

italian
eyewear
designer
magazine

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

VANNI e l'immagine della stagione estiva

Un'ulteriore evoluzione per i personaggi che interpretano la comunicazione di VANNI, sui toni acquerellati per evocare la leggerezza estiva. Vi presentiamo i 4 visi che indossano i modelli della nuova collezione 2012, portano occhiali Blade, Happy Days e Tribe.

In arte...VANNI, riparte AUTOFOCUS, e sono 4

Il concorso che è diventato il simbolo della creatività VANNI trasposta nel mondo dell'arte. E' al via la nuova edizione del concorso Autofocus, per giovani artisti, quest'anno alla sua quarta tappa con due grandi sorprese: una collaborazione con la fiera più innovativa del momento, The Others Fair a Torino, ed un'apertura a tutti gli artisti europei (per ora, ma

chissà che non ci si attrezzi anche per andare nel globo).

Nei tre anni trascorsi Autofocus ha regalato al pubblico di VANNI la freschezza dei lavori dei giovani artisti selezionati vincitori o menzioni speciali al premio, affermandosi anche nel panorama artistico italiano come un progetto di valore. Quanti altri produttori di occhiali

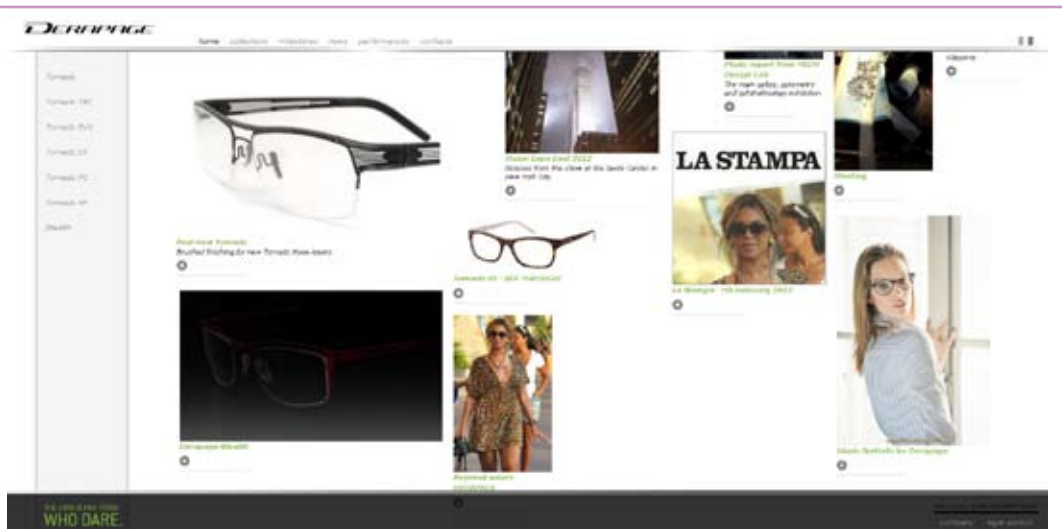
ci hanno copiati, sembra che tutti si vogliano dare all'arte adesso! Solo noi manteniamo però la spontaneità dell'arte giovanile, premiando talenti under 35 e lasciando completamente libero il tema espressivo. Per il nuovo bando sintetizzatevi sul sito VANNI, e poi...passate parola.



DERAPAGE: il nuovo sito

Era tempo che sentivamo il bisogno di rinnovare la comunicazione di DERAPAGE, per stare al passo con l'innovazione del marchio. E' nato così il nuovo sito www.derapage-eyewear.com: il sito oggi lascia molto più spazio alla descrizione tecnica delle montature e al lavoro di concezione che sta dietro alla realizzazione di ogni occhiale. Ogni modello della collezione è fotografato in tutte

le varianti colore, ed è anche possibile realizzare una scheda personalizzata delle proprie preferenze. Per mantenere il ritmo incalzante delle nuove tecnologie social ogni contenuto del sito è condivisibile via mail, su Facebook o Twitter. Largo alle immagini, testi agili. Ogni segreto di DERAPAGE... non sarà più un segreto per voi.



