

Luxottica, occhiali sempre più leggeri

Montature ultrasottili e tanto metallo: sono le principali caratteristiche delle collezioni già nei centri ottici, presentate dal gruppo alla stampa giovedì a Milano



Luxottica sceglie ancora la strada del minimalismo. Pochi eccessi, pochi dettagli, ma pezzi progettati per essere leggeri. Il peso piuma fa da padrone in **Michael Kors** con modelli ultrasottili dalla forma tonda, d'ispirazione vintage o nella particolare proposta di montatura nella montatura. Da **Miu Miu** gli occhiali sembrano delicate farfalle: lievi forme a gatto presentano anche decorazioni in microcristalli sul frontale. Leggeri ma con effetto gommato e con il doppio ponte quelli di **Prada Linea Rossa**. Effetto impalpabile anche per **Chanel**: forme tonde o leggermente allungate ai lati del frontale sono tra le proposte della griffe, insieme a sunglasses in acetato con asta decorata con motivi floreali in rilievo e a mascherine con lenti viola. Mascherine pure da **Versace** che presenta anche un modello a goccia in metallo ricoperto di strass. Da **Oakley** si distingue una mascherina per gli sportivi con lenti viola in grado di far apparire i colori più vividi. **Burberry** sceglie invece l'acetato per la Regent Collection, nome ispirato al proprio flagship di Londra al 121 di Regent Street: il dettaglio che la caratterizza è il disegno a quadri che riprende la stoffa all'interno dei trench del brand, riportato sia sul frontale dei modelli da sole (nella foto, in alto) sia sulle aste di quelli da vista, entrambi nei toni naturali del marrone e del rosa cipria. Per questa stagione **Oliver Peoples** ha scelto di collaborare con The Row, marchio fondato dalle gemelle Olsen: le montature sono quelle iconiche dell'housebrand di Luxottica, rivisitate in chiave femminile dalle due giovani attrici e stiliste americane. Come sempre fuori dal coro **Dolce & Gabbana** che si ispira ai motivi del carretto siciliano: spiccano gli occhiali da sole oversize (nella foto, a destra) che ne riprendono le decorazioni barocche colorate.



Milano: ritorna la Triennale e ci sono anche gli occhiali

È rinata, a distanza di vent'anni dall'ultima, l'esposizione internazionale dell'istituzione culturale di Parco Sempione, che ha aperto al pubblico sabato e proseguirà fino al 12 settembre. Presente anche un'installazione di un'azienda di eyewear

La XXI edizione della Triennale di Milano è intitolata "21st Century. Design After Design" e si espande in tutta la città con oltre venti mostre e un ricco programma di eventi, festival e convegni ospitati in diverse location, come Fabbrica del Vapore, Pirelli HangarBicocca, Campus del Politecnico, Campus della Iulm e Mudec, solo per citarne alcune.

«L'evento 21st Century. Design After Design - si legge in una nota degli organizzatori - non vuole dare visioni sul futuro, ma cerca di decodificare il nuovo millennio e di individuare i cambiamenti che coinvolgono l'idea stessa di progettualità». Attraverso le diverse mostre, che spaziano dal car design all'architettura urbana, dalla progettazione del gioiello alla metropoli multitenica, per fare qualche esempio, la manifestazione tocca questioni chiave come «l'impatto della globalizzazione sul design, le trasformazioni conseguenti la crisi del 2008 e l'arrivo del XXI secolo, la relazione tra città e design, i rapporti tra design e accessibilità delle nuove tecnologie dell'informazione e l'integrazione tra design e artigianato», prosegue il comunicato.

