



Foster Grant: gli occhiali più popolari in America debuttano in Italia

Le collezioni del marchio di sunwear, leader negli Stati Uniti per numero di pezzi venduti, sono distribuite sul mercato interno da Polinelli, filiale di Fgx International, nel canale extra ottico

Gli occhiali Foster Grant sono ora in vendita anche presso i department store e negozi di accessori italiani. «Foster Grant è un marchio storico di eyewear nato in America nel lontano 1929 – si legge in un comunicato del marchio – Durante l'epoca d'oro del cinema hollywoodiano degli anni 50 incarnavano l'ideale di moda casual ed erano indossati dalle star più iconiche. Negli anni 60 Foster Grant è stato il pioniere di uno degli slogan pubblicitari più conosciuti al mondo "Who's That Behind Those Foster Grants", entrato negli annali di storia della pubblicità».



Look di tendenza e prezzo accessibile sono gli elementi che contraddistinguono le collezioni Foster Grant.

«Gli occhiali sono in vendita a 25 euro al pubblico – ha rivelato a b2eyes TODAY Loredana Lucioni, responsabile marketing di Fgx Polinelli, in occasione della presentazione alla stampa, avvenuta nei giorni scorsi a Milano – Il design dei modelli venduti in Europa (nella foto, un esempio) viene realizzato proprio nel continente per rispettare i gusti e le tendenze di quest'area: si tratta, quindi, di collezioni diverse da quelle distribuite negli Stati Uniti».

Se il nuovo management della società varesina vuole consolidare la presenza sul [canale ottico](#), con questo brand mass market ci si rivolge esclusivamente all'extra ottico. «Per l'eyewear firmato Levi's, Reebok e Bolon, gli altri marchi che distribuiamo, il riferimento sono i negozi di ottica – aggiunge la manager dell'azienda di Daverio – Con Foster Grant, invece, il target è un pubblico più ampio, rappresentato soprattutto dal giovane che vuole cambiare con maggiore frequenza l'occhiale da sole, acquistandone più paia a un prezzo accessibile». Per far conoscere il prodotto, Polinelli punta al momento sulla visibilità del marchio direttamente nel punto vendita.

Vettore, una design week "perfettamente imperfetta"

In occasione della manifestazione varesina, che si chiude oggi e che ha anticipato solo di qualche giorno il più noto Fuorisalone milanese, al via sempre oggi, il centro ottico ospita una mostra del duo italo-danese GamFratesi ispirata ai ritratti di Picasso, in collaborazione con [Yuniku-Ørgreen](#)

Si è aperta il 12 aprile la terza edizione della Varese Design Week, con l'inaugurazione ufficiale in piazza del Podestà e l'apertura di un'installazione temporanea sospesa, la Glass Emotional Bridge. Sono più di quaranta le location dedicate all'iniziativa, altrettanti i designer e gli artisti impegnati in un calendario denso di eventi. Nell'ambito delle iniziative collaterali, alla Varese Design Week 2018 partecipa per la prima volta anche Ottica Vettore, che ospita per l'occasione la presentazione del concept visivo ideato dallo studio di design GamFratesi, fondato nel 2006 dagli architetti Stine Gam ed Enrico Fratesi. Nel centro ottico varesino guidato da Fabrizio Vettore ha infatti trovato collocazione l'installazione "Perfettamente Imperfetto" (nella foto), che si ispira al diverso ed eclettico approccio di Pablo Picasso alla ritrattistica, visualizzando i volti in modo sempre differente. Le accentuate peculiarità dei ritratti di Picasso celebrano così la diversità tra le persone: attraverso l'unicità della forma e dello spirito.



Sulle opere esposte sono stati collocati gli occhiali della collezione Yuniku-Ørgreen. Tra i primi a introdurre con grande entusiasmo nel panorama italiano la piattaforma vision-centric lanciata da Hoya, proponendola nel suo punto vendita di Varese dal settembre scorso, è stato proprio Vettore. «I modelli Ørgreen sono presentati su una serie multicolore di visi di legno intagliati a mano, ognuno dei quali ha diversa lunghezza e dimensione, corrispondenti a un particolare ritratto di Picasso – spiega a b2eyes TODAY Vettore – La mostra sarà aperta al pubblico sino al 19 aprile».