Shooting al circo

Come potevamo rendere la dinamicità della nuova collezione VANNI in immagini che non fossero le solite, belle sì, ma troppo patinate per i nostri gusti? E' il circo contemporaneo che ha ci offerto con brio e spensieratezza un palcoscenico stupefacente per i nuovi modelli di occhiali. Lo shooting interpretato in stile VANNI nasce da un equilibrismo sulla fune, sulla scala o sulla palla, da un arrotondamento tra i tessuti, un lancio di clava, o dalla scalata di una pertica, tra i salti sul tappeto elastico, le acrobazie dentro il cerchio o sul trapezio. Abbiamo incontrato gli acrobati di oggi, in realtà atleti, ed abbiamo trascorso con loro una giornata, sono Stefania, Amos, Juan, Elena, Mia, Valentina e Diego, giovani allievi della scuola di Cirko Vertigo



di Grugliasco, nel torinese. Vengono da ogni parte del mondo per imparare la storica arte circense e contemporaneizzarla, introducendo suggestioni inedite, calcando chapiteau e teatri, senza animali, forti della propria preparazione da ginnasti e artisti. Ci hanno accolto

durante le ore di una lezione mattutina e si sono lasciati fotografare, complici e divertiti, da Gabriella Di Muro mentre indossano occhiali VANNI. Ne è nata un'edizione speciale del Magazine VANNI "At the Circus". Lo trovate on-line e in distribuzione su carta.

VANNI compie vent'anni e festeggia con una linea di accessori-gioiello, i Charms di VANNI

E' il regalo del ventesimo compleanno del nostro marchio. Una linea di accessori realizzati con gli acetati che negli anni hanno dato vita alle più originali collezioni di occhiali VANNI. Le lastre del nobile acetato di cellulosa lavorate con trame

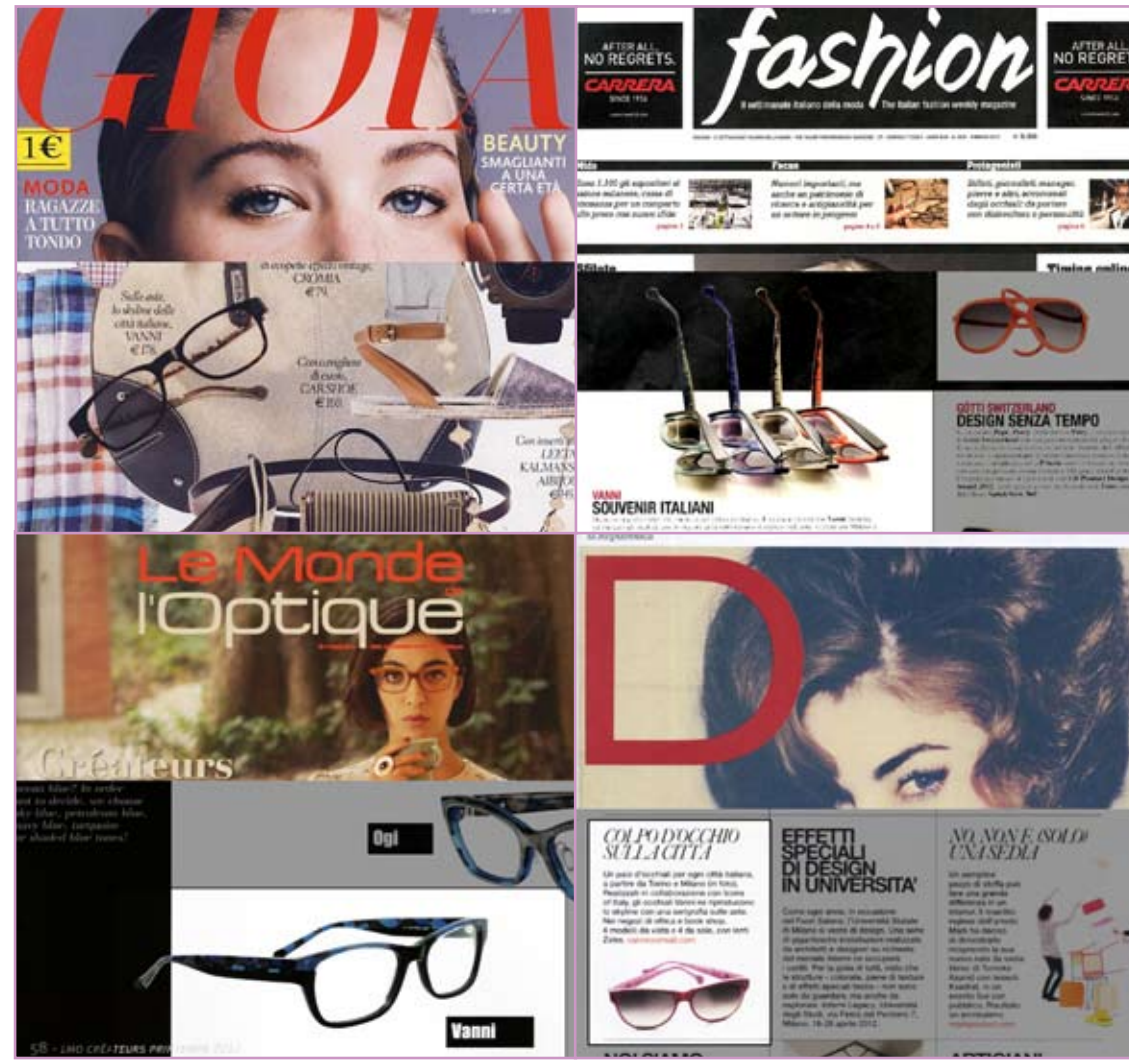
esclusive VANNI, "stagionate" in vent'anni, danno vita ad una collezione di ciondoli porta occhiali geometrici e bracciali a fascia che saranno venduti presso i migliori ottici distributori, a corredo delle montature. Vintage nell'anima per via del



