

MIDO 2011 INNOVAZIONE, RICERCA, MODA, DESIGN E FORMAZIONE

# Completezza e rinnovata energia

L'esposizione fieristica conferma il suo valore di fondamentale strumento di marketing e occasione di comunicazione a livello internazionale.



Il salone 2011 ribadisce la sua vocazione: non fermarsi mai! Per la sua 41ª edizione attira nuovi espositori, italiani e stranieri, e conferma la presenza di tutte le più importanti aziende del settore. Tre giorni intensi, completamente pensati per il mondo dell'eyewear: dalle montature alle lenti passando per i macchinari. Aree dedicate al fashion, all'innovazione e al design e una ricca agenda di convegni e appuntamenti formativi. Rafforzati i progetti di sinergia con le altre manifestazioni milanesi della moda MICAM, MIFUR e MIPEL.

## Un ottimo punto di partenza

Mido è l'indiscusso appuntamento dedicato al settore occhialeria da non mancare a livello mondiale. Lo attesta la fiducia che anche quest'anno le aziende – nazionali e internazionali – gli hanno confermato. L'edizione 2011 vede infatti la partecipazione di tutte le più importanti aziende del settore e l'esordio di nuove giovani realtà produttive – italiane e straniere - votate all'innovazione e alla sperimentazione, che hanno scelto proprio Mido per fare il loro debutto nel mondo dell'eyewear.

Per questa 41ª edizione è da segnalare anche la presenza di realtà rilevanti legate alla distribuzione organizzata. Le aziende del mondo dell'occhialeria hanno, dunque, rinnovato il loro attestato di stima, riconoscendo a Mido il suo grande valore aggiunto: la capacità di essere, anno dopo anno, uno strumento di marketing irrinunciabile e un'occasione di business e comunicazione unica nel suo genere. Il successo di una fiera è legato alla necessità di toccare i prodotti, di valutare le competenze dei produttori, di intuire le tendenze del mercato e le innovazioni emergenti, di fare networking, di acquisire conoscenze specifiche e di fare business. Negli anni lo strumento fieristico di Mido si è perfezionato, modulandosi su quelle che sono le esigenze delle aziende e le richieste del mercato. Da questo costante confronto è nata una fiera che non è semplice vetrina. Non informa solo sull'esistenza dei prodotti esposti e sulle tendenze generali del settore. Essa si qualifica, anche, e soprattutto, per la capacità di fornire la visione delle alternative, disponibili in termini di competenze e di capacità delle aziende offerenti: capacità di realizzare determinate specifiche di prodotto, competenze di creatività e di innovazione, affidabilità complessiva. Mido è anche il posto de-

signato per fare vedere e far conoscere i propri prodotti, per raccogliere ordini e per guadagnare la ribalta mediatica attraverso i mezzi di comunicazione.

## Completezza: ecco la chiave vincente!

Il successo di una fiera come Mido è dunque nel suo insieme, perché è qui che vengono presentate in anteprima assoluta le nuove tendenze dell'eyewear, qui si vengono a testare lenti e macchinari di ultima tecnologia, qui aziende emergenti e griffe dell'alta moda fanno debuttare le loro nuove collezioni. La completezza nel dare spazio a tutti i comparti del settore - con padiglioni interamente dedicati a ciascun specifico comparto: lenti, macchinari, minuteria, montature, grandi e piccole aziende, tradizionali e all'avanguardia - è una dei punti di forza che resiste nel tempo.

## Design, Moda, Innovazione e Salute

Il Salone 2011 conferma l'appuntamento con Mido Design Lab, un'area che accoglie le aziende più all'avanguardia in termini di sperimentazione e di design e che ogni anno propone nuovi percorsi per avvicinarsi al mondo dell'occhiale. E inaugura una nuova realtà espositiva, Mido Fashion District, un'area occupata dalle più grandi aziende legate al mondo dell'eyewear, in pratica una vera e propria piazza su cui si "affacciano" queste importanti realtà produttive. Ha

un allestimento creato ad hoc – e curato dall'architetto e scenografo Francesco Pagliariccio, affermato designer, che ha scommesso sulla forma del cerchio, evocativa dell'occhiale e della lente, come leit motiv dell'intero layout, tutto da sco-

rio di apertura prolungato. Il continuo confronto della Fiera con espositori e visitatori, per scegliere il posizionamento temporale più affine alle esigenze di tutti, le permette di trasformarsi in uno strumento "tagliato su misura".



prire. Il concetto di "agorà" torna anche nel Padiglione di Lenti e Macchinari, con lo spazio denominato Health ed Innovation, luogo deputato alla presentazione di tutte le novità tecniche dedicate anche alla salute e alla prevenzione.

#### **Design, moda, tecnologia e anche formazione**

Mido 2011 propone anche momenti di approfondimento legati al settore con una serie di convegni tematici di grande attualità. Infine anche per la prossima edizione torna, all'interno della fiera, il servizio che Mido ha introdotto per prima: lo sportello anticontraffazione. Mido 2011 si pone quindi come uno strumento dal grande impatto mediatico, utile per presentare l'eccellenza mondiale dell'occhialeria, oltre che per richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica su temi importanti quali la prevenzione, i controlli della vista regolari, la lotta alla contraffazione.

#### **Un percorso agevolato**

Mido ridisegna il suo modo di essere e di presentarsi in funzione delle mutate esigenze del mercato. Si propone come un percorso fatto di "piazze" tematiche che consentono un migliore e più immediato accesso alle realtà produttive in esse rappresentate, consentendo un approccio alla fiera più dinamico e razionale, necessario anche in virtù del tempo a disposizione: 3 giorni anziché 4, e l'ora-

#### **A Mido in un ...touch!**

Mido ora - anche in virtù di questa "rivisitazione" più razionale del layout espositivo - strizza l'occhio alla multimedialità e si affida al supporto delle nuove tecnologie. La fiera, infatti, metterà a disposizione dei visitatori, una nuovissima applicazione per iPhone e iPad, i cui contenuti saranno visibili anche dagli altri smartphone, che darà tutte le informazioni utili per arrivare in fiera, consentirà di trovare subito le coordinate degli stand preferiti, di reperire informazioni e immagini sui modelli presentati dalle aziende e altre utilissime funzioni interattive. Così il salone sarà a portata di ...touch!

#### **L'unione fa la forza**

Fondamentale anche per l'edizione 2011, la preziosa collaborazione, instaurata ormai da 2 anni con la collocazione a marzo, con le altre Fiere milanesi dell'accessorio e del fashion system. Questo concetto di coesione, cooperazione e sinergia, - dopo una prima edizione a settembre scorso con il progetto Milano Fashion City è stato ribadito il 13 dicembre scorso con la presentazione di ALL ACCESSORIES, un marchio che gioca con il lessico e con la moda, e riunisce sotto un unico cappello, i quattro saloni Internazionali Mido, Micam, Mipel e Mifur che si presentano così compatti al mercato



con la settimana dell'accessorio, con un nuovo marchio, un laboratorio di tendenze ed una serie di presentazioni internazionali. Il progetto è supportato anche dalla creazione di un magazine dedicato e dall'organizzazione di una serie di conferenze stampa di promozione e lancio in giro per il mondo. Si tratta di un piano che ha come obiettivo quello di valorizzare un settore di punta come quello della moda e, più in generale, per promuovere le eccellenze fieristiche di Milano attraverso attori differenti, ma complementari, che hanno in comune la capacità di rappresentare la massima espressione della manifattura, dell'industria e della creatività internazionale. Un ottimo esempio di integrazione di sistemi che non potrà che recare benefici all'intero sistema fieristico e alle singole realtà produttive a esso legate, nonché agli operatori stessi del settore in termini di promozione, di servizio a disposizione e di visibilità mediatica. Milano stessa si preparerà in maniera più organica e sistemica ad accogliere gli addetti ai lavori. **Il countdown per la fiera è iniziato!** L'appuntamento è dal 4 al 6 marzo! Mido è tutt'ora al lavoro per offrire anche per il 2011 un salone al passo con i tempi e sempre più funzionale per le dinamiche del business. [www.mido.it](http://www.mido.it)