

Mic: pool di aziende del Cadore per l'occhiale delle montagne

Debutterà in occasione di Mido un nuovo brand, ispirato alle Dolomiti, disegnato, prodotto e distribuito da imprenditori locali



La storia di Mic, acronimo che sta per Made in Cadore, è facile da raccontare perché fatta di valori semplici, quelli della terra e della natura. Nasce così l'occhiale secondo Tiziano Tabacchi, designer e titolare di Frameworks, che insieme alla sorella Susi, direttore generale di Immagine98, ha coinvolto un pool di aziende locali per il lancio del nuovo marchio. «Tiziano è nato, cresciuto e si è formato in Cadore, lavorando per importanti marchi dell'eyewear: ora ha deciso di rivolgere la propria creatività alla terra che lo ha accompagnato durante la sua crescita personale e lavorativa, con un brand in grado di coniugare tradizione e bellezza della natura delle località cadorine, ispirato alle Dolomiti – spiega a b2eyes TODAY Susi Tabacchi - Mic è diventato un progetto di aziende e di professionisti legati a questi luoghi ed è nato un nuovo brand, una nuova collezione proprio nel territorio culla dell'occhialeria».

Nel progetto Frameworks cura il design e concept creativo, Immagine98 si occupa della distribuzione, mentre Mise della grafica e del marketing. «Mise ha, in realtà, sede a Mogliano Veneto, ma il titolare, David Salmasi, che si è unito alla nostra idea, è da sempre legato al Cadore e condivide con noi la passione per la montagna e per il territorio», aggiunge Susi Tabacchi. La produzione delle varie parti dell'occhiale è, invece, affidata a diverse aziende artigianali del settore, tutte del Cadore. Non si tratta, quindi, solo di un marchio, ma di un progetto ambizioso «che si propone di ripercorrere sentieri un po' dimenticati, per riscoprire la purezza dell'origine dell'antica tradizione dell'occhialeria bellunese e della natura locale», aggiunge l'imprenditrice veneta.

La collezione di lancio prevede otto modelli da vista e quattro da sole. «Il tratto distintivo è il dettaglio di metallo sull'asta, in corrispondenza della cerniera flex, che rappresenta l'elemento iconico del marchio, subito riconoscibile perché nella sua essenzialità richiama il profilo della montagna – dice ancora Tabacchi - Per la precisione ci siamo ispirati alle Tre Cime di Lavaredo». Le montature, rivolte a un target maturo, conscio della qualità dell'oggetto che indossa, rivelano i toni caldi della natura, ad esempio avana con pigmentazioni verdi e gialle; gli acetati ricordano ancora elementi della montagna, ad esempio l'effetto marmorizzato, e le linee pulite sembrano scolpite. Anche i nomi dei modelli richiamano gli elementi essenziali: aria, cielo (*nella foto*), fuoco, ghiaccio, luce e terra.

Il lancio di Mic avverrà ufficialmente a Mido 2018. «Entro l'anno vorremmo arrivare a distribuire con agenti diretti presso ottici selezionati in Italia, Francia, Germania e Olanda, mentre oltreoceano stiamo puntando al Canada, con un distributore locale – conclude Tabacchi - Stiamo valutando reti vendita alternative a quelle di Immagine98 e il salone milanese sarà l'occasione per prendere o consolidare contatti».

Pompei: gli antichi romani usavano già le lenti?

Non sono mai state ritrovate montature vere e proprie, ma solo vetri in grado di ingrandire le immagini

Antichi romani inventori delle lenti oftalmiche? In realtà è stato spesso negato che ne conoscessero l'utilizzo per ingrandire le immagini poiché, secondo gli studiosi, sarebbe stato troppo complesso ottenere vetri e cristalli sufficientemente trasparenti e impossibile molarli con una certa precisione. I ritrovamenti archeologici più recenti degli scavi di Pompei, confermano, invece, il contrario.

«Dal passato sono emerse lenti che sembrano assolutamente create per migliorare la visione - racconta Andrea Cionci su *La Stampa* - Una tecnologia anche più antica dei romani stessi, come dimostrano i reperti di Cnosso, nell'isola Creta, risalenti addirittura all'età del bronzo, periodo collocato fra il 3.500 il 1200 a.C., ma perfezionata da questi».

Da Pompei provengono dunque, oltre a prismi di cristallo di grande precisione e regolarità usati per scomporre la luce nei colori dello spettro, anche piccoli vetri più curiosi, rotondi, leggermente convessi, capaci di fornire un'immagine nitida e ingrandita. Sempre dall'utilizzo del vetro e delle lenti gli antichi avevano almeno intuito le basi di una tecnologia assolutamente contemporanea: il laser. Se è infatti noto che i cittadini dell'impero usavano lenti per concentrare i raggi del sole e accendere il fuoco, grazie ai ritrovamenti abbiamo la conferma che usavano anche lenti per cauterizzare le ferite, di guerra o chirurgiche, comportandosi in modo molto simile a quello che si fa oggi in sala operatoria.

