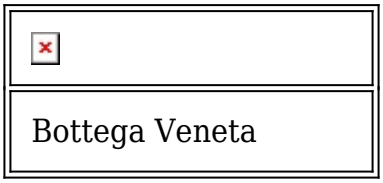
Cresce il mercato dell’occhiale e Bottega Veneta lancia la sua linea



Bottega Veneta

A integrazione del proprio concept, il marchio Bottega Veneta lancia la sua linea di occhiali e si inserisce in un mercato in continua espansione, come testimoniano i numeri del Mido di Maggio e la sfilata dell’Afao di Marzo.



sfilata AFAO di Mosca

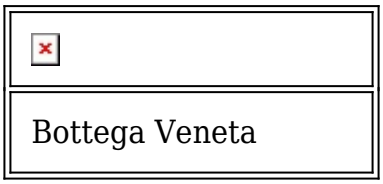
Occhiali. Otto lettere, in grado di cambiare una fisionomia.

A quanto pare, tutti i segni rivelatori delle condizioni del nostro organismo appaiono sul viso, che rivela con l’espressione degli occhi, le pieghe attorno alla bocca, il colore e lo stato dell’incarnato, molto più di quanto si possa pensare.

Serenità e preoccupazioni, fine settimana in riva al mare o utilizzati per le pulizie domestiche di fondo, niente sfugge a questo specchio dell’anima ingigantito, che ci definisce davanti al prossimo prima ancora che possa parlare ciò che indossiamo o il modo in cui muoviamo le mani.

Quindi è evidente che la montatura di due lenti non è solo lo strumento che utilizziamo per migliorare le nostre facoltà visive: diventa da un lato biglietto da visita che dice chi siamo e di che umore siamo in quel giorno, dall’altro potente alleato o temibile nemico del nostro volto che, bello o brutto che sia, quello è: a noi la scelta se valorizzarlo con l’occhiale adatto, o sciuparlo con la scelta sbagliata.

Tutto ciò è verità nota dai tempi di Narciso, e sempre più il mercato dell’ottica, consapevole di ciò, si espande, rafforzando le collaborazioni con la moda e gli stilisti. Le lenti per il sole e quelle per la vista sono ormai parte di un look complessivo che ogni griffe propone al suo mercato come fossero profumi o gioielli.
E spesso gioielli sono.



Bottega Veneta

In questa categoria si può senz’altro inserire la collezione di occhiali da vista che Bottega Veneta ha lanciato recentemente in collaborazione con Safilo: disponibile a oggi in otto modelli, entro l’estate ne verranno lanciati altri sei, e in seguito due volte all’anno verranno proposti i nuovi modelli di stagione.

Del resto, come testimonia la fitta presenza di espositori al Mido di Maggio, e la sfilata che l’Afao (Associazione Italiana Fabbicanti Articoli Ottici) ha organizzato a Mosca lo scorso Marzo al Museo Pushkin per promuovere il prodotto made in Italy, il settore dell’eyewear sta crescendo rapidamente. E nessuno vuole restarne fuori.