SEIKO

PRECISION FOR VISION

// THERE'S
NO SUCH THING AS
PRECISION
LIGHT. //

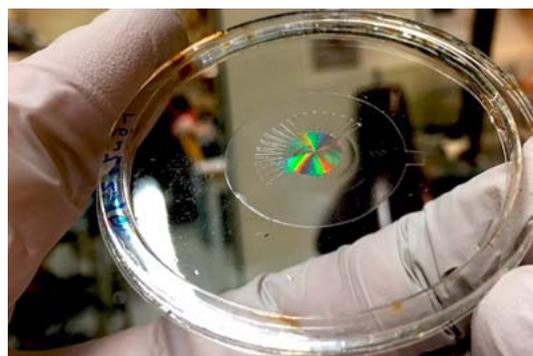




Harvard: in arrivo l'occhio artificiale

Piatto e controllato elettronicamente, è ispirato a quello umano ed è stato creato dai ricercatori della John A. Paulson School of Engineering and Applied Sciences dell'Università statunitense: la loro ricerca è stata recentemente pubblicata su *Science Advances*

Il sistema adattivo, costituito da metalenti, ossia lenti piatte ad alta efficienza realizzate in silicone più sottili di un foglio di carta, molto leggere e in grado di focalizzare la luce in tutto lo spettro visibile, è montato su un polimero trasparente, senza elettrodi. Come spiegano i ricercatori che l'hanno messo a punto in un'intervista pubblicata sul sito dell'Università di Harvard e ripresa da *adnkronos.it*, l'occhio artificiale (nella foto, dal sito della Harvard Gazette) combina le innovazioni nella tecnologia dei muscoli artificiali con le metalenti per creare un dispositivo che cambia focus in tempo reale, proprio come l'occhio umano, e che consentirebbe un ulteriore passo in avanti per costruire la capacità di correggere dinamicamente aberrazioni come l'astigmatismo e lo spostamento dell'immagine, cose che l'occhio umano non può fare. Questa innovazione sembra destinata a un'ampia gamma di applicazioni, tra cui fotocamere per cellulari ma anche occhiali e hardware per realtà virtuale e aumentata. L'Office of Technology Development di Harvard ha protetto la proprietà intellettuale del progetto, in vista della commercializzazione.



Milano, l'arte "butta l'occhio" fuori dal ristorante di Cracco

Un'installazione di Patrick Tuttofuoco con due iridi diverse che danno vita a un'unica entità ha avviato il 13 aprile il progetto artistico ospitato dal nuovo locale dello chef in Galleria Vittorio Emanuele

Mescola due ambiti creativi, l'arte contemporanea e la cucina, Galleria Cracco by Sky Arte, che è stato inaugurato a Milano venerdì scorso. Il progetto di arte pubblica fruibile 24 ore al giorno da chiunque attraverso la Galleria nel cuore della città è nato da un'idea dello chef ed è stato sviluppato insieme all'agenzia di comunicazione Paridevitale e a Sky Arte HD: coinvolgerà una serie di artisti italiani contemporanei nella realizzazione, tre volte l'anno, di interventi site-specific della durata di quattro mesi destinati alle lunette che sovrastano le vetrine del ristorante di Cracco, all'interno della galleria.

Ad aprire la rassegna è stato l'artista visivo milanese Patrick Tuttofuoco con l'opera intitolata *Heterochromic (Rosa e Carlo)* (nella foto, dal sito di Sky Arte), esito di una profonda riflessione sul tema dell'identità. «L'artista, ricorrendo al neon, trasforma le due lunette in due occhi, ispirati a quelli di Cracco e di Rosa Fanti, dando vita



a un'entità unica che presenta iridi diverse, come evocato dal titolo dell'intervento», si legge in una nota sul sito del canale satellitare. Il titolo *Heterochromic* allude infatti alla caratteristica somatica che produce in una stessa persona occhi dai colori differenti. «Nella mia ricerca sono sempre interessato al fenomeno della "polarità": che si tratti di dicotomia o fusione, quello che cerco di fare è indagare quei fenomeni secondo cui dalla giustapposizione di due elementi prende vita una forma sola, un concetto unico, visibile e comprensibile – dichiara Tuttofuoco nello stesso comunicato – In *Heterochromic* i due elementi su cui mi sono trovato a riflettere sono Carlo Cracco e Rosa Fanti, sua compagna di vita nel senso più ampio, e di come le due identità uomo e donna si possano fondere in un progetto così importante».

