

HAPPY 2014



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



5 anni di VANNI per l'arte. La quinta edizione del concorso Autofocus per giovani artisti ha fatto BOOM!

Due vincitori e 5 artisti selezionati per una mostra collettiva. Questa l'inaspettata piega del progetto Autofocus promosso da VANNI. E' infatti stato un duo di artisti, Mattia Macchieraldo – Flavio Palasciano, ad aggiudicarsi il premio Autofocus 5. Il loro progetto di mostra è stato selezionato dalla critica d'arte Olga Gambari per essere esposto nello spazio VANNI a Torino, da ottobre a gennaio. Questa la motivazione della scelta: "Macchieraldo /

Palasciano hanno vinto la quinta edizione del premio Autofocus per la loro capacità di creare uno sguardo che si colloca tra reale e immaginario, giocando con poesia su un inganno concettuale e percettivo che collega la storia, la scienza e l'arte, tra passato e contemporaneità". Inoltre, la sorprendente qualità dei progetti presentati alla selezione del concorso ha persuaso VANNI a offrire anche una rosa di finalisti la possibilità di essere presenti



nello spazio espositivo - addirittura doppio- di Autofocus alla manifestazione di arte contemporanea "The Others", che si è tenuta a Torino a novembre, nel particolarissimo spazio dismesso delle ex carceri della città. Il titolo della manifestazione era Boom!, un invito a mettere in crisi la crisi, e la collettiva di Autofocus ha voluto raccontare la ricchezza degli sguardi che il concorso ha raccolto, proponendo paradossalmente

nel momento di immobilizzante staticità epocale una rassegna di espressività dinamica e brillante.



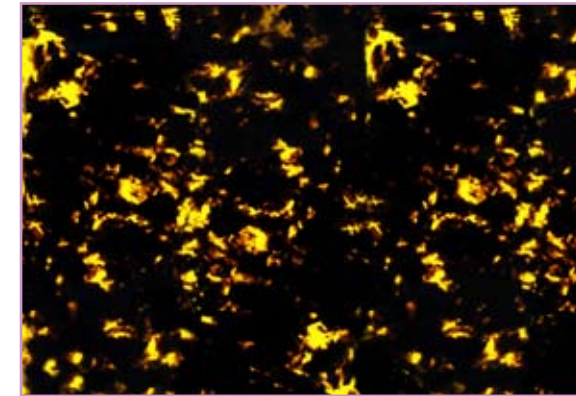
Il VANNI Magazine, in edizione speciale è "On Air"

VANNI va in onda, "on air". Della radio conosciamo le voci e la musica, raramente i volti e gli ambienti. Sulla tradizione del marchio torinese di realizzare i propri shooting di occhiali in luoghi di creatività, VANNI è volato a Roma per passare una giornata a Radio Capital, la storica radio italiana rinomata per la qualità dell'offerta musicale e l'approfondimento giornalisti-

co. "Capital -eyes": il risultato è un servizio fotografico davvero speciale, a cui manca solo il sottofondo sonoro. Non si sente, ma si può immaginarlo il volume della giornata on air, perché lo suggeriscono le immagini.

DERAPAGE Gold Rush

Nascono i Molecube "Gold rush", la novità di DERAPAGE per la stagione; realizzati a partire da una lastra maculata inedita, nelle tonalità calde dell'oro. Sono occhiali che assommano il cuore tecnologico dell'innovazione Molecube e l'aspetto sofisticato di una lastra esclusiva creata per questa linea. Il gusto Derapage rivive nell'acetato che ripropone il classico macchiato dell'avana in un nuovo mix



originale, a trama piuttosto fine, dalle tonalità ambrate dell'oro, molto caratterizzante.



I nuovi personaggi VANNI

La grafica che ha rappresentato l'estetica VANNI si rinnova e si stempera nei

nuovi visi dei personaggi che indossano
la collezione 2014.



