

## Necity: nel 2016 partirà il franchising Acuitis

È quanto emerso dalla convention, organizzata dalla società italiana di servizi, che si è conclusa ieri ad Artimino, in provincia di Prato, dedicata al progetto di corner sul territorio nazionale dell'insegna francese



Durante le due giornate dell'evento, che si è svolto presso la villa medicea La Ferdinanda, quasi duecento persone, in rappresentanza di un'ottantina di centri ottici, hanno potuto verificare dal vivo i risultati già raggiunti da alcuni colleghi e le potenzialità del [progetto](#) lanciato la primavera scorsa da Necity in collaborazione con Acuitis. Laurent Schmitt, Paolo Fonelli, Roberto Marlazzi e Stefania Morrone hanno, infatti, illustrato le tappe dell'iniziativa. Ad aprile scorso è partita una fase test con una decina di centri ottici che hanno aperto all'interno dei loro punti vendita un corner Acuitis: oggi sono oltre 90 gli associati Necity che hanno aderito al progetto ai quali se ne aggiungeranno un'altra ventina pronti a partire, grazie anche all'evento toscano dei giorni scorsi.

I vertici di Necity hanno, inoltre, annunciato che nel 2016 proseguirà lo sviluppo dei corner Acuitis e, parallelamente, sarà avviato anche un progetto di punti vendita in franchising per gli affiliati che vorranno aprire un nuovo negozio completamente dedicato all'insegna transalpina o convertire il proprio (nella foto, una fase della sfilata dei modelli Acuitis, organizzata ad Artimino da Frédéric Beausoleil, responsabile della direzione artistica e dello sviluppo industriale del brand francese).

## Attentati a Parigi, l'ottica dimostra il proprio dolore

Mentre il mondo si tinge con i colori della bandiera francese in segno di solidarietà con le vittime delle stragi del 13 novembre, anche alcune aziende transalpine del nostro settore hanno espresso il proprio cordoglio

Quasi 130 persone, di varie nazionalità, e centinaia di feriti è il bilancio provvisorio delle vittime degli attentati, rivendicati dall'Isis, che hanno colpito la capitale francese la sera di venerdì scorso, all'esterno dello Stade de France, in cui era in corso l'amichevole Francia-Germania, all'interno del teatro parigino Bataclan e in diverse zone della città.

«Siamo tutti profondamente scossi per quanto accaduto venerdì sera a Parigi e a Saint-Denis – si legge in una nota di Essilor Italia - Questi atti terroristici brutali si aggiungono a una lista già troppo lunga che sta sconvolgendo il mondo. Al momento, dalla nostra sede di Parigi, non giungono notizie di colleghi o familiari coinvolti». Ieri Essilor Italia si è unita al lutto nazionale proclamato in Francia osservando un minuto di silenzio quale segno di sostegno e solidarietà alle famiglie e agli amici delle vittime in Francia. «Questi eventi drammatici sono per il Gruppo Essilor un momento di riflessione importante per riaffermare l'impegno verso i nostri valori umani di rispetto, fiducia, spirito di collaborazione e di uguaglianza nella diversità», sottolinea il comunicato.

Anche Acuité, il principale sito d'informazione dedicato agli operatori dell'ottica in Francia, si è unito alla commemorazione delle vittime del 13 novembre e ha osservato presso la propria redazione un minuto di silenzio.

Chiuse in un comprensibile dolore gli organizzatori di Silmo e le aziende parigine del settore: alcune, comunque, hanno espresso attraverso Facebook il proprio stato d'animo. Vuarinet ha modificato, come moltissimi utenti del social network hanno fatto in questi giorni, la propria immagine del profilo "tingendola" con i colori della bandiera francese, accompagnata dall'hashtag #prayforparis. Sabine be, marchio della designer e ottica Sabine Vagner-Bégault, ha postato una Tour Eiffel stilizzata in rosso circondata da un cuore dichiarando «il mio cuore sanguina». Durante la mattinata di ieri Face à Face ha pubblicato un post con cui ha rassicurato che il team sta bene, ringraziando tutti per il supporto e i messaggi inviati e rivolgendo i propri pensieri a quanti sono rimasti coinvolti negli attentati. Lo stesso ha fatto Urban Paris, che con un messaggio ha dichiarato, di fronte a questo nuovo attacco alla Francia, «siamo attoniti e senza parole. Siamo spaventati. Siamo tristi. Sarà difficile riprendersi da questa barbarie. Tutte le nostre preghiere vanno alle vittime e alle loro famiglie».

## De Rigo, per l'estate 2016 pizzo e catene

Sono gli elementi dominanti delle nuove collezioni presentate alla stampa dall'azienda bellunese la settimana scorsa a Milano



Difficile trovare ogni stagione un elemento di tendenza che sia trasferibile sulle montature senza cadere in modelli estremi, buoni solo per la passerella. Qualcuno ci riesce. **Blumarine**, per esempio, punta sul pizzo che ha dominato le sue sfilate. Ma riesce a utilizzarlo come una texture, un assoluto, senza indulgere in un barocco improbabile. Da **Lanvin** il direttore creativo Alber Elbaz più che cercare spunti dalla collezione moda, mette in risalto quelli che sono i punti forti della maison. Ed ecco una piccola catena che, come un serpente, ripercorre il frontale degli occhiali. O ancora, nel modello rétro, il motivo delle perle sulle aste, che ricordano il filo di perle da cui Jeanne Lanvin non si separava mai. Anche Gaia **Trussardi** nella prima collezione Eyewear guarda alla tradizione del marchio e crea Cocchino, con una stampa mix di camouflage e maculato che rimanda al mondo della pelletteria. E completa con il levriero in oro rosa sull'asta (nelle foto, dall'altro, in senso orario, i modelli sole di Blumarine, Lanvin e Trussardi). [\(Luisa Espanet\)](#)



## Optovista: per Natale porta i consumatori a Eataly

Dopo la promozione Expo che ha coinvolto oltre 500 utenti finali, consentendo loro di visitare la manifestazione con un biglietto di ingresso in omaggio, in occasione delle festività natalizie l'azienda bolognese stringe una partnership con la catena enogastronomica

In occasione del Natale 2015 Optovista ha deciso di promuovere le AQT4U, le lenti progressive individuali frutto di tecnologia e sartorialità che riconoscono lo stile di vita del portatore, stringendo una partnership con Eataly, in particolare con la collezione di esperienze enogastronomiche EATinerari. «Fino al 31 dicembre, acquistando una coppia di lenti progressive individuali AQT4U, il cliente potrà richiedere il proprio cofanetto EATinerari, l'esclusiva collezione di esperienze enogastronomiche firmate Eataly, semplicemente collegandosi al sito di Optovista», si legge in una nota dell'azienda oftalmica.

Il cofanetto EATinerari contiene due regali. «Il libro delle 100 ricette italiane scelte da Eataly con prefazione di Oscar Farinetti e un voucher per prenotare la propria esperienza esclusiva in uno dei ristoranti della catena, presenti nelle principali città italiane (nelle foto)», spiega ancora il comunicato.

