

EXTRALARGE

SPECIAL MIDO 2026

platform optic **PO.**

PO.[®]

platform optic



**WELCOME TO
MIDO 2026**

BORBONESE

SMETTI DI COMPRARE OCCHIALI INIZIA FINALMENTE A GUADAGNARCI



Il vecchio modello “compra e spera” è finito. Abbiamo ribaltato il tavolo con una soluzione unica in Italia:

- Ti diamo la merce in Conto Vendita Reale
- Non paghi nulla in anticipo
- Paghi SOLO ciò che hai già venduto al cliente finale

ZERO RISCHIO
ZERO RIMANENZE INVENDUTE
ZERO STRESS FINANZIARIO

È il momento di scegliere: vuoi continuare a fare magazzino per i tuoi fornitori, o vuoi tornare a fare l'imprenditore?



Inquadra il QR Code e inserisci i tuoi contatti per essere richiamato

☎ CHIAMACI AL NUMERO TEL. 3520017502

L'editoriale di ANGELO DADDA

P.O. Platform Optic in tabloid format, Extralarge for a global view. XL like the future that awaits us. Our tabloid returns to free distribution at MIDO 2026, at Fieramilano Rho, with a special issue dedicated to the great transformations in contemporary optics: technology, design, innovation, and sustainability seen as strategic levers for the future of the sector.

Milan is a city that is always ready for anything new and incredibly alert. At this time of year, it is even more so than usual. Outside the MIDO pavilions, traffic flows as usual, but inside, time moves at a different pace. It is happening now, as we read, as we walk among the stands, as we exchange glances with colleagues, customers, and friends who are searching for the future. The air is thick with keywords that are no longer slogans but living matter: artificial intelligence, sustainability, technology, retail, innovation. We hear them in talks, touch them in materials, test them in tools, see them reflected in lenses and frames. AI is no longer a distant promise: it is already here, in the tools that analyze behavior, in production processes that are becoming more intelligent, in the way retail is rethinking the customer experience, making it more human precisely because it is more aware. Sustainability no longer needs to be explained, it needs

to be demonstrated. We find it in biomaterials, in transparent supply chains, in brands that choose to slow down in order to build better. Here at MIDO, responsibility is not a creative limitation, it is a driving force. Retail is changing shape before our very eyes. It is no longer just a point of sale, but a narrative space, a place for relationships, a cultural laboratory. Opticians become interpreters, consultants, curators of experiences. Technology accompanies them, it does not replace them. Sensors, data, digital platforms: everything converges in a single direction, that of the human gaze. Meanwhile, Milan pulsates all around. A city that in a few days will host the Winter Olympics and that trains, day after day, to be increasingly international, inclusive, and forward-thinking. You can feel it in the architecture, the construction sites, the conversations. MIDO fits perfectly into this movement: it is both a mirror and an accelerator. Here we talk about vision because Milan, today more than ever, is a city that looks ahead. Between one pavilion and another, you don't just collect contacts, but insights. Every pair of glasses tells a story. Every design choice is a cultural act. Innovation is never an end in itself: it serves to improve the way we see and the way we are seen. This new issue of P.O. XL, created while all this was happening, is an open notebook, a real-time story, an emotional map of the world's most important optics fair. P.O. Extra Large not only photographs who is there, but everything that moves beneath the surface: the questions, the tensions, the opportunities. MIDO is now. Milan is its heartbeat. And optics, here, is choosing its next look. And optics, here, is choosing its next look, increasingly broader and clearer. Enjoy reading and have a great MIDO 2026, everyone!

P.O. in formato tabloid, Extralarge per una visione globale. XL come il futuro che ci aspetta. Il nostro tabloid torna in distribuzione gratuita a MIDO 2026, a Fieramilano Rho, con un numero speciale dedicato alle grandi trasformazioni dell'ottica contemporanea: tecnologia, design, innovazione e sostenibilità lette come leve strategiche per il futuro del settore.

Milano è una città sempre molto pronta a tutte le novità e incredibilmente sveglia. In questo periodo lo è prima del solito, lo è molto più del solito. Fuori dai padiglioni di MIDO il traffico scorre come sempre, ma qui dentro il tempo ha un'altra velocità. Sta accadendo adesso, mentre leggiamo, mentre camminiamo tra gli stand, mentre incrociamo sguardi di colleghi, clienti e amici che cercano il futuro. L'aria è densa di parole chiave che non sono più slogan, ma materia viva: intelligenza artificiale, sostenibilità, tecnologia, retail, innovazione. Le ascoltiamo nei talk, le tocchiamo nei materiali, e testiamo negli strumenti, le vediamo riflettersi nelle lenti e nelle montature. L'AI non è più una promessa lontana: è già qui, nei tools che analizzano i comportamenti, nei processi produttivi che diventano più intelligenti, nel modo in cui il retail ripensa l'esperienza del cliente, rendendola più umana proprio perché più consapevole. La sostenibilità non

chiede più di essere spiegata, chiede di essere dimostrata. La troviamo nei bio-materiali, nelle filiere trasparenti, nei brand che scelgono di rallentare per costruire meglio. Qui a MIDO la responsabilità non è un limite creativo, è un motore. Il retail cambia forma sotto i nostri occhi. Non è più solo punto vendita, ma spazio narrativo, luogo di relazione, laboratorio culturale. Gli ottici diventano interpreti, consulenti, curatori di esperienze. La tecnologia li accompagna, non li sostituisce. Sensori, dati, piattaforme digitali: tutto converge verso un'unica direzione, quella dello sguardo umano. E intanto Milano pulsa tutt'intorno. Una città che tra pochi giorni vivrà le Olimpiadi Invernali e che si allena, giorno dopo giorno, a essere sempre più internazionale, inclusiva, progettuale. Lo si percepisce nelle architetture, nei cantieri, nelle conversazioni. MIDO si inserisce perfettamente in questo movimento: ne è specchio e acceleratore. Qui si parla di visione perché Milano, oggi più che mai, è una città che guarda avanti. Tra un padiglione e l'altro non si collezionano solo contatti, ma intuizioni. Ogni occhiale racconta una presa di posizione. Ogni scelta di design è un atto culturale. L'innovazione non è mai fine a se stessa: serve a migliorare il modo in cui vediamo e il modo in cui veniamo visti. Questo nuovo numero di P.O. XL, nato mentre tutto questo stava succedendo è un taccuino aperto, un racconto, in tempo reale, una mappa emotiva della fiera di ottica più importante al mondo. P.O. Extra Large non fotografa solo chi c'è, ma tutto ciò che si muove sotto la superficie: le domande, le tensioni, le opportunità. MIDO è adesso. Milano è il suo battito. E l'ottica, qui, sta scegliendo il suo prossimo sguardo, sempre più largo e chiaro. Buona lettura e buon MIDO 2026 a tutti!

P.O. platform optic XL

SPECIAL ISSUE_YEAR
12_2026

publisher
Platform Network Srl
17100 Savona
Via Pietro Paleocapa 17/7
Autorizzazione Tribunale di Milano
n. 304 del 18/09/2014
Iscrizione al R.O.C. 36727

co-owner | editor in chief
Angelo Dadda

co-owner | general director
Simona Finessi

editorial director
Paola Ferrario

creative director
Angelo Dadda

head of editorial staff
Sara Brero

graphic design
Alice Ferrari
Paolo Veirana

web | digital | socialmedia
Sara Brero
Angelo Dadda

brand and corporate identity
Platform Network Srl
info@platformnetwork.it

print
STAMPERIA ARTISTICA NAZIONALE
via M. D'Antona 19
10028 Trofarello TO

Copyright © PlatformNetwork2026

VITREOXIGEN® Integratore alimentare

L'INTEGRAZIONE mirata al BENESSERE OCULARE



POSOLOGIA¹
1 compressa sciolta
in acqua, durante la mattinata

Favorendo l'idratazione dei tessuti



VITREOXIGEN® è un integratore alimentare e, come tale, non deve essere ritenuto un sostituto della terapia farmacologica.
1. Foglietto illustrativo di VITREOXIGEN®.Cod. 99003256



P.O. PHOTO PORTRAITS RETURN TO MIDO TORNANO I FOTORITRATTI DI P.O. A MIDO

Our magazine's exhibition space will host a photo shoot dedicated to the protagonists of vision. Visitors will be able to have their picture taken by our portrait photographers, enjoying a moment with the editorial staff and participating in the scouting of future faces for the magazine's covers.

Following the great success of the last two years, with a total of around 10,000 photos taken during the 2024 and 2025 editions of MIDO, P.O. Platform Optic is repeating the event again this year. A photo set will be set up inside the exhibition space where vision professionals can be immortalised by professional photographers.

The decision to repeat the photo shoot reflects our magazine's long-standing desire to put **opticians and optometrists** at the centre stage: the shoot will be an opportunity to select the faces that will grace the covers of future issues of the magazine. A few years ago, our magazine relaunched its “**cover project**”, designed to give greater visibility to leading figures in the world of optics. This is a sector in which the professionalism of opticians and optometrists, often underestimated, plays a central role in the visual

well-being of the entire community, from the youngest to the elderly. Every day, these professionals face an increasingly competitive market, striving to improve the quality of their customers' vision. Putting them at the centre therefore means recognising their value and expertise.

The cover project will not be limited to MIDO: throughout the year, the cover shots will be followed by a six-page cover story in the magazine, accompanied by a **video interview**, which will be published in our magazine and shared on our website and social media channels.

We look forward to seeing you at **Hall 1 Booth PR11** to say hello, get to know you and, above all, make you the stars of P.O. Platform Optic's photographic story.

Lo spazio espositivo del nostro magazine ospiterà un set fotografico dedicato ai protagonisti della visione. I visitatori potranno essere immortalati dai nostri ritrattisti, vivendo così un momento di incontro con la redazione e partecipando allo scouting dei futuri volti delle copertine del magazine.

Dopo il grande successo degli ultimi due anni, con un totale di circa 10.000 scatti realizzati durante le edizioni 2024 e 2025 di MIDO, P.O. Platform Optic rinnova anche quest'anno l'appuntamento. All'interno dello spazio espositivo sarà allestito un set fotografico dove i professionisti della visione potranno essere

immortalati dai fotografi professionisti. La scelta di riproporre il racconto fotografico riflette la volontà consolidata della nostra rivista di mettere al centro gli **ottici-optometristi**: lo shooting, infatti, sarà l'occasione per effettuare la selezione dei volti che arricchiranno i prossimi numeri della rivista. Da qualche anno il nostro magazine ha rilanciato il “**progetto cover**”, pensato per dare maggiore visibilità ai protagonisti del mondo dell'ottica. Un settore in cui la professionalità degli ottici-optometristi, spesso sottovalutata, riveste un ruolo centrale per il benessere visivo della comunità intera, dai più piccoli fino alle persone in età matura. Quotidianamente, questi professionisti affrontano un mercato sempre più competitivo, impegnandosi a migliorare la qualità della visione dei loro clienti. Metterli al centro significa dunque **riconoscere il loro valore e la loro expertise**.

Il progetto cover non si limiterà a MIDO: durante tutto l'anno, gli scatti di copertina saranno seguiti da una **cover story** di sei pagine nel magazine abbinata a una **videointervista** che verranno pubblicate sul nostro magazine e viralizzate sul nostro sito e i nostri canali social.

Vi aspettiamo quindi al **Padiglione 1 Stand PR11** per un saluto, conoscervi, soprattutto, per rendervi protagonisti del racconto fotografico di P.O. Platform Optic.

SHOOTING SCHEDULE

Saturday 31st January
1.30 p.m. – 6.30 p.m.

Sunday 1st February
11.00 a.m. – 1.00 p.m.
2.00 p.m. – 6.30 p.m.

Monday 2nd February
10.00 a.m. – 1.00 p.m.
2.00 p.m. – 4.30 p.m.



ORARI DELLO SHOOTING

Sabato 31 gennaio
13.30 – 18.30

Domenica 1 febbraio
11.00 – 13.00
14.00 – 18.30

Lunedì 2 febbraio
10.00 – 13.00
14.00 – 16.30

THÉLIOS

LVMH Eyewear Excellence

From the desire of LVMH, World leader in luxury, to raise eyewear as an essential element of its Maison's collections and a pristine expression of their creativity, Thélios was founded in 2017. Pioneering a new luxury experience in eyewear, Thélios masters each step of its value chain, from conception to distribution of luxury sunglasses and optical frames for LVMH Maisons. Through its state-of-the-art Manifattura, located in Longarone, Italy, Thélios stands for Alta Occhialeria: an advanced savoir-faire, combining outstanding creativity and manufacturing excellence. Moreover, Thélios operates a highly selective distribution network with a direct commercial presence in all major markets.



Dior

FENDI

CELINE

LOEWE

GIVENCHY

STELLA McCARTNEY

KENZO
PARIS

BERLUTI

BVLGARI

TAG
HEUER TAGHeuer

FRED


BARTON PERREIRA

VUARNET

MIDO | ANFAO

MIDO AT THE STARTING BLOCKS

Lorraine Berton, president of ANFAO and MIDO, outlines the guidelines for the 2026 edition of the exhibition and describes ANFAO's plans to support its members internationally.

Paola Ferrario

■ Under the presidency of **Lorraine Berton**, supported by a consolidated and high-performing team both at the association and organisational level, the 2026 edition of **MIDO** is ready to confirm its leadership as a global hub for eyewear. Combining business, innovation, creativity and internationalisation, the exhibition will offer cultural events, awards for excellence and practical tools for exhibitors and visitors, confirming its status as a strategic platform for Italian SMEs and for promoting Made in Italy around the world. In this interview, the president not only illustrates the new features of the Milan fair, but also outlines the future policies of ANFAO, the National Association of Optical Goods Manufacturers.

What are the strategic guidelines you are focusing on for MIDO 2026?

There are three: strengthening the business, promoting creativity and enhancing the international dimension of the exhibition. The aim is to promote the eyewear ecosystem, to be a unique and indispensable venue where the entire supply chain can meet, generate new business opportunities and share expertise, stimulating dialogue and cross-fertilisation between different markets. For exhibitors, this means greater global visibility and concrete tools to connect with new partners and consolidate existing relationships. For visitors, MIDO 2026 will offer privileged access to new collections, emerging trends and product innovation, together with the opportunity to engage directly with the industry's leading players. The vision behind these guidelines is clear: to enable every participant to return home with new ideas, valuable contacts and a broader perspective on the future of eyewear.

The more than 20 events at The Vision Stage will involve personalities from the worlds of culture, entertainment, sport and journalism. What is the logic behind this choice and what kind of message do you want to convey to the sector?

We want to offer professionals opportunities for in-depth analysis that are truly useful to their business. We will discuss market analysis, purchasing behaviour and global scenarios, trends and issues related to the medical and optical sectors, sustainability and social responsibility. We also want The Vision Stage meetings to become moments of culture, hosting personalities who, although coming from fields that are seemingly far removed from ours, can bring new perspectives and enrich everyone's vision.

How will the exhibition experience be

enhanced for companies - especially small and medium-sized ones - in terms of visibility and matching with international buyers?

We constantly strive to improve the experience of exhibitors and visitors by enhancing the tools that promote company visibility and meetings with international buyers. MIDO is, in fact, an open ecosystem where networking is not concentrated in a single point but develops in every area of the exhibition: from the squares to the booths, from the lounges to the shared spaces. This widespread model facilitates spontaneous and continuous connections, offering smaller companies the opportunity to emerge and make themselves known. The presence of exhibitors from around 50 countries and visitors from over 160 markets significantly expands the possibilities for qualified matching. Companies thus have the opportunity to dialogue directly with selected buyers, intercept new business opportunities and position themselves on the international stage. In this sense, MIDO confirms its role as a natural accelerator of visibility and business, offering privileged access to global trends, emerging markets and valuable relationships.

2025 Was also marked by the initiative “The Lens Of Time”, the exhibition conceived by ANFAO that you inaugurated in Venice last spring. Will you be bringing this project to MIDO?

After its success in Venice, the exhibition will arrive at MIDO with a spectacular display in the square in Hall 6, designed specifically for the exhibition's visitors. After MIDO, the exhibition will continue in Rome, at Palazzo Piacentini, headquarters of the Ministry of Enterprise and Made in Italy, in autumn 2026, with the aim of subsequently travelling abroad. We are working on this project together with the Italian Trade Agency (ICE), with the aim of promoting and exporting Made in Italy, in a different but extremely effective way, to the key markets in our sector.

You have created a completely new communication strategy for 2026. How does it differ from previous campaigns and what image do you want to build for the mido brand worldwide?

For 2026, we have chosen a communication strategy that differs from previous campaigns in that it has a more decisive tone and a stronger identity. The payoff ‘Global Eyewear. Gold Standard’ sums up what MIDO represents in the world today: the absolute benchmark for quality, innovation and style in the eyewear sector, the equivalent of the gold medal in the industry. With this narrative, we wanted to build an image that positions MIDO as the place where global standards are set: a platform where trends are born, strategic connections are made and future market scenarios are anticipated. It is a message that affirms our ambition and our commitment: to maintain and, every year, raise the level of expectations and excellence that MIDO brings to the world.

MIDO and the awards: what are they for this edition?

For the next edition, MIDO confirms and reinforces the awards dedicated to promoting excellence in the sector: the Best Store Award, which celebrates the best optical centres in the world, rewarding creativity, quality of experience and capacity for innovation in the Design and Innovation categories; the CSE Award - Certified Sustainable Eyewear - which recognises manufacturers who stand out for their sustainable practices and attention to the environmental impact

of their products. Completing the picture is the new CSE Corporate Award, which rewards the most virtuous exhibiting company in the ESG field. Don't miss the awards ceremony, which will be held on Sunday 1st February at 12:30 pm in the square in Hall 1.

What signals do you foresee for the Italian market and which indicators are you monitoring most closely? The most recent surveys tell us that, despite everything, the sector remains solid. Exports are the indicator we are monitoring most closely, and the data tell us that there is suffering in the United States, as expected, but that exports are strengthening in other markets. First and foremost, Europe, with good results in France and Spain, and excellent results in Eastern Europe. These are signs that tell us we are heading in the right direction: we must continue to work together, investing in quality, reputation and the system.

What concrete elements still make Italy the productive heart of the global eyewear industry today?

Certainly, thanks to very tangible factors: a unique wealth of expertise, a highly specialized supply chain, and globally recognized creativity. The strength of our system is built on the quality of materials, meticulous attention to detail, and know-how that combines tradition with innovative capacity. Added to this is a central challenge for the sector: maintaining a balance between loyalty to our identity and the roots of a craft that is unique in the world, and the need to compete in increasingly demanding, competitive, and ever-evolving global markets. It is a delicate balance, but it is precisely here that the strength of Italian eyewear is measured: in the ability to merge tradition with innovation, values with vision, and local roots with global reach. To maintain this leadership, it is essential to continue investing in training new generations, in technology – both product and process – and in sustainable production models. At the same time, Italian and European institutions must support companies with adequate industrial and trade policies, capable of safeguarding Made in Italy, strengthening international competitiveness, and providing concrete tools to support production and promotion abroad.

How can ANFAO continue to ensure balance and protection between large groups and independent companies?

By continuing to operate as the home for the entire sector, where every company, regardless of size or market position, finds representation, support, and a listening ear. Our role is to foster constant dialogue within the supply chain, in order to identify shared priorities and develop policies that enhance both the strength of major players and the creative and productive richness of independent companies. This means working on multiple levels: promoting clear and transparent rules, supporting access to skills and innovation, facilitating SME participation in international markets, and defending the interests of the entire sector at the institutional level. The goal is to maintain a competitive, inclusive, and sustainable ecosystem in which every company can grow and contribute to the development of Italian eyewear. Only by valuing all components of the sector can we preserve its solidity, identity, and capacity for innovation.

What new economic, training, or promotional measures are planned to support SME growth in 2025/2026?

ANFAO is committed to implementing and promoting several concrete initiatives to support companies and the entire sector. Our main focus areas are sustainability,



Ph. Marina Alessi

innovation, training, inclusion, and, of course, internationalization. Key initiatives include free training programs for companies, the CSE – Certified Sustainable Eyewear certification, which we aim to establish as a recognized European standard, the continuation of the “Walk the Talk” project aimed at attracting young talent, and finally, we are working on a new project to support companies in process digitalization, AI adoption, and the development of new organizational and production models. I cannot reveal too much yet, as the project will be presented in detail in early 2026. Regarding internationalization, it remains a strategic priority for both our sector and ANFAO: it is the key to competing, expanding markets, and consolidating the global leadership of Italian eyewear. On this front, we have achieved an important result: the strengthening of the ICE Agency's plan dedicated to our sector for 2026, which will allow us to expand the promotion of Made in Italy abroad, supporting Italian companies and opening new opportunities in emerging markets. This outcome strengthens the system and demonstrates the effectiveness of teamwork between ANFAO, institutions, and companies. Among the first “missions” abroad in collaboration with ICE Agency are, at the moment, the Italian Eyewear Exhibition (IEE) in Milan on January 30, with over 60 Italian companies, IEE New York on March 4, and IEE Paris on September 25.

Quali sono le direttrici strategiche su cui state puntando per MIDO 2026?

Sono tre: rafforzare il business, valorizzare la creatività e potenziare la dimensione internazionale del salone. L'obiettivo è favorire l'ecosistema dell'occhialeria, essere luogo unico e irrinunciabile in cui l'intera filiera possa incontrarsi, generare nuove opportunità commerciali e condividere competenze, stimolando dialoghi e contaminazioni tra mercati diversi. Per gli espositori questo significa maggiore visibilità globale e strumenti concreti per connettersi con nuovi partner e consolidare rapporti esistenti. Per i visitatori, MIDO 2026 offrirà un accesso privilegiato a nuove collezioni, trend emergenti e innovazione di prodotto insieme alla possibilità di confrontarsi direttamente con i protagonisti del settore. La visione che guida queste direttrici è chiara: permettere a ogni partecipante di tornare a casa con idee nuove, contatti di valore e una prospettiva più ampia sul futuro dell'occhialeria.

