

Ribaldone: Mido richiamerà gli ottici che vogliono crescere

L'ex direttore generale di Bushnell Italia debutta al salone milanese, in programma dal 28 febbraio al 2 marzo, all'interno della LabAcademy, con un marchio nuovo, nato a metà del 2014: proprio in virtù dei suoi trascorsi professionali, si è dato come obiettivo primario quello di «fare in modo che le persone possano avere a disposizione degli strumenti di alta protezione per gli occhi»



«Abbiamo presenziato l'anno scorso al Date, ma ufficialmente questa è la prima fiera con cui ci affacciamo al mondo dell'ottica – afferma a b2eyes TODAY Marco Ribaldone (nella foto), titolare di [Nuiit Eyewear](#) – Ho sempre reputato Mido un salone di riferimento. Essendo italiano e sentendomi tale nonostante le cose non vadano bene, credo sia importante che il nostro paese mantenga il proprio know how e lo faccia vedere al mondo. Tra l'altro l'appuntamento fieristico oggi si presenta sotto una veste nuova. Le persone che hanno partecipato a questa evoluzione hanno fatto un lavoro straordinario e Mido 2015 può essere davvero un bel salone, anche a livello artistico: penso stia prendendo un'interessante direzione di creatività, dove il nostro gusto italiano è premiato».

Date le premesse, le aspettative di Ribaldone nei confronti della sua partecipazione a Mido sono di certo elevate e tra di esse c'è quella che l'evento, rinnovato, possa rappresentare una bella svolta anche per gli ottici che vengono a visitarlo. «Mi aspetto di poter incontrare professionisti che hanno la volontà di andare a cercare qualcosa di nuovo, per trovare proposte diverse dalle solite. Mi auguro l'inizio della consapevolezza che il mercato non è fatto solo dai grandi nomi noti a tutti, ma anche da aziende più piccole che mettono tutto il loro sapere e la loro energia a disposizione degli altri. E spero che Mido riesca a richiamare soprattutto quegli ottici che hanno voglia di crescere, di cambiare». In termini concreti, l'obiettivo è farsi conoscere da una platea più ampia e internazionale. «Abbiamo iniziato a consegnare i primi occhiali a dicembre e devo dire che abbiamo raggiunto un posizionamento alto, ci hanno seguito molti ottici di punta, quelli più attenti. Spero di ampliare questo aspetto. Mi farebbe piacere, visto che il nostro è un marchio italiano completamente realizzato in Italia, che fossimo ben presenti sul mercato nazionale, collaborando con chi abbia voglia di avvicinarsi e sposare il nostro progetto. E poi punto a farlo conoscere in questa grande vetrina internazionale», conclude Ribaldone.

A Mido, oltre alla collezione composta di cinque design più l'originale monoblocco in acetato spazzolato con fessura stenopeica, Nuiit presenterà alcuni nuovi modelli e, in anteprima mondiale, un occhiale in corno, caratterizzato da bassorilievi, con lenti a base 0 sviluppate con Barberini, realizzate con una fusione di terre rare. (Nicoletta Tobia)

TWC-L'Amy: a Mido arriva in Vespa

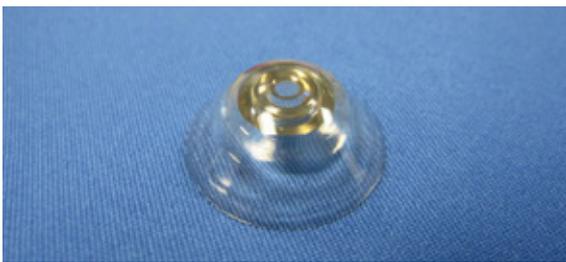
L'accordo di licenza tra l'azienda di occhialeria e il brand del gruppo Piaggio, la cui durata sarà pluriennale, riguarda una capsule collection sole e una vista, che sarà lanciata sul mercato mondiale in occasione della rassegna milanese

«Fil rouge della collezione made in Italy, la cui distribuzione è prevista anche nei flagship store e negli showroom del gruppo Piaggio, sono le forme dal sapore un po' retrò e gli stili lussuosi degli occhiali che indossavano le dive del cinema italiano nel periodo della Dolce Vita», si legge in un comunicato di [Twc-L'Amy](#).

