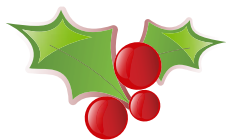


italian  
eyewear  
designer  
magazine

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



*Happy New Year*

## Lo Stratos di VANNI è “Eyewear of the year 2009”

Un occhiale VANNI in edizione limitata ha vinto il premio giapponese “Eyewear of the Year 2009”. L'importante premio è stato assegnato al modello STRATOS di VANNI all'IOFT di Tokyo lo scorso primo ottobre.

VANNI Stratos: una montatura stratificata come una roccia: una sovrapposizione di materiali diversi per composizione e colore che sorprende per le combinazio-

ni che disegna, sempre uniche e irripetibili. La linea Stratos riproduce il fenomeno geologico naturale e realizza una linea di occhiali in acetato lavorato in stratificazioni sovrapposte di colori e di spessori diversi. Le montature sono ricavate da tavolette multistrato che alternano monocolori trasparenti e opachi. Le lastre artigianali sono esemplari unici creati per VANNI.

## DERAPAGE eyewear: a Parigi è premio speciale per la sostenibilità

DERAPAGE ha ricevuto a Parigi il premio speciale della giuria per lo sviluppo sostenibile, la nuova categoria di selezione del “Silmo d’Or” introdotta quest’anno per tener conto della compatibilità della catena produttiva degli occhiali con la protezione dell’ambiente in cui viviamo. DERAPAGE dimostra di essere al passo con l’evoluzione del mondo e del mercato e di anticipare nel concreto la necessità di dare vita a linee di produzione

che sempre più contengano l’impatto sulla natura dei processi messi in atto. Innovazione ed investimento nella ricerca del minor impatto ambientale della produzione: DEARAPAGE propone con Tornado non solo una collezione di occhiali rivoluzionari, riciclabili al 100% e totalmente anallergici, ma soprattutto un “progetto sostenibile” in grado di articolare un’intera collezione.

# VANNI



*Mention spéciale  
développement durable*

*NICO DESIGN pour la Collection  
DERAPAGE*



**DERAPAGE**



## DERAPAGE e VANNI e lenti da sole ZEISS: un matrimonio felice

Una collaborazione nata per offrire il meglio della vestibilità e della salvaguardia dai raggi solari. Il Tornado HP ed i modelli Chrysalis e Zephyr di VANNI montano lenti da sole ZEISS, testate per essere perfette, lenti che garantiscono con un'avanzata perfezione ottica la migliore protezione per gli occhi. Le lenti da sole ZEISS, con l'esclusivo trattamento antiriflesso Bluez, sono studiate per garantire non solo un elevato schermo dai raggi solari, ma anche per salvaguardare gli occhi: massima protezione unita ad una ottima visione.

Giovanni Vitaloni, amministratore di Nico-design che, insieme al centro stile,

ha cercato e sviluppato la collaborazione con ZEISS afferma: "La costruzione dei nostri occhiali VANNI e DERAPAGE, e penso soprattutto al Tornado, è a nostro avviso talmente avanzata che era indispensabile nella versione da sole abbinare agli occhiali lenti di prima qualità. Per questo abbiamo pensato di rivolgerci a ZEISS, che ha sposato il nostro progetto, anzi due progetti, e siamo felici di lanciare una collaborazione che combina le eccellenze per dar vita ad un prodotto di altissimo livello tecnologico, seppur di utilizzo quotidiano". "Attualmente, Bluez è il miglior antiriflesso disponibile sul mercato del

sole, con il più basso indice di riflessione interna - dichiara Michele D'Adamo, Managing Director di Carl Zeiss Vision Sunlens.- Tutti i trattamenti ZEISS sono il frutto di una lunga e accurata ricerca che ci permette di garantire la migliore ottica nel settore eyewear a livello internazionale. L'indiscussa qualità delle nostre lenti e l'innovativo design studiato per Tornado HP e per VANNI Chrysalis e Zephyr sono stati il binomio vincente di una collaborazione che ha dato vita ad occhiali dalle performance eccezionali. Un progetto fortemente voluto che sottolinea ancora una volta l'esclusività dei partner da noi scelti".

