

italian
eyewear
designer
magazine

-  Azienda
-  Aggiornamenti web
-  Editoriale
-  Fiere ed eventi
-  Notizie flash
-  Network

Chi viene e chi va

Da fine luglio è tornata nella sua amata Francia Valerie Masset, dell'area commerciale, che tanto ha contribuito alla crescita della società, soprattutto oltralpe. Sentiremo la mancanza della sua lucida intelligenza e del suo spirito critico. Bonne chance Valerie!

L'ufficio commerciale con una nuova suddivisione dei compiti, vede l'ingresso di Serena Valgiusti che molti di voi avranno modo di conoscere personalmente al SILMO.

Gabriele Limetti integra la forza vendita italiana promuovendo le vendite nel territorio dell'Italia centro-settentrionale.

Monica Tosco dal primo settembre entra a far parte dell'ufficio amministrativo e si occuperà in particolare della contabilità clienti nazionale.

New entry e nuova funzione per una più capillare gestione della comunicazione aziendale: nasce l'ufficio stampa di Nico-design. Seguire i contatti con i giornalisti italiani di settore e non e con la stampa estera e contribuire ad aumentare la comunicazione verso la clientela nazionale ed internazionale saranno alcune delle principali responsabilità del nuovo ufficio affidato ad Alessandra Girardi Vitaloni.

Una sfida in famiglia ed un nuovo indirizzo mail di contatto:
press@nicodesign.it

Certificati Vanni, la garanzia del design originale

Vanni non teme le contraffazioni.

A partire dal Mido 2007 ogni occhiale

Vanni è accompagnato da un certificato di design originale, una piccola carta che attesta l'unicità del prodotto, la garanzia della sua creatività.

La registrazione del disegno delle

montature – e quindi delle forme e delle costruzioni tecniche dei prodotti - è depositata presso lo studio legale di protezione della proprietà intellettuale Jacobacci&Partners.

Ogni violazione potrà essere perseguita e sarà sanzionata dalle leggi italiane in materia di copyright. Il design autentico Vanni da oggi ha un valore più solido .



VANNI
vanniocchiali.com

CERTIFICATE OF ORIGINAL DESIGN

MODEL _____

With this frame, you have joined the VANNI world:
originality, creativity, passion, colors.



ART 14
ISSIMA



ART 14 9-11 NOVEMBER 2007
LINGOTTO FIERE
THE INTERNATIONAL FAIR
OF CONTEMPORARY ART
IN TURIN
FEATURING THE FUTURE
www.artissima.it / info@artissima.it

Vanni si dà all'arte

Vanni si dà all'arte e nel 2007 rinnova la collaborazione con Artissima – Fiera Internazionale di Arte Contemporanea a Torino - l'evento mercato alla quattordicesima edizione (dal 9 all'11 novembre prossimi) che si distingue nel panorama mondiale per la promozione di gallerie ed artisti nazionali ed internazionali rappresentativi delle nuove generazioni. Vanni, insieme ad Artissima, presenta e rilancia la proposta che nella passata edizione ha registrato il tutto esaurito: il progetto "ascolta chi scrive" prevede l'organizzazione di visite guidate

all'esposizione a cura dei migliori giornalisti d'arte italiani, ciceroni per una giornata del vasto pubblico di non addetti ai lavori che si avvicina alla fiera con curiosità ma anche desiderio di comprensione delle opere in mostra. Vanni trova nell'arte contemporanea, ed in particolare nell'arte giovane, una delle fonti di ispirazione del proprio lavoro. Per questo da quest'anno affiancherà "ascolta chi scrive" l'iniziativa "uno sguardo sull'arte", un progetto originale che intende offrire un momento di approfondimento sui legami tra il mondo

dell'arte contemporanea ed il design, per investigare i punti di contatto, le contaminazioni possibili tra i generi e la natura della comune fonte di creatività. Una pratica collana porta occhiali VANNI for ARTISSIMA Modello "Featuring the future" omaggio ai top visitors della fiera (costituita da un ciondolo in acetato a forma di fiore nei colori della fiera) suggellerà il secondo anno del sodalizio tra Vanni ed Artissima. Nel prossimo numero del Magazine vi diremo come è andata...

Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

trimestre giugno - agosto 2007

Giugno

ASIA

Modern Optical Magazine

giugno 2007 - pag. 19

SPAGNA

Mia - giugno 2007 - pag. 44

Tu Suerte - giugno 2007

Very Oir - giugno 2007

CANADA

Optik - giugno 2007 - pag. 42, 43

Luglio

ITALIA

Il Mondo dell'Ottica - giugno/luglio 2007

pag. 38, 39, 40, 41

la Repubblica - Affari & Finanza

9 luglio 2007 - pag. 30

Agosto

SPAGNA

Gaceta Optica - agosto 2007

Vetrine

Luglio

Optinet - Brasov - Romania

Agosto

Evento - Promenade de la mer 11

Menton - France

Settembre

AbiOptica - Sao Paolo - Brasil

Download

Nell'area riservata ai soli distributori internazionali sono disponibili le nuove immagini Vanni.

