

Italia Independent per tutte le tasche

All'opti di Monaco di Baviera il brand ha presentato Eyeeye, una nuova linea di occhiali low cost, a 78 euro, e I-Lux, il top di gamma a un migliaio di euro, che permettono di coprire ogni fascia di mercato



Tecnologica, accessibile e globale: è la definizione che Italia Independent dà alla linea Eyeeye «per il suo prezzo, al di sotto degli 80 euro, per il suo equipaggiamento, che riassume in sé tante caratteristiche distintive, mai ospitate prima d'ora in un unico prodotto», si legge in un comunicato del gruppo torinese. Per il sole Eyeeye è dotata di lenti polarizzate su montature di sostanza, in materiale plastico, che lasciano spazio a grafiche realizzate in Hd digital printing, ed è disponibile in oltre 450 varianti. A completare la gamma di proposte, tra gli altri, i nuovi modelli I-Metal, I-Ultra fino ad arrivare ad I-Lux, «alla quale appartengono quei prodotti dedicati a un pubblico sofisticato, impreziositi da una serie di trattamenti esclusivi, per qualità dei materiali impiegati o complessità delle lavorazioni richieste, tali da distinguerli nettamente da quelli di gamma», prosegue la nota. «L'utilizzo del più ampio spettro di materiali dalla plastica all'acciaio foto-tranciato e di una vasta gamma di trattamenti continua a essere l'elemento portante del nostro dna - commenta nella nota Giovanni Accongiogio, managing director di Italia Independent - L'essere riusciti a presentare una collezione che, con grande profondità, propone un range di prezzo che va da 78 a 1.007 euro, rappresenta la nostra risposta alle sfide poste dal mercato globale» (nella foto, in alto, un occhiale da sole I-Peach; in basso, un modello vista Eyeeye).

Optovista: promozione ad... alto indice

L'iniziativa dell'azienda bolognese, prevista fino al 31 marzo, è in combinazione con le sue lenti progressive di ultima generazione Ego, Ops, Inova

«A ogni acquisto di una coppia di lenti progressive Ego con trattamento antiriflesso in alti indici, Optovista omaggerà una coppia di lenti monofocali 1.60 Orlite con trattamento antiriflesso top di gamma Hard Brilliance, anche con poteri diversi - si legge in una nota dell'azienda - L'acquisto di una coppia di lenti appartenenti alla famiglia Ops e Inova darà, invece, diritto all'ordine di una coppia di Orlite 1,60 o 1,50 con trattamento Brilliance». Optovista fornirà agli ottici i materiali di comunicazione (nella foto) creati ad hoc da utilizzare nel proprio punto vendita per dare visibilità alla promozione.



Certottica perfezionerà l'occhiale in stoffa

È dell'istituto di Longarone si è aggiudicato il finanziamento del bando regionale a "sportello": in sinergia con Hapter, azienda specializzata nella realizzazione di montature ricoperte in cotone, e il laboratorio artigianale Officina 3 di Padova, condurrà uno studio sull'accoppiamento tra acciaio e tessuto nell'occhiale

Certottica si è aggiudicata il contributo di oltre 110 mila euro come capofila del progetto "Accoppiamento tra acciaio e tessuto nell'occhiale", vincendo il bando destinato a favorire, tramite l'aggregazione, la competitività sul mercato, grazie alla razionalizzazione dei costi, all'unione delle capacità e allo scambio di conoscenze. «È proprio quanto si prefigge il progetto, che scinde il know how delle tre realtà per raggiungere uno scopo univoco - si legge in un comunicato dell'istituto di Longarone - Hapter è responsabile dell'ideazione, design, progettazione e distribuzione dell'occhiale; Officina 3, laboratorio nato per la produzione di accessori, svolge la delicata fase di taglio e accoppiamento. Lo scopo del progetto è proprio quello di migliorare il prodotto per permetterne uno sviluppo ulteriore».

Sergio Cappa TODAY

Totò: e io pago (anche per un titolo)

Il principe della risata intraprese lunghe battaglie legali per il riconoscimento della propria nobiltà, di cui andava molto orgoglioso