DERAPAGE



SUNLENS BY

TornadoHP



SUNLENS BY

VANNI



## VANNI e Artissima: guardare all'arte con occhiali creativi

Si è conclusa Artissima 15, l'Internazionale di Arte Contemporanea di Torino di cui VANNI è sponsor per il terzo anno consecutivo. Una tradizione che ormai si consolida per il marchio di occhiali che trova nell'arte contemporanea, ed in particolare nell'arte giovane, una delle fonti di ispirazione del proprio lavoro.

Una presenza forte in fiera quella di VANNI, con uno spazio proprio all'ingresso del padiglione principale, e

alcune montature in vista a fare concorrenza alle opere d'arte. Insieme ad Artissima, VANNI nel 2008 ha riproposto il progetto che nelle passate edizioni ha registrato il tutto esaurito: "ascolta chi scrive" ha visto 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. 40.000 i visitatori che hanno per i tre giorni apprezzato le più o meno folli proposte dell'arte giovane del nostro tempo. Con la consapevolezza che per guardare e tentare di capire l'arte contemporanea sia utile attingere alla propria fonte di intelligenza e sensibilità creativa.



## VANNI *goes arty* 2008

VANNI goes Arty - seconda edizione

Una scorpacciata di arte per VANNI: oltre a partecipare ad Artissima 15, VANNI ha proposto per la seconda edizione l'iniziativa "VANNI goes arty", un momento di approfondimento autonomo sui legami tra il mondo dell'arte contemporanea ed il design nell'anno in cui Torino è World Design Capital. Alla domanda su quale sia la relazione tra le due discipline hanno risposto in brevi video interviste autorevoli personaggi. Questi i nomi: Flavio Albanese, Andrea Balestrero, Aaron Betsky, Stefano Boeri, Richard Burdett, Aldo Cibic, Matali Crasset, Marta Dell'Angelo, Emiliano Gandolfi, Guta Moura Guedes, Michelangelo Pistoletto, Bertjan Pot, Alice Rawsthorn, Joseph Rykwert, Tobias Rehberger, Italo Rota, Stella Scala, Patricia Urquiola, Yunghee Jung, Gilberto Zorio.

Ha ragione l'artista Tobias Rehberger quando dice che la relazione tra arte e design è la stessa che esiste tra un paio di pantaloni e la mozzarella? Oppure l'architetto Aaron Betsky che sostiene che i confini tra le due discipline siano sempre più fluidi? O ancora il designer architetto Aldo Cibic che cerca nell'oggetto di arte o di design una dimensione poetica lontana della violenza del mercato? O la designer Matali Crasset per cui l'appartenenza ad una categoria discende dallo spazio in cui si colloca l'opera?

Una ricchezza di punti di vista che è raccolta in video interviste disponibili on-line sui siti:

- [www.vanniocchiali.com/vannigoesarty.html](http://www.vanniocchiali.com/vannigoesarty.html)
- [www.artissima.it](http://www.artissima.it)
- [www.torinoworlddesigncapital.it](http://www.torinoworlddesigncapital.it)

# Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

## RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

trimestre ottobre - dicembre 2008

Visita la rassegna stampa completa su

www.nicodesign.it

ITALIA  
Specchio+  
Ottobre 2008  
pag. 62  
DERAPAGE - Tornado



ITALIA  
Allure  
Settembre 2008  
pag. 54  
VANNI - Twist



ARGENTINA - CILE  
URUGUAY - PARAGUAY  
Fotoptica  
Settembre / Ottobre 2008  
pag. 98  
VANNI e DERAPAGE



Un formato inventivo

combinando tradizione e avanguardia, al tavolo di lavoro per

Il direttore del Vn. Maria Vittoria. E se ha sempre con le

Un formato inventivo

Il direttore del Vn. Maria Vittoria. E se ha sempre con le



Hay son muchos los puntos fuertes de Nico-Design: una constante apuesta a la innovación, con más de diez nuevas modélicas cada año; la permanente exploración de materiales, y un fino gusto para rastrear las últimas tendencias.



