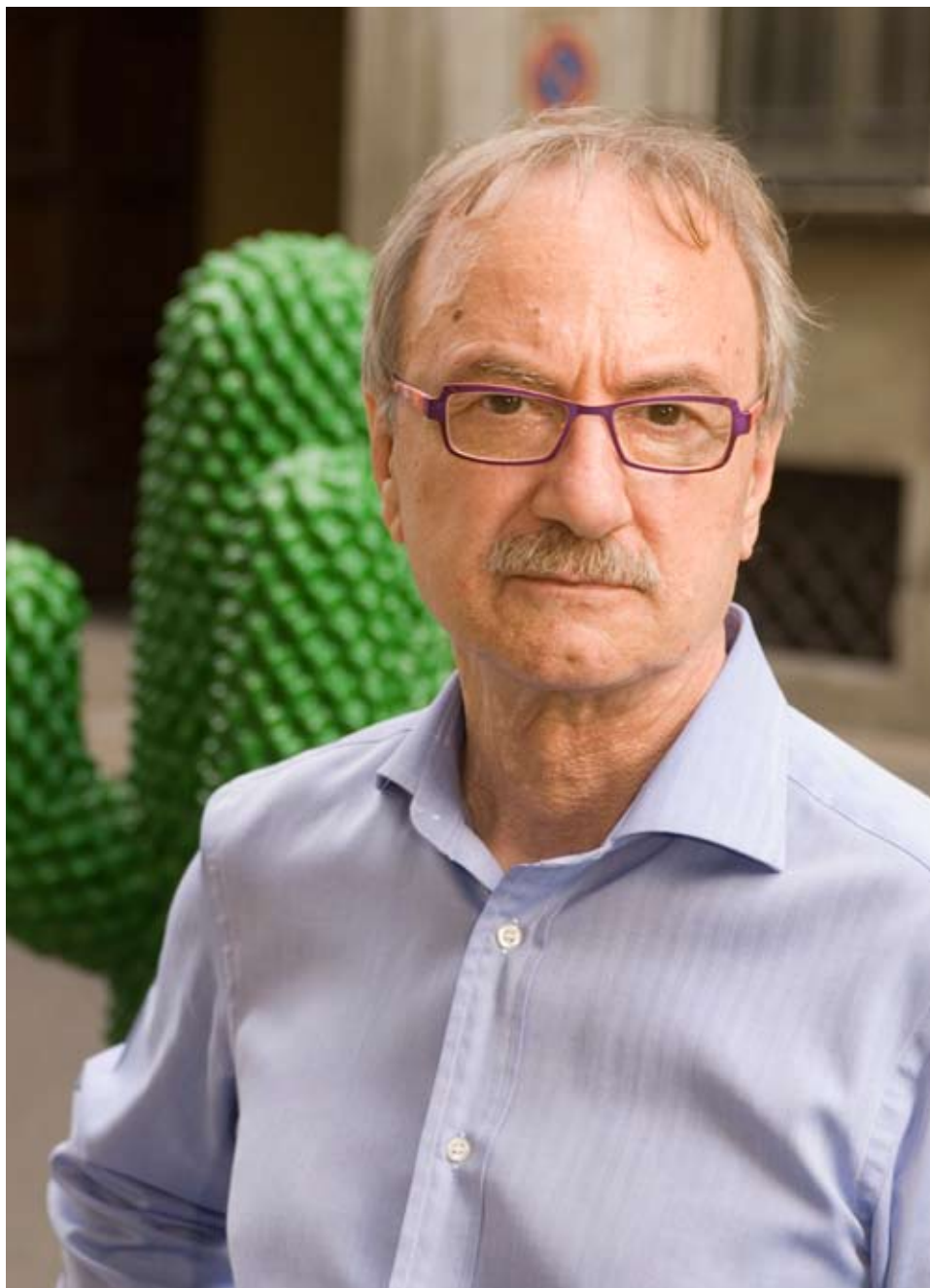


italian
eyewear
designer
magazine

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



A Maurizio

Così se ne è andato, l'abbiamo salutato un sabato pomeriggio e poi non c'era più. Noi di Nico-design non dimenticheremo lo humour arguto di Maurizio Tresoldi, la colonna portante insieme a sua figlia Barbara della showroom Baricole. Maurizio ci lascia il ricordo della sua presenza elegante, del suo sguardo dolce, saggio e un po' beffardo: ci mancherà molto.



