

MARTEDÌ 1° MARZO 2016 ANNO VI N. 1096

Blauer in esclusiva a Vision Group

Il brand di abbigliamento, di proprietà del gruppo Fgf Industry, ha lanciato a Mido la sua prima linea vista e sole, sviluppata e distribuita dall'azienda padovana Have a Dream, che produce anche gli occhiali di Tonino Lamborghini



Blauer Eyewear (nella foto, un prototipo), presentata in anteprima a Mido, comprende montature uomo e donna, dallo stile che «da sempre caratterizza i capi del marchio - si legge in una nota di Blauer - Anche gli occhiali, dal design ricercato, ma essenziale con richiami vintage, saranno infatti ispirati a quelli della polizia americana sia nella caratteristica forma a goccia sia nello specchiato».

Realizzata da Have a Dream Italy, azienda veneta alla quale il brand ha affidato il design e la distribuzione, «la collezione, in metallo e acetato, è rivolta a un target medio giovane e propone 36 modelli, 18 sole e 18 vista con due modelli in serie limitata, in sei varianti di colore per ogni design - spiega a b2eyes TODAY Corrado Moro, direttore generale della società padovana - Le montature sole hanno filtri proposti anch'essi in sei varianti di colore. Il design è seguito dal nostro team creativo interno, mentre per la produzione ci appoggiamo anche ad aziende esterne del Cadore e della zona di Valdobbiadene».

La distribuzione avverrà in maniera diversificata a seconda delle aree. «Per quanto riguarda il mercato italiano abbiamo stretto un accordo con Vision Group che li avrà in esclusiva: l'obiettivo è raggiungere circa 350 punti vendita - afferma Moro - Sui mercati europei ci rivolgeremo direttamente agli ottici più attenti alla moda, attraverso una nostra rete di circa 15 agenti, mentre in quelli extra europei lavoreremo con distributori».

Padova, anche quest'anno l'occhiale sarà solidale

Ha preso il via il 23 febbraio per concludersi alla fine del 2016 la seconda edizione dell'iniziativa, ideata dal Gruppo Ottici Optometristi della Ascom-Federottica locale guidata da Renzo Colombo: l'obiettivo è ridare efficienza visiva a oltre duecento persone in difficoltà

«I controlli, che anche quest'anno verranno effettuati nella sede della Croce Rossa Italiana, avranno lo scopo di offrire a circa 220 persone in difficoltà, segnalate dall'assessorato ai Servizi Sociali del Comune, una visita optometrica e una oculistica, oltre che la fornitura completamente gratuita di occhiali da vista, frutto delle donazioni di Thema per le montature e di Otilens Italia per le lenti, nonché della collaborazione con Amadir per la strumentazione - si legge in una nota di Ascom Padova - Aziende che, come già avvenuto nel 2015, continuano ad affiancare questa iniziativa». Da tempo Federottica Padova attua sia in ambito provinciale sia internazionale una serie di interventi rivolti al sociale. «Devo ringraziare i medici e le aziende, oltre che il Comune di Padova, per la loro rinnovata disponibilità e collaborazione - commenta nel comunicato Colombo - Il lavoro di sussidiarietà nei confronti delle fasce più deboli della popolazione, svolto a fianco dell'assessorato ai Servizi Sociali, è un tassello importante della nostra attività, che nel corso del tempo ha visto crescere gli interventi che possiamo offrire agli utenti, come le valutazioni dell'efficienza visiva. In questo caso, poi, il fatto di essere affiancati dall'équipe dei medici oculisti dell'Ospedale San'Antonio e dalla Croce Rossa ci ha permesso di verificare l'efficacia di una sinergia operativa che apre le porte a collaborazioni sempre più concrete tra medici oculisti, ottici e optometristi, per garantire ai cittadini un'assistenza di alto livello» (nella foto, la conferenza stampa di presentazione dell'iniziativa).