materiale originale, ma attuali nello stile contemporaneo. Ma VANNI è anche una proiezione nel futuro, e il futuro è Blade, la collana dal cuore realizzato con la nuova lastra esclusiva da acetato da blocco che fa pendant con l'occhiale. Una trama che taglia la materia in minime parti e ne compatta le mille schegge di bicolore perlaceo su uno fondo trasparente, in tonalità dominanti rosso/antracite e il lime/marrone.

Rassegna stampa

Un boom di rassegna stampa quest'anno per VANNI in occasione del MIDO. La stampa italiana si è data appuntamento al nostro stand e in interviste ai maggiori quotidiani italiani e segnalazioni sulle pagine delle più prestigiose riviste di moda e sui blog ha reso al grande pubblico l'immagine di un marchio che è un unicum nel panorama mondiale. Guardate qua per farvi un'idea...



Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

Gennaio 2012 - Maggio 2012

Visita la rassegna stampa completa su

www.nicodesign.it



ITALIA
Elle
Aprile 2012
pag. 343
VANNI - Stratos



ITALIA
Il Mondo dell'Optica
Marzo 2012
pag. 31
NICO



ITALIA
Il Mondo dell'Optica
Marzo 2012
pag. 31
NICO



ITALIA
Blink
Gennaio 2012
pag. 26
VANNI - Happy Days



ITALIA
La Stampa
Febbraio 2012
pag. 23
DERAPAGE



Il design e l'innovazione nei materiali, dalle fabbriche dei sogni a quelle di occhiali

design WEEK

Il design è ovunque e gode di buona salute. Si è appena chiusa la Milano Design Week, un evento di portata internazionale che stravolge e anima la città producendo migliaia di esposizioni legate al mondo del design, con un fulcro intorno al Salone del mobile, ed un proliferare diffuso per le strade – il fuorisalone- di iniziative variegata anche slegate dal settore arredamento.

L'edizione di quest'anno conferma una vitalità creativa del sistema complessivo del design italiano - che ha una tradizione radicata e gloriosa -, un sistema che è fatto di grandi progettisti e di imprenditori coraggiosi. Ci sono in Italia aziende che hanno fatto e fanno del design una missione, lavorando seguendo una visione del mondo personale, una filosofia creativa che genera flussi di lavoro e spinge ad innovare i processi industriali. A volte persino in conflitto con le logiche del marketing e del profitto. Le hanno chiamate "le fabbriche dei sogni", perché sanno conciliare la ricerca estetica alla migliore funzionalità degli oggetti di uso comune, quelli di cui ci circondiamo e che rendono più bella – oltre che più semplice - la nostra vita.

