

FORLINI OPTICAL FASHION WEEK F/W 22/23: SANCITA L'UNIONE TRA MODA E OFTALMICA NEL SEGNO DEL LIFESTYLE

Uno solo il desiderio di Gianni Forlini nell'organizzare la serata del 27 ottobre scorso, nell'ambito della Forlini Optical Fashion Week Fall/Winter 2022/23: **unire oftalmica e moda, le due anime caratterizzanti del brand Forlini Optical.**

Detto, fatto: **obiettivo centrato dalla direttrice creativa Angelica Pagnelli** grazie all'idea di focalizzare l'incontro sul concetto di **stile di vita** – trasposto in ottica con il payoff “stile di visione, visione di stile” – attraverso un format che consacra la moda quale portavoce di concetti disparati, trasversali a diversi settori e visioni culturali.

“Assimilare mondi apparentemente lontani rientra all'interno di una macro-tendenza molto in voga in questo momento, ovvero quella della fluidità, in cui tutto si fonde in un solo blend. E questo progetto intersettoriale ne è l'esempio concreto!”

ha commentato soddisfatta Pagnelli.

“Il lifestyle è diventato importantissimo in ottica – sottolinea – poiché nell'individuare la soluzione visiva più idonea si tiene conto dello stile di vita di chi indosserà l'occhiale e, allo stesso tempo, le caratteristiche estetiche di ciascuno di noi sono legate alle singole abitudini. Nel dare consigli rispetto alla montatura migliore si devono dunque considerare routine, passioni e gusti... insomma lo stile di vita!”

DALLA GAMIFICATION ALL'FPURPLE: MIXARE È LA TENDENZA DEL MOMENTO

Secondo lo stesso concetto di **fluidità**, di grande successo nella moda apparel e eyewear delle ultime stagioni, lo stile di vita è sempre più condizionato da tutte quelle attività, azioni, preferenze e rappresentazioni pratiche che contribuiscono a definirne l'idea concretamente, con disinvoltura e scioltezza.

Un esempio su tutti il trend della **gamification**, che sfrutta meccanismi tipici del gioco per coinvolgere potenziali clienti, attirando la loro attenzione verso i servizi e i prodotti offerti. Ecco perché durante la serata in hub è stato presentato un vero e proprio **crucipuzzle Forlini Optical**, per scoprire giocando i valori fondanti del brand.

E se “mix” è il diktat da seguire, per la Forlini Optical Fashion Week più versatile di sempre, anche **l'identità grafica è stata caratterizzata dalla nuovissima tonalità #Fpurple**, creata apposta per l'occasione dalla sovrapposizione cromatica del Magenta e del Ciano, i due colori che contraddistinguono le due anime citate all'inizio (Optical e Fashion).

FORLINI OPTICAL

D A L 1 9 6 1

ATTORNO AL TAVOLO TANTI OSPITI, PORTAVOCI DI ESPERIENZE E STILI DI VITA DIFFERENTI

Dunque, partendo dal presupposto che il lifestyle influisce sulla quotidianità di tutti noi, **Beatrice Montanari, Marketing Manager di Sabbioni**, ha sottolineato:

“Lo stile di vita influenza anche la nostra beauty routine e, di conseguenza, i prodotti di bellezza sono sempre più studiati e modellati sulle diverse esigenze del cliente, persino quelle più intime e personali. Come avviene in altri settori, il lifestyle detta ormai le regole nella scelta di un prodotto di bellezza”.

“La moda cambia in relazione al pensiero che abbiamo di chi poi indosserà l'abito, così come muterà il modo in cui lo farà sentire. Nel concetto di lifestyle c'è tanto della personalizzazione che abbiamo cercato di abbracciare in questi anni”

ha ribadito la **stilista ravennate Cristina Rocca**.

“Lo stile di vita influenza tutta la nostra persona sin dall'età pediatrica. Ecco perché in Genesis ci occupiamo di valutazioni integrate del bambino a 360 gradi, per farlo sentire completamente a suo agio”

ha aggiunto la **dott.ssa Caterina Bucci, direttore generale del poliambulatorio Genesis**.

La **giornalista di moda Alessandra Albarello** ha poi parlato dell'importanza acquisita dagli accessori, in particolare dagli occhiali, nel corso degli anni, di pari passo con l'affermarsi dei diversi stili di vita, legati a passioni e attitudini personali.

E tra i fattori determinanti di uno o l'altro stile di vita c'è sicuramente lo sport. In questi termini è intervenuto al tavolo **Andrea Collinelli, oro olimpico di ciclismo su pista ad Atlanta '96**, che ha spiegato come il benessere visivo di chi pratica attività fisica possa essere gestito nella quotidianità.

La **nutrionista Marta Baldini** ha sottolineato l'importanza di abitudini alimentari sane e salutari mentre l'**attivista di Save The Planet Alessandra Serafini** ha concluso ponendo l'attenzione su una questione che riguarda tutti, a prescindere dallo stile di vita in senso stretto, ovvero la sostenibilità ambientale, una questione trasversale in grado di incidere positivamente sul nostro benessere generale, dunque anche visivo.

PER FORLINI OPTICAL OGNI STILE DI VITA RAPPRESENTA UNO STILE DI VISIONE UNICO DA PERSONALIZZARE E VALORIZZARE

“Lo stile di vita dei nostri clienti condiziona le soluzioni da noi proposte in fase di consulenza personalizzata. L'obiettivo è capire dove e quando useranno il loro mezzo correttivo che sia un occhiale da vicino o da lontano, oppure in caso di necessità di protezione contro la luce blu, o di un sistema antiriflesso, o ancora se si ha il bisogno di una lente con fotocromatismo o adatta alla guida. Ognuno di noi è unico e ha un suo stile di vita. Anche lo stile di vista è unico e personalizzato”

ha spiegato Gianni Forlini.

FORLINI OPTICAL

D A L 1 9 6 1

Ma non si tratta di customizzazione del solo prodotto, **anche i servizi offerti da Forlini Optical sono personali e dedicati.**

“La proposta comprende assicurazioni che proteggono gli occhiali dedicate alla fascia degli adolescenti ma anche alle persone più adulte. Tutte le garanzie sono state pensate e realizzate per soddisfare al massimo le esigenze legate allo stile di vita di ognuno di loro”, ha concluso Forlini.

LIFESTYLE, UN CONCEPT CHE SI È TRASFORMATO IN PROGETTO VIDEO

Il concetto di Lifestyle, lanciato durante l'intera settimana della Forlini Optical Fashion Week, **diventa il trait d'union di tutta la comunicazione del brand e protagonista del nuovo progetto video di Forlini Optical**, che racconta come il benessere visivo sia elemento indispensabile nel determinare lo stile di vita e viceversa.