Gli oltre 20 eventi del The Vision Stage coinvolgeranno personalità di cultura, spettacolo, sport e giornalismo. Qual è la logica dietro questa scelta e che tipo di messaggio volete trasmettere al settore?

Vogliamo offrire ai professionisti occasioni di approfondimento realmente utili alla loro attività. Si parlerà di analisi di mercato, comportamenti d'acquisto e scenari globali, tendenze e temi legati al settore medico e ottico, sostenibilità e responsabilità sociale. Desideriamo inoltre che gli incontri del The Vision Stage diventino momenti di cultura, ospitando personalità che, pur provenendo da ambiti apparentemente lontani dal nostro, possano portare nuove prospettive e arricchire la visione di tutti.

Come verrà potenziata l'esperienza espositiva per le aziende - soprattutto per le piccole e medie - in termini

MIDO AI BLOCCHI DI PARTENZA

Lorraine Berton, presidente di ANFAO e di MIDO, traccia le linee guida dell'edizione 2026 del salone e racconta i progetti di ANFAO per supportare i suoi associati a livello internazionale.

■ Sotto la presidenza di **Lorraine Berton**, affiancata da una squadra consolidata e performante sia a livello associativo sia organizzativo, l'edizione 2026 di **MIDO** è pronta a confermare la sua leadership come hub globale per l'occhialeria. Tra business, innovazione, creatività e internazionalizzazione, il salone offrirà eventi culturali, premi d'eccellenza e strumenti concreti per espositori e visitatori, confermandosi una piattaforma strategica anche per le PMI italiane e per far crescere il Made in Italy nel mondo. In questa intervista, la presidente, oltre a illustrare le novità della fiera milanese, delinea le politiche di ANFAO, l'Associazione Nazionale dei Fabbricanti di Articoli Ottici, per il futuro.

Quali sono le direttrici strategiche su cui state puntando per MIDO 2026?

Sono tre: rafforzare il business, valorizzare la creatività e potenziare la dimensione internazionale del salone. L'obiettivo è favorire l'ecosistema dell'occhialeria, essere luogo unico e irrinunciabile in cui l'intera filiera possa incontrarsi, generare nuove opportunità commerciali e condividere competenze, stimolando dialoghi e contaminazioni tra mercati diversi. Per gli espositori questo significa maggiore visibilità globale e strumenti concreti per connettersi con nuovi partner e consolidare rapporti esistenti. Per i visitatori, MIDO 2026 offrirà un accesso privilegiato a nuove collezioni, trend emergenti e innovazione di prodotto insieme alla possibilità di confrontarsi direttamente con i protagonisti del settore. La visione che guida queste direttrici è chiara: permettere a ogni partecipante di tornare a casa con idee nuove, contatti di valore e una prospettiva più ampia sul futuro dell'occhialeria.

Avete realizzato una comunicazione completamente nuova per il 2026. In cosa si differenzia dalle campagne precedenti e quale immaginario volete costruire per il brand MIDO nel mondo?

Per il 2026 abbiamo scelto una comunicazione che si discosta dalle campagne precedenti per un tono più deciso e fortemente identitario. Il payoff “Global Eyewear. Gold Standard” sintetizza ciò che MIDO rappresenta oggi nel mondo: il punto di riferimento assoluto per qualità, innovazione e stile nel settore dell'occhialeria, l'equivalente della medaglia d'oro del comparto. Con questa narrativa abbiamo voluto costruire un immaginario che posizionasse MIDO come il luogo in cui si definiscono gli standard globali: una piattaforma dove nascono le tendenze, si creano connessioni strategiche e si anticipano i futuri scenari del mercato. È un messaggio che afferma la nostra ambizione e il nostro impegno: mantenere, e ogni anno alzare, il livello delle aspettative e dell'eccellenza che MIDO porta nel mondo.

MIDO e i premi: quali sono previsti per questa edizione?

Per la prossima edizione, MIDO conferma e rafforza i premi dedicati a valorizzare l'eccellenza del settore: il Best Store Award, che celebra i migliori centri ottici del mondo, premiadone creatività, qualità dell'esperienza e capacità di innovazione nelle categorie Design e Innovation; il CSE Award - Certified

di visibilità e matching con buyer internazionali?

Cerchiamo costantemente di migliorare l'esperienza degli espositori e dei visitatori, potenziando gli strumenti che favoriscono la visibilità delle aziende e l'incontro con buyer internazionali. MIDO è infatti un ecosistema aperto, dove il networking non si concentra in un unico punto ma si sviluppa in ogni area del salone: dalle piazze agli stand, dalle lounge agli spazi condivisi. Questo modello diffuso facilita connessioni spontanee e continue, offrendo alle realtà più piccole l'opportunità di emergere e farsi conoscere. La presenza di espositori da circa 50 Paesi e di visitatori provenienti da oltre 160 mercati amplia in modo significativo le possibilità di matching qualificato. Le aziende hanno così l'occasione di dialogare direttamente con buyer selezionati, intercettare nuove opportunità commerciali e posizionarsi su scenari internazionali. In questo senso, MIDO si conferma un acceleratore naturale di visibilità e business, capace di offrire un accesso privilegiato a trend globali, mercati emergenti e relazioni di valore.

Il 2025 è stato caratterizzato anche dall'iniziativa “The Lens Of Time”, la mostra ideata da ANFAO che avete inaugurato a Venezia la scorsa primavera. Porterete questo progetto a MIDO?

Dopo il successo della tappa veneziana, la mostra arriverà a MIDO con un allestimento scenografico nella piazza del Padiglione 6 pensato appositamente per il pubblico del salone. Dopo MIDO, la mostra proseguirà a Roma, presso Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nell'autunno 2026, con l'obiettivo di approdare successivamente anche all'estero. Stiamo lavorando a questo progetto insieme ad Agenzia ICE, con l'obiettivo di valorizzare ed esportare il Made in Italy, in una forma diversa ma estremamente efficace, verso i mercati nevralgici del nostro settore.

Avete realizzato una comunicazione completamente nuova per il 2026. In cosa si differenzia dalle campagne precedenti e quale immaginario volete costruire per il brand MIDO nel mondo?

Per il 2026 abbiamo scelto una comunicazione che si discosta dalle campagne precedenti per un tono più deciso e fortemente identitario. Il payoff “Global Eyewear. Gold Standard” sintetizza ciò che MIDO rappresenta oggi nel mondo: il punto di riferimento assoluto per qualità, innovazione e stile nel settore dell'occhialeria, l'equivalente della medaglia d'oro del comparto. Con questa narrativa abbiamo voluto costruire un immaginario che posizionasse MIDO come il luogo in cui si definiscono gli standard globali: una piattaforma dove nascono le tendenze, si creano connessioni strategiche e si anticipano i futuri scenari del mercato. È un messaggio che afferma la nostra ambizione e il nostro impegno: mantenere, e ogni anno alzare, il livello delle aspettative e dell'eccellenza che MIDO porta nel mondo.

MIDO e i premi: quali sono previsti per questa edizione?

Per la prossima edizione, MIDO conferma e rafforza i premi dedicati a valorizzare l'eccellenza del settore: il Best Store Award, che celebra i migliori centri ottici del mondo, premiadone creatività, qualità dell'esperienza e capacità di innovazione nelle categorie Design e Innovation; il CSE Award - Certified

Sustainable Eyewear - che riconosce i produttori che si distinguono per pratiche sostenibili e per l'attenzione all'impatto ambientale dei propri prodotti. A completare il quadro, il nuovo CSE Corporate Award, che premia l'azienda espositrice più virtuosa in ambito ESG. Non perdetevi la cerimonia di premiazione che si terrà domenica 1° febbraio alle 12:30 nella piazza del Padiglione 1.

Quali segnali prevedete per il mercato italiano e quali indicatori state monitorando con maggiore attenzione?

Le indagini più recenti ci raccontano un comparto che, nonostante tutto, mantiene la sua solidità. L'export è l'indicatore che stiamo monitorando maggiormente e i dati ci dicono che c'è una sofferenza negli Stati Uniti, come prevedibile, ma che le esportazioni si stanno rafforzando in altri mercati. Innanzitutto, l'Europa, con buoni risultati in Francia e Spagna, e ottimi riscontri dall'Europa dell'Est. Sono segnali che ci dicono che la direzione è giusta: dobbiamo continuare a lavorare uniti, investendo su qualità, reputazione e sistema.

Quali elementi concreti rendono ancora oggi l'Italia il cuore produttivo dell'occhialeria mondiale?

Sicuramente grazie a elementi molto concreti: un patrimonio unico di competenze, una filiera altamente specializzata e una creatività riconosciuta a livello globale. La forza del nostro sistema si fonda sulla qualità dei materiali, sulla cura dei dettagli e su un know-how che unisce tradizione e capacità innovativa. A questo si aggiunge una sfida centrale per il settore: restare in equilibrio tra la fedeltà alla nostra identità e alle radici di un saper fare unico al mondo, e la necessità di confrontarci con mercati globali sempre più competitivi, esigenti e in continua evoluzione. È un equilibrio delicato, ma proprio lì si misura la solidità dell'occhialeria italiana: nella capacità di coniugare tradizione e innovazione, valori e visione, territorio e mondo. Per mantenere questa leadership, è essenziale continuare a investire nella formazione delle nuove generazioni, nella tecnologia, sia di prodotto che di processo, e in modelli produttivi sostenibili. Allo stesso tempo, occorre che le istituzioni italiane ed europee supportino le imprese con politiche industriali e commerciali adeguate, capaci di tutelare il Made in Italy e rafforzarne la competitività internazionale, fornendo strumenti concreti per sostenere produzione e promozione all'estero.

Come ANFAO può continuare a garantire equilibrio e tutela tra grandi gruppi e aziende indipendenti?

Continuando a operare come casa dell'intero settore, dove ogni impresa, a prescindere da dimensione e posizionamento, trova rappresentanza, ascolto e supporto. Il nostro ruolo è favorire un dialogo costante all'interno della filiera, così da individuare priorità condivise e costruire politiche che valorizzino tanto la forza dei grandi player quanto la ricchezza creativa e produttiva delle realtà indipendenti. Questo significa lavorare su più piani: promuovere regole chiare e trasparenti, sostenere l'accesso alle competenze e all'innovazione, agevolare la partecipazione delle PMI ai mercati internazionali e difendere, in sede istituzionale, gli interessi dell'intero comparto. L'obiettivo è mantenere un ecosistema competitivo,

inclusivo e sostenibile, in cui ogni impresa possa crescere e contribuire allo sviluppo dell'occhialeria italiana. Solo valorizzando tutte le componenti del settore possiamo preservare la sua solidità, la sua identità e la sua capacità di innovare.

Quali nuove misure, economiche, formative o promozionali, sono previste per supportare la crescita delle PMI nel 2025/2026?

ANFAO è impegnata a realizzare e promuovere diverse iniziative concrete a sostegno delle imprese e di tutto il settore. I principali asset su cui lavoriamo sono quelli della sostenibilità, dell'innovazione, della formazione, dell'inclusione e naturalmente dell'internazionalizzazione. Tra le iniziative principali, programmi formativi gratuiti per le aziende, la Certificazione CSE - Certified Sustainable Eyewear, che vogliamo trasformare in uno standard riconosciuto a livello europeo, la prosecuzione del progetto “Walk the Talk” incentrato sull'attrazione dei giovani talenti e, infine, siamo al lavoro su un nuovo progetto che ha l'obiettivo di supportare le imprese nella digitalizzazione dei processi, nell'adozione dell'AI e nello sviluppo di nuovi modelli organizzativi e produttivi. Non posso svelare troppo perché il progetto sarà presentato nel dettaglio nei primi mesi del 2026. Per quanto riguarda l'internazionalizzazione, resta una delle priorità strategiche del nostro settore e di ANFAO: la chiave per competere, per espandere i mercati e consolidare la leadership dell'occhialeria italiana nel mondo. Su questo fronte abbiamo raggiunto un risultato importante: il potenziamento del piano dell'Agenzia ICE dedicato al nostro settore per il 2026, che ci consentirà di ampliare all'estero la promozione del Made in Italy, sostenendo le imprese italiane e aprendo nuove opportunità nei mercati emergenti. È un risultato che dà forza al sistema e che dimostra quanto sia efficace il gioco di squadra tra ANFAO, istituzioni e aziende. Tra le prime “missioni” che faremo all'estero in collaborazione con Agenzia ICE ci sono, al momento, Italian Eyewear Exhibition (IEE) Milano il 30 gennaio, con oltre 60 aziende italiane, IEE New York il 4 marzo e IEE Parigi il 25 settembre.

Che messaggio desidera indirizzare oggi alle aziende che stanno faticando ma continuano a credere nel Made in Italy?

Vorrei dire che il loro impegno è fondamentale: sono loro a custodire la qualità, l'identità e il valore autentico della nostra filiera. Continuare a investire nel proprio lavoro, nella creatività e nel saper fare italiano significa difendere un patrimonio che il mondo intero riconosce e apprezza. Proprio per questo rivolgo a loro, e a tutti i professionisti del settore, un invito a essere presenti a MIDO dal 31 gennaio al 2 febbraio a Fieramilano Rho: è il luogo dove si fa business, si costruiscono relazioni, si accendono opportunità e si ritrova slancio. Partecipare significa dare visibilità al proprio lavoro, incontrare partner internazionali, scoprire nuove energie e misurarsi con un sistema che può davvero fare la differenza. MIDO è, oggi più che mai, uno spazio in cui sapere di non essere soli: un punto di incontro per camminare insieme, con fiducia e con lo sguardo rivolto al futuro.

**BORBONESE
JET SET GROUP***Cover Story*

BETWEEN HERITAGE AND INNOVATION

Borbonese Eyewear inaugurates its S/S 2026 collection with a focus on design, choosing lightness, identity and modularity as its distinctive codes.

■ The new **Borbonese Eyewear S/S 2026** collection confirms the brand's significant growth in the sector, strengthening a product identity that is increasingly recognizable and appreciated by opticians and retailers. For the upcoming season, the line expands with **17 optical frames** and **12 sunglasses**, continuing the path undertaken in recent years toward advanced personalization and a coherent brand image. Borbonese's signature elements remain central – the **Pelle OP (Occhio di Pernice)** texture and the distinctive **gold screw detail** – reinterpreted with a lighter, more contemporary attitude thanks to the introduction of **HD acetate**, a material that enables thin yet visually impactful shapes. **Modularity**, now a stylistic hallmark of the brand's eyewear collections, finds new expression in a wide range of sun clip-on models. The S/S 2026 season also introduces advanced technical features, such as **photochromic lenses** with internal anti-reflection coating and hues inspired by cosmetic lenses. Among the sunglasses, the **Farfalla** model stands out – selected by Borbonese stylists for recent fashion

events and already gaining traction on social media for its striking silhouette. Alongside it, the **Moonlight** model offers the most sophisticated interpretation of the brand's iconic elements, featuring fully OP-covered rims crafted from authentic Pelle OP. Another key addition is the new **padded OP nylon case**, created to meet the increasing demand from retailers: a functional accessory with gold screw metal detailing, designed to hold both sun clip-ons and fashion clips. With the MIDO 2026 launch, **Borbonese confirms its vision**: delivering eyewear that blends heritage and innovation, offering retail partners collections that are distinctive, versatile and perfectly aligned with market trends.



TRA HERITAGE E INNOVAZIONE

Borbonese Eyewear inaugura la S/S 2026 all'insegna del design e sceglie la leggerezza, l'identità e la modularità come codici distintivi.

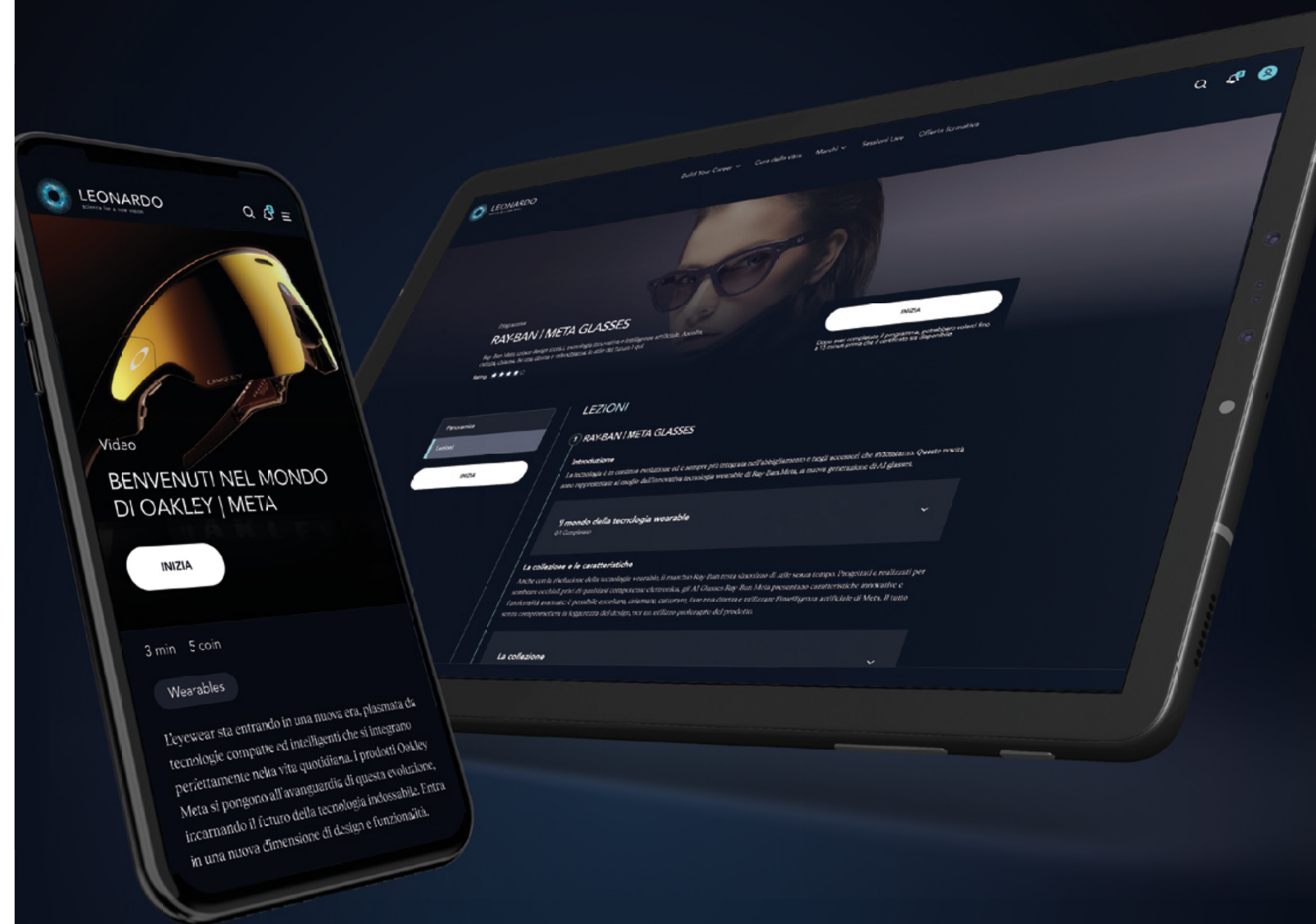
■ La nuova collezione **Borbonese Eyewear S/S 2026**, conferma la crescita significativa del brand nel settore, rafforzando una proposta

**HALL 01
BOOTH P02 P10 T01 T09**

riconoscibile e sempre più apprezzata da ottici e retailer. Per la stagione in arrivo, la linea si amplia con **17 modelli da vista** e **12 modelli da sole**, continuando il percorso intrapreso negli ultimi anni verso una personalizzazione evoluta e un'immagine di brand coerente. Restano protagonisti gli elementi identitari di Borbonese, come la texture **Pelle OP – Occhio di Pernice** e la caratteristica **vite dorata**, reinterpretati con un approccio più leggero e contemporaneo grazie all'introduzione dell'**HD acetate**, che permette forme sottili ma dal forte impatto visivo. La **modularità**, ormai cifra stilistica delle collezioni eyewear del marchio, trova nuova espressione in una gamma ampia di modelli con clip-on da sole. La stagione S/S 2026 introduce anche soluzioni tecniche avanzate, come le **lenti fotocromatiche** dotate di trattamento antiriflesso interno e tonalità ispirate alle lenti cosmetiche. Tra i modelli da sole spicca il modello **Farfalla**, scelto dagli stylist Borbonese durante gli eventi moda e già apprezzato sui social per la sua silhouette scenografica. Accanto a questo, il modello **Moonlight** rappresenta l'interpretazione più sofisticata degli elementi iconici del brand, grazie ai profili completamente rivestiti in autentica Pelle OP. Un'ulteriore novità riguarda il nuovo **astuccio in nylon OP imbottito**, pensato per rispondere alla crescente richiesta dei punti vendita: un accessorio funzionale, con dettagli metallici a vite, progettato per contenere sia le clip-on sia le fashion clip. Con la release di MIDO 2026, **Borbonese conferma la propria visione**: proporre un eyewear che unisce heritage e innovazione, offrendo ai partner retail collezioni distintive, versatili e perfettamente allineate ai trend del mercato.