Noi di Nico-design abbiamo avuto occasione di sottolinearlo più volte, il design applicato all'eyewear è una questione di gusto, ma soprattutto di tecnica e di saper garantire delicati equilibri che rendano possibile l'utilizzo (l'occhiale deve pur sempre reggere 2 lenti) e la vestibilità della montatura, insieme ad un'estetica gradevole. Mentre cresce l'interesse dei designer per l'occhialeria - pioniere Philippe Starck, che ha realizzato quasi di tutto, più recentemente Ron Arad e Karim Rashid - il fulcro dell'attenzione progettuale non è più esclusivamente sulla forma della montatura, ma anche sempre più prepotentemente sulla scelta del materiale che la compone.

Già, i materiali. Da venticinque anni DERAPAGE e da venti VANNI sono all'avanguardia nella ricerca applicata ai

materiali di realizzazione di un occhiale, per offrire ad ogni collezione soluzioni estetiche e tecniche inedite. Per capire cosa sta succedendo nell'universo dei materiali e fare un po' di chiarezza anche sullo strabusato concetto di ecosostenibilità, abbiamo intervistato l'Arch. Claudia De Giorgi, responsabile per il Politecnico di Torino del laboratorio che mette a disposizione delle imprese un archivio

di materiali per sostenere l'innovazione. Ecco cosa ci ha raccontato dell'esperienza di MATto -materiali per il design, il progetto nato nel 2009 in seno al più importante Politecnico italiano.

Architetto De Giorgi ci racconti quanto peso ha oggi la scelta del materiale della progettazione di un oggetto.

La progettazione di un oggetto di design



Spremiagrumi - P. Starck



Design Museum, Holon - R. Arad

è cambiata negli ultimi 20 anni, sostanzialmente; la scelta del materiale è diventata fondamentale perché marca l'identità e la personalità del prodotto, e quindi la sua definizione nella catena progettuale viene anticipata alle fasi di concezione. Oggi sempre più spesso la decisione in merito al materiale è parte del concept prima ancora che del progetto esecutivo dell'oggetto. In alcuni casi addirittura si identifica un

materiale particolarmente espressivo con caratteristiche tecniche e di sostenibilità ambientale rimarchevoli, e poi si decide dove e come utilizzarlo.

Perché il Politecnico di Torino ha sentito la necessità di creare MATto - materiali per il design?

Il progettista è spesso di fronte ad un'iper-scelta, alla possibilità di spaziare attraverso

ambiti diversi nella tipologia del materiale da utilizzare ed anche nella sua lavorazione. Esistono già dall'inizio del 2000 dei luoghi chiamati "materiotecche", attività di tipo commerciale, che a fronte di un investimento offrono l'accesso ai propri consistenti data base di materiali schedati. Ma la vastità dell'offerta può generare dubbi e rendere difficoltosa la scelta. MATto nasce dalla necessità di rendere guidato e semplificato l'accesso alle informazioni sulle materie disponibili, rispetto all'obiettivo che il progettista si è posto. Il laboratorio -che è nato da una costola della didattica del Politecnico di Torino - offre la propria consulenza on-demand da parte delle aziende, e dal 2010 grazie ad un progetto finanziato dalla Camera di Commercio di Torino l'assistenza è gratuita. Sono circa 50 all'anno le aziende del territorio che si rivolgono alla struttura. MATto affianca l'impresa nelle fasi iniziali

di progettualità del prodotto, contribuendo alle decisioni sulla scelta del materiale da utilizzare per la specifica finalità ed anche del processo industriale che ne segue.

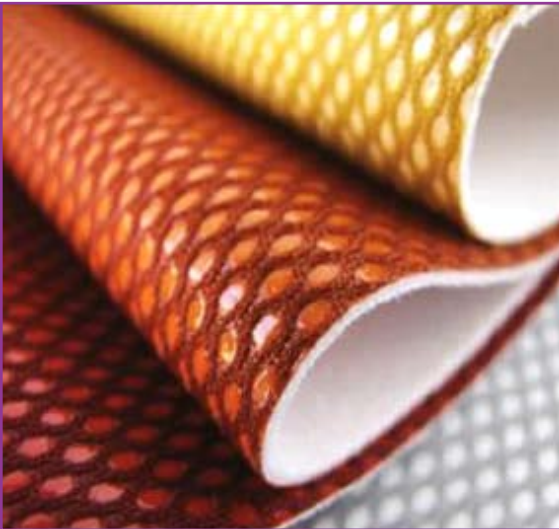
Da quali settori provengono le richieste di intervento principalmente?