Due nuovi personaggi divertenti e colorati che arricchiscono la gamma dei "Vanni People".

Sono disponibili in formato A5 e cartolina in .jpg, .pdf e .tif.



Editoriale

di Dante Caretti



Quest'anno
“festeggio” i miei
25 anni nel mondo
dell'ottica.

Ringrazio Giovanni Vitaloni per avermi invitato a scrivere nel suo Magazine. Non vorrei parlare dei miei percorsi, poco interessanti agli occhi dei lettori, ma del vero significato degli occhiali di nicchia o per meglio dire degli occhiali di design. La confusione regna sovrana. Molti pensano che basti fare degli occhiali dalle forme bizzarre e dai colori ridicoli per essere considerati dei designer. Ci si convince ancor di più se con qualche amicizia compiacente si riesce ad avere uno stand nella zona “Village” al Silmo o al “Design Lab” al Mido togliendo, in questo modo, anche il vero valore di spazi espositivi

che dovrebbero essere le autentiche giurie di un mercato così esclusivo. Essere produttori di occhiali di design significa, a mio modesto parere, curare in modo quasi maniacale lo stile e la qualità, con un'attenzione all'esclusività dei particolari non riconducibili ad altri progetti. Purtroppo questo, essendo un paio di occhiali costituito solo da un frontale e due aste, non è sempre possibile. E' apprezzabile in tal caso la buona fede - per intenderci non avere sulla scrivania degli occhiali da copiare... Nella moda il percorso è più semplice perché le variabili che permettono ai creativi di realizzare prodotti esclusivi

Editoriale

di Dante Caretti

sono molteplici. I giapponesi la fanno “da padroni”, seguiti a ruota da belgi e inglesi. Se osservate un capo di Yohji Yamamoto capite subito il significato di stile-qualità-esclusività. La stessa cosa accade per le collezioni di Comme des Garçons, Issey Miyake e gli emergenti Volga Volga. Come non apprezzare l'unicità delle collezioni disegnate dagli stilisti belgi Ann Demeulemeester e Dries Van Noten o l'originalità delle creazioni di Martin Margiela e di Paul Harden, i più ironici tra gli stilisti emergenti.

In Italia l'unico ad aver aperto una strada nuova è Carpe Diem. Nel mondo della produzione degli occhiali considero veri “geni” i giapponesi. A oggi nessun paese è riuscito a raggiungere i loro standard di qualità e ricerca. Ho avuto, nel mio percorso professionale, la fortuna di lavorare

con Oliver Peoples, Jean Paul Gaultier, Bada, Sama, Christian Roth, Spivvy; tutte collezioni fabbricate in Giappone. Vi posso assicurare che mai in Europa ho trovato uno standard qualitativo così alto: considero vero design tutto ciò che si avvicina a questo standard. Nel resto del mondo le cose sono un po' diverse, il design è considerato più una ricerca di forme e di stile che non di qualità.

Capostipiti di questa corrente di pensiero sono stati sicuramente Alain Mikli per un verso e Poul-Jorn Lindberg per un altro. Il primo per aver utilizzato la “plastica” in un modo unico e subito riconoscibile, il secondo per aver rivoluzionato il concetto di occhiali minimal nel mondo senza l'ausilio di alcuna saldatura. Unico appunto da rilevare a questi due geni: una distribuzione non sempre mirata dei loro prodotti. Sono nate varie correnti

di pensiero al seguito di questi due precursori: quella francese costituita da Face à Face, Anne et Valentin, Lafont, J.F.Rey, Traction Production, François Pinton, Frederic Beausoleil, Histoire de Voir ed altri e quella danese che comprende Pro Design, Orgreen, Bellinger, ecc. Diverso è stato il percorso di altri stati europei: gli inglesi per esempio sono stati i primi a capire l'importanza del vintage nella moda, non possiamo in questo caso parlare di veri designer ma di scopritori di tendenze sì. Possiamo citare, senza far torto a nessuno, Cutler and Gross, Kirk Originals, Oliver Goldsmith e Linda Farrow. Altra scuola quella tedesca, unica in alcuni suoi esponenti, cito Ic Berlin che, con il suo deus ex machina Ralph Anderl, ha portato una sorta di rivoluzione nel mondo dell'occhialeria



