

italian  
eyewear  
designer  
magazine

-  Azienda
-  Estratti dal mondo
-  Aggiornamenti web
-  Editoriale
-  Fiere ed eventi
-  Notizie flash
-  Network

## Il 2008 è l'anno del Tornado di DERAPAGE

La montatura rivoluzionaria che continua a raccogliere prestigiosi riconoscimenti internazionali. Di seguito vi raccontiamo in breve le più interessanti novità che riguardano la premiatissima collezione italiana.

**Nuovo sito per DERAPAGE:**  
la collezione più premiata del 2008.

Un nuovo sito per la collezione più premiata dell'anno. DERAPAGE ha lanciato al MIDO il sito [www.derapage-eyewear.com](http://www.derapage-eyewear.com).

Il sito di DERAPAGE rispecchia nell'immagine l'anima di una collezione che da sempre si pone alla frontiera dell'innovazione nell'ideazione di un prodotto di concetto, nella scelta di materiali tecnologici e di metodologie di assemblaggio inedite.

Un sito internet utile per ripercorrere la storia del marchio e per visionare il catalogo DERAPAGE con le fotografie di tutti i modelli nelle diverse forme e varianti colore.

Sul web dalla grafica essenziale e tecnica, largo spazio è dedicato al Tornado e al Tornado RS.

Il pezzo forte del sito? l'animazione tridimensionale con la visualizzazione virtuale della costruzione del sistema Tornado.

In macro visione è possibile assistere "in diretta" al montaggio meccanico dei 37 componenti che formano la rivoluzionaria montatura.

**Il Tornado di DERAPAGE in mostra a Chicago, Atene e Torino.**

Tornado: innanzitutto un occhiale rivoluzionario. Un prodotto brevettato, totalmente italiano nello stile, nella lavorazione e nell'assemblaggio, incoronato a Tokio Eyewear of the Year 2008.

Ma anche un oggetto di design che riceve le attenzioni di musei americani ed europei. Il Tornado di DERAPAGE nel 2008 sarà presente in contemporanea in tre mostre internazionali dedicate al



design a Chicago, Atene e Torino. A Chicago, dove il Tornado ha ricevuto il GOOD DESIGN award, l'occhiale di DERAPAGE entra a pieno diritto nella collezione del Chicago Athenaeum – Museum of Architecture and Design. Ad Atene, nel nuovo quartiere Rouf, la zona industriale urbana riqualificata per ospitare spazi per l'arte e l'architettura, dal 5 settembre al 31 novembre il Tornado sarà in mostra al Contemporary

Space insieme ai prodotti creati dai più visionari designers del panorama mondiale. E ancora, a Torino, nell'anno in cui la città è World Design Capital, Tornado sarà esposto nella mostra Piemonte Torino Design, che apre i battenti il 20 giugno al Palazzo della Regione nel cuore della città. Per la prima volta un occhiale alla mostra che documenta l'eccellenza del design "made in Piemonte".

**New entry nella squadra di DERAPAGE.** Si chiama Francesco Ferro, ha 43 anni, parla correntemente tre lingue e conosce bene il settore dell'eyewear. Un giocatore nell'area d'attacco che da maggio entra nella squadra di Nico-design per promuovere le vendite di DERAPAGE nel mondo. Intimidito dalla sfida? Non parrebbe, la valigia è già pronta e viaggiare a bordo del Tornado sarà entusiasmante.

**Nuova immagine per DERAPAGE.** Per il lancio in grande stile di DERAPAGE nel 2008 il marchio si struttura presentando di sé un'immagine rinnovata ed in totale sintonia con la propria identità. Espositori, cartelli vetrina, brochure, immagini pubblicitarie sono realizzati con una grafica che si spiega da sé e riproduce "in piano" il principio di costruzione del Tornado.



