

Luxottica: sarà un autunno inverno... discreto

Niente eccessi nelle forme, materiali o colori per le nuove collezioni del gruppo, presentate giovedì a Milano ai media: gli ultimi modelli dei marchi in licenza e degli housebrand si distinguono soprattutto per i dettagli, mentre ritorna con forza l'acetato



Per la stagione in corso Luxottica sceglie la semplicità. La ricerca è nei piccoli particolari, a volte anche molto utili. È il caso di **Oakley**, che oltre ai modelli sportivi propone una montatura dotata nella cerniera di una linguetta "ferma occhiale", che permette di fissarla al taschino o al collo quando viene richiusa. Anche per **Tiffany** il dettaglio è nella cerniera: qui si intravede un inserto azzurro, colore simbolo della griffe del lusso. **Chanel** non rinuncia ad aggiungere nelle aste le perle, che riprendono i gioielli della maison, e il metallo, che ricorda le catene delle sue borse. **Ray-Ban** guarda a Cuba: nell'aviator il doppio ponte ha la forma di un sigaro (nella foto, a sinistra). Gusto carioca per **Vogue**, che per questa collezione

ha scelto come testimonial Adriana Lima: l'acetato fiorato all'interno dell'asta si ispira, per i colori e la vivacità, alle origini brasiliane della top model. **Michael Kors** sceglie l'animalier per dare un tocco al frontale dei propri modelli.

Anche la lente diventa un elemento di distinzione: è il caso di quella a doppio effetto e a specchio di **Giorgio Armani** e di **Emporio Armani**, su occhiali dalle grandi dimensioni. **Burberry**, come nell'ultima collezione, rievoca nell'asta la cintura dei trench, ma la rinnova traforandola e ricoprendola di piccoli strass. Tutto più lineare per **Miu Miu** che abbandona il taglio netto della montatura, elemento distintivo degli scorsi modelli, e punta a forme e materiali senza eccessi: per questa stagione è tutto tondo o squadrato, decorato con piccoli Swarovski e delicati inserti in camoscio (nella foto, a destra). Anche la collezione **Prada** è più sobria: niente combinazione di materiali, come per il modello estivo Raw, ma occhiali dalle linee pulite e dalle tonalità pastello.



Unica voce fuori dal coro **Dolce & Gabbana**: dopo il pizzo ispirato alle origini siciliane degli stilisti e i pettinini delle ballerine di flamenco, per l'autunno inverno '15-'16 il dettaglio è una spilla dorata, applicata a mano su occhiali oversize, in edizione limitata. Solo cento i pezzi in vendita in tutto il mondo.

Mykita utilizza il 3D per un occhiale ad personam

La nuova collezione My Very Own del marchio tedesco integra la scansione in tre dimensioni, la progettazione parametrica e la manifattura additiva: tre tecnologie digitali per creare modelli in cui design e vestibilità sono adattati alla fisionomia di ciascun volto

Mykita ha scelto Volumental, azienda svedese specializzata nel campo della personalizzazione del prodotto con l'utilizzo di scansioni 3D del corpo umano. Il processo di creazione della montatura, tra virtuale e reale, si svolge in diverse fasi. «Il cliente inizia selezionando un modello dalla collezione sole e vista My Very Own – spiega una nota del marchio tedesco – Poi, con un macchinario dalla forma ad anello e dotato di fotocamere, viene effettuata la misurazione digitale e il suo volto viene scansionato e visualizzato a video: con una simulazione digitale dell'occhiale prescelto, la montatura viene regolata sul contorno facciale». Infine, possono essere scelti e combinati il colore, le lenti e le cerniere, per un vero e proprio paio di occhiali su misura, personalizzabile anche all'interno dell'asta, che viene assemblato presso la Mykita Haus, in Germania.

Il kit di personalizzazione My Very Own sarà aggiornato con nuovi design e materiali. Seguiranno l'esame della vista e l'integrazione dei dati individuali di centratura delle lenti. My Very Own sarà disponibile nei negozi Mykita e in centri ottici selezionati dalla primavera 2016.



DAITACH ISELF
LENTE PROGRESSIVA ULTRA-PERSONALIZZATA



www.daitachiself.com

Una lente per ogni stile di vita!

La nuova campagna TV, WEB E STAMPA per DAITACH ISELF®



La vista è una cosa seria: l'esperienza della Banca degli Occhi

Si sa che un piatto si mangia prima con gli occhi e poi con la bocca. Il 9 ottobre ho avuto questa conferma partecipando al "Menù della vista", una cena di beneficenza tenutasi a Venezia a favore della prestigiosa Fondazione.

