



Buccheri: sullo stile le lenti fanno "muro"

Il professionista siciliano ha allestito da circa due mesi nel punto vendita di Sortino, in provincia di Siracusa, una speciale parete che ospita tutte le tonalità dei filtri Hoya, a disposizione del cliente finale



Considerato che uno dei suoi partner storici, Hoya, mette ormai a disposizione circa 135 colorazioni fashion e particolari per personalizzare le lenti, Michele Buccheri ha avuto un'idea: attrezzare una parete del proprio negozio con un pannello di circa due metri e mezzo per un metro e mezzo (nella foto) per esporre una accanto all'altra tutte le tonalità proposte e regalare così alla clientela un colpo d'occhio esauriente e d'impatto sulle opzioni a sua disposizione. «Un'idea che è piaciuta moltissimo a Hoya, la quale mi ha dato grande supporto fornendomi le lenti - spiega Buccheri a b2eyes TODAY - Innanzitutto volevo diversificarmi, offrire un servizio differente ai nostri clienti e mostrare concretamente, per farla apprezzare, quella varietà che noi potevamo solo descrivere a parole». Ma non solo. L'iniziativa nasce anche dalla volontà di offrire un ruolo di primo piano alla lente, obiettivo verso cui Ottica Buccheri indirizza i propri sforzi già da anni, conferendo uguale spazio e dignità in negozio anche all'altra componente dell'occhiale. «Le anime dell'occhiale sono due: spesso ci si concentra sulla montatura, ma la sua bellezza è data dal connubio con la lente - commenta l'ottico siciliano - Quello che diversifica i negozi è anche saper consigliare il prodotto oftalmico, che è tecnologia ed estetica al tempo stesso. Questa parete fa vedere tutte le tonalità fashion che permettono di essere in linea con i tempi e con la moda: stare al passo con tutto ciò che il mercato oggi ci mette a disposizione risulta determinante».

Il pannello è collocato nella parte centrale del centro ottico. «L'abbiamo posto nella zona del vista, che ha una vendita assistita: al momento di definire il colore delle lenti il cliente ha tutta la comodità di decidere quello che gli può interessare - prosegue il professionista - L'effetto è stato davvero positivo, da quando l'abbiamo predisposto sono incrementate le richieste di queste colorazioni che prima si vendevano con poca frequenza».

Ottica Buccheri, che è associata a Oxo dal 1999 e conta anche un secondo punto vendita nel Siracusano, a Ferla, quest'anno taglierà il traguardo dei trent'anni di attività: il negozio di Sortino, 120 metri quadrati disposti su due piani e tre vetrine, è stato infatti aperto a dicembre del 1988. «L'attività l'ho avviata io, oggi siamo una famiglia di ottici: mia moglie Angela e mia figlia Sonia lo sono già, mentre mia figlia Vittoria sta studiando per diventarlo - conclude Buccheri - Per festeggiare, vogliamo organizzare a fine anno un evento in piazza nel periodo natalizio».

Pierre Cardin: occhiali "teatrali" e itineranti

Si chiama Theatre Edition la collezione che celebra la pluridecennale passione dello stilista per il mondo del teatro, oggi protagonista anche di un musical dedicato a Dorian Gray

Era il 1951 quando un giovane costumista, Pierre Cardin, partecipò al celeberrimo Ballo del secolo che Charles de Beistegui diede a Venezia, presso Palazzo Labia: per l'occasione, grazie alla segnalazione che fece Christian Dior, a Monsieur Cardin fu commissionata la creazione di una trentina di costumi da maschera. Lo stretto rapporto tra il designer e il teatro prosegue nei decenni successivi sino ai giorni nostri: disegnando gli abiti per numerose altre opere teatrali e, parallelamente, frequentando alcuni degli attori e attrici più importanti.

Questa passione è stata celebrata da una collezione eyewear, la Theatre Edition, lanciata sul mercato lo scorso settembre e la cui campagna è stata scattata al Teatro "La Fenice" a Venezia. Nel frattempo è in tour il musical Dorian Gray: la bellezza non ha pietà, liberamente ispirato al libro di Oscar Wilde e interpretato dal giovane attore italiano Federico Marignetti. Dopo le tappe di Roma, al Teatro Sistina, e di Torino, al Teatro Colosseo, l'opera approderà a Milano il 4 maggio, al Teatro Arcimboldi, per poi proseguire a Bologna, Firenze, Bari, Napoli e concludersi a Venezia il 3 agosto. Marignetti indosserà per l'occasione gli occhiali della speciale collezione (nella foto), in vendita già dallo scorso settembre nelle boutique Pierre Cardin e in centri ottici selezionati. «La forma elegante in acetato, dal gusto classico e contemporaneo al tempo stesso, presenta la parte frontale dal design flat, caratterizzato dai tagli netti tipici di celebri creazioni di Pierre Cardin», si legge in una nota di Safflo, licenziataria della griffe.



