



## Galileo, il Tour 2017 cambia format

«Saremo on the road con 12 eventi istituzionali e 40 in collaborazione con il canale ottico: a differenza dell'anno scorso, quando c'erano a bordo gli oftalmologi di Retina 3000, ci sarà quest'anno la possibilità di estendere la collaborazione al canale medico a livello locale, creando una sinergia tra le due competenze, se l'ottico lo ritiene», ha spiegato, durante l'evento di presentazione a Mido, **Massimo Barberis**, direttore generale della società oftalmica



Riparte anche quest'anno, dunque, il Galileo Tour, che nel [2016](#) in 11 tappe svoltesi tra aprile e giugno da nord a sud, aveva accolto a bordo del proprio truck circa tremila consumatori. «Nel 2017 abbiamo deciso di cambiare il format e renderlo più fruibile anche per i centri ottici partner, con l'obiettivo di sostenerli nel far evolvere il loro business locale dando la possibilità di creare un evento sul territorio di più ridotte dimensioni per fare loro stessi attività di sensibilizzazione e di informazione, generare traffico e contribuire alla creazione di valore», ha ricordato Barberis (nella foto, a sinistra, con **Davide Franzetti**, responsabile marketing della società). Ci saranno, inoltre, 10 tappe nelle scuole, per le quali «Galileo ha creato il progetto "Occhio ai più piccoli" che ha lo scopo di incentivare l'educazione visiva attraverso l'informazione», ha aggiunto il manager.

A corredo dell'iniziativa Galileo supporterà i centri ottici nella comunicazione con un kit di marketing locale personalizzabile e ha predisposto una strategia media che punta molto sui social e sul sito dedicato. «Due sono i partner che quest'anno ci sostengono – ha detto ancora Barberis – Federottica, che nuovamente ha voluto patrocinare l'iniziativa, e i Lions, con cui noi e i centri ottici coinvolti collaboreremo per raccogliere occhiali usati da destinare a popolazioni e categorie che ne hanno bisogno». Il mezzo utilizzato quest'anno sarà un van di 7 metri di larghezza e altrettanti di lunghezza, 3 di altezza e un'ampiezza, una volta aperto, di 35 metri quadrati, progettato e costruito per Galileo e personalizzabile per ogni tappa con il logo del centro ottico. All'interno del van ci sarà un percorso composto da sei aree tematiche, dedicate sia alle attività di screening, eseguiti con l'Autoref e il Visiotest «da ottici abilitati che fanno parte del team di Galileo affiancati dagli ottici clienti», specifica **Davide Franzetti** a b2eyes TODAY, sia all'offerta del marchio: lenti progressive, montature, protezione dalla luce blu, Transitions e contattologia.

Il tour partirà il 10 e 11 marzo da Milano. Nella tappa del 9 aprile a Torino il van si unirà ai Lions, in occasione dei festeggiamenti dei 100 anni dell'associazione. Sono previste anche due giornate nelle zone colpite dal terremoto, in cui le lenti verranno date a titolo gratuito.

## De Rigo Vision e Chopard: rinnovo in anticipo di due anni

L'azienda di Longarone e la maison svizzera di alta orologeria e gioielleria confermano il contratto di licenza per il design, la produzione e la distribuzione mondiale di occhiali da vista e da sole

La collaborazione tra la famiglia De Rigo e la famiglia Scheufele, proprietaria di Chopard, è stata avviata nel 2004. «All'interno dell'azienda di Longarone si trovano veri e propri gioiellieri dell'occhiale, artigiani che grazie alla loro maestria creano i modelli Chopard seguendo processi produttivi tipici del mondo dell'oreficeria e dell'orologeria – si legge in un comunicato di De Rigo Vision, che non vuole fornire dettagli sulla durata dell'accordo - La loro quotidiana attività si sviluppa all'interno di un'isola produttiva dedicata, dove ogni persona si occupa di assemblare un occhiale Chopard dall'inizio alla fine». Ogni anno vengono realizzate anche special edition per celebrare due eventi di cui Chopard è partner storico ufficiale, il Festival del Cinema di Cannes e la corsa automobilistica Mille Miglia.