Maculopatia, Zeiss tra gli sponsor della campagna nazionale

Il gruppo è al fianco dell'iniziativa di prevenzione e diagnosi della patologia, che costituisce una delle cause più frequenti di cecità nel mondo occidentale, promossa dal Centro Ambrosiano di Microchirurgia Oftalmica in collaborazione con l'Ospedale San Raffaele di Milano e con il patrocinio del ministero della Salute e della Soi

CAMPAGNA PROMOSSA DA

OSPEDALE SAN RAFFAELE

CAMO

PREVENI LA MACULOPATIA

29 GENNAIO - 23 FEBBRAIO 2018

MACULOPATIA: PRIMA CAMPAGNA NAZIONALE DI PREVENZIONE E DIAGNOSI

Prenota subito il tuo screening gratuito sul sito www.maculopatie.com

CON IL PATROCINIO DI

Ministero della Salute
"in allegato di autorizzazione di pubblicazione"

CON LA COLLABORAZIONE DI

Allergan, BAYER, NOVARTIS, SIFI, SCOTT BOWLING, ZEISS

La maculopatia è una malattia che comprende numerosi fattori di rischio accertati o presunti. Effettuare controlli periodici, utilizzare occhiali da sole, mantenere una corretta distanza dal monitor dei dispositivi digitali, evitare il fumo e l'assunzione di alcool possono aiutare a ridurre il rischio, ma la rapida tempistica nella diagnosi e nella somministrazione della terapia sono fondamentali. «Per questo il Gruppo Zeiss Italia ha deciso di sostenere la campagna promossa dal Camo (nella foto, la locandina) - si legge in una nota della società - Sino al 23 febbraio 15 centri oculistici di eccellenza e decine di specialisti sono a disposizione su tutto il territorio nazionale per offrire visite e diagnosi gratuite e si possono prenotare gli screening sul sito maculopatie.com». L'iniziativa, che ha già quasi registrato il sold out, è sponsorizzata anche da importanti aziende del settore farmaceutico, quali Allergan, Bayer, Novartis, Sifi e Sooft.

Secondo un'indagine nazionale sulla maculopatia, commissionata da Camo, si stima che nel nostro paese le persone affette da degenerazione maculare legata all'età «siano tra gli 800 mila e 1 milione, con più di 80 mila nuovi casi all'anno - prosegue la nota - La diffusione della malattia riguarda oggi circa il 10% delle persone di età compresa tra 65 e 75 anni, sale al 30% dopo i 75 anni, per raggiungere il 40-50% di persone con età superiore agli 80 anni». Dati che confermano quanto siano importanti per gli occhi la cura, la protezione e la prevenzione. «Siamo orgogliosi di essere sponsor ufficiali di questa lodevole iniziativa - commenta **Roberta Celin**, communication manager

di Carl Zeiss Vision Italia - Una campagna sociale che sposa appieno i valori del Gruppo Zeiss e che conferma il nostro impegno non solo nell'offrire le migliori soluzioni visive, ma anche nel promuovere la giusta attenzione a prendersi cura della salute dei propri occhi».

Bollani, per i 60 anni si regala una "certificazione"

È il bollino che sarà applicato sui quaderni studiati dall'ottico e optometrista milanese, prodotti da Grafiche Logos, a partire dal prossimo anno scolastico

«Nel 2019 compirò sessant'anni e ho voluto regalarmi quello che da sempre è stato il mio sogno, sin da quando per Federottica seguivo questa materia: la rivoluzione culturale nei quaderni per le scuole dell'infanzia e primaria». Così Giorgio Bollani annuncia la sua grande novità per l'anno scolastico 2018-2019: la "certificazione" dell'alta qualità visiva di quaderni, block notes e diari da lui studiati e approvati nel corso degli anni, tramite un bollino ad hoc (nella foto). «Questa sorta di imprimatur sarà visibile sui quaderni per il prossimo anno scolastico, ma già ora sono disponibili in alcune realtà della grande distribuzione quelli con la rigatura "RQ", ossia rigo rafforzato dai quadretti, che può essere utilizzata per tutte le materie - spiega ancora il professionista milanese - Tra queste i punti vendita di nuova concezione Extracoop in Emilia Romagna, con isole dedicate alle singole merceologie, tra cui la cartoleria, inaugurati nel dicembre scorso».

In attesa del lancio dei quaderni "certificati", Bollani ha in programma una serie di presentazioni nei prossimi mesi della sua rigatura "RQ" presso selezionati istituti scolastici. «Mi rivolgo a strutture che abbiano la sensibilità di cogliere le esigenze visive e posturali dei più piccoli, le opportunità offerte dagli studi da me effettuati sul tema e dalla moderna stampa offset», sottolinea Bollani.



Alta qualità visiva certificata
BY GIORGIO BOLLANI