**nòva**<sup>24</sup> IL SOLE 24 ORE

Nòva - Insetto de Il Sole 24 Ore  
giovedì 8 maggio 2008 - pag. 11

...La tecnologia è presente anche negli occhiali di Nico-design, azienda torinese fondata da Giovanni Vitaloni, la cui famiglia ha lavorato per diversi decenni nell'automotive. Nico-design ha nel suo curriculum anche il premio "Good design award" di Chicago: "Siamo stati i primi a vincerlo per il ramo occhialeria -dice Vitaloni-. La nostra ricerca è costante e si conclude con brevetti, sia tecnologici che di stile. Per esempio il brevetto Tornado della nostra linea Derapage: occhiali ottenuti attraverso un processo che si chiama taglio chimico. Le lastre di acciaio vengono tagliate tramite acido e incastrate tra loro senza saldature e in assenza di nichel, dando luogo ad un occhiale leggero e indistruttibile...  
(Anna del Freo)

Il Sole **24 ORE**

Il Sole 24 Ore - domenica 11 maggio 2008 - pag. 14

...Sulla ricerca, in particolare sui marchi, scommette Giovanni Vitaloni, amministratore delegato di Nico-design, che punta solo sui marchi propri, VANNI e Derapage. "Avevo sette anni quando ho fatto il mio primo capriccio per un paio di occhiali -ricorda Vitaloni- Mia mamma mi fotografò, conservo ancora quello scatto. Per fare questo mestiere ci vuole passione e coraggio di sperimentare, a partire dai materiali". Una delle novità presentate al MIDO è l'occhiale da vista Spiral di VANNI, che vanta l'asta più lunga al mondo. L'acetato disponibile in sei colori, viene "ritorto" nella sua parte terminale e avvolto intorno alla propria anima orizzontale...(Giulia Crivelli)

# Estratti dal mondo

dai più importanti quotidiani nazionali

**CORRIERE DELLA SERA**

Corriere della Sera - venerdì 9 maggio 2008 - pag. 27

...E ancora gli "Spiral" di VANNI che hanno un'asta lunga 50 cm che si ritorce come plastilina...(Paola Pollo)

**LA STAMPA**

La Stampa - domenica 11 maggio 2008 pag. 23

...Ci sono poi gli occhiali che "fanno intellettualcreativo": quelli di Maurizio Crozza, Architetto "Fuffas", per esempio sono del marchio torinese VANNI e si chiamano Bikini (perchè hanno il bracciale abbinato)...(Sara Ricotta Voza)

Il Sole 24 Ore - domenica 11 maggio 2008 - pag. 14





## Vetrine

### Aprile

Show VANNI e Derapage a Vancouver, Canada - Lo stand è stato decorato dall'artista Ann Holt

Optika Richter - Behounskys Ul. - Brno - Repubblica Ceca

### Maggio

VANNI Show - Irlanda

### Giugno

Optica Benedetto - Settimo Torinese (To)-Italia

Show VANNI e Derapage in Ontario - Canada



## Download

Nell'area riservata ai soli distributori esteri del sito, sono disponibili le immagini delle collezioni VANNI e Derapage MIDO 2008 per la creazione automatica del catalogo on-line.

## Vanni

È disponibile il download del catalogo completo Mido 2008.

## Derapage

Sono disponibili le nuove immagini promozionali Derapage: Tornado e Tornado RS.

Sono tre le dimensioni disponibili:  
42x29,7 cm, 29,7x21 cm, 15x10,5 cm

e tre i formati di file (TIF, JPG, PDF).

In aggiunta sono utilizzabili i seguenti contenuti:

- download "Paper Cover" del catalogo;
- download del catalogo completo Tornado e Tornado RS;
- download "Official Advertising Page 2008";
- download degli "Still Life" dell'intera collezione Tornado e Tornado RS.

# Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

trimestre marzo 2008 - maggio 2008

Visita la rassegna stampa completa su

[www.nicodesign.it](http://www.nicodesign.it)

HONG KONG  
V.Magazine  
Aprile 2008  
pag. 96  
DERAPAGE - Tornado



ITALIA  
MarieClaire  
Maggio 2008  
pag. 444  
VANNI - Maori



## OCCHIALI E BIJOUX

se l'occhiale è definito la cornice del viso, collane e una serie di altri bijoux coordinati gli danno un tocco fashion in più - in nome della ricerca di un total look all'ultimissima moda, anche quando si parla di eyewear

## COPPIA PERFETTA



bijoux sono diventati, stagioni, un bionismo mente importante per dell'eyewear, soprattutto del design il battaglia, con obiet- l'aspetto funzionale propone un amico

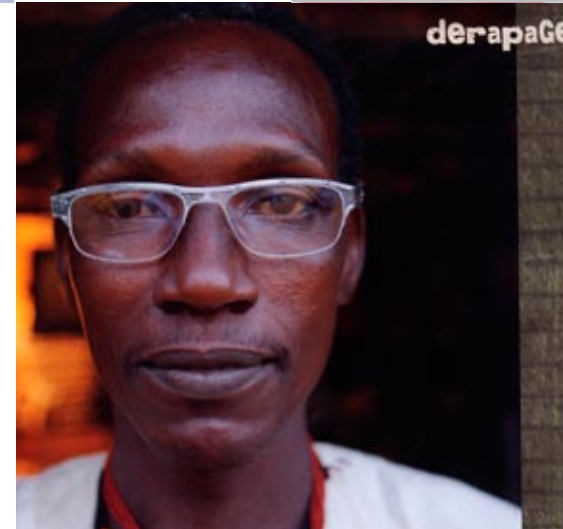
di raffinatezza, originalità e funzional- tà, come nel sistema di fermagli che permette di appendere l'occhiale. Gli oggetti sono declinati in un'ampia gamma di materiali e tinte, a seconda che il prodotto sia destinato all'uomo o alla donna, pur essendo la maggior parte delle proposte unisex. Protagonista

Con il Midò 2007 Fedan ha lanciato la linea My, 26 cilindri con lettere e sei bijoux fantasia, animalieri per taloroma, cuori e fiori, tutti da collezione, destinati a un pubblico femminile e maschile. Questi "charms" abbinabili agli astucci, si aggiungono ai già numerosi prodotti distribuiti

ITALIA  
Fashion  
Maggio 2008  
pag. 59  
VANNI - Bikini



derapage



FRANCIA  
Le Monde de L'Optique  
Créateurs - Printemps 2008  
pag. 44  
Derapage - Tornado





**mido**  
International Optics, Optometry  
and Ophthalmology Exhibition.

## Rivoluzione MIDO: nel 2009 gioca d'anticipo

Abbiamo chiesto agli amici dell'Anfao (l'Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici) di spiegarci cosa cambierà per il MIDO nel 2009. Ecco cosa ci hanno spiegato.

Il salone milanese in calendario dal 6 al 9 marzo, a settembre nasce a Roma "MIDO Business Forum".

Per rispondere alle mutate esigenze del mercato la Mostra anticipa il consueto appuntamento di maggio, nei Padiglioni della Fiera milanese di Rho - Pero, a marzo. E dal 4 al 6 settembre si inaugura l'edizione romana interamente dedicata

al business.

MIDO è sempre in movimento e per il 2009 ha in serbo progetti rivoluzionari. Si conferma una fiera dal forte respiro internazionale e che, soprattutto, guarda avanti e ama giocare d'anticipo. Ecco, quindi, che il prossimo anno il Salone si svolgerà nei Padiglioni di Fieramilano Rho Pero, nel primo weekend di marzo, - dal 6 al 9 -, in occasione di quella che a tutti gli effetti sarà la "settimana mondiale dell'accessorio moda". Nel giro di alcuni giorni il Polo Fieristico milanese ospiterà 4 fiere testimonial dell'eccellenza produttiva nazionale

e mondiale: oltre a MIDO, ci saranno i saloni internazionali di calzature, pelletteria e pellicceria.

La fiera cambia date, ma conserva lo spirito di sempre. Buyer di tutto il mondo, amanti della moda, designer di fama internazionale, da quasi quarant'anni si danno appuntamento a Milano. Per chi vuole conoscere il mondo degli occhiali MIDO è imperdibile: quattro giorni intensi di incontri e appuntamenti, di padiglioni tutti da scoprire e di nuovi prodotti da conoscere.