Mi hanno fatto compagnia le tradizionali carote alla stagionale zucca. Colori autunnali ravvivati dai rappresentanti della struttura privata creata dal famoso e amato Giovanni Rama 25 anni fa



Vicino al mio tavolo riconosco con piacere una vecchia compagna di Università. In quegli anni potevo solo notare che lei ci vedeva meno di me ma oggi questa signora, ipovedente, che lavora e ha famiglia, può vedere solo uno e due decimi. Sono contento di aver individuato pochi giorni fa in uno scaffale del fresco di una catena di supermercati le confezioni delle "Carote per la vista", realizzate dalla Fondazione Banca degli Occhi per la sua raccolta fondi. Questi episodi mi riportano a una realtà cui talvolta sfuggo, insieme ai miei clienti ottici e ai colleghi del comparto. La vista è una cosa seria.

Tre giorni più tardi invito Enrico Vidale, responsabile della comunicazione della Fondazione, a un breve saluto nel seminario di studi organizzato a Mogliano Veneto dall'associazione Perlottica che presiedo. Il tema è quello dell'innovazione nel mercato ottico. L'incontro, che vede la partecipazione di quaranta ottici, è sostenuto da Essilor Italia e Vision Adria. Relatori illustri. Il responsabile prodotto di Essilor Italia, Roberto Tripodi che presenta insieme al direttore commerciale Giancarlo Frigerio il nuovo Nautilus, fresco fresco dal Silmo 2015. A finire Alessia Bellon che insieme al sottoscritto illustra la nuova soluzione Self, un'app creata a Treviso che ha vinto un award di centomila dollari a un recente concorso internazionale, e definisce la vera essenza di un Crm per l'ottica.

Quando parla Vidale abbiamo ancora in mente il senso e il valore di un mercato cui apparteniamo credo con soddisfazione di tutti. Ma, come ho detto prima, la vista è una cosa seria. Vidale ci ricorda che la Fondazione, che ha sede a Mestre, è tra le prime tre al mondo per attività. La cornea può essere trapiantata entro trenta giorni dall'espianto, tutelando il rispetto del donatore e soprattutto dei suoi familiari, e una nuova tecnica operatoria permette di ridurre i tempi della sala di quasi il 50% riducendo costi e impieghi di personale medico. In Fondazione lavorano cinquanta persone e ogni giorno lottano per salvare la vista a qualcuno e per tutelare la struttura. Noto con rammarico che la finanza pubblica è irrilevante e che l'aiuto del privato è essenziale. Da parte del presidente di Vision Adria, Igino Franceschetto (a destra, nella foto, a fianco di Nicola Di Lernia con una confezione delle carote benefiche e a Vidale), un gesto simbolico ma profondo: 500 confezioni delle carote per la vista verranno acquistate dalla cooperativa per sostenere la ricerca e il trapianto. Sono fiero di appartenere a questo mondo. ([Nicola Di Lernia](#))

Hoya porterà gli ottici italiani in Brasile

Nel 2016 sarà il paese sudamericano la meta dell'annuale viaggio della filiale italiana della multinazionale di lenti e strumenti per i suoi clienti top

Dopo le ultime positive esperienze a New York, Dubai e Tailandia, anche per il prossimo anno Hoya Italia ha in programma un viaggio incentive: dall'11 al 19 marzo 2016 un gruppo di ottici italiani avrà l'opportunità di vivere un indimenticabile occasione di vacanza e divertimento, ma anche un utile momento di confronto professionale. «Il Brasile, nazione dai paesaggi incantevoli e ospite di eventi quali i Mondiali di calcio dello scorso anno e le Olimpiadi del prossimo, è una terra che guarda al futuro, proprio come Hoya, continuamente alla ricerca di iniziative per soddisfare sempre di più le esigenze visive dei consumatori moderni, garantendo un'esperienza d'acquisto unica», si legge in una nota dell'azienda.

Il programma prevede quattro giorni a Rio De Janeiro, una delle città più affascinanti del mondo, e tre giorni di relax presso l'esclusivo Eco Resort Tivoli di Praia Do Forte, una delle zone più suggestive della costa brasiliana, vicino a Salvador De Bahia.

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

Supplemento al 19 ottobre 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



ILaCYOU

VALORE • CRESCITA • INNOVAZIONE

11° CONVEGNO ASSOTTICA

29/30 NOVEMBRE 2015
ERGIFE PALACE - ROMA

ISCRIVITI SUBITO!

WWW.ASSOTTICA.IT/CONTATTOLOGI/HOME
SEGRETARIA ORGANIZZATIVA MV CONGRESSI
+39 0521 290191