



MIDO 2012

UNA CONFERMA AL DI LÀ DI OGNI ASPETTATIVA

Circa 42mila visitatori, 56% stranieri, 44% italiani

Ottimo risultato domenica e lunedì, calo il martedì

Milano, 14 Marzo 2012 – Si è chiusa ieri la 42esima edizione di Mido, Mostra Internazionale di Ottica Optometria e Oftalmologia. «*Un'edizione che ha scelto come parola chiave "impegno"*», spiega il presidente di Mido, Cirillo Marcolin. «*Impegno nell'offrire, nonostante la congiuntura economica non ottimale, una panoramica sul mondo dell'occhiale unica nel suo genere. Impegno della fiera nel mettere a disposizione uno strumento "diverso", che assolve al compito di promuovere le aziende in un modo sempre nuovo e sempre più funzionale al business*». Impegno che è stato premiato: **sostanzialmente invariati i visitatori rispetto all'edizione 2011, si attestano intorno ai 42 mila, con una buona tenuta degli stranieri e un leggero calo delle presenze italiane**. Risultato non da poco se si valuta la situazione economica generale e il trend delle altre fiere appena concluse, quelle dell'accessorio in particolare. «*I primi due giorni hanno registrato un'affluenza molto positiva*», spiega il Presidente Mido a Anfao, Cirillo Marcolin. «*Sorprendenti i risultati di domenica e lunedì*». Un risultato che è anche merito delle iniziative promosse da Mido per invogliare questa categoria. «*Molto apprezzata l'area OttiClub By Mido, un tentativo – a quanto pare riuscito – di far sentire a casa questo target di riferimento*», continua Marcolin. «*L'agenda fitta di interessanti appuntamenti trasversali al mondo dell'occhialeria – introduzione a innovazioni del comparto, analisi di mercato, presentazioni di libri – ha catalizzato l'attenzione degli ottici, confermando la natura*

poliedrica di questa professione che richiede una formazione a 360 gradi». I soddisfacenti risultati dei primi due giorni di apertura hanno compensato, il calo del martedì. «Per la prima volta in oltre quarant'anni di storia il martedì è stato uno dei giorni di manifestazione», spiega il Presidente Marcolin. «Una scelta di riposizionarsi in calendario maturata alla luce di diverse considerazioni e che, a chiusura Salone, ci ha dato importanti spunti di riflessione». Una formula sperimentale che potrebbe essere rivista «tenendo appunto presente i due giorni in cui si è registrata l'affluenza migliore e il feedback dei nostri espositori», commenta Marcolin.

Per usare una metafora sportiva, si tratta di un pareggio che vale ben più di un punto in classifica. «Lo consideriamo un ottimo risultato», osserva ancora Marcolin. «Soprattutto considerando la tendenza delle altre fiere dell'accessorio che ci hanno preceduto di qualche giorno.».

Mido dunque si conferma, ancora una volta la principale rassegna internazionale dedicata al settore dell'occhialeria: sei padiglioni, aree tematiche, spazi dedicati, più di 1.000 espositori provenienti da oltre una quarantina di Paesi, rappresentativi di tutti e 5 i continenti, tutte le più grandi aziende del mondo, oltre a nuove piccole realtà produttive e espressioni rilevanti legate alla distribuzione organizzata. La fiera deve essere un moltiplicatore di contatti, un creatore di potenziali clienti, la piazza ideale dove fare incontrare domanda e offerta. «L'edizione 2012 ha dunque superato le nostre più rosee aspettative», ha concluso il presidente Marcolin. «Non ci resta che dare appuntamento a Mido 2013, sicuri che riusciremo a stupirvi ancora. La natura dinamica della nostra realtà fieristica ci impone di essere aperti al cambiamento in ogni momento pur di assecondare le necessità del mercato e delle nostre aziende che sono le vere protagoniste di Mido».