

Valentin Yudashkin punta ai mercati internazionali con Einar Italia

La nuova realtà bellunese dell'ottica, nata dall'acquisizione del ramo d'azienda Sover e che fa sempre capo alla famiglia Cannicci, con sede a Soverzene, ha siglato un accordo di licenza su scala globale per la linea eyewear dello stilista russo



Al Gruppo Einar, rete internazionale di imprese attiva nella distribuzione di articoli ottici con sede centrale in Ungheria e partner in una trentina di paesi, si è aggiunta Einar Italia.

La nuova società può contare sull'esperienza dell'azienda bellunese di occhialeria che, nel corso dei suoi oltre cinquant'anni, ha gestito licenze internazionali come Alviero Martini, Marlboro Classics, Laura Biagiotti e Kiton, ad esempio.

«Il nostro obiettivo – spiega in una nota Stefano Cannicci, fondatore di Einar Italia – è sviluppare una rete distributiva qualificata in Italia, rilanciare un brand storico come Sover Eyes e potenziare l'attività commerciale in quelle aree tradizionalmente più vicine al gusto, allo stile e al design made in Italy. In un contesto economico in cui le aziende tradizionali continuano a incontrare evidenti difficoltà, abbiamo cercato di rinnovarci lavorando in team e abbattendo i costi».

Tra le prime azioni di Einar Italia c'è l'accordo in esclusiva per il design, la produzione e la distribuzione mondiale di montature da vista (*nella foto, un'immagine di campagna*) e occhiali da sole con Valentin Yudashkin, unico stilista russo a far parte della Camera dell'Alta Moda francese. La linea Valentin Yudashkin Eyewear, già presente sul mercato locale da un decennio, sarà distribuita ora anche in Italia e all'estero in prestigiosi punti vendita, a esclusione di Russia, Bielorussia e Kazakistan, già coperti da un altro distributore.

La collezione è stata presentata a Mido insieme alla linea vista e sole Sover Eyes: questo brand è di proprietà di Einar Italia e verrà commercializzato in tutto il mondo, anche in collaborazione con gli altri partner della rete. A sua volta la società dei Cannicci ha l'esclusiva della distribuzione degli housebrand di Einar per il mercato interno e per le aree scoperte dalla rete.

Avanzi e Optissimo, con Maionchi speaker consigli... in vista

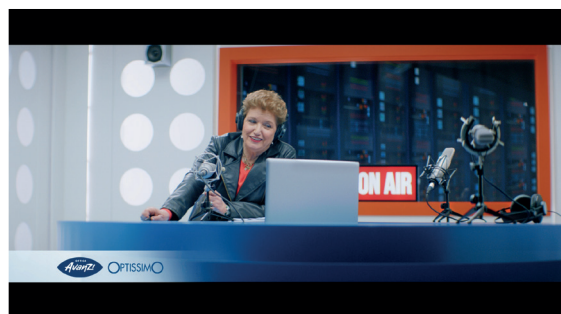
Le insegne del gruppo GrandVision tornano in comunicazione con un nuovo format televisivo incentrato sul benessere visivo, che ha per testimonial la popolare discografica e conduttrice radio e tv

Nel nuovo format, ambientato in un moderno studio radiofonico, Mara Maionchi è un'energica speaker che conduce la rubrica "Consigli mai visti" aiutando gli ascoltatori che le scrivono a risolvere piccoli problemi quotidiani legati alla visione.

«Con la sua simpatia e schiettezza la testimonial è perfetta per comprendere le necessità visive di chi le scrive e dispensare con credibilità "Consigli mai visti"», si legge in una nota del gruppo.

In onda da domenica scorsa, il primo episodio (*nella foto, un frame dello spot*), incentrato sulla campagna età, vede la Maionchi dare un consiglio a un papà che, non vedendoci più come un tempo, sbaglia a mettere le candeline sulla torta di compleanno e quindi, evidentemente, ha bisogno di un paio di occhiali.

Lo spot è stato sviluppato con l'agenzia Stv Ddb e diretto dal regista Marcello Cesena e sarà on air per quattro settimane sui circuiti Rai, Mediaset, La7, Sky e canali digitali.



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

Disponibile su APP Store e Play Store.

Marco Melis, l'occhiale del Cadore sfreccia al MotoGP

Grazie alla partnership con la scuderia Octo Pramac Yakhnich, il designer realizzerà per il team, che schiera i piloti Danilo Petrucci e Scott Redding, entrambi in sella alle Ducati Desmosedici, una serie di occhiali fatti a mano in Italia e prodotti, come le sue altre collezioni, dall'azienda Castellani di Domegge, in provincia di Belluno



«Dopo la prima serie di occhiali da sole in edizione numerata, ideati e realizzati per la presentazione del team Octo Pramac Yakhnich, nei giorni precedenti la prima gara dell'anno (*domenica scorsa in Qatar, con Redding giunto decimo, ndr*) Marco Melis in persona ha voluto consegnare l'occhiale direttamente al presidente di Pramac, nonché titolare dell'omonimo team, Paolo Campinoti (*a sinistra, nella foto, con Melis*)», si legge in una nota di Marco Melis Eyewear.

«La scuderia mi ha contattato per fare un prodotto diverso, ha voluto distinguersi chiedendoci di disegnare e produrre un occhiale totalmente italiano e realizzato a mano – spiega a b2eyes TODAY Melis – Il modello al momento non sarà distribuito nel canale ottico, ma verrà venduto esclusivamente attraverso i siti Castellani, Marco Melis Eyewear e Pramac

Racing». L'occhiale disegnato da Melis, che sarà indossato dai meccanici interni ed esterni ai box e dai piloti che lo porteranno prima della gara, è caratterizzato dai colori bianco, rosso e blu propri del team di MotoGP.

«Ho incollato tra loro tre lastre di acetato Mazzucchelli per poi andarle a smussare a mano facendo emergere un disegno che è aggressivo ma sobrio al tempo stesso - aggiunge Melis - Altro aspetto di rilievo sono le lenti di alta qualità, polarizzate, in Cr39 Uv400 per una totale protezione e, ovviamente, la calzata, importantissima per chi indossa gli occhiali tutto il giorno». La presentazione ufficiale del modello avverrà in Spagna prima della gara di Jerez de la Frontera, in calendario il 24 aprile.

Swatch by Safilo: tre modelli moltiplicati per settanta

Ieri a Milano è stata presentata alla stampa la collezione eyewear del brand svizzero di orologi, affidata all'azienda padovana



Tre modelli da sole che diventano 210 occhiali (*nelle foto, alcuni esempi*). È la nuova collezione Swatch prodotta da Safilo in uno speciale iniettato e, non a caso, chiamata "Swatch the eyes". Infatti le tre montature, rettangolare, tonda, leggermente a farfalla, possono essere variate con il sistema delle cover, acquistabili a parte e da applicare con grande facilità. Anche le aste sono cambiabili in modo semplice. Per il disegno si va dal quadretto classico al pois, dal bicolore al più modaiolo e sofisticato pied-de-poule. Tutto naturalmente all'insegna del colore, come nel Dna del marchio. E come nello stile dei famosi orologi, gli occhiali sono di ottima qualità e con un prezzo decisamente competitivo. In Italia sono in vendita nei monomarca Swatch.

(Luisa Espanet)