



MIDO 2022: ATTESI 630 ESPOSITORI DA 45 PAESI

Vitaloni: “Dall’incontro e dallo scambio nascono nuove energie per affrontare le sfide future”

“Voglia di MIDO” è anche voglia di partecipare: c’è tempo fino al 31 marzo per candidarsi ai premi BeStore e Stand Up For Green

Milano, 15 marzo 2022 – Dal 30 aprile al 2 maggio 630 espositori provenienti da 45 paesi saranno a MIDO per presentare collezioni e prodotti a un parterre di buyer, ottici, designer e giornalisti nazionali e internazionali.

“Dopo due anni di pandemia e alla luce della complessità del contesto geopolitico in cui stiamo vivendo, che inevitabilmente ci preoccupa dal punto di vista innanzitutto umano, le aziende del settore hanno un estremo bisogno di incontrarsi per trarre dallo scambio e dal confronto l’energia necessaria ad affrontare le sfide che ci attendono nei prossimi mesi – commenta Giovanni Vitaloni, Presidente di MIDO. Il prossimo 2 aprile saremo a Vision Expo East a New York per incontrare i buyer, espositori e media della fiera statunitense e riallacciare rapporti che fino ad oggi abbiamo potuto tenere soltanto a distanza”.

Nei 5 padiglioni di MIDO a Rho Fiera e nelle aree espositive del **Fashion District, Lenses, Design Lab, More!, FAiR East, Lab Academy, Start Up e Tech** saranno presentate le proposte dell’intera filiera dell’occhialeria, dai grandi brand alle realtà più piccole orientate all’innovazione e alla sperimentazione. Tra le **tendenze** che si vedranno a MIDO: occhiali genderless, vintage con un ritorno agli anni ’70, sempre più sostenibilità nei materiali usati, nel packaging e nei processi, evoluzioni di modelli classici come i cat-eye, con linee più morbide ma anche nel formato mini o i tondi, con nuovi colori che si possono vedere anche negli altri modelli: fluo, sgargianti, quasi psichedelici, cangianti, ma anche toni pastello.

Proprio al colore sarà dedicato il **webinar che MIDO terrà in anteprima il prossimo 29 marzo, in collaborazione con WGSN e Coloro, sulla piattaforma digitale creata per l’edizione del 2021** e rivolto a tutta la MIDO community. Nel corso del webinar si parlerà del potere del colore sul design in vista della stagione S/S 2023. Il tema verrà poi ripreso all’interno dello spazio **OttiClub, padiglione 15**, con incontri di formazione, di marketing dedicato al retail e momenti di condivisione con i professionisti del settore. Il programma definitivo sarà disponibile nelle prossime settimane sul sito www.mido.com.

MIDO sarà anche l’occasione per fare il punto sull’**andamento del settore** e un bilancio di quanto la crisi geopolitica in atto avrà inciso non solo sull’occhialeria mondiale, ma sull’intero sistema economico. *“Il settore dell’eyewear italiano ha dimostrato reattività alla pandemia – commenta il Presidente Vitaloni. Il 2021 si è chiuso in positivo e abbiamo recuperato tutte le perdite dovute alla crisi sanitaria, riposizionando il settore con una piccola crescita tra l’1 e il 2% relativamente al valore della produzione e all’export. Il 30 aprile, nella giornata di apertura di MIDO, presenteremo i dati complessivi del 2021 e le previsioni per il 2022”.*

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

La “Voglia di MIDO” è anche voglia di partecipare: sono aperte fino al 31 marzo le candidature ai premi **BeStore** e **Stand Up For Green**. Il primo è rivolto ai centri ottici che si distinguono per la 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). Per candidarsi <https://www.mido.com/bestore-award>. Il secondo è il riconoscimento dato agli stand capaci di distinguersi per l'attenzione all'ambiente, usufruendo ad esempio di moduli riutilizzabili, materiali riciclati o materie prime a basso impatto ambientale.

Massima attenzione sarà dedicata al rispetto dei protocolli di **sicurezza** anti-contagio. Le regole per l'accesso a MIDO saranno quelle in vigore in Italia per le manifestazioni pubbliche, che attualmente prevedono: Green Pass rinforzato, distanziamento fisico, obbligo dell'utilizzo delle mascherine, sanificazione degli spazi congressuali e degli oggetti. Con il “Decreto Legge Covid”, emanato dal Governo a febbraio, MIDO 2022 sarà inoltre aperto alla mobilità internazionale e ai visitatori esteri, che potranno accedere liberamente con un tampone rapido o molecolare negativo, anche se in possesso di vaccini non autorizzati o non riconosciuti come equivalenti dall'Italia. Le disposizioni saranno aggiornate costantemente e disponibili qui <https://www.mido.com/visita-in-sicurezza>.

Visto il successo riscontrato a giugno dell'anno scorso, buyer ed espositori hanno inoltre già a disposizione la **piattaforma digitale**, che permette 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.

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