Arancione è il colore del nuovo catalogo VANNI

Certo non passerà inosservato il catalogo appena ristampato: una cover in arancione fluo per contenere le schede prodotto di tutte le più recenti famiglie di occhiali VANNI.

Uno strumento di comunicazione, ma anche di aggiornamento pratico grazie alle pagine integrabili ad ogni nuova collezione. Il biglietto da visita della creatività e dello stile italiano.

Nero lucido è il colore del nuovo catalogo DERAPAGE

All'insegna del design più puro e del carattere esce il nuovo catalogo DERAPAGE. Con un unico gesto rende possibile vedere le più importanti famiglie del Tornado ed anche l'occhiale più premiato indossato da chi vive lo stile DERAPAGE ogni giorno.



VANNI è su Facebook

Tutti pazzi per Facebook, il luogo virtuale che è ormai diventata la piazza degli incontri di nuovi e vecchi amici e dei propri idoli. VANNI non poteva mancare, con la forza di un marchio che sta tra i giovani e che li aggrega in virtù di un

gusto che è internazionalmente apprezzato. VANNI su Facebook è non solo una vetrina della filosofia del marchio, degli ultimi occhiali e delle ultime notizie su cosa bolle in pentola nella casa torinese, ma anche una carrellata di immagini di personaggi, televisivi e gente comune, che portano VANNI con orgoglio. Destinato a comunicare con gli ottici, ma anche con il pubblico degli appassionati, è aggiornato quotidianamente. Un invito a tutti voi a cercarci su Facebook ed aggiungere amici, amici e ancora amici. E al prossimo giro in giostra salirà anche DERAPAGE.



Marco, Aosta, Italia

VANNity Fair: manda la tua foto indossando VANNI e vinci

Invia la tua foto e i tuoi dati a:
vannityfair@vanniocchiali.com
oppure taggaci su Facebook
www.facebook.com/vanni.eyewear:
sarai inserito nella nostra galleria on-line
“VANNITYfair” e riceverai a casa una clip
VANNI in edizione limitata.

Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

trimestre dicembre 2009 - febbraio 2010

Visita la rassegna stampa completa su

www.nicodesign.it

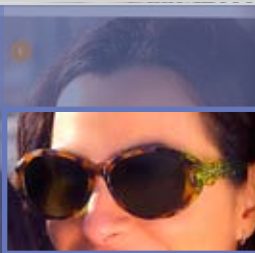
TAIWAN
Esquire
Dicembre 2009
pag. 52
DERAPGE - Tornado



ITALIA
Il Mondo dell'ottica
Febbraio 2010
pag. 62
VANNI - Meccano Jungle



GERMANIA
Optic und vision
Gennaio 2010
pag. 72
VANNI - Chrysalis



ITALIA
La Stampa
5 Marzo 2010
pag. 25
VANNI - Flame



3 Domande ai nostri ottici nel mondo

Come molti di voi sanno Nico-design è un'azienda che guarda al mondo, esportando i propri occhiali nei 5 continenti. I nostri clienti internazionali sono molto spesso partner distributivi e, in qualche caso, direttamente catene e negozi di ottica. In questo numero del Magazine abbiamo pensato che potesse essere interessante, e per noi certamen-

te lo è, dare la parola agli ottici e sentire il loro punto di vista sul mondo dell'occhiale. Sono gli ottici che hanno il polso delle tendenze e che quotidianamente ascoltano le esigenze del pubblico che entra nei loro negozi. Senza il loro lavoro gli occhiali VANNI e DERAPAGE resterebbero sulle mensole di uno scaffale. Ne abbiamo sentiti molti ma qui vorrem-

mo iniziare a darvi conto delle opinioni degli ottici della costa Est degli USA e del Quebec, in Canada. Nei prossimi numeri del Magazine esploreremo altri paesi e raccoglieremo altri giudizi.

Per sapere come la pensano i colleghi dall'altra parte del globo.

Tre sono le domande che abbiamo posto a tutti:

- Quali occhiali da sole e da vista fanno tendenza sul suo mercato nel 2010 ?
- Qual è fino ad oggi l'occhiale VANNI o DERAPAGE che si è meglio venduto?
- Come può migliorare il rapporto degli ottici con i produttori di occhiali?

