

MERCOLEDÌ 28 FEBBRAIO 2018 ANNO VIII N. 1539

## Mido, il 5% in più di presenze

A meno di ventiquattr'ore dalla chiusura della manifestazione, avvenuta lunedì 26 febbraio, gli organizzatori hanno diffuso il primo dato relativo agli ingressi: oltre 58 mila, cifra record per il salone milanese dell'ottica



Secondo una nota della segreteria organizzativa di Mido, questo dato (che riporta gli ingressi giornalieri di visitatori unici, ndr), è pari a un incremento del 4,9% rispetto all'edizione precedente e include un significativo aumento dei visitatori esteri e una conferma di quelli italiani. Alla presenza fisica si è affiancata una buona vivacità social per l'evento, che ha visto Instagram come canale privilegiato dagli operatori. «Sempre più addetti ai lavori vedono nella nostra manifestazione l'appuntamento principale dell'anno per il settore e la loro presenza, in costante incremento, rivela lo straordinario dinamismo del comparto – commenta in una nota il presidente di Mido (nella foto, a sinistra, la piazza del Fashion District), [Giovanni Vitaloni](#) - Abbiamo accolto i 1.305 espositori in una location che ogni anno diventa sempre più piacevole per tutti, consentendoci di vivere tre giorni all'insegna della creatività e degli affari».

La prossima edizione di Mido si terrà dal 23 al 25 febbraio 2019, sempre a Fieramilano Rho (nella foto, a destra).



## Non solo Mido e Fashion Week: così gli occhiali hanno popolato Milano

Enormi, curiosi, originali, su pubblico, fashion victim e addetti ai lavori, ma non solo. Nei giorni scorsi la città è stata una grande "vetrina" dell'eyewear



Oltre agli occhiali da sole, nonostante pioggia e neve, se ne vedono molti da vista. Grandi, importanti, esibiti come un accessorio personalizzante. Il modello nero e tondo è il preferito da hipster, influencer, blogger che affollano sempre meno le prime file, ma sono sempre pronti a farsi fotografare all'uscita delle sfilate. Visti da [Mayerling](#) modelli uguali con lenti di colori diversi su due bellissime, eteree e filiformi gemelle.

Grande varietà di modelli nel pubblico intellettuale chic di [Antonio Marras](#). Da quelli enormi, inconfondibili, con montatura bianca di Rossana Orlandi, fondatrice dello Spazio omonimo, ai tanti da vista squadriati, fino a una specie di modello-maschera enorme su una ragazza dai capelli blu. Nessun occhiale in passerella, invece, sostituito da un trucco marcatissimo.

L'occhio è comunque al centro dell'attenzione. È ricamato sulle borse pop di [Alessandro Enriquez](#) (nella foto, a destra), dipinto sulle scarpe di archivio di Mario Valentino. Un paio di occhiali sono la fibbia per la cintura di [Palm Angels per Moncler](#) (nella foto, a sinistra), una delle sette capsule collection presentate nella scenografica festa con 1.500 invitati al Velodromo dell'ex Fiera. A confermare che gli occhiali nei giorni scorsi sono stati al centro della scena, e non solo a Mido, [Linda Farrow](#) ha aperto in via



Tortona a due passi dal Base e dal Teatro Armani, uno showroom, stile pop up store per la fashion week. ([Luisa Espanet](#))

## Neve a Napoli: gli ottici non si fermano

Il giorno successivo alla nevicata su Roma (con diversi problemi anche per il rientro in treno da Mido di numerosi visitatori) è il sud Italia a essere stato colpito dal maltempo: nel capoluogo campano disagi per il traffico e voli bloccati a Capodichino. Non succedeva da oltre mezzo secolo



L'ondata di gelo non ha attenuato ieri la sua morsa sulla Capitale, ma nonostante il cielo tornato sereno le scuole sono rimaste chiuse e i trasporti non hanno ancora ripreso regolarmente. Ora è il sud a dover fare i conti con la neve. Il sindaco di Napoli ha disposto la chiusura delle scuole e, a causa delle precipitazioni, sono tanti i disagi per il traffico in città: fermi i bus, sospese le corse della Linea 1 della metropolitana e forti ritardi sulle linee ferroviarie. Traffico aereo bloccato e pista chiusa a Capodichino per scarsa visibilità. Già nella tarda mattinata, tuttavia, con l'uscita del sole, la giornata ha ripreso la normalità: l'attività dei centri ottici locali, peraltro, non era stata particolarmente condizionata anche nelle ore più difficili, a parte un'inusuale imbiancatura di strade e insegne (nella foto, quella di Ottica Pascotto in corso Umberto, nel cuore di Napoli, ieri mattina, coperta di neve).

## Safilo: optical, make up e cultura protagonisti a Mido

Dopo il [rinnovamento](#) lo scorso anno della collezione vista dell'omonimo marchio di proprietà, il gruppo padovano rafforza la comunicazione nel centro ottico e il supporto post vendita

L'obiettivo è fornire «alcuni semplici strumenti all'ottico per aiutarlo a vendere di più, per spiegare il prodotto, la sua qualità e giustificare il prezzo della montatura - ha spiegato a b2eyes TODAY [Carole Binet](#), country manager della società per Francia e Benelux, responsabile a livello internazionale della Global Optical Category e del progetto eyewear di Safilo - I riscontri in questi mesi sono stati molto positivi». La nuova collezione (nella foto, un modello) si distingue per l'utilizzo di più materiali, acetato, metallo, optyl, titanio, e per la lavorazione made in Italy. E per offrire un'esperienza ai visitatori di Mido su come scegliere la giusta montatura per ogni volto e come truccarsi al meglio quando si indossano occhiali, Safilo in collaborazione con Collistar, azienda italiana di cosmetica, ha allestito presso lo stand un angolo dedicato al make up, con i consigli di un'esperta: una sorta di breve training perché gli ottici in visita potessero imparare a loro volta a dare suggerimenti ai propri clienti.



«Il focus sul vista nasce da una semplice analisi dell'andamento del mercato - ha ricordato al nostro quotidiano [Filippo Pustetto](#), country manager Italia di Safilo - In questo momento il sole è leggermente in contrazione, i margini sono più bassi, per cui abbiamo pianificato un'azione che prevede un approccio multibrand sul portafoglio, puntando non tanto al prodotto di lusso o alla nicchia estrema, ma su occhiali in grado di coprire più target, quindi qualsiasi consumatore. Abbiamo perciò deciso di non forzare i volumi solo su alcuni marchi specifici, per non creare problemi di stock, con minore rischio di obsolescenza in magazzino». Ne conseguono anche margini più alti rispetto a prima per gli ottici italiani.

Nel campo del supporto post vendita è prevista la creazione di un team di ottici. «Nell'ambito del customer service abbiamo coinvolto un panel di professionisti, nostri clienti con profili diversi, per capire cosa succede davvero in negozio - ha precisato Pustetto - Gli ottici ci aiuteranno a formare il personale per fornire un reale supporto alle richieste dei nostri partner».

Mido è stato anche l'occasione per incontrare Luisa Delgado, amministratore delegato [uscente](#), durante la seconda edizione di "Women in Optics", evento organizzato dal gruppo padovano per la promozione del networking e dello sviluppo della presenza femminile nell'eyewear in tutto il mondo, dedicato alle sue clienti, fornitrici e partner e, da quest'anno, anche ad alcune giornaliste. Domenica 25 febbraio, al Museo delle Culture di Milano, Safilo ha organizzato un cocktail esclusivo e un tour guidato della mostra "Frida Kahlo. Oltre il mito", una retrospettiva completa dedicata alla famosa artista messicana.

