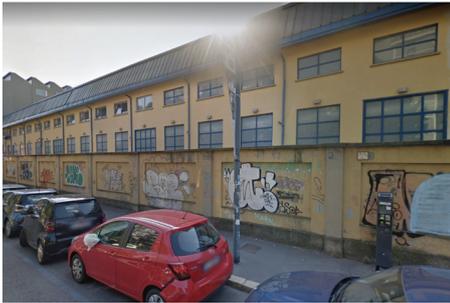




Luxottica sempre più milanese

Un hub digitale in zona Tortona da inaugurare tra meno di due anni e un'estensione dell'attuale sede in zona Cadorna sarebbero tra i progetti della più grande azienda mondiale di eyewear



Secondo quanto riportato dal portale del *Corriere della Sera* e che l'headquarter di Luxottica considera corretto, per il cosiddetto hub digitale del gruppo «l'indirizzo scelto è il civico 35 della strada del Fuorisalone, prima dell'incrocio con via Stendhal tra l'hotel Nh e le residenze T37, e cioè la parte periferica delle aree industriali della vecchia General Electric, dismesse verso la fine degli anni Novanta. L'acquisto è stato ultimato oltre un anno fa e l'obiettivo è ambizioso, vale a dire la realizzazione del progetto già nel corso dell'anno prossimo, il 2019. L'intervento di recupero di Luxottica - la facciata a vista è quella della «stecca gialla» su via Tortona (nella foto, tratta da Google Maps) - punta a realizzare alcune attività produttive del marchio e uno showroom».

Il sito web del quotidiano nazionale sostiene che «l'intenzione del gruppo, adesso, è quella di un recupero dell'area industriale, rispettandone i volumi esistenti con innesti moderni sulla facciata e all'interno con focus su ricerca e sostenibilità e aree produttive innovative». E ricorda che da Luxottica, la cui sede milanese è in piazza Cadorna, «si lavora a un altro progetto di espansione, all'interno, verso il teatro Litta».

Del Vecchio: entro maggio la fusione con Essilor

Lo ha annunciato il presidente esecutivo in occasione dell'assemblea dei soci di Luxottica, che si è tenuta il 19 aprile e che, oltre ad approvare il bilancio 2017, ha nominato il nuovo Cda

Leonardo Del Vecchio (nella foto, a destra) ritiene che la nascita di EssilorLuxottica possa avvenire entro qualche settimana. Tuttavia le autorità antitrust della Cina, l'ultimo paese determinante per il closing dell'operazione, potrebbero chiedere «qualche piccola limitazione», ma, ha affermato giovedì scorso Del Vecchio, «a noi niente, perché siamo molto più piccoli di loro e non abbiamo nessuna limitazione alla quale rispondere», come si legge sul sito del *Corriere delle Alpi*.



L'assemblea dei soci di Luxottica (nella foto, a sinistra, la sede di Milano) ha approvato non solo il bilancio record del 2017, che ha superato i 9,1 miliardi di euro, ma anche il dividendo a 1,01 euro, con un incremento del 10%. Secondo il cfo dell'azienda, Stefano Grassi, per il 2018 è attesa «una crescita del fatturato tra il 2% e il 4%, escludendo la fluttuazione dei cambi», si legge sempre sul sito della testata bellunese.

Il nuovo Consiglio di amministrazione di Luxottica rimarrà in carica per un solo anno, anche in vista dell'imminente fusione con Essilor, fino all'approvazione del bilancio 2018, e ha confermato, oltre a Del Vecchio alla presidenza, Luigi Francavilla vicepresidente e Francesco Milleri vicepresidente e amministratore delegato. Otto componenti su dodici risultano indipendenti, Del Vecchio, Francavilla, Milleri e Grassi sono consiglieri esecutivi, mentre gli altri consiglieri sono Elisabetta Magistretti, Maria Pierdicchi, Karl Heinz Salzburger Luciano Santel, Cristina Scocchia, Andrea Zappia e le due new entry Marco Giorgino e Sabrina Pucci.





