



Un'altra "fusione": Kering Eyewear si allea con Maison Cartier

Le due realtà, controllate rispettivamente da Kering e Richemont, hanno annunciato una partnership strategica che a distanza di poche settimane segue, pur con caratteristiche e pesi diversi, quelle di [Essilor-Luxottica](#) e [Lvmh-Marcolin](#)



Kering Eyewear porta al proprio interno Manufacture Cartier Lunettes, l'unità produttiva attualmente specializzata nell'occhialeria di alta gamma della maison, situata a Sucy-en-Brie, una ventina di chilometri a sud est di Parigi. A sua volta Richemont entra nella società guidata da Roberto Vedovotto (nella foto, a destra, insieme a François-Henri Pinault, azionista di riferimento di Kering), con una quota di minoranza. L'operazione è soggetta all'approvazione delle autorità antitrust e, secondo quanto si legge in un comunicato congiunto, vuole creare «una più robusta piattaforma per lo sviluppo, la produzione e la distribuzione mondiale della collezione eyewear di Cartier».

La prima collezione Cartier firmata Kering Eyewear sarà quella per la primavera estate 2018 e debutterà il prossimo ottobre, in occasione di Silmo a Parigi.

Safilo: la creatività non è solo nelle montature

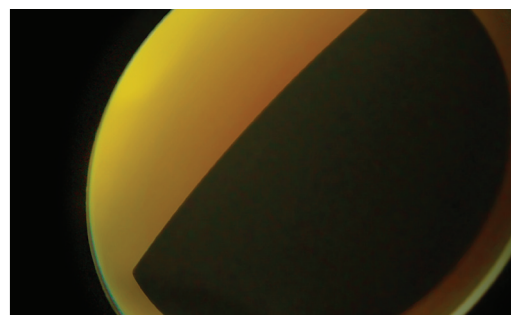
Dopo l'acquisizione del totale controllo di Lenti, il gruppo padovano oggi può contare su tecnologie avanzate per lo sviluppo e la produzione di filtri made in Italy di ultima generazione (nelle foto)



«Le lenti da sole rappresentano la nuova frontiera creativa oltre la montatura, diventando parte integrante ed elemento distintivo dei modelli eyewear più ricercati di Safilo - si legge in una nota dell'azienda - Dalle lenti grafiche a quelle tridimensionali dagli effetti prismatici o tattili, o specchiate flash, per arrivare a quelle sfumate bicolore o tricolore prodotte in esclusiva per collezioni specifiche: un'ampia offerta che comprende anche un'infinita gamma di varianti colore».

L'artigianalità di Safilo si rispecchia anche nelle lenti decorate con ornamenti in miniatura, come stelle in metallo e inserti con cristalli, applicati manualmente. Per quanto riguarda le lenti tecniche, invece, «Polaroid offre un'ampia gamma di filtri polarizzati sviluppati con tecnologia Thermofusio, prodotta esclusivamente per il marchio, e tecnica in iniettato, utilizzata per la produzione di polarizzate in

nylon made in Italy di qualità superiore oppure di lenti in policarbonato - prosegue il comunicato - Le Red HD, attualmente disponibili con gli occhiali da sole Carrera, offrono benefici polarizzanti superiori: il loro particolare colore vanta un trattamento ad alto contrasto e antiriflesso che consente una percezione dei colori più vivida, grazie a uno studio approfondito della curva spettrale. Questa particolare cromia filtra la luce blu, al fine di rilassare l'occhio e contribuire a prevenire l'invecchiamento oculare. Le lenti Chromapop, infine, attualmente disponibili con i modelli eyewear di Smith, filtrano la luce a due specifiche lunghezze d'onda per eliminare qualsiasi confusione cromatica percepita dal cervello e forniscono una percezione visiva più nitida oltre che maggiore sicurezza durante le attività ad alta performance, soprattutto nello sport».



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT

nau!



Silmo Sydney: affluenza sotto le aspettative, ma di qualità

È quanto dichiarato dagli organizzatori della prima edizione della kermesse dedicata all'ottica, svoltasi presso il nuovo Centro Congressi Internazionale della città australiana dal 9 all'11 marzo



«Se le sfide sono inevitabili con il lancio di una nuova fiera, i risultati complessivi sono stati buoni e il futuro è luminoso per Silmo Sydney», dichiara in una nota [Gary Fitz-Roy](#), managing director di Expertise Events, società che, in collaborazione con Silmo, organizza il salone australiano. Non sono ancora stati resi noti i dati ufficiali relativi ai visitatori, ma «gli espositori hanno sperimentato esiti positivi nonostante un numero di presenze inferiore a quanto previsto nei tre giorni – prosegue il comunicato – E sebbene l'affluenza non possa essere stata pari a quella degli altri eventi della famiglia Silmo, le aziende ritengono che sia stata bilanciata dall'altissima qualità dei buyer».

Sempre secondo gli organizzatori, l'atmosfera rilassata e professionale è stata molto apprezzata dagli espositori, che nell'arco nei tre giorni avrebbero registrato un significativo volume di acquisti. «Una ricerca effettuata dopo il salone – si legge ancora nella nota – ha indicato che oltre il 65% dei partecipanti ha fatto ordini in fiera e, dato ancor più promettente, l'85% dei visitatori ha intenzione di acquistare dagli espositori dopo l'evento». Silmo Sydney ha ospitato oltre 70 aziende locali e internazionali, per un totale di circa 200 brand (nelle foto, alcuni momenti degli eventi di aggiornamento che si sono tenuti durante il salone).



Rodenew by Rodenstock: con l'app l'ottico rimane "sul pezzo"

Semplicità, efficacia, professionalità: sono i tre punti alla base della nuova applicazione lanciata dall'azienda tedesca

«Minimalista nella grafica ed essenziale nell'informazione, Rodenew ha lo scopo di tenere aggiornati i partner su novità e iniziative, soprattutto in un anno speciale come il 2017 in cui l'anniversario dei 140 anni di Rodenstock, e farà da collettore a tutte le attività in programma – si legge in un comunicato di Rodenstock Italia - La app rimane "sul pezzo" con molte altre possibilità: le notifiche, i link, i video, gli speciali, gli eventi imperdibili, le operazioni premianti. E l'interattività, affinché l'ottico si possa sentire maggiormente protagonista».

La nuova applicazione ha debuttato in occasione dell'ultimo Mido con alcune iniziative premianti, su due livelli. «Il primo ha consentito di aggiudicarsi delle vincite semplicemente attivando Rodenew e presentandosi allo stand, mentre il secondo ha permesso di partecipare a un concorso a premi attraverso un percorso che guidava gli ottici attraverso alcune "stazioni" di prodotto presenti nello spazio espositivo – recita ancora la nota - Un sensore di ultima generazione accompagnava l'utente, tramite la app, nei punti nevralgici che facevano scaturire elementi di interattività sul telefono mobile».