VANNI



HONG KONG  
V.Magazine  
Dicembre 2008  
pag. 115  
VANNI - Stratos  
Eyewear of the year 2009





## NO PANIC: non è tempo di crisi ma, con coraggio, il momento per fare ordine

Mi rendo conto che sia una parola dire “niente panico”, quando basta aprire la pagina di un giornale od accendere la televisione per essere bersagliati da messaggi opprimenti e catastrofici sulla crisi che sta investendo e travolgendo tutte le economie del mondo, anche quelle più tradizionalmente solide. Indubbiamente non stiamo vivendo un momento semplice: colpa delle speculazioni americane, dei sub-prime e della avventatezza di pochi, o di chissà cos’altro. Certo è che la flessione dei consumi è sotto gli occhi di tutti, basta guardarsi attorno, osservare il

piccolo mondo di ognuno: vale per voi ma anche per me, che oltre ad essere un produttore sono un consumatore, e ultimamente faccio più attenzione a come e cosa spendo. Sono però fermamente convinto che strapparsi i capelli non serva a ritrovare la serenità necessaria a lavorare per invertire la tendenza, e sappiamo per esperienza che il mercato sano si nutre di stabilità e fiducia.

Riflettendo sulla nostra realtà aziendale vorrei che fosse chiaro un messaggio, sperabilmente condiviso: i tempi sono cambiati, il momento è complesso ma

un futuro roseo dipende soprattutto da noi e dalle nostre azioni. La flessione dei consumi ci esorta a fare ordine in casa e fuori, per evitare sprechi di energia e risorse e per mettere a frutto le competenze di ognuno nel modo più efficiente ed efficace. Traduzione per noi di Nico-design: generare energia positiva è un obbligo, crogiolarsi nelle negatività è un divieto.

Ordine (tendente alla disciplina), identità: ecco le parole chiave che ci consentono di costruire la barriera per arginare la mareggiata. Dobbiamo riferirci ogni giorno ai valori che hanno

fatto fino ad oggi il successo di VANNI e DERAPAGE, aumentare la coscienza della nostra preparazione ed anche la consapevolezza della nostra bravura nel fare occhiali belli. Oso, anzi esagero dire: i migliori fatti in Italia.

Dobbiamo uscire dall'ottica della ricerca del prodotto commerciale a tutti i costi, del prodotto che si vende da solo perché "facile". Non ci interessa fare "modellini" da vendere senza sforzo. Noi concepiamo collezioni di occhiali con ciò che questo comporta.

State certi che il "modellino" ha vita breve e non è associato al marchio. I nostri prodotti sono certificati da una

identità di marchio e sono frutto di ricerca e studio, hanno un contenuto, non sono una "cosina" semplice da proporre senza una premessa. Sono anche convinto che maggiore è il valore del prodotto, più lunga è la sua vita.

Per vendere poco di più non intendo stravolgere la mia identità di creatore di occhiali di design. Preferisco (al limite, molto al limite) vendere meno ma trovare chi capisce perché un nostro occhiale non è come tutti gli altri. Non la pensi così? Beh allora posso dire che non siamo in sintonia! Per quanto mi riguarda termini quali modellino, occhialeto, prodottino sono banditi.

Abbinati all'aggettivo "carino" poi, mi si annebbia addirittura la vista dalla rabbia. Seriamente: deve esserci presa di coscienza ed apprezzamento per il prodotto. A tutti i livelli.

Se non c'è: adieux!

Questo, non crediate che non ne sia conscio, richiede impegno costante, e anche fatica da parte di tutti. Ma chi saprà trasformare l'impegno in entusiasmo imparerà ad amare il proprio lavoro, ed i risultati non potranno mancare. Ecco è qui dove entra in gioco l'ordine: chi non ha voglia di mettersi in gioco è destinato a stare fuori, dal "gioco". E forse è meglio così.

