

n°28 - DICEMBRE 2016

nicodesign

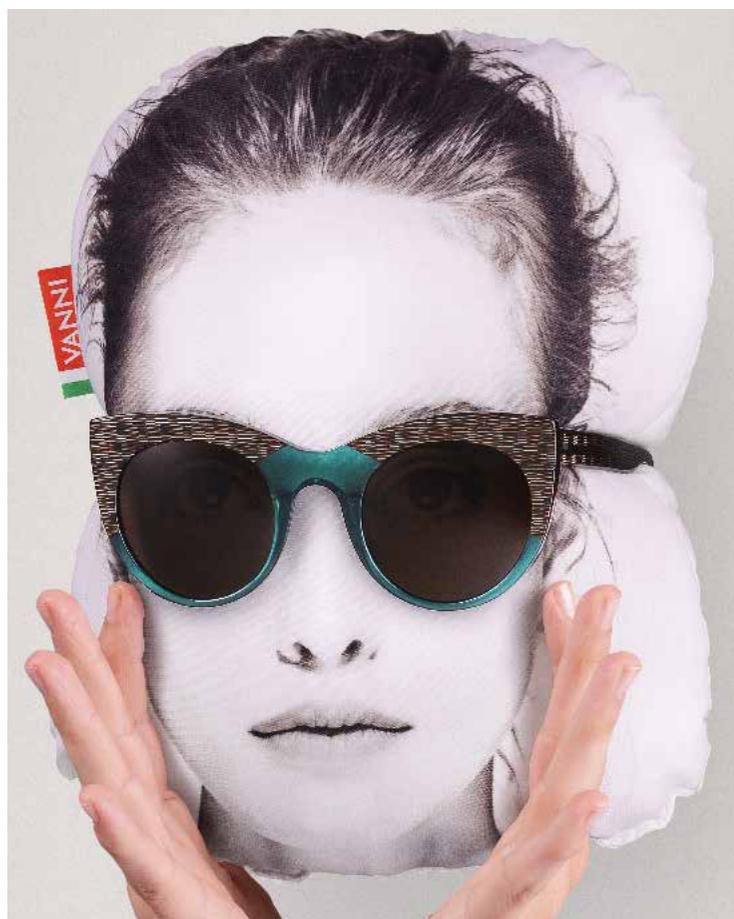
italian
eyewear
designer
magazine



UN INIMITABILE TOCCO DI VANNITÀ

Il “**tocco di VANNITÀ**” si tinge di bianco e nero, e affida a inediti sguardi l’immagine originale delle nuove collezioni di occhiali VANNI. E’ così che la comunicazione Vanni del 2016/17 riprende la strada aperta l’anno passato, imponendosi di lasciare il segno. Ritornano i cuscini con i visi - quel modo tutto personale e un po’ irriverente di proporre l’indossato, questa volta in **bianco e nero**, per valorizzare ancora meglio il prodotto che spicca per le mille tonalità e lavorazioni esclusive.

Protagonisti assoluti della scena, gli occhiali sono gli unici elementi colorati sullo sfondo monocromo dei cuscini - insieme all’etichetta che rivendica il valore del “**Made in Italy**” , e alle mani, che rendono vive le immagini sui supporti con il loro delicato, realistico, “tocco”.



UN RIASSUNTO SULL'ARTE. AUTOFOCUS 8: ecco i risultati del concorso d'arte giovane promosso da VANNI occhiali

Un vento fresco di ispirazione creativa per lo sguardo di VANNI sul mondo dell’arte contemporanea. Il concorso **Autofocus**, che VANNI ha creato 8 anni fa per promuovere e sostenere la giovane arte emergente, ha assegnato 4 premi per i progetti presentati alle sezioni arte visiva, performance, fotografia e video. Si tratta di artisti italiani e internazionali dal promettente curriculum artistico, selezionati da **Olga Gambari**, che hanno presentato lavori di significativa espressione del proprio percorso artistico. Ve li presentiamo.

