

Caradonna mette in mostra il "sesto" senso

Infaticabile esploratore di nuove tendenze e di ambiti legati in maniera non immediata al settore in cui lavora, l'ottico pugliese, affiliato VisionOttica nel suo punto vendita di corso Vittorio Emanuele a Modugno, in provincia di Bari, si appresta ad affrontare un nuovo evento di "MyPerception - L'arte nei cinque sensi". A coronamento del progetto avviato nel 2013, l'eclettico professionista dedicherà, infatti, un momento artistico a un concetto che coniuga percezione reale e virtuale, ispirato anche dall'impatto che le nuove tecnologie hanno sul nostro modo di conoscere e vivere il mondo



«L'evento, la cui data è ancora da stabilirsi, verterà sulla percezione intesa in senso ampio, data da una componente reale, ad esempio olfattiva o gustativa, e da una virtuale, che concretamente non esiste, ma dà a ciascuno una sensazione vera - spiega a b2eyes TODAY Nico Caradonna (*nella foto*) - Pensiamo di trovarci di fronte all'immagine di una torta: non ne sentiamo il sapore, ma viviamo comunque un'esperienza sensoriale che innesca dei meccanismi fisiologici». Se con i precedenti appuntamenti Caradonna aveva proposto un progetto artistico culturale incentrato sui cinque sensi, in cui la chiave d'accesso era sempre la vista, con la nuova mostra approccerà il tema della percezione in maniera più globale. «L'evento sarà un *excursus* del progetto già allestito dal 2013 per approdare a un ulteriore sviluppo che rappresenta ciò che è diventato il nostro modo di percepire abitualmente. Un modo del tutto nuovo, diverso da quello semplice e immediato che una persona poteva sperimentare anche solo poco più di dieci anni fa e che non può più separare i due aspetti». Per questo il sesto appuntamento si chiamerà semplicemente MyPerception, perché resta legato al precedente percorso, ma anche perché, a differenza degli altri che di volta in volta venivano identificati con Eye Vision, Nose Vision e così via, allude al modo di percepire *tout court*, senza riferimenti a un senso specifico. La nuova mostra avrà il patrocinio dell'Accademia delle Belle Arti, del Comune e della Provincia di Bari, oltre che della Regione Puglia e del Comune di Modugno.

Dato il numero di artisti coinvolti nel progetto, circa 40, la manifestazione non si svolgerà come le altre presso VisionOttica Caradonna di Modugno, ma necessiterà di una location più ampia che rappresenterà il concetto di percezione reale e virtuale con una propria installazione. «Anche all'ultimo opti, dove su questo tema è stato allestito uno spazio *ad hoc*, mi sono soffermato su questo aspetto - conclude Caradonna - Presto il nostro settore si dovrà affacciare al mondo della realtà aumentata, perché strettamente connessa alla percezione visiva. Certo non tutti potranno o vorranno trattare l'argomento, lavorare con sistemi complessi come gli smart glass va al di là del puro ambito della visione, richiede passione per la tecnologia e competenza. Però è necessario che noi ottici iniziamo a ragionare in questi termini e cominciamo a interessarcene». (Nicoletta Tobia)

Andom chiude e ricorda Bovey

Come anticipato da b2eyes TODAY del 14 gennaio, l'Associazione nazionale della distribuzione ottica moderna, nata nel 2002 dall'unione di GrandVision-Avanzi, Randazzo-Optissimo, Ottica Romani e Salmoiraghi & Viganò con l'obiettivo di marcare la propria presenza nel settore, ha cessato di esistere con la fine del 2014

«Acquisizioni e accorpamenti tra le aziende associate, avvenute in questi ultimi anni, rendono nei fatti superflua la sua esistenza - spiega un comunicato dell'Associazione - In questi dieci anni Andom ha più volte rappresentato le idee, le posizioni e la voce delle aziende distributive, partecipando attivamente, e in varie occasioni, al confronto con le istituzioni, con le altre associazioni del settore, a tavoli di lavoro, a seminari e ad azioni di sensibilizzazione e prevenzione della salute oculare».

«Riccardo Perdomi, suo ultimo presidente, desidera ringraziare i vari colleghi, delegati dalle loro aziende a rappresentarle nel consiglio Andom, che in questi anni hanno dedicato attenzione e tempo ai lavori e ai temi sviluppati insieme, con spirito franco e di fattiva collaborazione - prosegue la nota - Un particolare ricordo e ringraziamento va al caro e compianto amico Marco Bovey, prezioso consigliere, sempre disponibile e attento all'evoluzione del mercato e della figura professionale dell'ottico in Italia».