Per questo MIDO raddoppia e inaugura,

a settembre 2009 – dal 4 al 6 –, MIDO Business Forum, uno strumento esclusivo per essere, ancora di più, vicini alle esigenze delle aziende. Queste novità rivoluzionarie che irrompono nell'universo MIDO, non sono certo casuali, ma derivano dalla particolare attenzione che MIDO riserva da sempre alle necessità dei suoi target

di riferimento: espositori e visitatori. Alla base, un complesso studio condotto in questi anni, in collaborazione con una primaria società di consulenza, sul posizionamento delle fiere di settore e sulle linee strategiche di sviluppo e che ha visto la partecipazione di un panel rappresentativo di espositori e visitatori di MIDO. In quest'ottica è da

collocarsi, ad esempio, anche il recente trasferimento nel nuovo polo fieristico di Milano a Rho-Però nel 2007 che ha riscosso un enorme successo. Se la scelta dei nuovi padiglioni di Fiera Milano a Rho Però rispondeva all'esigenza di un layout espositivo che fosse più funzionale alla visita e alla necessità di strutture moderne con efficienti infrastrutture e servizi logistici adeguati, le novità, che avranno luogo a partire dal 2009, esprimono il bisogno di rispondere all'evoluzione del mercato. Se il livello di rappresentatività della fiera (per ampiezza e profondità di gamma) e le potenzialità in termini di mercati di sbocco sono considerati dagli espositori ancora gli elementi principali nella scelta di una manifestazione fieristica

come MIDO, negli ultimi anni, con il rafforzarsi della funzione dell'occhiale come accessorio moda, è diventata fondamentale anche la collocazione temporale della fiera stessa. Dalle ultime indagini svolte da MIDO presso i suoi espositori è emerso, infatti, che le aziende produttrici di montature e occhiali da sole hanno la crescente necessità di presentare le loro collezioni a livello internazionale, in tempi sempre più vicini alle reali esigenze aziendali, anche vicine alle collezioni della moda, quindi, marzo e settembre. La scelta di anticipare il consueto appuntamento di maggio a marzo unisce, così, le tradizionali caratteristiche di MIDO che ne hanno fatto finora l'indiscusso leader del settore, al nuovo





connubio moda, design, innovazione e tecnologia che pone l'occhiale al centro del mondo dell'accessorio moda e permetterà parallelamente di sfruttare le possibili sinergie, in termini di costi, efficienza e fruibilità che potranno derivare, a vantaggio di espositori e visitatori, dalla concomitanza nella Fiera milanese di Rho-Però degli altri saloni dell'accessorio moda.

Business e collocazione temporale sono state le direzioni che hanno condotto anche a MIDO Business Forum, che nel corso della consultazione, durata diversi mesi tra tutti gli espositori, ha raccolto l'unanimità dei consensi.

«Il mercato dell'ottica ha subito grandi cambiamenti negli ultimi anni», afferma

Dan Emanuel Levi, Vicepresidente MIDO. «*La globalizzazione, la corsa all'innovazione e all'eccellenza tecnologica e qualitativa hanno modificato il modo di operare delle aziende produttrici. Da qui è nata l'esigenza di anticipare il tradizionale MIDO a marzo e da qui è nata l'esigenza di avere un ulteriore strumento al passo con i tempi che mettesse a disposizione di aziende, distributori e buyer un momento esclusivo d'incontro. Questo è Business Forum e significativa è anche la scelta del nome: il termine "Forum" riscopre il suo significato originale di luogo e occasione d'incontro/confronto delle più importanti esperienze del settore.*»

