



VENERDÌ 6 OTTOBRE 2017 ANNO VII N. 1447



Il Silmo "italiano" alla prova del... DaTE

Prende il via oggi l'edizione del mezzo secolo della rassegna di Parigi, con una quota rilevante di espositori del nostro paese e una presenza significativa di nostri esponenti nei principali eventi pubblici

Saranno Luisa Redaelli e Alessandro Spiezia, domani pomeriggio, a condurre la tavola rotonda voluta dagli organizzatori del Silmo per ripercorrere cinquant'anni di design nell'eyewear e proiettarsi nel futuro: intervengono una decina tra designer, produttori e ottici italiani, Piero Massaro, Dorian Mattellone ed Emanuele Pugnale per la prima categoria, Nicola Del Din, Marco Lanero e Stefano Scauzillo per la seconda, Salvo Marchi e Marzia Toni per la terza.

La Silmo Academy, l'ormai tradizionale spazio formativo del salone che si terrà da domani a lunedì 9 ottobre, in questa edizione approfondirà il tema dell'abbigliamento visivo nei suoi principali aspetti, con un taglio interdisciplinare. Tra i vari esperti francesi e internazionali che intervengono, oltre al ben noto Giancarlo Montani, che affronterà il tema dei fattori che influenzano la diffusione della luce e l'abbigliamento nei portatori di lenti a contatto, sono in programma anche le relazioni di due professionisti lombardi, Marco Benedetti e Stefano Panzeri.

Silmo sarà un "debutto" anche per [Giovanni Vitaloni](#), che domani mattina da neopresidente di Mido officierà la sesta edizione di Optical Monitor, l'indagine soggettiva sui consumatori finali voluta dalle mostre di Milano e Parigi e affidata a GfK, insieme a un'altra neopresidente, [Amelie Morel](#). Sempre in tema di italianità, l'incognita maggiore riguarda l'interesse degli ottici del nostro paese che vengono a Silmo principalmente per scoprire le novità delle aziende di eyewear di design presenti al Village: dopo l'exploit di [DaTE 2017](#) va quindi verificata l'affluenza dei visitatori italiani a Parigi, a meno di due settimane di distanza dall'evento fiorentino.

Venezia, tra il ponte di Luxottica e la corte sconta di Manuela

Giovedì pomeriggio, poche ore al decollo parigino per visitare i saloni del Silmo. Partire dalla Serenissima è come assaporare in anticipo la bellezza di Parigi senza i clacson delle auto, la grancassa dei martelli pneumatici, il tintinnio prima dell'arrivo della metropolitana

Arrivare all'aeroporto di Venezia con una barca è un lusso accessibile. L'aria è tersa mentre la luce si prepara al tramonto. Voglio concedermi due ore di bellezza prima di "salpare" per il Silmo. Da casa mia a Palazzo Grassi ci si arriva in dieci minuti a piedi. Però devi attraversare il Ponte dell'Accademia. Il grande "Lego" di legno che dal 1933 con i suoi 167 gradini ha fatto di noi veneziani gli scalatori più felici del mondo. Perché dalla cima del ponte hai la più bella vista della Terra. Gli architetti di allora lo realizzarono in 37 giorni per sostituire il precedente ponte sospeso in ferro che contava solo 23 gradini in un'unica arcata, che tuttavia dava grossi cenni di cedimento. Ma oggi attraversare il nostro ponte mi comunica una nuova sensazione.

A breve i lavori di restauro partiranno per sette mesi con il [contributo di Luxottica](#) a copertura totale dell'operazione. Sono felice di questa scelta ma anche smarrito. Domani quando mi fermerò sulla cima del ponte e vedrò quello che ho sempre amato e sempre qualcosa di nuovo non potrò non scorgere all'orizzonte anche il sorriso e il capello bianco ben pettinato del Cavalier Del Vecchio. Chiudo gli occhi, scendo, due gradini alla volta e mi infilo nel percorso più veloce e meno conosciuto per arrivare a Palazzo Grassi. Visito la mostra di Damien Hirst. Narra la storia di un galeone romano inabissatosi con un tesoro di opere d'arte romane. Pare che l'artista le abbia recuperate e abbinare ad altre sue contemporanee. Ma qui i critici sono solidali. Hirst si è inventato una favola. A Venezia le favole sono dietro l'angolo. Percorro la salizada San Samuele, usuale per chi visita il Museo e scorro le parole di Corto Maltese: Venezia m'innamora e mi impigrisce. Non faccio in tempo a finirlo quel pensiero senza voce che noto da una piccola porta di una piccola vetrina una luce sostenuta che arriva da una corte interna. Entro, alla ricerca della mia "corte sconta detta arcana", sempre citando il personaggio di Hugo Pratt. Saluto e salto il primo abitante ma la seconda mi blocca. «Buongiorno, mi dice, posso offrirti un caffè sulla corte?». Solo ora mi accorgo che è un negozio di ottica. Aperto da pochi mesi da Manuela (*nella foto*), una giovane ottica vicentina che ama Venezia come i suoi occhiali. Mi siedo nella corte sconta, cioè nascosta, e la ascolto nel suo sipario di magliette stese ad asciugare. Oltre gli occhiali, dritto agli occhi. È quello che scrive di lei, è quello che fa con me. Nessuna montatura di Luxottica, solo occhiali e quadri che si sono lasciati scegliere dalla sua "pancia". Esco, senza dirle che a pochi metri Luxottica spenderà quasi due milioni di euro per il restauro del ponte che lei probabilmente percorrerà ogni giorno. Questo incontro fra la ragione e l'emozione mi ha sistemato lo stomaco e finalmente posso partire per Parigi come salperebbe Corto Maltese. Con il desiderio di crescere e quello altrettanto forte di tornare.