Passatemi una similitudine calcistica: giocare una partita in difesa equivale a condannarsi ad un risultato misero, di mero contenimento, è in attacco che si possono cogliere le opportunità mettendo in luce le proprie abilità.

E per tornare ai consumi, in fondo, non siete anche voi dei consumatori oggi più consapevoli, che quando le risorse diminuiscono preferiscono investire nell'acquisto di meno oggetti ma più belli e meglio fabbricati? Allora avanti così, con fiducia, consapevoli di essere dei centravanti anche quando il terreno di gioco è scivoloso.

Giovanni Vitaloni

## Calendario della nostra partecipazione alle fiere nazionali e internazionali

Dicembre 2008 - Febbraio 2009

23/25 gennaio 2009

Optimünich - Monaco - Germania

25/27 Febbraio 2009

SIOF - Shanghai - Cina

27 Febbraio/01 Marzo 2009

OPTA - Brno - Rep. Ceca

## IOFT a Tokyo: dalle stalle alle stelle, con premio

Fiera di Tokyo, mattina del 1 ottobre: al primo sguardo allo stand Nico-design piombiamo nello sconforto: una cattiva posizione espositiva, molto penalizzante che ci sembra una pessima partenza per un evento a cui teniamo molto.

Ma dalle premesse non certo rosee ci solleviamo dopo poche ore dall'apertura con la notizia che ci riempie di orgoglio: il premio "Eyewear of the Year 2009" va al modello Stratos di VANNI, una montatura in edizione limitata che anche commercialmente non ha mancato di darci grandi soddisfazioni in tutto il mondo. Dopo una doccia fredda di disappunto

ed una bollente di entusiasmo la fiera si è svolta ad una temperatura costante e ritemprante. Quasi 16.000 i visitatori da tutta l'area estremo orientale, con un incremento nel numero degli espositori e della cifra di affari trattata. Come sempre abbiamo rilevato una grande attenzione dei giapponesi alla qualità del prodotto ed alle metodologie di lavorazione degli occhiali, un momento di confronto approfondito e gratificante per tutto il team.

Il prossimo appuntamento nel 2009, dal 27 ottobre e con una posizione in fiera – ci hanno garantito - certamente migliore!





## SILMO di Parigi, mancano i grandi ed i designer creativi passano alla ribalta

La fiera Silmo di Parigi riserva una sorpresa ad ogni edizione. L'anno passato lo sciopero che ha paralizzato le visite, quest'anno una tempistica di date alquanto discutibile e tardiva, e la totale assenza dei grandi gruppi industriali italiani. Un avvio in salita per una fiera che però non ha perso l'occasione per sottolineare la sua vocazione "di tendenza", mirata alla promozione dei

talenti creativi dell'occhialeria. 42.000 visitatori, come nel 2007, pochissimi gli espositori italiani. Sono mancati i buyers asiatici, ostacolati dalla coincidenza sfortunata con la fiera di Hong Kong. Se l'assenza dei grandi ha modificato il paesaggio rendendolo certamente appiattito sulla piccola dimensione, il Village si è confermato il luogo di maggiore attrattiva della fiera. Curato

nell'allestimento e nella sostanziale attenzione al design di occhiali ha "movimentato" la serata del sabato con un evento sociale-festaiolo che certamente ha contribuito a creare un'atmosfera positiva per espositori e visitatori. Noi di Nico-design abbiamo lavorato bene ed abbiamo anche potuto gioire con soddisfazione della menzione speciale del Silmo d'or a DERAPAGE per

la sostenibilità ambientale. Siamo speranzosi che la nuova collocazione di date per il prossimo anno, anticipate di un mese e mezzo al 17 settembre e quindi in sintonia con la presentazione delle collezioni del 2010, possa rilanciare la partecipazione ad un evento espositivo che ha tutte le carte per offrire molto di più e molto meglio.



## VANNI sfila a palazzo reale

Una sfilata particolarissima che si è svolta a palazzo Madama a Torino il 24 novembre scorso. Le modelle indossavano esclusivamente la biancheria ricercata di GIMO' - il più bel negozio di intimo della città- e gli ultimi modelli della collezione VANNI.