A **Milena Rossignoli** (Quito, Ecuador, 1990 vive e lavora tra Barcellona e Bologna) è andato il premio progetto espositivo. La sua mostra personale “Unire le distanze | Join the gaps” è stata presentata al project space di Autofocus/ VANNI occhiali a Torino. **Lorenzo Abattoir** (Savigliano - Cn, 1987) è il vincitore del premio performance: la sua nuova performance visiva e sonora “Il culto contemporaneo del vuoto” ha debuttato nel suggestivo scenario di piazza Carlina lo scorso 27 ottobre, in concomitanza con il vernissage della mostra di Milena. Anche **Paolo Bandinu** (Cagliari, 1984, vive e lavora a Berlino), vincitore della sezione “video” ha presentato nella stessa giornata, il suo suggestivo video “Meandro Rosso” , mentre la mostra fotografica di **Irene Dionisio** (Torino, 1986), vincitrice del premio fotografia, è programmata per la metà di maggio 2017. Trovate qui una breve galleria di immagini dell’arte ... secondo VANNI.

Tutte le immagini su www.vanniocchiali.com/arte-giovane

OCCHIALI DERAPAGE NEL MONDO DELLA VELOCITÀ: progetto "Tour of Speed": siamo alla seconda tappa

Per la seconda tappa del "Tour of Speed" gli occhiali DERAPAGE si sono imbarcati in pieno agosto alla volta della storica **Copa del Rey Mapfre**, competizione velica tra le più prestigiose del Mediterraneo, che si è tenuta a **Palma de Mallorca**, in Spagna. Dal gelo alpino - il tour ha fatto una prima tappa invernale a Sankt Moritz, per il campionato mondiale di bob - al caldo Mare Nostrum, per seguire nel vivo un evento entusiasmante.

Durante la finale della regata della 35ma edizione della coppa il team di fotografi di DERAPAGE ha immortalato gli occhiali DERAPAGE in audaci scatti, lottando tra le onde e il vento - non basta l'equilibrio per scattare in quel frangente, ospite di alcune barche a vela in mare, oppure a terra nei pressi del Real Club Nautico de Palma. Gli atleti delle squadre veliche, eccezionali modelli per un giorno, hanno indossato gli occhiali della nuova collezione DERAPAGE non "in posa" ma decisamente "in gara". Per non smentire il motto che "the look is for those who dare". Scopri le nuove immagini du www.derapage-eyewear.com



VANNI e Kristina Ti

Un incontro tra lo stile femminile con carattere di **Kristina Ti** e l'innovazione creativa del design degli occhiali VANNI. Una linea di occhiali da sole raffinata e contemporanea, improntata all'essenza della femminilità dello stile del marchio torinese KTi, miscelato abilmente al rigore progettuale e la cura del dettaglio delle produzioni di occhiali VANNI.

La collezione ideata in collaborazione con Kristina Ti è cuore e anima impalpabile applicata all'accessorio di moda, per una **linea di 3 occhiali, ognuno presentato in 3 varianti colori**, perfetto corollario di una collezione di abiti improntati alla ricerca sui materiali e al senso del movimento di chiffon, volant, ma anche neoprene laserato. Si tratta di 9 montature in acciaio realizzate attraverso un processo di **"fotofranciatura"**: le decorazioni del frontale di ogni modello sono incise sulla superficie dell'occhiale, come un prezioso impalpabile ricamo, che riprende in un caso il disegno della farfalla, un motivo icona di KTi. Le finiture delle colorazioni in tinta pastello sono opache: un tocco di ricercatezza per le nuances panna, rosa antico e verde salvia – i colori della collezione di abiti di KTi per la stagione estiva, a cui si aggiungono varianti nei toni più classici del nero/oro, sia in versione monocolore che in una originale versione bicolore.

La cura del minimo dettaglio non ha tralasciato le lenti da sole, che propongono sorprendenti lenti sfumate che evocano le nuances pastello del frontale, in un tenue contrasto tra rosa/verde chiaro, ma anche in un classico marrone bruciato. Un'inedita specchiatura argento a forma di stella sottolinea il simbolo, la stella appunto, che è la sintesi della collaborazione dei due marchi. I modelli sono online: www.vanniocchiali.com



Un'alleanza a favore degli ottici: dal negozio al mercato globale dell'e-commerce. Un'intervista a Guido Meak, fondatore di Nembol.

Nico-design è da sempre attenta alle nuove tecnologie e all'innovazione, anche in campo commerciale. Dall'estate 2016 ha avviato una collaborazione utile a sostenere e promuovere i propri concessionari, quasi 700 in Italia, grazie all'alleanza con la società americana **Nembol**, nata nella rivoluzionaria **Silicon Valley** degli Stati Uniti. Partendo dalla considerazione che il mercato on-line offre opportunità infinite, commerciali e di visibilità, e che l'Italia è più indietro rispetto ad altri paesi nel cogliere le possibilità del web, Nicodesign ha deciso di proporre gratuitamente ai propri clienti italiani l'utilizzo di Nembol, una **nuovissima applicazione** che rende l'e-commerce realizzabile per qualsiasi negozio che abbia il desiderio di mettersi in gioco sulle piazze di vendita virtuali.

Finalizzata ad aiutare i clienti del marchio **VANNI** a trovare un ulteriore sbocco per i propri prodotti, gestendone direttamente la vendita con un semplice click, Nembol è la chiave del salto sui portali di e-commerce.

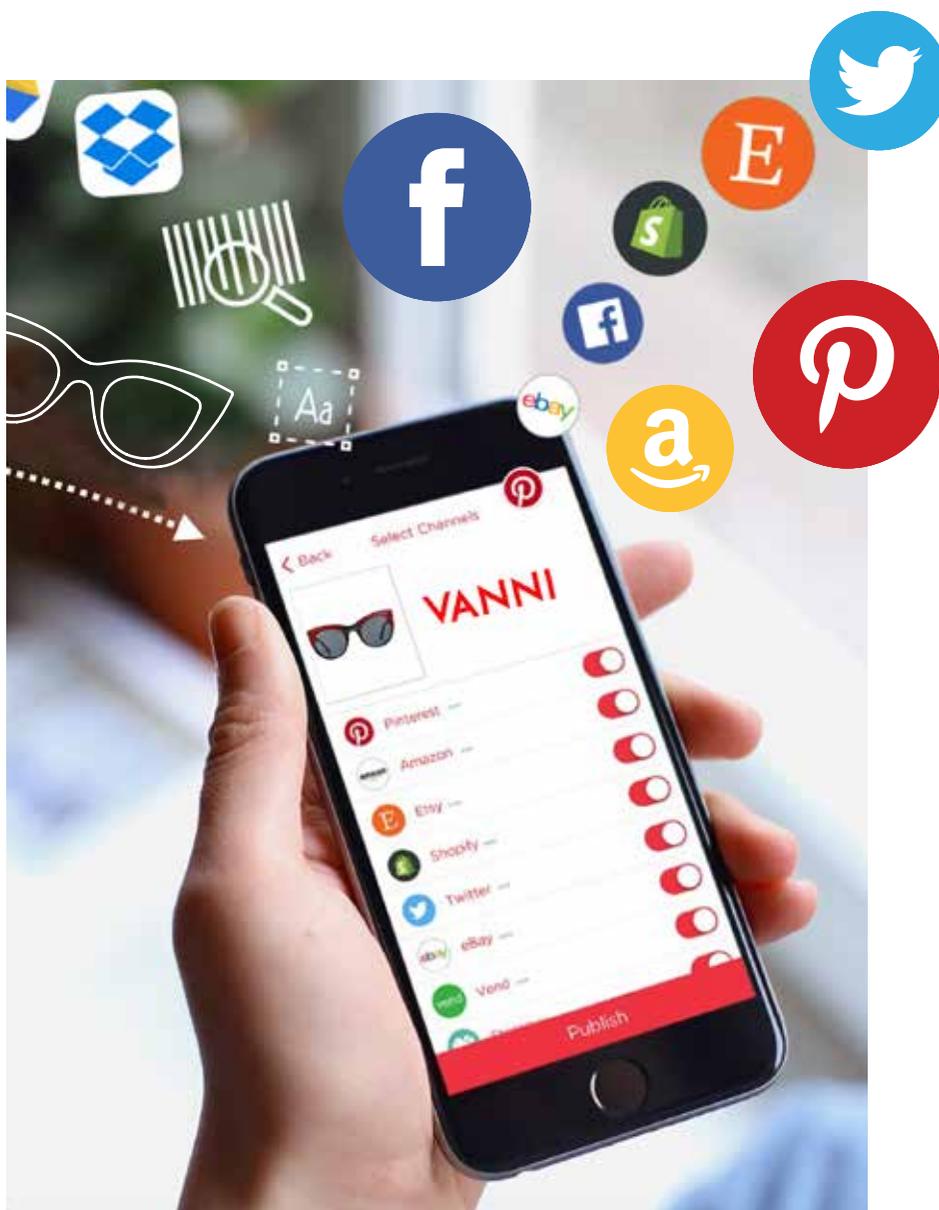
I negozi di ottica a cui si rivolge la promozione potranno decidere di pubblicare immagini e informazioni sugli occhiali simultaneamente su canali social (Facebook,

