

Extracoop: nel nuovo concept anche l'ottica

Una nuova insegna della catena di ipermercati è stata recentemente inaugurata a Bologna, Modena e Ravenna: i tre negozi sono strutturati come un "mercato urbano", con corner tematici, tra cui anche quello dedicato alla vendita di occhiali



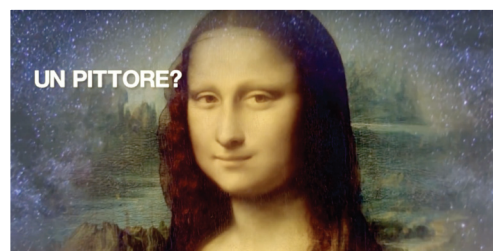
«Extracoop è un format che reinterpreta e va oltre il modello tradizionale di ipermercato, con una esperienza di spesa fuori dal comune basata su offerta, servizi e ambientazione pensati in risposta al cambiamento dei consumatori», si legge in un comunicato stampa di Coop Alleanza 3.0, cui fa capo il nuovo concept, già attiva nel [retail ottico](#). Per lanciarlo Coop Alleanza 3.0 ha scelto i tre negozi più grandi, significativi e frequentati della sua rete: 10 mila metri quadrati a Nova, 12 mila a Grandemilia e 9.500 al Centro Esp, per un totale di circa 850 mila soci nelle tre province coinvolte, rispettivamente Bologna, Modena e Ravenna.

La struttura si articola come un "mercato urbano", con un nucleo centrale, "la via dei freschi", per i prodotti alimentari e, tutt'intorno, "la via della scoperta", con varie aree tematiche: la gioielleria, il bar ristorazione, l'alta profumeria con centro estetico, un negozio di piante e fiori recisi e, appunto, l'ottica. Questo corner «ha una proposta altamente specializzata, con 1.600 occhiali a Grandemilia ed Esp e circa 1.160 a Nova (nella foto), e tante marche – precisa il comunicato - Lo spazio, servito da ottici professionisti, è stato dotato di strumenti nuovi, altamente tecnologici e all'avanguardia: a Grandemilia è presente anche la mola automatica, che permetterà di realizzare occhiali da vista in 30 minuti».

Arese: il genio di Leonardo al centro commerciale

Si svolgerà da venerdì 16 febbraio a domenica 15 aprile, presso lo shopping mall Il Centro, la mostra digitale Da Vinci Experience: proporrà anche alcune postazioni dove i visitatori potranno utilizzare speciali dispositivi per la realtà virtuale

A un anno dalla ricorrenza dei 500 anni dalla sua morte, Il Centro ospita questa mostra multisensoriale grazie alla quale è possibile immergersi nella suggestiva atmosfera del mondo di Leonardo Da Vinci, maestro di scienze umane, arte e tecnica. «Da Vinci Experience è un percorso alla scoperta delle molteplici sfaccettature del genio di Leonardo, articolato sia in una coinvolgente esperienza digitale proposta in un box immersivo, dove si sviluppa una narrazione spettacolare dell'universo di Da Vinci realizzata da Art Media Studio Firenze, sia nell'esposizione del maestoso carro armato e di altre macchine da guerra, riprodotte a grandezza naturale», si legge in una nota degli organizzatori dell'evento, ideato dalla direzione del centro commerciale alle porte di Milano e dalla società di produzione Crossmedia Group, con il supporto di Uncommon che ne ha studiato l'allestimento e le soluzioni tecnologiche.