 **LEONARDO**
science for a new vision



AI GLASSES: FORMAZIONE CHE MIGLIORA L'ESPERIENZA CLIENTE

Certificati e massimizza le tue vendite. I programmi **Ray-Ban** e **Oakley Meta** su **Leonardo** ti offrono strumenti concreti per approfondire le tue conoscenze tecniche e acquisire le competenze di vendita per ciascun prodotto.

ACCEDI A LEONARDO
PER SCOPRIRE DI PIÙ



**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**
Padiglione 3 - Stand T08 T16 U09 U15

 **MIDO**
LIVE THE WONDER

OTTICA CATALANOTTO

AN
ADVANCED
MODEL

The Catalanotto method is aimed at independent opticians, offering a solution that reduces business costs: the real consignment account.

■ The optics market has changed profoundly. Customers are different, more informed and more demanding. Yet a significant proportion of independent opticians continue to operate with the same logic as in the 1990s: buying frames, lenses and accessories, tying up capital and relying on the traditional “buy and hope” model. This approach now appears increasingly risky. Being an independent optician in 2026 is akin to an **act of resistance**: you have to face competition from large chains, pressure from online retailers and, last but not least, a warehouse that depreciates day after day. Brands continue to guarantee quality and innovation, but the mechanism by which this excellence reaches stores can no longer withstand the impact of the current market. **The sector is divided into two**: on the one hand, multinational giants with budgets that allow for high margins of error; on the other, independent opticians, skilled professionals who are often true artisans of vision, but who have to contend with economic uncertainty and unsold stock on their shelves. For years, it was argued that the way to compete was to buy more to get better discounts. Today, many consider this strategy to be a “lie” of the past. Competition now relies on a **more intelligent financial model**.

The “Catalanotto method” revolution

This awareness gave rise to the project developed by **Ottica Catalanotto**. “*We started out as opticians*”, explains the company, “*and we know the pain of*

looking at a drawer full of glasses that have already been paid for but not yet sold. That’s why we have engineered a unique solution that really reduces business risk: real consignment sales”. Not just a simple “promissory note”, but a structured partnership in which the warehouse becomes cost-free. The professional provides their expertise; the company supplies the product and guarantees a constant margin. An approach that, according to Catalanotto, redefines the economic balance of the optician’s.

Two paths for independent opticians: Formula Partner and Formula Easy

Aware that every entrepreneur has different needs, Catalanotto offers two collaboration models:

- **Formula Partner – Identity remains, structure is strengthened** Designed for those who want to keep their name and history. The company provides behind-the-scenes support with goods on consignment, freeing up cash flow and allowing the shop to grow. A solution that allows opticians to remain independent, but with the solidity of a large group behind them.
- **Easy Formula – The turnkey format** For those aiming for a radical change, the Easy Formula provides a complete rebranding with the Ottica Catalanotto colours. In addition to real consignment sales, it offers a marketing system, proven procedures and a management model designed to turn visitors into regular customers.

The results: greater liquidity and competitiveness

According to the company, “*opticians who have adopted the Catalanotto method have seen an immediate improvement in resource management: freeing up cash flow from the burden of inventory allows them to invest in communication, hire qualified staff, renovate their premises and enhance the customer experience*”. In a market dominated by large chains, having an advanced financial model becomes a key competitive advantage.

The independent optician revolution has begun. The question now is: which side are you on?

For further information:
+39.352 0017502

UN MODELLO
EVOLUTO

Il metodo Catalanotto si rivolge agli ottici indipendenti coniando una soluzione che riduce il costo d’impresa: il conto vendita reale.

■ Il mercato dell’ottica è cambiato profondamente. I clienti sono diversi, più informati, più esigenti. Eppure, una parte significativa degli **ottici indipendenti** continua a operare con le stesse logiche degli anni ‘90: acquistare montature, lenti e accessori, immobilizzare capitale e affidarsi al tradizionale modello “compra e spera”. Un approccio che oggi appare sempre più rischioso. Essere un ottico indipendente, nel 2026, somiglia a un **atto di resistenza**: bisogna fronteggiare la concorrenza delle grandi catene, la pressione dell’online e, non da ultimo, un magazzino che si svaluta giorno dopo giorno. I brand continuano a garantire qualità e innovazione, ma il meccanismo con cui questa eccellenza arriva nei negozi non regge più l’urto del mercato attuale. **Il settore è spaccato in due**: da una parte i colossi multinazionali, dotati di budget che consentono margini di errore elevati; dall’altra gli ottici indipendenti, professionisti preparati, spesso veri artigiani della visione, che però devono fare i conti con l’incertezza economica e con scorte ferme sugli scaffali. Per anni si è sostenuto che la strada per competere fosse acquistare di più per ottenere sconti migliori. Una strategia che oggi molti definiscono una “bugia” del passato. La competizione passa ora da un **modello finanziario più intelligente**.

La rivoluzione del “metodo Catalanotto”

Da questa consapevolezza nasce il progetto sviluppato da **Ottica Catalanotto**. “*Siamo nati come ottici - spiegano dall’azienda - e conosciamo il dolore di guardare un cassetto pieno di occhiali già pagati e non ancora venduti. Per questo abbiamo ingegnerizzato un’unica soluzione che riduce realmente il rischio d’impresa: il conto vendita reale*”. Non un semplice “pagherò”, ma una partnership strutturata in cui il magazzino diventa a costo zero.

Il professionista mette la sua competenza, l’azienda fornisce il prodotto e garantisce un margine costante. Un approccio che, secondo Catalanotto, ridefinisce l’equilibrio economico del centro ottico.

Due strade per gli ottici indipendenti:

Formula Partner e Formula Easy Consapevole che ogni imprenditore ha esigenze diverse, Catalanotto propone due modelli di collaborazione:

- **Formula Partner - L’identità rimane, la struttura si rafforza** È pensata per chi desidera mantenere il proprio nome e la propria storia. L’azienda supporta “dietro le quinte” con merce in conto vendita reale, liberando liquidità e permettendo al negozio di crescere. Una soluzione che consente all’ottico di restare indipendente, ma con la solidità di un grande gruppo alle spalle.

• **Formula Easy - Il format chiavi in mano**

Per chi punta a un cambio radicale, la Formula Easy prevede un rebranding completo con i colori di Ottica Catalanotto. Oltre al conto vendita reale, offre un sistema di marketing, procedure collaudate e un modello gestionale studiato per trasformare i visitatori in clienti abituali.

I risultati: più liquidità e competitività

Secondo l’azienda, “*gli ottici che hanno adottato il metodo Catalanotto hanno registrato un miglioramento immediato nella gestione delle risorse: liberare la cassa dal peso del magazzino permette di investire in comunicazione, assumere personale qualificato, rinnovare gli spazi e potenziare l’esperienza del cliente*”. In un mercato dominato da grandi catene, avere un modello finanziario evoluto diventa un vantaggio competitivo fondamentale.

La rivoluzione dell’ottica indipendente è iniziata. La domanda, ora, è una sola: da che parte stare?

Per maggiori informazioni:
+39.352 0017502

**SCAN
THE
QR-CODE
INQUADRA IL
QR-CODE**



OTTICA CATALANOTTO



Francesco
Mapelli

Francesco
Catalanotto

Carmelo
Repollino

Vittorio
Miraglia



AVANT-GARDE
EYEWEAR

ARTECO

RETAIL AS A MANIFESTO

Design is a choice of value; it is not just form, but a language capable of creating an experience that leaves a lasting impression.

■ In the eyewear sector, the point of sale is no longer merely a display space; it is a **narrative instrument**. It is where design becomes a vehicle for connection, capable of translating a client's values into a tangible, recognisable and enduring experience. Designing retail today goes beyond fleeting aesthetics, creating environments that are **authentic, functional and fully aligned** with brand identity. Spaces conceived to endure over time, rather than chase it. Materials are chosen for their inherent quality, design solutions are flexible, able to evolve without losing their character. The outcome is a design that does not follow trends but **asserts** a clear and lasting **vision**. In the world of eyewear, where precision, comfort and meticulous attention to detail are non-negotiable, the retail space becomes a natural extension of the product. **Architecture engages** in dialogue with the **eyewear, enhancing it and telling its story**. Every element – from lighting to circulation, from furniture to scale – is carefully considered to create a seamless, intuitive and memorable experience.

True quality in design does not need to impress, because it is built to last. It fosters trust, strengthens the brand and keeps the focus where it belongs: on the people **who create, those who sell, and those who choose**.

IL RETAIL COME MANIFESTO

Il design è una scelta di valore; non è solo forma, ma è un linguaggio in grado di creare un'esperienza che si imprime nella memoria.

■ Nel settore eyewear, il **punto vendita** non è più solo uno spazio espositivo, ma un vero e proprio **dispositivo narrativo**. È qui che il **design** diventa strumento di **relazione**, capace di tradurre i valori della committenza in un'esperienza concreta, riconoscibile e duratura. Progettare un retail oggi significa andare oltre l'estetica del momento per costruire **ambienti autentici, funzionali e coerenti** con l'identità del brand. Spazi pensati per accompagnare il tempo, non per inseguirlo. Materiali scelti per la loro qualità, soluzioni progettuali flessibili, capaci di evolvere senza perdere carattere. Il risultato è un design che non segue un trend, ma **afferma** una **visione**. Nel mondo dell'eyewear, dove precisione, comfort e cura del dettaglio sono valori imprescindibili, il progetto del punto vendita diventa **estensione naturale del prodotto**. **L'architettura dialoga con l'occhiale, lo valorizza, lo racconta**.

Ogni elemento - dalla luce ai percorsi, dagli arredi alle proporzioni - è pensato per creare un'esperienza fluida, intuitiva e memorabile. Un design qualitativo è quello

che non ha bisogno di stupire, perché sa durare. È quello che costruisce fiducia, rafforza il brand e restituisce centralità alle persone: **chi crea, chi vende, chi sceglie**.



SILHOUETTE

TITANIUM MEETS TITANIUM

Silhouette relaunches titanium innovation with new collections and an exceptional partnership with the Guggenheim Bilbao.

■ Since the 1990s, **titanium** has been the driving force behind **Silhouette's** revolutionary innovation and still defines the brand's design philosophy today, pushing the boundaries of what is possible in the world of eyewear. This innovative material takes center stage once again as the foundation for our upcoming collections, which explore titanium's creative potential in unexpected ways. To mark this pivotal moment, Silhouette is launching a global brand campaign aimed at inspiring excitement and reaffirming our leadership in the world of titanium pure, ultra-light eyewear and to honor this mastery has chosen a stage as iconic as the material itself: the **Guggenheim Bilbao Museum**. Bathed in its breathtaking design, the world seems to hold its breath. Designed by visionary architect **Frank Gehry**, the Guggenheim Bilbao Museum is more than an architectural masterpiece - it's a cultural icon that has redefined the idea of a landmark since its opening in 1997. Thirty-three thousand titanium panels awaken with the light. A living sculpture in constant



dialogue with the sky, set against the vibrant pulse of the city.

Silhouette is proud to become a **sponsor of the Guggenheim Bilbao Museum for three years**. This long-term partnership marks a major step in our brand's cultural engagement and reflects a shared vision rooted in innovation, artistic expression, and bold design. Two are the collections presented in front of the Guggenheim Bilbao Museum: **The Refined** transforms rimless eyewear into wearable art. Crafted from advanced, ultra-light titanium, the collection embodies pure lines, graceful transitions, and a harmony of strength and delicacy. With **Titanium Reframed** instead, Silhouette opens a bold new chapter in full-rim design. Laser-cut from ultrathin titanium sheets, each frame expresses crisp clarity and pure geometry, flowing from front to temple in one continuous line. **Made entirely in Austria**, both collections celebrate Silhouette's mastery of **precision, lightness, and contemporary elegance**.

IL TITANIO INCONTRA IL TITANIO

Silhouette rilancia l'innovazione in titanio con nuove collezioni e una partnership d'eccezione con il Guggenheim Bilbao.

■ Fin dagli anni '90, il **titanio** è il motore che guida l'innovazione rivoluzionaria di **Silhouette** e ancora oggi definisce la filosofia progettuale del brand, spingendo oltre i confini di ciò che è possibile nel mondo dell'occhiale. Le prossime collezioni si concentreranno infatti su questo materiale, esplorandone il potenziale creativo in forme inaspettate.



**HALL 04
BOOTH K03 K09 L04 L10
H05 H09 K04 K10**

Parallelamente, il marchio dà il via a una campagna globale che mira a suscitare emozione e a riaffermare la sua leadership nell'universo dell'occhiale in titanio puro e ultraleggero e per farlo ha scelto un palcoscenico iconico quanto il materiale stesso: il **Guggenheim Bilbao Museum**. Di fronte al suo design mozzafiato, il mondo sembra trattenerne il respiro. Progettato dal visionario **Frank Gehry**, il Guggenheim Bilbao è molto più di un capolavoro architettonico: è un'icona culturale sin dalla sua apertura nel 1997. Trentatremila pannelli di titanio trasformano l'edificio in una scultura viva, in costante dialogo con il cielo e il ritmo pulsante della città. **Silhouette** sarà lo sponsor del **Guggenheim Bilbao Museum** per i prossimi **tre anni**. Una collaborazione a lungo termine che segna un passo importante nell'impegno culturale del brand e riflette una visione condivisa, fondata su innovazione, espressione artistica e design audace. Due sono le collezioni presentate nella campagna sullo sfondo del Guggenheim Bilbao Museum: **The Refined** eleva l'occhiale rimless a una vera e propria opera d'arte da indossare: realizzata in titanio high-tech ultraleggero, si distingue per linee pure, transizioni armoniose e un equilibrio perfetto tra forza e delicatezza. Con **Titanium Reframed**, Silhouette apre invece un nuovo, audace capitolo nel design full-rim. Tagliata al laser da sottili lastre di titanio, ogni montatura esprime una geometria pura e definita, fluendo con continuità dal frontale alle aste. Interamente **Made in Austria**, entrambe le collezioni celebrano la maestria della maison nella **precisione**, nella **leggerezza** e nell'**eleganza contemporanea**.



TITANIUM MEETS TITANIUM
Fotografado exclusivamente no

GUGGENHEIM BILBAO

DAI OPTICAL INDUSTRIES

TECHNOLOGY
YOU CAN SEE

The anti-reflective coating SKIN, the digital platform for optical measurements Pupyl Scan and the new-generation progressive lens Focalis reshape the visual experience.

■ In today's optical landscape, technical precision and customer experience have become key factors. With Pupyl Scan, SKIN and Focalis, DAI Optical Industries offers a system of complementary solutions designed to enhance the optician's work and improve the wearer's visual performance. Focalis is a new-generation progressive lens designed to deliver stability, comfort and natural vision at all distances. Thanks to its advanced optical design and Advanced Gradient Control technology, it optimizes power distribution and reduces lateral aberrations, widening the truly usable visual areas and making adaptation easier. Pupyl Scan is an advanced digital platform for optical measurements and personalized consultation. Using an electronic ruler and the LiDAR technology of compatible tablets, it allows fast and precise acquisition of the main biometric parameters required for the production of high-precision personalized lenses, making the centering process more efficient and reliable. Alongside optical design and digital precision, SKIN introduces a new concept of anti-reflective coating that combines aesthetics and performance. Its skin-tone residual reflection reduces the visibility of the coating and makes the eyes look more natural. From a technical point of view, it ensures very low reflectance, protection against UVA and UVB rays and partial shielding from infrared radiation,

providing clearer and more comfortable vision, together with high scratch resistance and a super-oleophobic, anti-smudge surface. Together, Focalis, Pupyl Scan and SKIN represent an integrated approach to vision: from lens design, to measurement, to anti-reflective coating. Three different but perfectly coordinated tools, created to support opticians in their professional evolution and to offer end users a truly superior visual experience.

TECNOLOGIA
CHE SI VEDE

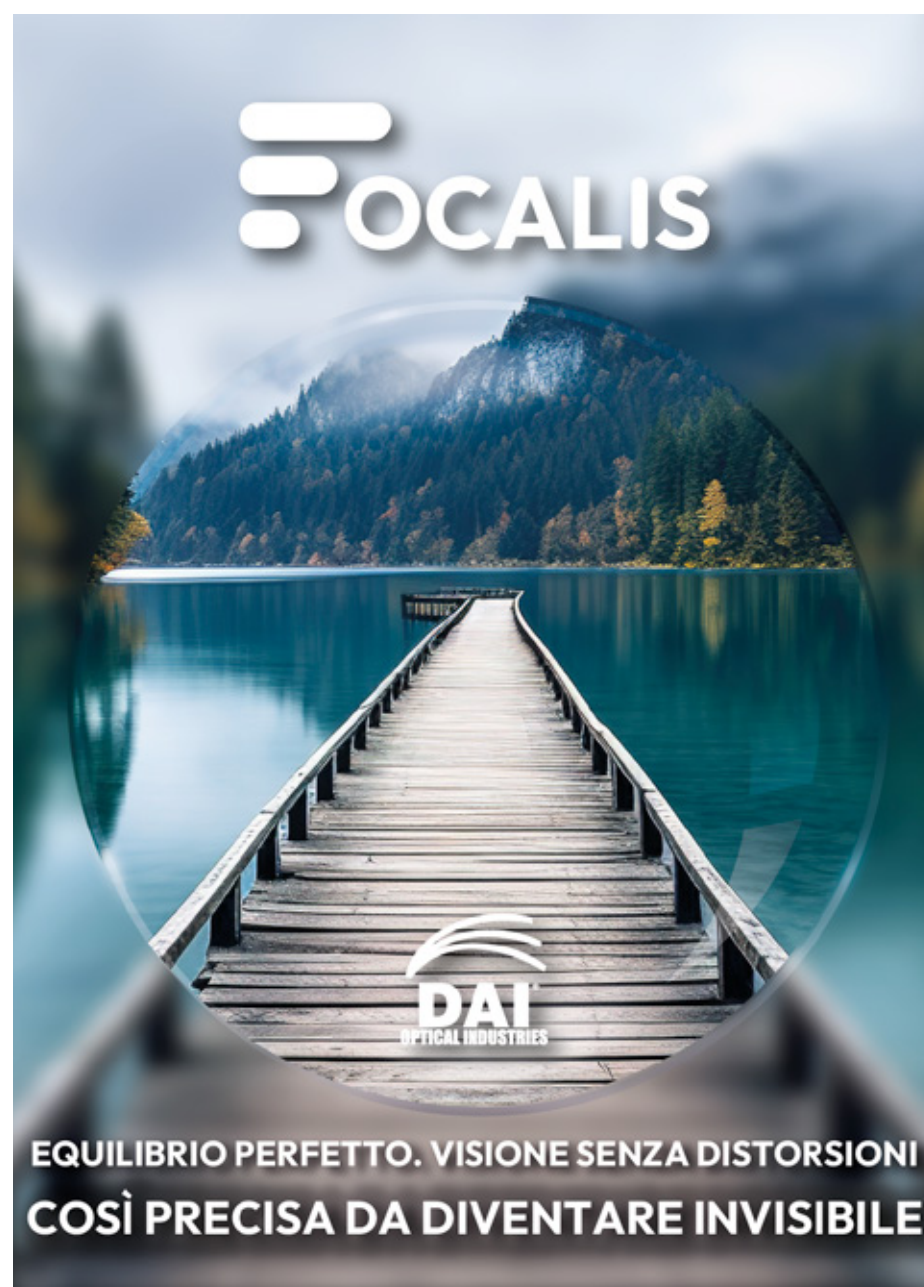
Il trattamento antiriflesso SKIN, la piattaforma per la misurazione ottica Pupyl Scan e la lente progressiva di nuova generazione Focalis ridisegnano l'esperienza visiva.

■ Nel panorama dell'ottica moderna, precisione tecnica ed esperienza del cliente sono elementi centrali. Con Pupyl Scan, SKIN e Focalis, DAI Optical Industries propone un sistema di soluzioni complementari pensate per migliorare il lavoro dell'ottico e la qualità visiva del portatore. Focalis è la lente progressiva di nuova generazione progettata per offrire stabilità, comfort e naturalezza a tutte le distanze. Grazie al design ottico evoluto e alla tecnologia Advanced Gradient Control, ottimizza la distribuzione del potere e riduce le aberrazioni laterali, ampliando le aree di visione realmente utilizzabili e facilitando l'adattamento. Pupyl Scan è una piattaforma digitale avanzata per la misurazione ottica e la consulenza personalizzata. Grazie al regolo elettronico e alla tecnologia LiDAR dei tablet compatibili, consente di acquisire in modo rapido e preciso i principali parametri biometrici necessari alla realizzazione di lenti personalizzate ad alta precisione, rendendo il processo di centratura più efficiente e affidabile. Accanto alla progettazione ottica e alla precisione digitale, SKIN introduce un nuovo concetto di trattamento antiriflesso

che unisce estetica e performance. Il residuo cromatico color pelle riduce la visibilità del trattamento e rende lo sguardo più naturale. Dal punto di vista tecnico garantisce una riflessione molto ridotta, protezione dai raggi UVA e UVB e una parziale schermatura delle radiazioni infrarosse, assicurando una visione più nitida e confortevole, con un'elevata resistenza ai graffi e una superficie super-oleofobica e anti-imbrattante. Insieme, Focalis, Pupyl Scan e SKIN

**HALL 03
BOOTH L02 L10 M01**

rappresentano un approccio integrato alla visione: dalla progettazione della lente, alla misurazione, fino al trattamento antiriflesso. Tre strumenti diversi ma coordinati, pensati per supportare l'ottico in un percorso di professionalità evoluta e offrire al cliente finale un'esperienza visiva di livello superiore.



