



cy & Mercury

berg, com o óculo Lindberg Precious

tências de moda

estilo *vintage* permanece em força nas
s de moda *eyewear*. Foi possível obser-
a feira os modelos retro, concebidos em
erziais novos, com avanços técnicos de
a geração e vice-versa.

dos emblemas desta tendência é a mar-
causoleil que, a partir desta Silmo, pas-
chamar-se "**Frédéric Beausoleil Haut
sterie**", uma mudança que serve para
ir a prestigiada casa em mercados mais
sivos do *eyewear* internacional. Esta
ança de imagem, com piscadelas nos-
cas aos anos 60, tanto no logótipo como
imagens de cam-



y Jullien

panha, alcançará o seu zênite na próxima
inauguração de uma boutique exclusiva
em Paris.

Lunettes Kollection, fabricante alemão
de Berlim, é também um exemplo desta
tendência. A sua fundadora, Uta Geyer,
perita em *eyewear vintage*, dedicava-se
a procurar em antiquários óculos do
início do século XX para os vender num
loja em Berlim. Mas há cinco anos
decidiu dar o grande salto e passou a
desenhá-los e a fabricá-los. Cada um
dos 20 modelos de Lunettes Kollection
está pensado para um usuário espe-
cífico: hedonista, cosmopolita, trans-
gressor...

A coleção **Seraphin de Ogi**,
casa norte-americana, é tam-
bém uma seguidora das tendên-
cias dos anos 50 e 60, femininas e
elegantes ao máximo. Ainda que alguns modelos da
Prodesign bebam das tendências
clássicas, o espírito do desenho da
casa dinamarquesa faz as suas cole-
ções brilhar com estilo
próprio. Durante a feira, a
marca apresentou o novo
modelo Iris, cujas hastes
criam um original efeito
3D num óptimo equilíbrio
de cores contrastantes, que
converte estas armações em
objectos exclusivos e emocio-
nantes.

Etnia Barcelona apresen-
tou na Silmo dois novos mode-
los inspirados nas cores da Índia:
Delhi e Agra, leves e resistentes,
foram elaborados em titânio.
A **Mykita** distingue-se uma vez
mais pela originalidade dos seus
desenhos, disponíveis numa
paleta de cores ampla que
vai do chamativo fúcsia ao
mais discreto preto ou met-
al. A casa berlinense cele-
brou no sábado o seu oitavo
aniversário com uma festa
na *Maison des Métallos*, um
estabelecimento cultural da

cidade de Paris, cujo objetivo foi aliar a exi-
gência artística às preocupações sociais. A
marca ofereceu aos clientes o livro "8" onde
se podem ver obras de artistas de diferentes
disciplinas.

A **Mormaii Eyewear** também apresentou as
suas últimas novidades na feira que, nesta
ocasião, incluem três linhas demonstrativas
do ADN desportivo da marca brasileira, ino-
vadoras e versáteis. Flora para mulheres mo-
dernas e decididas; Galápagos para homens
aventureiros e Speranto, unissexo para os
atrevidos e "cool". A marca apresentou ainda
a colecção de óculos de sol "Musicais".
Durante a Silmo, também teve lugar



Bioeyes, Pramaor



Dora the Explorer



ic Berlin



Sponge Bob SquarePants