



A ciascuno il suo giallo

È scoppiata la giallo-mania
nella moda

pg. 5



**Silhouette
tra gli Austrian
Design Pioneers**

pg. 3



Milano capitale indiscussa del design

Grandissima affluenza per la 54^a
edizione de I Saloni e per gli eventi
collaterali che hanno coinvolto
la città per sei giorni.

pg. 2

Milano capitale indiscussa del design

Il Salone del Mobile è l'evento più importante a livello mondiale per il mondo del design.

La Design Week di Milano trasforma ogni anno la città in un tessuto espositivo che ospita eventi, installazioni, mostre e novità in diversi luoghi della città con il Fuorisalone (dislocato nel Tortona Design District, Brera District, Ventura-Lambrate, la Triennale) e all'interno della fiera stessa, I Saloni. In una sola settimana il capoluogo lombardo muta il suo aspetto e si anima dal mattino alla sera aprendo le porte a 360° alla creatività.

Quest'anno la 54^a edizione del Salone del Mobile ha registrato 310.840 visitatori ed è stata la cartina tornasole per le ultime tendenze del mondo dell'arredo-casa suddivise in tre tipologie stilistiche (Classico, Moderno e Design), a cui si sono affiancate le biennali Euroluce e Workplace3.0/ SaloneUfficio e il Salone Satellite.

Gli espositori di Euroluce sono scesi in campo con le migliori proposte del settore con particolare attenzione all'aspetto illuminotecnico, sempre più sensibile ai temi ambientali del risparmio energetico e della sostenibilità. In occasione dell'Anno Internazionale della Luce e delle tecnologie basate sulla luce, i visitatori hanno potuto godere dell'installazione-evento dell'Architetto Attilio Stocchi "Favilla. Ogni luce una voce". Gli spettatori venivano condotti in un percorso all'interno di una grande scatola nera dove la luce è associata ogni volta a un particolare suono.

Workplace3.0 ha invece riunito le proposte migliori del mondo dell'arredamento per ufficio, banche e istituti assicurativi, uffici postali e ambienti pubblici. Ad animare questi spazi "La Passeggiata" di Michele De Lucchi, una grande installazione ideata con l'obiettivo di creare un percorso circolare che continua all'infinito attraverso i meandri dell'ambiente lavorativo e che pone l'accento



sull'importanza di muoversi anche in ufficio per ricevere gli stimoli fondamentali per il processo creativo.

La 18^a edizione del Salone Satellite, è stato dedicato al tema legato a EXPO "Pianeta Vita".

Il prossimo appuntamento con i Saloni è fissato per il 2016 con le biennali Cucina e Bagno.

Grande affluenza a SEE with Mido



L'occhiale continua il suo percorso al di fuori dei circuiti fieristici di settore e allarga i suoi orizzonti. Come vi abbiamo anticipato nei numeri precedenti, è stato infatti protagonista del Fuorisalone con un evento dedicato: SEE with Mido – See Extraordinary Eyewear. Ospitato presso lo Showroom 31 nel cortile dell'Opificio 31, in Via Tortona, cuore pulsante del Tortona District, ha accolto la scorsa settimana oltre 24 mila visitatori. Grande soddisfazione è stata espressa dagli espositori che si sono dichiarati unanimi nel rilevare l'attenzione di un pubblico colto e sensibile agli occhiali dei Créateurs nonché interessato a capire le ultime novità in termini di tendenze, tecnologia, forme, lenti e colori. Tra i visitatori anche alcuni ottici attirati dalle caratteristiche e dall'offerta innovativa dei brand.



Silhouette al Fuorisalone 2015

Silhouette è stata scelta da Advantage Austria - Wko, Consolato Generale d'Austria, per presenziare insieme ad altri 69 espositori, durante la settimana del Fuorisalone, all'esposizione Austrian Design Pioneers, che celebra lo spirito pionieristico del design austriaco. L'azienda è stata presente con tre prodotti: il modello Titan One, vincitore del Red Dot Design Award 2015, l'occhiale da sole Titan Pure, dotato di una nuova tecnologia che permette di inserire le flessibili aste in titanio direttamente nelle lenti dell'occhiale, e Urban Lite, il modello da vista cerchiato sottile e leggero, fatto nel materiale sintetico SPX+, entrambi vincitori dell'ambito iF Design Award 2015.



Are you
★ NEYMAR JR'S ★
BIGGEST FAN?

