



## Nolan debutta nell'eyewear con l'e-commerce

Nolangroup, azienda produttrice di caschi da moto, e Brandsdistribution.com, società specializzata nella distribuzione online b2b, hanno siglato un contratto di licenza per la creazione, produzione e distribuzione di una nuova linea di occhiali da sole

Per il noto marchio di caschi si tratta del debutto assoluto nel mercato dell'eyewear. «L'accordo prevede la distribuzione sia su territorio nazionale sia in altri 170 paesi dove Brandsdistribution.com è presente - spiega un comunicato congiunto - Per la linea sportiva i modelli sono realizzati con il marchio Nolan e con colori ispirati alle grafiche dei caschi (nella foto), il marchio vintage invece è stato utilizzato sulla linea fashion». Nolangroup produce caschi da moto made in Italy dal 1972, conta 350 dipendenti e lo scorso anno ha realizzato un fatturato di circa 42 milioni di euro. Brandsdistribution.com è un sito di e-commerce b2b di accessori e abbigliamento firmati, con 85 mila reseller nel mondo attualmente iscritti alla sua newsletter: in sei anni il fatturato è arrivato a 20 milioni di euro. «L'obiettivo di questa licenza è sfruttare la notorietà del marchio Nolan per raggiungere un pubblico leisure che non sia necessariamente motociclista», commenta nella nota Alberto Vergani, presidente di Nolangroup.



Dall'ufficio stampa di Brandsdistribution.com aggiungono a b2eyes TODAY che a loro è affidata, oltre che la distribuzione, anche il design e la produzione degli occhiali firmati Nolan, realizzati in Italia e già disponibili per qualsiasi tipologia di punto vendita, ottici compresi.

## Dai Optical: la progressiva è una questione di età

L'azienda pugliese lancia Daitach Age, frutto di quattro anni di ricerca e sviluppo, allo scopo di realizzare una lente in grado di adattarsi al cliente con 24 geometrie integrate in un unico prodotto

Secondo Dai Optical, una frequente problematica riferita dai portatori di progressive pone l'accento sulla necessità di riadattarsi alla nuova lente ogni volta che si cambiano gli occhiali. Come soluzione a questo disagio l'azienda di Molfetta propone Daitach Age (nella foto, l'immagine di campagna). «Grazie all'applicazione della tecnologia Evolution 24, le 24 possibili geometrie, moltiplicate per tutti i canali di progressione e per tutti gli indici di rifrazione, danno vita a più di un migliaio di combinazioni di design - si legge in un comunicato di Dai Optical - L'elemento predominante è soprattutto l'età: è un cambiamento fisiologico comune a tutti gli individui, al quale si aggiungono le ametropie, tutti gli altri fattori psicosociali e le condizioni soggettive che distinguono un individuo dall'altro». La nuova frontiera per i disegni progressivi è, quindi, migliorare la capacità di adattamento a fronte del comportamento dell'utente e del suo stile di vita con l'avanzare della presbiopia», sottolinea la nota.

Daitach Age si presenta, quindi, come una lente progressiva personalizzata con un canale di progressione da 11 a 17 mm e con altezze minime di montaggio da 13 a 20 mm, realizzabile in qualsiasi indice da 1.5 a 1.74. «Il nuovo processo di distribuzione del potere è stato bilanciato per ridurre al minimo la percezione delle sfocature - conclude la nota - Lo sviluppo della progressione è stato migliorato per offrire un'ottima stabilità delle immagini e dei campi di visione più ampi».



# Varilux S

## il racconto continua

La nuova campagna media multilivello e multicanale.



ON AIR da Marzo 2015



Marco Tovaglia TODAY

## Ammiccamento incompleto, test a confronto

È uno dei maggiori responsabili della secchezza oculare e degli effetti della stessa sul discomfort generale del portatore di lenti a contatto

Katherine M. Mastrotta, MS, OD, FAAO, nel suo editoriale pubblicato su CLSpectrum, riporta alcune considerazioni riguardo il lagofalmo notturno e la conseguente manifestazione di secchezza avvertita al risveglio da coloro che sono affetti da tale problematica. Interessante la nota con cui la stessa autrice dell'articolo si sofferma sulla tecnica da lei adottata, in ambito clinico, per verificare la potenziale tendenza alla chiusura incompleta dei pazienti visitati. Tecnica che consiste nell'instillare fluoresceina e osservare, conseguentemente, in lampada a fessura con luce blu-cobalto, dopo aver invitato il paziente a chiudere non forzatamente le palpebre, l'eventuale rigagnolo luminoso lacrimale che si dovesse avvertire tra i due margini palpebrali socchiusi: tale circostanza evidenzia la tendenza alla non completa chiusura palpebrale.