Parola chiave della collezione young è colore. «Prendendo spunto dall'iconica Vespa Primavera, propone modelli all'avanguardia dalle tonalità vivaci, adatti a chi vuole un look trendy e accattivante – prosegue la nota – Sono, invece, pensati per gli appassionati del vintage gli occhiali Px, che uniscono la tradizione del successo internazionale della Vespa Px al glamour delle lenti polarizzate: ammiraglia del brand è la linea dal design futuristico con montature nette e decise». La collezione sarà disponibile da settembre 2015.

Svizzera, una lac telescopio per ipovedenti

L'École polytechnique fédérale di Losanna, in Svizzera, ha generato un prototipo di lente sclerale (R)GP (nella foto, tratta da gizmodo.com), caratterizzata da specchi in alluminio sottilissimo, in grado di riprodurre un sistema telescopico del tutto simile a quello degli obiettivi catadiottrici per fotocamere



Utilizzando questo sofisticato ausilio ingrandente, destinato a chi ha un visus ridotto a frazioni di decimo a causa di una degenerazione maculare, è necessario dotarsi di un occhiale con lenti a cristalli liquidi connesse a un sistema elettronico di elaborazione delle informazioni. Gli occhiali hanno il puro scopo di gestire le alternanze di focale con un complesso sistema di riconoscimento di intenzioni, attuato dall'operatore attraverso la chiusura alternata delle palpebre: il comando fornito dalla chiusura di quella destra permette l'abilitazione del sistema verso il maggior potere ingrandente, mentre con quella sinistra si resetta il sistema. Un ammiccamento normale e

simultaneo non abilita il meccanismo ingrandente. La lente prototipo, che dalle immagini sembra avere dimensioni notevoli, ha purtroppo un forte gap di natura ossigenativa nei confronti della cornea, rendendo difficile il porto per molte ore consecutive. I ricercatori stanno pensando di dotare questo tipo di lenti sclerali di canali della dimensione di 0,1 mm per consentire un superiore flusso di ossigeno e permetterne, quindi, il porto con maggiori tempi di esercizio. mtovaglia@gmail.com

Nau!: per le campagne punta ancora sui giovani varesini

Dopo la collaborazione con il Liceo artistico A. Frattini di Varese, il brand ha avviato un nuovo progetto che ha coinvolto gli studenti di un istituto superiore della provincia, il J. M. Keynes di Gazzada

Nau! ha affidato alla classe 4B di Relazioni Internazionali e Marketing dell'istituto varesino, l'ideazione della campagna per le collezioni di occhiali da sole dedicate a Natale e a Capodanno 2015. «Abbiamo voluto offrire l'opportunità ai nostri studenti di confrontarsi con la realtà del lavoro e vivere un'esperienza unica per esprimere le proprie abilità in un progetto ricco di originalità e immaginazione – dichiara in una nota di Nau! Marta Milvio, docente dell'Isis J. M. Keynes - La collaborazione con Nau! è stata accolta con estremo entusiasmo dai nostri ragazzi, che hanno avuto l'occasione di mettersi alla prova e acquisire conoscenze nel mondo del marketing direttamente dai professionisti Nau!».

Dopo aver ricevuto il brief dall'azienda, gli studenti hanno progettato le due campagne, creando per l'occasione un vero e proprio testimonial:

una renna verde che indossa gli occhiali Nau! in versione natalizia e "disco" (nelle foto, da sinistra). «Dopo la collaborazione con il Liceo artistico A. Frattini di Varese, abbiamo voluto continuare a lavorare concretamente per supportare i giovani del territorio varesino, dando spazio al talento e alla passione dei ragazzi - dichiara nel comunicato Monica Salvestrin di Nau! - I giovani dell'Isis J. M. Keynes sono riusciti a creare campagne ricche di creatività, colore e ironia, in perfetto stile Nau!».