Ducati
Eyewear

SCOPRI IN ANTEPRIMA LA NUOVA
COLLEZIONE DI OCCHIALI DUCATI



Abati: così l'ipovisione favorisce la collaborazione tra figure professionali

Dal primo corso di gestione teorico-pratica del paziente ipovedente all'imminente Congresso Prisma: il direttore della scuola fiorentina punta sulla trasversalità delle competenze



Il 5 marzo scorso si è concluso l'evento formativo, articolato in tre incontri di due giornate, organizzato dalla Scuola Italiana di Ipovisione insieme con la Scuola Internazionale di Ottica e Optometria di Firenze. «Nell'ipovisione la collaborazione tra oculisti, ortottisti assistenti di oftalmologia e ottici optometristi è indispensabile per conseguire il recupero o la riabilitazione del soggetto ipovedente – afferma in una nota **Silvano Abati**, direttore di Sio-o e segretario della Sii - L'interesse che questo corso ha avuto lo dimostra il fatto che molti iscritti non sono stati ammessi alla frequenza, limitata a soli sedici partecipanti, considerando le numerose parti pratiche, come la simulazione delle patologie retiniche o le prove di ausili, ad esempio, e d'interazione tra docenti e allievi»

I responsabili del corso e i docenti si sono dichiarati soddisfatti dei risultati raggiunti: si sta infatti creando «una nuova generazione di professionisti che vedono nella formazione sull'ipovisione non solo opportunità lavorative, ma anche e soprattutto un modo per arricchire le proprie conoscenze, tenendo conto che abbraccia materie quali l'ottica, l'optometria e la contattologia – prosegue Abati – Proprio per valorizzare questi nuovi operatori l'attestato del corso verrà consegnato ai partecipanti in occasione del settimo Congresso Nazionale Prisma, in programma a Firenze il 17 e 18 marzo, la cui missione è rafforzare la trasversalità e la collaborazione fra le tre categorie professionali, coinvolte in maniera complementare nell'ambito dell'ipovisione. Tanto che il Congresso fiorentino vuole essere spunto di una crescita culturale, tecnica e applicativa in un settore nel quale poco si sta facendo dal punto di vista sociale» (nella foto, **Roberto Iazzolino**, uno dei docenti, durante una fase del corso di Firenze sull'ipovisione).

Paris Fashion Week: meno montature, più trucchi

Dopo Milano, occhiali ancora generalmente sottotono nella settimana della moda parigina: per il viso si preferisce un make up appariscente. Ma non mancano alcune importanti eccezioni



Con Parigi finiscono le fashion week con le proposte per il prossimo autunno inverno. Molte e svariate le collezioni, dove prevale una certa tendenza allo street style, ovviamente riveduto. Un modo di vestire reale che contempla poco la sera e dove gli occhiali non sono tra gli accessori protagonisti. Anche le maison e gli stilisti che ne facevano un grande uso, preferiscono aspettare l'estate per esibirli. Forse per compensazione, si è vista una grande attenzione al trucco soprattutto agli occhi, con qualche vero coup-de-théâtre. Come da **Vivienne Westwood**, dove il marito e stilista Andreas Kronthaler ha mandato in passerella modelli e modelle con righe coloratissime intorno agli occhi, o con uno strano monocolo



oppure ha nascosto il viso in cagoule da fantasma del Louvre (nella foto, in alto, a sinistra). Anche **Aalto** (nella foto, a sinistra) ha colorato in tinte accese la zona del viso dove stanno gli occhiali. Qualche eccezione come sempre c'è stata, a parte gli occhialoni neri per le super coperte donne di **Balenciaga** o per le ragazze che amano l'optical di Loewe. Da **Guy Laroche**, in controtendenza, più della metà delle uscite erano con gli occhiali, grandi, tondi, con montatura bianca e nera, anche da vista (nella foto, in alto, a destra). E da **Dior** Maria Grazia Chiuri ha accessoriatto tutte le sue contestatrici, revival '68, con grandi occhiali a lenti colorate. (Luisa Espanet)

