

MIDO EDIZIONE 2010

Segnali positivi

1.100 gli espositori, provenienti da 44 Paesi rappresentativi di tutti i continenti, hanno animato la 40^a edizione di Mido. Il numero dei visitatori si è mantenuto stabile raggiungendo 42.000 presenze.

Mido, in calendario dal 5 al 7 marzo scorsi, ha festeggiato i 40 anni con un buon riscontro nell'affluenza dei visitatori e con una mostra fotografica dedicata all'occhiale.

“In un momento in cui le aziende di tutto il mondo stanno razionalizzando le loro partecipazioni ai saloni sulle maggiori piazze mondiali, Mido si conferma un appuntamento imprescindibile

per comunicare, fare business e presentare le ultime collezioni in linea con le esigenze del mercato.” Ha dichiarato Vittorio Tabacchi, Presidente Mido. E i dati lo dimostrano: oltre 1100 espositori - numero che riconferma i dati dell'edizione 2009, distribuiti su 5 padiglioni per un totale di circa 42mila visitatori (+27,5% nella sola giornata di venerdì). Il risultato finale, valutato all'interno di una congiuntura economica

negativa, è quindi andato oltre le aspettative. Se consideriamo che l'edizione quest'anno era concentrata solo su tre giorni, invece dei consueti quattro, e la quasi concomitanza con le altre fiere internazionali - Shanghai, Mosca, Madrid e New York, - il salone milanese è riuscito a ribadire senza problemi la sua leadership per l'intero comparto. Sicuramente una delle chiavi del successo della kermesse è stata la modulazione progressiva in base alle esigenze delle aziende e alle richieste del mercato stesso. Da questo costante confronto è nata una fiera che si è trasformata nella piattaforma ideale “per fare vedere e far conoscere” i propri prodotti, per raccogliere ordini e per guadagnare la ribalta mediatica attraverso i mezzi di comunicazione. Non è da sottovalutare che la razionalizzazione degli spazi ha concentrato in un'area più ristretta l'esposizione permettendo di visitarla in meno tempo e di allacciare più velocemente i contatti. Un'indagine condotta dalla televisione ufficiale di Mido (www.eyesway.com), lanciata in occasione della fiera, ha confermato che la sua supremazia è ampiamente riconosciuta dagli espositori provenienti da ogni parte



del globo. C'è chi la definisce "il più grande show del mondo" e chi "un momento importante per incontrare i fornitori". E ci sono anche coloro che tirano le somme di questa edizione, definendola "la più bella degli ultimi anni". I più pratici parlano di un buon riscontro di ordini ricevuti e "valuteranno i risultati nei prossimi giorni". Anche gli esordienti dichiarano piena soddisfazione, "è il primo anno che esponiamo e siamo davvero molto soddisfatti: con gli ordini del primo giorno abbiamo già coperto le spese. Abbiamo allacciato contatti a livello internazionale: dall'Australia al Giappone e al Messico. Certamente torneremo anche il prossimo anno anche per l'ottimo supporto a livello organizzativo". E tra i veterani spicca anche il commento

dall'associazione dei produttori ottici di Hong Kong: "È da circa trent'anni che siamo presenti a Mido", affermano. "Oltre il 50% dei nostri associati sono qui in fiera. Mido è veramente una grande possibilità per incontrare i nostri compratori e fornitori". Come di consueto, i Crèateurs,

ospitati nel nel Mido Design Lab (Padiglione 24), hanno riscosso un gran successo in termini di novità stilistiche e di visitatori. Qui le aziende più all'avanguardia nella sperimentazione e nel design, hanno avuto, ancora una volta, la possibilità di venire a contatto con i potenziali clienti e quelli già consolidati. Anche la stampa extra settore ha concentrato la sua attenzione su questa area. In generale, Mido ha infatti riscosso grande interesse da parte

dei media: tv, stampa, siti web nazionali ed internazionali hanno seguito la mostra con grande interesse. I servizi andati in onda nelle edizioni principali dei telegiornali nazionali, l'ampio spazio dedicato dai più importanti quotidiani e sul web provano che la fiera non è solo il principale evento del settore, ma anche un vero e proprio evento mediatico capace di attirare l'attenzione dei consumatori finali.

Il prossimo appuntamento con Mido è fissato dal 4 al 6 marzo 2011. ●

