



## Mondottica: con Revolutionary Eyewear un'alternativa al commerciale

La società di Michele Saladino, specializzata in marchi di design,  
è il nuovo distributore in esclusiva per il mercato italiano  
dei brand in licenza alla multinazionale



«Il suo titolare, Michele Saladino, e il suo team hanno voluto cogliere immediatamente questa opportunità e l'implicita sfida ambiziosa come il posizionamento, in Italia, di marchi nuovi per il mercato mondiale dell'eyewear quali Sandro, Maje e Ducati, oltre ai già presenti Ted Baker, Hackett e Pepe Jeans», rivela a b2eyes TODAY **Matteo Mohwinckel** (nella foto, a sinistra), dal gennaio scorso direttore commerciale di Mondottica per Sud Europa, Medio Oriente e Africa. Quale sarà il valore aggiunto della nuova distribuzione sul mercato italiano? «L'estrema cura e selezione dei punti vendita, nel tipico approccio al mercato di Revolutionary Eyewear - spiega Mohwinckel - I punti vendita autorizzati e partner saranno, inoltre, coinvolti in una serie di attività fortemente incentivanti relazionate al mondo dei rispettivi brand, dai motori alla moda e così via. Tra i clienti già annoveriamo alcune tra le migliori vetrine d'Italia e i nostri partner ideali sono centri ottici molto qualificati sotto il profilo professionale che servono importanti bacini di utenza, sempre con elevata attenzione all'esclusività dei marchi proposti. Nel breve-medio termine contiamo di sviluppare e consolidare il territorio con sensibilità e intelligenza strategica, per rappresentare un'appropriata alternativa ai brand commerciali, oramai sovraesposti nella diffusione, che altrimenti significherebbe un impoverimento della marginalità per l'ottico e una perdita d'interesse per il consumatore finale».

Sono già diversi gli eventi in agenda per la nuova agenzia esclusiva italiana di Mondottica. «Dal 20 al 22 luglio saremo alla World Ducati Week al circuito "Marco Simoncelli" di Misano, dove verrà mostrata a oltre 80 mila fan la nuova collezione Ducati Eyewear (nella foto, a destra, un modello), anticipata all'ultimo Mido - dice ancora Mohwinckel - A settembre esporremo a Silmo 2018 e subito dopo dovremmo partire con un roadshow di presentazione delle collezioni Mondottica nelle principali città italiane».



## Nord America, un nuovo responsabile commerciale per Safilo

Dal prossimo 19 giugno Stephen Wright ricoprirà l'incarico di chief commercial officer,  
subentrando a Henri Blomqvist, che ha guidato lo sviluppo  
del gruppo nell'area negli ultimi due anni

Nato negli Stati Uniti, Wright vanta una lunga esperienza nell'eyewear, avendo ricoperto numerosi ruoli di crescente responsabilità in Vsp Global, quale presidente di Altair Eyewear e senior vice president America per Marchon Eyewear e, più di recente, presidente di Vsp Global Omni-Channel Solutions.

«Siamo molto felici di dare il benvenuto a Stephen e di poter contare sulla sua vasta esperienza e profonda conoscenza del mercato statunitense, dei vari stakeholder e delle diverse dinamiche locali - commenta in un comunicato **Angelo Trocchia**, amministratore delegato del gruppo Safilo - Gli Stati Uniti sono un mercato storico per Safilo e abbiamo voluto selezionare un leader con una profonda conoscenza delle sue specifiche esigenze, in grado di lavorare a stretto contatto con tutti i nostri diversi clienti. Vogliamo essere sempre più vicini al mercato, per capire meglio ciò che è veramente rilevante per i nostri consumatori locali, facendo leva sul nostro forte portafoglio di marchi e sul nostro approccio commerciale indipendente» (nella foto, uno scorcio del quartier generale nordamericano di Safilo a Secaucus, nel New Jersey).



# SEIKO

PRECISION FOR VISION

TRATTAMENTI SEIKO  
LA PROTEZIONE  
IN OGNI SITUAZIONE



SEIKO SuperResistantCoat (SRC)



SEIKO SuperResistantBlue (SRB)



SEIKO RoadClearCoat (RCC)



LENTI FOTOCROMATICHE

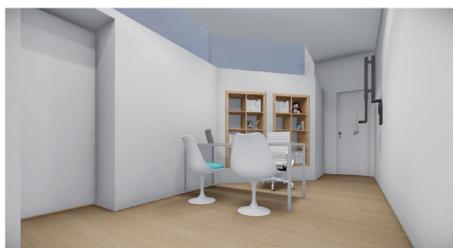
SEIKO SENSITY

DA CHIARE A SCURE.