MIDO
LIVE THE WONDER
**STAND L02 L10 M01
PAD 03**



**l'antiriflesso color pelle che unisce
estetica, tecnologia e protezione**

DE RIGO VISION

DEFINED STYLES

The new collections from De Rigo Vision give voice to a mix of past and future, cutting-edge solutions and stylish details, highlighting the creative DNA of each brand.

■ At MIDO 2026, De Rigo Vision previews the main new additions to its portfolio through a clear vision of eyewear trends, as described by Enrico Furlan, Creative Director of the Group. “Eyewear is increasingly evolving from a simple accessory to an essential element, capable of defining the face and expressing personality, elegance, and style. There is growing attention towards models that combine tradition, comfort, and originality, with a return to eyewear as a distinctive ‘jewel’ of style”. “The collections”, continues Furlan, “anticipate a harmonious coexistence between oversized, sculptural shapes and more compact silhouettes inspired by the 1990s, alongside geometric frames, wraparound single-lens models, and a return to thin metal and minimalism. Clip-ons and three-piece models represent the ‘all-in-one’ trend, while lightweight materials and combinations of acetate and metal enhance aesthetics and originality. Lenses play a key role: colored, shaded, cosmetic, or with gold and silver flashes, in a palette that favors warm tones, amber,

yellow, and pastels, with references to the 70s and 80s”. This scenario includes product previews with Chopard as the absolute star. The limited edition Red Carpet, created for the 2026 Cannes Film Festival, stands out: 499 numbered pieces, 23-karat gold plating, and jewel details inspired by the Maison’s fine jewelry. Alongside it, the new rimless model from the Classic Racing line interprets sporting dynamism with bronze lenses, temples enriched with titanium inserts, and timeless technical elegance. The Group brings Lozza’s heritage to MIDO, with archive references and iconic collaborations, and the in-house brand Police, which strengthens the link between style, sustainability, and innovation in the Zac Efron x Police capsule collection, also featuring IRID® electronic lenses. The offering is completed by fashion statements such as Yalea, Philipp Plein, Roberto Cavalli, and Just Cavalli, alongside more technical and minimalist visions from Porsche Design and Rodenstock, and lifestyle proposals from Blumarine, Escada, Fila, Furla, Sting, Twinset, and Zadig&Voltaire.



Chopard by De Rigo Vision

STILI DEFINITI

Le nuove collezioni di De Rigo Vision danno voce a un mix match tra passato e futuro, soluzioni d'avanguardia e dettagli di stile, mettendo in evidenza il DNA creativo di ciascun brand.

■ In occasione di MIDO 2026, De Rigo Vision anticipa le principali novità del suo portfolio attraverso una visione chiara dei trend eyewear, raccontati da Enrico Furlan, Creative Director del Gruppo. “L’occhiale evolve sempre più da semplice accessorio a elemento imprescindibile, capace di definire il volto e raccontare personalità, eleganza e stile. Cresce l’attenzione verso modelli che uniscono tradizione, comfort e originalità, con un ritorno all’occhiale come ‘giocello’ distintivo di stile”.

HALL 01
BOOTH H08 M07 M01

“Le collezioni”, prosegue Furlan, “anticipano una convivenza armonica tra forme oversize e scultore e silhouette più compatte ispirate agli anni ‘90, accanto a montature geometriche, modelli a lente unica avvolgenti e ritorni del metallo sottile e del minimalismo. Clip-on e modelli tre pezzi rappresentano la tendenza “tutto-in-uno”, mentre materiali leggeri e accoppiamenti tra acetato e metallo esaltano estetica e originalità. Le lenti giocano un ruolo chiave: colorate, sfumate, cosmetiche o con flash oro e silver, in una palette che privilegia toni caldi, ambra, gialli e pastello, con richiami anni ‘70 e ‘80”. In questo scenario si inseriscono le anteprime prodotto con Chopard protagonista assoluto. Spicca l’edizione limitata Red Carpet, realizzata per il Festival di Cannes 2026: 499 pezzi numerati, placcatura in oro 23 carati e dettagli gioiello ispirati all’alta oreficeria della Maison. Accanto, il nuovo rimless della linea Classic Racing interpreta il dinamismo sportivo con lenti bronze, aste arricchite da inserti in titanio e un’eleganza tecnica senza tempo. Il Gruppo porta a MIDO l’heritage di Lozza, tra riferimenti d’archivio e collaborazioni iconiche, e l’in-house brand Police, che rafforza il legame tra stile, sostenibilità e innovazione nella capsule Zac Efron x Police, anche con lenti elettroniche IRID®. Completano l’offerta fashion statement come Yalea, Philipp Plein, Roberto Cavalli, Just Cavalli, accanto a visioni più tecniche e minimal di Porsche Design e Rodenstock, fino alle proposte lifestyle di Blumarine, Escada, Fila, Furla, Sting, Twinset e Zadig&Voltaire.



Just Cavalli by De Rigo Vision



Lozza by De Rigo Vision



Yalea by De Rigo Vision



Zac Efron x Police by De Rigo Vision



Roberto Cavalli by De Rigo Vision



Philipp Plein by De Rigo Vision

YALEA

BEYOND THE GLASS CEILING



Discover more

TANIA ALVAREZ
Professional Boxer

DIVEL ITALIA

ITALIAN EXCELLENCE, INTERNATIONAL VISION

Attention to detail, combined with quality-oriented production, makes Divel Italia a solid and credible brand, capable of facing the challenges of a constantly evolving market.

■ **Divel Italia** is a leading Italian company in the optics sector, recognised for its ability to combine technological know-how, production quality and international vision. For years, the brand has represented a meeting point between **innovation, reliability** and **attention** to the real **needs of opticians and wearers**. Founded on solid industrial values and in-depth expertise in the world of ophthalmic lenses, Divel has built a strong identity over time, distinguishing itself on both the domestic and global markets. While maintaining its production and strategic heart in Italy, Divel now operates through a network of offices and partners in various countries around the world, reflecting its strong international focus. Its global presence allows the company to respond quickly and effectively to the needs of local markets, offer a structured and continuous service, and guarantee uniform quality standards at an international level. This organisation allows the company to be a reliable partner for opticians, distributors and professionals in the sector, wherever they operate. At the heart of Divel's offering is a **complete range of ophthalmic lenses**, developed to meet every visual and stylistic need. The product portfolio includes: **single vision lenses** - in different indices in an infinite range; **progressive lenses** - developed with proprietary software; **latest generation photochromic lenses** - such as the latest Fotochroma S8 and **advanced treatments** - such as the brand new ARIA. Each product is the result of constant **research and development**, with the aim of improving the wearer's visual experience and simplifying the professional's work.

The Categories of Divel progressive lenses Top Custom

Includes high-end lenses such as **Eterea** and **Aliena Max**. Designed for those seeking the highest level of visual performance, they can be customised according to the frame and individual visual needs, allowing for perfect integration between aesthetic design and vision correction.

Every Day

Includes models such as **Aliena**, **A Clear** and **Easy**. Ideal for everyday use - work, study, reading and routine activities - they offer visual comfort in a variety of light and distance conditions, with well-balanced fields of vision.

Dynamic

Designed for specific needs and dynamic lifestyles, they come in a variety of styles and offer performance tailored to different daily activities: **Gemini Senior** optimised for presbyopia, **Drive** designed for driving, **Sport** ideal for physical activity and movement.

The new Fotochroma S8

The new **Fotochroma S8** photochromic lenses feature a new generation photo-reactive

finish, achieved through an advanced, high-precision spin-coated uniform centrifugal dispersion treatment. This process allows for the application of a controlled thickness coating, which is essential for ensuring optimal performance under different light conditions. The result is a lens capable of offering optimised light activation and enhanced photochromic response, with improved photoreactive response that translates into intelligent brightness variation, ensuring maximum visual comfort at all times. They are available in indices 1.50, 1.61 and 1.67 in Progressive and Single Vision versions. Filters are also available in 7 colours.

ARIA treatments

The **ARIA treatment** represents the latest frontier in optical lens finishes by Divel Italia: a solution designed to combine visual aesthetics, high performance and maximum comfort for eyeglass wearers. ARIA is the result of an advanced production process, developed using artificial intelligence to precisely calibrate each layer of the treatment in order to achieve the best balance between optical performance and aesthetic appearance.

The result is a lens with very low residual reflection, characterised by a delicate green tint that minimises unwanted reflections and ensures a more comfortable visual perception. Lenses treated with ARIA offer numerous technical advantages, including: **super anti-reflective**: minimises light reflections, improving visual clarity; **scratch resistance**: greater durability and protection of the lens surface; anti-static: effective protection against dust and particles; **hydrophobic and oleophobic**: repels water, fingerprints and dirt, making maintenance easier. In addition to the standard treatment, the family includes specific variants for particular needs:

ARIA Blue - designed to offer protection from high-energy blue light emitted by digital devices such as computers, tablets and smartphones. This treatment helps reduce visual fatigue and discomfort associated with prolonged exposure to blue light.

ARIA White - a version designed to ensure complete achromaticity and absolute transparency of the lens, optimising visual performance even in the presence of natural and artificial light reflections, particularly suitable for those who want colour neutrality and uncompromising comfort.

Divel continuously invests in **advanced production technologies, selected materials and rigorous control processes**. Innovation is not only technological, but also design-oriented: each lens is designed to offer reliable performance, immediate comfort and concrete results in everyday use.

With a forward-looking vision, the company continues to develop solutions that anticipate trends in the optical sector, always keeping the individual, vision and visual well-being at the centre. Divel Italia is not just a lens manufacturer, but a **partner** that accompanies optical professionals on their path to growth, offering expertise, innovation and a vision that looks to the future.



ECCELLENZA ITALIANA, VISIONE INTERNAZIONALE

L'attenzione ai dettagli, unita a una produzione orientata alla qualità, rende Divel Italia un marchio solido e credibile, capace di affrontare le sfide di un mercato in continua evoluzione.

■ **Divel Italia** è un'azienda italiana di riferimento nel settore dell'ottica, riconosciuta per la capacità di coniugare know-how tecnologico, qualità produttiva e visione internazionale. Da anni il marchio rappresenta un punto di incontro tra **innovazione, affidabilità e attenzione** alle reali **esigenze di ottici e portatori**. Fondata su solidi valori industriali e su una profonda competenza nel mondo delle lenti oftalmiche, Divel ha costruito nel tempo un'identità forte, capace di distinguersi sia sul mercato nazionale sia su quello globale. Pur mantenendo il proprio cuore produttivo e strategico in Italia, Divel opera oggi con una rete di sedi e partner distribuiti in diversi Paesi del mondo, a testimonianza di una vocazione fortemente internazionale. La presenza globale consente all'azienda di rispondere in modo rapido e mirato alle esigenze dei mercati locali, offrire un servizio strutturato e continuo e garantire standard qualitativi uniformi a livello internazionale. Questa organizzazione permette all'azienda di essere un interlocutore affidabile per ottici, distributori e professionisti del settore, ovunque essi operino. Il cuore dell'offerta Divel è rappresentato da una **gamma completa di lenti oftalmiche**, sviluppate per rispondere a ogni esigenza visiva e stilistica. Il portafoglio prodotti include: **lenti monofocali** - in diversi indici in una gamma infinita; **lenti progressive** - sviluppate con software di proprietà; **lenti fotocromatiche di ultima generazione** - come le ultime Fotochroma S8 e **trattamenti avanzati** - come i nuovissimi ARIA. Ogni prodotto nasce da un processo di **ricerca e sviluppo costante**, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza visiva del portatore e semplificare il lavoro del professionista.

Le categorie di lenti progressive Divel Top Custom

Include lenti di alta gamma come **Eterea** e **Aliena Max**. Progettate per chi cerca prestazioni visive ai massimi livelli, sono personalizzabili in base alla montatura e alle esigenze visive individuali, permettendo una perfetta integrazione tra design estetico e correzione della vista.

Every Day

Comprende modelli come **Aliena**, **A Clear** e **Easy**. Ideali per l'uso quotidiano - lavoro, studio, lettura



HALL 3 BOOTH C02 C10 D01 D09

e attività di routine - offrono comfort visivo in molteplici condizioni di luce e distanza, con campi di visione ben bilanciati.

Dynamic

Progettate per esigenze specifiche e stili di vita dinamici si articolano in diverse proposte e offrono prestazioni mirate alle diverse attività quotidiane: **Gemini Senior** ottimizzata per l'età presbite, **Drive** pensata per la guida, **Sport** ideale per attività fisiche e movimento.

Le nuove Fotochroma S8

Le nuove lenti fotocromatiche **Fotochroma S8** introducono una finitura fotoreattiva di nuova generazione, ottenuta grazie a un avanzato trattamento a dispersione centrifuga uniforme spin-coated ad alta precisione. Questo processo permette di applicare un rivestimento a spessore controllato, fondamentale per garantire un comportamento ottimale sotto diverse condizioni luminose. Il risultato è una lente capace di offrire un'attivazione luminosa ottimizzata e una risposta fotocromatica potenziata, con una risposta fotoreattiva migliorata che si traduce in una variazione intelligente della luminosità, assicurando sempre il massimo comfort visivo. Sono disponibili negli indici 1.50, 1.61 e 1.67 in versione Progressiva e Monofocale. Disponibili anche i filtri nelle 7 colorazioni.

I trattamenti ARIA

Il **trattamento ARIA** rappresenta l'ultima frontiera nelle finiture per lenti ottiche firmate Divel Italia: una soluzione pensata per coniugare estetica visiva, performance elevate e massimo comfort per chi porta gli occhiali. ARIA è frutto di un procedimento produttivo evoluto, sviluppato utilizzando intelligenza artificiale per calibrare con precisione ogni strato del trattamento, in modo da ottenere il miglior equilibrio tra resa ottica e aspetto estetico. Il risultato è una lente con riflesso residuo molto basso, caratterizzata da una delicata tonalità verde che minimizza i riflessi indesiderati e garantisce una percezione visiva più confortevole. Le lenti trattate con ARIA offrono numerosi vantaggi tecnici, tra cui: **super antiriflesso**: riduce al minimo le riflessioni di luce, migliorando la nitidezza visiva; **resistenza ai graffi**: maggiore durata e protezione della superficie della lente; **antistatico**: contrasto efficace contro polvere e particelle; **idrofobico e oleofobico**: respinge acqua, impronte e sporco, favorendo una manutenzione più semplice. Oltre al trattamento standard, la famiglia include varianti specifiche per esigenze particolari:

ARIA Blue - progettato per offrire protezione dalla luce blu ad alta energia, quella emessa da dispositivi digitali come computer, tablet e smartphone. Questo trattamento aiuta a ridurre l'affaticamento visivo e il disagio legato all'esposizione prolungata alla luce blu.

ARIA White - una versione studiata per garantire complete acromaticità e trasparenza assoluta della lente, ottimizzando la resa visiva anche in presenza di riflessi di luce naturale e artificiale, particolarmente indicata per chi desidera neutralità di colore e comfort senza compromessi. Divel investe continuamente in **tecnologie produttive avanzate, materiali selezionati e processi di controllo rigorosi**.

L'innovazione non è solo tecnologica, ma anche progettuale: ogni lente è pensata per offrire prestazioni affidabili, comfort immediato e risultati concreti nell'uso quotidiano. Con una visione orientata al futuro, l'azienda continua a sviluppare soluzioni che anticipano le tendenze del settore ottico, mantenendo sempre al centro la persona, la visione e il benessere visivo. Divel Italia non è solo un produttore di lenti, ma un **partner** che accompagna i professionisti dell'ottica nel loro percorso di crescita, offrendo competenza, innovazione e una visione che guarda lontano.

www.divel.it

DIVEL ITALIA®


**NUOVA FOTOCHROMA S8,
DA CHIARO A SCURO IN UN BATTITO DI CIGLIA
CI VEDIAMO A MIDO - PAD. 3 - STAND C02 C10 D01 D09**

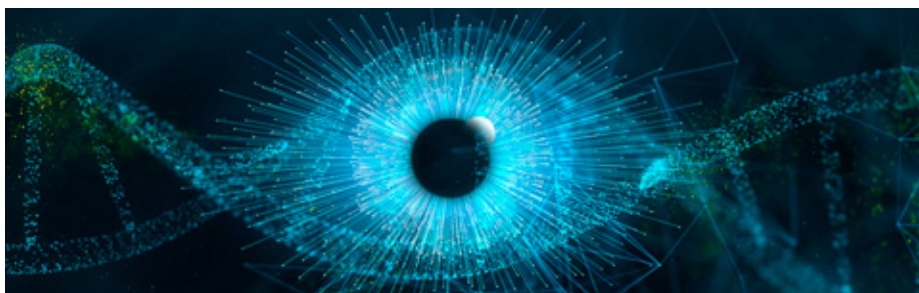
FE-GROUP

30 YEARS OF RELIABILITY, PEOPLE, AND VISION

Three decades of innovation in the service of visual health, where technology and people grow together.

■ This year, Frastema Ophthalmics Easyophth Group celebrates 30 years of activity: three decades built on **expertise, consistency, and trust**. A journey shaped by technology, certainly, but above all by **people**. At FE-Group, innovation is born from everyday experience, shared work, and a sense of responsibility toward those who care for visual health every day. Technology is a fundamental tool, but it is the human factor - listening, support, local presence, and continuous training - that gives real value to the solutions offered. **Human expertise and advanced technological innovation move forward together**, in constant balance. It is this synergy that ensures continuity, reliability, and a future-oriented vision, always keeping people at the center: those who develop the solutions and those who use them daily in clinical practice.

Expertise and technology
The growth and consolidation of FE-Group - which brings together some of the leading



brands in the optical and ophthalmic sector into a true **chain of excellence** - continue with continuity and consistency.

The FE-Group portfolio is constantly enriched with technological innovations. The exclusive distribution of selected brands, combined with dedicated assistance and training, translates into an immediate competitive advantage for customers. Guided by the principle that unity is strength, the Group enhances the identity of each brand while preserving its uniqueness, placing the brands side by side to offer a broad, differentiated, and coordinated range, with a single point of contact for the professional.

- **FRATEMA OPTHALMICS**: sales of high-end ophthalmic instruments and specialized service throughout Italy
 - **EASYOPHT**: global development, production, and sales of software and disposable products
 - **EASYLAC**: sales of specialty contact lenses and care solutions in Italy
 - **FISO - Fabbrica Italiana Strumenti Oftalmici**: design and production of refraction units and accessories
 - **KERATRON**: design and production of corneal topographers, including portable devices, with Wi-Fi connectivity and integrated smart software
- FE-Group's goal - to fully meet the needs of professionals - is today a concrete reality, resulting in **operational efficiency, product quality, and a structured, reliable service**.

30 ANNI DI AFFIDABILITÀ, PERSONE E VISIONE

Tre decenni di innovazione al servizio della salute visiva, dove tecnologia e persone crescono insieme.

■ Quest'anno Frastema Ophthalmics Easyophth Group celebra 30 anni di attività: tre decenni costruiti su **competenza, coerenza e fiducia**. Un percorso fatto di tecnologia, certo, ma soprattutto di **persone**. In FE-Group l'innovazione nasce dall'esperienza quotidiana, dal lavoro condiviso e dalla responsabilità verso chi, ogni giorno, si prende cura della salute visiva. La tecnologia è uno strumento fondamentale, ma è il fattore umano - fatto di ascolto, supporto, presenza sul territorio e formazione continua - a dare valore reale alle soluzioni proposte. **Competenza umana e innovazione tecnologica avanzano insieme**, in equilibrio

HALL 03 BOOTH C14 C20 D13

costante. È questa sinergia che garantisce continuità, affidabilità e una visione orientata al futuro, mantenendo sempre al centro le persone: chi sviluppa le soluzioni e chi le utilizza ogni giorno nella pratica clinica.

Competenza e tecnologia

La crescita e il consolidamento di FE-Group, che riunisce alcuni dei principali marchi del settore ottico e oftalmico in una vera e propria **catena di eccellenza**, proseguono con continuità e coerenza. Il portfolio si arricchisce costantemente di innovazioni tecnologiche. La distribuzione esclusiva di marchi selezionati, unita ad assistenza e formazione dedicate, si traduce in un vantaggio competitivo immediato per i clienti. Seguendo il principio che l'unione fa la forza, il Gruppo valorizza l'identità di ogni brand mantenendone la specificità, mettendo i marchi uno accanto all'altro per offrire una proposta ampia, differenziata e coordinata, con un interlocutore unico per il professionista.

- **FRATEMA OPTHALMICS**: vendita di strumenti oftalmici di alto livello e assistenza specializzata su tutto il territorio italiano
- **EASYOPHT**: sviluppo, produzione e vendita a livello globale di software e prodotti monouso
- **EASYLAC**: vendita di lenti a contatto specialistiche e liquidi di manutenzione in Italia
- **FISO - Fabbrica Italiana Strumenti Oftalmici**: progettazione e produzione di unità di rifrazione e accessori
- **KERATRON**: progettazione e produzione di topografi corneali, anche portatili, con connessione Wi-Fi e software smart integrati

L'obiettivo di FE-Group - rispondere in modo completo alle esigenze del professionista - è oggi una **realtà concreta**, che si traduce in **efficienza operativa, qualità dei prodotti e un servizio strutturato e affidabile**.

ICAS

IN SEARCH OF INNOVATION AND TRENDS

Advanced materials and product culture: the excellence of Icas drawers.