I più svariati, dall'arredamento alla gioielleria, passando per la rubinetteria, l'allestimento, i giochi, il packaging e con Nico-design l'occhialeria. Questa varietà è una ricchezza per noi: la cross-fertilisation tra settori diversi, cioè l'utilizzo di materiali nati per alcuni ambiti e riconcepiti per utilizzi diversi, è importantissima.

Come procedete nella scelta dei materiali da proporre?

Intanto lavorando su richiesta specifica abbiamo delle tracce dai nostri committenti, i paletti riguardano certe caratteristiche che





un prodotto finito deve possedere, penso alla trasparenza ad esempio. Sulla base del nostro archivio di campioni preselezioniamo possibili opzioni: l'offerta è completata da ulteriori ricerche di opportunità in campi anche molto differenti da quello di partenza e supportata da strumenti anche tecnici quali data base riconosciuti internazionalmente, come il Cambridge Eco-selector. Dunque il nostro compito è preselezionare i materiali, le finiture o i trattamenti superficiali, e proporli all'impresa con una guida all'interpretazione.

E' un gran parlare di materiali di nuova generazione, quali sono e che caratteristiche hanno?

Si tratta di materie di recente introduzione nel mercato o di materiali già ampiamente utilizzati in passato reinventati per nuovi utilizzi, proponendo oggi un ridotto impatto

ambientale od una aumentata leggerezza. Pensiamo al tradizionale Corian che è diffusamente impiegato nell'arredo cucina e bagno. Ci sono poi materiali sorprendenti, penso alle schiume con memoria che conservano la traccia del corpo se utilizzate come imbottiture; erano materiali usati nel medicale, adesso servono per creare i sellini delle bici o le poltrone per l'arredo. Le schiume di alluminio utilizzate nell'aerospaziale realizzano superfici resistentissime (alle temperature e agli urti), leggere, ad alto assorbimento. Un altro esempio di stranezza? Il legno imbottito, o il legno morbido fino a risultare duttile come un tubo flessibile. Oppure i fogli di pietra abbinati al tessuto.

Quando possiamo parlare di materiale "ecostenibile"?

Facciamo chiarezza, ecosostenibile non è

il materiale di per sé, ma l'intero progetto di realizzazione del prodotto. Che deve essere condotto seguendo rigidi criteri di sostenibilità ambientale, che variano a seconda della durata che il prodotto deve garantire. Per rendere il concetto: il packaging ha un ciclo di vita molto breve e deve essere semplicemente smaltibile, la fibra di carbonio è di per sé una materia dispendiosa da produrre ma se utilizzata su un oggetto, come l'occhiale, che ha un ciclo di vita medio lungo e richiede un'alta affidabilità, l'impatto ambientale è accettabile. Quello che oggi è cruciale è verificare che l'abbinamento tra diversi materiali su uno stesso prodotto renda lo smaltimento e il riutilizzo possibile, e che generi pochi scarti nelle fasi produttive.

Ringraziando l'Architetto De Giorgi per il contributo nel merito, torniamo a noi. Materiali e eco-sostenibilità, quindi sono

le sfide del futuro per il design. Dopo aver dato pregio e qualità alla produzione seriale industriale nel secolo scorso, migliorando la nostra vita con oggetti pensati a misura d'uomo, il design si propone di trasformare la produzione in un'ottica di sostenibilità. Oggi la percezione di qualità dei prodotti che tutti noi abbiamo passa attraverso valori di ecocompatibilità inimmaginabili fino a 10 anni fa. La filosofia progettuale che sta dietro ad ogni occhiale Nico-design segue questi dettami, che regolano a nostro giudizio il design del XXI secolo. Innovazione oggi significa riprogettare il "far bene" secondo nuove regole di sostenibilità strettamente legate al prodotto ma soprattutto