Marco Tovaglia TODAY

India: lac a rischio contaminazione per la pioggia

Nel paese, durante la stagione monsonica, i temporali sono frequenti e incessanti: l'acqua che li caratterizza sembra non essere pulita, soprattutto quella delle gocce che cadono dai palazzi o dagli alberi, e potrebbe rappresentare una fonte di infezione per i portatori di lenti a contatto

Keiki Metha, chirurgo oftalmico indiano, raccomanda di risciacquare e disinfettare immediatamente le lenti a contatto una volta rientrati a casa, se ci si è esposti a piogge monsoniche, poiché l'entità dei microorganismi batterici contenuti nelle gocce pluviali rappresenta un elemento di elevata pericolosità in termini infettivi. «Cercate di non guardare in alto mentre attraversate percorsi circondati da palazzi, evitando il più possibile, in questo modo, che gli occhi possano rischiare una contaminazione batterica - sottolinea l'oftalmologo indiano - In caso accadesse di ricevere gocce di pioggia direttamente negli occhi, è importante ricorrere il prima possibile a un lavaggio accurato degli occhi con acqua pulita». Metha consiglia, inoltre, di utilizzare un occhiale protettivo con lenti neutre, come barriera alle particelle di sporco sollevate dal vento. *mtovaglia@gmail.com*

SEI TU IL PROTAGONISTA

Domenica 1° marzo - ore 18:30
Palazzo del Ghiaccio
di Milano
Via Giovanni Battista Piranesi, 14
UN EVENTO UNICO
RISERVATO AGLI HOYA CENTER

HOYA

Hoya Center protagonisti al Palazzo del Ghiaccio

Domenica 1° marzo, presso lo storico edificio di via Piranesi a Milano, è in programma un evento riservato ai centri ottici partner dell'azienda di lenti oftalmiche

«Sono convinto che Hoya, con la nuova campagna di comunicazione, garantirà ancora più successo e soddisfazione ai propri partner, che saranno protagonisti nel valorizzare la propria immagine di professionisti del benessere visivo», afferma in un comunicato Maurizio Veroli, presidente e amministratore delegato di Hoya.

Con la campagna "Sei tu il Protagonista" «i partner Hoya potranno comunicare la propria professionalità in modo ancora più innovativo e impattante, potenziando ulteriormente il proprio business», sottolinea la nota (*nella foto, il logo dell'evento*).

Pop-Eye: gli occhiali parlano anche in altre lingue

Alcune aziende straniere hanno voluto essere allo spazio dedicato all'eyewear, nato dalla collaborazione tra Mido e Pitti Uomo, che fino a venerdì scorso ha presentato in anteprima le collezioni autunno inverno 2015-16

Etnia Barcelona, a Pitti Uomo da cinque stagioni, ha proposto il modello di punta in alluminio con aste in acetato, passato in un bagno d'oro o di platino e lenti in vetro Barberini. Un ritorno anche per **Sunpocket**, marchio francese degli anni '70 legato allo sci, comprato e rilanciato da uno svedese nel 2011. Prodotto a Mauritius, dove lo era inizialmente, rivisita in chiave fashion i modelli vintage dello sport (*nella foto*) a un prezzo interessantissimo. Soddisfatti della scelta anche Dave Lochhead, general manager di **Finlay & Co.**, brand di lusso accessibile, nato tre anni fa a Londra. Gli occhiali hanno uno, tre o sette strati in aceto di tipo e colore diverso, e interno in acetato, anche con lenti sovrapponibili. Viene da New York **Dom Vetro**, ma vuole portare avanti la tradizione dei grandi maestri artigiani italiani, con modelli in acetato di grande qualità. Ha un nome francese, ma è di Milano, **Les pièces uniques**, nato tre anni fa nella trentennale azienda Mdm. Sono pezzi unici perché creati per esaltare il lato personale di ciascuno. Ci sono modelli a mascherina anni '80, in cellulosa con filtri applicabili e decisamente fashion, perfetti, quindi, per questa fiera.

C'è anche chi come **Kyme** ha preferito Pitti W, come nelle scorse edizioni, o chi come **Clan** lo ha scelto per il debutto, credendo in una maggiore visibilità. **Shwood** con la sua collezione in legno è rimasto nel mondo dello sportswear del Padiglione Cavaniglia, all'interno di Pitti Uomo. (*Luisa Espanet*)

