



Rodenstock Italia, è il giorno di Villotti

Da ieri, 1° luglio, il manager ha assunto il ruolo di ceo e direttore generale della filiale nazionale del gruppo oftalmico e di montature con casa madre a Monaco di Baviera



«Michele Villotti (nella foto) è un senior manager di comprovata esperienza nella conduzione e nello sviluppo di società multinazionali principalmente nel settore ottico - si legge in un comunicato di Rodenstock - Nella sua carriera professionale ha ricoperto diverse posizioni manageriali e dirigenziali all'interno dell'Europa: di questi, oltre dieci anni con Luxottica Group, due e mezzo anni presso De Rigo e, più recentemente, dal 2012, è stato ceo e direttore generale di [Silhouette Italia](#). Allo stesso tempo il nostro attuale direttore generale, Alberto Tappainer, ha deciso di dimettersi dalla sua attuale posizione a partire dal 26 giugno scorso». Tappainer guidava Rodenstock Italia da dieci anni.

«Con Villotti siamo stati in grado di acquisire un dirigente di esperienza internazionale e con un'eccellente conoscenza del settore. Siamo convinti che promuoverà con successo la nostra attività nel mercato italiano», afferma nella nota Oliver Kastalio, ceo del gruppo Rodenstock.

Laps per Italia Independent: punta di diamante e lab sperimentale

È stata presentata a Milano giovedì 28 giugno alla stampa la prima collezione eyewear firmata da Lapo Elkann: su un tram, trasformato in una vera e propria boutique su rotaia, aperta anche al consumatore finale sino a ieri, il fondatore del brand ne ha raccontato i dettagli

A bordo di uno storico tram milanese customizzato (nella foto, in basso) in partenza da piazza Fontana («odio il classismo e questo tram rappresenta il mezzo per stare in mezzo alla gente, un concept che potremo portare anche in altre città del mondo», ha affermato), [Lapo Elkann](#) (nella foto, a destra) racconta per filo e per segno la nascita di Laps Collection, in vendita nei centri ottici e nelle boutique di Italia Independent. «Laps è il mio nickname, il mio soprannome, e Laps è anche la fondazione che ho creato, la Libera Accademia Progetti Sperimentali, dedicata a iniziative e progetti per il sostegno di bimbi vittime di abusi o con bisogni educativi particolari - ha spiegato - La collezione vuole essere la punta di diamante di Italia Independent».

Suddivisa in tre famiglie di prodotto, la linea eyewear è ispirata a tre mondi diversi: arte, automotive e icone vintage del made in Italy. Dodici modelli («il mio preferito è "Avvocato", che ho dedicato a mio nonno e che riprende una vecchia mascherina di Porsche Design»,

ha rivelato Elkann), di cui sette sole e cinque vista. I materiali di riferimento sono il titanio giapponese e l'alluminio. «Ogni pezzo vuole raccontare una storia: ho voluto parlare di me, della mia creatività, delle mie passioni, dei mondi valoriali che hanno da sempre ispirato le mie aziende», ha commentato Lapo. Eccellenza, ricerca dei materiali e dei dettagli, innovazione sono le parole più utilizzate dall'imprenditore per descrivere Laps Collection, «che ha anche l'obiettivo di diventare una sorta di lab per la realizzazione, ad esempio, di brevetti che riguardano le cerniere o la funzionalità dell'asta», ha precisato l'imprenditore.

«Nell'ottica siamo sempre sottoposti a stimoli di collaborazioni, a partnership, a licenze - ha aggiunto [Giovanni Carlino](#), amministratore delegato di Italia Independent - Abbiamo però riflettuto e ci siamo detti che in fondo il know how ce l'abbiamo in casa: Lapo ne rappresenta la parte creativa e sotto la sua guida, attraverso un lavoro di squadra, è nata Laps Collection».



EZFit. Semplice. Veloce. Affidabile.

La fresa da negozio per il montaggio lenti



Zeiss: su UVProtect informa anche gli oculisti

L'azienda oftalmica ha dato il via a un piano di comunicazione mirato a trasferire le caratteristiche della nuova tecnologia e l'importanza di difendere gli occhi dai raggi UV dannosi non solo a ottici e consumatori, ma anche ai medici oftalmologi, attraverso incontri residenziali e materiali esplicativi, anche diretti ai loro pazienti



«Abbiamo iniziato con Mido, organizzando un incontro dedicato alla protezione UV che ha messo a confronto un oculista, un ottico e optometrista e un fisico, e questo progetto è proseguito con la realizzazione di un opuscolo monotematico distribuito, oltre che agli ottici come inserto al numero di giugno di *b2eyes magazine*, anche agli oftalmologi, in allegato con il mensile *ViscoChirurgia* - afferma a *b2eyes TODAY* [Elena Rubino](#) (nella foto), direttore marketing di Carl Zeiss Vision Italia - A breve diffonderemo anche un kit per la sala d'attesa contenente una locandina e degli opuscoli informativi, incentrato su cosa è la luce, quali sono le principali patologie legate all'eccessiva esposizione agli UV, perché è importante salvaguardare gli occhi e, quindi, quali sono le soluzioni che permettono una protezione completa: sintesi semplificata del precedente, l'opuscolo ha ottenuto il patrocinio della Società Oftalmologica Italiana e di

Fondazione Insieme per la Vista e sarà distribuito in settemila studi oftalmologici italiani».

Ma non solo: Zeiss sta perseguendo anche un'attività d'informazione medico scientifica attraverso una rete di informatori dedicati e incontri con la classe medica in alcune zone d'Italia. «Nei prossimi mesi, in base ai risultati, valuteremo dove estendere queste attività», conclude Rubino.

Barberini Eyewear, la vetrina diventa.... spaziale

Il marchio propone agli ottici una vasta gamma di immagini ispirate al cosmo con cui personalizzare i propri punti vendita



«Sulla scia del gradimento riscosso dallo stand presentato a Mido 2018 (nelle foto), Barberini Eyewear ha messo a disposizione degli ottici un'ampia gamma di soggetti, nove diversi, oltre all'immagine della galassia, che l'ha contraddistinta in occasione del salone di Milano - spiegano a *b2eyes TODAY* dall'azienda di montature che fa capo alla società abruzzese di lenti in vetro, recentemente [rilevata da Luxottica](#) - Abbiamo, inoltre, offerto la possibilità di scegliere un poster più tecnico, intitolato la "Giusta Protezione" in modo che l'ottico possa spiegare come le nostre lenti proteggano dai raggi dannosi». Dimensioni, tipologia del materiale, ossia vetrofanie, pvc e retroilluminati, e soggetti sono a scelta degli ottici. Tra i materiali non

personalizzabili è invece a disposizione un cartello vetrina in formato A3 double vision, ossia che muta a seconda del punto di vista da cui lo si guarda.

«Sarà possibile, inoltre, personalizzare il proprio negozio optando, ad esempio, tra le techno texture metalliche che ricoprono gli Spect-Actors, i protagonisti della campagna primavera estate 2018 rappresentati come futuristici uomini e donne dello spazio, che porgono lo sguardo fiero verso il futuro che li aspetta, oppure l'esplosione di colori sgargianti della "Galassia Barberini", lampante richiamo alle specchiature delle lenti Platinum Glass», conclude la nota.



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

Supplemento al 2 luglio 2018 di [b2eyes.com](#) reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

Rischi all'esposizione UV

patologie, prevenzione, protezione

[Lucio Buratto](#), [Giancarlo Montani](#), [Maurizio Martino](#)

Coordinamento editoriale Vittorio Picardo



Con il sostegno di