Twitter, Pinterest..), e anche sui cosiddetti "marketplaces", i portali di vendita on-line (come Amazon e eBay per citare i più conosciuti). Un'occasione di sviluppo commerciale potenzialmente illimitata delle singole attività, ma anche di visibilità per le singole insegne.

Come funziona? È facilissimo. **In meno di 15 secondi** usando il proprio smartphone ogni negozio può caricare sui diversi canali web, fotografando semplicemente il codice a barre dell'occhiale, tutte le immagini e informazioni tecniche sul prodotto, senza rischio di commettere errori. Per ora un'esperienza dedicata al mercato italiano, ma applicabile anche ai mercati esteri di VANNI e DERAPAGE.

Per comprendere meglio quanto questa innovazione possa tornare utile ai centri ottici in Italia e nel mondo, facciamo alcune domande a **Guido Meak**, torinese d'esportazione che vive tra San Francisco e la Mole Antonelliana, ideatore e fondatore di Nembol.

Guido prima di parlare di Nembol, ci terrei a fare un breve punto su come siamo messi in Italia



rispetto al resto del mondo sulle vendite on-line e la presenza sui social delle attività commerciali.

In Italia abbiamo alcuni venditori online che hanno avuto enorme successo. I pochi che ci hanno provato seriamente stanno raccogliendo ottimi frutti. Anche se l'Italia è un mercato più piccolo rispetto ad altri paesi europei quali Regno Unito e Germania, i clienti italiani sono online e la domanda è cresciuta tantissimo negli ultimi anni. Anche i clienti stranieri ormai si fidano a comprare dall'Italia. Pensa che molti dei nostri rivenditori spediscono fino in Cina e in USA. Recentemente uno dei nostri clienti mi diceva che le loro vendite online questo passato Black Friday sono state il doppio di quelle dell'anno scorso. Il doppio in un anno! È un vero spreco per qualsiasi attività commerciale non essere online in modo strutturato. Anche sui social, la massa dei negozianti è ancora indietro, e i social sono il punto più facile su cui cominciare a muoversi. A seguire **eBay** e per ultimo **Amazon**.

Adesso parliamo di Nembol, come nasce, e perché nasce in USA? Raccontaci anche della portata d'innovazione tecnologica dietro a un progetto di questo genere.

Nembol nasce in Silicon Valley perché laggiù è più facile fare innovazione. Volevo costruire un sistema che cancellasse il conflitto di canale e mettesse sulla stessa barca a remare i produttori, insieme a tutti i loro rivenditori e ai marketplaces. Per fare questo avevo la visione e una parte dei capitali. Avevo bisogno di altri capitali e di una squadra di innovatori che credesse nel progetto e mi sostenesse fermamente. Dove altro cercare se non in Silicon Valley? Dopo quasi tre anni di lavoro penso che abbiamo avuto successo. Nembol è un'invenzione

completamente nuova e porta ai negozianti di ogni dimensione i vantaggi dei grandi motori software che usano i grandi venditori online per pubblicare migliaia di prodotti all'ora. Nembol ha semplificato queste funzioni, ha aggiunto **la pubblicazione sui social**, che è fondamentale, e ha calato il tutto nel ritmo di un negozio tradizionale. Un negoziante ha tempi rotti da telefonate e clienti che entrano in negozio e gli è sempre stato impossibile formarsi e attivarsi online se non lavorando di notte o nei giorni di chiusura. Oggi invece con Nembol può pubblicare un prodotto online in 5 secondi. Senza perdere tempo e senza paura di fare errori, e la base dell'online marketing è fatta automaticamente. Inoltre con Nembol è chiaro finalmente a tutti che il brand è dalla sua parte e ha una strategia online che lo include e supporta.

