



## Cdv, il raggio d'azione si allarga

Letture, fitness, ma anche iniziative contro i tumori: il 2017 sarà ricco di nuovi appuntamenti per l'organismo interdisciplinare che si occupa di informazione e prevenzione visiva



Dal 19 al 23 aprile Commissione Difesa Vista Onlus sarà presente alla prima edizione di Tempo di Libri, la nuova fiera dell'editoria italiana che si svolgerà presso Fieramilano Rho su 35 mila metri quadrati di superficie, «con uno stand al padiglione 4 dove verranno offerti test gratuiti della vista e della salute degli occhi effettuati da medici oculisti in collaborazione con ottici specializzati, perché una buona esperienza di lettura parte da una perfetta salute degli occhi – si legge in una nota di Cdv - Leggere è un'attività tutt'altro che banale: la scienza ci dice che quando ci troviamo di fronte a un testo, i nostri occhi lo scansionano

orizzontalmente riga per riga e da sinistra a destra, in un percorso definito a "saccadi e fissazioni". I nostri occhi procedono "a salti" (saccadi) di circa sette-nove caratteri, soffermandosi per qualche frazione di secondo in più su alcuni punti-chiave corrispondenti in genere alle parole più importanti e più significative. Queste pause sono le fissazioni necessarie all'occhio per inquadrare le parole-chiave ponendole ogni volta in corrispondenza del centro della retina, dove si trova l'area più sensibile dell'occhio, la fovea. Naturalmente perché questo processo avvenga in modo corretto, è fondamentale che la nostra vista sia corretta e che tutto funzioni al meglio».

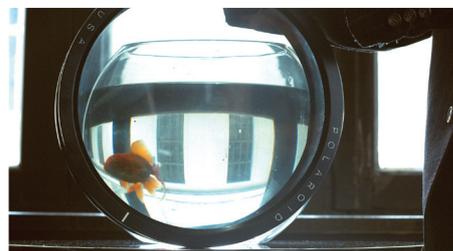
Al termine del test sarà rilasciato un foglio esiti che rappresenterà solo un'indicazione utile in vista di controlli più approfonditi. L'iniziativa di Cdv Onlus è supportata come partner da Essilor per la parte ottica, con due Visiotest, un frontofocometro e un autorefrattometro, e da Zeiss Medical Technology per la parte oculistica, con un OCT e una lampada a fessura. Tempo di Libri sarà soltanto la prima tappa di un intenso tour di sensibilizzazione da parte di Cdv, che coprirà l'intero 2017 e che è stato illustrato all'ultimo Mido e anche al Congresso Aadoo dello scorso weekend, dove la Onlus era presente con uno stand. «Agli appuntamenti tradizionali degli ultimi anni, come il Tour della Vista nel periodo autunnale che toccherà quest'anno Marche, Lazio, Umbria e Abruzzo, con particolare attenzione alle zone colpite dalle molteplici scosse di terremoto dei mesi scorsi, l'evento Quattroruote di settembre in provincia di Pavia dedicato alla guida e G come Giocare di novembre a Milano per la prevenzione sui più piccoli, quest'anno il programma di Cdv si arricchirà di altre occasioni di sensibilizzazione dell'utente finale - ha spiegato a Mido 2017 [Federica Andreoli](#), responsabile comunicazione di Commissione Difesa Vista e di Anfao, che insieme ad Aimo, Assogruppi Ottica, Assottica e Federottica compone la Onlus - Tra maggio e ottobre saremo presenti a Roma, Bari, Bologna e Brescia all'iniziativa "Race for the cure", tre giornate di sport, salute e benessere per la lotta ai tumori del seno in ognuna di queste località: alcuni recenti studi, infatti, evidenzerebbero legami tra patologie oculari e tumorali, per cui Cdv ha deciso di portare il proprio contributo di prevenzione e informazione. Infine a giugno i nostri screening verranno ospitati anche da Rimini Wellness, rassegna leader in Italia per quanto riguarda fitness e benessere» (nella foto, un frame del video istituzionale di Cdv).

## Polaroid si perde in... una coppa d'acqua

Dura tre minuti, ma racconta ottant'anni di una scoperta rivoluzionaria il corto del regista Nacho Gayan, uno dei più affermati nel mondo pubblicitario, ideato per celebrare l'housebrand di Safilo e mostrato alla stampa ieri a Milano

L'ha voluto Polaroid per festeggiare l'importante anniversario. L'atmosfera, le luci, gli ambienti sono quelli dell'*Attimo Fuggente* di Peter Weir. Siamo ad Harvard nel 1927. La macchina da presa inquadra uno studente magro, con lo sguardo intelligente. Un attimo dopo lo si vede guardare un blocco di vetro sfaccettato e quindi lasciare l'università.

Lo ritroviamo nella biblioteca della Columbia University a New York, davanti a un microscopio. Da questo momento il ragazzo non è più uno sconosciuto, ma è Edwin Herbert Land e soprattutto la sua intuizione diventa la grande protagonista. La racconterà a un consesso di esperti mostrando attraverso due grandi lenti, ovviamente polarizzate, un pesce rosso in una coppa (nella foto). Poi togliendo le lenti lo farà scomparire. Dimostrando così la scoperta di filtri polarizzanti che bloccano il riverbero della luce. I flash finali sono dedicati all'evoluzione dei famosi occhiali, all'uso in Aeronautica durante la Seconda Guerra mondiale, alle campagne più importanti, alla moda, allo sport. E a conclusione un'ironica battuta legata a *The fish bowl*, che è anche il titolo del corto, su tutto quello che si perde senza le lenti giuste. ([Luisa Espanet](#))





