

italian  
eyewear  
designer  
magazine



Azienda



Aggiornamenti web



Editoriale



Fiere ed eventi



Notizie flash



Network

## Nuovi personaggi VANNI

Il mondo VANNI si popola di nuovi personaggi per animare una comunità ormai numerosa, all'insegna della grafica colorata che è la firma di fabbrica della comunicazione del marchio. Due nuovi ragazzi e due ragazze, per vestire occhiali da sole Backlight e da vista Happy Days e Stratos. Benvenuti a: JOHN, AMY, LUKE, BETTY.

## In arte...VANNI, i risultati di AUTOFOCUS3

VANNI continua per il terzo anno consecutivo a promuovere l'arte giovane. Ed è così che il vincitore di Autofocus 3, Francesco Fossati, selezionato dalla critica d'arte Olga Gambari, sta esponendo il suo progetto di mostra nello spazio VANNI a Torino. Ecco un'immagine del vernissage della mostra che si è tenuto

il 5 novembre durante la notte dell'arte contemporanea. La seconda classificata al premio è Isabella Mara, mentre tre menzioni speciali per il lavoro presentato sono andate a Rita Casdia: ADM e Corina Cohal. Per vedere tutte le opere collegatevi al sito [www.vanniocchiali.com](http://www.vanniocchiali.com)

## ...e VANNI alla Fontana

Tutto è nato da un'idea di LYF Magazine, la rivista per appassionati di occhiali e di design: invitare i più significativi marchi di occhiali mondiali ad inventare per il Silmo di Parigi edizione 2011 una montatura ispirata all'arte. VANNI non poteva che andarci a nozze e così, dopo un assiduo lavoro di ricerca del centro stile e



A. Girardi, O. Gambari, F. Fossati, B. Tresoldi



diversi tentativi di realizzazione è nato il pezzo unico VANNI alla Fontana, ispirato ai lavori del celeberrimo artista italiano, fondatore del “movimento spaziale” Lucio Fontana. Le opere di Fontana sono presenti nei maggiori musei del mondo - piantonate senza sosta per via delle loro quotazioni alle stelle - ; i suoi “concetti spaziali”, i famosi tagli e fori delle tele

tra pittura e scultura, sono il simbolo di un'epoca che non solo formalmente ebbe il coraggio di tagliare con il passato, con un gesto radicale che resterà un segno fendente nella storia dell'arte. L'occhiale è in vendita per beneficenza: tutto il ricavato andrà infatti a Sightsaver, l'associazione internazionale per la lotta alla cecità nei paesi in via di sviluppo.

## Icone d'Italia, prossimamente

Una chicca di anteprima. E' nato l'occhiale per ogni città italiana, dall'asta personalizzata con lo skyline di Torino e Milano. La collezione di occhiali da sole e da vista VANNI è realizzata in collaborazione con “Icons of Italy”, il marchio

di design italiano che ha progettato i disegni delle linee dell'orizzonte di città italiane applicati a oggetti per la casa, moda e cartoleria. Le città rappresentate ad oggi sono Torino e Milano, un omaggio che presto si allargherà ad altri centri.



**VANNI alla Fontana**



## Riunione agenti Italia con Ipad

Nico-design sta al passo con i tempi della tecnologia, durante l'ultima riunione agenti Italia ogni rappresentante ha ricevuto un fiammante Ipad per incrementare la comunicazione sul prodotto. Una catalogo multimediale per proporre i nuovi modelli agli ottici senza aprire la valigia, ma anche un canale aperto costantemente con l'azienda per ricevere in tempo reale gli aggiornamenti sulle novità.


## DERAPAGE: si è conclusa la mostra al museo dell'auto

30.000 visitatori sono stati il risultato di successo della mostra "I Love IT, 100% design italiano", al Museo dell'Automobile di Torino. Un'esposizione che ha reso visibile nella grande sala di ingresso del museo le eccellenze piemontesi nel campo del design, del food e del fashion. Per DERAPAGE è stato un ritorno a casa, tra i motori e le auto da corsa dove il marchio è nato.

## VANNI e DERAPAGE per i bambini in emergenza

Anche nel 2011 Nico-design sostiene la vendita benefica di Ai.bi, edizione 2011. Il "Bello che fa bene" è un'iniziativa dell'associazione che unisce il lusso e l'etica per lottare contro l'abbandono di bambini. Il mercatino solidale si terrà a Milano in Via Montenapoleone 6 nei giorni che precedono il Natale.