■ Since the 1960s, Icas has been a benchmark in the sector, thanks to its production of **drawers and furnishing accessories** not only for opticians, but also for pharmacies and jewellers. From the outset, the company has been recognised as embodying the values of **innovation, quality, research and sustainability**. Initially specialising in the manufacture of iron drawers with roller systems, Icas took an important evolutionary leap with the introduction of **ball bearings**, establishing itself as a leader in excellence and innovation in the sector. The next step, which further consolidated the company's role as an ambassador for sustainability values, was the use of **aluminium**, a completely recyclable material, ideal for combining **strength and manoeuvrability, solidity and lightness**. **Umberto Cabini, CEO and founding partner**, comments on this issue: *"Our company is characterised by its constant search for innovation and trends. We are the only ones to manufacture aluminium drawers. Our success stems from a solid product and design culture."*

Aluminium is a more expensive material, it's true, but we sell **quality**, and we can't do without it". The first product to introduce this material was **Optica Taxis**, still a best seller today, which continues to offer the market aluminium drawers for cassettes, envelopes and lenses. One of the highlights is the **Axon L** system, available in stainless steel and glass-coated, with a simple and original design featuring suspended drawers or distinctive elements that ensure elegance and maximum functional quality.

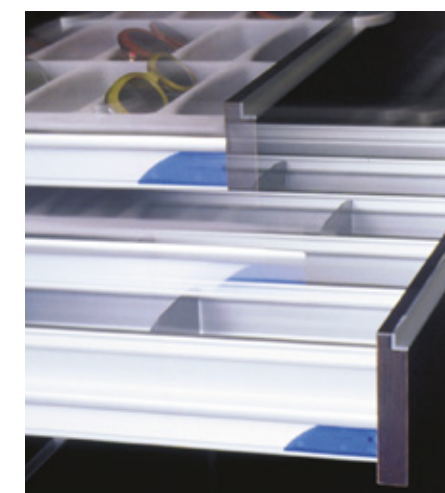
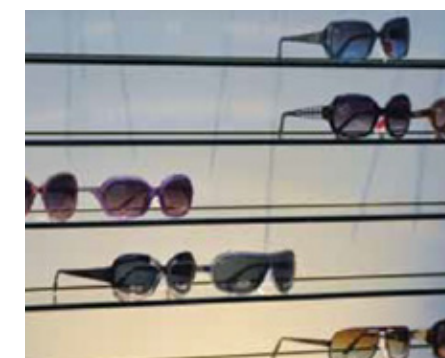


ALLA RICERCA DELL'INNOVAZIONE E DELLA TENDENZA

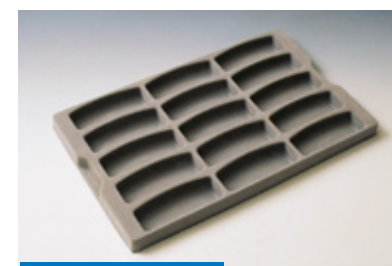
Materiali avanzati e cultura del prodotto: l'eccellenza dei cassetti Icas.

■ Fin dagli anni Sessanta, Icas rappresenta un punto di riferimento per il comparto, grazie alla produzione di **cassetti e complementi d'arredo** destinati non solo ai centri ottici, ma anche a farmacie e gioiellerie. Sin dalle origini, l'azienda è stata riconosciuta come interprete dei valori di **innovazione, qualità, ricerca e sostenibilità**. Inizialmente specializzata nella realizzazione di cassetti in ferro con sistema a rullino, Icas ha compiuto un importante salto evolutivo con l'introduzione dei **cuscini a sfera**, affermandosi come realtà d'eccellenza e innovatore del settore. Il passo successivo, che ha ulteriormente consolidato il ruolo dell'azienda come ambasciatrice dei valori della sostenibilità, è stato l'utilizzo dell'**alluminio**, materiale completamente riciclabile, ideale per coniugare **robustezza e maneggevolezza, solidità e leggerezza**. Su questo tema interviene **Umberto Cabini, CEO e socio fondatore**: *"La caratteristica della nostra azienda è ricercare costantemente innovazione e tendenza. Siamo gli unici a realizzare cassetti in alluminio. Il nostro successo nasce da una solida cultura del prodotto e del design. L'alluminio è un materiale più costoso, è vero, ma noi*

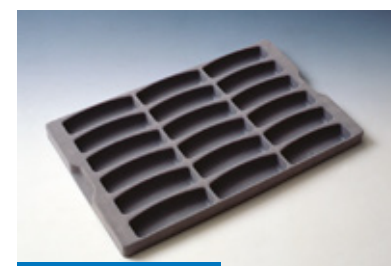
vendiamo qualità, e non possiamo farne a meno". Il primo prodotto a introdurre questo materiale è stato **Optica Taxis**, ancora oggi un best seller, che continua a proporre al mercato cassetti in alluminio dedicati a cuvette, buste e lenti. Tra i fiori all'occhiello c'è anche il sistema **Axon L**, declinato in acciaio inox e rivestito in vetro, dal design essenziale e originale con cassettiere sospese o con elementi identificativi che assicurano eleganza e massima qualità funzionale.



OPTICA CUVETTE



CUVETTE 15 SEDI (550X350X30)
Cuvette 15 places



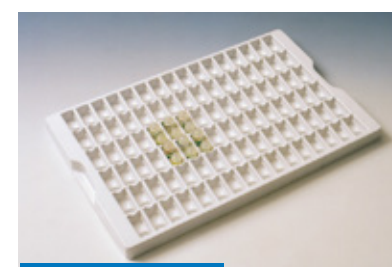
CUVETTE 18 SEDI (550X350X30)
Cuvette 18 places



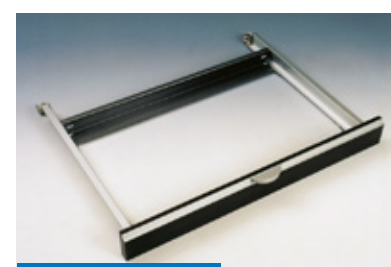
CUVETTE 21 SEDI (550X350X30)
Cuvette 21 places



CUVETTE 24 SEDI (738X350X30)
Cuvette 24 places



CUVETTE PER LENTI A CONTATTO
Cuvette for contact lens



CASSETTO PER CUVETTE
Drawer for cuvette



CASSETTO CON CUVETTE
Drawer with cuvette



CUVETTE 20 SEDI (738X350X30)
Cuvette 20 places



CASSETTO PER LENTI
Drawer for ophthalmic lens



CASSETTO PER BUSTE
Drawer for envelopes



CASSETTO CON CUVETTE L4
Drawer with cuvette L4



CASSETTO L4
Drawer L4

TI ASPETTIAMO A MIDO 2026

Ad accoglierti il nostro team di professionisti, tecnici e consulenti commerciali per presentarti da vicino le soluzioni più evolute nate per migliorare ogni dettaglio della vista.

FRATEMA
OPHTHALMICS
true innovative solutions
a brand of FE-GROUP

TECNOLOGIA, DESIGN E PRECISIONE
AL SERVIZIO DELL'INNOVAZIONE NEL SETTORE OTTICO.

31 gennaio - 2 febbraio 2026 | Fiera Milano Rho
Stand C14-C20-D13 | Pad 3

Visualizza il nostro catalogo prodotti



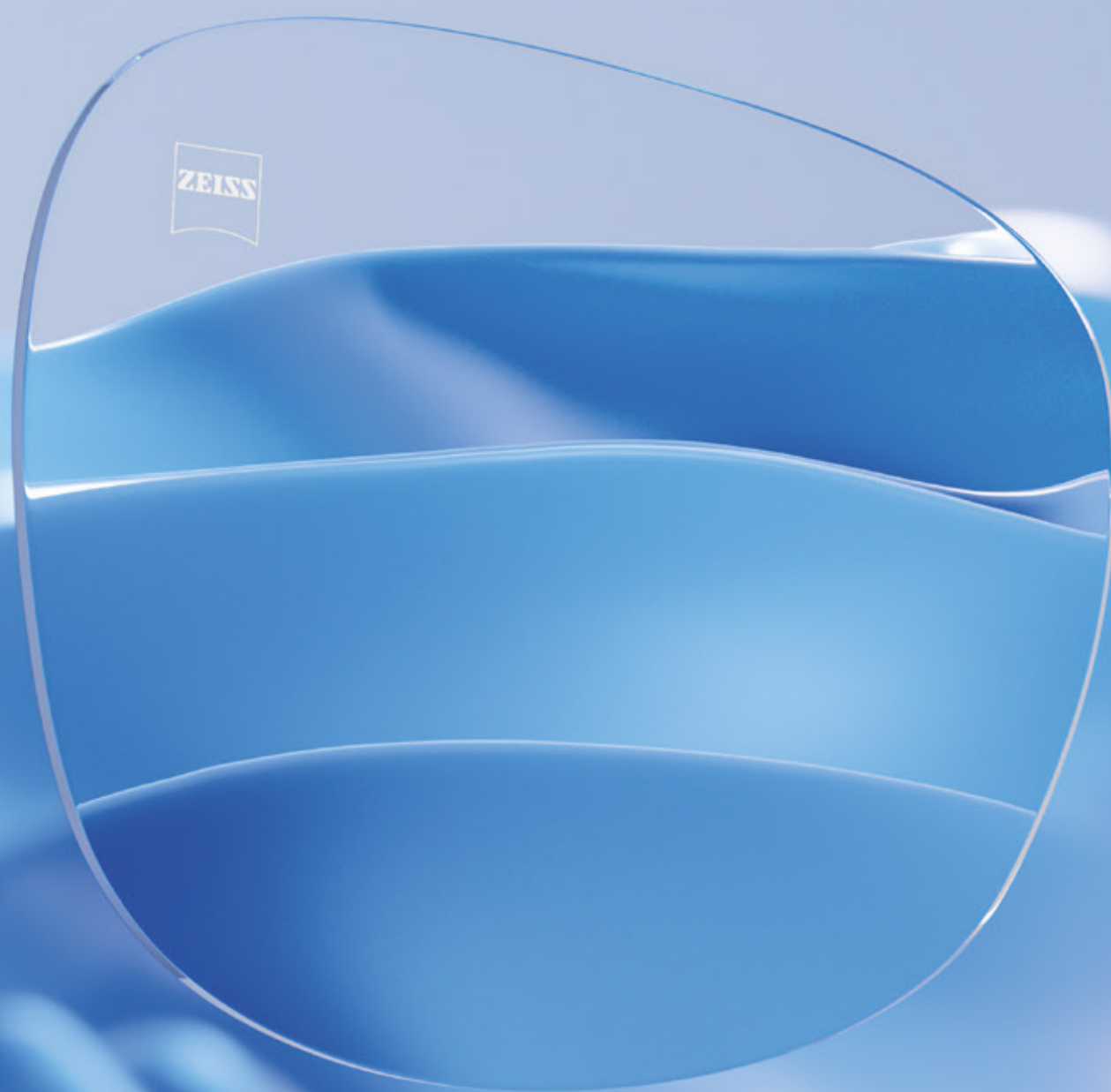
fe-group.it

ICAS

Via Martiri delle Foibe, 61 | 26010 Vaiano Cremasco (CR) | Italy
Tel. +39 0373 278045 | Fax +39 0373 278107 | comm@icas.it
www.icas.it

Vedi chiaro. Pensa chiaro.

Lenti ZEISS ClearMind



Seeing beyond

Nuove lenti ZEISS ClearMind con NeurOptix technology.

Il **91%** dei portatori
avverte un minore
carico cognitivo¹



Il **96%** dei portatori
conferma una visione
estremamente nitida²



Scopri il nuovo portafoglio ZEISS ClearMind
Padiglione 3 | Stand N02 - P09

¹ Il 91% dei portatori sperimenta un carico cognitivo inferiore rispetto a una lente standard ZEISS. Valutazione NASA-TLX del carico cognitivo percepito. Test di prestazione sulle lenti progressive ZEISS ClearMind rispetto alle lenti progressive standard ZEISS, N=32. ZEISS Vision Science Lab, Istituto di Ricerca Oftalmica, Università di Tubinga, DE 2025.

² Il 96% dei portatori conferma una visione estremamente chiara. Indagine basata sulle opinioni dei portatori di lenti ZEISS ClearMind in Germania, Italia, India e Cina (N=298, lenti monofocali, digitali e progressive), 2025, Carl Zeiss Vision International GmbH, DE (non pubblicato, dati interni, Top2boxes).

HOYA VISION CARE

VISION MEETS TECHNOLOGY

Cutting-edge technologies and new services dedicated to the growth of partner optical centres are HOYA Vision Care's core offering for the three days of MIDO.

■ At the Milan event, **HOYA Vision Care** will be shining the spotlight on its mission: **"Improve Life Through Vision"**. This principle has always guided the brand's philosophy and is reflected in the innovations presented at the fair, designed to meet the needs of a constantly evolving world.

A legacy of innovation

For over 80 years, HOYA Vision Care's Japanese tradition has driven a path of **continuous innovation**. At MIDO, this commitment takes shape in the **Sensei Innovation Center**, a space dedicated to HOYA's technology and leadership, where you can discover the latest innovations that are redefining the future of optics.

New products

HOYALUX iD MYSENSE: the first progressive lens based on Sensory Visual Intelligence. An exclusive approach that considers dynamic visual behaviour, postural variations during focusing and personal sensitivity to blurring, as well as correction needs and lifestyle. Through unprecedented

customisation, it offers natural visual comfort in every situation.

SENSITY 3: the new generation of photochromic lenses is the answer for those seeking uncompromising durability and reliability because they are "Faster. Stronger. For Longer". Fast lightening, scratch resistance and stable colours over time: HOYA photochromic lenses are now even more effective.

MIYOSMART iQ: with over 10 years of research, **HOYA** continues to be committed to combating the progression of myopia in young people, raising the standards in visual protection for the youngest members of society.

Thanks to patented D.L.M.S. technology, whose effectiveness has been recognised and proven worldwide in over 100 scientific publications, **MIYOSMART iQ**, available from 2026, with the new Triple Enhanced Design (TED), will represent the next evolution in myopia management solutions.

For **SEIKO**, precision and aesthetics are deeply rooted values. In 2026, the **SEIKO World Collection** is born: a completely new range, designed with advanced technologies that further optimise aesthetics and visual quality. With Smatrix™, the optician-optometrist guides the customer through four levels of performance and four occasions of use, for more confident and targeted advice.

Partnerships and growth

MIDO will also be the stage for initiatives dedicated to partner optical centres:

Hoya Center: "Highlight your professionalism" with training and visibility tools to grow and enhance the role of the optician-optometrist as a point of reference for visual well-being.

Seiko Vision Specialist: an exclusive programme based on uniqueness, growth and evolution, to accompany each partner in a continuous process of development and transformation.

LA VISIONE INCONTRA LA TECNOLOGIA

Tecnologie d'avanguardia e nuovi servizi dedicati alla crescita dei centri ottici partner rappresentano l'offerta centrale di HOYA Vision Care per i tre giorni di MIDO.

■ Alla kermesse milanese **HOYA Vision Care** accende i riflettori sulla propria missione: **"Improve Life Through Vision"**, migliorare la vita delle persone attraverso la visione. Un principio che guida da sempre la filosofia del brand e che si traduce nelle innovazioni presentate in fiera, pensate per rispondere alle esigenze di un mondo in costante evoluzione.

Un'eredità di innovazione

Da oltre 80 anni, la tradizione giapponese di HOYA Vision Care guida un percorso di **innovazione continua**. A MIDO, questo impegno prende forma nel **Sensei Innovation Center**, uno spazio dedicato alla tecnologia e alla leadership di HOYA, dove scoprire le novità che ridefiniscono il futuro dell'ottica.

Le novità di prodotto

HOYALUX iD MYSENSE: la prima lente progressiva basata sull'Intelligenza Visiva Sensoriale. Un approccio esclusivo che considera il comportamento visivo dinamico, le variazioni posturali durante la messa a fuoco e la sensibilità personale allo sfocamento oltre alle esigenze di correzione e lo stile di vita. Attraverso la personalizzazione senza

HALL 03
BOOTH P02 P10 R01 R09

precedenti offre comfort visivo naturale in ogni situazione. **SENSITY 3**: le lenti fotocromatiche di nuova generazione, sono la risposta a chi cerca durata e affidabilità senza compromessi perché sono "Faster. Stronger. For Longer". Velocità di schiarimento, resistenza ai graffi e colori stabili nel tempo: le lenti fotocromatiche HOYA diventano ancora più performanti. **MIYOSMART iQ**: con oltre 10 anni di ricerca, HOYA continua a impegnarsi nel contrastare la progressione della miopia nei giovani, elevando gli standard nella protezione visiva. Grazie alla tecnologia brevettata D.L.M.S., la cui efficacia è riconosciuta e dimostrata a livello mondiale da oltre 100 pubblicazioni scientifiche, **MIYOSMART iQ**, disponibile dal 2026, con il nuovo Triple Enhanced Design (TED), rappresenterà la prossima evoluzione nelle soluzioni per la gestione della miopia. Per **SEIKO** precisione ed estetica sono valori profondamente radicati. Nel 2026 nasce la **SEIKO World Collection**: la gamma completamente nuova, progettata con tecnologie evolute che ottimizzano ulteriormente estetica e qualità visiva. Con Smatrix™, l'ottico-optometrista guida il cliente attraverso quattro livelli di performance e quattro occasioni d'uso, per una consulenza più sicura e mirata.

Partnership e crescita

MIDO sarà anche il palcoscenico per le iniziative dedicate ai centri ottici partner:

Hoya Center: "Mettili in luce la tua professionalità" con strumenti di formazione e visibilità, per crescere e valorizzare il ruolo dell'ottico-optometrista come punto di riferimento per il benessere visivo.

Seiko Vision Specialist: un percorso esclusivo basato su unicITÀ, crescita, evoluzione, per accompagnare ogni partner in un processo continuo di sviluppo e trasformazione.



Vedi il mondo come mai prima.

Hoyalux iD MySense è la prima lente progressiva progettata sulla Intelligenza Visiva Sensoriale di ogni persona. Tenendo conto della sensibilità alla sfocatura, dei movimenti naturali di testa e occhi e delle variazioni posturali, offre:

- Campi visivi per vicino-intermedio ancora più ampi
- Passaggi fluidi tra le diverse distanze
- Postura naturale e spontanea durante i cambi di messa a fuoco

Con Hoyalux iD MySense proponi una tecnologia che ottimizza la performance visiva e rafforza il tuo ruolo di professionista di riferimento.



Per informazioni chiedi al tuo Responsabile Tecnico Commerciale o scrivi a hoyatiinforma@hoya.it

**Ti aspettiamo
a MIDO 2026**
Padiglione 3
Stand
P02 P10 R01 R09

HOYA

ITALIA INDEPENDENT

DISTINCTIVE
CONTEMPORARY
STYLE

Italia Independent enriches its Special collection with two new designs inspired by artisan craftsmanship and independent design.

■ For the Spring/Summer 2026 season, **Italia Independent** expands its **Special** range with two new sunglasses models that interpret the identity of the brand dedicated to independent individuals, where fashion and design merge, tradition dialogues with innovation, and creativity is expressed with respect for its roots. **Essenza**, a square-shaped women's model, and **Emozione**, an oval unisex model, embody a contemporary vision of sunglasses, where character and functionality come together in an iconic design. Both models stand out for their contemporary and distinctive shape, designed to enhance the face with bold lines and modern proportions. The structure combines acetate fronts with a full lens mask that completely covers the front, creating a compact and sophisticated aesthetic, as well as ensuring comfort and protection. The central element of the design is the embossed Italia Independent **logo**, which becomes a strong and

immediately recognisable graphic sign. Contrasting colour details further accentuate the bold character of the models, highlighting the research into materials and attention to unexpected details that have always been distinctive features of the brand. **Essenza** and **Emozione** are available in black, havana, dark red and smoke, an elegant and intense palette that allows the collection to range between different styles without sacrificing a strong identity. With these new Special S/S 26 sunglasses models, Italia Independent confirms its unconventional approach to eyewear design, putting the product at the centre, enhancing **Made in Italy**, craftsmanship and a bold and contemporary vision of style.

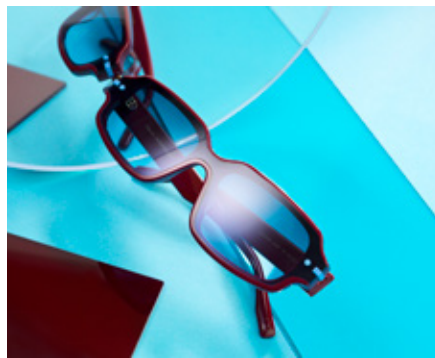
CONTEMPORANEITÀ
DISTINTIVA

Italia Independent arricchisce la collezione Special con due occhiali da sole nati sotto l'egida della cultura artigianale e del design indipendente.

■ Per la stagione Primavera/Estate 2026, **Italia Independent** amplia la propria proposta **Special** con due nuovi modelli sole che interpretano l'identità del brand dedicato a persone indipendenti, dove moda e design si fondono, la tradizione dialoga con l'innovazione e la creatività si esprime nel rispetto delle proprie radici. **Essenza**, modello femminile dalla forma squadrata, ed **Emozione**, modello unisex ovale, incarnano una visione contemporanea dell'occhiale da sole, in cui carattere e funzionalità si uniscono in una costruzione iconica. Entrambi i modelli si distinguono per una **forma contemporanea e distintiva**, progettata per valorizzare il volto attraverso linee audaci e proporzioni moderne. La struttura combina frontali in acetato con una mascherina full lens che copre interamente il frontale, creando un'estetica compatta e sofisticata, oltre a garantire comfort e protezione. Elemento centrale del design è il **logo** Italia Independent in rilievo, che diventa un segno grafico forte e immediatamente riconoscibile. I dettagli in colori a contrasto accentuano ulteriormente il carattere deciso dei modelli, evidenziando la ricerca sui materiali e l'attenzione ai particolari inaspettati, da sempre

HALL 04
BOOTH Q13 R14

tratti distintivi del brand. **Essenza** ed **Emozione** sono disponibili nelle varianti black, havana, dark red e smoke, una palette elegante e intensa che consente alla collezione di spaziare tra stili diversi senza rinunciare a un'identità forte. Con questi nuovi modelli sole Special P/E 26, Italia Independent conferma il proprio approccio non convenzionale al design eyewear, mettendo il prodotto al centro, valorizzando il **Made in Italy**, la **cura artigianale** e una **visione audace e contemporanea** dello stile.



KONTAKT LENS V.A.O.

FAITHFUL TO
ITS MISSION

In a rapidly evolving market, Kontakt Lens V.A.O. continues to focus on a clear objective: offering high-end contact lenses and developing active collaboration with opticians, which is considered strategic for the growth of the profession.

■ Founded in 1987, **Kontakt Lens V.A.O.** has established itself as one of the leading companies in the **contact lenses** sector, distinguishing itself through its focus on research and development of high-quality solutions for opticians and optometrists. The company operates with a two-pronged mission: on the one hand, to guarantee excellence in application through lenses designed to offer high performance and maximum comfort to wearers; on the other, to safeguard the professionalism of optical centres by creating exclusive brands that enhance the work of operators and support them in competing with emerging channels, including online distribution. In a constantly changing market, Kontakt Lens V.A.O. remains steadfast in its goal: to offer superior products and build an active partnership with opticians, recognised as a key element for the growth and evolution of the profession. Constant investment in



innovation and development has led to the creation of the **Only One** range, a synthesis of quality, passion and dynamism.

New additions to the range

1Day Air Vitamin
Daily disposable contact lenses made from Etafilcon, enriched with hyaluronic acid and vitamins B6, B12 and E. The advanced formula nourishes the eye structures and supports cellular metabolism in the eye, ensuring optimal hydration and lubrication throughout the day without compromising visual acuity.

ComfyArt
Made from silicone hydrogel, these lenses combine a low-modulus polymer with a hydrophilic monomer, ensuring great elasticity, superior comfort and high oxygen permeability. The solution prevents dryness and discomfort, improving tolerability and wear quality.

1Day Custom
Daily silicone hydrogel lenses designed for excellent performance. Comparative tests with market-leading products show greater user satisfaction, better visual acuity in all lighting conditions, tear film stability and optimal handling from start to finish, reducing discomfort and redness.

FEDELE ALLA
PROPRIA
MISSIONE

In un mercato in rapida evoluzione, Kontakt Lens V.A.O. continua a puntare su un obiettivo chiaro: proporre lenti a contatto di alta gamma e sviluppare con l'ottico una collaborazione attiva, considerata strategica per la crescita della professione.

■ Fondata nel 1987, **Kontakt Lens V.A.O.** si è affermata come uno dei punti di riferimento nel settore delle **lenti a contatto**, distinguendosi per un approccio orientato alla ricerca e allo sviluppo di soluzioni di alta qualità rivolte a ottici e optometristi. L'azienda opera con una missione che si muove su due direttrici: da un lato, garantire eccellenza applicativa attraverso lenti progettate per offrire performance elevate e massimo comfort ai portatori; dall'altro, salvaguardare la professionalità dei centri ottici, creando marchi esclusivi che valorizzano il lavoro degli operatori e li supportano nella

HALL 03
BOOTH D21

competizione con i canali emergenti, inclusa la distribuzione online. In un mercato in continua trasformazione, Kontakt Lens V.A.O. mantiene saldo il proprio obiettivo: offrire prodotti di livello superiore e costruire con l'ottico una partnership attiva, riconosciuta come elemento chiave per la crescita e l'evoluzione della professione. L'investimento costante in innovazione e sviluppo ha portato alla nascita della gamma **Only One**, sintesi di qualità, passione e dinamismo.

Le novità della gamma

1Day Air Vitamin
Lenti a contatto giornaliere in Etafilcon, arricchite con acido ialuronico e vitamine B6, B12 ed E. La formulazione avanzata nutre le strutture oculari e supporta il metabolismo cellulare dell'occhio, garantendo idratazione e lubrificazione ottimali per tutto il giorno, senza compromettere l'acuità visiva.

ComfyArt

Realizzate in silicone hydrogel, queste lenti combinano un polimero a basso modulo con un monomero idrofilo, assicurando grande elasticità, comfort superiore ed elevata permeabilità all'ossigeno. La soluzione previene secchezza e fastidi, migliorando la tollerabilità e la qualità del porto.

1Day Custom

Lenti giornaliere in silicone hydrogel progettate per prestazioni eccellenti. Test comparativi con prodotti leader di mercato mostrano maggiore soddisfazione degli utenti, migliore acuità visiva in tutte le condizioni di illuminazione, stabilità del film lacrimale e maneggevolezza ottimale dall'inizio alla fine del porto, riducendo fastidi e rossori.

THE INDEPENDENTS



COME SEE US AT MIDO
Hall 4, Booth Q13-R14

ITALIAINDEPENDENT.COM



ITALIA INDEPENDENT



Only One®

Occhio
al benessere
visivoComfort, idratazione
e innovazione:

la nostra gamma di lenti a contatto giornaliere è progettata per rispondere a ogni esigenza visiva.

1 Day Air Vitamin

Idratazione profonda con acido ialuronico e vitamine per occhi freschi tutto il giorno.

1 Day Custom

La migliore lente in silicone hydrogel, per un'esperienza di visione superiore.

1 Day ComfyArt

La lente che si prende cura di te. Idrata, protegge e respira insieme ai tuoi occhi, ogni giorno per tutto il giorno.



ITAL-LENTI

A VISION THAT EVOLVES OVER TIME

For Ital-Lenti, a lens is never just a lens, but a conscious choice for visual well-being today and tomorrow.

■ Ital-Lenti, Italian excellence in ophthalmic optics for over seventy years, was founded and grew in the province of Belluno, in the heart of the eyewear district. A journey built over time, combining technical expertise, industrial vision and constant attention to people's needs, giving shape to a solid and consistent identity, capable of evolving without losing its values.

Innovation has always been a central element of the company's DNA
In Ital-Lenti's laboratories, the latest technology and artisan know-how coexist synergistically, allowing the creation of high-performance, precise and customised lenses. Every process is carefully monitored, every order is treated as a unique project, subjected to rigorous checks and attention to detail that has a real impact on the quality of the final result.

Alongside the product, service plays a strategic role

Efficient logistics, fast delivery times, qualified technical support and ever-present customer care enable Ital-Lenti to establish solid relationships with opticians, based on trust, listening and collaboration. Not just simple supplies, but professional partnerships geared towards mutual growth. This philosophy translates into a wide and structured offering, which includes advanced and customisable lens geometries, protective materials, reliable treatments, solutions dedicated to children and myopia management. Each product is the result of analysing market needs and the ability to transform them into concrete, scientifically based solutions, thanks to the use of free-form technologies and advanced treatments.

Growth also comes from sharing expertise

With the **Ital-Lenti Academy**, the company supports opticians in a process of continuous training, consisting of updates, discussion and tools designed to enhance the professionalism of the point of sale and stand out in an increasingly competitive environment. This vision is complemented by a focus on sustainability, understood as concrete responsibility towards the environment and the local area. Optimised processes, waste reduction and conscious production choices are part of a future-oriented business approach.

It is with this vision that Ital-Lenti confirms its participation at MIDO 2026

At its booth, the company will meet opticians and vision professionals to share projects, ideas and new solutions, also presenting the evolution of the **Myopica** lens, dedicated to the management of myopia and the result of research, clinical listening and technological development. An opportunity to discover how a vision built over time continues to evolve.

UNA VISIONE CHE EVOLVE NEL TEMPO

Per Ital-Lenti, una lente non è mai solo una lente, ma una scelta consapevole per il benessere visivo di oggi e di domani.

■ Ital-Lenti, eccellenza italiana nell'ottica oftalmica da oltre settant'anni, nasce e cresce in provincia di Belluno, nel cuore del distretto dell'occhialeria. Un percorso costruito nel tempo, che unisce competenza tecnica, visione industriale e attenzione costante alle esigenze delle persone, dando forma a un'identità solida e coerente, capace di evolversi senza perdere i propri valori.

L'innovazione rappresenta da sempre un elemento centrale del DNA aziendale

Nei laboratori Ital-Lenti, tecnologie di ultima generazione e know-how artigianale convivono in modo sinergico, permettendo la realizzazione di lenti altamente performanti, precise e personalizzate. Ogni lavorazione è seguita con cura, ogni ordine è gestito come un progetto unico, sottoposto a controlli rigorosi e a un'attenzione al dettaglio che incide concretamente sulla qualità del risultato finale.

Accanto al prodotto, il servizio riveste un ruolo strategico

Logistica efficiente, tempi di consegna rapidi, supporto tecnico qualificato e un customer care sempre presente consentono a Ital-Lenti di instaurare relazioni solide con gli ottici, fondate su fiducia, ascolto e collaborazione. Non semplici forniture, ma partnership professionali orientate alla crescita reciproca. Questa filosofia si traduce in un'offerta ampia e strutturata, che comprende geometrie di lenti evolute e personalizzabili, materiali protettivi, trattamenti affidabili, soluzioni dedicate al mondo infantile e alla gestione della miopia. Ogni prodotto nasce dall'analisi delle esigenze del mercato e dalla capacità di trasformarle in soluzioni concrete, scientificamente fondate, grazie all'impiego di tecnologie free-form e trattamenti avanzati.

La crescita passa anche dalla condivisione delle competenze

Con l'**Academy Ital-Lenti**, l'azienda affianca gli ottici in un percorso di formazione continua, fatto di aggiornamenti, confronto e strumenti pensati per valorizzare la professionalità del punto vendita e distinguersi in un contesto sempre più competitivo. Completa questa visione l'attenzione alla sostenibilità, intesa come responsabilità concreta verso l'ambiente e il territorio. Processi ottimizzati, riduzione degli sprechi e scelte produttive consapevoli fanno parte di un approccio imprenditoriale orientato al futuro.

È con questa visione che Ital-Lenti conferma la propria partecipazione a MIDO 2026

Presso il proprio stand, l'azienda incontrerà ottici e professionisti della visione per condividere progetti, idee e nuove soluzioni, presentando anche l'evoluzione della lente **Myopica**, dedicata alla gestione della miopia e frutto di ricerca, ascolto clinico e sviluppo tecnologico. Un'occasione per scoprire come una visione costruita nel tempo continui a evolversi.

**HALL 03
BOOTH N14 N22 P13 P21**



Lente per la gestione della progressione miopica

Pensata per accompagnare la visione in età evolutiva, MYOPICA impiega la tecnologia Perifocale per rispondere in modo mirato alla progressione miopica.

Una soluzione ottica avanzata, sviluppata per offrire continuità ed efficacia nel tempo, in risposta alle esigenze visive di bambini e adolescenti.

MYOPICA

LA SCELTA GIUSTA OGGI,
PER COSTRUIRE IL DOMANI

ITAL-LENTI
LENTI DA VISTA ITALIANE

www.itallenti.com



MIDO - Milano - 31.01/02.02.2026
Pad. 3 - Stand N14 N22 P13 P 21

JULBO

WHEN PERFORMANCE MEETS PRECISION

At MIDO, Julbo is showcasing its RX LAB system for creating prescription lenses for sports, its entire range of compatible models and the new additions to its eyewear collection. The company's presence at the show confirms its commitment to integrating technology, design and functionality in premium optics.

■ RX Lab: tailor-made solutions for sports vision

For over twenty years, Julbo has been developing products for athletes who need vision correction. With **RX Lab**, all of the brand's lenses - **Reactiv** photochromic, **Spectron** polycarbonate and **Spectron HD** - can be made to prescription, offering sharpness, protection and high optical quality. The entire production process takes place in the **Longchaumois** laboratories, where an in-house team of qualified opticians guarantees total control, fast delivery (7 working days) and precision. The result is comfortable and stable vision in all disciplines: cycling, trail running, mountaineering and water sports. Alongside prescription lenses, Julbo offers **RX Clip**, an interchangeable and reusable optical clip that is also compatible with ski goggles. The range is expanding with two new models: one dedicated to frames with 3D FIT Nose and one designed for the cylindrical lenses of the latest sports eyewear such as Intensity, Frequency and Density.

The 2026 collection introduces three new products compatible with RX Lab and RX Clip:

- **Faster L** is a 23-gram frameless spherical single lens with a panoramic design for medium to large faces.
- **Faster M** echoes its design and technical solutions in a more compact version for small, feminine faces.
- **Liry**, with a half-frame front and suspended lenses, prioritizes ventilation, field of vision and lightness.

Julbo sunglasses lenses

Three families are available, all of which can be made to prescription depending on the frame:

- **Reactiv**, photochromic lenses in NXT, guarantee automatic adaptation to light, lightness and durability, with Polarised, Glare Control, Light Amplifier and High Contrast variants.
- **Spectron**, made from polycarbonate, provide UV protection, impact resistance and filters from 0 to 4 with flash or polarised treatments.
- **Spectron HD** offer superior definition, with optimised contrast and colour rendering.

The new eyewear collection

Alongside its sports range, Julbo is expanding its eyewear collection, which is divided into four lines - **Pure**, **Life**, **Jneration** and **Little Heroes** - with models that bring the brand's technical identity to everyday life. In the Pure line, the Elementa series introduces a model with an injected Rilsan® G850 front and flexible titanium temples, with thin tips that remain comfortable under a helmet or hearing aids. For the Life line, the new Crossline reinterprets the combination frame in a sporty-urban key: upper part in Rilsan® G850, metal rims and hinge with screw and nut for precise and lasting adjustments. The Jneration line, dedicated to younger people, welcomes **Elementa JR**, a junior version of the adult model, which is lightweight and durable. The range is completed by Little Heroes, designed for children, with a focus on comfort, durability and ease of use.

For further information:

Stefano Cronst
Julbo Country Manager Italia
Stefano.c@julbo.ch
www.julbo.com

QUANDO LA PERFORMANCE INCONTRA LA PRECISIONE

A MIDO Julbo mette in primo piano il sistema RX LAB per la realizzazione di lenti graduate dedicate allo sport, l'intera gamma di modelli compatibili e le nuove proposte della collezione vista. La presenza al salone conferma la volontà dell'azienda di integrare tecnologia, design e funzionalità in un'ottica premium.

■ RX Lab: soluzione su misura per la visione sportiva

Da oltre vent'anni Julbo sviluppa prodotti per atleti che necessitano di correzione visiva. Con **RX Lab**, tutte le lenti del brand - fotocromatiche **Reactiv**, polycarbonato **Spectron** e **Spectron HD** - possono essere realizzate con prescrizione, offrendo nitidezza, protezione e qualità ottica elevata. L'intero processo produttivo avviene nei laboratori di **Longchaumois**, dove un team interno di ottici qualificati garantisce controllo totale, rapidità di consegna (7 giorni lavorativi) e precisione. Il risultato è una visione confortevole e stabile in tutte le discipline: ciclismo, trail running, alpinismo, sport d'acqua. Accanto alle lenti graduate, Julbo propone **RX Clip**, clip ottica intercambiabile e riutilizzabile, compatibile anche con le maschere da sci. La gamma si amplia con due nuovi modelli: uno dedicato alle montature con 3D FIT Nose e uno pensato per le lenti cilindriche dei più recenti occhiali sportivi come Intensity, Frequency e Density. La collezione 2026 introduce tre novità compatibili con RX Lab e RX Clip: • **Faster L** è una monolente sferica frameless da 23 grammi, con design panoramico per volti medio-ampi.

HALL 02 BOOTH K63 K67

- **Faster M** ne riprende impostazione e soluzioni tecniche, in una versione più compatta per visi piccoli e femminili.
- **Liry**, con frontale half-frame e lenti sospese, privilegia ventilazione, campo visivo e leggerezza.

Le lenti da sole Julbo

Tre le famiglie disponibili, tutte realizzabili con prescrizione in base alla montatura:

- **Reactiv**, fotocromatiche in NXT, garantiscono adattamento automatico alla luce, leggerezza e durata nel tempo, con varianti Polarized, Glare Control, Light Amplifier e High Contrast.
- **Spectron**, in polycarbonato, assicurano protezione UV, resistenza agli urti e filtri da 0 a 4 con trattamenti flash o polarizzati.
- **Spectron HD** offrono una definizione superiore, con contrasto e resa cromatica ottimizzati.

La nuova collezione vista

Parallelamente all'offerta sportiva, Julbo amplia la collezione di occhiali da vista, articolata in quattro linee - **Pure**, **Life**, **Jneration** e **Little Heroes** - con modelli che trasferiscono nel quotidiano l'identità tecnica del marchio. Nella linea Pure, la serie Elementa introduce un modello con frontale in Rilsan® G850 iniettato e aste in titanio flessibile, con terminali sottili che restano confortevoli sotto casco o apparecchi acustici. Per la linea Life, i nuovi Crossline reinterpretano la montatura combinata in chiave sportivo-urbana: parte superiore in Rilsan® G850, cerchi in metallo e cerniera con vite e dado per regolazioni precise e durature. La linea Jneration, dedicata ai più giovani, accoglie **Elementa JR**, versione junior del modello adulto, leggera e resistente. Completa l'offerta Little Heroes, pensata per i più piccoli, con attenzione a comfort, resistenza e facilità d'uso.

Per maggiori informazioni:

Stefano Cronst
Julbo Country Manager Italia
Stefano.c@julbo.ch
www.julbo.com



@Cedric_Manoukian



@Cedric_Manoukian



FROM SHADE TO LIGHT



R'EACTION
 PHOTOCHROMIC TECHNOLOGY

Tecnologia delle lenti adattive per una visione perfetta in ogni condizione di luce.

Julbo®

KADOR

HANDCRAFTED LUXURY

Memory, territory and design vision come together in the OTH capsule collection, designed by Enzo Supracolle, creative director at Kador. Unique and timeless, it is an expression of his personal vision and creative language.

■ Italian eyewear manufacturer Kador brings its new **OTH capsule collection** to MIDO, the result of **Enzo Supracolle's** creativity and passion for **Cadore**. Crafted by the Maison's skilled artisans, the collection stands out for its exclusive details and refined workmanship, the result of a tradition that combines **technique, passion and meticulous care**. Enzo Supracolle brings his **creative mindset** to this process: transforming intuition into form, giving substance to emotion and blending history with contemporary design. *"OTH is not just a collection, but a way of interpreting luxury as authenticity and awareness of the value of time. Wearing an OTH model means choosing an object that reflects your identity, without ostentation, celebrating the excellence of craftsmanship and the beauty of experience"*, says Enzo Supracolle.

OTH stands for *"Over the Hill"*, the English translation of the surname *"Supracolle"*, and the collection includes sunglasses and eyeglasses made from Mazzucchelli acetate and precious metals. The eloquent lines, fine materials, unique choices and characteristic details emerge from the dialogue between Enzo Supracolle's personal journey and the environment that shaped him: the echo of the forests, the tranquillity of the lakes, the majesty of the Dolomites, transformed into a beautiful and unique aesthetic language. The colour palette, ranging from classic black and crystal to popular contemporary variations of dark blue and burgundy, further enhances the feeling of luxury and discreet charm inherent in each model. *"Design is a slow emergence of the soul: each project is a fragment of life shaped into a form, a bridge between memory, territory and vision. OTH is the purest expression of this..."*, concludes Supracolle.

For further information: www.kador.it

ENZO SOPRACOLLE: A HISTORY OF DESIGN
Born in 1962 in Pozzale, **Enzo Supracolle** grew up among the mountains of **Cadore**, the Northern Italian region that has long preserved the tradition of eyewear craftsmanship. It is here that, from a young age, he discovered a craft destined to become his life's path. After his early career in the family business and his experience as a sales agent, his creative talent led him to design iconic collections for some of the world's most prestigious international fashion houses, establishing himself as a leading figure in eyewear design. Nowadays he is the **Creative Director of Kador**.

LUSSO ARTIGIANALE

Memoria, territorio e visione del design si incontrano nella capsule collection OTH, progettata da Enzo Supracolle, direttore creativo di Kador. Un progetto unico e senza tempo, espressione della sua visione personale e del suo linguaggio creativo.

■ Il produttore italiano di occhiali Kador porta a MIDO la nuova **capsule collection OTH**, frutto della creatività di **Enzo Supracolle** e della sua passione per il Cadore. Realizzata dagli artigiani qualificati della Maison, la collezione si distingue per i dettagli esclusivi e la lavorazione raffinata, risultato di una tradizione che unisce **tecnica, passione e cura meticolosa**. Enzo Supracolle apporta a questo processo la sua **mentalità creativa**: trasformare l'intuizione in forma, dare sostanza all'emozione e fondere la storia con il design contemporaneo. *"OTH non è solo una collezione, ma un modo di interpretare il lusso come autenticità e consapevolezza del valore del tempo. Indossare un modello OTH significa scegliere un oggetto che riflette la propria identità, senza ostentazione, celebrando l'eccellenza dell'artigianato e la bellezza dell'esperienza"*, afferma Enzo Supracolle. OTH è l'acronimo di *"Over the Hill"*, traduzione inglese del cognome *"Supracolle"* e la collezione comprende modelli da sole e da vista, realizzati in acetato Mazzucchelli e

HALL 04 BOOTH M25 M29 N26 N30

metalli pregiati. Le linee eloquenti, i materiali pregiati, le scelte particolari e i dettagli caratteristici emergono dal dialogo tra il percorso personale di Enzo Supracolle e l'ambiente che lo ha plasmato: l'eco delle foreste, la quiete dei laghi, la maestosità delle Dolomiti, trasformati in un linguaggio estetico bello e unico. La palette di colori, che spazia dal classico nero e cristallo alle popolari varianti contemporanee del blu scuro e del bordeaux, esalta ulteriormente la sensazione di lusso e il fascino discreto intrinseci in ogni modello. *"Il design è una lenta emersione dell'anima: ogni progetto è un frammento di vita plasmato in una forma, un ponte tra memoria, territorio e visione. OTH ne è l'espressione più pura..."*, conclude Supracolle.

Per maggiori informazioni:
www.kador.it

ENZO SOPRACOLLE: UNA STORIA DI DESIGN

Nato nel 1962 a Pozzale, **Enzo Supracolle** è cresciuto tra le montagne del **Cadore**, la regione del Nord Italia che da tempo conserva la tradizione dell'artigianato ottico. È qui che, fin da giovane, ha scoperto un mestiere destinato a diventare il percorso della sua vita. Dopo i primi passi nell'azienda di famiglia e l'esperienza come agente di vendita, il suo talento creativo lo ha portato a disegnare collezioni iconiche per alcune delle più prestigiose case di moda internazionali, affermandosi come figura di spicco nel design dell'occhialeria. Attualmente è il **Direttore Creativo di Kador**.



mod. *Onda* nr.1

MIDO
Hall 4P
Stand M25



Designed by **ENZO**

KEY OPTICAL EUROPE

AESTHETIC
RESEARCH,
INTEGRATED
VISION

Distinctive collections and digital services are a winning combination for the company, which stands out for its ability to implement targeted strategies to promote independent opticians.

■ Key Optical Europe confirms at MIDO its role as a leading partner in the contemporary eyewear landscape, unveiling the new collections of its brands and an integrated strategy that combines product development, line positioning and high value-added B2B services. Supporting this vision, Key Optical Europe continues to invest in the **KOE Partner** platform: a **dedicated B2B area** on the company website that allows opticians to browse catalogues, check real-time model availability, and place orders quickly and easily. A tool designed to support the optician's day-to-day work, improve stock management and optimize replenishment times. As for the latest brand news, **sabrinarégéturo eyewear** reinforces its identity for the new season as essential Made in Italy style. The new optical and sun collection stands out for balanced shapes, sculpted volumes, and a measured color palette, resulting in a coherent, recognizable premium offering. Eyewear conceived for those who seek personality without excess, meticulous attention to detail, and uncompromising quality. A non-conventional spirit defines **Alessia Alizé**, presenting a collection with an experimental, techno, no-gender DNA. Eco-sustainable acetates, three-dimensional temples Made in France, crafted metals, and details inspired by futuristic aesthetics turn each style into a true creative manifesto - designed for those who want to stand out through pieces with strong identity content. The new **Naf Naf** optical and sun eyewear collection brings to MIDO a



fresh language inspired by fashion and a Parisian chic allure. Retro references, bright colors, and soft vintage shapes create dynamic, versatile proposals, designed to accompany women with ease and lightness in everyday life. The men's fashion luxury segment is represented by **Les Hommes** with two complementary lines: **Black Label** embodies the brand's most sophisticated soul, with sartorial design eyewear built on clean lines, sculpted volumes, and Made in Italy acetates. **White Label**, on the other hand, interprets a more graphic vision with acetate frames featuring bold volumes, color contrasts, and a language influenced by streetwear energy. With strong visual impact, it is conceived as the entry point into the Les Hommes universe. Completing Key Optical Europe's offering is **Forever**, an accessible and reliable brand built on the balance between quality, comfort, and design. The iconic lines are enriched with new shapes and style updates that reinterpret best sellers, maintaining a cross-cutting language capable of meeting diverse targets and needs. With a structured brand portfolio, an increasingly efficient digital service through KOE Partner, and ongoing investment in strengthening the sales network with new agents, Key Optical Europe reiterates at MIDO a clear vision: to innovate while respecting tradition, placing the independent optician at the center as a strategic partner.

RICERCA
ESTETICA,
VISIONE
INTEGRATA

Collezioni dal carattere distintivo e servizi digitali sono il connubio vincente per l'azienda che si distingue per la sua capacità di mettere in atto strategie mirate per valorizzare l'ottico indipendente.

■ Key Optical Europe conferma a MIDO il proprio ruolo di partner di riferimento nel panorama dell'occhialeria contemporanea, presentando le nuove collezioni dei suoi brand e una strategia integrata che unisce sviluppo prodotto, posizionamento delle linee e servizi B2B ad alto valore aggiunto. A supporto di questa visione, Key Optical Europe continua a investire nella piattaforma **KOE partner: area riservata B2B** sul sito aziendale che consente agli ottici di consultare i cataloghi, verificare in tempo reale la disponibilità dei modelli ed effettuare ordini in modo semplice e immediato. Uno strumento progettato

HALL 04
BOOTH M04 M10

per accompagnare il lavoro quotidiano dell'ottico, migliorare la gestione degli stock e ottimizzare i tempi di riassortimento. Per quanto riguarda invece le novità dei vari brand, **sabrinarégéturo eyewear** rafforza per la nuova stagione la propria identità di stile essenziale Made in Italy. La nuova collezione vista e sole si distingue per forme equilibrate, volumi scolpiti e una palette cromatica misurata, dando vita a un'offerta premium coerente e riconoscibile. Un eyewear pensato per un pubblico che ricerca personalità senza eccessi, attenzione al dettaglio e qualità senza compromessi. Spirito non convenzionale per **Alessia Alizé**, che presenta una collezione dal DNA sperimentale, techno e no gender. Acetati ecosostenibili, aste tridimensionali Made in France, metalli lavorati e dettagli ispirati a un'estetica futuristica rendono ogni modello un vero manifesto creativo, pensato per chi desidera distinguersi attraverso proposte ad alto contenuto identitario. La nuova collezione vista e sole eyewear di **Naf Naf** porta a MIDO un linguaggio fresco, ispirato al mondo fashion e all'allure parisian chic. Richiami rétro, colori luminosi e forme soft vintage danno vita a proposte dinamiche e versatili, pensate per accompagnare la donna con naturalezza e leggerezza nella sua quotidianità. Il segmento fashion luxury maschile è rappresentato da **Les Hommes** con due linee complementari: **Black Label** rappresenta l'anima più sofisticata del brand, con occhiali dal design sartoriale, costruiti su linee pure, volumi scolpiti e acetati Made in Italy. **White Label** interpreta invece la visione più grafica con montature in acetato dai volumi marcati, contrasti cromatici e un linguaggio influenzato dall'energia streetwear: dal grande impatto visivo è pensata come entry point nell'universo Les Hommes. Completa l'offerta Key Optical Europe, il brand **Forever**, accessibile e affidabile, costruito sull'equilibrio tra qualità, comfort e design. Le linee iconiche si arricchiscono di nuove forme e aggiornamenti stilistici che reinterpretano i best seller, mantenendo un linguaggio trasversale capace di rispondere a target ed esigenze diverse. Con un portfolio brand articolato, il servizio digitale KOE Partner sempre più efficiente e un investimento costante sul rafforzamento della rete vendita con nuovi agenti, Key Optical Europe ribadisce a MIDO una visione chiara: innovare nel rispetto della tradizione, mettendo al centro l'ottico indipendente come partner strategico.

KOE
KEY OPTICAL EUROPE

Scopri le nuove collezioni



MIDO

31 Gen > 2 Feb
2026Stand M04-M10
Hall 4

Visita il sito



keyopticaleurope.com

MOREL

UNIQUE DUALITIES

The French Maison celebrates creative freedom with Enigma, a special edition that epitomises its craftsmanship.

■ With its new special edition Enigma, Morel opens the doors to a dreamlike universe where fantasy and reality blend, where colors intensify to the point of saturation, where every element seems to come alive. In this vibrant world, flowers turn into eyes, birds gaze toward the horizon, architecture begins to move. Beauty is exalted, nature becomes extravagant, and everything transforms into a whimsical, almost hypnotic spectacle. Conceived as an endless exploration, **Enigma embraces absolute creative freedom.** The frames unfold through an electrifying, daring, vibrant palette where each model stands out with a unique **two-tone combination**. This contrast embodies the delicate boundary between imagination and reality, two worlds that brush against each other, intertwine, and merge. Beyond the concept, Enigma carries the signature Morel expertise: **mastered comfort, designed for intuitive wear; exclusive technology** with the patented hinge; **flawless finishes** with millimetric precision and a **subtle blend** of eyewear innovation and artistic expression.

Each frame becomes an enigma: intriguing, captivating, almost magnetic. It draws the eye without ever revealing everything, echoing a hidden secret that feeds the imagination. Enigma questions, amazes, surprises. Wearing Enigma means owning who you are, embracing bold eccentricity, revealing your personality while keeping a touch of mystery. One frame, one personality, one unique gaze that becomes a language.

DUALISMI UNICI

La Maison francese celebra la libertà creativa con Enigma, un'edizione speciale summa della sua artigianalità.

■ Con la nuova edizione speciale **Enigma**, Morel apre le porte a un universo onirico in cui fantasia e realtà si fondono, i colori si intensificano fino alla saturazione e ogni elemento sembra prendere vita. In questo mondo vibrante, i fiori si trasformano in occhi, gli uccelli scrutano l'orizzonte e l'architettura si anima. La bellezza si amplifica, la natura diventa stravagante e tutto si trasforma in uno spettacolo quasi ipnotico. Concepita come un'esplorazione senza fine, **Enigma celebra la libertà creativa assoluta.** Le montature si rivelano attraverso una palette elettrizzante, audace e vibrante, in cui ogni modello si distingue per una **combinazione bicolore** unica. Questo contrasto incarna il sottile confine

tra immaginazione e realtà: due mondi che si sfiorano, si intrecciano e si fondono. La trasparenza degli acetati amplifica la sensazione di leggerezza, evocando il momento sospeso tra il sonno e il risveglio, mentre i colori pieni fungono da ancora, radicando il design nel tangibile. Oltre il concetto, Enigma racchiude tutta l'esperienza Morel: **comfort impeccabile, design intuitivo, tecnologia esclusiva** con cerniera brevettata, **finiture precise** al millimetro e un **raffinato equilibrio** tra innovazione nell'occhialeria ed espressione artistica. Ogni montatura

HALL 04
BOOTH R19 R23 S20 S22

diventa un enigma: intrigante, accattivante, quasi magnetica. Attira lo sguardo senza mai svelare tutto, echeggiando un segreto nascosto che alimenta l'immaginazione. Enigma interroga, stupisce, sorprende. Indossarla significa affermare sé stessi, abbracciare un'eccentricità audace, rivelare la propria personalità conservando un tocco di mistero. Una montatura, una personalità, uno sguardo unico che si fa linguaggio.

R.O.M. | OCULUS

IMMERSE YOURSELF IN THE FUTURE OF EYE CARE

Oculus technology transforms eye care into a journey, and MIDO is the perfect opportunity to experience it to the fullest.

■ The Oculus booth at MIDO Hall 3 Booth G24 is a truly **immersive experience** in the fascinating world of innovative eye care. In the exhibition space, you can explore the latest advances in ophthalmic technology and test Oculus equipment, which simplifies refraction and screening workflows, delivering reliable results to customers. According to the company, a visit to the stand opens up *"possibilities as vast as the ocean!"*. The invitation is clear: *"Be ahead of the curve in refraction and myopia management"*, suggest the company experts. *"Swim in the proven waters of tear film analysis and dry eye management; dive beneath the surface and visualise corneal structures like never before"*. Whether you want to upgrade your practice with state-of-the-art equipment or discover new possibilities



in refraction diagnostics and screening, the company's team is ready to guide you every step of the way. A visit at the booth is a real exploration into the future of eye health!

in grado di semplificare i flussi di lavoro nella refrazione e nello screening, offrendo risultati affidabili ai clienti. Secondo l'azienda, una visita allo stand apre *"possibilità vaste come un oceano!"*. L'invito è chiaro: *"Sii avanti"*

IMMERSIONE NEL FUTURO DELLA CURA DEGLI OCCHI

La tecnologia Oculus trasforma la cura degli occhi in un percorso e MIDO è l'occasione per viverlo appieno.

■ Lo stand Oculus a MIDO Padiglione 3 Stand G24 è una vera **esperienza immersiva** nell'affascinante mondo della cura innovativa degli occhi. Nello spazio espositivo è possibile esplorare gli ultimi progressi nella tecnologia oftalmica e testare la strumentazione Oculus,

HALL 03
BOOTH G24

di una *lunghezza d'onda nella gestione della refrazione e della miopia"*, suggeriscono gli esperti dell'azienda. *"Nuota nelle acque collaudate dell'analisi del film lacrimale e della gestione dell'occhio secco; immergiti sotto la superficie e visualizza le strutture corneali come mai prima d'ora"*. Sia che si voglia migliorare lo studio con attrezzature all'avanguardia o scoprire nuove possibilità nella diagnostica di refrazione e screening, il team dell'azienda è pronto a guidare in ogni profondità del percorso. Una visita allo stand rappresenta una vera e propria esplorazione nel futuro della salute degli occhi!

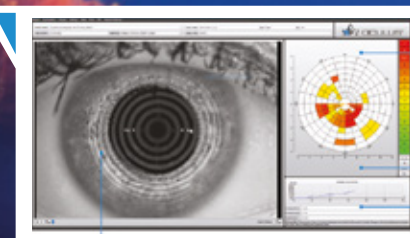


MOREL
LUNETIER FRANÇAIS DEPUIS 1880

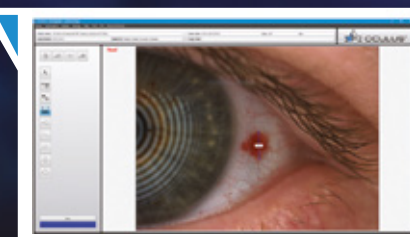
Keratograph 5M

Topografia e Screening Secchezza Oculare

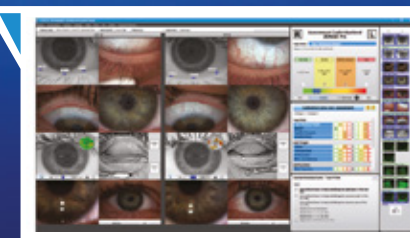
OCULUS



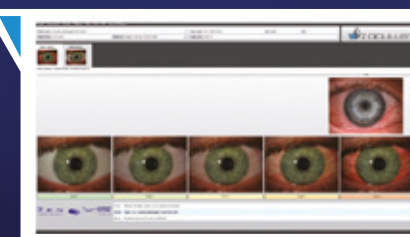
› Analisi e scansione del film lacrimale



› Valutazione del tempo di rottura e dello strato lipidico del film lacrimale



› Report dell'analisi della secchezza oculare



› Valutazione e classificazione automatica degli arrossamenti congiuntivali



MIDO 2026

31 gennaio - 2 febbraio

STAND G24

PAD. 3



R.O.M. s.p.a. Ricerca Ottico Meccanica
Distributore esclusivo per Italia e RSM dei prodotti NIDEK e OCULUS per centri ottici

Repubblica di San Marino Tel. 0549 99 95 58

www.rom-nidek.com



RODENSTOCK

A COMPLETE PORTFOLIO OF SOLUTIONS

With the slogan “See clearly – live fully”, the German company brings its complete portfolio of lenses for all ages and lifestyles to MIDO: Rodenstock B.I.G. EXACT™ Sensitive.

■ As part of its B.I.G. VISION™ FOR ALL philosophy, the mission of Rodenstock is to provide better vision to all spectacle wearers. Rodenstock recognises that every person and every eye is unique and different which is why at Rodenstock each individual lens is created from thousands of datapoints and multiple parameters to produce customised, biometric lenses for each individual eye. The researchers at Rodenstock went even further to address uniqueness, going beyond the eye to the brain to address individual visual sensitivity. The result is the creation of lenses that integrate advanced algorithms based on each customer's exact biometric eye data to match their unique visual perception: **B.I.G. EXACT™ Sensitive** - the first and only lens to combine the eyes' precise biometry with how the brain perceives visual information.

Feel like no other

B.I.G. EXACT™ Sensitive lenses adapt to the wearer, not the other way around. These lenses are designed to feel right from the moment the spectacle wearer puts them on, so they enjoy just effortless clarity everywhere they look. They offer a natural, harmonious visual experience with high first-fit success, letting the spectacle wearer rediscover life in every detail: sharp, natural, and effortless.

Made like no other

Most lenses on the market are still based on a standard eye model, but every customer's vision is unique and so is their entire visual system. B.I.G. EXACT™ Sensitive are the first and only lenses that integrate advanced algorithms based on the spectacle wearer's exact biometric eye data to match their unique visual perception. Each lens is engineered from more than 7,000 biometric data points and over 80 parameters, captured with Rodenstock's groundbreaking **DNEye® Technology**. The result is an exact biometric model, the precise foundation for every B.I.G. EXACT™ Sensitive lens.

Exclusively for you

B.I.G. EXACT™ Sensitive lenses are as unique as a fingerprint. Each lens is crafted from the customer's individual biometric data points and visual sensitivity profile, creating a solution that goes far beyond the standard eye model. The result is vision that feels natural, effortless, and completely individual. With B.I.G. EXACT™ Sensitive, Rodenstock offers lenses that go far beyond the standard eye model. Each pair is crafted to match the customer's exact biometric data and to support their entire visual system, ensuring a level of precision that is in a class of its own.

Unique as each spectacle wearer

Rodenstock now provides these innovative lenses across the full portfolio – for every age, every lifestyle and every lifestyle. B.I.G. EXACT™ Sensitive are now available as single vision (**Mono**) lenses, offering sharp, natural vision for near or distance vision and as single vision plus (**Mono+**) lenses

which have an additional near vision reading support for digital lifestyles. They are also available as near vision (**Ergo**) lenses which are an ideal second glasses for the office for near and intermediate distance indoor tasks up to 2.5m. They are also offered as progressive lenses, providing seamless transitions between near, intermediate and far vision, with wide perceived field of view. These lenses ensure quick adaptation and reduced glare for improved vision at dusk and during the night. Each are available in three premium lens design variants.

A better match with

B.I.G. EXACT™ Sensitive
With B.I.G. EXACT™ Sensitive Rodenstock elevates biometric individualisation to the next level. The findings of an internal comparison confirmed that the B.I.G. EXACT™ Sensitive lenses offer improved visual performance: B.I.G. EXACT™ Sensitive lenses provide up to 42%* more aberration-free zones.

Big Benefits for the spectacle wearer and the optician

Rodenstock collaborated with the University of Applied Science in Munich to study and test the lenses in an external wearer trial. With B.I.G. EXACT™ Sensitive Rodenstock defines another benchmark with the following advantages: On average, wearers experienced notable improvements such as **28%**** improved comfort in near-to-intermediate ranges, supporting and improving reading. The participants stated **24%**** better transitions between distances and reported **35%**** improved orientation from far to near and from central to peripheral vision. **83%**** of the spectacle wearers in the study preferred the new design that considers their sensitivity**. With these convincing arguments and facts, opticians can explain the advantages of B.I.G. EXACT™ Sensitive to their customers in an easy and understandable way. Opticians can provide spectacle wearers with sharp, natural vision that feels effortless and unmistakably theirs and can differentiate their practice with a solution only Rodenstock can deliver. This gives them a unique selling point as an expert in biometric lenses and sets them apart from the competition.

* Applies to the high sensitivity profile. Based on an internal comparison of the design of B.I.G. EXACT™ Sensitive lenses with B.I.G. EXACT™ lenses with a similar prescription.

** Results of an external wearer trial (n=47) conducted with the University of Applied Science in Munich, June 2024

UN PORTFOLIO DI SOLUZIONI COMPLETO

Con il claim “See clearly – live fully”, l'azienda tedesca porta a MIDO il portfolio di lenti completo per ogni età e stile di vita: Rodenstock B.I.G. EXACT® Sensitive.

■ Con B.I.G. EXACT® Sensitive, Rodenstock porta sul mercato le prime lenti al mondo che combinano la **precisione biometrica oculare** con la **sensibilità visiva individuale**. Oggi l'intera gamma di queste lenti innovative è disponibile per tutte le età e tutti gli stili di vita. Nell'ambito della filosofia **B.I.G. VISION® FOR ALL**, Rodenstock si dedica a offrire una visione migliore a ogni portatore di occhiali. Ogni persona e ogni occhio sono unici: per questo ogni lente è progettata a partire da migliaia di dati biometrici e parametri individuali, creando soluzioni completamente personalizzate. Il dipartimento R&D ha portato la personalizzazione a un nuovo livello, considerando non solo l'occhio ma anche il modo in cui il cervello elabora le informazioni visive, per rispettare la sensibilità visiva di ciascuno. Nasce così il portfolio lenti B.I.G. EXACT® Sensitive, unico al mondo.

Un'esperienza visiva mai provata prima

Le lenti **B.I.G. EXACT® Sensitive** si adattano a chi le porta, non il contrario. Offrono una visione immediata, naturale e armoniosa, permettendo di riscoprire ogni dettaglio della vita in modo nitido, chiaro e senza sforzo.

Progettate come nessun'altra

Molte lenti sul mercato si basano su modelli standard, ma ogni persona e il suo sistema visivo sono unici. B.I.G. EXACT® Sensitive integra oltre 7.000 punti biometrici e più di 80 parametri, rilevati grazie alla **tecnologia DNEye®**, creando un modello biometrico preciso: la base perfetta per ogni lente.

Solamente per te

Ogni lente è unica come un'impronta digitale. Grazie ai dati biometrici e alla

**HALL 03
BOOTH T20 T26 U21 U27**

sensibilità visiva individuale, B.I.G. EXACT® Sensitive offre una visione naturale, senza sforzo e completamente personalizzata. Rodenstock combina precisione e qualità, creando una soluzione che rende chi la indossa davvero unico.

