



Gli occhiali Diesel sono tornati sul mercato, più forti che mai.

La collezione primavera-estate 2012 di occhiali da sole è il risultato di una nuova collaborazione tra Diesel e Marcolin: il know-how e le competenze di Marcolin, quotata alla borsa di Milano ed una delle aziende leader del settore dell'eyewear che ha appena "spento" i festeggiamenti per il suo 50nario, fuse con la creatività di Diesel.

Una collezione che parla davvero la lingua del marchio: è audace, è rock, è uno status, è il vintage futuristico for successful Living! a conferma della capacità dell'azienda di Longarone di immergersi nel puro Dna delle sue brand.

10 modelli donna, 7 unisex e 11 da uomo.

Forme iconiche, colori militari, acetati opachi a contrasto con i lucidi, il fluo, accenni bikers e twist sportivi, grafismi e pelle trattata, logo mohicano a vista.

Il " lancio" ufficiale è stato celebrato a Parigi sabato 1 ottobre con un big private party con la performance live del gruppo hindi rocks The Kills alla presenza dei board aziendali, di opinion leaders e celebs.