



Rho Fiera Milano, dal 30 aprile al 2 maggio: fashion, business, premi, eventi e tanti ospiti

POCHI GIORNI ALL'APPUNTAMENTO CON IL MONDO DELL'EYEWEAR

Vitaloni: "Felici di tornare con tanti spunti di riflessione in un momento delicato, ma anche di visione verso il futuro".

Milano, 26 aprile 2022 – È quasi tutto pronto a Rho Fiera Milano per **MIDO, la più importante manifestazione mondiale dell'eyewear**, che torna dal 30 aprile al 2 maggio con un'edizione di svolta che vedrà protagonisti **650 espositori da 45 Paesi**; in 5 padiglioni, la manifestazione accoglierà buyer, ottici, designer, giornalisti nazionali e internazionali, pronta a stupire il pubblico con **novità ed emozioni** che accompagneranno momenti di business internazionale di cui sarà protagonista l'accessorio più *cool*.

Alcune **anticipazioni in mostra**: occhiali genderless, prodotti vintage con un ritorno agli anni '70, materiali, packaging e processi sempre più sostenibili, classici rivisitati, colori shocking.

Il kick-off della manifestazione sarà **l'opening di sabato 30 aprile**: l'evento di apertura sarà un incontro all'insegna dell'arte in ogni sua forma, al fine di condividere bellezza, musica, danza, spettacolo, riflessione e attualità insieme a ospiti di spicco e protagonisti della scena nazionale.

Sarà poi la giornalista **Costanza Calabrese** a condurre l'evento di avvio con **Giovanni Vitaloni**, Presidente di MIDO e ANFAO, condividendo una riflessione sul momento attuale per il settore e per l'economia, insieme agli ospiti: lo storico e giornalista **Paolo Mieli** e il Presidente di ICE Agenzia **Carlo Ferro**.

L'opening ceremony costituirà inoltre l'occasione per **celebrare i protagonisti che hanno fatto la storia di MIDO e dell'occhialeria**, a partire dalla prima edizione nel 1970: il past president della manifestazione e il player del settore più "longevi" nel corso di mezzo secolo di vita.

*"Abbiamo atteso questo momento e ne siamo tutti felici – afferma il Presidente di MIDO **Giovanni Vitaloni** - eravamo in attesa di festeggiare i 50 anni di MIDO dal 2020 e oggi torniamo con una nuova esperienza di emozioni, parlando di arte, bellezza, stile e attualità, affinché siano spunti di riflessione in un momento tanto delicato ma anche di visione verso il futuro".*

Per i visitatori, la full immersion nel mondo eyewear inizierà all'arrivo in fiera, grazie all'iniziativa **Buyers' Rewards**, l'esclusivo programma che MIDO 2022 riserva ai buyer con tre omaggi a tema: **gli occhiali di MIDO 50** (prodotti in edizione limitata dal giovane brand italiano Spectaful per la collezione Yugaav, in seguito a un contest tra i player del settore per un occhiale iconico, che rappresentasse l'anniversario), il romanzo **"Una Storia da Vedere"** firmato da Adriano Moraglio, che racconta 50 anni dell'eyewear show attraverso le vicende romanzate di tre generazioni di ottici ed il prezioso volume **"Storia dell'ottica"**, realizzato da Sergio Cappa e Silvio Maffioletti, voluto e omaggiato da MIDO a tutto il settore, che in 400 pagine ricostruisce 7 secoli di storia della lente e dell'occhiale, dalle origini ai giorni nostri.

Il palinsesto è ricco e rinnovato. Tra **gli eventi-novità**, accanto al tradizionale **BeStore** che premierà i centri ottici che si distinguono per la migliore shopping experience, il lay-out del punto vendita, i materiali scelti e gli arredi (categoria Design) e per la loro proposta di servizi al cliente, comunicazione verso l'esterno, ma anche nella sua storia e negli aspetti umani ed emozionali (categoria Innovation), si terrà la prima edizione di **Stand Up For Green**, destinato allo stand che si sarà distinto per l'attenzione alla sostenibilità ambientale.

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

Altra novità di MIDO 2022 è anche l'area **Start Up**, che completa lo scenario espositivo consolidato composto da **Fashion Discript, Design Tech, Design Lab, More!, Lenses, FAiR East, Tech, Lab Academy**. Il nuovo spazio accoglierà player emergenti del mercato dell'eyewear, che la manifestazione riceverà in un'area dedicata, caratterizzata da un allestimento ecosostenibile, con materiali riciclati e riciclabili, in linea con il percorso che la manifestazione ha intrapreso dal 2019. Sempre ai marchi più giovani è dedicato uno spazio promosso da MIDO e Agenzia ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) che nel padiglione 18, che presenta le vetrine di 6 start up selezionate, che esporranno 2 occhiali ciascuna.

La contaminazione con il mondo dell'arte è il *fil rouge* di un'altra novità: la **mostra "A colpo d'Occhio - Sguardo e visione nelle Arti"** che presenta 15 riproduzioni di opere per raccontare l'arte del vedere attraverso immagini e poesie. L'iniziativa, sponsored by MIDO e curata dalla prof.ssa Elisabetta Parente, si svolgerà con il patrocinio di SOL (Società Oftalmologica Lombarda), SIOL (Società Italiana di Oftalmologia Legale) e i Distretti Rotary 2041 e 2042 e sarà allestita nel lounge dell'Otticlub, padiglione 15.

Con un'edizione ricca di novità, MIDO si propone di potenziare ulteriormente il suo compito di divulgazione e sensibilizzazione. Da sempre attiva nei vari ambiti del benessere visivo e della salute degli occhi, dalla prevenzione e informazione corretta delle problematiche legate alla vista all'importanza sociale degli ausili per le persone non vedenti, **la manifestazione ha scelto di dedicare un'area al Servizio Cani Guida dei Lions**, proprio al fine di coinvolgere maggiormente l'opinione pubblica su questa tematica.

Sabato 30 aprile e domenica 1° maggio il pubblico potrà dunque assistere alle dimostrazioni di addestramento dal vivo, realizzate dal centro di Limbiate (Milano), una delle più importanti realtà europee.

Confermati gli appuntamenti tradizionali: momenti di confronto e **formazione** nello spazio **Otticlub**; la **presentazione delle tendenze** e le caratteristiche del consumatore del futuro, in collaborazione con WSGN; **seminari** di approfondimento tematico, tra cui quello dedicato al potere del colore sul design in vista della stagione S/S 2023, e il convegno con Federottica e Università Bocconi su *"I nuovi scenari dell'omnicanalità e le sfide per ottici e produttori"*.

Confermata anche la **piattaforma digitale B2B** che, lanciata a giugno 2021, ha riscosso grande successo per la sua capacità di rispondere concretamente e agilmente all'esigenza primaria di avviare opportunità di business. Strumento utile agli operatori presenti ma, soprattutto, per coloro che, a causa delle restrizioni sanitarie e della situazione politica attuale, non possono ancora viaggiare.

Appuntamento quindi sabato 30 aprile alle 10,30 a Rho Fiera Milano. Per accreditarsi all'evento (espositori MIDO 2022 e visitatori): <https://www.mido.com/opening-event-mido-2022>. La stampa potrà invece scrivere a press@mido.it.

Per visionare il protocollo anti-Covid: <https://www.mido.com/visita-in-sicurezza>

Tutti gli aggiornamenti sono disponibili online sul sito dell'evento www.mido.com e sui canali social ufficiali: Instagram (@mido_exhibition), Facebook (@MIDOExhibition), Twitter (@MIDOExhibition) e LinkedIn.

#MIDO2022 #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