Aggiornamenti web

dal sito nicodesign.it

RASSEGNA STAMPA INTERNAZIONALE

Luglio 2013 - Dicembre 2013

Visita la rassegna stampa completa su

www.nicodesign.it

ITALIA
Donna Moderna
Luglio 2013
pag. 76
VANNI - Hydra



ITALIA
Very Elle
Agosto 2013
pag. 140
VANNI - Hydra



ITALIA
Cosmopolitan
Novembre 2013
pag. 86
VANNI - Surf-ing



ITALIA
Shop in the City
Novembre 2013
pag. 73
DERAPAGE - Molecube





Giovanni Vitaloni: due o tre cose che ho da dire sul Mido

È ufficiale, dall'inizio di luglio Giovanni Vitaloni è vicepresidente dell'Anfao, l'Associazione nazionale dei produttori di articoli ottici, ed in particolare delegato specificamente al MIDO, alle attività connesse al suo sviluppo, alla comunicazione e agli eventi collaterali ad esso legati. Ora tutti voi conoscete il MIDO e la sua importanza strategica per lo sviluppo del mercato dell'occhialeria, come luogo dove vengono presentate le ultime innovazioni tecnologiche e stilistiche del settore e si aprono nuovi contatti e nuove distribuzioni.

Qualcosa nel MIDO sta evolvendo. Approfittiamo della presenza nella sala dei bottoni per avere qualche anticipazione.

Giovanni, quali saranno le novità di MIDO 2014?

Quest'anno l'organizzazione di MIDO ha deciso di avvalersi della collaborazione del Master in Marketing dell'Università Bocconi di Milano, con il duplice scopo di radicare meglio l'evento in città - con una serie di iniziative per parlare di occhiali a Milano nella stagione che segue di poco quella della grande moda dell'abbigliamento - e anche lanciando

un premio con una formula totalmente innovativa che è in fase di formalizzazione in questi giorni. Vogliamo che di MIDO si parli anche fuori dagli ambienti degli addetti ai lavori, e che lo stile italiano del saper fare con grazia e buon gusto permei ancora di più la manifestazione. Dal punto di vista strettamente organizzativo è confermata per il secondo anno la presenza del treno da Roma per il Mido, un Freccia Rossa gratuito che va e torna in giornata per facilitare la partecipazione alla fiera degli ottici del centro-sud Italia. Anche

la comunicazione verrà maggiormente curata, il sito Mido365 verrà ampliato, e sempre maggiore energie verranno spese per convogliare sulla manifestazione i riflettori della stampa mondiale, anche non di settore.

L'anno scorso è nato Out of MIDO, l'evento che ha portato l'eccellenza del MIDO al Salone del Mobile di Milano, ripeterete l'esperienza?

Sì, e la qualificheremo ancor meglio. L'area espositiva riservata agli occhiali quest'anno è al top dell'offerta degli spazi di via Tortona, il luogo su cui convergono la crème degli eventi della Milano Design Week. Un grande padiglione luminoso nel

cuore del design district per dare voce alle più stilisticamente innovative novità del settore occhialeria. Ma non solo, siamo in fase di definizione di un'altra iniziativa out of MIDO, a giugno, in concomitanza con un'altra manifestazione italiana importantissima: dobbiamo tenere top secret per ora la destinazione, ma avrete delle sorprese.

Quali sono le prospettive del prossimo MIDO?

I numeri sono dalla nostra parte, il MIDO si conferma la più importante manifestazione fieristica del settore, la prima al mondo. La più curata, con un allestimento in continua evoluzione,

caratterizzante. La superficie espositiva non ha subito riduzioni e l'affluenza dello scorso anno è stata record, considerando il periodo. Il MIDO Design Lab resta il luogo laboratorio delle proposte innovative e subirà un cambiamento di layout per rendere la visita più agile e accattivante. Ritourneranno le aziende produttrici di lenti, e i grandi hanno confermato la propria presenza. Mentre alcune nuove realtà start-up si affacceranno per la prima volta ai padiglioni. Insomma stiamo lavorando con tutte le nostre energie per rendere il MIDO sempre più la "piazza" dove avvengono i più significativi incontri e scambi del settore.



Gennaio 2014 - Aprile 2014

10/12 Gennaio 2014

Opti Munich - Monaco - Germania

16/18 Febbraio 2014

100% Londra

18/20 Febbraio 2014

SIOFT - Shanghai - Cina

18/20 Febbraio 2014

Mosca - Russia

1/3 Marzo 2014

MIDO - Milano - Italia

28/30 Marzo 2014

Vision Expo - New York - USA

10/13 Aprile 2014

Out of MIDO - Milano - Italia

DATE: a Milano

Si è tenuto a ottobre l'evento a cui hanno partecipato VANNI e DERAPAGE. Nato dalla collaborazione con il WHITE -contenitore di nuovi linguaggi, di recente allargato all'ottica di ricerca con il varo della nuova sezione WHITE and See- è stato dedicato all'occhialeria nazionale ed internazionale di ricerca. Il nome dell'evento deriva dal movimento nato

in Giappone dove indossare un paio di occhiali è, per i giovani, sinonimo di gioia. I ragazzi del Sol Levante utilizzano gli occhiali non graduati come oggetto fashion, indossati come qualsiasi altro accessorio, che completa il look come segno di appartenenza. Uno spunto per parlare di occhiali ad alta componente di creatività e design.