Ogni lente, unica come chi la indossa

Le lenti B.I.G. EXACT® Sensitive sono ora disponibili su tutto il portfolio (**Impression, Multigressiv, Progressiv**) per le esigenze visive di ogni età e stile di vita: **Mono**: monofocali per vicino o lontano; **Mono+**: monofocali con supporto accomodativo; **Ergo**: lenti indoor per vicino e intermedio; **Progressive**: transizioni fluide tra tutte le distanze.

Benefici per il portatore di occhiali e vantaggi per l'ottico

In collaborazione con l'Università di Scienze Applicate di Monaco, Rodenstock ha condotto test esterni sui portatori. I risultati parlano chiaro: **+28%**** comfort nella lettura, grazie a zone dedicate alla lettura più nitide e libere da sfocature; **+24%**** di miglioramento flusso visivo, con transizioni più fluide tra le distanze; **+35%**** di visione dinamica, per una percezione degli spazi migliorata in ogni direzione di sguardo; fino al **42%**** di zone prive di aberrazioni; **83%**** dei partecipanti preferisce B.I.G. EXACT® Sensitive, il nuovo design che considera anche la sensibilità visiva individuale**. Rodenstock mette a disposizione degli ottici strumenti chiari e immediati per illustrare ai clienti i vantaggi di B.I.G. EXACT® Sensitive, rafforzando il loro ruolo di esperti in lenti biometriche intelligenti e valorizzando il gesto professionale e consulenziale che oggi definisce la loro professionalità.

* Si applica al profilo ad alta sensibilità. Basato su un confronto interno tra il design delle lenti B.I.G. EXACT™ Sensitive e quello delle lenti B.I.G. EXACT™ con una prescrizione simile.

** Risultati di una sperimentazione esterna condotta su 47 soggetti dall'Università di Scienze Applicate di Monaco di Baviera nel giugno 2024

LENTI
BIOMETRICHE
INTELLIGENTI

SEE CLEARLY.
LIVE FULLY.



B.I.G. EXACT® SENSITIVE

TI ASPETTIAMO A
MIDO 2026!



Padiglione 3
T20, T26,
U21, U27

Dati biometrici oculari e sensibilità visiva
individuale per una nuova esperienza di visione:
naturale, senza sforzo e assolutamente unica.

rodenstock.it |  

R
RODENSTOCK
Because every eye is different

SEL OPTICAL

JAPANESE
PRECISION,
ITALIAN
EXCELLENCE

Asahi Lite Optical chooses SEL Optical as its partner to bring the quality of its products to Italy.

■ 2026 marks a decisive step for the Italian optical market with the new **partnership** between **Asahi Lite Optical** and **SEL Optical**, which brings the exclusive distribution of high-tech Japanese lenses to the country for the first time. The agreement is integrated with the launch of the **new SEL Optical catalogue, operational since the first half of this year**, and aims to redefine the standards of precision and performance in the national ophthalmic sector. The arrival of Asahi Lite lenses in Italy represents a significant **enhancement** of the offering for vision professionals. The Japanese company, recognised globally for revolutionising the market for high refractive index materials - reaching up to 1.74 - now brings its know-how to SEL Optical's extensive distribution network. This collaboration offers vision professionals, in addition to the entire range of lenses already included in the SEL Optical catalogue, an innovative, technological and exclusive range of lenses that offer the end wearer superior vision quality; **DAS geometry**: double aspheric and atoric geometry on both surfaces; **ultra-thin design**: **leveraging Japanese precision**, Asahi Lite lenses guarantee impeccable aesthetics even for high ametropia; **advanced treatments**: integration with the exclusive **SETHA** anti-reflective treatment, which offers 16 layers of uncompromising protection, super water-repellent, oil-repellent and antistatic.

History: the pioneers of high index
The history of **Asahi Lite Optical** is that of a pioneer that changed the face of modern ophthalmics. Founded in **1980** in **Sabae, Japan**, the company immediately established itself as a leader in the development of high index plastic materials. At a time when lenses for high myopia were heavy and bulky, Asahi Lite introduced revolutionary solutions: in 1980, it launched the world's first lens with an index of **1.60**, in **1987** it debuted the **1.67** material, and in the **1990s**, it launched the first

1.74 organic lens, which is still one of the thinnest available on the market today. This commitment to research earned it international recognition, such as the Technofuture award at SILMO in Paris in **1991**.

What it does today: innovation and technological development

Today, Asahi Lite continues to research and manufacture high-end lenses, focusing on **combining aesthetics with eye health protection**. Leading technologies include:

- **Double Asphericity and A-Toric Design (DAS)**: geometries that minimise peripheral aberrations, offering sharp vision across the entire surface of the lens.
- **Advanced FreeForm Solutions**: use of 'point-by-point' calculation algorithms to customise the lens according to the wearer's natural individual parameters.
- **Sustainability**: in 2025, the company introduced lenses made from **eco-friendly biomass**, reducing the environmental impact of production.

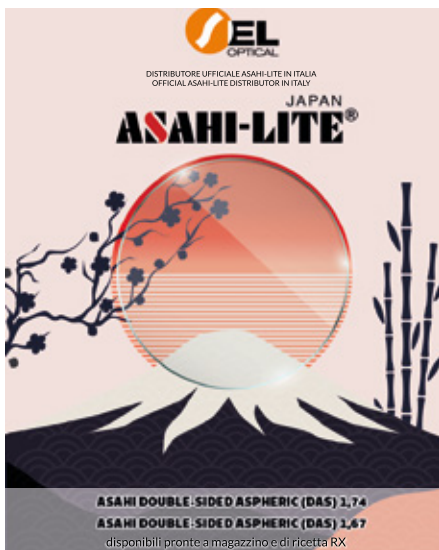
Asahi Lite's global presence now extends to **over 50 countries**. Its headquarters remain in Sabae, the heart of the Japanese optical industry, while European distribution is coordinated through **Asahi Lite Optical (Europe) GmbH in Germany**. In recent years, the company has consolidated its position in **Canada, North America, India** and the **Middle East**.

From 2026, **Italy** will also be among the markets directly served thanks to the partnership with SEL Optical, which permanently integrates Asahi Lite technologies into its portfolio dedicated to optical centres.

The strategy for penetrating the Italian market

For SEL Optical, a rapidly growing company based in Emilia, the agreement confirms a strategy focused on promoting **Made in Italy** products capable of competing with global excellence. 2026 will be a crucial year: the sales network has been expanded to 20 agents supported by 12 branches and service centres throughout the country, while the catalogue has been enriched with high-tech solutions such as the **MY Ultra HD** progressive lens - based on advanced algorithms and artificial intelligence - and the new generation of **Selenia 2.0** photochromic lenses, now available in a wider range of colours and with blue light protection up to 420 nm. The catalogue of **sun filters** has also been expanded and now includes over 350 variations in colours and materials. The launch of Asahi lenses will be accompanied by a national training tour, coordinated by **Paolo Marchesi, a technical and marketing consultant** with over forty years of experience in the ophthalmic sector. The aim is to help opticians and optometrists understand the new geometries and production processes, offering useful tools to propose customised solutions that combine the visual comfort of second-generation FreeForm designs with the manufacturing quality of the Japanese partner. With this alliance, SEL Optical brings *"Japanese precision"* to Italian optical centres, opening a new phase for a market increasingly oriented towards technological excellence and vision customisation.

The SEL Optical staff is available to discuss all issues in detail.
For further information:
Tel.: +39 0533 728590
Fax: +39 0533 728537
customerservice@seloptical.it
www.seloptical.it

PRECISIONE
GIAPPONESE,
ECCELLENZA
ITALIANA

Asahi Lite Optical sceglie SEL Optical come partner per portare in Italia la qualità dei suoi prodotti.

■ Il 2026 segna un passaggio decisivo per il mercato ottico italiano con la nuova **partnership** tra **Asahi Lite Optical** e **SEL Optical**, che porta per la prima volta nel Paese la **distribuzione esclusiva** delle lenti giapponesi ad alta tecnologia. L'accordo si integra con il lancio del **nuovo catalogo SEL Optical, operativo dal primo semestre** di quest'anno, e punta a ridefinire gli standard di precisione e performance nel settore oftalmico nazionale. L'ingresso delle lenti Asahi Lite in Italia rappresenta un **potenziamento** significativo dell'offerta rivolta ai professionisti della visione. L'azienda giapponese, riconosciuta a livello globale per aver rivoluzionato il mercato dei materiali ad alto indice di rifrazione - arrivando fino a 1.74 - porta ora il proprio know-how all'interno della rete distributiva capillare di SEL Optical. Questa collaborazione offre ai professionisti della visione oltre a tutta la gamma di lenti già contemplata nel catalogo SEL Optical, una innovativa, tecnologica ed esclusiva gamma di lenti che offrono al portatore finale una qualità di visione superiore agli standard: **geometria DAS**: doppia geometria asferica e atorica realizzata su entrambe le superfici; **design ultrasottili**: sfruttando la precisione giapponese, le lenti Asahi Lite garantiscono un'estetica impeccabile anche per ametropie elevate; **trattamenti avanzati**: integrazione con l'esclusivo trattamento antiriflesso **SETHA**, che offre 16 strati di protezione senza compromessi, super-idrorepellente, oleorepellente, antistatico.

La storia: i pionieri dell'alto indice

La storia di **Asahi Lite Optical** è quella di un pioniere che ha cambiato il volto dell'oftalmica moderna. Fondata nel **1980** a **Sabae**, in **Giappone**, l'azienda si è imposta fin da subito come riferimento nello sviluppo di materiali plastici ad alto indice. In un'epoca in cui le lenti per miopia elevate erano pesanti e ingombranti, Asahi Lite introdusse soluzioni rivoluzionarie: nel **1980** lanciò la prima lente al mondo con indice **1.60**, nel **1987** il debutto del materiale **1.67** e, negli anni '90, la prima lente organica **1.74**, ancora oggi tra le più sottili disponibili sul mercato. Questa vocazione alla ricerca le valse

HALL 03
BOOTH L14 L22 M13 M21

riconoscimenti internazionali, come il premio Technofuture al SILMO di Parigi nel **1991**.

Cosa fa oggi: innovazione e sviluppo tecnologico

Oggi, Asahi Lite continua nella ricerca e produzione di lenti di alta gamma, focalizzandosi sulla **combinazione** tra **estetica** e **protezione della salute oculare**. Le tecnologie di punta includono:

- **Design a Doppia Asfericità e Atoricità (DAS)**: geometrie che minimizzano le aberrazioni periferiche, offrendo una visione nitida su tutta la superficie della lente.
- **Soluzioni FreeForm Avanzate**: utilizzo di algoritmi di calcolo "punto per punto" per personalizzare la lente in base ai naturali parametri individuali del portatore.
- **Sostenibilità**: Nel 2025, l'azienda ha introdotto lenti realizzate con biomasse eco-friendly, riducendo l'impatto ambientale della produzione.

La presenza globale di Asahi Lite si estende oggi a **oltre 50 paesi**. La sede centrale resta a **Sabae**, cuore dell'industria ottica giapponese, mentre la distribuzione europea è coordinata attraverso **Asahi Lite Optical (Europe) GmbH in Germania**. Negli ultimi anni l'azienda ha consolidato la sua posizione in **Canada, Nord America, India** e **Medio Oriente**.

Dal 2026, anche l'**Italia** rientra tra i mercati presidiati direttamente grazie alla partnership con SEL Optical, che integra stabilmente le tecnologie Asahi Lite nel proprio portafoglio dedicato ai centri ottici.

La strategia di penetrazione sul mercato italiano

Per SEL Optical, azienda emiliana in forte crescita, l'accordo conferma una strategia orientata alla valorizzazione del **Made in Italy** capace di dialogare con le eccellenze globali. Il 2026 sarà infatti un anno cruciale: la rete commerciale è stata ampliata fino a 20 agenti affiancati da 12 filiali e centri servizi sul territorio nazionale, mentre il catalogo si arricchisce di soluzioni ad alta tecnologia come la progressiva **MY Ultra HD** - basata su algoritmi evoluti e intelligenza artificiale - e la nuova generazione di lenti fotocromatiche **Selenia 2.0**, ora disponibile in un ventaglio cromatico più ampio e con protezione dalla luce blu fino a 420 nm. È stato inoltre potenziato il catalogo dei **filtri solari**, arrivato oggi a oltre 350 varianti tra colori e materiali. Al lancio delle lenti Asahi sarà affiancato un **tour formativo nazionale**, coordinato da **Paolo Marchesi, consulente tecnico e marketing** con oltre quarant'anni di esperienza nel settore oftalmico. L'obiettivo è accompagnare gli ottici optometristi nella comprensione delle nuove geometrie e dei processi produttivi, offrendo strumenti utili per proporre soluzioni personalizzate che coniughino il comfort visivo dei design FreeForm di seconda generazione con la qualità manifatturiera del partner giapponese. Con questa alleanza, SEL Optical porta nei centri ottici italiani la *"Japanese precision"*, aprendo una nuova fase per un mercato sempre più orientato all'**eccellenza tecnologica** e alla **personalizzazione della visione**.

Lo staff SEL Optical è a disposizione per approfondire tutte le tematiche. Per maggiori informazioni:
Tel.: +39 0533 728590
Fax: +39 0533 728537
customerservice@seloptical.it
www.seloptical.it



DISTRIBUTORE UFFICIALE ASAHI-LITE IN ITALIA
OFFICIAL ASAHI-LITE DISTRIBUTOR IN ITALY

JAPAN
ASAHI-LITE®

DOUBLE-SIDED ASPHERIC (DAS) 1,74
DOUBLE-SIDED ASPHERIC (DAS) 1,67

Disponibili pronte a magazzino e di ricetta RX

Le lenti Double-Sided Aspheric di Asahi-Lite rappresentano l'evoluzione della tecnologia ottica: entrambe le superfici della lente (anteriore e posteriore) sono progettate con geometria asferica e atorica, garantendo una visione più nitida e naturale in ogni direzione di sguardo.

SEL OPTICAL DIVISIONE OFTALMICA S.R.L.

VIA FIRENZE 22 - PONTEMAODINO DI CODIGORO (FE) TELEFONO: 0533 728590 E-MAIL: CUSTOMERSERVICE@SELOPTICAL.IT



TECNITALIA

TRANSFORMING
THE IN-STORE
EXPERIENCE

MIDO will be full of launches for Tecnitalia, the company that, under the guidance of architect Claudio Viglierchio, has carved out a prominent role in retail.

■ At MIDO, Tecnitalia will present innovative solutions designed to redefine the point of sale. Among the highlights are multifunction islands and display systems that combine design, technology, and interactivity. **Habitat**, the miniature 8-square-meter store, becomes a hub of functionality. This compact island not only optimizes space but also delivers more engaging in-store experiences by combining multiple functions: product display, private sales, refractive analysis, order management, and smart payments. Backlit, interchangeable trays can hold up to 500 frames, while the rotating sliding extension and the second sliding section ensure both privacy and all the functionalities

required by the optician. **Solutions** for the **store center** include:

- **Supersbank**, bright and spacious, offering over 300 frames per square meter.
- **Visionplay ZEISS**, the educational system for ZEISS Italy, featuring demonstrative tests and interactive explanations on office lenses, digital, progressive, PhotoFusion X, colored and polarized lenses, **MyoCare**, **BlueGuard**, **Duravision** coatings, and refractive indices.
- **Dune**, a new display for 40 illuminated frames, available in the first quarter of 2026.
- New collections of illuminated plexiglass drawers on wheels, holding 108 or 180 frames.
- Two new central store islands: **Isola del Giglio**, in Krion with glass cases and spotlights, and **Isola Filicudi**, in national walnut, designed for lovers of Italian wood and warm tones. The focus on customer experience continues with the **Zona Atelier (Atelier Zone)**, designed for a personalized, intimate sales approach inspired by the world of jewelry. Mobile drawers and the illuminated viewer make the service convenient for the optician while enhancing elegance and comfort. This solution positions itself as an effective offering for the high-end segment, also optimizing relaxation areas in many layouts.

For information on layouts and personalized 3D renderings, a free consultation can be requested by writing to info@tecnitaliaopty.com or calling +39 0773 621126.

COME
TRASFORMARE
L'ESPERIENZA
IN-STORE

Sarà un MIDO ricco di lanci per Tecnitalia, l'azienda che sotto la guida dell'architetto Claudio Viglierchio si è ritagliata un posto di rilievo nel retail.

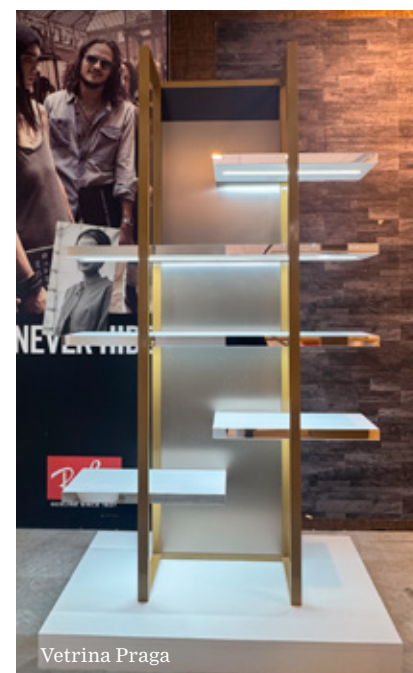
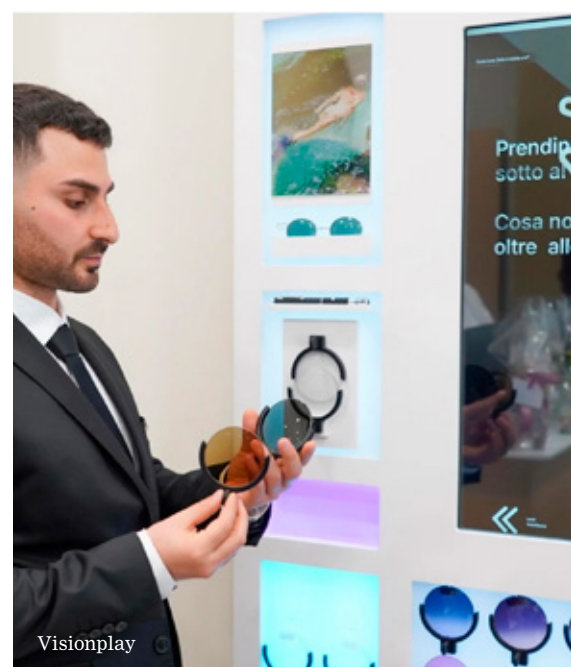
■ A MIDO, Tecnitalia porterà nuove soluzioni innovative in grado di ridefinire il punto vendita. Tra le anteprime, spiccano le **isole multi-funzione** e i **sistemi espositivi** che uniscono design, tecnologia e interattività. **Habitat**, il negozio in miniatura di 8 metri quadrati, diventa un concentrato di funzionalità. L'isola compatta non solo ottimizza gli spazi, ma offre esperienze in-store più coinvolgenti, combinando più funzioni: esposizione, vendita riservata, analisi refrattiva, gestione ordini e pagamenti smart. Le couvettes retroilluminabili e intercambiabili permettono di esporre fino a 500 montature, mentre l'allungo rototraslante e la seconda sezione traslante garantiscono la privacy e le funzionalità necessarie all'ottico. Non mancano le soluzioni per il centro negozio:

HALL 02
STAND E57 E59 F58 F60

- **Supersbank**, luminosa e capiente, con oltre 300 montature per metro quadro.
- **Visionplay ZEISS**, il sistema educational per ZEISS Italia, con test dimostrativi e spiegazioni interattive su lenti office, digital, progressive, PhotoFusion X, colorate e polarizzate, **MyoCare**, **BlueGuard**, trattamenti **Duravision** e indici di rifrazione.
- **Dune**, nuovo espositore da 40 montature illuminate, pronto consegna nel primo trimestre 2026.
- **Nuove collezioni di cassettiere** in plexiglas luminose, con ruote, da 108 e 180 montature.
- Due nuove isole centro negozio: **Isola del Giglio**, in Krion con teche in vetro e faretti spot, e **Isola Filicudi**, in noce nazionale, pensata per gli amanti del legno italiano e dei toni caldi.

Il focus sull'esperienza cliente prosegue con la **Zona Atelier**, progettata per un approccio di vendita intimo e personalizzato, ispirato al mondo della gioielleria. Le cassette su ruote e il visore luminoso rendono il servizio comodo per l'ottico, valorizzando al contempo eleganza e comfort. Questa soluzione si posiziona come proposta efficace per il segmento di alta gamma, ottimizzando anche le zone relax di molte planimetrie.

Per informazioni su layout e rendering 3D personalizzati, è possibile richiedere una consulenza gratuita scrivendo a info@tecnitaliaopty.com o chiamando al numero +39 0773 621126.



info@tecnitaliaopty.com
0773621126

Varilux® XR series™

La migliore lente progressiva Varilux®*.

Progettata con intelligenza artificiale
per una visione nitida e fluida anche
mentre sei in movimento.

Essilor® e Varilux® sono marchi registrati di Essilor International. *Rispetto alle lenti progressive Varilux® di Essilor®. Montatura: Oliver Peoples
È un dispositivo medico CE. Leggere attentamente le avvertenze o le istruzioni per l'uso. Aut. Min. 0019770 del 7/03/2025.



essilor

evolving
vision

**VIENI A TROVARCI PRESSO LO STAND
ESSILORLUXOTTICA**

Padiglione 3 – Stand T08 T16 U09 U15

