

Varese: per i centri Oxo è stata una domenica "coi baffi"

Lo stile hipster e la collezione #WLP – We Love People sono arrivati il giorno di Santa Lucia nella città lombarda, dove i tre punti vendita aderenti al gruppo, Ottica Vettore, Ottica Giorgi e Ottica Moderna Giorgi, hanno ospitato l'evento che da qualche mese sta facendo il giro d'Italia



«Per l'occasione abbiamo allestito il negozio con i materiali pubblicitari forniti da Oxo, che ci ha supportato anche nell'allestimento della vetrina dedicata, decorata con grandi baffi tipici dello stile hipster, e ci ha inviato lo steward e la hostess che hanno animato la giornata – spiega a b2eyes TODAY [Fabrizio Vettore](#) (nella foto, dietro al bancone a destra, con [Luca Chieti](#), ottico, [Simona Pozzi](#), addetta alle vendite, e lo steward e la hostess Oxo), titolare dell'omonimo centro ottico di Varese - Durante la giornata abbiamo invitato i clienti a provare le nuove collezioni della linea #WLP, quella sole un po' più di tendenza, con metalli molto sottili e lenti piatte specchiate e modelli in celluloidi semplici ma molto colorati e con forme accattivanti, tutti prodotti in Italia, sia come materiale sia come design. I partecipanti si sono fatti fotografare e le loro foto sono state postate sulla nostra pagina Facebook, dando diritto a un voucher di sconto per un weekend per due».

Favorevole è stata la reazione di quanti sono intervenuti numerosi. «Le persone sono sempre molto divertite nel provare i modelli quando hanno di fronte un campionario ben assortito - aggiunge Vettore - Indossano volentieri gli occhiali e si fanno fotografare con altrettanto piacere. Inizialmente volevamo coinvolgere la fascia dai 25 ai 40 anni che di solito è quella più sensibile a queste iniziative, ma naturalmente abbiamo esteso gli inviti a tutta la clientela: ormai essere "giovani" è un fenomeno trasversale. Lo scopo era creare passaggio nel negozio la domenica, che di solito non è un giorno in cui lavoriamo moltissimo, perché le persone sono distratte da altro in questo periodo di compere natalizie. Non erano le vendite il primo obiettivo, infatti, è stata una giornata di festa. D'altro canto quando organizzo un evento non valuto il risultato dalle presenze, ma da quanto riesco a farmi ricordare e dai riscontri che ricevo nella fase successiva».

Volantinaggio, post sulla pagina Facebook e sul sito del centro, accanto a un mailing diretto e sms alla clientela sono stati i mezzi con cui Vettore ha dato risonanza all'evento. Bilancio positivo della giornata anche per Ottica Moderna Giorgi. «Siamo stati davvero soddisfatti, in negozio sono entrati diversi clienti potenziali, non solo abituali: infatti abbiamo registrato oltre 35 nuove schede e molti ci hanno chiesto di essere richiamati in gennaio per fissare un appuntamento – commenta al nostro quotidiano [Raffaella Giorgi](#), titolare del centro insieme alla sorella Giovanna – I partecipanti si sono davvero divertiti con questa iniziativa insolita, non solo i ragazzi. Per me è stato il primo evento e il risultato mi ha sorpreso. Ero un po' scettica, invece bisogna sperimentare questi nuovi modi per coinvolgere le persone».

Italia Independent e Ducati, oltre alla moto anche gli occhiali

Sono stati recentemente presentati a Miami i prodotti della collaborazione tra la casa motociclistica e l'azienda di eyewear: presente anche una limited edition di modelli da sole

«Si tratta di una partnership su scala globale, caratterizzata da un accordo triennale di collaborazione che vede Ducati e Italia Independent per la prima volta insieme – si legge in un comunicato della società di eyewear - Oggetto dell'accordo è Scrambler, il brand creato da Ducati per interpretare i valori dell'iconica motocicletta degli anni 70, nata negli Stati Uniti». Gli occhiali da sole Scrambler Ducati realizzati da Italia Independent sono dedicati alla nuova moto, «della quale seguono lo stile: una forma classica, di colore nero profondo e trattamento superficiale gommato, lenti specchiate di colore rame come l'interno della montatura – prosegue la nota - La superficie interna sia del frontale sia delle aste riprende il colore del telaio e di alcuni dettagli della moto». La collezione eyewear sarà disponibile nei Ducati Store e nei monomarca Italia Independent, sulle rispettive piattaforme online e presso i principali centri ottici del mondo.

UNA NUOVA FRONTIERA DELLA SICUREZZA ALLA GUIDA.

Lenti ZEISS DriveSafe

Una lente ad uso quotidiano per una guida più sicura e rilassata, anche in condizioni luminose difficili.



Migliora la visibilità con luce scarsa



Riduce riflessi e abbagliamento da fari e segnaletica



Garantisce un'accurata visione di strada, cruscotto e specchietti



We make it visible.

Moscot ha messo un piede in Europa

Come annunciato a [fine ottobre](#), venerdì scorso il brand newyorkese ha aperto il primo store monomarca europeo al 37 Beak Street nel cuore del West End di Londra. Salgono così a sei i punti vendita della società statunitense avviata cento anni fa



«Soprannominato Grandma Sylvia's Living Room, in onore dell'iconica matriarca della famiglia Moscot, il piano inferiore dello shop londinese ospita i modelli delle collezioni conservati nell'archivio dell'azienda e un sistema di schermi touch che permette al cliente di vivere l'esperienza del marchio a 360 gradi con musica e storia – si legge in un comunicato di Moscot - All'interno, come da tradizione britannica, è stato allestito un angolo the».

Lo store Moscot di Londra (*nella foto, l'interno*) si unisce a quello di [Tokyo](#), recentemente avviato, e di Seoul, il primo fuori dai confini americani, e ai tre di New York in Court Street, 14th Street e Orchard Street.

«L'apertura del monomarca a Londra è un traguardo fondamentale – commenta nella nota [Harvey Moscot](#), amministratore delegato e quarta generazione di Moscot - Carnaby Soho, quartiere riconosciuto in tutto il mondo per la sua storia, il suo stile inconfondibile, i marchi e i negozi, è esattamente quello che meglio si adatta alle nostre esigenze».

Esprit: qualità e prezzo attenti anche all'ambiente

Il fashion brand, distribuito in Italia da Muller32, società che fa capo a Vega, propone occhiali sole e vista dal lusso accessibile, realizzati attraverso l'utilizzo di materiali naturali e una produzione responsabile

«Esprit lavora su una base di creatività e responsabilità, unite all'atteggiamento libero proprio della regione che ne ha visto i natali nel 1968, la California, dove è stato fondato, a San Francisco, da Susie e Doug Tompkins – si legge in un comunicato di Muller32 - Capaci di catturare in anticipo le tendenze, le proposte della label sono indirizzate a un pubblico giovane e dinamico. Linee di occhiali da vista e da sole per donna (*nella foto, a destra*), uomo (*nella foto, sotto*) e bambino attraggono grazie alla varietà di stili e forme».



Anche nell'eyewear il brand, oggi presente in oltre 40 paesi, pone la propria attenzione a un ciclo produttivo responsabile e sensibile alle tematiche che riguardano la salvaguardia dell'ambiente. «Esprit ha scelto per la propria produzione il materiale ecosostenibile Ultem – prosegue la nota - Una plastica ingegneristica utilizzata nelle realizzazioni di strumentazioni medicali e nella costruzione di componenti per aeromobili: nella declinazione verso la produzione di occhiali Ultem conferisce leggerezza e solidità».