## L'ottica infedele

Sull'ultimo numero de "La Lettura", inserto domenicale del *Corriere della Sera*, un articolo analizza i valori in via di estinzione: mi soffermo in particolare sulla questione della fedeltà

Maurizio Ferrera si addentra nel tema infedeltà e politica e introduce il principio che «la democrazia ha promosso nuovi equilibri tra fedeltà e autonomia di scelta». In sostanza la democrazia, la libertà di decidere, mina i valori della fedeltà e i nostri tempi, per quanto si creda, sono sinonimo di una maggiore libertà di decisione. «Negli ultimi decenni – scrive Ferrera – tutto questo è velocemente cambiato. Dagli anni 60 a oggi gli iscritti ai partiti sono calati dal 20% al 5% degli elettori. I tassi di sindacalizzazione sono scesi di una quindicina di punti». Dove sta l'uomo di oggi? Seguendo la riflessione di Ferrera, non certo nella grande fabbrica o azienda, che hanno smesso di essere il luogo primario di socializzazione. Paradossalmente negli Usa la gente continua a giocare a bowling ma ci va da sola. È in corso un processo di individualizzazione alimentata dai media e dai social dove noi stiamo con tutti ma operiamo da soli. Snobbiamo i partiti e le associazioni spingendoci sui "movimenti" che nascono e svaniscono. Siamo diventati infedeli agli altri e fedeli solo a noi stessi. Non vogliamo essere più lineari nei nostri comportamenti e cerchiamo ogni volta delle conferme dei nostri cambiamenti di vita e di consumo.

L'ottica di oggi, soprattutto il retail professionale, soffre di questo nuovo umanesimo esasperato. Quello che i tecnici chiamano "retention rate", l'abilità di un'impresa a fidelizzare i propri clienti, sta diventando un'utopia piuttosto che una vocazione. Frutto anche questo di una crisi economica e di valori ormai lunga? In parte sì. Ma come in ogni matrimonio le colpe non stanno mai solo da una parte. Quanto è stata infedele l'ottica rispetto al suo pubblico in questi anni? Occhiali griffati di produzione cinese. Montature di basso contenuto tecnico svendute dagli outlet fino a 10-15 volte il loro prezzo di fabbrica. Lenti a contatto vendute sul web a un prezzo inaccessibile all'ottico da banco che le ha applicate. Lenti da vista standard con marginalità ancora degli anni 80. Se passiamo dal prodotto al servizio, basti pensare a occhiali progressivi proposti a prezzi più o meno competitivi ma senza la preparazione tecnica adeguata e con un rimbalzo d'immagine penalizzante. Nella vita si diventa infedeli anche perché non si trova, dove di solito lo si cerca, quel qualcosa che renda il rapporto solido, incontestabile. Adesso lo abbiamo capito. L'infedeltà è il nuovo pane dei nostri giorni ma sono convinto che questa scelta alla maggior parte della gente costi. Se vogliamo riprendere la corrente dobbiamo fare quel passo indietro che ci permetta di riconquistarci quel qualcosa che è stato perso. Per colpa di tutti e di nessuno. [pillole@nicoladilernia.it](mailto:pillole@nicoladilernia.it)

## Pepe Jeans, anche gli occhiali nel nuovo concept di Londra

Il marchio fashion ha aperto gli spazi in Regent Street, che conterranno le collezioni donna, uomo, denim, calzature e accessori su un unico piano e inaugurano un'idea di retail ispirata a un innovativo sistema di vendita al dettaglio

Progettato insieme a Martin Brudnizki Design Studio, che collabora anche con Four Seasons e la Royal Academy of Arts, il nuovo flagship store Pepe Jeans «è ispirato alla filosofia di creare un marchio accessibile a tutte le età e combina un mix eclettico di contrasto dei materiali con una particolare attenzione alla lavorazione artigianale, fornendo uno spazio di vendita al dettaglio che ispira tutte le generazioni – si legge in una nota del brand – L'area dedicata agli accessori, tra cui anche gli occhiali in licenza a Mondottica, è dotata di un grande divano giallo che crea un punto focale, completato da un tavolino vintage e da una lampada di rame offrendo un'atmosfera rilassata, con il compensato e gli scaffali in ottone (nella foto).



Accanto alla collezione di accessori c'è un'opera esclusiva, che nasce dalla collaborazione tra Pepe Jeans e l'artista Ian Berry, con cui il marchio ha un rapporto continuativo». L'introduzione della tecnologia Rfid negli spogliatoi consente al consumatore di usare uno schermo interattivo che riconosce l'abito che sta provando: fornisce un'immagine del capo utilizzato all'interno di un look, permettendo al cliente di vedere come poterlo emulare, e consente di collegarsi all'assistente di vendita per richiedere una taglia diversa, senza dover lasciare il camerino di prova. «Questo negozio rappresenta un nuovo capitolo per Pepe Jeans, Londra è il luogo dov'è nato e quindi è giusto che abbiamo aumentato la visibilità del marchio nella capitale – commenta nel comunicato Mark Blenkinsop, responsabile dell'ufficio marketing di Pepe Jeans Group - L'obiettivo non era solo aprire un nuovo punto vendita, ma offrire un'esperienza d'acquisto innovativa. Abbiamo collaborato con Martin Brudnizki Design Studio per elaborare un nuovo sistema di vendita al dettaglio globale per Pepe Jeans e Regent Street è il negozio pilota per questo nuovo concept».

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

Supplemento al 13 aprile 2017 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata

CONVEGNO NAZIONALE

IL FUTURO DEL COMMERCIO DELL'OTTICA SARÀ IN FRANCHISING?

22 MAGGIO 2017 Campi Bisenzio - Firenze Centro Congressi Spazio Reale