La mostra multisensoriale coinvolge il visitatore in un'esperienza di stimolazione visiva, uditiva e tattile. «Il percorso, della durata di circa 60 minuti, annunciato dall'enorme ala per il volo umano sospesa sopra l'ingresso, inizia con una sezione allestita con dei pannelli didattici che introducono alla vita e alle opere di Leonardo», prosegue il comunicato. Oltre a questi, sono a disposizione dei visitatori che vorranno provarne i meccanismi, le riproduzioni in scala di alcune macchine civili e militari progettate da Leonardo. «Infine, quale ideale trait d'union tra passato, presente e futuro, nella stessa sezione trovano spazio quattro postazioni per gli Oculus VR dedicate alla realtà virtuale 3D - conclude la nota - Qui, grazie all'applicazione creata appositamente e in esclusiva dagli sviluppatori della società milanese Orwell, è possibile entrare dentro il carro armato e interagire con i suoi meccanismi, navigare con la barca a pale, ammirare ed essere parte del volo sulla Firenze rinascimentale della vite aerea e dell'ornitottero» (nella foto, tratta dal video di presentazione della mostra, il celebre dipinto di Leonardo, la Monna Lisa).

Nature of Reality: a Mido 2018 porta il suo concetto di realtà

Quale immagine proiettare? Quale stile scegliere? Quale l'interpretazione del mondo circostante? Da queste tre domande nasce il marchio canadese fondato dal designer **Orion Anthony**, già proprietario del brand Northern Light, che per la prima volta sarà espositore al salone milanese



«Mido rappresenta per Nor, Nature of Reality un ottimo modo per contattare direttamente ottici, agenti e distributori, anche internazionali», spiega Anthony a b2eyes TODAY. Ed è l'ottico specializzato nell'eyewear d'avanguardia il target di riferimento di Nor. «Professionisti della visione, boutique e reti vendita non interessati all'occhiale griffato, ma a quello indipendente, di nicchia», precisa il designer. Per il debutto, Nor spinge oltre l'occhiale classico. «Mentre lo stile della collezione è molto futuristico (nella foto, un modello), abbiamo tratto ispirazione dai movimenti sociali anticonformisti delle passate generazioni: beatniks, punk, goth, ravers dal – dice ancora Anthony - Nature of Reality è la nostra interpretazione dell'attuale realtà dell'eyewear».

«Nature of Reality verrà distribuito sia nei punti vendita ottici sia nei negozi di abbigliamento e concept store di riferimento in tutta Europa, Italia compresa – spiega a b2eyes TODAY **Tommaso De Simone**, titolare di Spazio 76, cui Nor ha affidato la distribuzione, che conta nel proprio portafoglio marchi anche Sunday Somewhere, Pawaka e Kaleos, per citarne alcuni - Tenendo presente che è un brand molto vicino al mondo della moda, i rivenditori saranno selezionati in modo da mantenere l'esclusiva territoriale».

Il glaucoma aumenta il rischio di cadute e incidenti stradali?

Lo sostengono due studi, entrambi australiani: la causa è la riduzione del campo visivo provocata da questa patologia

Una prima importante conseguenza per il paziente con glaucoma sarebbe il rischio di cadere anche dentro casa. Uno studio, precedentemente realizzato dal Dipartimento di Oftalmologia della Dalhousie University, in Canada, ha dimostrato che, rispetto a un gruppo di controllo in condizioni mediche generali simili, i soggetti affetti da glaucoma avevano avuto una probabilità tre volte maggiore di cadere negli ultimi dodici mesi.

Lo stesso risultato è stato recentemente ribadito dalla Queensland University of Technology di Brisbane che ha raccolto i dati relativi alle cadute di 71 adulti con glaucoma primario ad angolo aperto. Durante il follow up a un anno, il 44% dei partecipanti aveva avuto almeno una caduta e il 31% di queste aveva provocato un infortunio, dovuto proprio alla riduzione del campo visivo.

L'altra indagine ha rilevato che il glaucoma può avere un impatto anche sulla capacità di guidare. La School of Optometry and Vision Science, sempre presso la Queensland University of Technology, ha dimostrato che i pazienti affetti dalla patologia oculare hanno una guida meno sicura e commettono il doppio degli errori rispetto a chi non ne soffre: le disattenzioni al volante riguardavano il posizionamento nella corsia giusta, la capacità di avvicinamento alle altre automobili e il sorpasso. I ricercatori hanno, inoltre, constatato che questi errori si verificano principalmente ai semafori e agli incroci.