Un altro test, messo a punto da Blackie e Korb, consiste nell'appoggiare alla superficie esterna della palpebra superiore un trans-illuminatore in modo da poter evidenziare una possibile lingua di luce emergente da una potenziale fessurazione tra i margini palpebrali. Gli autori sono in grado di affermare, in caso di presenza di luce tra i margini palpebrali socchiusi, che tale circostanza rappresenta motivo di disagio fisico al momento del risveglio, data la tendenza alla secchezza corneale di quel settore lasciato scoperto. *mtovaglia@gmail.com*

## Occhiali contraffatti: il Veneto si ribella

Verificare la conformità Ce, testando la sicurezza di quattro tipologie di prodotti, tra cui gli occhiali da sole: è l'obiettivo di un progetto, promosso dalla Regione insieme a Unioncamere e a Certottica, illustrato il 26 gennaio (nella foto) presso Palazzo Grandi Stazioni a Venezia, alla presenza anche dei vertici di Anfao e Sipao. «È impensabile lasciare le aziende da sole ad affrontare un problema così vasto», ha dichiarato Cirillo Marcolin



«Con questa convenzione verranno realizzate le prove previste dalla normativa vigente su 50 modelli di occhiali da sole, insieme a 2 caschi da moto, 15 tipologie di protezioni per bambino e 10 differenti giocattoli», ha spiegato durante l'incontro Luigino Boito, direttore generale di Certottica, intervenuto insieme al presidente Floriano Pra. Sulla base dell'accordo l'Istituto di Longarone eseguirà le analisi su tutti questi modelli, che verranno prelevati dal mercato dai funzionari di Unioncamere, dando una motivazione per l'eventuale non conformità. Per ogni prodotto non conforme si provvederà a delle controanalisi: se anche queste confermeranno l'esistenza di irregolarità, la merce sarà tolta dal mercato e verrà effettuata una segnalazione a livello nazionale ed europeo della sua pericolosità, con la conseguente valutazione delle responsabilità dei soggetti coinvolti.

Un progetto dettato anche dalle cifre sempre più preoccupanti del fenomeno della falsificazione. «Secondo recenti stime dell'Organisation for economic co-operation and development, la contraffazione nel mondo ha un valore di oltre 250 miliardi di dollari e si estende dall'Europa all'Asia sino all'Africa, e dal Nord al Sud America - ha spiegato Marcolin, presidente di Anfao, durante la presentazione del progetto - L'Italia è il primo paese in Europa come consumatore di prodotti contraffatti e terzo come produttore. Si stima intorno ai 7 miliardi di euro l'ampiezza di questo problema nel nostro paese, senza considerare le perdite derivanti dall'Italiansounding, termine che sta a indicare prodotti il cui nome richiama origini italiane o similari. I settori più colpiti sono l'abbigliamento e gli accessori, che da soli coprono il 55% dei prodotti contraffatti sequestrati in volume e il 50% in valore, seguono le calzature (12%) e, quindi, proprio l'occhialeria (7%). Diversi sono i campi d'azione, ma quello che voglio sottolineare è l'importanza di fare squadra, di agire in sinergia per ampliare gli effetti delle nostre mosse».

Gli ha fatto eco Lorraine Berton. «Ricordo che il fenomeno ha assunto dimensioni preoccupanti proprio in Veneto: dal 2008 alla fine del 2013 la merce sequestrata sul solo territorio regionale corrisponde a più di 233 milioni di euro - ha sottolineato il presidente di Sipao, la Sezione industrie produttrici di articoli per l'occhialeria di Confindustria Belluno - A essere maggiormente colpita è proprio l'occhialeria con 120 milioni di euro e, di conseguenza, il distretto bellunese».