

Foscarini: in mostra ritratti con volti e occhiali

L'arte come mezzo di comunicazione e intesa come occasione di relazione e dialogo con le persone, che va al di là dell'ambito professionale.

Con questo spirito l'ottica vicentina ha deciso di allestire nel suo punto vendita di Thiene la personale

"Tratti e ri-tratti", in programma fino al 15 maggio, che ha coinvolto anche diversi clienti

L'esposizione propone ai visitatori una serie di disegni realizzati da Arianna Foscarini che, a guardarli bene, si rivelano essere dei ritratti, ma non lo erano nell'intento originario. «Questa cosa è iniziata per caso, come una provocazione. Volevo vedere che succedeva usando una Bic e un cartoncino, così come li adoperiamo noi tutti, quando siamo al telefono o a un corso, e tracciamo con la penna delle figure sul foglio. Dunque ho cominciato con il tratteggio – spiega a b2eyes TODAY Arianna Foscarini (nella foto con Matteo, uno dei suoi clienti, raffigurato nel ritratto in alto dietro di lui) - Non avevo intenzione di realizzare dei ritratti, ma avevo fatto un disegno in cui pian piano ho iniziato a distinguere il viso di mia nonna. Sarà stato un processo inconscio... ma così è accaduto per tutti gli altri». E dunque oggi nei tratteggi di Arianna emergono i volti di persone a lei vicine: amici e parenti, ma anche clienti. «Per questo ho pensato di condividere i miei lavori con chi mi è caro e ho scelto di farlo nel mio centro, che rappresenta la mia vita, anche perché il tema erano i volti e gli occhiali – prosegue Foscarini - Ai clienti è piaciuto molto ritrovarsi nei disegni, questo ha rafforzato il nostro legame».



Ad animare il centro ottico il giorno dell'inaugurazione della mostra, il 18 aprile scorso, e in quelli successivi sono stati però non solo i clienti affezionati, ma anche appassionati di arte o semplici curiosi, che hanno sentito parlare dell'iniziativa su Facebook o hanno visto le locandine in paese. «Secondo me la forza di questa iniziativa si è rivelata nel fatto che non ha avuto un risvolto commerciale, ma è stato un modo per creare relazione – commenta l'ottica vicentina - Quando le persone vedono che hai un'anima creativa, capiscono che la tua professione non è un mero lavoro di venditore. Io desidero creare l'occhiale giusto per il mio cliente, vado alla ricerca dei materiali, di un design particolare perché ci credo veramente, la montatura deve essere una cornice per il volto di chi la indossa. C'è uno studio dietro tutto ciò, così come c'è dietro i miei lavori: l'attenzione alla struttura, alle proporzioni del viso che trasferisco nei disegni è anche alla base della mia scelta dell'occhiale. Chi è intervenuto ha capito questo aspetto».

La mostra probabilmente diverrà permanente. «Visto il successo, penso che diventerà stabile, perché qui in negozio i quadri sono nel loro contesto – conferma Foscarini - E poi vedremo: può darsi che il centro ottico si trasformi in una piccola galleria che esponga anche i lavori di qualcun altro anziché i miei. Anche perché l'arte è molto legata alla scelta dell'occhiale, perlomeno la tipologia di montature che noi proponiamo».

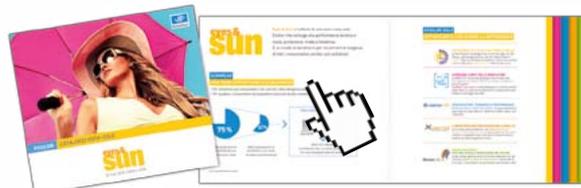
Hoya Sensity: i primi tre vincitori del concorso

Sono Ottica Mastrutti di Udine, negozio avviato nel 1966 nel cuore del capoluogo friulano, Foto Ottica Max di Genova, punto vendita aperto negli anni Ottanta dalla famiglia Angius, e Ottica Abc di Sergio Sgalla, centro ottico indipendente di Ancona

Fino a luglio, acquistando le lenti fotocromatiche di Hoya, i centri ottici italiani potranno partecipare all'estrazione settimanale di un week end in note località turistiche. Per l'edizione primavera estate 2015 del concorso Hoya Sensity, lanciato con successo già nell'autunno scorso, è in palio un week end a Courmayeur o in Puglia e, per il premio finale, a Marrakech, la città più famosa del Marocco.

Da settimana prossima b2eyes TODAY chiederà ai vincitori del concorso quali sono stati i primi riscontri della nuova tecnologia fotocromatica di Hoya sui loro clienti e quali le potenzialità nell'ambito della loro attività professionale.

