

Bausch + Lomb: con Rédélé ora fa l'occhiale medicale

Non sarà una linea dedicata ai centri ottici, ma alle strutture sanitarie che praticano interventi di chirurgia refrattiva: per il progetto la multinazionale di prodotti surgery e vision care, già detentrica di Ray-Ban, ha scelto l'azienda eyewear bellunese

A distanza di oltre quindici anni Bausch & Lomb torna agli occhiali da sole. Era il 1999 quando Ray-Ban, allora di sua proprietà, fu venduto a Luxottica. Invece, a poco meno di un mese dal debutto della collezione realizzata per [Stefanel](#), Rédélé stringe un'altra importante partnership. «Siamo stati contattati direttamente da Bausch + Lomb, che ci ha scelto sia perché ha compreso la nostra velocità di realizzazione e produzione sia perché sa che il nostro ufficio creativo lavora molto bene anche in termini di packaging e comunicazione e può garantire, in una prospettiva futura, un supporto efficace che va al di là dell'elaborazione del prodotto», spiega a b2eyes TODAY Alessandro De Vecchi, general manager di Rédélé.



Il modello (*nella foto*) selezionato tra quelli proposti dall'azienda bellunese è un prototipo. Pensati per alleviare il problema della fotosensibilità post-operatoria dopo un intervento di chirurgia refrattiva con il laser, gli occhiali saranno lanciati a settembre. Come precisa [ilcorrieredellealpi.it](#), la distribuzione riguarderà inizialmente l'Italia, per poi coprire tutta l'Europa. «Si tratta di modelli esclusivamente sole, destinati soltanto a coloro che hanno subito tale tipo di operazione, effettuata in genere dopo i mesi estivi quando è minore l'irraggiamento - specifica al nostro quotidiano il manager bellunese - Per questo motivo non saranno distribuiti attraverso il canale ottico, ma consegnati direttamente ai pazienti dalle strutture sanitarie in cui vengono eseguiti gli interventi». L'occhiale è caratterizzato da una verniciatura gommata opaca e presenta sulle aste una stampa trasparente che lo rende difficilmente riproducibile e monta lenti di alta qualità per schermare al meglio la radiazione luminosa. Interpellata da b2eyes TODAY, Bausch + Lomb non ha rilasciato ulteriori dichiarazioni in merito all'iniziativa.

Caretti oggi a Uno Mattina: per l'estate meglio l'occhiale italiano

È il messaggio del maggior esperto nazionale di eyewear di design, ospite in diretta questa mattina, intorno alle 9, dell'edizione estiva del programma di Rai 1, condotta da Alessio Zucchini e Mia Ceran, all'interno di uno speciale dedicato al benessere visivo



Seconda [partecipazione](#) per Dante Caretti al programma Uno Mattina Estate. «Come per la scorsa edizione introdurrò alcuni modelli da me selezionati - spiega a b2eyes TODAY il direttore artistico di Mido Design Lab - Non presenterò solo occhiali di tendenza: ho fatto un po' di ricerca, soprattutto sui materiali, prediligendo modelli prodotti da italiani». Tra i marchi, che in trasmissione non potranno essere citati, ci saranno, tra gli altri, Kuboraum, Hapter, Patty Paillettes, Jacques Durand e Frost. «Al programma interverrò insieme ad Alessandro Spiezia (*nella foto, a destra, insieme a Caretti durante l'intervento dello scorso anno*), titolare dell'omonimo centro ottico di Roma ed ex presidente di Aio, e a Luisa Redaelli», aggiunge l'esperto.

Ray-Ban, è qui la festa (ma è un segreto)

Per la prima volta in Italia, l'housebrand di Luxottica organizza per l'11 giugno a Milano un evento esclusivo con il format Boiler Room, in una location ancora top secret

Dopo sette eventi tra New York, Los Angeles e Londra, Boiler Room approderà nel capoluogo lombardo insieme a Ray-Ban, per un party (nella foto, la locandina) in una location segreta che verrà svelata solo 48 ore prima dell'appuntamento. Nata nel 2010, Boiler Room è una piattaforma musicale che ospita sessioni di musica live in location sconosciute, cui può partecipare, solo su invito, un pubblico selezionato. L'iniziativa verrà trasmessa in streaming tramite il portale e il canale YouTube di Ray-Ban.

L'evento, si legge in una nota di Luxottica, «ospiterà una vera leggenda per gli appassionati di musica garage e house e uno dei signori indiscussi del mix, dj Harvey, che si alternerà sul palco con Midland, Suzanne Kraft e Young Marco. Boiler Room ha ospitato show in 50 città in tutto il mondo, ma è la prima volta che arriva in Italia».



Essilor: oltre 600 ottici per “Mangiare con gli occhi”

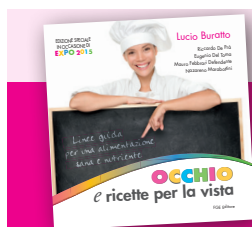
Si è concluso il 25 maggio a Firenze l'ultimo dei quattro eventi del format (nella foto, la locandina) organizzato nei mesi di aprile e maggio dalla filiale italiana dell'azienda oftalmica per creare un momento di condivisione e di incontro tra vista e gusto con i centri ottici clienti



«Roma, Milano, Bari e Firenze sono state le città che hanno ospitato l'appuntamento più seguito dai professionisti del settore in location prestigiose e suggestive - si legge in un comunicato di Essilor - In tutte queste cornici, Essilor si è impegnata nello stupire “con effetti speciali” i propri clienti e insieme aggiornarli su tutte le ultime novità che riguardano l'azienda».

All'ultima tappa, svoltasi a Firenze presso Villa Corsini, hanno partecipato i professionisti di Toscana, Umbria ed Emilia Romagna per un totale di 200 partecipanti. A momenti formativi sul tema “Il gusto della relazione con il cliente”, con la collaborazione di Dale Carnegie Italia, e su “Il gusto della strategia marketing”, si sono alternati momenti di spettacolo e di intrattenimento. «Siamo molto soddisfatti del grande riscontro che ha riscosso questa iniziativa sia in termini di adesioni sia di feedback da parte dei clienti - commenta nella nota Alessandra Barzaghi, marketing manager di Essilor Italia - È nostra intenzione continuare a ideare momenti così

speciali che permettano ai centri ottici partner di sentirsi sempre più parte della realtà Essilor». Complessivamente sono stati più di 600 gli ottici coinvolti nel roadshow di Essilor Italia.



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

