



**Menlo Park, California, e Charenton-le-Pont, Francia (9 settembre 2021 – ore 9:00 PT) –** Facebook, Inc. e Ray-Ban lanciano **Ray-Ban Stories**, gli smart glasses di ultima generazione. La tanto attesa collaborazione porta con sé una concezione completamente nuova della fotografia, della condivisione e dell’ascolto nei momenti più autentici della vita. Mark Zuckerberg e Rocco Basilico ne hanno dato oggi l’annuncio in modalità virtuale, raccontando i dettagli della collaborazione e l’incredibile potenziale del prodotto.

Protagonisti della linea **Ray-Ban Stories**, con uno stile inconfondibile e iconico sin dagli anni ‘50, sono i modelli Wayfarer e Wayfarer Large. Facebook ed EssilorLuxottica, capogruppo di Ray-Ban, sono stati in grado di sviluppare una tecnologia smart indossabile comodamente anche tutto il giorno: il processore Snapdragon integrato, infatti, non compromette in alcun modo lo stile, il comfort, l’estetica, né tantomeno il peso, che supera di soli 5 grammi quello dei normali Ray-Ban Wayfarer. I **Ray-Ban Stories** integrano una dual camera da 5 MP con funzionalità foto e video, auricolari open-ear molto discreti e un sistema audio composto da tre microfoni per riprodurre suoni e voce in alta qualità durante le telefonate e i video. I **Ray-Ban Stories** sono disponibili in un’ampia gamma di modelli, tra cui i leggendari Ray-Ban Round, per uno stile rétro, o i mitici Meteor. Un prodotto che aggiunge un tocco di brio allo stile quotidiano, a partire da 299 USD (369 CAD, 329 EUR, 299 GBP, 449 AUD) e disponibile con vari tipi di lenti: da sole, da vista, polarizzate, sfumate, Transitions® e neutre.

Oltre a offrire un design iconico e contenuti tecnologici innovativi, i **Ray-Ban Stories** verranno lanciati insieme a un’app integrativa, Facebook View (per iOS e Android), che servirà a importare, modificare e condividere in modo semplice i contenuti acquisiti con gli smart glasses, con la possibilità di caricarli su tutte le app social installate sullo smartphone: Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger, Twitter, TikTok, Snapchat, eccetera.

*“Siamo molto orgogliosi di aver dato vita a Ray-Ban Stories insieme ai nostri partner di Facebook”* ha affermato Rocco Basilico, Chief Wearables Officer di EssilorLuxottica.

*“Questo prodotto rappresenta un punto di svolta e dimostra che i consumatori non sono costretti a scegliere tra tecnologia e moda: possono vivere appieno ogni momento e rimanere connessi, tutto questo indossando i loro Ray-Ban preferiti. Il nostro approccio esclusivo, che coniuga decenni di eccellenti lavorazioni artigianali, spirito di innovazione e impegno a proporre solo tecnologie all’avanguardia, ci ha permesso di creare dispositivi wearable che tutti ameranno indossare.”*

*“Ray-Ban Stories nasce per aiutare le persone a vivere ogni momento rimanendo in contatto sia con chi le accompagna, sia con chi è distante. EssilorLuxottica è stata un partner a dir poco fenomenale e, grazie al suo impegno per l’eccellenza, siamo riusciti a creare un prodotto elegante e di qualità capace di ridefinire le aspettative nel campo degli smart glasses. Stiamo lanciando un modo del tutto nuovo di rimanere in contatto con il mondo e vivere intensamente i momenti più importanti della vita, senza rinunciare allo stile”* ha commentato Andrew Bosworth, Vice Presidente di Facebook Reality Labs.

I Ray-Ban Stories saranno in vendita presso i negozi Ray-Ban e sul sito [ray-ban.com](https://www.ray-ban.com) a partire dal 9 settembre in USA, Regno Unito, Italia, Australia, Irlanda e Canada. A partire dal 13 settembre saranno disponibili anche presso alcuni punti vendita Luxottica tra cui SunglassHut, LensCrafters, OPSM, David Clulow e Salmoiraghi & Viganò e a seguire presso selezionati punti vendita wholesale.

### **EssilorLuxottica**

EssilorLuxottica è leader globale nella progettazione, produzione e distribuzione di lenti oftalmiche, montature e occhiali da sole. Costituita nel 2018, la sua mission consiste nell’aiutare le persone in tutto il mondo a vedere meglio, vivere meglio e godere appieno della vita, rispondendo a esigenze visive e aspirazioni stilistiche personali in continua evoluzione. L’azienda riunisce le competenze complementari di due pionieri del settore, uno nelle tecnologie all’avanguardia per lenti oftalmiche, l’altro nella realizzazione di modelli iconici, per dettare nuovi standard nel settore dei prodotti per la cura della vista e nell’esperienza dei consumatori. Marchi importanti come Ray-Ban e Oakley nell’eyewear, Varilux e Transitions nel settore lenti, Sunglass Hut e LensCrafters nel mondo retail, così come la rete GrandVision (di cui è stato acquisito il 76,72% il 1 luglio 2021) fanno parte della famiglia EssilorLuxottica. Nel 2020 EssilorLuxottica contava più di 140.000 dipendenti e un fatturato consolidato di 14,4 miliardi di euro. EssilorLuxottica è quotata alla Borsa di Parigi e fa parte degli indici Eurostoxx 50 e CAC 40. Codici e simboli: ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP.

### **Facebook**

Fondata nel 2004, la missione di Facebook è dare alle persone il potere di costruire comunità e rendere il mondo più unito. Le persone utilizzano le applicazioni e le tecnologie di Facebook per connettersi con amici e familiari, scoprire nuove comunità e far crescere le imprese.

