

Occhiali

Ray-Ban a Berlino con la linea Tech

Per presentare la nuova collezione di occhiali da sole, Ray-Ban (marchio del gruppo Luxottica) ha scelto Berlino, una delle capitali più vivaci al mondo non soltanto per l'arte e la cultura, ma anche per la tecnologia. Cornice della presentazione e dell'inaugurazione di una mostra ad hoc è stata, mercoledì sera, la Humboldt Umspahnwerk, ex centrale elettrica costruita tra il 1924 e il 1926, chiusa solo dopo la caduta del Muro e riconvertita in complesso per esposizioni ed eventi.

La nuova linea si chiama Ray-Ban Tech: le montature sono in fibra di carbonio, con cerniere monoblocco, le lenti sono in policarbonato o in cristallo e i terminali delle

aste in gomma iniettata.

La mostra allestita a Berlino è un percorso sensoriale e interattivo che ripercorre le tappe dell'innovazione Ray-Ban, dal modello Aviatore, creato negli anni 30 e mai passato di moda, alla collezione Tech di quest'anno. L'investimento in ricerca e in comunicazione di Luxottica su Ray-Ban (marchio nato negli Stati Uniti nel 1937) testimonia la strategia del gruppo di potenziare, accanto al ricco portafoglio licenze - che include marchi della moda come Chanel, Dolce&Gabbana, Prada e Versace - i marchi

propri, in particolare Ray-Ban e Persol, a cui è stato dedicato un evento durante l'ultimo Salone del mobile di Milano.



Superleggeri. Ray-Ban Tech, in fibra di carbonio

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