## Vitaloni: è stato il Mido degli italiani

«Oltre alla nutrita presenza dei visitatori stranieri quest'anno abbiamo avvertito un interesse particolare da parte degli operatori italiani per tutto il weekend, con un picco nella giornata di domenica», commenta il vicepresidente, nella nota di chiusura del salone milanese, che ha fatto registrare un ulteriore [incremento](#) di ingressi

«Specialmente a metà pomeriggio si è notato tra i corridoi un particolare affollamento, in concomitanza con l'arrivo dei treni gratuiti dalle quattro città interessate dal servizio – prosegue [Giovanni Vitaloni](#) - Stiamo già lavorando alla prossima edizione, pensando a possibili nuovi progetti, ai temi da sviluppare e al focus su cui puntare». Sempre domenica sono stati consegnati il [Bestore](#) 2017, che è andato a Globe Specs di Tokyo, e il [Bestand](#) 2017, vinto ex aequo da Vista Eyewear e Archivio 23. Da segnalare che questi ultimi due stand sono totalmente differenti nell'approccio, segno, a detta degli esperti, che il visitatore di Mido è in grado di apprezzare realtà anche diverse di offerta espositiva. E che le candidature al riconoscimento come miglior negozio di ottica mostrano, sempre secondo gli addetti ai lavori, una costante crescita qualitativa e una sempre maggiore attenzione anche dall'estero.

«Business, mondanità, tendenze, innovazione, tecnologia, sperimentazione e approfondimento: sono state le parole chiave che hanno contraddistinto l'edizione 2017 di Mido e che ne fanno un'occasione imperdibile per tutti gli operatori e un momento importante di confronto sulla professione e sulle dinamiche del comparto», sostiene nel comunicato finale il presidente della manifestazione, Cirillo Marcolin.

## Milan Fashion Week: occhiali rari, ma intonati

Poche le montature che hanno sfilato in occasione delle presentazioni autunno inverno 2017-2018, che si sono chiuse il 27 febbraio: il testimone è passato agli show di Parigi, in programma sino al 7 marzo

È finita anche la fashion week milanese. Dopo [New York](#), con fughe in atto o annunciate, e [Londra](#), quasi sotto silenzio, eccetto il "senza genere" da Vivienne Westwood e il carrarmato gonfiabile con scritta "Make love not walls" di Diesel (il patron Renzo Rosso lo porterà in giro per il mondo, dopo Shanghai, sarà a Milano in marzo). Nonostante il colore sia stato quasi onnipresente, non si è visto niente di particolarmente brillante. Tra le novità, la presenza di uomini sulle passerelle e non solo come comparse. Maison importanti come [Gucci](#) e [Bottega Veneta](#), infatti, hanno presentato insieme le due collezioni. E se per la prima si può spiegare con la tendenza al "genderless", per la seconda c'è solo una motivazione commerciale. Tra i trend più forti il maschile-femminile, risolto in due modi: tessuti dell'uomo utilizzati per capi sexy e seduttivi o pezzi del guardaroba di lui, come blazer o pantaloni con pince, accostati a capi fortemente per lei. Così da [Ermanno Scervino](#) o da [Brunello Cucinelli](#). Altra tendenza forte sono le contaminazioni, le mischie di tessuti, accostare il damascato al Galles, interrompere il maculato con i quadri, ricamare sul finestrato, sovrapporre il pizzo a formare un feltro.

Rari gli occhiali, ma presenti e intonati alle collezioni. Da [Byblos](#) hanno i colori che richiamano i flash di luce di un paesaggio urbano, visto dalla velocità della motocicletta. Da [Marras](#), metallici o in acetato, s'intonano ai creativi mix di tagli e materiali (nella foto, a destra). Enormi e connotati quelli per la fascinosa donna di [Blumarine](#). Solo da vista e con ponte da [Stella Jean](#), divisa fra l'ispirazione Soviet e l'Oriente. Con ponte l'unico occhiale per uno dei look con capi iconici rivisitati di Trussardi. Piccoli e tondi da [Kristina Ti](#) (nella foto, a sinistra), grandi e quadrati da [Aigner](#). Coloratissimi o neri un po' alla Audrey Hepburn dall'estrosa [Vivetta](#). Molti e variati da [Laura Biagiotti](#): con brillantini, con profili bianchi, metallici con elementi in acetato, rosa o rossi come molti dei suoi capi. Due sole uscite con gli occhiali da [Giorgio Armani](#) dove il velluto è dominante, solo un close up finale con un modello post-moderno da [Emporio](#). Completamente assenti da [Missoni](#), [Krizia](#), [Jenny](#). E ora l'attenzione si è spostata a Parigi. ([Luisa Espanet](#))



Scarica gratuitamente la **nuova**  
**APP di b2eyes TODAY**

Disponibile su APP Store e Play Store.