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

London Fashion Week: tante idee, ma senza occhiali

La settimana della moda britannica, che si è chiusa il 23 febbraio per traslocare il giorno dopo a Milano, si riconferma fucina di tendenze alternative e rivoluzionarie, con collezioni forse non facili da vendere, ma piene di spunti per lo street style. Solo uno stilista sfila con modelli da sole

Non è un caso che chi vuole proporre qualcosa di particolare scelga Londra. Così tra gli italiani **Antonio Berardi** e **Manuel Facchini** (nella foto), che guarda all'arte cinetica. Molti gli spunti. Dalle mantelline da cicisbeo settecentesco di **Osman**, stilista in pianta a Londra ma di origini afgane, agli inserti alla Mondrian di **Anya Hindmarch**. Il geniale **Gareth Pugh** ripropone il tailleur con tagli anni 40 alla Blade Runner, ed è uno dei pochi a mettere gli occhiali da sole alle modelle. Tailleur, ma con pantaloni, da **Paul Smith**. La greca **Mary Katrantzou** mischia il maculato agli stampati con farfalle e stelle per le sue principesse-cow girl. Farfalle, bocche rosse e orologi spiccano sugli abiti in lana e pelle di **Alexander McQueen**. Una prevalenza di gonne per le seduttive ragazze di **Vivienne Westwood Red Label**. Molti i tessuti jacquard, i check, i finestrati, da **Daks** e da **Burberry** che fanno sfilare anche l'uomo. Burberry, tra l'altro, ha annunciato che da settembre i capi presentati in passerella saranno in vendita subito. Per questa edizione sono per una settimana nel monarca di Regent Street a Londra per traslocare poi in quello di Faubourg St. Honoré a Parigi. Tra i coup de théâtre, i foulard di plastica da **Christopher Kane** e il contorno occhi pesantemente colorato da **A.F. Vandevorst**. ([Luisa Espanet](#))



Marchon rinnova con Lacoste: in arrivo linee speciali

Il contratto di licenza, sottoscritto per la prima volta nel 2011, è stato esteso a lungo termine e accorda all'azienda di eyewear il diritto di progettare, produrre e distribuire gli occhiali da sole e da vista firmati dalla griffe francese. E a rafforzare il portafoglio marchi è stato promosso Gabriele Bonapersona, già global brand director del gruppo



«Nei prossimi anni collaboreremo ancora allo sviluppo di prodotti eyewear di prima qualità in linea con la tradizione Lacoste, ideando al contempo una serie di collezioni speciali made in Italy di stampo innovativo», commenta in una nota di Marchon il presidente e amministratore delegato Claudio Gottardi. Le collezioni eyewear (nella foto, un'immagine di campagna) sono commercializzate sia nei flagship store Lacoste di tutto il mondo sia presso i principali retail store e ottici specializzati. «L'innovazione è connaturata al dna Lacoste e il know how del nostro partner nel campo della ricerca e sviluppo contribuisce a mettere in risalto le peculiarità delle nostre linee», aggiunge nella nota Sandrine Conseiller, vicepresidente esecutivo marketing e branding del gruppo Lacoste.

E sul fronte marchi e licenze, Marchon ha promosso Gabriele Bonapersona da global brand director, ruolo in cui si occupava di alcune importanti licenze europee, a vicepresidente international brands. Il manager «sarà responsabile della gestione del team focalizzato sullo sviluppo delle strategie di branding e licensing per tutti i marchi internazionali di Marchon, in particolare quelli europei e asiatici – si legge in una nota dell'azienda - Basato a Treviso nella sede di Marchon MB, Bonapersona riporterà a Thomas Burkhardt, di recente nominato senior vice president global licensing & marketing». Entrato in Marchon nel 2010, Bonapersona vanta un'esperienza di oltre quindici anni nella gestione di brand internazionali e nel marketing maturata presso diverse società del settore moda, retail e wholesale.

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

Supplemento al 1° marzo 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Presbiopia 10 e lode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglialo un estratto del libro su www.fgeditore.it