



*Conclusa la 54^edizione dell'eyewear show internazionale*

## **MIDO 2026: tendenze, tecnologia e relazioni che fanno mercato**

*Tra business, innovazione, cultura e formazione,  
l'energia di MIDO conquista ancora espositori e visitatori*

Milano, 4 febbraio 2026 – Nonostante la complessità dovuta all'attuale contesto economico, storico e politico e le variabili legate alla vicinanza dei giochi invernali, **MIDO 2026** conferma i numeri della passata edizione, sia per espositori, sia per visitatori, dimostrando la sua assoluta centralità nel panorama internazionale dell'occhialeria.

*“Anche in questa edizione, MIDO ha espresso con forza l'energia del settore. – ha dichiarato **Lorraine Berton**, Presidente di MIDO e ANFAO. “Una vitalità prorompente, fin dalle prime ore del mattino, ha attraversato corridoi, piazze e stand, mentre appuntamenti, presentazioni live e incontri hanno offerto occasioni di confronto e ispirazione e, soprattutto, tantissimo business concreto.*

*MIDO continua a dimostrare di saper mantenere e rafforzare le sue due anime: da un lato **l'evento di settore**, imprescindibile per i professionisti di tutto il mondo, dove si fanno affari, si scoprono le novità e si costruiscono relazioni strategiche per tutto l'anno; dall'altro **l'evento culturale e formativo**, capace di proporre anche contenuti extra-settore per riflettere insieme su come evolve il mondo, collegare questi cambiamenti al settore eyewear e trovare idee e suggestioni per affrontare e superare le sfide del mercato”.*

A queste si affianca una crescente attenzione al marketing e alla comunicazione, oggi centrali tanto per i visitatori quanto per gli espositori: dalla valorizzazione dei brand e delle identità aziendali alla capacità di intercettare nuovi pubblici, fino alla costruzione di narrazioni efficaci che accompagnano il prodotto ben oltre lo stand.

*“È questa combinazione di concretezza e visione che rende MIDO un punto di riferimento unico a livello internazionale” – conclude la Presidente.*

### **I numeri del 2026**

Circa **42.000 le presenze**, da oltre **160 paesi**, e **1.200 gli espositori**, di cui circa 930 stranieri, in 7 padiglioni e 8 aree espositive.

Come lo scorso anno, **l'Europa - con Germania, Francia e Spagna** - si conferma una presenza importante e particolarmente interessanti sono le partecipazioni da **Africa (Tunisia, Algeria, Sudafrica)**, **Medio Oriente (Siria, Oman e Arabia Saudita)** e **Asia (Corea del Sud, Singapore, Indonesia, India, Cina)**, che confermano come questi Paesi emergenti rappresentino ormai un nuovo e significativo bacino di sviluppo commerciale. Stabili anche le presenze dal **Nord America**: un risultato che, alla luce dell'attuale contesto economico e delle tensioni sui dazi, rappresenta un segnale incoraggiante. Le presenze dall'**Italia** mostrano invece un lieve calo, riflettendo l'impatto dell'attuale contesto economico sulle scelte di investimento dei professionisti del settore del nostro paese.

#### **MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE**

Marcella Laterza +39 335 7559154 [marcella.laterza@cmailander.it](mailto:marcella.laterza@cmailander.it)

Chiara Ferraro +39 345 0059935 [chiara.ferraro@cmailander.it](mailto:chiara.ferraro@cmailander.it)

Stella Casazza +39 349 3579552 [stella.casazza@cmailander.it](mailto:stella.casazza@cmailander.it)

Martina Bruno +39 328 6222616 [martina.bruno@cmailander.it](mailto:martina.bruno@cmailander.it)

Accanto ai visitatori, MIDO 2026 ha fatto registrare **oltre 16.000 presenze** tra gli espositori. Un dato che riflette la capacità della manifestazione di rappresentare in modo completo l'intera filiera dell'occhialeria: dalla produzione ai materiali, dalle tecnologie ai componenti e agli accessori. È proprio questa visione integrata a rendere MIDO un appuntamento unico, un luogo in cui il business si sviluppa lungo tutta la catena del valore e la manifestazione si conferma hub di riferimento per l'innovazione e l'approvvigionamento del settore (**dati certificati ISF Cert** secondo la norma ISO 25639 per la certificazione dei dati statistici delle manifestazioni fieristiche).

