



GIOVEDÌ 27 SETTEMBRE 2018 ANNO VIII N. 1665

Zeiss, con Visufit 1000 porta in tour il "business del futuro"

L'azienda oftalmica darà il via lunedì prossimo in Sicilia a una serie di appuntamenti lungo la penisola per presentare la nuova piattaforma digitale: dotata di una serie di funzioni all'avanguardia, consente di rendere più coinvolgente l'esperienza d'acquisto e di differenziare la propria attività



Visufit 1000 (nella foto), combinato con il nuovo software Visuconsult 500, «è l'innovativa soluzione tecnologica Zeiss che consente al centro ottico proiettato nel futuro di soddisfare al meglio le esigenze di personalizzazione dei propri clienti e distinguersi sul mercato», spiegano a b2eyes TODAY da Carl Zeiss Vision Italia che, al fine di mostrare concretamente la nuova piattaforma, ha organizzato otto appuntamenti nelle principali città italiane, lo "Zeiss Visufit 1000 Special Tour": il 1° ottobre a Catania, l'8 a Milano e Bari, il 15 a Padova, il 18 a Bologna, il 5 novembre a Torino e Roma e il 12 novembre a Napoli. «L'obiettivo degli incontri è far conoscere ai professionisti le potenzialità di questo nuovo strumento che definire così è, però, riduttivo: si tratta di una vera e propria piattaforma digitale che consente, oltre alla centratura, anche la comparazione delle montature e la simulazione delle lenti in una esperienza coinvolgente per il cliente - anticipa al nostro quotidiano online [Chiara Mordente](#), responsabile sviluppo clienti della società di Castiglione Olona - Mostriamo come Visufit 1000, pur essendo tecnologicamente sofisticato, sia caratterizzato

da estrema facilità d'uso unitamente a un elemento imprescindibile, ossia la massima precisione nella rilevazione e raccolta dei dati».

Ogni tappa sarà strutturata in due sessioni distinte, una mattutina e una pomeridiana, cui prenderà parte una trentina di professionisti per ognuna di esse. «Spiegheremo anche, sulla base degli insight di mercato, perché è opportuno orientarsi verso una soluzione così avveniristica ed entreranno nel merito delle funzionalità di Visufit 1000, per concludere con prove pratiche live e il possibile coinvolgimento degli ottici in sala», conclude Mordente, sottolineando che «il tour si colloca in un momento in cui gli ottici hanno ancora la possibilità di sfruttare i benefici fiscali legati al Piano Industria 4.0».

Silmo 2018, l'onda lunga del mezzo secolo di vita

Dopo le numerose iniziative dell'edizione scorsa, che ne celebrava il cinquantesimo anno di attività, il salone, in programma a Paris Nord Villepinte da domani fino a lunedì 1° ottobre, si presenta in maniera meno scoppiettante, ma confermando la positività del 2017: ospiterà, infatti, il 4% di aziende in più, su una superficie espositiva stabile

Su 78 mila metri quadrati di area complessiva, di cui oltre 36.400 netti, saranno 967 da 39 paesi del mondo gli espositori, 116 dei quali italiani, a proporre sia le nuove collezioni delle montature, con particolare attenzione come di consueto al Village, l'area dedicata all'eyewear di design, sia le novità in ambito tecnologico. Tra i punti di forza della rassegna parigina spiccano il Silmo d'Oro, giunto alla [venticinquesima edizione](#), e la Silmo Academy, che di edizioni ne conta nove e che nella giornata di domenica 30 settembre affronterà in maniera interdisciplinare e con esperti internazionali il tema "Visione e crescita", in riferimento a soggetti da zero a vent'anni.

Novità assoluta dell'edizione 2018, invece, è Futurologie, spazio che si propone di presentare nell'ottica i prodotti e i processi di domani e di creare connessioni tra gli attori storici e non, con l'obiettivo di far emergere nuovi mercati. All'interno del programma Silmo Next, infatti, Futurologie metterà in evidenza prodotti e start up secondo alcuni temi, tra cui sport, benessere, intrattenimento e stampa 3D, con una serie di conferenze di aziende che presenteranno la propria visione di queste nuove potenzialità (nella foto, un momento dell'edizione 2017 di Silmo).



EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.

La fresa da negozio per il montaggio lenti

Milan Fashion Week: occhiali? Pochi, ma caratterizzati

All'ultima edizione della settimana della moda milanese, che si è conclusa lunedì scorso, l'eyewear ha sfilato di meno rispetto alle precedenti collezioni primavera estate, ma con caratteristiche più decise e la tendenza comune di ispirazione al passato



Come sempre, anche in questa fashion week milanese, si sono visti svariati riferimenti alle decadi passate, specie gli anni 60 e 70 sono stati presi di mira. La tendenza comune è prendere spunti dal passato ma guardare al futuro. Cercando una vestibilità leggera e fluida, con i tagli, ma soprattutto con lo studio dei materiali. Tutto con un occhio ben aperto alla sostenibilità, come è stato ribadito domenica scorsa al Green carpet in piazza Scala, evento dedicato a questo tema nella moda di cui è ambasciatrice Livia Giuggioli Firth, moglie dell'attore premio Oscar, Colin Firth. Uno sguardo al futuro anche nella scelta delle location. Come Armani, che per l'Emporio ha sfilato all'aeroporto di Linate. O Missoni che ha festeggiato i 65 anni della maison con catwalk e party in una terrazza tra i grattacieli di CityLife.

A differenza delle precedenti primavera estate sono stati pochi gli occhiali sulle singole passerelle, ma quei pochi caratterizzati. Come da **Ferragamo**, rivestiti in pelle, perfetti per accordarsi con i capi in tessuti da haute couture. A triangolo e nerissimi quelli di **Marni**, coerenti con la sofisticata collezione disegnata da Francesco Riso. Enormi, a effetto, l'eyewear di **GCDS**, che ha creato una collezione per uomo e donna in collaborazione con Pokémon. Un po' da diva, con particolari scintillanti gli occhiali da Roberto Cavalli, dove il nuovo direttore creativo Paul Surridge, pur mantenendo il dna della maison, ha smorzato gli eccessi. Stranamente pochissimi gli occhiali da **Giorgio Armani**, di più da Emporio, metallici, con ponte o con lenti in due tonalità. **Anteprima** ha mandato nell'invito ai suoi ospiti un paio di occhiali, del tipo di quelli in sfilata: tondi, triangolari, quadrati, comunque sempre geometrici,



piccoli e con lenti colorate (nella foto, in alto, a sinistra). Enormi e a mascherina gli occhiali da **Byblos**. Grandi a gatto, con lenti sfumate arancioni, i rari da **Genny**. A farfalla da **Laura Biagiotti**, anche da vista. Svariati i modelli da **Arthur Arbesser**, sia metallici sia in acetato, ma sempre con lenti colorate. Numerosi, un po' stile Audrey (nella foto, a destra), ideali per completare i look, gli occhiali da **Elisabetta Franchi**. Infine **Bulgari**, insieme alle straordinarie borse e ai foulard, ha presentato la nuova collezione eyewear da sole e da vista. Lavorazioni incredibili, effetto mosaico o effetto coccodrillo, molto uso del rosa e una serie di piccoli dettagli preziosi a sorpresa (nella foto, in basso, a sinistra). ([Luisa Espanet](#))

Safilo e Banana Republic ancora insieme sino al 2025

Il gruppo padovano e il marchio statunitense di abbigliamento e accessori hanno confermato per il terzo accordo consecutivo il contratto di licenza per le collezioni di occhiali da vista (nelle foto) e da sole del brand

Il contratto decorrerà dal 1° febbraio 2019 fino al 31 gennaio 2025. «Questo nuovo accordo, siglato per la prima volta nel 2006, rafforza ulteriormente la partnership tra Safilo e Banana Republic e rappresenta un'opportunità di progresso per il business già consolidato nel segmento contemporary lifestyle», si legge in una nota di Safilo.



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

Supplemento al 27 settembre 2018 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Ducati
Eyewear

VIENI A SCOPRIRE LA COLLEZIONE DI OCCHIALI DUCATI
MONDOTTICA LTD | SILMO HALL 06, STAND B067 | WWW.MONDOTTICA.COM