Dammi 3 motivi per cui un centro ottico in Italia o nel mondo dovrebbe iniziare a usare Nembol. Secondo me ne bastano due:

- 1) **Le vendite online crescono del 30% all'anno** e continueranno a crescere man mano che i giovani diventeranno degli adulti con capacità di spesa. I ragazzi oggi sono abituati a fare tutto online.
- 2) Nembol è finalmente lo strumento dedicato al negoziante per essere online senza stress e in modo assolutamente professionale. **Sia per vendere che per farsi solo pubblicità.**

Provare per credere.

VANNI

nembol

Get it on Google Play | Download on the App Store

Save Product



Title
VANNI PIXEL

Description
Una scelta forte come i modelli che propone: VANNI negli occhiali da sole per la nuova stagione punta a stupire. A touch of VANNity: questa volta, senza dubbio, con un accento sulla vanità.

Price Quantity

Need more fields?

Next

DA MAGGIO A NOVEMBRE ABBIAMO FATTO IL GIRO DEL MONDO

LUBIANA

Una mostra di occhialeria a Lubiana, organizzata dall' ICE, in collaborazione con l'ANFAO, il 20 e 21 giugno scorso ha permesso di promuovere presso buyer e importatori dell'Europa orientale un selezionatissimo gruppo di aziende italiane. VANNI non poteva mancare. Un'occasione per incontrare clienti già attivi dell'area e per aprire nuovi contatti.

STOCCOLMA

Alla fine dell'estate la trasferta a Stoccolma ha portato buoni contatti con il mercato scandinavo. Un lancio in piena regola e dedicato al nord Europa della collezione VANNI già presentata a Mido 2016, grazie alla squadra di John and Mike Sweden.

LAS VEGAS

A metà settembre in attesa di accendere i motori per il Silmo l'anteprima delle collezioni VANNI e DERAPAGE ha illuminato la strip di Las Vegas. Vision Expo West rappresenta un'ottima vetrina per il mercato Usa e centro americano, e i distributori Studio Optyx di Derapage e Design Gallery di VANNI hanno avuto modo di incontrare gli ottici di riferimento dell'area.

SILMO A PARIGI

L'appuntamento annuale con il Silmo è una scadenza importante nella programmazione del lavoro di un'azienda come Nico-design: la progettazione e realizzazione dei nuovi modelli trova in questa occasione di visibilità un momento clou, e ci costringe a corse contro il tempo per arrivare con i modelli finiti e scintillanti per essere esposti. Il 23 settembre tutto era pronto per accogliere i visitatori alla caccia delle novità VANNI e DERAPAGE. Forti dell'organizzazione e della simpatia della struttura di FMI, distributori esclusivi per la Francia e il Belgio, il Silmo ha portato interessanti accordi e nuovi contatti, anche se ha indubbiamente registrato un calo nelle affluenze, scontando le incertezze legate alla sicurezza mondiale. In fiera un ampio spazio VANNI animato da un allestimento all'insegna del Touch of VANNIty, raffinato nelle innovative composizioni dei cuscini in bianco e nero, mentre immagini ad alta componente di adrenalina hanno caratterizzato l'esposizione DERAPAGE all'insegna del Tour of Speed.



DATE A MILANO

Un'occasione per parlare di occhialeria con un'attenzione particolare al taglio progettuale e alle esperienze più innovative del settore, Da.te a fine settembre si è confermato un evento dalla chiara identità, momento di riflessione sulle tendenze del design mondiale. Ancora per quest'anno a Milano, prima di traslocare a Firenze, un contenitore piacevole e contemporaneo che ha offerto la possibilità di far incontrare aziende e ottici fuori da un padiglione fieristico, nel centro di Milano.

MIAMI

A ottobre Miami ha offerto la gradevole base logistica per un evento dedicato all'occhialeria italiana, nell'ambito dei programmi finanziati dall'ICE, con lo scopo di far conoscere e incontrare con l'offerta selezionata buyer del nord, centro e sud America. Risultati positivi e valigie pronte per l'Argentina, il Guatemala e Trinidad e Tobago.

