



**2-4 MARZO 2013**

# **AL VIA LA 43° EDIZIONE DI MIDO, MOSTRA INTERNAZIONALE DI OTTICA OPTOMETRIA E OFTALMOLOGIA**

**L'UNIVERSO OCCHIALE SI DÀ APPUNTAMENTO  
NEI PADIGLIONI DI FIERAMILANO A RHO-PERO**

**La più importante fiera internazionale dedicata al comparto torna al tradizionale primo weekend di marzo: tre giorni - da sabato a lunedì - di contatti, business, aggiornamento professionale e visibilità per le aziende del settore  
Si rafforza il concetto di fiera come sistema: i protagonisti interagiscono per dar vita a un Salone sempre più funzionale**

**Grande novità dell'edizione 2013, "Un treno per Mido", un Frecciarossa di Trenitalia che domenica 3 trasporterà gratuitamente oltre 600 ottici da Roma, Firenze e Bologna a Milano**

**Una conferma: l'occhiale scala l'empireo della moda e si attesta sempre di più come accessorio cult, unico oggetto da indossare sul viso**

Milano, 28 Febbraio 2013 – A Mido tutto il mondo celebra l'occhiale, oggetto intrigante con una storia lunga ed interessante che inizia in Italia e che arriva a conquistare il mondo. Per molti gli occhiali rappresentano una costante della vita quotidiana, necessario dispositivo correttivo ed elemento caratterizzante il viso e quindi la personalità. Per moltissimi gli occhiali da sole sono ormai parte integrante del look, per sedurre e per nascondersi, e allo stesso tempo importante strumento protettivo per difendere gli occhi dai pericolosi raggi UV.

UFFICIO STAMPA MIDO – FAST-COM- TEL. 02.87280950

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623 – [MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734 – [SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585 – [PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)

L'evoluzione dell'occhiale è letteralmente sotto gli occhi di tutti: da ausilio ingombrante a segno di distinzione, da condanna estetica a strumento di fascino, da simbolo di diversità ad alleato della bellezza. Dietro questo accessorio – tra i protagonisti del mondo della moda – si dipana un mondo laborioso, fatto di expertise decennali e di grande creatività. Ed è quello che anima i padiglioni di Mido, la più grande fiera dedicata al mondo dell'occhialeria, in programma a Milano dal 2 al 4 marzo 2013.

*«È qui che gli addetti ai lavori si danno appuntamento per conoscere da vicino l'universo occhiale in tutte le sue sfumature»,* esordisce Cirillo Marcolin, Presidente di Mido e Anfao, l'Associazione Nazionale dei Fabbricanti di Articoli Ottici. *«Un universo che comprende più pianeti: da quello degli occhiali da sole a quello delle montature da vista, passando per macchinari, minuterie, lenti e distribuzione organizzata, tutti protagonisti di un sistema complesso e correlato, di cui Mido è il fulcro imprescindibile»* continua Marcolin. *«Le fiere si stanno evolvendo e ritarando sulle esigenze dei loro protagonisti, verso una sempre più spinta specializzazione».*

È un mondo, quello dell'occhialeria, animato da serietà, competenza, voglia di fare, creatività, spinta all'innovazione e alla specializzazione. Ed è proprio in questa direzione che negli ultimi anni Mido si sta muovendo, spiega Marcolin. *«Ci rendiamo conto che mai come oggi chi si ferma è perduto. Proprio in un contesto difficile come quello attuale, in cui l'economia mondiale attraversa una situazione di grande stallo, i consumi in Italia crollano, la concorrenza è sempre più forte, è necessario investire affinando lo strumento fieristico, rendendolo sempre più funzionale alle esigenze delle aziende. Comprendo che venire a una fiera per realtà produttive di piccole e medie dimensioni sia un investimento significativo, per questo è necessario da parte nostra rispondere alle reali esigenze dei suoi protagonisti».* Molte delle iniziative messe in atto per l'edizione 2013 si inseriscono in questa traccia, di confronto costante tra tutti gli attori del settore.

## **TRA SPECIALIZZAZIONE E SERVIZI DEDICATI**

Mido è l'unica realtà in grado di interpretare le nuove tendenze, di dettare le regole della moda e di anticipare le novità tecnologiche del comparto. Vetrina imperdibile per aziende e brand più conosciuti, laboratorio unico di sperimentazione per piccole e medie imprese,

UFFICIO STAMPA MIDO – FAST-COM- TEL. **02.87280950**

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623 – [MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734 – [SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585 – [PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)

è qui che gli addetti del settore arrivano per conoscere le anteprime mondiali in materia di occhiali da vista, da sole, lenti, macchinari e minuterie. La forza di Mido è la completezza. Qui trova spazio l'intera filiera. Per il 2013 è confermato il format vincente degli ultimi anni, con differenti tipologie di prodotto suddivise nei vari padiglioni. A ogni padiglione è dedicato uno specifico comparto e questo è uno dei punti di forza di Mido che resiste nel tempo. **Mido Fashion District (Pad.13-15)** è uno spazio unico che ospita i top player dell'eyewear mondiale e le aziende piccole e grandi che si ispirano alle suggestioni della moda. **Mido Design Lab (Pad.24)** - che quest'anno ospita anche una mostra fotografica proveniente dal Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore composta da immagini il cui focus sono gli occhiali - è un polo d'attrazione per i visitatori più attenti alle avanguardie di design, vi possono esporre solo aziende che producono occhiali ad alto contenuto di tecnologia, creatività e innovazione. La tecnologia è la protagonista assoluta di **Mido Tech (Pad.9)**, la più grande area espositiva mondiale dedicata a macchine, materie prime e componentistica. **L'Asian Pavilion (Pad.9-11)** è la vetrina esclusiva per i produttori orientali, con la partecipazione di collettive delle più importanti realtà asiatiche. Mentre nel **Padiglione 22** espongono le più importanti aziende, italiane e straniere, che offrono un panorama completo sulle ultime innovazioni in materia di lenti oftalmiche.