pillole@nicoladilernia.it



Vivi un fantastico autunno

Premiati con Hoya

Con le lenti progressive Hoya
Visione ottimale e tanti premi

HOYA
Cura per i dettagli

Free Optik mette in scena il cambiamento

La cooperativa, che conta oltre 200 ottici italiani affiliati, ha in programma per domenica 29 ottobre a Roma la convention annuale con un format che promette di essere originale



Non il solito hotel, non la solita sala congressi. Per l'edizione 2017 dell'evento, che si intitolerà "Change" e fa parte del più ampio progetto del gruppo, "L'officina delle idee", Free Optik ha scelto un posto inconsueto per iniziative di questo tipo: la Newton Factory, nel centro della Capitale, a due passi da Città del Vaticano. Il meeting ospiterà un centinaio di professionisti della cooperativa, provenienti da tutta Italia. «Di proprietà de Il Sole 24 Ore, è il luogo in cui si riuniscono ed emergono i manager più importanti – rivela a b2eyes TODAY [Stefano Mele](#) (nella foto), presidente di Free Optik – Ed è anche con questa scelta che vogliamo lanciare un messaggio ai nostri colleghi: il titolo della convention è "Change", ossia l'arte del cambiamento, e con cambiamento non intendiamo solo quello attuale che si sta verificando nel retail, ma anche quello che è in atto attraverso web e social. L'obiettivo sarà capire

se e come l'offline e l'online possano o debbano essere integrati».

Anche l'evento, moderato dallo stesso Mele insieme a Nicola di Lernia, sarà strutturato in maniera originale per un congresso. «Rispetto all'[ultima edizione](#) del maggio 2016 ci siamo spinti oltre – precisa il manager romano – La location favorisce un approccio diverso ed è in grado di coinvolgere il pubblico in modo attivo: all'interno della sala, infatti, si trova una room nella room, ossia uno spazio chiuso, visibile all'esterno tramite uno schermo, che fungerà da palco e dove verranno inscenate in diretta situazioni di vita lavorativa reale, con attori professionisti e secondo un copione prestabilito ma modificabile». Il pubblico sarà, infatti, chiamato a essere parte integrante di questo contesto, fermando su richiesta la scena live e indicando come la sceneggiatura debba proseguire. «Con questa impostazione dell'evento non vogliamo soltanto fornire ai nostri soci mere nozioni, ma intendiamo offrire informazioni pratiche che possano poi essere messe in atto sin da subito nella loro attività quotidiana», afferma ancora Mele.

Numerosi i relatori che spiegheranno che cos'è per loro il cambiamento. «Interverranno alcuni esperti di spicco del settore, che parleranno della propria esperienza, tra cui Dante Caretti, in qualità di ambasciatore del lusso, e alcuni soci di Free Optik, che riporteranno la propria storia professionale all'interno della cooperativa - aggiunge Mele – Confermato, infine, Antonio Genovesi, esperto in comunicazione e formazione manageriale, che ritorna dopo il successo riscontrato lo scorso anno». Anche le aziende sponsor, Hoya, Marcolin, Safilens e Tutornet, saranno direttamente coinvolte nelle attività della giornata formativa.

Mondottica: Sandro e Maje debuttano a Silmo

La multinazionale di eyewear ha siglato lo scorso febbraio un accordo sino al 2023 con i marchi di abbigliamento che fanno capo a Smcp, gruppo francese di moda: le nuove collezioni sono presentate in anteprima alla fiera parigina, che apre i battenti oggi

«Sandro e Maje sono brand perfetti per noi: sono molto noti sul mercato francese e in crescita a livello globale», commenta in una nota [Michael Jardin](#), fondatore e ceo di Mondottica. Sandro, brand creato nel 1984 da Evelyne Chetrite, propone collezioni per uomo e donna (nella foto, a destra, un'immagine di campagna) dallo stile minimalista molto grafico. Così come la prima collezione da vista femminile, che punta a una palette di tonalità classiche, ma decise. Si passa da una montatura rotonda a una a gatto half rime, a una di sapore vintage. Nel sole il brand prende ispirazione dai propri accessori, tra cui la borsa simbolo di Sandro, Lou. Anche per l'uomo le tonalità sono classiche, come grigio e nero, così come le forme.



Maje, marchio di abbigliamento femminile più glamour e sexy, per il debutto nell'occhialeria si ispira agli anni 70, scegliendo come dettaglio la "M" delle sue note borse. Per la collezione di occhiali da sole, l'offerta comprende un modello cat-eye oversize (nella foto, a sinistra), in acetato a due colori, una montatura pilot vintage e, infine una combinazione di due lenti, delineate da un cerchio di metallo dorato. In linea con la collezione di occhiali da sole, quella vista è costruita sulla stessa gamma di colori pastello, tra cui l'avorio, l'oro e il rosa.

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 6 ottobre 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

9° CONGRESSO INTERNAZIONALE
SU AGGIORNAMENTI IN CONTATTOLOGIA
E OTTICA OFTALMICA

Digital eye strain: cause e trattamenti dei problemi visivi associati all'utilizzo di sistemi digitali

MONOPOLI (BA)
15-16 ottobre 2017