Di MIDO 2026 si è parlato sui giornali, nei servizi TV e radio, sui canali social, in Italia e all'estero. Più di **400 i giornalisti** nazionali e internazionali accreditati e l'edizione 2026 ha segnato un nuovo traguardo per la comunicazione digitale, trainata anche dal debutto del profilo su TikTok, che ha impresso una decisa accelerazione alla visibilità dell'evento. Nei 3 giorni di fiera **sono state raggiunte oltre 3,5 milioni di persone** su tutte le piattaforme, con un **incremento totale di circa il 35% rispetto all'edizione precedente**. Il sito [mido.com](https://mido.com) è stato **visitato da circa 35mila utenti**, mentre è stata la **mappa interattiva** dell'App la funzionalità più utilizzata, seguita dalla ricerca espositori.

**40 gli eventi del The Vision Stage** trasmessi in streaming durante i tre giorni, in inglese ed in italiano (disponibili nell'area riservata del sito e dell'app).

## **Il sostegno del Governo e del sistema industriale**

Il Governo italiano e il mondo industriale hanno ulteriormente confermato l'importanza strategica di MIDO, non solo tra le fiere di settore ma anche come snodo chiave per il sistema industriale italiano e la proiezione internazionale dell'intero comparto eyewear. La presenza all'inaugurazione del salone di **Adolfo Urso**, Ministro delle Imprese e del Made in Italy, **Emanuele Orsini**, Presidente di Confindustria, **Elena Buscemi**, Presidente del Consiglio Comunale di Milano, e **Giovanni Bozzetti**, Presidente di Fondazione Fiera Milano, ha sottolineato il ruolo strategico della manifestazione.

Inaugurata anche la **"Casa del Made in Italy"**, hub istituzionale di connessione e spazio dedicato a imprese, investitori, buyer internazionali e sistema confindustriale, volto a valorizzare progetti, favorire nuove opportunità di sviluppo e offrire strumenti concreti per la crescita e l'internazionalizzazione. Un debutto simbolico e operativo allo stesso tempo, che rafforza MIDO come piattaforma strategica al servizio delle imprese e delle filiere produttive italiane.

## **Novità e tendenze**

**A MIDO 2026 l'eyewear ha mostrato la sua evoluzione più recente, tra innovazione tecnologica e nuova espressività stilistica.** Le collezioni hanno evidenziato montature sempre più leggere e performanti, materiali evoluti e sostenibili, integrazione di soluzioni basate sull'intelligenza artificiale per progettazione, personalizzazione e comfort visivo: l'occhiale si afferma sempre più come piattaforma tecnologica oltre che estetica.

Dal punto di vista stilistico, emerge un eyewear che diventa linguaggio identitario: equilibrio tra essenzialità e ricerca, tra heritage e contemporaneità. Le tendenze si muovono tra trasparenze luminose e giochi di luce, matericità intense e organiche, suggestioni urbane e internazionali. Protagonisti bioacetati, materiali riciclati e metalli leggeri, accanto a forme timeless reinterpretate, pilot, cat-eye, panto, navigator, in palette sofisticate che spaziano dai toni naturali e crystal fino ad accenti più audaci.

### **MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE**

Marcella Laterza +39 335 7559154 [marcella.laterza@cmailander.it](mailto:marcella.laterza@cmailander.it)

Chiara Ferraro +39 345 0059935 [chiara.ferraro@cmailander.it](mailto:chiara.ferraro@cmailander.it)

Stella Casazza +39 349 3579552 [stella.casazza@cmailander.it](mailto:stella.casazza@cmailander.it)

Martina Bruno +39 328 6222616 [martina.bruno@cmailander.it](mailto:martina.bruno@cmailander.it)

MIDO si conferma così il luogo in cui le innovazioni prendono forma e le tendenze iniziano a delineare il volto dell'eyewear delle prossime stagioni.

