

Lvmh entra in Marcolin?

Dopo l'alleanza [Essilor-Luxottica](#) potrebbe profilarsi un'altra grande operazione sul mercato: indiscrezioni parlano di un probabile ingresso del colosso francese nell'azienda di Longarone. Sulla possibile operazione aveva già recentemente allertato Mediobanca

Lvmh sarebbe pronto a prendersi il 10% di Marcolin, controllata dal fondo francese Pai Partners: in questo modo avvierebbe un'operazione simile a quella effettuata da [Kering Eyewear](#). Alla novità giovedì 19 gennaio il titolo di Safilo, che attualmente gestisce cinque marchi di proprietà di Lvmh, tra cui [Dior](#), Givenchy e Marc Jacobs, è crollato al punto da essere sospeso per eccesso di ribasso. Anche venerdì 20 ha registrato un trend negativo. Al momento sia Safilo sia Marcolin, interpellati da b2eyes TODAY, non hanno rilasciato dichiarazioni al riguardo.

OvvO Optics, 50 concessionari in sei mesi

Dopo aver debuttato sul mercato italiano a giugno 2016, il [brand](#) di occhiali americano realizzato con un combinato di acciaio chirurgico e titanio fusi insieme punta a raggiungere quest'anno altri 100 punti vendita



«Siamo rimasti molto colpiti da come il tam tam tra ottici ci abbia consentito di crescere così velocemente – commenta a b2eyes TODAY [Paolo Baroni](#), socio di Cinquantacinque, distributrice ufficiale per l'Italia di OvvO Optics - La qualità dei materiali utilizzati, la leggerezza, il design e il buon rapporto qualità prezzo sono gli aspetti che non solo i concessionari ma anche il consumatore finale hanno dimostrato di apprezzare maggiormente».

Il marchio, che punta su una distribuzione esclusiva, si prefigge di arrivare a circa 300 ottici nel triennio. A oggi è presente in circa 50 punti vendita selezionati in gran parte delle regioni italiane. «Un traguardo consistente, se si conta che nel nostro paese era pressoché sconosciuto – commenta l'imprenditore romano - Al momento è operativa una rete di tre agenti su tutto il territorio nazionale, l'obiettivo è raggiungere nel 2017 un altro centinaio di concessionari». OvvO, anticipa Baroni, parteciperà a Mido con uno stand molto grande. «Naturalmente Cinquantacinque sarà presente come distributore italiano – conclude Baroni - Sarà un'ottima occasione per fare nuovi contatti e far conoscere questo marchio a una platea più ampia di ottici» (nella foto, la vetrina di Ottica Rollin, a Bergamo, con esposti i modelli del marchio).

Police: con Chiara Biasi consacra l'identità femminile

Il marchio di proprietà di De Rigo lancia la capsule di occhiali firmata dalla nota fashion blogger, realizzata insieme a Enrico Furlan, direttore creativo house brand del gruppo di Longarone. Sarà nei centri ottici da febbraio

«La collaborazione nasce dall'intento di rafforzare ancora di più la collezione donna del marchio – afferma in un comunicato Furlan - Se già con la Sun 2017 abbiamo posto una maggiore enfasi sui modelli femminili della [collezione](#), ora con la capsule firmata da Chiara Biasi (nella foto) portiamo a compimento la nuova identità della donna Police. Una donna moderna e rock'n'roll, al tempo stesso sensuale e femminile seppur senza volerlo ostentare, proprio come lei». La capsule è caratterizzata da innovativi acetati e anche le aste sono totalmente rinnovate, sia all'esterno dove è riportato il logo del progetto sul terminale sia all'interno, con l'hashtag #chiarabiasixpolice al posto del nome dell'occhiale. «Con Chiara abbiamo scelto sei modelli della Sun 2017, che sono stati reinterpretati insieme a lei con plastiche esclusive, nuovi effetti cromatici e dettagli personalizzati», aggiunge Furlan.

