



FEBRUARY 9TH 2010



FASHION

A MIDO LE NOVITÀ QOINS®

OKIA PRESENTA UNA COLLEZIONE VISTA DAL GUSTO RETRÒ: UN TRIBUTO AL DESIGN E ALLE FORME DEGLI ACCENDISIGARI VINTAGE

Il valore di un oggetto da collezione deriva, spesso, dalla rarità e dalla bellezza dell'oggetto stesso. Per questo motivo anche i modelli della collezione Qoins® possono considerarsi a pieno diritto oggetti "collectables".

Il design che caratterizza la linea Qoins® si distingue per unire sapientemente un gusto retrò ad innovazioni tecnologiche che danno vita ad occhiali in grado di trasmettere forti sensazioni, suggestioni ed emozioni.

Leitmotiv della nuova collezione Mido 2010 è l'accendisigaro: la sua struttura, le sue proporzioni, le sensazioni che un accendino di design trasmette al tatto. Questo oggetto

dettato non solo dalla preziosità o dall'antichità dello stesso ma anche per i ricordi che un effetto personale così speciale può facilmente rievocare.

Okia ha voluto celebrare questo oggetto con la nuova collezione eyewear dedicata agli uomini colti e maturi che amano indossare occhiali preziosi e di carattere. Grazie ad originali dettagli decorativi ottenuti utilizzando la tecnologia HD brevettata da OKIA, si è potuto creare una singolare texture capace di riprodurre l'effetto visivo e sensoriale dell'accendisigari mentre perni e cerniere ricalcano accuratamente le incisioni tipiche dell'ingranaggio di un accendisigaro. Per i nuovi modelli, inoltre, è stato sviluppato un frontale particolarmente confortevole con astine ricche di minuziosi e raffinati dettagli. Classiche tonalità scure donano ai modelli un senso di raffinata eleganza ed esclusività.

Qoins® è una collezione dedicata al pubblico maschile ispirata al design e al gusto retro degli anni '50 e '60. Questa collezione cattura lo stile senza tempo degli oggetti vintage di questi decenni utilizzando nella produzione materiali innovativi che rendono il design di queste montature tattile ed unico.

Publicato il 09-02-2010

    
ARCHIVIO ELENCO STAMPA INVIA MOBILE

