

Museo dell'Occhiale: per i 25 anni va in trasferta a Milano

In occasione dell'importante anniversario dalla fondazione, una selezione degli oggetti normalmente esposti nelle sale della struttura sarà ospitata dalla Casa d'aste Pandolfini, una delle tappe del circuito Milano Fine Arts. Durante l'anno, nella sede di Pieve di Cadore, in provincia di Belluno, si svolgeranno, inoltre, una grande mostra d'arte con il contributo di Safilo e una serie di eventi celebrativi e divulgativi al tempo stesso



Fondato nel 1990, il Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore, che raccoglie più di 4 mila reperti che raccontano la storia di questo accessorio dall'antichità ai giorni nostri, compie 25 anni. Per festeggiare la ricorrenza, la struttura museale ha deciso di mettere in cantiere una serie di eventi con l'obiettivo di avvicinare le persone al mondo dell'occhiale. «Fino al 24 luglio il Museo è presente a Milano, presso le sale della casa d'aste Pandolfini, con una selezione di circa 80 pezzi della nostra collezione (*nelle foto, alcuni degli oggetti esposti*) - afferma a b2eyes TODAY la curatrice Laura Zandonella - Si possono osservare molti manufatti curiosi legati al mondo delle lenti e degli occhiali, che ripercorrono la storia di questi accessori dalle origini fino al 1800, secolo nel quale si sono trasformati da semplici strumenti di correzione visiva a oggetti preziosi e di moda».

Nell'ambito della mostra "Storie straordinarie di invenzioni rivoluzionarie", organizzata con il contributo di Anfao, i visitatori possono dunque ammirare occhiali da parrucca o da cappello, pince-nez, fassamani, astucci, ventagli con occhiali o lorgnette celati al loro interno, bastoni da passeggio con occhiali, binocoli, cannocchiali, monocoli, lenti di ingrandimento e molto altro ancora. Da metà luglio e fino al 6 gennaio 2016, inoltre, il museo di Pieve di Cadore ospiterà una grande mostra dedicata all'occhiale nell'arte, con quadri di grandi maestri tra i quali Matisse, Warhol, Guardi, molti dei quali per concessione di Safilo Private Collection. «L'esposizione, collocata nelle sale del museo, sarà arricchita da una serie di corner tematici dedicati all'approfondimento di alcuni soggetti, come l'autoritratto con occhiale o l'occhiale nel dipinto sacro - spiega ancora la curatrice - Per tutta la durata della mostra poi programmeremo una serie di eventi a essa legati, come aperitivi, laboratori didattici per bimbi e adulti e così via». Ad agosto, infine, il museo organizzerà una serata di festa aperta a tutti. «Ci saranno musicisti, danzatori e molte altre attività ed esibizioni, tutte riconducibili al mondo dell'occhiale e della vista - conclude Zandonella - L'intento celebrativo di queste iniziative è chiaro, ma va detto anche che si inseriscono in un percorso che portiamo avanti da tempo. Tutti gli anni allestiamo mostre temporanee all'interno del museo, per sviscerare di volta in volta un argomento legato all'occhiale, per stimolare chi c'è stato a tornare e per offrire qualcosa di più al turista che si trova sul nostro territorio».



Blackfin in estate "riflette"

I modelli best seller, prodotti e distribuiti da Pramaor, sono ora proposti con lenti specchiate o sfumate

In linea con i trend più attuali le lenti specchiate, in varie tonalità, dal blu all'oro, dall'arancio all'argento, si alternano a versioni sfumate marrone, fumo e blu. «Le forme tonde dei modelli Ardee (*nella foto*), Eagle e Bayview, le linee squadrate delle proposte Cleveland e Shanks e il pantos Pearson acquistano una nuova personalità: titanio e beta titanio di altissima qualità, lavorati interamente in Italia, creano un gioco di colori e contrasti, in cui lenti e montatura si abbinano con stile per un occhiale moderno e al tempo stesso tecnologico», si legge in un comunicato di Blackfin.



Scopri la nuova gamma
di lenti Progressive ZEISS.



Nuove
con l'esclusiva
Digital Inside™
Technology

White: in scena pochi occhiali

Al salone milanese c'erano solo quattro marchi, di cui due new entry. In controtendenza, dato l'alto numero di montature sulle passerelle dell'ultima fashion week milanese



Probabilmente la vicinanza con il Pitti e il suo spazio Eye Pop ha obbligato i più a fare delle scelte. Non così per Delirious che, presente anche alla manifestazione fiorentina, è tornato a White per la seconda volta. Con i modelli in corno di bufalo, viti in titanio e lenti a cinque strati antiriflesso, antiappannamento, che non si rigano. Assolutamente in tendenza propone occhiali da vista anche per chi di vista non ha problemi, ma con lenti dotate di speciale filtro per proteggere gli occhi dal riflesso del sole. Anche Spektre, applauditissimo al Pitti per l'occhiale speciale in oro di Goldmaniac, era presente a White, ovviamente senza novità rispetto a Firenze.

Tra i "nuovi arrivati" BZP Sunglasses, nato in Irpinia nel 2014. Già dal nome, sigla delle benzodiazepine (principio attivo degli antidepressivi) rivela la sua connotazione modaiola. Non a caso per il momento è venduto solo nei negozi di moda. Gli occhiali, made in Italy, giocano sui colori delle collezioni, sono soltanto da sole con un unico modello sviluppato in diverse tinte sia nella montatura sia nelle lenti. Anche gli occhiali Yossa on the Rocks (nella foto), che hanno debuttato quest'anno a Mido, sono strettamente legati al mondo del fashion. I suoi creatori, infatti, hanno diverse boutique. I modelli sono unisex, in acetato, da vista e da sole, con la caratteristica dei diamanti sintetici incastonati. Proposta anche una riedizione di un modello pieghevole del 1948, attualissimo. ([Luisa Espanet](#))

Vision Group: la forza dell'esclusiva per gli housebrand

Alle private label Contemporary Heroes, Visi-On e CH Textureyes ora si aggiungono Façonnable, Paul & Joe e Red Bull



"Noi ci mettiamo gli occhiali" è il claim della campagna che Vision Group ha lanciato il mese scorso per promuovere le sei linee di occhiali che costituiscono il rinnovato portafoglio prodotti brand e private label, distribuiti in esclusiva per i centri ottici affiliati.

«In un mercato competitivo come il nostro l'unico modo per distinguersi dalla concorrenza è adottare prodotti e servizi in grado di fare la differenza - spiega a b2eyes TODAY Cinzia Galbusera, category specialist del comparto occhialeria del gruppo - Questo è il motivo per cui, anche con un impegno importante, Vision Group ha deciso di offrire ai propri affiliati lo strumento della distribuzione in esclusiva di sei diversi brand». Tre linee sono private label, Contemporary Heroes, Visi-On e CH Textureyes, cui si aggiungono tre nuovi marchi. «Abbiamo voluto accontentare anche quei clienti un po' più esigenti, per i quali anche la notorietà del marchio fa la differenza - sottolinea Galbusera - Per questo ci siamo garantiti la distribuzione esclusiva in Italia di Façonnable (nella foto, a sinistra, un cartello vetrina), Paul & Joe e Red Bull Eyewear (nella foto, a destra)». Su [b2eyes magazine 5](#) è presente l'intervista completa a Galbusera.



EDIZIONE SPECIALE **EXPO 2015**

Il libro sulle linee guida per una corretta alimentazione completo delle più gustose ricette della cucina italiana