## Maffioletti, per i 30 anni "raddoppia" lo studio

Il centro ottico bergamasco a breve inaugurerà gli spazi, posti a una cinquantina di metri dal negozio, completamente rinnovati per poter aumentare il numero di utenti da seguire nella parte professionale dell'attività, «da sempre centrale in termini di completezza del servizio, che diviene ancor più attento, innovativo ed efficace», afferma a b2eyes TODAY il professionista



Fare due studi dove ce n'era uno: è questa l'idea del Centro Ottico Maffioletti per festeggiare il traguardo dei trent'anni di attività, tagliato nei mesi scorsi. «Abbiamo aperto nel novembre del 1987: per i 25 anni avevamo deciso di avviare il nostro secondo centro ottico a Sarnico, per il trentennale abbiamo, invece, voluto rinnovare Bergamo aprendo lo studio a un raddoppio – spiega il fondatore, **Silvio Maffioletti** - Questo sia per la forte richiesta per quel che riguarda la parte professionale, test specialistici e lavoro con le lenti a contatto, sia perché in questi anni il nostro modo di organizzare lo studio, separato dalla parte commerciale, ha funzionato molto bene e ci rafforza in questa prospettiva: vogliamo mantenerli fisicamente distinti, mostrando che si tratta di professionalità autonome anche

se complementari. C'è una parte del pubblico che si rivolge a noi per un esame visivo per poi accedere al negozio per realizzare l'occhiale o acquistare altri prodotti; una parte, in crescita, invece, si rivolge a noi esclusivamente per i servizi professionali e si sottopone, ad esempio, a un'accurata analisi visiva, a un ciclo di esercizi di potenziamento delle abilità visive o all'applicazione di lac».

Negli spazi posti a poche decine di metri dall'omonimo centro ottico di Bergamo, su progettazione dello Studio Matram di Treviso, sono così nati due studi, uno maggiormente dedicato alla contattologia e uno più legato all'analisi optometrica (*nella foto, un rendering*). «Quello per le lac è più tecnico e dotato di strumentazione all'avanguardia, mentre l'altro è adibito all'analisi visiva, anche dei bambini, con pareti colorate e arredamento adeguato affinché possano sentirsi a loro agio», aggiunge al nostro quotidiano **Gabriele Esposito**, collaboratore del centro ottico.

«Sono comunque due studi completi, nei quali eseguiamo tutte le attività tra cui il Pav, esercizi di potenziamento delle abilità visive, sia nello spazio sia da seduti, alla distanza di lettura: trattiamo soggetti con un sistema visivo sano, privo di patologie, che studiano o lavorano in ufficio e vogliono imparare a sfruttarle al meglio in questi contesti – conclude Maffioletti - Quando i problemi legati alla visione sono più da riferirsi a quelli connessi allo spazio e al movimento, ci avvaliamo invece della consulenza di **Plays**, centro bergamasco che offre la possibilità di realizzare gli esercizi visivi integrandoli ai movimenti attinenti agli specifici sport, i cui professionisti si affiancano al nostro staff per studiare un protocollo integrato, visivo e motorio».

## Per Tom Wolfe anche gli occhiali da sole facevano radical chic

È scomparso il 14 maggio a New York lo scrittore americano, maestro della satira sociale e pioniere del New Journalism. Di idee conservatrici, inventò il termine, entrato nell'uso comune

«Diventa così inevitabile che il radical chic prediliga chi ha l'aria primitiva tipo i raccoglitori d'uva... o le Panther con le loro giacche di pelle, le acconciature afro, gli occhiali da sole...». Così scriveva Tom Wolfe (*nella foto*) sul *New York Magazine* nel 1970, a proposito degli invitati a un ricevimento a casa del direttore d'orchestra Leonard Bernstein, organizzato per raccogliere fondi a sostegno, appunto, delle Black Panther (*movimento rivoluzionario afroamericano, fondato nell'ottobre 1966 a Oakland, California, ndr*). Era la prima volta in cui il grande scrittore, per definire chi con alti redditi si diceva politicamente di sinistra, usava l'espressione radical chic, adottata immediatamente da molti ed entrata, anche a sproposito, nel linguaggio comune.

Da quell'articolo sono passati quasi cinquant'anni e ora forse l'autore di best seller come *Il falò delle vanità* e di saggi come *La bestia umana*, non avrebbe nominato gli occhiali da sole come elemento distintivo dei Black Panther. Essendo ormai entrati tra gli accessori di stile per radical chic e dandy, come lui, compresi. Anche se nelle foto, dove è sempre di un'eleganza strepitosa, Wolfe non porta mai occhiali, di nessun tipo. Solo in quelle degli ultimi tempi lo si vede con modelli da vista, rigorosamente classici ed essenziali. (**Luisa Espanet**)



Direttore responsabile: **Angelo Magri** Coordinamento redazionale: **Francesca Tirozzi** Redazione: **Nicoletta Tobia**

Supplemento al 22 maggio 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

**Sight for Kids**  
Aderisci anche tu!



Con il patrocinio di:

