

Mido: più di 1.000 espositori da 50 paesi

a cura della redazione

Torna a quattro cifre il numero delle aziende in mostra all'edizione 2023 della manifestazione, che dal 4 al 6 febbraio, presso il quartiere di Fieramilano Rho, ha in serbo un ricco programma di eventi in grado di coinvolgere tutti gli attori della filiera

Non siamo ancora ai livelli record del 2019, ma c'è soddisfazione tra gli organizzatori della cinquantesima edizione di Mido per i numeri raggiunti: più di mille stand, cinquanta paesi in mostra, sei padiglioni, otto aree espositive. «Le aziende giungono da tutto il mondo e rappresentano l'intera filiera del settore occhialeria - spiegano dalla segreteria organizzativa del salone milanese - Germania, Francia, Austria, Spagna, Danimarca, Stati Uniti, Regno Unito, Giappone, Hong Kong, ma anche India, Arabia Saudita, Oman, Turchia e addirittura Mauritius: sono alcuni degli stati di provenienza degli espositori».

Miopia, donne nell'industria, alimentazione e vista: una girandola di incontri

Tra gli ospiti previsti nel fitto calendario di eventi all'interno del tradizionale spazio Otticlub, nel padiglione 3, Nick Cerioni, direttore creativo e celebre stylist che si "nasconde" dietro l'immagine di personaggi come i Måneskin, Orietta Berti, Gianni Morandi, Jovanotti, Laura Pausini, Pierfrancesco Favino e molti altri. Sabato 4 febbraio il creativo è ospite della tavola rotonda "Come definire il look e la personalità attraverso gli occhiali. Lo styling come opportunità per gli ottici", che fa parte del ciclo How to?, una serie di quattro interventi relativi alle attività pratiche e a quelle strettamente correlate alla quotidianità dei professionisti della visione. Domenica 5 si parla di light design e di interior design dei punti vendita, lunedì 6 di comunicazione e creatività.

Nella prima giornata di lavori si svolge la presentazione di Empowering Optical Women Leadership, il progetto di Anfao a sostegno delle donne nell'industria dell'oc-



Uno scorcio degli stand all'ultima edizione di Mido

chialeria nel percorso verso la leadership: l'incontro è moderato dalla giornalista Barbara Serra, patrocinato dalla **Fondazione Bellisario** e realizzato in collaborazione con Sda Bocconi.

La seconda giornata ospita, invece, Fondazione Campagna Amica, che introduce "I cibi della vista e del benessere". «Promossa da Coldiretti, Campagna Amica nasce nel 2008 per realizzare iniziative volte a esprimere pienamente il valore e la dignità dell'agricoltura italiana, rendendo evidente il suo ruolo chiave per la tutela dell'ambiente, del territorio, delle tradizioni, della cultura e della salute - dicono ancora gli organizzatori - Fondazione Campagna Amica illustra l'inizio della realizzazione di un documento, in collaborazione con eccellenze in campo medico, su diversi ambiti che vanno dalla prevenzione di malattie tumorali fino alla cura degli occhi». Nei vari capitoli si metteranno in luce i legami tra alimentazione, fisiologia e benessere dell'organismo, relativamente alle sue funzioni e ai suoi apparati. Tale collaborazione

verrà formalizzata con la costituzione di un comitato medico-scientifico dedicato al tema che si riunirà semestralmente per divulgare, progettare e condividere percorsi virtuosi. Durante l'incontro a Mido il focus è sulla vista e sui cibi che possono contribuire a mantenerla.

Altra novità è il ciclo di incontri Book@Mido: sei presentazioni di altrettanti libri lanciati proprio in occasione del salone, focalizzati in particolare sul design, sulla storia dell'ottica e su marketing e comunicazione.

Tra i vari eventi all'Otticlub spicca, inoltre, "La miopia e il controllo della progressione miopica", il 4 febbraio alle ore 14: al meeting, organizzato dall'editore di questa testata, intervengono Massimiliano Serafino (direttore U.O.C. Oculistica presso l'IRCCS Giannina Gaslini di Genova), Giancarlo Montani (docente del corso di laurea in Ottica e Optometria all'Università del Salento) e Giorgio Parisotto (professional & medical relations coordinator di Essilor Italia), che si confrontano su uno dei temi più attuali del panorama tecnico e scientifico legato al mondo della vista e della visione.

Infine sabato e domenica, nel padiglione 1, vicino al Press Village, viene allestito un set fotografico di realtà aumentata che porta i visitatori e gli espositori "dentro" la campagna di Mido 2023, *Frames*.

E il vincitore è...

Il 5 febbraio, nella piazza del Fashion District, presso il padiglione 1, l'appuntamento è con la cerimonia di premiazione dei riconoscimenti che Mido assegna ai negozi di ottica, agli espositori e, da quest'anno, anche alle aziende ecofriendly. Insieme a BeStore Award, il premio dato ai centri ottici che si caratterizzano per shopping experience e servizi al cliente, e a Stand Up For Green, giunto alla seconda edizione e assegnato allo stand che in fiera si distingue per l'attenzione all'ambiente, quest'anno viene consegnato per la prima volta il premio Cse Award-Certified Sustainable Eyewear. Ideato da Mido in collaborazione con Anfao e Certottica, il riconoscimento valuta la sostenibilità nel settore dell'eyewear a livello internazionale. La cerimonia di premiazione è guidata da Chiara Tronville, giornalista di moda e lifestyle.

In viaggio tra fisico e virtuale

Il salone mette nuovamente a disposizione la sua Digital Edition, attraverso cui si possono scoprire le collezioni e creare contatti, raddoppiando per espositori e visitatori le possibilità di partecipazione e interazione, tra fisico e virtuale. La piattaforma online della mostra, inaugurata due anni fa, rappresenta per le aziende un'opportunità in più di rafforzare la propria presenza e di entrare in contatto con i buyer, i quali hanno la possibilità di dialogare e visionare le collezioni, oltre che di seguire in streaming i principali eventi di Mido 2023.