«Antonio Griffo Focas Flavio Ducas Commeno Porfirogenito Gagliardi De Curtis di Bisanzio, altezza imperiale, conte palatino, cavaliere del Sacro Romano Impero, esarca di Ravenna, duca di Macedonia e di Illiria, principe di Costantinopoli, di Cilicia, di Tessaglia, di Ponte di Moldavia, di Dardania, del Peloponneso, conte di Cipro e di Epiro, conte e duca di Drivasto e Durazzo», in arte Totò. Il "principe della risata" nasce nel rione Sanità a Napoli nel 1898 con il nome di Antonio Vincenzo Stefano Clemente, figlio non riconosciuto del marchese Giuseppe de Curtis, e crebbe in condizioni estremamente disagiate. Fin da bambino dimostrò una forte vocazione artistica che gli impediva di dedicarsi allo studio, cosicché dalla quarta elementare fu retrocesso in terza. terminate comunque le elementari, venne iscritto al collegio Cimino dove, per un banale incidente con uno dei precettori, il suo viso subì una particolare conformazione del naso e del mento: un episodio che caratterizzò in parte la sua "maschera". All'inizio degli anni Venti il marchese Giuseppe de Curtis lo riconobbe e regolarizzò la situazione familiare sposandone la madre. Inizia così una carriera che, dopo la morte del padre nel settembre del '44, lo porta ad alternare teatro al cinema. L'anno successivo alla morte del figlio, nel 1956, viene colpito da una corioretinite emorragica. Continuò a fumare comunque novanta sigarette al giorno sino alla morte, per infarto, nella notte del 15 aprile 1967. Già dal 1933 Totò aveva intrapreso lunghe e costose battaglie legali per il riconoscimento di nobiltà, che nel 1946 gli avrebbero valso i titoli gentilizi, dei quali andò sempre molto orgoglioso. La ricerca della gallonatura è pratica tardo-medievale, peraltro diffusa dovunque, si pensi alle mostrine sulle divise militari in ogni paese. Nelle micro società professionali la rincorsa alla trina, galano, nastro o stelletta qualificativa si confeziona attraverso l'accantonamento di attestati, diplomi, licenze o lauree certamente legittime anche se, a volte, collezionate in difetto all'etica. *cappa.sergio@fastwebnet.it*

Opti? In sorpasso sul Silmo e a ridosso del Mido

Si è chiuso opti 2015 a Monaco con dati in crescita sia di espositori sia di visitatori paganti e l'immane primato di essere i primi ad aprire un anno di occhiali. Se i segnali non sono ancora abbastanza forti sul loro futuro, le ultime indicazioni risultano invece chiare

Alcuni anni fa Monaco era una fiera per l'ottica. La Germania stava pagando i conti dell'annessione, mentre l'Italia si godeva l'onda degli spumeggianti anni '90, il Milan vinceva Coppe dei Campioni e Intercontinentali, Milano era ancora da bere e l'occhialeria italiana era avanti anni luce dal resto del gruppo. Gennaio 2015. Arrivare al centro di Monaco in auto è talmente agevole che mi imbarazza. Gli hotel per la fiera offrono tariffe corrette e i collegamenti pubblici sono economici e frequenti. Se hai il piacere di cenare in centro puoi ammirare arzille signore uscire da teatro alle 23 e prendere il tram per tornare a casa mentre compagnie in frac e vestito lungo si soffermano a mangiare street food (wurstel e senape) sorseggiando birra, risate e vento gelido. Sì, la mia opti inizia da qui. Da un modo di pensare, agire e vivere che ci appartenevano. Gli ottici italiani a Monaco aumentano come i ristoranti tricolori di successo e trovo esilarante credere che chi riconosco qui paghi fino a 30 euro per entrare in fiera mentre a Milano ci va gratis magari invitato a una cena di gala o a un fuori salone.

Incrocio Iginio Franceschetto, presidente di Vision Adria. Hanno organizzato un viaggio a Monaco con dieci associati della cooperativa. «Sicuramente un'esperienza da ripetere - sono le sue parole - Siamo un gruppo stupendo che si è diviso all'interno della fiera alla ricerca delle novità per poi discuterle e condividerle senza trascurare i momenti gioiali in compagnia, segno dello star bene insieme. Bello, bello, bello!». Apprezzo la programmazione, l'ambizione e l'entusiasmo. Trovo che in parte siano gli stessi valori che appartengono a opti 2015 sorretti dalla locomotiva Germania e a grandi esempi come quello della squadra di calcio locale. Il Bayern Monaco, in grande difficoltà fino a dieci anni fa, ha fatturato nel 2014 oltre 500 milioni di euro, il doppio del Milan e il triplo dell'Inter, con un utile netto di 16,5 milioni di euro. Si vendono oltre 1,2 milioni di magliette originali del Bayern che vanta un azionariato diffuso pari al 65% dei soci, cui si chiede ogni anno 60 euro. Hanno costruito e pagato interamente uno stadio che vale 340 milioni di euro e hanno soci come Allianz, Audi e Adidas. Per la mia classifica opti a breve è in grado di superare Silmo e competere, in qualità, con il Mido. Se solo lo volessero. Le mie novità di quest'anno a opti? La grande attenzione alla realtà potenziata e alle materie naturali. Due poli contrari che sono in grado di accendere grandi entusiasmi nel pubblico italiano. *pillole@nicoladilernia.it*