La capsule si declina, perciò, in sei modelli, quattro sole e due vista, disponibili in tre varianti colore ciascuno, per un totale di 18 pezzi. Gli occhiali Chiara Biasi x Police sono completati da un packaging dedicato, ossia un astuccio e una pezzuolina personalizzati con il logo della collezione: il disegno di una testa di bufalo ripreso da uno dei tatuaggi di Biasi.



Il mondo è cambiato.

Gli occhi sono sottoposti a numerose sfide.

Proponi le soluzioni visive ZEISS.



Ray-Ban Chromance: viaggio intorno a un mondo... dai colori più intensi

L'housebrand di Luxottica ha creato una piattaforma online che permette all'utente di capire come cambi la visione attraverso le lenti del marchio, lanciate sul mercato la scorsa estate



un'immagine di Burano, nella laguna di Venezia).

Le lenti Chromance (nella foto, in alto), disponibili su diversi modelli outdoor Ray-Ban esclusivi, «uniscono una particolare composizione di pigmenti ad alto contrasto, avanzati trattamenti antiriflesso e filtri polarizzanti di livello superiore che permettono di calibrare la luce in modo da ottimizzare contrasti, colori e figure, filtrando i dannosi raggi UV ed eliminando bagliori e riflessi – si legge in una nota di Luxottica - Le elevate performance sono favorite anche dallo speciale trattamento idrofobico e dal trattamento a specchio delle lenti colorate sfumate».

La piattaforma Colour Seekers è una sorta di guida di viaggio con 60 magnifiche mete in ogni parte del pianeta, dal Canada al Giappone, dalla Francia all'India, uniche per le tonalità intense dei paesaggi. Il tema del colore è posto in primo piano attraverso immagini dai contrasti cromatici accentuati, che permettono a chi le osserva di capire come le lenti Chromance calibrano la luce in modo da rendere lo spettro visibile dei colori più chiaro e luminoso (nella foto in basso, tratta dalla piattaforma di Ray-Ban,



Fossetti: non trascuriamo il training visivo

È l'obiettivo del corso dedicato dell'Irsoo, partito alla fine dello scorso anno e in procinto di essere replicato da marzo 2017

«Oggi molti optometristi sono affascinati da ambiti, per così dire, di frontiera, come la posturologia o la neurologia, e rischiano di trascurare quello che è uno dei pilastri della pratica optometrica – commenta a b2eyes TODAY **Alessandro Fossetti**, direttore dell'Irsoo - Il training visivo rivolto al trattamento dei disturbi della visione binoculare non connessi a strabismo, ma dovuti a disfunzione del sistema di accomodazione o convergenza, è, infatti, un patrimonio optometrico che ci distingue nettamente dall'approccio ortottico, indirizzato invece principalmente al trattamento dello strabismo e delle condizioni sensoriali e motorie associate». Da qui la scelta dell'Istituto di Vinci di puntare su un corso mirato al training visivo con ampio spazio per dimostrazioni ed esercitazioni pratiche, tenuto da Anto Rossetti, Paolo Sostegni e dallo stesso Fossetti. «L'iniziativa dell'Irsoo deve essere vista anche come il tentativo di non lasciare che il patrimonio optometrico in questo campo vada disperso e di preparare gli optometristi ad acquisire le conoscenze, le competenze e le abilità utili a inserire alcuni fondamentali interventi di Visual Training tra le proposte del loro centro ottico o della loro attività professionale», precisa al nostro quotidiano il direttore della scuola toscana.



Il corso, ampliato e aggiornato rispetto alle precedenti edizioni (nella foto), si articola su tre incontri. L'obiettivo è «mettere i partecipanti, a partire dalle principali disfunzioni del sistema accomodazione-vergenza, nelle condizioni di identificare i soggetti che possono trarre beneficio dal Visual Training o dalla prescrizione di occhiali positivi, nonché di comprendere e gestire al meglio le strategie di educazione del sistema visivo, valutare eventualmente l'intervento da parte di altri professionisti e cogestire le persone che necessitano di azioni interdisciplinari», si legge in un comunicato dell'Irsoo.

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

Supplemento al 23 gennaio 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata