



Conclusa la tre giorni dell'eyewear show a Fieramilano Rho

MIDO 2024: 40MILA PRESENZE NEI 3 GIORNI, +11% RISPETTO ALL'ANNO SCORSO, E TANTO ENTUSIASMO

Il Presidente Giovanni Vitaloni: "Prima dell'apertura del salone auspicavamo un incremento dei visitatori rispetto allo scorso anno. Grazie al lavoro di tutti e alla fiducia che il settore ci accorda ogni anno, abbiamo raggiunto l'ambizioso obiettivo prefissato"

Milano, 7 febbraio 2024 – Il trade show internazionale dell'eyewear, che ha occupato 7 padiglioni dell'area espositiva e contato più di 1.200 espositori, ha registrato circa **40mila presenze** nei 3 giorni di salone, facendo segnare **+11% rispetto allo scorso anno**. L'incremento si è distribuito equamente fra italiani e stranieri. Questi ultimi, in particolare, sono arrivati da **160 paesi del mondo**, dall'Asia agli Stati Uniti passando da tutta Europa.

*"Prima dell'apertura del salone auspicavamo un incremento dei visitatori rispetto allo scorso anno. Grazie al lavoro di tutti e alla fiducia che il settore ci accorda ogni anno, abbiamo raggiunto l'ambizioso obiettivo prefissato - commenta **Giovanni Vitaloni**, Presidente di MIDO. Tra gli stand degli espositori abbiamo rilevato buone performance delle vendite e un estremo interesse da parte dei buyer, presenti anche grazie alla collaborazione con **Agenzia ICE**, per il Made in Italy quale sinonimo di qualità, eccellenza e trasparenza. La presenza di tutta la filiera ha garantito dinamicità e diversità di domanda e offerta, confermando MIDO l'unico salone del settore con questa caratteristica".*

Il successo del salone dell'occhialeria passa anche attraverso la sua **visibilità** sui media tradizionali, quali giornali, radio e tv, i social network e le piattaforme digitali, non solo in Italia ma anche all'estero. Quest'anno sono stati circa **400 i giornalisti** accreditati alla fiera e sono stati pubblicati oltre **150 servizi** soltanto nei 3 giorni di MIDO su media italiani, francesi, tedeschi, argentini, inglesi, americani, indiani, olandesi, per citarne solo alcuni.

Altrettanto significativa anche l'**attività online** dei tanti utenti che interagiscono con il salone attraverso la rete. Sui **canali social** sono state raggiunte il **50% in più di persone** rispetto allo scorso anno e i contenuti dell'evento hanno generato oltre **2.000.000 di impression**. Le **interazioni** sono state **superiori a 250.000** e l'**App** è stata scaricata dal 25% in più di utenti, con un considerevole aumento del tasso di utilizzo, anche grazie al nuovo tool per gli espositori che permetteva di registrare i visitatori agli stand.

La piattaforma digitale **MIDO 2024 | Digital Edition**, che conta quasi **12mila iscritti**, ha visto un incremento delle **showcase pages**, passate dalle 650 unità del 2023 alle **845** di questo, a dimostrazione di quanto gli espositori ritengano sempre più strategico affiancare la partecipazione in presenza anche l'attività virtuale.

MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

Marcella Laterza +39 335 7559154 marcella.laterza@cmailander.it

Chiara Ferraro +39 345 0059935 chiara.ferraro@cmailander.it

Stella Casazza +39 349 3579552 stella.casazza@cmailander.it

Tra i corridoi dei padiglioni e gli stand di MIDO, **accordi commerciali** e **networking** sono quel valore aggiunto imprescindibile, un motore che spinge tante aziende ogni anno da tutte le parti del mondo a partecipare al trade show milanese.

Ma MIDO è anche **cultura**, contaminazione, confronto sul futuro del settore, interazione tra soluzioni pratiche e prospettive. Per questo sono così importanti i convegni organizzati nell'area OTTICLUB. In questa arena sempre affollata si è dibattuto quest'anno di **bellezza, design e passione** con ospiti d'eccezione come **Diego Dalla Palma, Ico Migliore** ed **Ernst Knam**. Intervistati da **Francesco Morace** per il ciclo di incontri **MIDday Talks**, gli ospiti hanno dibattuto del nuovo modello di bellezza meno stereotipato che domina oggi nel mondo dell'estetica, di leggerezza strutturata e sostenibile nel design e di intelligenza artigianale, la necessità cioè di tornare alle radici. I MIDday Talks **proseguiranno per tutto il corso del 2024**.

Si è parlato anche tanto di **sostenibilità** con la presentazione del programma **CSE: Certified Sustainable Eyewear**, certificazione volontaria internazionale di sostenibilità di prodotto ideato, registrato e promosso da ANFAO. Spazio anche all'attualissimo tema dell'**inclusione** con il convegno dedicato al linguaggio inclusivo di **Empowering Optical Women Leadership Program**, in cui sono stati presentati i risultati a un anno dall'avvio del programma a sostegno della leadership femminile nell'industria dell'occhialeria, realizzato da ANFAO con il patrocinio della Fondazione Marisa Bellisario e il sostegno dell'Ente Bilaterale Occhialeria. *"Sostenibilità e inclusione sono due temi molto cari ad ANFAO e quest'anno lo abbiamo sottolineato con la presentazione di due importanti progetti che rendono concreto e visibile lo sforzo che l'Associazione mette in atto quotidianamente nel settore dell'eyewear per migliorarlo e renderlo ancora più competitivo"* ha commentato la **Presidente di ANFAO Lorraine Berton**.

E poi ancora temi legati all'ambito **medico-scientifico** con 3 tavole rotonde dedicate alla miopia e alla presbiopia. Nell'ambito dell'incontro *"La presbiopia e la prescrizione delle lenti multifocali: il percorso ideale del paziente dallo studio medico al centro ottico e viceversa"*, promosso dal Gruppo Lenti ANFAO, Federottica e Fabiano Gruppo Editoriale, è stato proposto un importante accordo congiunto in materia. È stato presentato infatti **per la prima volta un programma di sviluppo** che prevede che l'oculista possa dare indicazioni all'ottico tramite un nuovo documento di prescrizione, frutto della maggior informazione che potrà avere l'area medica sulle soluzioni disponibili, e che l'ottico a sua volta, sempre con il consenso del paziente, nel caso di situazioni specifiche che necessitano dell'intervento medico, possa inviare all'oculista che potrà quindi esaminare le condizioni con rilevanti informazioni di base.

E infine i **MIDO AWARDS**, che hanno dominato la seconda giornata di salone e premiato i centri ottici, gli espositori e gli operatori del settore che ogni giorno sono impegnati, a vario titolo, a migliorarsi e migliorare la loro professione a beneficio di tutta la filiera. Tutti i premiati sul sito mido.com.

Il prossimo appuntamento con **MIDO** sarà **dall'8 al 10 febbraio 2025** a **Fieramilano Rho**.

MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

Marcella Laterza +39 335 7559154 marcella.laterza@cmailander.it

Chiara Ferraro +39 345 0059935 chiara.ferraro@cmailander.it

Stella Casazza +39 349 3579552 stella.casazza@cmailander.it

Per rimanere aggiornati sulle novità di MIDO visita il sito www.mido.com e i canali social Instagram @mido_exhibition, Facebook @MIDOExhibition, X @MIDOExhibition. **#MIDO2024**
#Livethewonder

MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

Marcella Laterza +39 335 7559154 marcella.laterza@cmailander.it
Chiara Ferraro +39 345 0059935 chiara.ferraro@cmailander.it
Stella Casazza +39 349 3579552 stella.casazza@cmailander.it