



Benvegnù: Blackfin ha un nuovo responsabile operations

Il manager riporta direttamente all'amministratore delegato Nicola Del Din e subentra nella gestione della produzione a Corrado Rosson, che si concentrerà sul design e lo sviluppo prodotto



Ivo Benvegnù (*nella foto*) vanta una pluriennale esperienza nel settore dell'ottica: prima in Marcolin, dove ha ricoperto l'incarico di responsabile dell'area prototipazione e certificazione prodotto, poi in Safilo, azienda in cui ha assunto diversi ruoli di responsabilità sia in ambito produttivo sia in ricerca e sviluppo.

Grazie al suo know how Benvegnù avrà il compito di organizzare la divisione Operations di Blackfin, «contribuendo a raggiungere gli obiettivi dell'azienda che stima di chiudere il 2017 superando i 10 milioni di euro di fatturato», si legge in una nota di Pramaor, la società di Taibon Agordino proprietaria del marchio. «La crescita esponenziale di questi ultimi anni ha reso necessaria una maggiore organizzazione della produzione, totalmente realizzata internamente - afferma [Nicola Del Din](#) nel comunicato - La lunga e riconosciuta esperienza di Benvegnù nel settore dell'occhialeria

sarà determinante per la crescita dei reparti produttivi e per far fronte in modo più efficiente ed efficace all'incremento delle vendite».

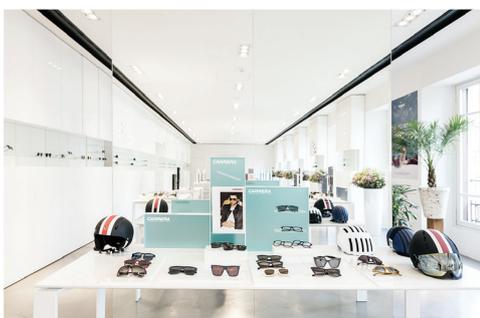
Nella nota Del Din ha espresso, inoltre, il proprio ringraziamento all'head of design [Corrado Rosson](#), che dal 2014 a oggi ha avuto il doppio incarico di responsabile prodotto e produzione. «L'arrivo di Benvegnù è un grande aiuto e soprattutto una grande opportunità per la crescita di Blackfin e il consolidamento dei risultati fin qui ottenuti - commenta Rosson nella nota - Potrò finalmente occuparmi a tempo pieno di design e sviluppo prodotto».

Safilo, ancora più colore nelle lenti che nella montatura

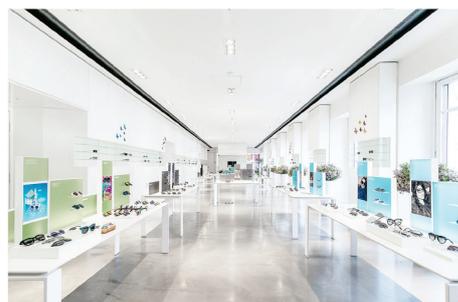
È la tendenza delle nuove collezioni dell'azienda padovana, presentate alla stampa giovedì scorso a Milano (*nella foto, a destra*): oltre a puntare su tonalità accese e sfumature, guarda al passato esponendo un modello vintage appartenuto a Marlon Brando

L'allestimento più d'effetto alla presentazione Safilo è stato quello di [Polaroid](#). Sulla parete una serie di reinterpretazioni, in chiave Warhol, della locandina di *Il Selvaggio*, dove però Marlon Brando è un bambino grassoccio. Appartenuti davvero, invece, all'attore più sexy della storia del cinema, gli occhiali da moto esposti insieme ad altri mitici modelli vintage. A completare la cornice per gli occhiali nuovi di stagione, anche una boccia con pesce rosso. Proprio come quella di *The fish bowl*, il [corto](#) del regista Nacho Gayan sull'invenzione delle lenti polarizzate.

Per il resto le collezioni sembrano tutte puntare, più del solito, verso il colore, più nelle



lenti che nella montatura. Dai marchi più giovani come [Havaianas](#), noto per i suoi infradito, a [Swatch](#). Lenti sfumate colorate anche per i modelli di [Dior Homme](#), visti in passerella a Parigi. Lenti quadrate per le donne [Dior](#). Sono una riedizione femminilizzata dell'aviator gli occhiali di Gigi Hadid per [Tommy Hilfiger](#). Fedele al suo Dna [Jimmy Choo](#) spolvera di microborchie, effetto brillanti, il suo modello di punta. La forma a farfalla, mai agli eccessi, ritorna in diversi brand. Il doppio ponte caratterizza i modelli maschili di [Fendi](#). Dedicati all'uomo sportivo gli occhiali [Carrera](#) (*nella foto, a sinistra, in primo piano*), perfetti per il testimonial [Jared Leto](#). ([Luisa Espanet](#))



CONVEGNO NAZIONALE

IL FUTURO DEL COMMERCIO DELL'OTTICA SARÀ IN FRANCHISING?