Ecco le risposte che abbiamo ottenuto.



Lisa Larimer, di Sky Vision Centers, Westlake, Ohio

- Diversi! la gente non vuole guardare gli altri e vedersi allo specchio. Tutti vorrebbero sentirsi unici. Possono aiutare le forme squadrate ed angolate che accentuano i lineamenti. Le colorazioni coraggiose, perfino più vistose, sono

di tendenza. Quando il cliente prova un occhiale in bicolore vivace si stupisce di quanto il colore può aggiungere al carattere di un viso. Il trucco è di far provare la montatura, sempre. C'è chi a priori ha paura di cambiare immagine ma se prova una montatura colorata e stilosa, sicuramente poi la sceglierà.

- É difficile per me indicare un solo pezzo. Noi teniamo e vendiamo diversi modelli di occhiali VANNI; il colore li rende unici ed anche la qualità.

- L'azienda dovrebbe intervistare clienti in diversi periodi dell'anno e chiedere loro, anche solo via e.mail, il parere sulle collezioni. Questo consentirebbe di verificare il tipo di prodotto che il pubblico richiede. E' un tipico lavoro che possono fare gli agenti. Noi siamo seguiti da un'ottima rappresentante (ndr Wendy di I/Optics): abbiamo un rapporto forte e stretto, lei ci conosce e conosce le nostre esigenze. E ci serve sempre per il meglio.



Ginger Gundy, l'ottico dello studio del Dr. Neil Perko in Euclid, Ohio

- Mi ritengo fortunata a lavorare in una zona in cui i clienti sono eterogenei ed hanno gusti molto vari. Ho pazienti molto diversi tra loro, dagli anziani europei ai giovani professionisti chic ed alla moda.

Chi si serve da noi cerca un occhiale diverso da quello che di solito vede sul naso della gente. Le fogge ed i colori vivaci di VANNI piacciono a tutti.

- Direi che gli uomini che vedo tendono ad apprezzare lo stile pulito del V8323 (famiglia Meccano), serio ma originale. L'ho proposto con successo a giovani studenti ma anche a uomini d'affari. Anche il modello V9512 (famiglia Plano) vende molto bene. Lo propongo da sole a chi cerca un look sportivo e apprezza il taglio tecnologico delle aste. Le donne invece cercano il colore, il mio

pezzo forte è il V3296 (Kawaii), che si abbina al jeans come al tailleur da ufficio. Vendo anche molto lo storico VANNI nel bianco e nero, ma forse è perché è il modello che indosso io ogni giorno.

- Non so cosa rispondere perché ho un ottimo rapporto con Wendy, che è la mia agente VANNI di zona. Fa sempre in modo che abbia i modelli più nuovi e più di tendenza. È anche molto rapida con le forniture. Vorrei solo che ci fosse più stock VANNI disponibile per poter riassortire più in fretta le montature in negozio da vendere.



Optical Arts



Optical Arts

Mary Nyitray, di Optica Arts, Toledo, Ohio

• Noi di Optical Art di Toledo in Ohio vendiamo soprattutto montature in metallo. Non trovo granchè attraenti le forme retrò degli acetati, in particolare gli occhiali pantoscopici. Consiglio ai

miei clienti di utilizzare forme abbastanza larghe. Vanno ancora molto le forme squadrate ed spigolose. L'enfasi è sulle aste che offrono dettagli ogni volta diversi. Ci piacciono molto i colori bordeaux e lampone scuro, viola e verde.

•• Mi piacciono moltissimo i nuovi modelli V8307 (famiglia Mirage) in viola. In fiera a NY ho ordinato i modelli con i calibri più grandi. Quello che apprezzo degli occhiali VANNI è il colore.

Il blu e le finiture opache donano molto all'incarnato.

••• Sarebbe bello entrare direttamente in contatto con il produttore degli occhiali.

Mi servirebbero più occhiali che possano portare lenti +8.00 e anche da -10.00 a -22.00, montature più ampie per reggere lenti di 38-45 mm. Ho allegato una foto di una lente -22 tagliata in modo particolare, con il bordo colorato di giallo (facciamo spesso lenti tagliate e personalizzate quando si può, ma non certo per lenti troppo forti). Idealmente mi piacerebbe un frontale alto 8-10 mm per riempire il viso. E' un tipo di montatura di nicchia certo, ma sarebbe un ottimo biglietto da visita per un rappresentante che vende a ottici che fanno gradazioni alte. Anche chi ha forti deficit di vista apprezzerrebbe.



