

Ferragamo, altri cinque anni con Marchon

Lo storico brand italiano del lusso raddoppia così il lasso di tempo della collaborazione nell'eyewear con il gruppo americano

Il contratto di licenza globale sugli occhiali da sole e sulle montature per occhiali da vista per uomo e donna a marchio Salvatore Ferragamo, iniziato operativamente il 1° gennaio 2012, sarà esteso fino a dicembre 2021.

«La crescita dei volumi realizzata negli ultimi tre anni, che è stata in media di poco inferiore al 30% annuo, conferma il valore assoluto della partnership con Marchon, che con il design, la qualità e la tecnologia del prodotto ha ben saputo declinare i codici del marchio Ferragamo – commenta in un comunicato congiunto Michele Norsa, amministratore delegato del Gruppo Ferragamo, che conta circa quattromila dipendenti e una rete di oltre 640 store monomarca - Siamo quindi fiduciosi in un percorso di ulteriore crescita nel medio termine». Nella nota si ricorda che gli occhiali Salvatore Ferragamo by Marchon sono «interamente realizzati in Italia e distribuiti in tutto il mondo nei negozi monomarca Salvatore Ferragamo e nei migliori punti vendita e ottici specializzati» (nella foto, uno scatto della campagna pubblicitaria).



Moscot, a Tokio il secondo shop asiatico

Dopo quello di Seoul, in Corea del Sud, il marchio eyewear newyorkese ha inaugurato il 13 marzo un nuovo store monomarca nel cuore di Aoyama, quartiere alla moda della capitale giapponese

Con l'apertura del nuovo punto vendita di Tokio (nella foto), in collaborazione con il rivenditore nipponico Optec Japan Group, prosegue l'espansione di Moscot nel mondo, avviata nel 2012. Salgono, infatti, a cinque i negozi monomarca aperti a livello internazionale, di cui tre negli Stati Uniti e due in Far East. «I 33 metri quadrati del locale appena inaugurato sono stati progettati sulla base dello stile Moscot, con il fine di riverberare a 360 gradi l'estetica del brand: design classico mixato alla cultura downtown di New York City – si legge in una nota dell'azienda - Lo store di Tokyo offre alla clientela l'intera gamma di prodotti comprensiva delle tre iconiche collezioni, Moscot Originals, Moscot Spirit e Moscot Sun, accompagnate dall'allestimento con le storiche fotografie e i decori vintage caratteristici degli shop newyorkesi». Il negozio di Tokyo è il secondo monomarca del brand di montature di design in ordine di ampiezza.



29 MARZO 2015
Transitions®
ON-AIR CON
IL NUOVO
SPOT 2015



Osserva il mondo
nella sua luce ottimale

Transitions®
LENTI DINAMICHE



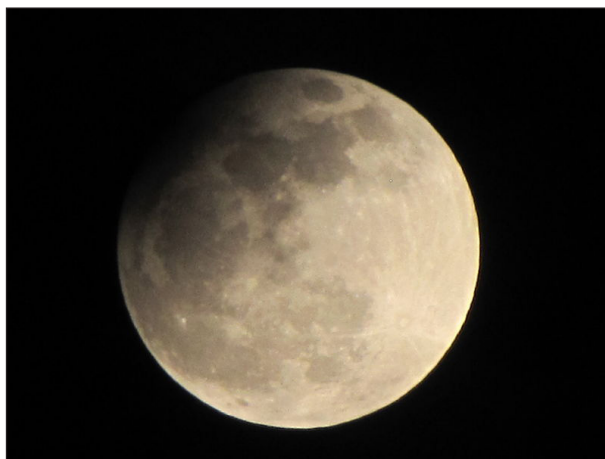
Scegli le autentiche.

Non “eclissiamo” la verità

“...che guardassero nella stessa notte attentamente il cielo, quando la collera di Dio si sarebbe manifestata con una luna infiammata che poi sarebbe stata cancellata per l’umanità. Sprofondando il paese nel buio. Puntuale nella notte fonda si verifica l’eclisse”

(Ruggero Marino, L’uomo che superò i confini del mondo, Sperling & Kupfer)

Durante il suo quarto viaggio Cristoforo Colombo si arenò, con le navi danneggiate, sulle coste della Giamaica. Anche le sue provviste erano ormai molto esigue, ma le popolazioni locali si rifiutavano di fornirgli del cibo. Allora Colombo escogitò un piano per ingannarli. Aveva a bordo una copia di uno dei libri di Regiomontano che conteneva le effemeridi delle eclissi lunari, la successiva prevista per il 29 febbraio 1504. La sera prima dell’eclissi organizzò un incontro con i capi indigeni e disse loro che Dio era molto offeso e che avrebbe fatto sparire la luna. Come previsto, un’ombra scura cominciò a passare sul disco lunare. Gli indigeni spaventati dissero a Colombo che gli avrebbero fornito il cibo se avesse intercesso per loro presso Dio. Dopo essersi ritirato a “conferire” con Dio, poco prima della fine dell’eclissi totale Colombo tornò dicendo che Dio li aveva perdonati. La luna tornò a splendere e l’Ammiraglio ottenne le scorte di cibo. L’equinozio quest’anno ci ha regalato un raro ed emozionante evento astronomico.



Negli ultimi tempi nelle farmacie sono (ri)comparsi gli occhiali a fori stenopeitici multipli, azzurri, tortugati o in nero velluto, indicati, secondo i produttori, per “autoriabilitazione visiva e rilassamento della muscolatura estrinseca”. La parola eclissi (*nella foto, tratta da Wikipedia, una recente eclissi lunare*) deriva dal greco e significa “allontanarsi” o “nascondersi”. Per tutti coloro che credono che compito non secondario di un professionista sia quello di educare il proprio pubblico, dovere primario è allora quello della stima e dell’ecologia delle parole, per evitare di fondersi e confondersi con ciarloni e imbonitori, agenti di piazza oggi datati. Non eclissiamo dottrina e verità. cappa.sergio@fastwebnet.it

Quanto “pizzica” Dai Optical!

Oltre alla tradizionale offerta tecnologica e professionale, all’ultima edizione di Mido l’azienda pugliese ha proposto anche un originale evento

«Ogni anno il Mido ci riempie di soddisfazioni e anche quest’anno la fiera ci conferma il successo con numerose visite di ottici interessati, con un aumento del 32% delle visite ricevute rispetto a quelle dello scorso anno, incuriositi pure dai 18 mini workshop presentati e dall’evento “Mi pizzica Dai Optical” con ballerini folkloristici di pizzica salentina (*nella foto*)», commenta in una nota Roberto De Gennaro, titolare dell’impresa oftalmica di Molfetta, che alla fiera milanese ha lanciato le innovative lenti progressive Daitach Isel e Daitach Age.