22 MAGGIO 2017 Campi Bisenzio - Firenze Centro Congressi Spazio Reale





Safilens, a Bclà lancia la nuova torica giornaliera

L'azienda italiana rinnova l'appuntamento con la più prestigiosa manifestazione europea dedicata alla contattologia, in programma a Liverpool dal 9 all'11 giugno, per promuovere il brevettato design afocale per presbiopia e presentare in anteprima la lente a contatto fusion 1day astigma



«Con fusion 1day astigma (nella foto, il packaging) si va ad arricchire la famiglia di lenti a contatto giornaliere che sfruttano i benefici del rivoluzionario sistema fusion technology, l'azione sinergica di acido ialuronico e tamarind seeds polysaccharide, che normalizza e mantiene stabile la relazione fisiologica tra il film lacrimale e la superficie oculare, fornendo all'utilizzatore un comfort naturale e duraturo», si legge in un comunicato di Safilens.

La nuova lente per astigmatismo, che dopo l'evento della British Contact Lens Association sarà disponibile sul mercato, è caratterizzata da un design sviluppato da Safilens denominato Sleekform. A detta dell'azienda friulana, la stabilizzazione Sleekform è basata sul puro prisma, garantendo spessori minimi e una superficie estremamente omogenea: questa caratteristica, oltre a diminuire gli stress meccanici legati al porto delle lenti, riduce le problematiche dovute alla diversa distribuzione del flusso di ossigeno, generalmente tipiche dei design oggi in commercio. Fusion 1day astigma sarà disponibile con più di 800 parametri, 3 cilindri e 8 assi. «L'obiettivo di questo disegno - spiega nella nota [Alessandro Filippo](#), R&D manager di Safilens - è garantire una stabilizzazione precisa, rapida e costante, assicurando al tempo stesso il comfort e la praticità propri delle lenti giornaliere».

Per l'intera durata dell'evento inglese, che si prepara ad accogliere un migliaio di professionisti provenienti da tutto il mondo, presso lo stand Safilens si effettueranno live fitting, applicazioni aperte a tutti i visitatori che avranno così la possibilità di testare in prima persona la performance e i benefici del design afocale e di scoprire in anteprima assoluta il design Sleekform di fusion 1day astigma. Inoltre, sempre in occasione della Bclà, diversi lavori svolti in collaborazione con università italiane ed estere saranno presentati sotto forma di poster sulle lenti fusion 1day presbyo, mentre l'11 giugno Giancarlo Montani, docente presso l'Università del Salento, e Sergio Momini, Head of Professional di Safilens, terranno il workshop "The management of computer vision syndrome and digital eye strain with contact lenses", che andrà a presentare ulteriori valutazioni e risultati del brevettato design afocale.

Soi, Al Bano testimonial de "La vista ti salva la vita"

Tv, web, social network e stampa: la comunicazione della Società Oftalmologica Italiana, che avrà il volto del cantante di Cellino San Marco, è on air su la7 e su Mediaset come campagna sociale

Ideata e organizzata dalla "Fondazione Insieme per la Vista Onlus", con il patrocinio tecnico scientifico della Società Oftalmologica Italiana, si propone di informare i cittadini sulla necessità di tutelare i nostri occhi e sul fondamentale valore del poter vedere bene.

«La campagna (nella foto, la locandina) prevede numerose attività di comunicazione, lanciate l'8 maggio e visibili per i prossimi sei mesi, quali uno spot televisivo, un sito internet, una divulgazione tramite social network, attraverso l'hashtag #lavistativalvalavita#, e una capillare informazione sulla stampa quotidiana e periodica, insieme ad altre iniziative in fiere e saloni nazionali - si legge in un comunicato Soi - Lo spot televisivo avrà come testimonial d'eccezione il cantante Albano Carrisi. Inoltre, altri spazi all'interno di trasmissioni televisive e radiofoniche e sui principali quotidiani nazionali, il sito internet dedicato e tutte le altre iniziative previste hanno lo scopo di creare una cultura specifica per il grande pubblico su quanto è importante salvaguardare la propria vista con l'attività di prevenzione e di cura effettuata dai settemila medici oculisti italiani».



Vedere è tutto

La vista è il senso che ci permette di vivere al meglio. È un bene prezioso che va protetto e curato. Vedere bene è un diritto. Vedere bene è un dovere. Vedere bene è un piacere. Vedere bene è un modo di vivere. Vedere bene è un modo di amare. Vedere bene è un modo di essere. Vedere bene è un modo di stare. Vedere bene è un modo di vivere. Vedere bene è un modo di amare. Vedere bene è un modo di essere. Vedere bene è un modo di stare.





CORSO BIENNALE DI OPTOMETRIA

OPEN DAY

22 Maggio - 19 Giugno dalle ore 13.00 alle ore 17.00