Dr. Ann Rea Miller, Optometrista, Lima, Ohio

- La tendenza nel mondo degli occhiali nel nostro mercato si differenzia per età e per razza. Offriamo una selezione di occhiali che vanno dall'acetato colorato al serio e pulito metallo dal look pro-

fessionale. I nostri pazienti per lo più preferiscono forme rettangolari e forme originali. Per noi è un punto di orgoglio poter offrire montature in colori innovativi. Direi che la preferenza va per i rossi, i blu ed i viola.

- Vendiamo una grande varietà di occhiali VANNI e quindi è difficile scegliere uno in particolare. Il nostro magazzino tiene il passo delle novità, nelle forme e nei colori. In linea di massima cerchia-

mo di vendere solo un paio di montature al massimo dello stesso modello perché i nostri clienti possano essere certi di portare un oggetto esclusivo.

- Per quello che riguarda il nostro ufficio, abbiamo un ottimo rapporto con la società distributrice. La nostra rappresentante è bravissima e ci tiene aggiornati puntualmente sulle novità. Se abbiamo un problema c'è sempre qualcuno pronto ad aiutarci.



Mylene Laoun, georges et phina Montreal Quebec Canada

• Vendiamo bene tutte le forme, i colori e i materiali. Di VANNI funzionano molto bene le montature piccole da donna (dove gli occhi sono ben centrati) che sono una scelta sicura per lenti progressi-

ve e colori vibranti. Vendiamo ancora anche qualche modello passato di VANNI soprattutto nelle forme micro.

•• E' difficile dire cosa vendiamo meglio, perchè tendiamo a introdurre sempre novità. Il modello che vince su tutti oggi è il Meccano 1084 in rosa. Di DERAPAGE vendiamo bene le forme ampie, ma anche piccole, in nero e acciaio. Il vincitore è il Tornado 14 in acciaio: piace perché può montare lenti

ad alta gradazione e mantenere un look sportivo.

••• Credo che un modo per migliorare il rapporto tra produttore e ottico sarebbe di pensare una campagna pubblicitaria che rappresenti lo spirito del prodotto, la società, la clientela internazionale, che sia eco sostenibile (nessuno spreco!), in abbinamento agli astucci e con la predisposizione di espositori e cartelli vetrina che si possano riutilizzare.

MIDO apre la primavera

Si trattava del MIDO della svolta, non solo per una periodizzazione che si conferma in anticipo rispetto alla primavera, ma anche per la cura snellente dei padiglioni e dei giorni di apertura. Chissà, forse anche grazie a

spazi meno estesi e corridoi più stretti abbiamo rilevato un'ottima affluenza di pubblico; numerosi gli stranieri che si sono riversati in fiera soprattutto il venerdì ed il sabato. Per il mercato italiano la mancata apertura il lunedì ha

contratto i tempi di lavoro rendendoli certamente meno rilassati. Riguardo alla stagione, la fiera ad inizio marzo si rivela un successo a metà: se per l'export consente in relax la pianificazione del lancio delle nuove collezioni, per il

Aprile 2010 - Maggio 2010

17Aprile/ 16 Maggio 2010

Moda & Made in Italy - Rivoli - Italia

17/18 Aprile 2010

Ottica Aulicino presenta le nuove collezioni VANNI - S.Maria Capua Vetere - Italia

17/Aprile 2010

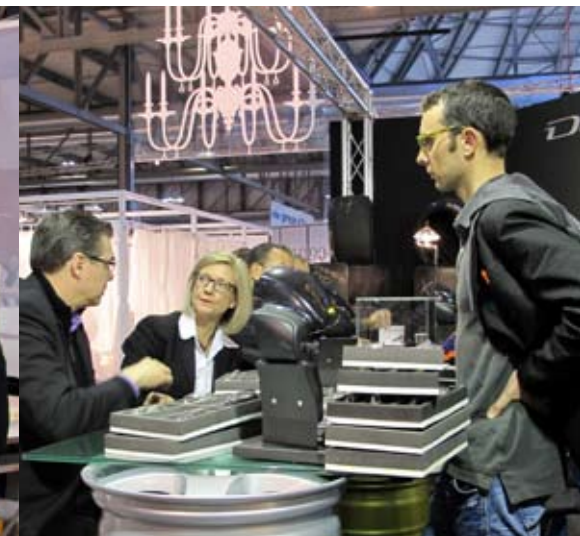
Ottica Solferino - Sfilata collezioni VANNI - Bra - Italia

26/Aprile 2010

Idea Tour -Motorvillage - Roma - Italia

18/20 Maggio 2010

Eyewear Exsibition - Dubai - United Arab Emirates



mercato domestico la metà di aprile sarebbe più in sincronia con i ritmi commerciali italiani.