## Facebook di VANNI diventa fan page

Abbiamo raccolto amici dai 4 angoli del mondo, settimanalmente li teniamo informati sulle novità e le tendenze dell'occhialeria. Da settembre la pagina di VANNI su Facebook è diventata un fan page. I like it ,  speriamo anche voi . [www.facebook.com/vannieyewear](http://www.facebook.com/vannieyewear)



Occhiali Derapage - I Love IT -

# Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

## RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

Giugno 2011 - Ottobre 2011

Visita la rassegna stampa completa su

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

ITALIA  
Gioia  
Ottobre 2011  
pag. 184  
VANNI - Adriano



RUSSIA  
OnpaBbi  
Settembre 2011  
pag. 64  
VANNI



FRANCIA  
Le Monde de l'Optique  
Settembre 2011  
pag. 138  
DERAPAGE - Tornado ST



ITALIA  
Occhiali  
Agosto 2011  
pag. 34  
VANNI



Come Facebook, Google e Twitter possono rivoluzionare la comunicazione dell'ottico sul web.

Apri i giornali ed è la solita tristezza di notizie economiche, che fatica. La crisi non è una barzelletta ma una drammatica realtà e non possiamo aspettare che passi restando osservatori, è il tempo di tirarsi su le maniche. Il mondo è cambiato e la comunicazione è questione di ora e adesso, ogni azione si svolge in

simultanea in luoghi diversi. Nel nuovo mondo del tempo e spazio uguali a zero è necessario imparare a fare sentire la propria voce, per entrare nel fluire delle notizie e raggiungere i potenziali clienti ovunque essi siano.

Nico-design ha promosso a Torino, Milano Padova e Roma 4 eventi straordinari

nei mesi di settembre e ottobre: li ha chiamati "T'occhi di design", come già la scorsa edizione, e li ha destinati agli ottici indipendenti. Un'occasione di incontro e confronto per scambiare idee e visioni, e mettere a punto insieme le strategie per promuovere e sostenere la vendita degli occhiali creativi su un mercato

dominato dalle multinazionali dell'ottica con i loro marchi griffati, e dalla grande distribuzione. Il tema dell'incontro quest'anno è stato come migliorare la comunicazione sul punto vendita. L'esplosione del web 2.0 (Facebook, Twitter) è stata accolta da buona parte del mondo del commercio con un misto



di sufficienza e diffidenza. Eppure le opportunità di promozione della propria attività rappresentate dai social media sono infinite, più accessibili sul piano economico rispetto alle attività di marketing tradizionale come la visibilità redazionale o la promozione pubblicitaria. Facebook ha oltrepassato i 300 milioni di utenti, di

cui 20 solo italiani - il 93% dei giovani tra 25 e 29 anni -, Twitter sta guadagnando consensi anche in Italia, e la navigazione sul cellulare per raccogliere informazioni in tempo reale su un prodotto o su un negozio è una abitudine quotidiana per milioni di persone. Come usare i social media a proprio

vantaggio e trasformarli in una chance per comunicare efficacemente ai clienti presenti e trovarne di futuri? Come usare i network per creare una community attorno alla propria attività di ottico indipendente, incoraggiando la vendita dei prodotti creativi e distinguendosi dagli altri ottici? In un breve wor-

kshop l'esperto Massimo Potì ha offerto indicazioni concrete utili a misurarsi con Google Maps, Facebook e Twitter. Volete saperne di più? Contattate il nostro ufficio comunicazione, vi potremo inviare le schede che sono state distribuite durante la presentazione.



M. Potì - T'occhi di design Milano 2011

## Facebook

cos'è e come funziona?

ABC (parte 1)

**Come funziona?**

Facebook è una piattaforma online per la condivisione e il commento di immagini, link, note, e aggiornamenti in tempo reale con la propria rete di amici.

Il cuore di Facebook è la bacheca (o wall) sulla quale compaiono in ordine temporale i link, i "mi piace", gli aggiornamenti di status, di tutte le entità a cui siamo collegati, amici, pagine aziendali, ed eventi.

**Chi ci guadagna?**

Se sei un utente privato, usi un servizio gratuito, se sei un'azienda hai accesso a un database di possibili contatti pubblicitari scomponibili per città, gruppi di età, interessi. Decisamente interessante!

123

Facebook in Italia: le cifre



## A Las Vegas l'anteprima dei DERAPAGE per l'America

Lo stand DERAPAGE a Vision Expo West ad inizio settembre era curatissimo dal distributore per gli USA Studio Optyx, grazie alla grande dedizione di Jack Erker, così il lancio degli Stealth e degli HP per il mercato americano è avvenuto nel migliore dei modi. E la risposta dei clienti è stata eccellente. Keep up the good job.

## Paris, Paris: report dal Silmo

Lo stand VANNI e DERAPAGE al Silmo di Parigi ad inizio ottobre era localizzato nella miglior posizione possibile, al centro dell'area conviviale del Silmo Village. Un'opportunità in più per essere visitati dal folto pubblico che ha raggiunto la fiera. Nonostante la positiva crescita del numero dei visitatori, la nuova fiera

purtroppo si rivela ancora una volta non adeguata: propone spazi sacrificati e poco accoglienti, in un allestimento decisamente non all'altezza dell'immagine di stile che il Village ha saputo creare negli anni. Una pecca fortunatamente compensata dall'atmosfera vivace e produttiva creatasi - come sempre

Dicembre 2011 - Marzo 2012

13/15 Gennaio 2012

Opti Munich - Monaco - Germania

24/26 Febbraio 2012

Opta fair - Brno - Repubblica Ceca

11/13 Marzo 2012

Mido - Milano - Italia

22/25 Marzo 2012

Vision Expo - New York - USA





# Fiere ed eventi

d'altronde - tra lo staff di Nico e di FMI, e dai buoni contatti che si sono sviluppati ai tavoli di lavoro, con importanti aperture verso il mercato asiatico e sud americano. Come sempre originale la festa degli organizzatori della fiera all'Aeroporto

Le Bourget, dove abbiamo potuto provare l'ebbrezza di salire su un Concorde. E gli occhiali? Per il 2012 i riflettori rimangono puntati sugli acetati, a grande richiesta. Con un ritorno del metallo in lavorazioni sottili.

## Visionaries of Style, Hong Kong come un negozio di dolci

Si è conclusa il 7 novembre la fiera dell'ottica a Hong Kong. Il pubblico intervenuto ha potuto ammirare le novità VANNI e DERAPAGE all'originale

stand all'insegna della dolcezza "candy shop" allestito in collaborazione con i professionisti della rivista V.Magazine.



Serate e vetrine  
Derpage e VANNI in  
giro per il mondo.

## Istanbul e la storia italiana degli occhiali

A luglio occhiali VANNI e DERAPAGE in esposizione ai celebri magazzini Harvey Nichols di Istanbul. La mostra "Eyewear a never ending Italian story" ha portato

nel centro della moda della capitale turca il meglio dell'eyewear italiano. VANNI per l'occasione espone il modello Suede, dal tocco carezzevole, e per DERAPAGE il tecnologico e colorato modello Tor-

nado Tec. Entrambe le collezioni sono distribuite in esclusiva in Turchia attraverso la società Optomod di Hayim e Eli Kohen.

[www.optomod.com.tr](http://www.optomod.com.tr)



Ottica Orama - Torino - Italia



Opticiens Krys Tarrade - Cahors - Francia



Opto Vision - Torino - Italia



Ottica OzhkoΣ - Grecia

## A Berlino va in mostra il meglio della moda italiana

Anche a Berlino a settembre occhiali VANNI e DERAPAGE sono andati in esposizione alla celebre galleria ME Collectors Room, lo spazio fondato da Thomas

Olbricht medico ed appassionato collezionista d'oggetti d'arte. La mostra era intitolata come in Turchia "Eyewear - a never ending Italian story" e ha portato

nel centro artistico della capitale tedesca il meglio dell'eyewear italiano. La mostra, frutto di una collaborazione tra Ministero della promozione economica italiano, ICE

e ANFAO, presenta un viaggio nel tempo e nello stile dell'occhialeria italiana, in un allestimento particolarmente suggestivo.



## Novità dal Canada, Georges et Phina on-line

Un sito aggiornato con le ultime novità sui modelli delle collezioni distribuite da Georges et Phina in Canada, con la possibilità di aprire il proprio conto, e quindi acquistare, anche on-line. E per i più tecnologici, Georges et Phina è anche su Twitter.

[www.georgesetphina.com](http://www.georgesetphina.com)

## Ad agosto a Sydney gli occhiali sono solo di design

Al Powerhouse Museum di Sydney si è tenuta ad agosto la fiera di settore dedicata ad una selezione dei migliori marchi internazionali di occhiali di design, un evento destinato agli ottici indipendenti d’Australia organizzato dal distributore di VANNI Primo Optical.

## Dalla Russia... con amore

Una fiera a Mosca, una campagna stampa sulla rivista “Veko” ed un catalogo che presenta le nuove collezioni agli ottici russi sono il risultato dell’intenso lavoro di Alexander Stepanov per promuovere VANNI in Russia. Motivati e attivi, adesso si lavora per raccogliere i frutti della buona semina.

## Un sito per ogni modello

Grazie a The Eyewear Company tutti i modelli VANNI in vendita nel Regno Unito sono visibili on-line sul nuovo sito e anche su facebook.

[www.theeyewearcompany.co.uk](http://www.theeyewearcompany.co.uk)