## UN TRENO PER MIDO

Oltre ai pullman - introdotti lo scorso anno - per portare gli ottici a Mido, quest'anno gli ottici della penisola hanno a disposizione il servizio **"Un Treno per Mido"**. Un treno **Frecciarossa di Trenitalia** è stato infatti noleggiato da Mido per portare gli ottici della Penisola in Fiera. In partenza domenica 3 marzo da Roma, farà tappa a Firenze e a Bologna, per arrivare in poco più di 3 ore alla stazione di Rho-Fiera, direttamente all'interno del quartiere fieristico. Un servizio completamente gratuito riservato agli ottici italiani, che si sono prenotati collegandosi a [www.mido.com](http://www.mido.com). Mido è la prima fiera italiana in assoluto a mettere a disposizione un treno completamente gratuito per raggiungere il Salone, un segno d'attenzione importante per il target principale dei suoi visitatori. *«Un'iniziativa che ha riscosso grande successo, tanto che abbiamo dovuto raddoppiare le carrozze a disposizione»*, sottolinea Marcolin. Grazie a questi servizi di trasporto speciali, oltre 600 ottici arriveranno a Mido a bordo del convoglio di Trenitalia e circa 250 studenti

UFFICIO STAMPA MIDO – FAST-COM- TEL. 02.87280950

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623 – [MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734 – [SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585 – [PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)

dell'ultimo anno delle scuole di ottica e dei Corsi di Laurea in Ottica e Optometria usufruiranno dei pullman messi a disposizione da Mido in partenza da Bologna, Padova, Udine e Torino. Un esempio di come Mido abbia un occhio di riguardo per gli ottici del futuro, in un momento in cui molti giovani hanno difficoltà ad entrare nel mondo del lavoro.

## **SPAZI DI APPROFONDIMENTO**

Una volta in Fiera gli Ottici avranno solo l'imbarazzo della scelta: decidere quanto tempo dedicare alla scoperta delle novità del mondo dell'eyewear in mostra negli stand e quanto all'approfondimento professionale. Anche quest'anno, infatti, Mido mette a disposizione l'OttiClub, spazio polifunzionale che conferma area accoglienza e centro congressi arricchendosi di un programma completo di formazione, "VISION UP-TO-DATE 2013", curato dalla Fabiano Gruppo Editoriale, che prevede sessioni plenarie seguite da corsi pratici rivolti a ottici, optometristi, medici oculisti e ortottisti o assistenti di oftalmologia. L'OttiClub sarà collocato all'ingresso del padiglione 22. Ulteriore occasione di approfondimento professionale è offerta da LAB TECH – organizzato in collaborazione con la rivista di settore Optical World –uno spazio congressuale allestito all'interno di Mido Tech (Padiglione 9) dove alcune aziende espositrici presenteranno agli ottici le loro ultime novità in tema di strumentazioni e macchinari.

## **ANTEPRIMA TENDENZE**

Aggiornamento professionale, tecnologia, ma anche Moda e Design. All'interno dei Padiglioni di Mido si "respira" l'intera filiera, compresi i nuovi trend dell'eyewear.

Preziosi come gioielli, raffinati come costruzioni di design: gli stilisti scelgono proprio gli occhiali come palestra di creatività estrema. Proposte per indurre anche le persone meno avvezze a cadere in tentazione, prendendosi una pausa dalla sobrietà imposta dall'attuale situazione economica. E gli occhiali - da sole e da vista - sono gli accessori dell'affordable luxury per eccellenza, oggetti magici con cui dar voce alla propria voglia di apparire. Il trend dominante? L'importante è divertirsi con un melting-pot di tendenze, spesso contrastanti: un giorno si può essere un aviatore, il giorno dopo una diva degli Anni '50, o un intellettuale di fine '800. Vince su tutti uno stile sempre sofisticato, con tocchi eccentrici e un po' retrò! Per scoprire le ultime tendenze dell'eyewear l'unica "vetrina"

UFFICIO STAMPA MIDO – FAST-COM- TEL. **02.87280950**

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623 – [MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734 – [SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585 – [PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)

imperdibile per gli addetti ai lavori (ma non solo!), è proprio Mido. Qui, tra un Padiglione e l'altro, si possono osservare i mood dell'occhialeria 2013.

*«Lo scorso anno affermai che alla parola sacrificio, spesso abusato, ne preferivo una più energica e propositiva, impegno, ed è quello che io in primis e l'intero staff organizzativo abbiamo messo nel preparare questa edizione della fiera», conclude Marcolin. «Oggi rivaluto una parola che ci sta accompagnando ormai da mesi, "crisi". La voglio recuperare nella sua accezione originale che deriva dal greco e significa "scelta". Scelgo dunque di continuare a lavorare con entusiasmo affinché questo Salone confermi la sua leadership a livello mondiale e affinché le aziende ci eleggano a loro piazza ideale».*

Per toccare con mano l'universo occhiale, le sue dicotomie, le sue sfaccettature, le sue aree di specializzazione l'appuntamento è da sabato 2 a lunedì 4 marzo 2013, nei Padiglioni di FieraMilano Rho-Pero.

UFFICIO STAMPA MIDO – FAST-COM- TEL. **02.87280950**

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623 – [MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734 – [SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)  
PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585 – [PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM](mailto:PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM)