



*Dal 1 al 3 marzo  
nei Padiglioni di Fieramilano Rho-Pero*

## **MIDO 2014 GUARDA AL FUTURO**

**Al via la più importante fiera dedicata al mondo dell'eyewear.  
Un evento sempre più all'avanguardia, tra collaborazioni prestigiose e un  
approccio organizzativo maggiormente funzionale al business.**

**Grandi ritorni tra gli espositori, importanti conferme e molte new entry che  
testimoniano il ruolo strategico di Mido per i grandi player e per le realtà  
produttive emergenti.**

**In evidenza la collaborazione di Mido con il master in Marketing e Comunicazione  
dell'Università Bocconi da cui hanno preso vita due grandi novità: il *Bestand  
Award*, un premio per lo stand più attrattivo, originale e comunicativo presente in  
fiera e *Midounvolto*, un progetto che ha l'obiettivo di coinvolgere la città di  
Milano, i giovani e il grande pubblico.**

Milano, 27 Febbraio 2014 – L'attesa è finita! Al via sabato 1 marzo la più grande fiera dedicata all'universo occhiale. Mido, Mostra internazionale di Ottica, Optometria ed Oftalmologia sarà protagonista nei padiglioni di Fieramilano Rho-Pero fino a lunedì 3 marzo.

### **TRA CONFERME E NEW ENTRY**

Mido ogni anno si rinnova per offrire ai suoi interlocutori di riferimento uno strumento sempre più affine alle loro esigenze, sempre più funzionale al loro business e sempre più attento ai cambiamenti di mercato. Il successo di Mido passa quest'anno anche attraverso la riposta delle aziende espositrici. Si registra infatti il ritorno di alcune aziende, oltre a importanti conferme tra i grandi player, che hanno deciso di investire su Mido in modo significativo, o aumentando il loro spazio o prevedendo aree espressamente dedicate al business. Ottimo segnale anche l'arrivo di molti nuovi espositori che hanno eletto Mido piazza privilegiata per farsi conoscere e farsi apprezzare dai buyer provenienti da tutto il mondo. In totale Mido accoglierà oltre 1100 espositori, provenienti da 49 Paesi, rappresentativi di tutti e 5 i continenti.

*«Si tratta di dati che confermano la vitalità della nostra manifestazione e che ci rendono particolarmente orgogliosi», afferma Cirillo Marcolin, Presidente di Mido e Anfao. «Mido negli anni ha saputo rinnovarsi senza perdere di vista l'importanza del suo valore relazionale e di esperienza sul campo. Il nostro obiettivo è quello di continuare ad essere strumento fondamentale al servizio della competizione globale delle imprese. E' in questa direzione che si è mosso quest'anno il nostro lavoro organizzativo e le risposte avute dalle aziende sembrano premiarci».*

## **IL LAYOUT ESPOSITIVO "FUNZIONALE": LA FIERA COME ESPERIENZA**

Tassello fondamentale di questo rinnovamento e di un approccio sempre più esperienziale e relazionale è la parziale rivisitazione del layout espositivo, un progetto che inizia con l'edizione 2014 e continuerà nei prossimi anni. *«Mido deve, da un lato, dar modo alle aziende di proporre nella maniera più efficace i loro prodotti e, dall'altro, permettere ai visitatori una visione completa dei prodotti stessi, in modo rapido e funzionale»*, afferma Giovanni Vitaloni, Vicepresidente Mido e Anfao. In quest'ottica viene confermata la suddivisione in differenti aree di prodotto distribuite sui diversi padiglioni. **Il pad. 9** ospiterà da un lato **Mido Tech**, la più grande area espositiva mondiale dedicata a macchine, materie prime e componentistica e dall'altro il **FAiR EAST Pavilion**, che occuperà anche tutto il **padiglione 11**. Un nome nuovo che gioca con le parole per descrivere il variegato mondo dei produttori orientali, ospitati in quest'area che vede la partecipazione delle più rilevanti realtà asiatiche. **Ai pad. 13 e 15 Mido Fashion District** ospita i top player dell'eyewear mondiale. Al suo interno: una piazza dall'allestimento interattivo e "otticamente" sorprendente, uno spazio congressuale dedicato agli approfondimenti professionali – l'Otticlub – e il Press Village con le riviste di settore provenienti da tutto il mondo. **Il Pad. 22** sarà il palcoscenico per le aziende delle **Lenti**, con la **nuova area Design Technologies** che ospiterà le aziende fornitrici di materie prime e minuterie espressamente pensate per la produzione di occhiali innovativi. **Al Pad. 24, Mido Design Lab** con le aziende più votate al design e alla sperimentazione. Per questo padiglione è prevista l'apertura prolungata alla domenica fino alle 22. *«Il valore aggiunto della nostra fiera passa anche attraverso tutto questo: uno spazio espositivo che integra comunicazione, immagine e funzionalità»*, afferma Vitaloni. *«Solo così una fiera passa da semplice servizio a esperienza e da vetrina di prodotto a palcoscenico».*

## **IDEE&PROGETTI: LA COLLABORAZIONE CON L'UNIVERSITA' BOCCONI**

"Le nuove idee nascono guardando le cose, parlando con la gente", affermava Steve Jobs. Anche Mido ha voluto guardarsi attorno e parlare con la gente e per farlo ha scelto interlocutori d'eccezione: l'Università Bocconi di Milano e KPMG a

cui è stato dato l'incarico di analizzare la performance e di indicare la rotta per il mantenimento della leadership.

L'incontro tra Mido e Università Bocconi, due eccellenze a livello mondiale che hanno entrambe sede a Milano, ha coinvolto anche gli studenti del Master in Marketing e Comunicazione che sono stati invitati a proporre idee innovative per Mido. Due di queste proposte sono diventate realtà e sono state realizzate direttamente dagli studenti, sotto la supervisione dello staff di Mido: il premio «BESTAND» e «MIDOUNVOLTO».

### **IL PREMIO BESTAND: L'IMPORTANZA DI EMOZIONI ED ESPERIENZE**

La Fiera non è solo prodotti da presentare, contatti da concludere, business da realizzare. La fiera è soprattutto esperienza. Occhiali, macchinari, minuterie, lenti sono i veri protagonisti di Mido, prodotti di altissima qualità frutto del background di ciascuna azienda. Nel contesto fieristico le aziende hanno l'opportunità di utilizzare anche altri elementi per attirare l'attenzione dei propri interlocutori, come l'esperienza di consumo, che in questo caso si traduce in un approccio visivo e tattile. Nello stand contenuto e contenitore si intrecciano e si interfacciano con il pubblico di riferimento ed ecco che l'azienda può cogliere la preziosa occasione di veicolare al cliente emozioni ed esperienze connesse al proprio brand. Proprio dal concetto di marketing esperienziale, applicato in un contesto strettamente b2b, prende vita **il progetto Bestand, un riconoscimento allo stand più attrattivo, originale e comunicativo**. Ciascun visitatore, tramite MidoApp e sito mobile, avrà la possibilità di esprimere la propria preferenza relativamente al miglior stand. La gara prevede un unico vincitore finale, lo stand che avrà ottenuto in assoluto il maggior numero di voti. **La cerimonia di premiazione avrà luogo domenica 2 marzo alle ore 18.00 all'interno del Fashion District Pavilion**. L'espositore più votato riceverà un premio d'eccezione: la possibilità di scegliere il proprio spazio espositivo a Mido 2015.

### **MIDOUNVOLTO, TUTTA LA CITTA' INDOSSA GLI OCCHIALI**

L'occhiale è per il grande pubblico, un accessorio moda a tutti gli effetti, un must-have irrinunciabile, un oggetto da sfoggiare, amato da star, blogger e gente comune. Partendo da queste considerazioni nasce **Midounvolto**, un progetto che mira a coinvolgere il grande pubblico, attirandolo nell'universo occhiale.

Per la prima volta nei giorni di fiera, Mido uscirà ufficialmente dai confini del quartiere fieristico per approdare nel cuore della città. La prima tappa si terrà il pomeriggio del 27 marzo: un evento a sorpresa per coinvolgere e stupire il pubblico cittadino. Protagonisti assoluti gli occhiali indossati da bellissime modelle che da piazza della Scala, cattureranno l'attenzione di passanti e curiosi lungo

tutta Galleria Vittorio Emanuele fino in Piazza del Duomo dove si lasceranno immortalare dai paparazzi. L'evento è stato preceduto da una campagna di comunicazione attraverso azioni teaser sui siti social, attività di promoting sul territorio e attività di guerrilla marketing - floor advertising bio ovvero graffiti biodegradabili sui marciapiedi della città. Ma non è tutto! **Midounvolto** prevede anche una grande festa pensata per i più giovani eyewear-addicted in una location esclusiva del capoluogo lombardo, un evento per tutti coloro che amano gli occhiali. L'appuntamento è per sabato sera all'Artpoint del Superstudio di Via Tortona 27. Ad animare la serata DJ Alex Farolfi, La Pina e Diego di Radio DeeJay e la Blogger Silvia Paoli con un live twitting dal party. Dress code obbligatorio? Indossare un paio di occhiali! Per l'ingresso è necessario registrarsi al sito [www.midounvolto.it](http://www.midounvolto.it)

### **SERVIZI A 360°: UN TRENO PER MIDO E UN BOOKING «AD HOC»**

Dopo il successo riscosso lo scorso anno anche quest'anno è stato confermato **"Un Treno per Mido"**, il servizio di trasporto gratuito dedicato agli ottici, che in poche settimane è andato sold-out. Il treno partirà domenica 2 marzo da Roma, arriverà alla stazione di Rho-Fiera, direttamente all'interno del quartiere fieristico e rientrerà la sera stessa. Tutti coloro che non hanno fatto in tempo a prenotarsi possono comunque usufruire di importanti sconti per l'acquisto di biglietti Trenitalia, se si registrano online. Da quest'anno registrandosi online, è possibile ricevere direttamente il PDF via email, stamparlo o salvarlo sul proprio smartphone per entrare direttamente senza code dagli ingressi Fastlane di Fieramilano.

### **FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO**

Anche quest'anno gli ottici avranno a disposizione uno spazio esclusivo e polifunzionale - l'OttiClub - un'area di accoglienza per tutti i professionisti della visione dove si svolgeranno seminari, incontri di formazione e corsi per restare sempre aggiornati sull'evoluzione del mercato e sulle ultime novità del settore dell'ottica. Collocato quest'anno all'ingresso del Padiglione 15, OttiClub ospiterà sessioni plenarie seguite da corsi pratici rivolti a ottici, optometristi, medici oculisti e ortottisti o assistenti di oftalmologia. Visto il respiro internazionale di Mido, alcuni appuntamenti saranno in lingua inglese.

### **L'OCCHIALE DI DESIGN ALLA CONQUISTA DI MILANO: TORNA OUT OF MIDO**

Tecnologia, servizi, formazione. Ma anche uno sguardo oltre i confini spaziali e temporali della fiera, verso l'appuntamento principe dedicato al design: la Settimana del Mobile di Milano. In quei giorni il design per una settimana all'anno

“avvolge” la città e conquista spazi diffusi in tutto il tessuto urbano, non un solo luogo deputato, ma tanti poli di attrazione. In questo tessuto fertile e creativo ritorna, dopo il debutto dello scorso anno, Out of Mido. In un clima effervescente e stimolante, quando la città si riempie di appassionati di arredo, esperti di design e semplici curiosi, anche l’occhiale – piccolo grande capolavoro di artigianalità e progettualità – si ritaglia il suo spazio per conquistare il grande pubblico. La novità targata 2014 è la nuova location: lo Showroom 31 all'interno dell'Opificio 31 in Via Tortona, nel cuore del Fuorisalone, dove designer affermati e giovani emergenti saranno i veri protagonisti dell’evento. Una struttura che permette di dare ad Out Of Mido un respiro molto più ampio e meno fieristico rispetto allo scorso anno. L’appuntamento da segnare in agenda dunque è dal 10 al 13 aprile 2014. Altra grande novità è che Mido è al lavoro per creare un secondo evento targato Out of Mido a Giugno 2014. Stay tuned!

«Tra due giorni si apre quindi un’edizione di Mido ricchissima di novità e di creatività» conclude il Presidente Marcolin «che prende le mosse dalla convinzione che il successo di una fiera passi soprattutto attraverso la comprensione della giusta traiettoria da seguire per intercettare il futuro. Mido è pronto ad accettare questa sfida a fianco dei suoi interlocutori di riferimento, per essere sempre di più strumento indispensabile di business».

[www.mido.com](http://www.mido.com)

\*\*\*\*\*

**SEE THE BEST YOU CAN SEE!!**

*Tutta l'informazione di settore, in tutto il mondo, 365 giorni all'anno anche su*  
[www.mido365.com](http://www.mido365.com)

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

MICHELA MEZZOLO – CELL. 340.2146623

MICHELA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM

SIMONETTA GERRA – CELL. 340.2147734

SIMONETTA.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM

PAOLO SANTAGOSTINO – CELL. 349.3856585

PAOLO.FASTCOM@GRUPPOSANTAGOSTINO.COM