SCOPRI LA PIÙ
AMPIA PROPOSTA
VISTA-SOLE
ESSILOR



Scarica subito il NUOVO CATALOGO VISTA-SOLE su www.myessilor.it



eyes &
Sun

le tue lenti vista e sole



Expo, si parte: le iniziative degli ottici di Milano centro

Quest'anno nel capoluogo lombardo (nella foto, tratta da "Milano vista dal cielo", di Fabio Polosa, edito da FGE) il corteo del 1° maggio passerà in strade con i negozi aperti. Merito del grande evento, al via domani

Quelli del centro e del Quadrilatero soprattutto partecipano all'inaugurazione dell'Expo con orari di apertura eccezionali. Il mondo della moda e del design è in fermento. L'associazione di via Montenapoleone in collaborazione con Orticolario, dall'1 al 10 maggio trasforma la via in un orto con pomodori, carote, insalata e oggetti di design. Mentre una vip lounge si prepara ad accogliere gli ospiti più viziati con servizi speciali, come personal shopper e private room per shopping in completa privacy. Marinella ha disegnato una cravatta per l'occasione, Geox sponsor tecnico di Padiglione Italia, sandali verdi per lei e sneaker rosse per lui, Serapien una linea di borse da viaggio nei colori del logo Expo e Dirk Bikkembergs una limited edition di slip maschili con scritta in quelle tinte. Il creativo Fabrizio Sclavi ha realizzato una collezione con la stampa dei monumenti più importanti di Milano. Dai porta iPhone e iPad, ai foulard, alle T-shirt, ai panni pulisci-lenti. In vendita nello store specializzato di piazza San Babila.



E nel mondo degli occhiali succede qualcosa? Matuella, ottico di piazza Cadorna dal 1928, accorcia la chiusura per la pausa pranzo, propone occhiali con lenti progressive scontati del 50% e una vetrina dedicata ai pezzi d'archivio. «Siamo piacevolmente spaventati - commenta a b2eyes TODAY Renata Crisafulli, titolare di ViaDanteSedici, dal nome e civico dell'arteria che congiunge piazza Cordusio con largo Cairoli, sede dell'Expo Gate - potrebbe essere una grande opportunità. Non facciamo vetrine a tema, ma cercheremo di valorizzare i prodotti made in Italy». «Ci stiamo organizzando con un grande assortimento di lenti per riuscire a realizzare occhiali express in un'ora», dice al nostro quotidiano Paola Frigerio di Ottica Vigevano, nella vicina Cordusio, che resterà aperta tutto agosto. «Stiamo tornando agli stoccaggi di prima della crisi», aggiunge. Più scettici alla centenaria Ottica Giudici di via Meravigli 18, ad agosto chiuderanno come al solito e non prevedono promozioni o iniziative particolari. Come unica novità per venire incontro agli stranieri, venderanno occhiali Dolce & Gabbana, loro che di griffati avevano solo quelli di Tom Ford. Da Optical Kino in Via Carducci apriranno prima del solito dopo le ferie estive, il 24 agosto. Ma non faranno altro, se non mettere in evidenza i marchi italiani. Molto determinati invece da Ottica FBL di via Torino, non tanto per gli orari, dato che sono da sempre aperti in agosto, quanto per l'interesse al Far East. «Abbiamo assunto un commesso cinese e dedicheremo una parte del negozio agli orientali con modelli che si adattino ai loro volti», spiega a b2eyes TODAY il titolare, Luigi D'Agrada. (Luisa Espanet)

Google e Luxottica, siamo già ai Glass 2.0

La partnership del gruppo di Leonardo Del Vecchio con l'azienda americana, avviata a marzo del 2014, prosegue con lo sviluppo della seconda versione degli occhiali intelligenti

«Gli esperti di Luxottica e Google - si legge nella relazione annuale sul 2014, presentata pochi giorni fa dall'azienda di Agordo - collaborano a progettazione, sviluppo e distribuzione di una nuova versione di Google Glass». Si tratta della seconda generazione di smart glass sviluppati dal gruppo di Mountain View, che sarà rilasciata non appena saranno state messe a punto tutte le specifiche. In base a quanto riportato nei giorni scorsi dai media, per i nuovi Google Glass, che verranno commercializzati al pubblico, Luxottica si occupa dello studio estetico e si è già assicurata l'esclusiva della distribuzione nel settore eyewear. La versione finale degli occhiali, inoltre, sarà più economica, più durevole e disponibile da subito a tutti. Sulle caratteristiche tecniche del nuovo device non trapelano però molte indiscrezioni, se non che il prisma sarebbe stato spostato sulla parte sinistra e separato dalla fotocamera, sul lato destro.

La società statunitense comunque starebbe già studiando l'edizione numero tre, con sempre maggiori contenuti elettronici negli occhiali, più ampie possibilità di realtà aumentata e, in qualche caso, di realtà virtuale. Attualmente in Google sui Glass è operativo come responsabile del nuovo team autonomo di sviluppo Tony Fadell, padre dell'iPod, arrivato a gennaio da Apple.