Anche la scelta del Polo Fieristico romano non è stata casuale. Alternativa naturale a Milano, Roma è anch'essa una città dal respiro internazionale, ricca di storia e di fascino. Inoltre, la città dispone di un modernissimo Polo Fieristico, inaugurato nell'aprile del 2006, che la colloca tra le maggiori e più

accreditate realtà fieristiche d'Europa. Non solo fiera, non solo vetrina, MIDO Business Forum intende essere un momento dove fare business in un contesto nuovo totalmente dedicato allo scambio e all'interazione; con l'obiettivo, non di aggiungere manifestazioni ad un calendario internazionale già molto ricco



con conseguenti oneri per le aziende, bensì, di seguire le reali necessità delle imprese in termini di formula, tempistica e, soprattutto, costi. Nel tentativo continuo di essere vicino non solo alle necessità degli espositori, ma anche dei visitatori e dei buyer sia italiani che esteri, MIDO sta, inoltre, lavorando in sinergia con gli ottici italiani, che potrebbero per l'occasione scegliere MIDO Business Forum come cornice privilegiata per i loro congressi e meeting. Novità e sfide ambiziose che

però affondano le loro radici nella solida tradizione e nell'autorevolezza di MIDO.

**E noi cosa pensiamo della rivoluzione?  
la parola a Giovanni Vitaloni,  
amministratore delegato di Nico-design.**

Della rivoluzione del MIDO noi di Nico-design pensiamo tutto il bene possibile, anche se certamente il passaggio tra il vecchio ed il nuovo modello temporale e logistico comporterà qualche "fatica" in più, almeno il primo anno. Anticipare il MIDO di due mesi

consentirà ai distributori di ricevere le nuove collezioni per l'inizio -e non la fine- dell'estate, che vorrà dire essere pronti con la forza vendita "sulla strada" in migliore corrispondenza con la stagionalità della moda. Certo il primo MIDO di marzo costringerà noi produttori ad una corsa senza fiato (il Silmo è ad inizio novembre) per preparare in pochi mesi le nuove collezioni. Ma già stiamo cercando di portarci avanti per non arrivare alla meta troppo trafelati. D'altro canto poter presentare già

a marzo le nuove collezioni per l'autunno/inverno è sicuramente positivo: la produzione degli occhiali è ormai organizzata sui 120 giorni ed il riposizionamento delle fiere (perché siamo certi anche le altre fiere internazionali rivedranno il loro calendario) ci darà più respiro e ci consentirà di lavorare su tempi meglio calibrati rispetto alle esigenze del mercato. E il Mido business forum a Roma? È importante soprattutto per il mercato

italiano, almeno per noi. Speriamo che ci offrirà l'occasione di incontrare gli ottici italiani del centro sud, che oggi vengono poco a Milano. La cornice certo aiuterà: Roma ad inizio settembre sarà un incanto.

Cosa succederà alle altre fiere? C'è chi ha interpretato le scelte del MIDO come una dichiarazione di guerra alle fiere di Parigi e di New York. Non credo personalmente che si tratti di un deliberato "atto ostile", sono convinto piuttosto che si fosse da tempo creata

la necessità di un cambiamento nella tempistica delle fiere di settore. E il MIDO ha giocato la prima carta. Che senso può avere presentare le nuove collezioni primavera/estate al Silmo a fine ottobre? troppo tardi per tutti. New York a detta di qualcuno soffrirà della concomitanza con il MIDO. Invece, credo, se gli organizzatori sapranno collocarsi un poco più avanti nel mese di aprile avranno l'opportunità di presentare le collezioni appena lanciate al MIDO, cosa che in passato

non avveniva.

Nè Silmo nè Vision Expo "subiranno" il cambiamento, e sapranno sicuramente ritrovare una tempistica più consona ai tempi della stagione della moda.

Un consiglio pratico per non farsi rendere alla sprovvista dal cambiamento. A Milano ad inizio marzo si svolgono numerose manifestazioni fieristiche del settore accessori moda: quindi cari amici non tardate a prenotare le camere negli hotel.



## Calendario della nostra partecipazione alle fiere nazionali e internazionali

Giugno – Agosto

20 giugno/21 settembre 2008

Piemonte Torino Design - Torino - Italia

## New York, I did it my way...

Ma dov'è la grande crisi americana?

Per fortuna noi non l'abbiamo incontrata.

La fiera di New York si è confermata un appuntamento vivace e interessante, un'ottima occasione per stringere nuovi contatti e rinforzare quelli esistenti con

gli ottici nord americani.