SILMO

Come sempre Parigi si conferma una fiera importante nel panorama dell'occhialeria, con un carattere distintivo.

Ecco qualche scatto rubato mentre le squadre di VANNI e DERAPAGE erano al lavoro.



Missione in Asia Singapore, KL, HK

Il giro del mondo di Nico è partito dal Sud Est Asiatico per una serie di impegni volti a consolidare la presenza dei marchi VANNI e DERAPAGE in quella parte del globo. A Singapore a fine ottobre una delegazione di alcune selezionatissime aziende italiane - sostenute dall'ente del commercio estero italiano ICE, tra cui la Nico, ha incontrato circa quaranta buyer regionali con lo scopo di far conoscere i propri prodotti e avviare nuove collaborazioni distributive. Si è proseguito, sempre in

Asia e sempre in collaborazione con ICE, con la partecipazione collettiva, dal 6 al 8 novembre, all'Hong Kong Optical Fair, nell'area VOS (Visionaries of Style), spazio esclusivo, dedicato alle realtà produttive più votate alla ricerca e al design. Ha concluso l'intenso itinerario un passaggio a Kuala Lumpur per incontrare il distributore di VANNI Infinity Eyewear: interessante e istruttivo il giro degli ottici locali con la apprezzata guida di Gary Ko.

Missione a Miami

Poco prima di Natale un'altra missione commerciale verso la calda Florida: il 10 e l'11 dicembre ANFAO ed ICE hanno organizzato un workshop a Miami, la città del design degli USA più protesa verso i Paesi Latino-Americani, testa di ponte economica e culturale verso

il Centro e Sud America. A Miami le aziende italiane, tra cui la Nico, sono state impegnate in una missione operativa con il fine di incontrare una selezione di buyer interessati alle eccellenze della produzione italiana, operatori di settore provenienti da tutta l'America Latina.



VANNI al Cinema

Cinema Cinema, ecco a voi una carrellata dei più begli indossati nelle produzioni cinematografiche e televisive italiane.



LUCIANA LITTIZZETTO
sul set del film "Aspirante Vedovo"

MAURIZIO CROZZA
nel programma "Crozza nel Paese
delle Meraviglie"



VITTORIA PUCCINI
sul set cinematografico "Altri Tempi"

FICTION RAI
"Una Mamma Imperfetta"



Valli bianche per VANNI

Quest'anno VANNI va sugli sci. Grazie alla collaborazione con uno degli storici sci club delle valli di Torino dove si sono tenute le Olimpiadi nel 2006; i maestri dello sci club Valchisone indosseranno occhiali da sole Hydra in edizione limitata.

Natale solidale

VANNI e DERAPAGE partecipano, dal 10 al 22 dicembre all'appuntamento con la solidarietà di AIBI-amici dei bambini: in via Montenapoleone 25, a Milano presso il Temporary Shop Ai.Bi ogni giorno sarà possibile dedicarsi allo shopping natalizio scegliendo tra le infinite proposte delle aziende amiche di Ai.Bi. Per trovare il regalo perfetto e, allo stesso tempo, offrire un contributo prezioso al benessere di un bambino in difficoltà.

L'esperienza di NICO alla riunione Michelin

La Michelin e la NICO, due dimensioni aziendali diversissime. Eppure il contributo della NICO è stato reputato un'esperienza aziendale interessante e portato alla platea dell'annuale riunione agenti italiani, a Milano lo scorso 16 dicembre. E anche per noi un'occasione per imparare dalla storica realtà leader della produzione di pneumatici mondiale.



Network

Gli ottici italiani non si fermano mai

Vetrine vetrine e ancora vetrine, l'Italia va al massimo.

Grazie al nostro brillante network abbiamo partecipato alle fiere internazionali:

Vision Expo West, a Las Vegas

loft, a Tokio.



Ottica Di Filippo, Nogara, Poggio Renatico, Ferrara - Italy



Stilottica, Firenze - Italy



IOFT - Tokyo



Ottica Cerutti, Nichelino, Torino - Italy



Ottica Tatoni, Torino - Italy



Vision Expo West - Las Vegas