

Comunicato stampa

MIDO DA' APPUNTAMENTO A FEBBRAIO 2022 PER L'EDIZIONE IN PRESENZA

*Si chiude la Digital Edition, ma continua l'attività B2B sulla piattaforma.
Importanti i numeri della tre giorni on line con quasi 50.000 interazioni sulla piattaforma business,
438 pagine vetrina e più di 5.700 utenti registrati.*

Milano, 8 giugno 2021 – Appuntamento al 12 febbraio 2022 per ritrovarsi finalmente in presenza a **MIDO**. Con il lancio del prossimo importante appuntamento si chiude **MIDO 2021 | Digital Edition**, il grande evento mondiale dell'eyewear, quest'anno in versione on line per la prima volta nella storia di questa manifestazione e che continuerà fino all'edizione in presenza.

Quasi 50.000 interazioni sulla piattaforma business, 438 pagine vetrina, più di 5.700 utenti registrati, 50% di presenza internazionale: sono questi numeri dell'edizione "di transizione" tra la pandemia e febbraio 2022, che conferma anche in questa formula immersiva la sua **vocazione internazionale**, il suo ruolo di leader del settore e la capacità di generare business.

Le attività B2B di MIDO continuano sulla piattaforma che mette in **contatto buyer ed espositori fino alla prossima edizione**: sui 24 fusi orari, incontri per espositori e visitatori da tutto il mondo per contribuire alla ripresa degli scambi a livello mondiale e rilanciare il mercato del settore.

Il pubblico di quest'edizione ha confermato la presenza con la maggioranza di europei, seguiti da americani e asiatici. Nutrita anche quella dei giornalisti di ogni parte del mondo (oltre un centinaio gli accreditati) che hanno seguito gli eventi, visitato gli stand virtuali degli espositori e raccontato il nuovo e innovativo evento, la prima virtuale di settore a essere certificata, attraverso una rigorosa verifica ispettiva ISF CERT, per garantire la corretta, uniforme e trasparente misurazione dei dati utili a rappresentare le "dimensioni" della manifestazione fieristica virtuale, al pari di quella fisica.

In questo format, con oltre 30 eventi in esclusiva – tutti disponibili online – e 60 speaker, imponente il dispiegamento di ospiti di richiamo che si sono alternati nello show emozionale, tra cui grandi star di mondi diversi: **il fotografo Albert Watson, lo chef Massimo Bottura, il designer Fabio Novembre, il sociologo Francesco Morace** oltre ai grandi big dell'eyewear mondiale e del design, insieme a esperti e tecnici che hanno animato lounge e rooms dedicate agli addetti ai lavori e affrontato elementi specifici del settore. L'idea unica e innovativa, attraverso cui si è sviluppata la 3 giorni, ha avuto come protagonista l'occhialeria al centro dello scambio e della contaminazione tra arte, cultura, moda, attualità, design, tecnologia. Un momento di riflessione e soprattutto di costruzione del futuro.

"Si è conclusa la prima edizione di MIDO 2021 | Digital Edition e siamo molto soddisfatti dei risultati che sono stati raggiunti grazie all'impegno imponente di tutta la squadra - afferma il Presidente di MIDO Giovanni Vitaloni. Nonostante l'anno molto complesso che ci ha messo alla prova, siamo stati in grado di costruire e rafforzare nuove certezze e abbiamo realizzato una fiera digitale che si è avvicinata il più possibile ad una fiera in presenza. Abbiamo avuto numerosissimi utenti e interazioni, molti più delle previsioni. Siamo dunque

MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

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

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

ancor più desiderosi di tornare a incontrarci a Milano il prossimo anno rivalutando l'opportunità della modalità online che ci ha permesso di raggiungere nuovi espositori e visitatori."

La nuova formula on line ha consentito di coinvolgere il pubblico in diverse iniziative di successo: in tanti si sono cimentati su storia e curiosità del mondo e della storia dell'occhialeria, con il contest **Trivia by MIDO**: per i 3 giorni dell'evento, tutti gli utenti della piattaforma hanno potuto rispondere a 14 domande sull'accessorio più cool. Il vincitore (che ha risposto al maggior numero di quesiti nel minor tempo) è **Francesca Benedetti** di Optikid, Roma, che riceverà uno special gift.

Il pubblico ha inoltre eletto *Your BeStore*, categoria speciale **del premio BeStore**, assegnato quest'anno, da una giuria di esperti internazionali, a **Kempkes Optiek** di Carlo van Kleij (Olanda) per il Design e a **Optician Store** di Romica Romascu (Romania) per la categoria Innovation. La nuova categoria Your Bestore ha invece coinvolto gli utenti della piattaforma digitale, i quali hanno potuto votare il loro centro ottico preferito, nella sezione Contest. Il vincitore è **Eyes on Sheppard** di Kerry Salsberg (Canada).

Tutti gli eventi della 3 giorni sono disponibili sulla piattaforma. Aggiornamenti e dettagli sul sito dell'evento www.mido.com e sui canali social ufficiali: Instagram (@mido_exhibition), Facebook (@MIDOExhibition), Twitter (@MIDOExhibition) e LinkedIn e attraverso l'APP ufficiale.

#MIDO2021 #livethewonder

MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

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

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