Abbiamo esposto per il nono anno consecutivo negli spazi della Galleria, il padiglione "al piano di sopra" dedicato alla creatività del mondo degli occhiali. Due giornate di lavoro molto intenso insieme ai nostri distributori per gli USA -Chris Chernoff e la sua squadra- e per il Canada -Daniel Laoun.

E la sera per stemperare la fatica tutti alla Roumenian steakhouse Sammy's ascoltando My Way eseguita da uno specialissimo cantante...

## MIDO avanti forza tutta

Decisamente un buon MIDO. Sul fronte delle esportazioni, le giornate milanesi sono state un'opportunità preziosa per incontrare i partner commerciali internazionali e mostrare loro le nuove collezioni autunno/inverno 2008/9.

Superate le criticità dell'edizione dello scorso anno dovute alla nuova localizzazione della fiera, quest'anno il MIDO Design Lab si è rivelato un contenitore espositivo di altissimo livello -difficile fare meglio. Avevamo auspicato il cambiamento lo scorso anno e siamo



stati accontentati. Il padiglione dagli alti soffitti “scaldato” da una scenografia di ottimo gusto, l’atmosfera raccolta ricavata in spazi decisamente ampi, la lounge di tendenza al centro del padiglione come punto di incontro e di ristoro. Un contesto favorevole che ha offerto un gradevole scenario per la creatività - apprezzata da tutti - delle

nuove collezioni VANNI e DERAPAGE. Un punto debole dell’edizione appena conclusa? la scarsa partecipazione alla fiera degli ottici italiani. I numeri del MIDO riferiscono di un complessivo aumento, seppur lieve dei visitatori italiani. Ma noi ne abbiamo visti pochi, e solo la domenica. Si potrà fare meglio, abbiamo fiducia nel futuro. Non ha certo

favorito la congiuntura economica. Probabilmente il MIDO Business Forum in programmazione a Roma per settembre 2009 (una piccola fiera, solo di montature, facile da visitare) potrà andare incontro alle esigenze degli ottici e, speriamo, contribuirà a riportarli tra gli stands.

Una certezza sopra tutte: il MIDO ha confermato nel 2008 -e con forza- la sua posizione di leader delle fiere di settore, la sua capacità di attirare visitatori da ogni angolo del globo e di offrire opportunità di business come nessun’altra analoga occasione di lavoro.

## La serata Nico-design al MIDO:

ospitalità milanese per ritemperarsi dalla lunga giornata. L’anno scorso una serata decisamente movimentata. Quest’anno Nico-design ha voluto offrire ai suoi ospiti l’assaggio di un’atmosfera di pacatezza milanese. Quale migliore localizzazione che lo spazio Fondazione Maimeri, una galleria d’arte ricavata all’interno di un affascinante cortile nella Milano dei navigli? Tra tele di artisti contemporanei ed il cortile ricavato tra i palazzi di ringhiera una cena nella tradizione lombarda. Per trovare a fine giornata, finalmente, un momento di pace e ristoro con la musica di sottofondo.



## La fiera di Kualu Lumpur in Malesia

Grazie all'impeccabile organizzazione di Colin Cok è avvenuto nella capitale malese il lancio della pre-collezione DERAPAGE per l'estremo oriente. La presentazione dei nuovi modelli Tornado ha già dato i suoi frutti ed ha portato all'ingresso della collezione nei 15 migliori punti vendita di KL.

## Made in Italy a Mosca

Ecco le immagini della sfilata di moda occhiali "Made in Italy" organizzata a marzo dall'ANFAO in collaborazione con l'Istituto per il Commercio Estero italiano.

