

## Mercedes-Benz Style passa a Pdm

L'azienda tedesca, attiva nel campo dell'occhialeria anche con la licenza del marchio fashion Wunderkind, ha siglato un accordo globale per lo sviluppo, la produzione e la distribuzione delle montature vista e sole del marchio di design, precedentemente nel portfolio di Rodenstock



Pdm Germany è partner del Gruppo Fink, realtà che dal 1946 produce occhiali di design e di cui fanno parte i marchi Flair, distribuito in Italia da [Formelli 1945](#), e il brand di montature di tendenza bx.eyewear. «A partire da opti 2017 Pdm Germany ha assunto la distribuzione della collezione Mercedes-Benz Style da Rodenstock e sarà responsabile anche per lo sviluppo futuro delle montature, in linea con la filosofia di design del marchio», si legge in una nota dell'azienda

«Siamo molto orgogliosi di questo accordo, che ha una durata di sette anni: Mercedes-Benz è uno dei brand tedeschi di maggior valore e uno dei più preziosi al mondo – commenta a b2eyes TODAY [Sven Reiss](#), managing director di Pdm Germany

- Attualmente stiamo portando avanti la distribuzione dei prodotti di punta della collezione esistente, di grande successo. Le prime nuove linee sun e vista sviluppate da Pdm Germany, invece, saranno probabilmente lanciate al prossimo Silmo: rifletteranno lo sviluppo del marchio nel corso degli ultimi anni e comprenderanno innovativi concept tecnici, con modelli sportivi, classici e di lusso, sempre incarnando il dna di Mercedes-Benz Style» (nella foto, uno dei modelli attualmente distribuito da Pdm, sviluppato da Rodenstock).

## Paris Fashion Week, eyewear "oscurato" da abiti e cappelli

Le sfilate parigine, che si sono chiuse il 7 marzo, hanno portato in scena pochi occhiali, a favore di una donna seducente, meglio se in mise da sera

Comprensibile che non si siano visti molti occhiali nella settimana della moda di Parigi conclusasi martedì scorso. E non solo per un fatto stagionale. Un po' per il privilegiare gli abiti, che mettevano in secondo piano anche cappotti e giacconi. Un po' per la tendenza generale alla donna fatale e seducente, meglio "realizzata" ovviamente di sera, quando non c'è bisogno di filtrare la luce del sole. Un po', infine, per l'uso di cappelli voluminosi che nascondevano totalmente il viso. È il caso di quelli della collezione di [Andreas Kronthaler per Vivienne Westwood](#), fra l'omaggio alla Secessione viennese e il robotico. O dei copricapi in piume alla sfilata di [John Galliano](#), disegnata da [Bill Gaytten](#), con abiti e spolverini in velluto devoré, ispirati al guardaroba della marchesa Luisa Casati (nella foto, in basso, a sinistra).

Neppure le donne viaggiatrici di [Céline](#) portano gli occhiali, anche se il gusto per il viaggio s'intuisce solo nelle fodere con stampe di carte geografiche delle pellicce, da portare su completi maschili. Neanche [Stella Mc Cartney](#), che ha presentato il mese scorso la prima linea eyewear per uomo, mette degli occhiali sulle sue modelle, che alternano femminili corsetti, in stampati sul tema dei cavalli, a giacche e pantaloni da uomo (nella foto, a sinistra).



Molti e di vario tipo, invece, gli occhiali sulla passerella di [Wanda Nylon](#), marchio nato nel 2012 della trentenne stilista francese [Johanna Senyk](#), già diventato un cult (nella foto, in alto). Occhiali da sole, è ovvio, per la donna [Moncler Gamme Rouge](#), pronta per affrontare gli innevati boschi canadesi. E anche per accessoriare i romantici abiti a fiori di quella romantica e un po' rétro di [Johnny Johansson per Acne Studios](#). Pochi, ma enormi, impreziositi da pietre gli occhiali da [Miu Miu](#), dove secondo la stilista [Miuccia Prada](#) "tutto è esagerato e divertente". ([Luisa Espanet](#))



Occhiali ricchi di colore, design e passione italiana

SHOP AT NAU.IT

nau!



## Ottici Associati, Hoya e Veratti: un trio per la presbiopia

Il 6 febbraio è partito l'iter di formazione "Lenti a focale variabile: migliore strategia, maggiore valore, alta soddisfazione", che avrà un secondo passaggio più operativo il 20 marzo



«Per lo sviluppo del percorso è stato coinvolto il relatore Valter Veratti, ottico optometrista, consulente per le lenti progressive e autore di diverse pubblicazioni sul tema – si legge in una nota di Ottici Associati, organizzatrice dell'iniziativa in partnership con Hoya Italia - Convinti che la capacità di progettare lenti oftalmiche sempre più sofisticate e performanti debba essere sostenuta dalla competenza, abbiamo voluto mettere a disposizione del nostro network le conoscenze necessarie per proporle, anche attraverso un protocollo strategico». Al primo incontro (nella foto, una fase), che si è svolto ad Arenzano, in provincia di Genova, erano presenti una trentina di ottici del nord Italia: sono stati approfonditi i concetti che hanno portato allo sviluppo e al miglioramento delle lenti a focale variabile, quelli relativi alla loro scelta e alla centratura. «Nel

secondo incontro ci dedicheremo agli aspetti più pratici e a un addestramento operativo – ricorda il comunicato - Veratti proporrà una strategia persuasiva e un protocollo per prevenirne i disagi di adattamento, utili a stabilire con il cliente un approccio professionale e di ulteriore qualificazione del servizio, elementi chiave dell'attività di ottico optometrista».

## Nikon: il catalogo lenti diventa "vivente"

Il listino del brand oftalmico, presentato a Mido, si propone come uno strumento di business tailor made, dinamico e in continua evoluzione, per soddisfare al meglio le esigenze dei centri ottici

Il nuovo catalogo (nella foto, la cover), che esce in concomitanza con il centenario Nikon, il quale ricorre proprio nel 2017, e già in distribuzione, «è stato pensato e realizzato attraverso il confronto costante con i nostri partner, fatto dagli ottici per gli ottici - spiega in una nota Vincent Brisseau, direttore di Nikon Lenswear Italy - Raccoglie un insieme di contenuti differenti, indispensabili per il professionista e studiati per rendere la lettura veloce e intuitiva. Rappresenta uno strumento fondamentale, funzionale al business quotidiano del centro ottico».

L'offerta prodotti di Nikon Lenswear Italy è stata arricchita con una gamma completa realizzata per rispondere in maniera puntuale alle necessità espresse nel corso dei mesi dai partner. «Nikon si conferma un brand al servizio del centro ottico - commenta Brisseau nel comunicato - Le novità di trattamenti e prodotti sono il valore aggiunto della proposta del marchio e parte integrante del catalogo». Nel dettaglio, è stata implementata la gamma di trattamenti per quanto riguarda le lenti progressive e l'offerta indici per le monofocali personalizzate SeeMax AP. Per il mondo sun sono state introdotte 12 nuove specchiature cangianti Mirror e tre nuance Shadow, oltre a due nuove colorazioni di stock, nero e grigio-verde, e due di costruzione, blue e burgundy. Nuovo ingresso anche per Flash to Mirror activated by Transitions XTRActive, il fotocromatico con cinque diverse specchiature.



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

Supplemento al 10 marzo 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Acquistando una coppia di lenti di ricetta SEIKO, in tutti gli indici e materiali,

**il TRATTAMENTO SEIKO RoadClearCoat (RCC)**

è allo stesso prezzo del trattamento SEIKO SuperCleanCoat (SCC)