

Dior, a Parigi una boutique solo di occhiali

Ha recentemente aperto il primo monomarca della maison dedicato esclusivamente all'eyewear



Il nuovo store, inaugurato al numero 28 di Avenue Montaigne a Parigi, fianco a fianco della storica sede del marchio, ospita gli occhiali da sole (*nella foto, un modello*) e anche da vista Dior e Dior Homme, in licenza a Safilo fino al 2020, pezzi vintage tratti dagli archivi, varianti di colore in esclusiva e accessori come ad esempio custodie.

Il negozio, primo nel suo genere, ha presentato in anteprima i Dior So Real O, la variante da vista dei celebri sunglasses della griffe.

Ebk, gli occhiali globe trotter debuttano a Mido

La nuova collezione vista e sole easy glam e ispirata al viaggio di Som Eyewear, azienda di Calalzo di Cadore produttrice anche del marchio di montature Eblock, sarà protagonista alla prossima edizione del salone, in programma a Fieramilano Rho dal 24 al 26 febbraio



Il nuovo brand Ebk, che rappresenta la volontà di affiancare un prodotto più easy e immediato a quello dal contenuto più tecnico rappresentato dai modelli vista Eblock, oltre che di aprirsi anche al segmento sole, nasce dalla expertise di Som Eyewear, attiva da oltre quarant'anni nell'occhialeria. Centrale nella collezione, che verrà presentata ufficialmente e integralmente a Mido 2018, dove sarà protagonista presso lo stand dell'azienda grazie a un corner dedicato, è l'idea che l'occhiale, al di là della sua funzione, racconti un modo di essere, una filosofia di vita. «Pensiamo che gli occhiali siano gli accessori che meglio esprimono la personalità di chi li indossa - afferma a b2eyes TODAY [Francesca Tambosco](#), designer che ha sviluppato la collezione Ebk - Sono l'unico oggetto da sfoggiare sul viso, valorizzandolo e caratterizzandolo, e sono la cornice ideale

per gli occhi, da sempre indicati come lo specchio dell'anima». Per questo una montatura è ben più del materiale con cui è realizzata. «La sua essenza - spiega ancora Tambosco - è nel tempo e nella cura che gli si dedica, nella fase progettuale che dà vita al prodotto: senza dimenticare il legame con il territorio in cui nasce». Che in questo caso è il Cadore, patria dell'occhialeria.

Gli occhiali Ebk sono ideati per un pubblico trasversale, non delineato da età o fascia di reddito. «Abbiamo voluto parlare a una nuova generazione di persone dallo spirito libero, che desidera coltivare le proprie passioni e il proprio modo di essere senza appiattirsi sulle convenzioni - sottolinea la designer - Tutti accomunati dalla passione per il viaggio, attraverso il quale si sentono cittadini del mondo, parte di qualcosa di più grande». Da qui il concetto di Eyesperience, che racchiude la dimensione esperienziale del viaggio. Non a caso la collezione conta sette famiglie di prodotto che portano il nome di famosi quartieri sparsi per l'Europa e per il mondo, da Milano a New York e San Francisco, passando per Barcellona, Parigi, Londra e Lione (*nelle foto, alcuni modelli Ebk*).



Safilo: a San Paolo un altro tassello per l'America Latina

L'apertura del nuovo show room fa parte del trasferimento e della modernizzazione degli uffici del gruppo padovano in Brasile: l'obiettivo è presentare in uno spazio moderno di design italiano il portafoglio di oltre trenta marchi a clienti e partner locali



Il nuovo showroom di San Paolo (*nelle foto*), uno degli oltre venti in tutto il mondo, che segue le aperture più recenti di Stoccolma, Londra, Zurigo, Hong Kong, Dubai e Città del Messico, «dimostra l'attenzione e l'impegno del gruppo nei confronti dell'America Latina e l'investimento per un ulteriore sviluppo delle partnership di lunga data con i clienti ottici della regione», si legge in una nota di Safilo, in cui si sottolinea anche come rappresenti un ulteriore progresso nel Piano Strategico 2020 per supportare lo sviluppo dell'area e ampliare la presenza geografica grazie a competenze specifiche per far crescere con successo i mercati locali. «Il nuovo showroom di San Paolo, insieme a quelli di Città del Messico e di Miami, che è anche



il quartier generale dell'America Latina, ci consentirà di sostenere al meglio i piani dei clienti e dei consumatori, concentrandoci sui nostri marchi di proprietà, sulle migliori operation e su un servizio clienti impeccabile per supportare la crescita sostenibile del business nella regione», dichiara nel comunicato [Andrea Busato](#), che è stato di recente [nominato](#) commercial head America Latina e membro del global leadership team del gruppo.

Federottica Bari Bat: anche Santa Lucia è un invito a collaborare

La celebrazione della patrona della vista e degli ottici si è tenuta, come da tradizione per la territoriale pugliese, un mese dopo ed è stata l'occasione per ribadire la necessità di dialogo tra tutte le categorie professionali della filiera della visione

Lo hanno confermato il 21 gennaio scorso il presidente di Federottica Bari Bat, [Michele Schirone](#), i vertici delle territoriali di Brindisi, Raffaele Perrone, e Lecce, Salvatore Cisternino, il presidente dell'Albo degli Ottici Optometristi, Giuseppe Sicoli, e, tra gli altri, Giovanni Giancipoli della Clinica Oculistica dell'Università di Bari. L'occasione è stata la celebrazione di Santa Lucia, concretizzatasi



nell'assemblea annuale di Federottica Bari Bat e in un confronto tra gli operatori intervenuti, seguito da una parte conviviale, presso l'Hotel Marè, che affaccia sul porto di Trani, alla presenza di circa 120 persone, tra professionisti e accompagnatori.

«La sempre più pressante necessità di un dialogo interprofessionale è stato il leit motiv della giornata, che si è conclusa con l'invito a partecipare, proprio in virtù di questa necessità, al Convegno multidisciplinare di domenica prossima presso l'Hotel Parco dei Principi di Bari», commenta Schirone a *b2eyes TODAY* (*nella foto, da sinistra, Cisternino, Sicoli, Schirone, Perrone, Giancipoli, il vicepresidente di Federottica Domenico Brigida, e Francesco Sorrento, coordinatore di Federottica Puglia*).