al modo di produrlo. Il progetto Tornado di DERAPAGE già sette anni fa è nato su queste basi: l'utilizzo della fotoincisione per il taglio delle lastre di acciaio, per sfruttare al massimo i tempi di produzione e ridurre gli sfridi di lavorazione, combinata alla micro-rivettatura meccanica dei pezzi, per eliminare i processi di saldatura e i conseguenti trattamenti galvanici e di verniciatura, sono scelte fatte in fase progettuale per dare un apporto, anche se minimo, alla semplificazione della produzione, oltre a creare una montatura di impatto, unica. Prima ancora, materiali innovativi come l'icelite del progetto Racing, o il pionieristico grilamid del modello F del 1987 avevano caratterizzato i

progetti del marchio DERAPAGE. Oltre che al prodotto per il futuro la nostra ricerca intende intervenire sul packaging per ridurre la quantità degli imballaggi e diminuire i volumi dei trasporti. Qualche primo intervento è stato fatto con gli astucci appiattibili e gli espositori componibili in cartoncino di VANNI: minimo spazio, massima creatività. In questo mondo che cambia la scala delle nostre priorità alla velocità dei cambiamenti stagionali, noi vogliamo aderire ad un concetto di design originale che si evolve secondo nuovi canoni, ma rimane coerente a se stesso: come diceva il grande maestro Mies van der Rohe "Less is more".



La fiera di Monaco: YES!

E' la fiera dell'inizio glaciale di gennaio, quest'anno ci ha accolto con i marchi VANNI e DERAPAGE al padiglione delle tendenze, il YES! Un buon risultato di vendite per un mercato, quello tedesco,

fortemente in ripresa. E anche la fiera, dopo qualche tempo di difficoltà, ha ripreso quota, diventando un riferimento per gli operatori internazionali.

Il MIDO a Milano, una valore sicuro

Abbiamo avuto paura che le nuove date della fiera di marzo (che si è aperta di domenica, per chiudersi il martedì) penalizzassero l'affluenza. Invece il MIDO si è chiuso con 42.000 visite ed



Maggio 2012 - Ottobre 2012

06/08 Settembre 2012

Vision Expo west - Las Vegas - USA

04/07 Ottobre 2012

Silmo - Parigi - Francia

22/24 Ottobre 2012

IOFT - Tokio - Giappone

Fiere ed eventi

ha sostanzialmente tenuto rispetto alle aspettative. Una buona fiera per Nico-design, con un significativo ritorno degli ottici italiani tra gli stand, mentre la quasi concomitanza con Vision Expo East ha ridotto la partecipazione dal continente

americano. Il prossimo anno si cambia, le date già fissate al 2, 3 e 4 marzo per fortuna recuperando il sabato di esposizione e lasciando cadere l'inutile martedì.

New York la Galleria non perde smalto

Con i distributori di VANNI I/Optics e di DERAPAGE Studio Optyx la fiera di New York ha confermato le aspettative,

buon pubblico e un guizzo glamour con la presentazione Derapage sul tetto del Grande Mela.



E siamo 3000!

La pagina Facebook di VANNI ha oltrepassato il tetto dei 3000 amici. Grazie a voi che ci seguite. Noi da parte nostra non perdiamo occasione per darvi conto di quello che succede nell'universo

VANNI, con svariati aggiornamenti alla settimana in 3 lingue seguire facebook è un divertimento per gli appassionati del marchio.

www.facebook.com/vanni.eyewear

Il cinema a Torino è Film Commission Torino Piemonte

Al grande schermo ci teniamo. Per questo abbiamo offerto la nostra disponibilità alla Film Commission Torino Piemonte per fornire alle produzioni cinematografiche in città quello che serve di occhiali per vestire i protagonisti di film e fiction. A disposizione dei costumisti che si avvicinano in città per girare i loro film

tutta la gamma di montature VANNI e DERAPAGE. Qui sotto un assaggio: a Rocco Papaleo, Luciana Litizzetto, e Pietro Castellitto a Torino per presentare "E' nata una Star" abbiamo regalato un paio di occhiali VANNI, souvenir, speriamo gradito.



DANAE a Opta fair

La fiera OPTA di Brno nella Repubblica Ceca si è svolta a febbraio, i distributori DANAE Vision hanno partecipato con le novità delle collezioni e tappezzato lo stand di immagini VANNI.