## Mostra d'arte da BARICOLE

VANNI non ha perso l'occasione per sottolineare la sua passione per il mondo della creatività giovane: durante la notte bianca delle arti contemporanee a Torino ha ospitato presso la showroom Baricole la mostra "Fino all'osso" della emergente artista Elena Biringhelli. Un gioco intrigante di teatrini animati per riflettere sulla visione come uno dei cinque sensi.



## Occhiali VANNI al festival di Berlino

VANNI va al cinema. Occhiali made in Torino per il film "Il compleanno" con Alessandro Gassman, Massimo Poggio e Maria de Medeiros che verrà presentato al prossimo Festival di Berlino dal 5 febbraio 2009. In attesa dell'assegnazione dell'orso d'oro, la giuria della rassegna tedesca sarà quest'anno presieduta dall'attrice scozzese Tilda Swinton.



## Delegazione Belga in visita a Nico-design

Una folta rappresentanza belga delle Fiandre ha visitato a Torino la sede di Nico-design. Una visita organizzata per scoprire il “segreto” della creatività del design piemontese, nell’anno in cui Torino è World Design Capital. Imprenditori, amministratori pubblici, membri del governo e della cittadinanza capitanati da Stefaan De Clerck, sindaco di Kortrijk, hanno ascoltato con interesse le parole

di Giovanni Vitaloni. Il tema affrontato è stato quello della esperienza aziendale, dalle origini alla missione attuale della società torinese che si è affermata nel mondo dell’ “Eyewear Design”.

Una visita ma anche uno scambio intelligente e di esperienze e di idee con i rappresentanti di una delle regioni a più alta industrializzazione del Belgio e dell’Europa.

## Il futuro della moda è nelle mani dei giovani! VANNI ci scommette

VANNI in collaborazione con la Camera Italiana della Moda e la rivista Glasses and Fashion, scommette sulla moda giovane. Ha sfilato all’interno del calendario ufficiale di Milano Moda Donna il 20 settembre scorso la collezione della talentuosa Gilda Giambra, figura emergente tra i giovani stilisti italiani.

Le modelle in defilé indossavano due occhiali VANNI, realizzati in esclusiva grazie alla brillante creatività di Gilda e seguendo i tratti di ironia ed eleganza della collezione primavera/estate 2009.

## Il GOOD DESIGN fa ancora parlare di sé

Il prestigioso premio del Chicago Athenaeum fa il giro del mondo. Si è aperto ad Atene al “Contemporary space” il 18 settembre scorso il “GOOD DESIGN Show” la mostra itinerante del premio che dagli anni 50 ha incoronato i più visionari designer mondiali di oggetti micro e macro (dal fermacarte alla navicella spaziale). Negli spazi del quartiere di tendenza della capitale greca non poteva mancare il Tornado di DERAPAGE.



## Dal Canada: ottimi risultati per la fiera di Montreal

E' durata due giorni la fiera di Montreal, al Palais des Congrès, il 7 e 8 novembre scorso. 1500 i visitatori e circa 50 gli espositori tra cui i partner storici Laoun, distributori di VANNI e DERAPAGE in Canada, presenti con lo stand "Georges

et Phina". Un eccellente consenso per i nuovi modelli del Tornado di DERAPAGE e per le nuove linee VANNI presentati con dinamismo ed entusiasmo da Daniel, Mylene, Johanne ed Elaine.

## Lancio di DERAPAGE in Olanda

Esordio settembrino alla fiera di ottica di Gorinchem per il Tornado di DERAPAGE. Un lancio di successo curato da Elly di Jazz-Fashion che in soli tre mesi di intenso lavoro ha già conquistato più di 30 punti vendita nel paese.

## VANNI in Polonia

Si è da poco conclusa a Poznan' Optyka 2008, la prima fiera di ottica in Polonia. Un centinaio gli espositori tra cui i partner di VANNI Veni Vidi Vici capitanati da Mariusz Mika.

