



Fiera Milano Rho, dal 24 al 26 febbraio

LA MERAVIGLIA RITORNA A MIDO 2018

Parola chiave “innovazione”: all’evento professionale dedicato all’occhialeria più importante del mondo verranno presentate le novità di un settore in continua evoluzione.

Mancano 3 mesi e il mondo dell’occhiale è già in vibrante attesa di **MIDO, Milano Eyewear Show**, in programma a Fieramilano dal 24 al 26 febbraio 2018. Dopo le ultime edizioni record, MIDO consolida la sua leadership confermando il tutto esaurito in termini di espositori e preparandosi ad accogliere decine di migliaia di visitatori professionali provenienti da tutto il globo.

La **48° edizione** della manifestazione più importante al mondo per dimensioni e rappresentatività di tutte le anime dell’universo occhiale accoglierà i grandi gruppi industriali multinazionali produttori di montature, lenti e occhiali da sole, le aziende medio-piccole più votate alla sperimentazione e all’avanguardia creativa, le start-up che sempre numerose si affacciano a questo affascinante comparto, i produttori di strumentazioni, macchinari e componentistica e le collettive delle manifatture asiatiche più interessanti.

*“Quest’edizione racconterà la vivacità, le idee, i progetti e la spinta all’innovazione di un settore in costante evoluzione, dove aziende all’avanguardia per ricerca e sviluppo cercano di reinventare in modo audace e creativo un oggetto che da secoli, campeggiando sul nostro volto, caratterizza come nessun altro la nostra identità – spiega **Giovanni Vitaloni**, presidente di MIDO. C’è grande attesa per le novità che saranno presentate in fiera in termini di processi produttivi, stile, design e tecnologia perché è a MIDO che viene delineato il presente e il futuro dell’occhiale, qui si svelano le nuove collezioni che diventeranno i must-have dei consumatori e degli appassionati di occhiali di tutto il mondo.”*

La **novità** è la centralità dell’**innovazione** che **coinvolge anche i consumi e i consumatori**: verrà presentata una nuova edizione di OMO-Optical Monitor, la ricerca realizzata da GFK che indaga le abitudini di acquisto e utilizzo di occhiali dei consumatori nelle economie più importanti. I dati dell’ultimo aggiornamento semestrale dello studio presentati a settembre hanno delineato alcune tendenze: l’occhiale da sole è sempre di più un “must” tra i cittadini europei. Si compra sempre di più on-line, tramite smartphone e con una vera e propria accelerazione rispetto all’anno scorso, in particolare per gli occhiali da sole e grazie alla leva del prezzo. Ma l’indagine dice anche che per il consumatore l’esperienza all’interno degli store fa ancora la differenza. Tutte riflessioni che gli addetti ai lavori stanno portando all’interno delle proprie realtà per capire come affrontare il mercato del futuro.

Sulla stessa linea, ma con un punto di vista sociologico e culturale, a MIDO interverrà Francesco Morace di Future Concept Lab che delinea le tipologie di consumatori futuri e i riferimenti prevalenti concettuali e valoriali per aiutare i creativi e le aziende ad intercettare il loro immaginario e i loro desideri.

Per quanto riguarda le aree espositive di MIDO: cresce il padiglione **MORE!**, nato nel 2016, che assume una personalità e identità sempre più forti, accogliendo al suo interno **l'area dedicata all'innovazione** e in particolare: il **MIDO TECH** dove esporranno le aziende che producono strumenti e macchinari utilizzati nell'industria ottica, uno dei comparti dove la componente tecnologica fa la differenza per consentire la realizzazione di prodotti innovativi e unici e il **Lab Academy** con i nuovi designer e le start-up che debuttano sul palcoscenico internazionale del settore. Due anime unite indissolubilmente perché se un prodotto è rivoluzionario, il merito va equamente diviso tra l'abile designer che lo ha saputo immaginare e la sofisticata tecnologia che lo ha reso possibile.

Ulteriore novità riguarda quest'anno il **BESTORE**, il concorso che seleziona i migliori centri ottici del mondo, che raddoppia con due categorie di premi: il **BESTORE DESIGN**, che si rivolge a quei negozi che si distinguono per il modo in cui il lay-out, i materiali, il design, gli arredi e l'atmosfera generale contribuiscono a creare una shopping experience irrinunciabile e il **BESTORE INNOVATION** che valuterà tutti gli aspetti legati all'evoluzione del servizio al cliente, all'interazione con clienti e fornitori, alla gestione della comunicazione, alla storia del punto vendita e ai suoi aspetti professionali, umani ed emozionali.

La Meraviglia vi aspetta [#livethewonder](#)

MIDO PRESS OFFICE Mailander srl –

Via Cavour 21, Torino; Via Monte di Pietà 21, Milano +39 011 5527311

Marcella Laterza m.laterza@mailander.it

Chiara Ferraro c.ferraro@mailander.it

Viviana Corigliano v.corigliano@mailander.it