Il Mido Design Lab resta il fiore all'occhiello della manifestazione, ancora una volta ben organizzato nella suddivisione e nell'articolazione degli spazi. E poi la selezione delle aziende espositrici rappresenta veramente

l'avanguardia del settore.

Lavoro sempre lavoro, ma senza dimenticare i momenti ludici per spezzare le intense giornate con il naso nei campionari: la chiusura posticipata del sabato sera si è rivelata un'occasione di svago utile a scaldare e rendere anche giocosi i rapporti con i clienti ed i fornitori.



Occhiali DERAPAGE all'insegna delle alte prestazioni

Quest'anno pneumatici da corsa usati Michelin hanno dato vita allo spazio DERAPAGE al Mido design lab. DERAPAGE, il marchio che lega dalla nascita la propria identità al mondo delle auto da corsa, al MIDO Design Lab ha presentato uno stand all'insegna delle corse automobilistiche,

celebrando la 24 di Le Mans, la più famosa gara di endurance automobilistico che dal 1924 si svolge annualmente in Francia. Nel video del Corriere della Sera TV (<http://video.corriere.it>) le immagini dello spazio innovativo costruito da pneumatici usati e la strategia di DERAPAGE per il 2010.

Missione Nico-design in Turchia

Poco prima di Natale si è svolta la missione di Nico in Turchia, un'occasione creata dalla Camera di Commercio italiana per intensificare le relazioni commerciali con l'Asia Minore, un mercato interessante in ripresa. Numerosi sono stati gli incontri organizzati con potenziali partner

commerciali, sfociati nella definizione di un accordo con la società OPTOMOD di Hayim Kohen (con sede ad Istanbul) per testare la vendita della collezione DERAPAGE.

L'obiettivo comune è di arrivare a stabilire una distribuzione regolare dal secondo semestre del 2010.



VISION EXPO New York

Una fiera tradizionalmente destinata agli ottici nord americani (Usa e Canada) che trova nella Galleria il luogo di maggior passaggio e maggior interesse nelle proposte. Addirittura molti visitatori, quelli che in fiera ricercano le ultime novità in chiave di stile, hanno saltato a piè pari la zona generalista della Hall 1 per salire direttamente al piano

rialzato. I dati hanno segnato una crescita delle visite dell' 8% rispetto al 2009. La poca collaborazione da parte degli organizzatori della fiera rende lavorare a New York particolarmente difficile ed è un vero peccato perché la manifestazione ha un'ottima immagine ed un suo pubblico ben consolidato.

VANNI e DERAPAGE alla New York Fashion Week

Alle sfilate della New York Fashion Week ha assistito un pubblico glamour e cosmopolita fatto di stilisti, attori, giornalisti e modelle, tutti famosissimi e pluri fotografati. Ma c'eravamo anche noi! In uno spazio dedicato a Bryant

Park, nel cuore dello spazio sfilate, per una settimana dall'11 al 18 febbraio è stato in esposizione il meglio dell'occhialeria italiana, tra cui gli ultimi modelli Chrysalis di VANNI e Tornado HP di DERAPAGE.

VANNI e DERAPAGE alla Grand Central Station di New York

Ancora la grande mela come scenario per l'esposizione straordinaria "Eyewear: From the Beginning to the Future. The History of Eyeglasses From Their Inven-

tion in Italy to the Latest Trends", una panoramica sulla storia della fattura ed il gusto italiano nell'eyewear. Incluso lo stile VANNI e DERAPAGE.



VANNI, Chrysalis



DERAPAGE, TORNADO HP



Aggiornamenti dalla TV e dal cinema

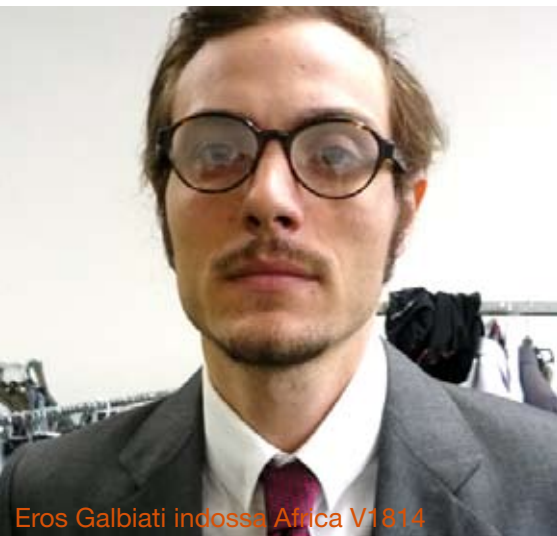
E' in questi giorni nelle sale cinematografiche italiane l'attore Eros Galbiati nei suoi VANNI Africa in "Tutto l'amore del

mondo". Occhiali VANNI anche per gli attori della sit-com di Italia 1 sul calcio che partirà ad aprile: "All Star", protago-

nisti Diego Abatantuono e Fabio De Luigi, passando anche per Ambra Angiolini. Ancora in TV gli occhiali VANNI hanno contribuito al look per sembrare più magre della trasmissione "Non solo magre" in onda da fine febbraio 2010 su Discovery Real Time di SKY. VANNI tribe in tv veste nelle nuove stagioni di programmazione i giovani visi delle storiche sit-com di Disney Channel "Quelli dell'intervallo Café", "Chiamatemi

Giò" e "Fiore e Tinelli".

E poi cinema: sono diversi gli attori che indossano VANNI nei film previsti in uscita nel nuovo anno. Uscirà nelle sale a fine maggio il film di Cattleya per i giovani "Una canzone per te", così come "Sharm El Sheikh" con Walter Santillo e Fiorenza Mari previsto per fine settembre, mentre è in questi giorni in lavorazione in Sud Africa "Il console italiano" con Giuliana De Sio.



Eros Galbiati indossa Africa V1814



Giulia Boverio indossa Adriano V8401

In USA il nuovo distributore DERAPAGE

Una nuova distribuzione esclusiva per DERAPAGE negli USA, grazie all'accordo con Studio Optyx di Saint Louis, la storica compagnia che si occupa di retail di occhiali dal 1879. Una società condotta da tre generazioni della mede-

sima famiglia, gli Erker, che incarnano lo stesso spirito di tradizione e radicamento nei valori del lavoro di Nico-design. Competenza ed entusiasmo che già si incarna nel nuovo blog appena lanciato: <http://erkersfineeyewear.blogspot.com>.

Trunk show DERAPAGE a San Francisco

Il Tornado sbarca a San Francisco e all'ombra del Golden Gate invade per un trunk show il nuovo negozio di Spectacles for Humans (non perdetevi il blog di Dimitri spectaclesforhumans.blogspot.com): musica e divertimento ma anche cultura visto che il celebre scrittore di "Tales of the City" Armistead Maupin indossa il Tornado 11.





Autofocus da Ottica Benedetto

Una serata per l'arte a Settimo Torinese in provincia di Torino. L'artista vincitrice del concorso Autofocus1 promosso da VANNI Federica Gonnelli ha inaugurato la mostra "La materia della memoria" negli accoglienti spazi di Ottica Ing Benedetto, grazie alla gentile accoglienza di Elena e Giancarlo Amberti.

Trunk show VANNI e DERAPAGE a Montreal

Trunk show da Geoges et Phina a Montreal in Canada. Una giornata speciale dedicata a VANNI e DERAPAGE nello spazio più cool della capitale quebequoise. Peccato per la pioggia (anzi la neve) ma un'eccellente opportunità per incontrare gli amanti dello stile italiano che, guidati con intelligenza dai fratelli Laoun ed i loro collaboratori, premiano la creatività di

VANNI e DERAPAGE.

Giovanni Vitaloni, che era presente, ha apprezzato la possibilità di rinforzare i saldissimi legami e di passare un'intera giornata con il team di G&Ph, che già aveva incontrato a New York in occasione del viaggio "di studio" di tutta la squadra a Vision Expo.