Editoriale

di Dante Caretti

mondiale inventando un prodotto total look che copre ogni fascia di età. A seguire Mykita, Reiz, Onkel, Grotesque, Markus T, Frost, Hoffmann, ecc. Nel resto dell'Europa ogni paese ha un suo esponente cito per esempio Gold & Wood in Lussemburgo, Gotti in Svizzera, Etnia Barcelona in Spagna, Theo in Belgio. E da noi in Italia cosa succede? Considerato che siamo i primi produttore di occhiali al mondo dovremmo essere primi anche nel produrre occhiali di design. Purtroppo avviene esattamente il contrario. Nel panorama mondiale siamo tra gli ultimi. I motivi? Sicuramente il

grande successo commerciale di colossi come Luxottica e Safilo ha portato i piccoli produttori a imitare invece di rispondere al loro strapotere con idee e progetti nuovi. Una delle poche aziende che ha percorso strade alternative, non senza difficoltà, è stata la Nico-design e, in quel di Modena, Danilo Procaccia con O-Six. Nico-design, che mi ospita, è un esempio di serietà e coerenza, di attenzione alla ricerca stilistica: un'impresa che compete sullo stesso terreno di quelle straniere che ho citato. Mi dispiace che nel panorama nazionale, considerando la forza commerciale

dell'Italia nel mondo, ci sia così poco. Sembra che oggi qualcosa si stia muovendo. Sono venute alla ribalta nuove piccole aziende che stanno esplorando mondi inediti, sia nel distribuire il prodotto che nel crearlo anche se spesso nei loro progetti non si vede ancora una precisa identità ma uno scimmiettare di stili già visti. L'importante però è incominciare, consapevoli di affrontare un percorso complicato, pieno di ostacoli e difficoltà, dove le energie da dedicare sono quadruple rispetto a un normale percorso commerciale. Se posso dare

un consiglio a tutti quelli che vogliono percorrere questa strada è di pensare ai loro prodotti prima con l'anima, poi con la testa e infine con la razionalità del businnesmen. Questo permetterà loro di creare prodotti identificabili in ogni parte del mondo.

Dante Caretti

Features Editor Eyestyle International Magazine. Scopritore di nuovi talenti e delle nuove tendenze, da più di 25 anni distributore in Italia dei più prestigiosi marchi internazionali di design di occhiali.



Calendario della nostra partecipazione alle fiere nazionali e internazionali

Settembre – Novembre

4/6 ottobre 2007

Vision Expo West - Las Vegas

10/12 ottobre 2007

IOFT - Tokyo

13/15 ottobre 2007

Vision Canada West - Kelowna

19/22 ottobre 2007

SILMO - Parigi



Il Brasile accoglie Vanni

Presentata la collezione Vanni a San Paolo in Brasile durante la fiera Abioptica il 18-21 luglio scorso.

La fiera di Sydney supera il suo record

Riuscita oltre ogni aspettativa per la fiera di ottica che si è tenuta a Sydney tra il 7 e il 9 luglio scorso.

Soddisfazione da parte dei distributori di Vanni PRIMO che sono stati per la terza edizione tra gli espositori.

Quasi 8.000 visitatori e 15.000 metri di mostra per la fiera di settore più importante del continente australiano.

Stuard e Kim Marland riferiscono dell'entusiasmo degli "Aussie" per le nuove collezioni, di svariati nuovi contatti stabiliti e di un complessivo positivo consolidamento dell'attività nel paese.

Vanni in Romania

Si è tenuta a Brasov in Romania dall'8 al 10 giugno la sesta edizione della National Exhibition of Optics and Optometry, la più importante fiera del settore nel paese.

Un evento a dimensione nazionale in forte espansione, che in 5 anni ha decuplicato la superficie espositiva e le affluenze.

Vanni non poteva mancare, rappresentato dalla società Optinet.

Un ottimo risultato di vendite a detta di Zolt Kovacs, responsabile della compagnia che da due anni distribuisce in Romania i prodotti Vanni.

Baricole si rinnova

Aria e spazi nuovi per Baricole: da luglio il concept store di Nico-design a Torino mette a disposizione dei suoi clienti una nuova sala visite in Via Maria Vittoria 15, come sempre sotto la supervisione della professionale Barbara Tresoldi.

Ma questa non è la sola novità: la notte del 10 novembre in concomitanza con la fiera di arte contemporanea Artissima Baricole ospiterà una tappa della manifestazione "Saturday night art fever".
Rimanete sintonizzati al sito www.baricole.it per saperne di più.

Vanni sulla promenade

Vivace angolo Vanni nel nuovo negozio "eVent" sulla promenade di Mentone in Costa Azzurra. Aperto da agosto il fashion store offre una selezione di prodotti ricercati e di tendenza che risaltano per stile nella magnifica cornice del mare francese più alla moda.

In anteprima: nasce il Magazine Vanni

Affiancherà dall'autunno la newsletter aziendale di Nico-design: nasce il Magazine Vanni.

Con cadenza bimestrale aggiornerà i clienti italiani e stranieri sulle novità della collezione, sulle tendenze del mondo degli occhiali e su molto altro ancora.

E ovviamente avrà stile da vendere.

Non resistete alla curiosità?

Per ora sappiate solo che la pubblicazione sarà snella e dinamica nella presentazione. Da ottobre se vi iscriverete al sito www.vanniocchiali.com la riceverete automaticamente ogni due mesi.



I personaggi Vanni prendono il bus

Originale iniziativa del distributore Vanni per la Repubblica Ceca e la Slovacchia: tappezzare un bus da turismo con i personaggi Vanni e farlo circolare per le vie di Praga. Un ottimo successo di visibilità per la società e per la collezione, grazie a Ondrej Kuchta della squadra di Azimi. Il prossimo appuntamento con Azimi? la fiera di Brno a febbraio 2008.

Un Tornado al Gran Premio di Formula 1 del Canada

E' il gruppo hard-rock canadese dei Dizzy Racers, la cui musica sul tema dei motori è stata il sottofondo ufficiale delle celebrazioni per il Gran Premio 2007 di Formula 1° a Montreal, ad indossare in anteprima per il Canada i nuovissimi occhiali Tornado di Derapage. I Dizzy Racers hanno sfilato nel corso della settimana precedente le corse e durante la manifestazione sportiva per le vie della città simbolo della Formula 1, suonando sul tetto di un autobus scoperto, vestendo tute da meccanico in

jeans - decorate con scritte

Derapage - e portando i nuovi modelli Tornado.

Dice Daniel Laoun responsabile della distribuzione di Derapage per il Canada e partner di Nico-design: "Ci sembrava che i Tornado meritassero un lancio "a tutto gas": la soluzione altamente tecnologica che dà vita all'occhiale dall'estetica aggressiva e potente ben si sposa con il mondo della velocità e dell'innovazione tecnologica delle corse di Formula 1".

A tutto web, la Francia è on-line

Grandi novità dal distributore francese di Vanni e Derapage FMI: dall'inizio di luglio è on-line il sito internet della società. Vivace e movimentato, il sito animato con un tocco di classe francese da Serge Mitry e dalla sua ottima squadra offre una panoramica sulle collezioni, sull'universo stilistico dei due marchi di Nico-design ed una rassegna stampa ben nutrita a cura di Isabelle Blanchard. Cosa aggiungere? Vale sicuramente la pena andare a dare un'occhiata di persona: www.fmi-paris.com.



Lancio di Derapage a Singapore e Kuala Lumpur (Malesia)

Il distributore Vanni per Singapore e la Malesia U.vision Eyewear ha festeggiato a luglio i 15 anni di attività lanciando sul mercato la collezione Derapage e ha dedicato due giornate ai clienti dell'area per presentare le nuove collezioni Mido. Congratulazioni a Colin Kok ed al suo staff.

La rivoluzione della comunicazione Nico-design: la nostra voce a casa tua

Che la nostra fosse l'epoca della comunicazione è ormai un fatto assodato. Nico-design per stare al passo con i tempi scommette sulla comunicazione innovativa e lancia il progetto 3MP. Le montature delle collezioni Vanni e Derapage hanno un valore che le rende uniche nel panorama

internazionale dell'occhialeria, valore che deve essere profondamente compreso, e poi nel miglior modo condiviso.

3MP è lo strumento di comunicazione multimediale pensato e realizzato da Nico-design che attraverso la viva voce dei responsabili del centro stile ed immagini selezionate consente di trasmettere la filosofia dei prodotti dei marchi Vanni e Derapage, evidenziandone di volta in volta le caratteristiche salienti di stile e di tecnica produttiva. 3MP è un ausilio rivoluzionario indirizzato a distributori, venditori e ottici per poter meglio e più precisamente interiorizzare e trasferire informazioni sul tipo prodotto proposto al cliente, capire e saper spiegare lo studio di creatività che sta dietro ogni occhiale, i procedimenti utilizzati, le peculiarità dei materiali. E' come partecipare ad una riunione sul prodotto stando comodamente seduti

sulla poltrona del proprio ufficio: grazie alle nuove tecnologie si apre una porta tra le stanze della produzione e quelle dei clienti. Usare 3MP è estremamente semplice: basta ottenere il lettore digitale (digital photo frame) richiedendolo a Nico-design, e seguire le semplici istruzioni allegate: collegamento della presa elettrica, accensione del lettore, inserimento nella porta della chiavetta usb nella lingua prescelta (italiano o inglese). E poi pronti ad ascoltare la voce di Irene e Giovanni e seguire le immagini che si susseguono scandite dalle parole. I contenuti di 3MP cambieranno ad ogni collezione: con regolarità, ad ogni nuova uscita, vi terremo informati sulle più recenti evoluzioni del lavoro creativo e della nostra produzione. Da oggi stesso chiedete 3MP e portate la rivoluzione a casa vostra.