L'incontro virtuoso fra innovazione tecnologica e manifattura d'eccellenza trova spazio nell'esposizione New Craft, ospitata dalla Fabbrica del Vapore, dove il visitatore può guardare all'opera i nuovi strumenti del digital manufacturing e capire la loro integrazione con il lavoro e le abilità degli uomini. Tanti i settori coinvolti in mostra: automobili, biciclette, stampa, gioielli, vestiti, mobili, acciaio e legno, ad esempio. In scena il processo di produzione per ogni settore coinvolto. All'interno di New Craft ci sarà anche Occhialeria Artigiana con un'installazione di otto metri realizzata con trenta pannelli di acetato nero, intitolata "Il tuo sguardo, le nostre mani" e ispirata a Fausta, «nuovo modello di occhiale da sole inedito e futuristico, sintesi di artigianato d'eccellenza e digital manufacturing», spiega una nota della società con sede a Tito, in provincia di Potenza. Da una ricerca effettuata da b2eyes TODAY presso alcuni dei principali interlocutori del settore, non risulterebbero presenti all'esposizione altre realtà dell'eyewear.



GaliSmart: arriva lo specchio centratore per il banco vendita

La famiglia di prodotti e servizi di Galileo si arricchisce di un innovativo sistema di videocentratura: consente, senza far muovere il cliente dal banco, di rilevare i parametri necessari all'ordine e al montaggio di lenti progressive e monofocali anche in versione individualizzata



Già disponibile e in esclusiva per i centri ottici italiani, GaliSmart (*nella foto*) «integra le funzionalità e la precisione di un complesso sistema di videocentratura a colonna nel design dal minimo ingombro di uno specchio da banco, per adattarsi agli spazi e alle esigenze di ogni negozio – spiega una nota dell'azienda milanese - Il sistema, infatti, realizza un'accurata ricostruzione 3D della posizione degli occhi e della montatura, lasciando il cliente comodamente seduto e senza interrompere il momento di consulenza e vendita. Si rilevano in maniera immediata tutti i parametri di centratura per lontano: distanza interpupillare monoculare e totale, altezza di montaggio, distanza lente-apice corneale, angolo di avvolgimento e inclinazione pantoscopica». Lo specchio, maneggevole e leggero, con un peso inferiore al chilo, può poi essere dato in mano al cliente per effettuare le misurazioni da vicino nella sua posizione abituale di lettura, quindi distanza interpupillare monoculare, distanza di lettura e altezza del segmento. È possibile, inoltre, simulare la posizione dello schermo di un

computer per il centraggio delle lenti vicino-intermedio da ufficio. «Il tutto con un'interfaccia semplice e intuitiva, che, oltre alla presa di misure, integra altre tre diverse funzionalità: database clienti e parametri, una profilazione completa dell'utente esaminato, interfacciata con i più diffusi software gestionali, per consentire la condivisione delle informazioni senza bisogno di reinserimento dei dati; scelta della montatura, una funzionalità molto apprezzata dai clienti ametropi, che possono vedere contemporaneamente fino a quattro foto e scegliere così facilmente il nuovo paio di occhiali - prosegue il comunicato - Infine demo lenti, un supporto interattivo agli argomenti di vendita, con dimostrazioni visuali intuitive e comparazioni tra diversi design di lenti e diverse tipologie di trattamento antiriflesso». GaliSmart è già stato presentato in alcune tappe del percorso di training formativo organizzato anche per il 2016 da Galileo e rientra nella possibilità di portare in ammortamento il 140% della strumentazione, come previsto dalla Legge di Stabilità 2016.

Invu, un'estate con Marilyn Monroe

Il marchio di Swiss Eyewear Group prende ispirazione dalle grandi stelle del cinema e dagli anni 50 per la propria collezione per la nuova stagione (*nelle foto*), modernizzando la forma iconica dell'occhiale a gatto

«Completano la collezione decori, trattamenti di colore e la tecnologia delle lenti ultra polarizzate per essere protetti dai raggi Uv», si legge in un comunicato dell'azienda svizzera.

In particolare le lenti polarizzate di Invu «sono state progettate utilizzando un'esclusiva tecnologia multistrato e di rivestimento. – prosegue la nota - Nove strati funzionali garantiscono un'efficienza di polarizzazione del 99%, un'ottima resa dei colori, un'efficace protezione Uv 400 e una resistenza a graffi e urti».

