

## Nau!, un 2014 in doppia cifra

Il fatturato del primo brand italiano di occhiali con negozi monomarca ha raggiunto i 19 milioni di euro, facendo segnare un incremento del 34% rispetto all'esercizio precedente, mentre l'Ebitda è cresciuto del 43%



«Nau! ha applicato quella che si definisce la "formula fast fashion" al segmento dell'occhialeria, innovando il mercato grazie al design dei suoi prodotti unito a un prezzo smart – si legge nel comunicato della società di Castiglione Olona a commento dei dati di bilancio 2014 - Il consumatore può dire addio al concetto di un unico occhiale importante dal costo proibitivo e iniziare a cambiare occhiali come cambia abbigliamento e look, con la certezza di indossare un prodotto di grande appeal e altissima qualità. Il marchio è cresciuto anche grazie alla riconoscibilità portata dai negozi: alle 17 nuove aperture del 2014, se ne sommano altre 9 perfezionate nel primo semestre del 2015, per un totale di 84 negozi avviati al 30 giugno scorso sul territorio nazionale, con vendite che hanno registrato un incremento del 19% verso il primo semestre dell'anno precedente».

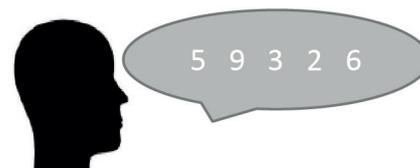
Alle soglie del decimo anno di vita, il brand, fondato e presieduto da Fabrizio Brogi (*nella foto*), continua a sviluppare occupazione in Italia, con 80 assunzioni nel 2014 e 45 nel primo semestre 2015, per un totale di 398 addetti. Dal maggio scorso, inoltre, ha anche intrapreso la strada dei mercati internazionali con l'apertura del primo negozio monomarca a Barcellona, cui seguirà nel breve termine un investimento sul mercato indiano, «in rapida espansione, insieme a Cina e Russia, seguite da Brasile, Messico, Repubblica Ceca, Emirati Arabi, Turchia, Thailandia e Polonia, e ritenuto strategico per il settore», ricorda la nota di Nau!.

## Occhi come laser: frugano tra i ricordi

Secondo uno studio condotto da Luisa Girelli e Luca Rinaldi dell'Università Milano-Bicocca, attraverso l'utilizzo di occhiali speciali, è così che funzionano quando devono ricordare le informazioni archiviate nella memoria a breve termine

Come due puntatori laser cercano le informazioni nella mente: lo dimostra un'analisi dell'Università di Milano-Bicocca, Dipartimento di Psicologia, realizzata in collaborazione con l'Università di Zurigo e pubblicata sulla rivista *Cognition*. I ricercatori hanno analizzato mediante occhiali speciali i movimenti spontanei degli occhi sia quando memorizziamo sia quando ricordiamo le informazioni a breve termine. «Lo studio conferma che il nostro cervello ricorda con più facilità le informazioni se le memorizza organizzandole da sinistra a destra – si legge in un comunicato dell'Università Milano-Bicocca - Per la prima volta questa ipotesi trova diretta conferma dall'analisi dei movimenti oculari spontanei che accompagnano la ricerca e il recupero delle informazioni fissate nella mente».

I ricercatori hanno chiesto a 10 partecipanti di memorizzare una sequenza di cinque numeri, che comparivano uno alla volta al centro di uno schermo che avevano di fronte. Poi hanno mostrato loro altri numeri (da 1 a 10) e hanno chiesto loro di indicare verbalmente se questi facessero o meno parte della sequenza memorizzata (*nella foto, tratta da unimib.it*). Nell'ultima fase i soggetti analizzati hanno dovuto ripetere i numeri verbalmente, secondo l'ordine di memorizzazione. I ricercatori, utilizzando il sistema EyeSeeCam, un sistema a infrarossi che cattura la posizione degli occhi, hanno registrato i movimenti oculari spontanei per studiare le strategie di visualizzazione interna che i partecipanti hanno messo in atto per svolgere il compito. «Dall'analisi dei movimenti oculari è emerso che i partecipanti ricorrevano a una strategia visiva ben definita per ricercare nella memoria le informazioni – si legge ancora nel comunicato - In particolare, gli occhi si muovevano da sinistra a destra in base alla posizione del numero da ricordare, a suggerire non solo che le sequenze ordinate sono organizzate spazialmente nella nostra memoria, ma che muoviamo gli occhi anche per esplorare lo spazio mentale».