Milano, al Fuorisalone da record anche gli occhiali protagonisti

Operatori, semplici appassionati e curiosi del design hanno invaso, dal 17 al 22 aprile, il capoluogo lombardo e i quasi 1.400 eventi sparsi per tutta la città



I numeri parlano chiaro: 430 mila visitatori per il Salone del Mobile e 450 mila per il Fuorisalone, 25% in più dello scorso anno. Molte le cose da vedere, dai mobili all'oggettistica, dalle installazioni alle esposizioni a tema, alle performance. Sempre di più i quartieri della città coinvolti. A partire dal quadrilatero, dove i monarca della moda hanno presentato le loro collezioni home come Bottega Veneta oppure ospitato pezzi di designer. Montenapoleone District ha organizzato una mostra sulle architetture anni 30, con le opere grafiche dello Studio Job. La zona Tortona, dopo un calo nel 2017, è tornata al centro della scena, grazie soprattutto alle proposte del Superdesign show al Superstudio. Per addetti ai lavori, ma con un approccio per incuriosire un pubblico più vasto. A differenza della zona Ventura, prima indirizzo deputato per i più sofisticati, ora sequenza di locali dove bere e mangiare. Non così eclatante il debutto di NoLo, a nord di piazzale Loreto. Tutto si è concentrato nell'ex fabbrica Cova, diventata Alcova. Qui Buro Belén, studio di due giovani e belle designer olandesi, ha presentato

Sun, per proteggersi dal sole: abiti, cappelli, visiere, occhiali (nella foto, a destra, in alto). «Non c'è passaggio», conferma Guido Duse, cugino alla lontana della grande Eleonora, che gestisce La Filottica in viale Monza, aperta dal padre nel 1950. Nonostante la vetrina accattivante, con vecchi apparecchi per gonfiare i palloncini (nella foto, a sinistra). L'affluenza riprende a Porta Venezia, che ha avuto il suo centro focale nel Casello Daziario. Qui Rainbow District, gruppo di commercianti e designer, ha organizzato un'animatissima festa. Tra le attrazioni la rassegna-omaggio "Elio Fiorucci, creatività e genio" con foto anni 70 e 80 dell'imprenditore creativo e un'esposizione di accessori e oggetti vari diventati cult, tra cui fantasiosissimi occhiali (nella foto, a destra, in basso). Del tutto diversi gli occhiali Blackfin, presentati da Ottica Chierichetti nello store di Crocetta. È una limited edition di 499 pezzi in titanio con laminatura in oro. Meno attraente del solito, anche se sempre d'impatto se non altro per la cornice, "House in motion", l'evento-mostra della rivista *Interni* nei cortili dell'Università degli Studi.



Max Mara: con Safilo gli occhiali sono "vulcanici"

Il marchio di abbigliamento e la società padovana hanno presentato durante la Design week milanese una nuova capsule collection eyewear, Lavaprism, in collaborazione con l'artista Kerstin Bratsch e United Brothers

Durante il Fuorisalone, Max Mara e Safilo hanno scelto la Galleria Giò Marconi, uno degli spazi per l'arte più celebrati di Milano. Gli occhiali da sole Lavaprism MMKB/UB sono, infatti, la terza tappa di una collaborazione tra le due aziende e artisti emergenti. Questa volta i creativi sono Kerstin Bratsch, tedeschi di stanza a New York, e il collettivo United Brothers, formato da due fratelli giapponesi, uno performer artist a New York, l'altro gestore di centri solarium a Fukushima e studiosi entrambi della luce. L'ispirazione è un viaggio che dai vulcani delle Hawaii prosegue nei Campi Flegrei fino a Stromboli, alla ricerca di quella speciale luce e quel riflesso che il sole crea sulla lava. Come racconta un video. Negli occhiali i riferimenti al vulcano sono diversi. Dalle lenti che rivelano un contrasto forte fra la parte superiore e l'inferiore alle aste in gomma leggera con un rivestimento in pietra naturale che riproduce la roccia vulcanica, sino alla piccola pennellata rossa che all'interno di queste richiama il fuoco. Prodotti in solo mille pezzi, sono in vendita nei negozi Max Mara, da centri ottici selezionati e online. Più che un accessorio, dicono gli artisti, sono "un mezzo di scoperta e di comunicazione tra gli esseri umani e la lava". (pagina a cura di [Luisa Espanet](#).)



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

Supplemento al 24 aprile 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:

