevenzione e cura nell'ambito della vista, approda ora nel cuore di Milano. Dopo essere stata esposta lo scorso ottobre nel capoluogo lombardo, durante il congresso internazionale VideoCatarattaRefrattiva, organizzato dallo stesso Buratto, e successivamente all'ultimo [Mido](#), la mostra si appresta, infatti, ad aprire i battenti presso il negozio Salmoiraghi & Viganò di piazza Cordusio.

In esposizione ci saranno le opere di artisti provenienti dalle Accademie d'arte di Torino, Bologna, Firenze, Milano e Napoli, chiamati ad affrontare il tema in vari modi, con risultati creativi e forme totalmente diversi a seconda del loro stato emotivo e percettivo.

La rassegna potrà essere visitata sino al 5 luglio (nella foto, a sinistra, l'opera realizzata da Chiara Guidi e, a destra, da Simone Parise).



Marcolin e Tom Ford, il binomio si rafforza

La licenza rappresenta oggi il 25% del fatturato del gruppo di Longarone, che annuncia la conferma della partnership con lo stilista texano fino al 2029, oltre al lancio della sua Private Eyewear Collection



A suggellare il rinnovo per altri tredici anni con Tom Ford è il debutto della Private Eyewear Collection, composta da undici modelli (nella foto, una montatura da vista indossata dallo stesso Ford), quanti gli anni trascorsi dal designer nell'occhialeria, tutti con Marcolin.

La linea ha debuttato sul mercato lo scorso aprile, inizialmente in vendita solo sul sito di Tom Ford, successivamente nelle sue boutique monomarca e, per la preziosità delle montature in corno di bufalo e titanio, in centri ottici selezionati di tutto il mondo, di cui una sessantina in Italia. Come dichiarato nei giorni scorsi dall'amministratore delegato Giovanni Zoppas a [pambianconews.com](#) e confermato a b2eyes TODAY dall'ufficio stampa dell'azienda bellunese, dopo aver chiuso il 2015 con un incremento del 21% a 432 milioni di euro di ricavi Marcolin prevede un ulteriore +8% nel 2016.

Il gruppo, che gestisce complessivamente 27 brand, punta a concentrare gli sforzi sulle licenze ritenute strategiche, tra cui Tom Ford, [Dsquared2](#), Guess, [Moncler](#) ed [Ermenegildo Zegna](#) e a lasciare scadere almeno sei accordi in essere tra quelli ereditati dall'acquisizione di Viva International, senza rinnovarli, per investire sugli housebrand, in particolare sul già più volte rilanciato Web Eyewear.