Ray Bun история и жизнь

 *Никто не задумывался о том, почему знаменитости прошлых лет любят появляться на публике в шикарных солнечных очках. Стиль и удобство авиаторов, шарм и непредсказуемость вайфареров подчеркивали имидж знаменитостей прошлых лет. Стиль бренда Ray- Bun, как показывает его история, поддерживается высокой репутацией фирмы. Именно поэтому она так популярна с 1929 года.*

 Начало положено в 30-е

 Депрессия, названная потом Великой, не достигла еще своего апогея, но жизнь продолжалась. Популярные артисты, певцы, а больше всего – летчики становятся все популярней в массах. Новые самолеты, требующие особых навыков и знаний, должны обслуживать специалисты высокого класса. Они должны быть грамотными, красивыми и отличающимися от других определенным шиком. Профессия эта сопряжена с определенными опасностями. Для создания защищенности новых героев от вредного влияния профессии создалась новая тенденция Ray-Bun.

 Baunsh & Lomb создало защитные очки от вредного влияния ультрафиолетового излучения и слепящих лучей солнца, причем, без уменьшения четкости изображения. Так год рождения солнцезащитных очков Ray-Bun стал 1929. Тенденция защиты глаз в критических условиях на больших высотах заставила Военно-воздушные силы США объявить тендер на поставку таких очков.

 Победа была присуждена очкам «Aviator» с зелеными линзами.

 Очки компании Baunsh & Lomb созданы с использованием оптического стекла особого качества. Преломляясь в особой структуре, ультрафиолетовые лучи задерживались, а инфракрасные отражались. Отзывы пилотов превзошли все ожидания. Конструкторы создали легендарные «капли» Large Metal, которые являются визитной карточкой американских летчиков.

 Очки были непременным атрибутом летчиков в воздухе и на земле. Зависть гражданского населения была колоссальная. Появился спрос на очки «как у летчиков». Компания Baunsh & Lomb в 1937 решила выпускать очки Large Metal, положившие в последствие название торговой марки Ray-Bun – «не пропускающие лучи». После успешного продвижения этой марки решено было выпустить и серию «Aviator».

 Амелия Эархарт, совершившая в 1932 году одиночный перелет из Соединенных Штатов в Европу была выбрана лицом модели «Aviator».

 Мода ношения очков, сберегающих зрение, перешли к людям спортивным и динамичным, похожих на летчиков. Плакат с надписью «Чемпионы и лидеры носят Ray-Bun» стал популярной рекламой.

 Удобства ношения были воплощены в солнечных очках «Shooter», вышедших в 1038 году с двумя типами линз: «Зеленый Ray-Bun» с линзами как у «Aviator» и «Kalicrom» для туманной погоды (бледно-желтого цвета). Позже появились очки для охотников и рыболовов со знаковым названием «Outdoorsman».