Concorso Police per i fan di Neymar Jr

Durerà fino all'8 maggio il concorso Police legato al suo testimonial Neymar Jr, fantasista del Barcellona e asso della nazionale brasiliana. Per partecipare i fan devono immortalarsi da soli o con gli amici in pose o momenti che dimostrano la loro passione per il calciatore (foto dallo stadio, foto con immagini di Neymar) e postarle tramite l'hashtag #nbfPolice attraverso i canali social del brand (Facebook, Twitter, Instagram e Iconosquare). Il concorso mette in palio un weekend a Barcellona per due persone e due biglietti per assistere a una partita nel mitico stadio Camp Nou. Chi non vince il viaggio può sperare di aggiudicarsi una delle magliette autografate da Neymar. La foto del vincitore sarà poi pubblicata sulle varie piattaforme web e social di Police.

Tendenze occhiali 2015: giardino incantato o natura selvaggia?



AM Eyewear

Nell'aria è palpabile un disperato bisogno di rinascita. Un profondo e consapevole desiderio di tornare alle cose genuine, alle origini e alla natura, tra sogno e realtà. Occhiali dall'ispirazione "animalier" con colori sgargianti a contrasto, tartarugati, maculati o in acetato trasparente impreziositi da fiori di cristallo o da piccole creature incantate. Fantasie e stampe floreali, montature molto grandi e dalla forma a farfalla, in eleganti accostamenti di colori, dall'oro pallido al viola, dal grigio scuro al petrolio, fino al ghiaccio e all'argento.



Ti Kiwa, Direttore Creativo Rigards

Mido Lab Academy 3 domande a... Rigards

Da dove nasce l'ispirazione del brand?

Sono attratto dalla bellezza nel senso non convenzionale del termine. L'ispirazione assume tutte le forme: alcune delle nostre montature si ispirano alle creature del mare, alle divinità popolari, a Dart Fener, una montatura squadrata che mio padre indossava quando corteggiava mia madre. Il processo inizia sempre con uno schizzo, spesso su un tovagliolo di carta.

A chi è destinata la collezione?

Agli anticonformisti. A coloro che indossano occhiali da sempre e che desiderano qualcosa di unico, una montatura che si adatta alle persone nel corso del tempo, come un fidato paio di stivali in pelle. Con Rigards, ogni paio di occhiali è unico.

Siete soddisfatti della vostra partecipazione alla Lab Academy di Mido?

Moltissimo. È stata un'ottima idea per farci conoscere da molte persone. I buyer sempre di corsa hanno potuto risparmiarsi tempo e scovare diversi marchi interessanti in una volta sola. Speriamo di tornare anche il prossimo anno. Grande Mido!

Fleye "Miglior brand di design" in Cina

Tenere un discorso in cinese può costituire una sfida per una designer danese. Ma quando Fleye è stata insignita del premio per il miglior brand di design del mercato dell'occhialeria in Cina, Annette Estø ha colto la sfida e ha tenuto il suo discorso da premiata in cinese. Questa scelta ha suscitato grande ammirazione e un lungo applauso da parte del pubblico nel corso della cerimonia di premiazione tenutasi a Shanghai, dove Fleye ha aperto una controllata poco più di due anni fa. Da allora le vendite hanno fatto registrare una rapida impennata. Oggi Fleye è presente in oltre 100 dei più prestigiosi negozi di ottica in 23 delle 30 province cinesi.



Il ministero turco in visita a Certottica

Accredia (Ente Italiano di Accreditamento) e il Taiex (Technical Assistance and Information Exchange Instrument) hanno ospitato i rappresentanti del Ministero del Lavoro e della Sicurezza Sociale della Turchia per una study-visit presso Certottica sul tema: "Procedure di valutazione della conformità e metodi di prova per la sicurezza degli occhiali da sole". I rappresentanti turchi erano interessati ad apprendere le procedure relative alla Sorveglianza del Mercato e all'applicazione della Direttiva 89/686/CEE sui Dispositivi di Protezione Individuale, e in particolare alla Certificazione degli occhiali da sole secondo le norme ISO 12311:2013 e ISO 12312:201. Nelle due giornate di "corso" a Certottica, i rappresentanti del Ministero hanno appreso le procedure di valutazione di conformità, e i metodi e le apparecchiature di prova per la determinazione delle proprietà degli occhiali da sole, finalizzate a garantire la salute e la sicurezza dell'utente.



Campagna Frames of Life

La nuova campagna per la collezione Frames of Life di Giorgio Armani Eyewear racconta le storie di cinque protagonisti, cinque individui che "incorniciano" un frame della loro vita e

lo raccontano in modo spontaneo e autentico: Kelly e il suo legame con l'Italia, Anna cresciuta tra i ghiacci della Finlandia, Melodie che porta con sé il ricordo dei colori della Martinica, Maximiliano e le sue radici tra i profumi della terra Argentina, Maaya e il fascino orientale del Giappone. La collezione propone modelli dai dettagli iconici, realizzati con materiali ultraleggeri, tecnologicamente all'avanguardia, e che determinano uno stile senza tempo. Innovativo il sito dedicato, www.framesoflife.com, dove grazie all'utilizzo della tecnologia FaceTracking, il movimento di apertura e chiusura degli occhi diventa il click del mouse.