## Silhouette: l'arte come strumento per espandere il mercato

Dopo la partecipazione negli ultimi mesi a importanti mostre legate al made in Austria, l'azienda si prepara a esporre ad altre manifestazioni con i suoi tre modelli Titan Minimal Art, Titan One (nella foto) e Urban Lite



Fuorisalone con l'[Austrian Design Pioneers](#) prima, [Austrian Design Explosion](#) poi: un intenso connubio eyewear-arte che Silhouette ha intenzione di consolidare. «Sono due esposizioni alle quali siamo stati invitati a partecipare dal Consolato Commerciale d'Austria di Milano e questo invito per noi è stato motivo di grande orgoglio – spiega a b2eyes TODAY Paola Botta, responsabile ufficio comunicazione e marketing di Silhouette - Siamo un'azienda austriaca tuttora di proprietà di famiglia e tenere alto il vessillo di qualità del made in Austria è per noi un credo e un dovere. La nostra sede è ancora quella di Linz, dove la società è nata e rimaniamo uno dei pochi marchi con produzione esclusivamente in Europa. Invariata è anche la passione che confluisce in ognuno dei nostri prodotti, insieme all'impegno costante a porci come punto di riferimento nel settore attraverso un linguaggio di design inconfondibile e sempre all'avanguardia».

Grazie al riscontro ottenuto, Silhouette sarà presente pure al Fuorisalone 2016. «È ormai da parecchie edizioni un appuntamento fisso per il design austriaco, non mancheremo di partecipare anche il prossimo anno, per noi è un'importantissima occasione di contatto, soprattutto con i clienti finali che giungono a Milano da tutta Italia e dal mondo intero – sottolinea Botta - Si tratta di un pubblico molto attento all'innovazione, all'uso di materiali altamente tecnologici, alla qualità e al comfort, caratteristiche che da sempre identificano i nostri prodotti».

L'[Austrian Design Explosion](#), che è stata in mostra alla Triennale di Milano fino al 4 luglio e i tre occhiali Silhouette ne fanno parte, girerà, invece, per tutto il mondo: sarà, infatti, in scena dal 22 al 27 ottobre alla Designblok, la settimana del Design e della Moda di Praga, per poi approdare a Barcellona, Hong Kong, Shanghai, Tokyo, Eindhoven e New York. «Si tratta di un'esposizione itinerante e ciò per noi è molto importante poiché intendiamo espandere in continuazione la nostra posizione come leader di settore, puntando anche allo sviluppo su nuovi mercati, in particolar modo in Asia e Sud America – aggiunge Botta - Di recente, ad esempio, abbiamo aperto una filiale in Brasile a San Paolo».

## Armani: film e occhiali per cercare nuovi talenti

Lo stilista ha annunciato la seconda edizione del progetto avviato nel 2014 che pone al centro la collezione Frames of Life e testimonia il proprio impegno a supporto di giovani registi

«L'iniziativa sottolinea il forte legame di Giorgio Armani con il mondo del cinema, attraverso il ricco universo narrativo costruito attorno alla collezione di occhiali Frames of Life (nella foto, un modello)», si legge in un comunicato di Luxottica. Questa nuova edizione vede la collaborazione dello stilista con il Bfi London Film Festival, uno dei principali festival cinematografici a livello internazionale. «Realizzato in collaborazione con Luxottica e Rai Cinema il progetto vede coinvolti gli studenti più promettenti di scuole di cinema internazionali, ai quali verrà affidato il compito di realizzare una serie di cortometraggi ispirati a vite vere, raccontate attraverso sguardi ed emozioni di personaggi inseriti nella loro quotidianità – prosegue la nota - Gli occhiali della collezione Giorgio Armani Frames of Life saranno l'elemento che accomuna i racconti con un preciso ruolo narrativo, non puramente estetico. Gli occhiali saranno elemento percettivo, strumento attraverso il quale i protagonisti osservano la realtà, catturano sensazioni e vivono storie nelle loro rispettive città che, per questa edizione, faranno da cornice». Le scuole selezionate sono la Scuola Holden di Torino, l'Academia Internacional de Cinema di São Paulo, la Sydney Film School e il Seoul Institute of the Arts. I cortometraggi saranno presentati a Londra a ottobre in occasione della 59° edizione del BFI London Film Festival.



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

Supplemento al 14 luglio 2015 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



ORDINA UNA COPPIA DI LENTI DI RICETTA POLARIZZANTI E TRANSPOLAR DRIVEWEAR  
MONOFOCALI, BIFOCALI, PROGRESSIVE DA INDICE 1.5 A INDICE 1.67.



# POLARIZZATI

PAGHI 1LENTE L'ALTRA È GRATIS!