HONG KONG

Ancora una partecipazione organizzata dall'ICE/ANFAO da parte di 24 aziende italiane alla Hong Kong Optical Fair di novembre. A tenere alta la bandiera del "made in Italy" i nostri marchi VANNI e Derapage, che hanno presentato le più recenti creazioni al mercato dei distributori del sudest asiatico, aprendo collaborazioni con le Filippine, Taiwan, la Cina e la Malesia.

DESIGN YOURS A ROMA

Alla quinta edizione l'evento-incontro indipendente tra gli ottici italiani e l'occhialeria di design. A Roma questa volta, un ambiente rilassato per presentare le novità VANNI e DERAPAGE.

VANNI sulle passerelle della Milano Fashion week

Quella con **Cristiano Burani** è una collaborazione ormai consolidata, dura lo spazio della sfilata e ci piace perché significa prendere parte al progetto creativo di un designer di ottimo talento. Anche quest'anno gli occhiali VANNI hanno sfilato alla fashion week di Milano, sulle creazioni colorate e materiche dell'ultima collezione primavera estate 2017.

Un angolo di VANNITÀ

Il progetto "un angolo di VANNITÀ" nasce per portare la filosofia di VANNI direttamente all'interno del negozio dell'ottico, grazie a un'esposizione dedicata e personalizzata delle collezioni di occhiali. Dedicato a ottici selezionati sul territorio italiano è un'occasione per creare un ambiente ampio e gradevole in cui la clientela può cogliere lo stile del marchio e trovare esposti un maggior numero di modelli, come si trattasse di un negozio nel negozio, in totale spirito VANNI. Il progetto è già realtà: siamo felici di annunciare il lancio della prima collaborazione con il **Gruppo Marchi** in Sicilia. Si tratta del numero zero dell'iniziativa, a cui abbiamo lavorato potendo contare sull'entusiasmo e la professionalità di uno storico gruppo italiano.



DAL NETWORK

Una breve riassunto di eventi che hanno coinvolto i nostri marchi in giro per il mondo, la forza di una distribuzione capillare in oltre **40 paesi**.

The Eyewear Company in UK ha organizzato a inizio ottobre a Cardiff un incontro con gli ottici indipendenti del paese: un'occasione per Louise, Robert, Kevin e Trupti di tastare il gradimento della nuova collezione VANNI.

Sempre a inizio ottobre siamo volati in Giappone: non potevamo mancare all'**IOFT di Tokyo**, presentando insieme allo storico distributore Orient le novità di VANNI.

Un evento molto curato si è tenuto a metà ottobre in **Romania**, seguito da Sover, rivenditori di VANNI, in un elegante hotel nel centro di Bucarest per presentare le collezioni agli ottici rumeni.

● NETWORK DISTRIBUZIONE
VANNI E DERAPAGE



In **Finlandia** una "sunglasses adventure" in piena regola si è tenuta a fine ottobre, organizzata dal distributore Suomen, ha avuto il fulcro nella presentazione della nuova collezione di occhiali da sole VANNI, un ottimo successo.

In **Canada** grazie all'organizzazione dei distributori Georges et Phina e la dedizione di Daniel Laoun i trunk show sono frequenti e molto curati: occasioni conviviali e di lavoro per portare le nuove collezioni VANNI e DERAPAGE direttamente dall'ottico in ogni angolo del paese.

Dopo qualche anno di assenza dal paese la distribuzione di VANNI torna in **Israele**, grazie alla società Ideal Optic: buon inizio alla nuova squadra di Dalia e Isaac.

Ultimissime dalla **Polonia**: all'Optyka Optical fair il 18-19 novembre la società P.H. Quest ha esordito con la nuova distribuzione sul mercato polacco. A loro va il nostro augurio di buon lavoro.

nicodesign

VANNI
vanniocchiali.com

DERAPAGE
derapage-eyewear.com

NICO S.r.l. - Via Giacinto Collegno, 46/bis - 10138 Torino, Italia - www.nicodesign.it
Tel. +39.011.447.4771 - Fax +39.011.447.4770 - press@nicodesign.it

Partita I.V.A. 05390870011