Giro poltrone



Jose Alves	<i>General Manager Americas</i>	Transitions
Dave Brown	<i>President & CEO</i>	IDOC
Mark Feder	<i>Chairman</i>	IDOC
Derrick Giannoumis	<i>Senior Vice President & CFO</i>	Look Eyewear
François Kress	<i>CEO</i>	Carolina Herrera
Pelin Munis	<i>Executive Director</i>	RestoringVision
Katelyn Rademacher	<i>Marketing Director</i>	Kenmark
Michela Ratti	<i>Communications Director</i>	Salvatore Ferragamo
Joey Sabado	<i>Sales Director USA</i>	De Rigo Vision
Cristiano Silei	<i>CEO</i>	Dainese

Profumo d'Africa

Quando si parla di design difficilmente ci si riferisce Continente Nero. Negli ultimi anni l'Africa sta invece vivendo un forte momento di crescita sotto questo punto di vista attraverso eventi a respiro internazionale: ad esempio, l'anno scorso Cape Town è stata scelta come World Design Capital, e a Johannesburg sorge il Moad (Museum of African Design), il primo museo del continente dedicato al design. Anche se attualmente è chiuso perché in fase di ampliamento, nel passato è stato il centro di mostre ed eventi in collaborazione con istituzioni culturali internazionali. Un continente in fermento, quindi, che vuole superare il cliché di "etnico" che purtroppo tende ancora a contraddistinguere i suoi designer e le loro opere.



Un giallo per ogni stagione



O lo ami o lo odi. Non ci sono vie di mezzo per il giallo, che dalla scorsa primavera si è affermato come nuance must have. Amato nel mondo dell'arte dagli impressionisti come Matisse e Gauguin e osannato da Mirò, di fatto non è nuovo alla storia della moda. A sdoganarlo è stata la mitica Coco Chanel nel lontano 1920 e poi ha proseguito nella storia, reinventando un tono per ogni stagione. Archivate in parte le tonalità forti dello scorso anno, quest'anno si propone anche nella versione senape-pastello. A ciascuno il suo giallo. A ciascuno la possibilità di bistrattarlo od osannarlo. L'occhiale per ora ha scelto la seconda soluzione.

Occhiali spregiudicati

Tra gli stilisti emergenti nel panorama del fashion internazionale, Vladimiro Gioia spicca per lo spirito innovativo. Le sue creazioni, per lo più pellicce, si affidano al know how di una struttura a conduzione familiare, espressione concreta del vero significato del Made in Italy nella moda, che dal 1989 si distingue immediatamente per le caratteristiche insolite delle sue proposte (intarsi, mosaici e incisione laser di diversi colori). Come ha spiegato a WMIDO, Vladimiro considera "l'occhiale un accessorio molto importante per completare il look, un modo di dare un dettaglio in più riguardante la propria personalità e il proprio stile. Mi piacerebbe disegnare una collezione che rispecchi in pieno il nostro mood, all'insegna del lusso e della spregiudicatezza!".



Il Compasso D'Oro diventa internazionale



ADI
COMPASSO D'ORO
INTERNATIONAL
AWARD

Il Compasso d'Oro, il premio al miglior design italiano indetto da ADI - Associazione Design Internazionale, dopo 60 anni, in concomitanza di Expo, diventa internazionale e propone la prima edizione dedicata al tema del Food Design. Diverse le categorie a cui si potrà partecipare: dalla creazione di prodotti innovativi nei diversi comparti a quella del packaging o della comunicazione, dai processi di ristorazione a quella della valorizzazione dei territori attraverso la cultura del cibo. Per i giovani progettisti, provenienti dalle scuole di design, è stato creato anche un premio di 30.000 euro per stimolare l'ingresso nel mondo professionale. La scadenza per la partecipazione è prevista per il 30 aprile e la premiazione avverrà a Milano nel mese di ottobre presso la nuova futura sede ADI.

world
weekly
wonders **WMIDO**

Direttore Editoriale: Francesco Gili

MIDO Srl Unipersonale · Via Petitti, 16 - 20149 Milano (Italy) · Telefono +39 02 32673673 · P. Iva IT 07164050150

Cod. Fiscale e n. Iscr. Ufficio Imprese di Milano 07164050150 · Cap. soc. 120.000,00 i.v. R.e.a. 1710133

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento da parte di Anfao - Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici

WMido è realizzato in collaborazione con Publicomm srl · Via Mecenate 84/35 - 20138 Milano (Italy) · P. Iva 02030290999

email: redazione@wmido.com