Turchia on the spot

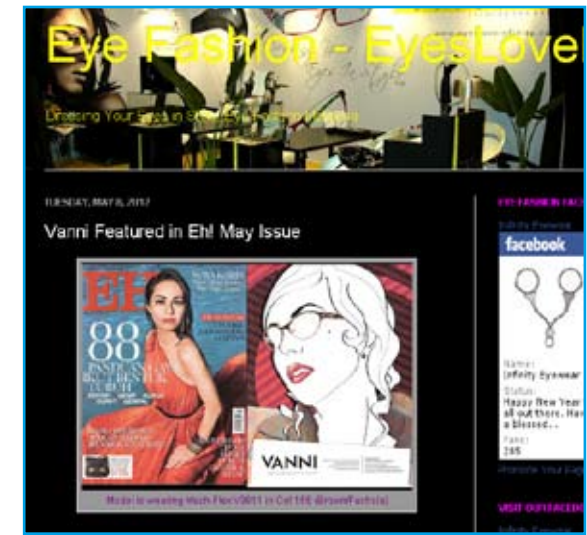
Una comparizione stampa dedicata a VANNI, curata e approfondita, corredata da numerose immagini è stata promossa dagli amici di Optpmo in Turchia: sono i dinamici Hayim e Eli Cohen gli artefici della felice, e speriamo utile, operazione di comunicazione.

Un blog sugli occhiali: in Malesia è nato Infinity + premio+ rassegna stampa

La Malesia si fa sentire: Infinity Eyewear sta alzando la voce per raggiungere il suo vasto pubblico. Dopo il lancio del blog tematico sull'eyewear fashion [www. infinityeyewear.blogspot.it](http://www.infinityeyewear.blogspot.it), è un concorso a estrazione ad animare le pagine della rivista Eh! Su cui appare in questo numero un ampio servizio sulla nuova collezione VANNI. Un grande impegno comunicativo che tiene il passo del crescente interesse del paese per le ultime tendenze del settore occhialeria di design.

A Tokyo con Orient

Una partecipazione a TEC, la Tokyo Eyewear Collection destinata al pubblico dei compratori, grazie ai distributori di VANNI Orient.



Gli ottici italiani non si fermano mai

Un assaggio dei mille eventi organizzati in collaborazione con i migliori ottici italiani, in giro per lo stivale nel primo trimestre 2012. Ottica San Federico e Ottika Più a Torino, Ottica Fertonani a Feltre, Vison Otpika di Roma, Ottica Toffoli di Rovigo.

Missione in Sud America

Agente 007, missione Sud America. Tutto il mondo scommette su una crescita economica solida e continuativa: Brasile e Argentina sono il traino del continente Sud Americano con un mercato di beni di alta gamma in forte espansione. Nico-design

è stata sollecitata a proporre il frutto della propria creatività con i marchi VANNI e DERAPAGE, Bernardo Steinberg è partito in missione speciale a San Paolo e Buenos Aires, adesso stiamo raccogliendo i frutti degli ottimi contatti imbastiti.

Georges et Phina a Toronto

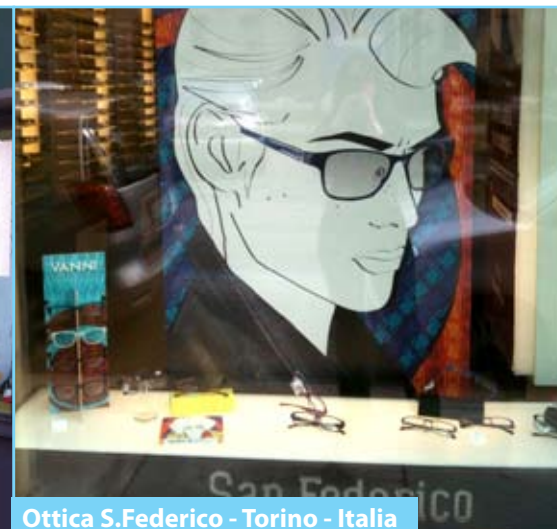
Voliamo in Canada dove Georges et Phina hanno esposto le novità VANNI e DERAPAGE a Infomart 2012, la fiera organizzata da l'Association des Optométristes d'Ontari.



Ottika Più - Torino - Italia



Ottica Toffoli - Rovigo - Italia



Ottica S.Federico - Torino - Italia