## Occhiali VANNI e DERAPAGE tra gli oggetti in mostra per l'eccellenza del design piemontese

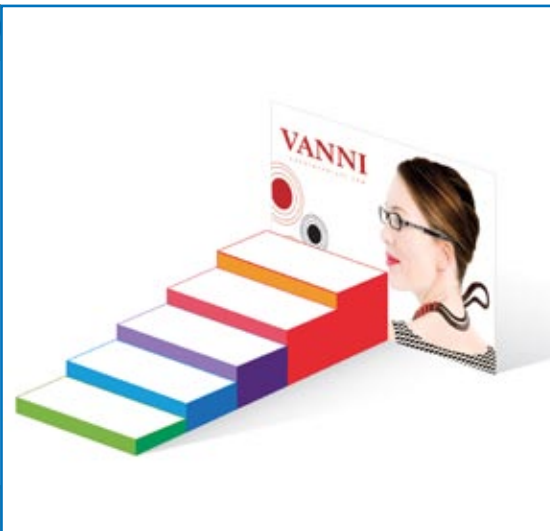
Il Piemonte è da sempre considerato una fucina laboriosa di talenti nel campo del design. Nel 2008 per la prima volta due occhiali saranno presenti alla mostra Piemonte Torino Design.

Sono il modello Spiral di VANNI ed il Tornado di DERAPAGE gli occhiali selezionati per partecipare all'esposizione che si aprirà a Torino il 20 giugno prossimo.

Dopo i due anni di prestigiosa itineranza internazionale (da Torino 2006 a Canton, Seul, Ningbo, Kyoto, Hanoi, Belo

Horizonte, Santiago del Cile...) per il 2008 torna a Torino la Mostra Piemonte Torino Design. La Mostra documenta l'eccellenza del design "made in Piemonte" attraverso più di 200 prodotti industriali progettati e/o realizzati nel territorio piemontese dagli oltre 150 designer e 170 aziende coinvolti. L'esposizione si terrà presso il Palazzo della Regione, nel cuore di Torino, dal 20 giugno al 21 settembre 2008; gli oggetti presenti alla mostra saranno illustrati nel catalogo edito da Mondadori Electa.





## Baricole e l'architettura

Inaugura il 26 giugno da Baricole, la showroom di Nico-design a Torino, la mostra di fotografia d'architettura di Antonella Guerrini. Nell'anno in cui Torino è capitale mondiale del design non poteva mancare uno sguardo da professionista sul mondo dell'architettura innovativa.

## Nuovi espositori VANNI

In pochi mesi VANNI ha rinnovato la propria immagine, i cartelli vetrina, le brochures. All'appello mancavano solo gli espositori, eccoli in uscita in formazione componibile in moduli di 5 diverse dimensioni abbinabili secondo il gusto

del giorno. Nei colori più vivaci. Oppure nella versione "maxi" a forma di T azzurri o arancioni per esporre fino a 9 montature.

## Nico-design partecipa al dibattito sulle imprese innovative

Un invito importante quello dell'Unione delle Camere di Commercio del Piemonte. La possibilità di partecipare al dibattito organizzato l'11 giugno sulle imprese innovative italiane insieme alle più importanti imprese responsabili del rinnovamento del territorio.

## VANNI va in TV. Solo per gli italiani spettatori de La7

Imperdibile l'imitazione del comico Maurizio Crozza dell'architetto Fuksas (in arte Fuffas...) nel Crozza Italia live show che si è appena concluso in prima serata su La7. Potete rivedere gli sketches su

<http://www.la7.it/intrattenimento/dettaglio.asp?prop=crozza&video=12605> ed apprezzare il look da intellettuale alla moda sottolineato dal modello bikini di VANNI.

## Tour de France per VANNI

Due intere giornate dedicate a VANNI presso l'ottico Lynx optique di Saint Renan il 18 e 19 aprile scorsi. Una rivoluzione nel negozio "travolto" dalla grafica e gli espositori di VANNI e trasformato in spazio VANNI. L'eccellente lavoro è frutto della dedizione degli amici di FMI.

## VANNI e DERAPAGE nel cuore di Milano

Arriva direttamente sulla mail degli iscritti Le nuove collezioni di occhiali di design VANNI e DERAPAGE approdano allo storico ottico Bergomi di Largo La Foppa nel cuore di Milano. Giovedì 22 maggio sotto una pioggia battente si è tenuta la presentazione delle collezioni autunno-inverno 2008/2009 presso il punto vendita convertito per l'occasione in showroom.