## The Vision Stage

### Un osservatorio sul contesto globale

MIDO si conferma attento al momento storico attuale, caratterizzato da mercati e catene produttive in continua evoluzione. Al **The Vision Stage**, ogni anno, vengono organizzati appuntamenti di condivisione, riflessione e dibattito sui grandi temi che ridisegnano il contesto internazionale, non strettamente legati all'occhialeria, come economia, geopolitica e futuro. Tra i protagonisti di questa edizione **Monica Maggioni, Alec Ross e Dario Fabbri**. Ampio spazio è stato dedicato anche alle **tendenze del settore, alle nuove abitudini dei consumatori, alla sostenibilità, all'inclusione e alla salute visiva**.

### Sport e cultura

La vicinanza temporale con le Olimpiadi di Milano-Cortina 2026 ha influenzato anche MIDO, che ha ospitato il campione paraolimpico **Daniele Cassioli**, l'ex pallavolista **Pasquale Gravina**, l'allenatore **Ferdinando De Giorgi**, commissario tecnico della nazionale italiana maschile di pallavolo, e gli atleti **Filippo Magnini**, campione mondiale di nuoto, e **Manuela Nicolosi**, arbitra internazionale dal 2010, per l'inaugurazione della mostra *"The Lens of Time"*, che in autunno sarà esposta a Roma, presso Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Fino al 15 febbraio 2026, un corner della mostra è visitabile anche al Museo M9 – Museo del Novecento di Mestre, nell'ambito della mostra *Identitalia – The Iconic Italian Brands*.

### MIDO Awards

La manifestazione ha celebrato l'eccellenza del settore con i **MIDO Awards**, premiando giovani designer, centri ottici, espositori e operatori del comparto impegnati quotidianamente a migliorare sé stessi e la professione, a beneficio di tutta la filiera. Tutti i premiati sono consultabili sul sito ufficiale [www.mido.com](http://www.mido.com), nella sezione Premi.

### MIDO 2027

Il successo di questa edizione è la base da cui ripartire: MIDO è già al lavoro per il 2027, con l'obiettivo di offrire ancora più opportunità di business, innovazione e connessioni internazionali.

### Welcome to Eyewearland

La nuova campagna di comunicazione, pubblicata già ieri subito dopo la chiusura dell'edizione 2026, rivela la nascita di **Eyewearland**, un mondo surreale sospeso tra realtà e immaginazione, un racconto visivo che trasforma l'universo dell'eyewear in un territorio straordinario, in cui lo sguardo non è solo strumento di osservazione, ma chiave di accesso a infinite possibilità.

Eyewearland è MIDO: l'unico luogo al mondo dove, per tre giorni, tutta la filiera e tutte le anime del settore si incontrano in un unico spazio fisico e culturale. Una "terra" in cui design, tecnologia, moda, sostenibilità e business parlano la stessa lingua. **Welcome to Eyewearland** non è quindi solo un

#### MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE

Marcella Laterza	+39 335 7559154	<a href="mailto:marcella.laterza@cmailander.it">marcella.laterza@cmailander.it</a>
Chiara Ferraro	+39 345 0059935	<a href="mailto:chiara.ferraro@cmailander.it">chiara.ferraro@cmailander.it</a>
Stella Casazza	+39 349 3579552	<a href="mailto:stella.casazza@cmailander.it">stella.casazza@cmailander.it</a>
Martina Bruno	+39 328 6222616	<a href="mailto:martina.bruno@cmailander.it">martina.bruno@cmailander.it</a>

invito a visitare una fiera, ma l'ingresso in un universo immersivo dedicato all'occhialeria, dove si scoprono tendenze, si creano relazioni e si costruisce il futuro del settore.

Eyewearland è abitato da figure enigmatiche che portano sul volto elementi naturali: presenze leggere e sorprendenti che evocano gli occhiali in modo poetico e inaspettato, senza mai rappresentarli letteralmente. Si tratta di un concept aperto e destinato a crescere nel tempo. Un territorio narrativo che nei prossimi anni potrà evolvere in nuove storie e mondi immaginari, dando vita a infiniti paesaggi da esplorare.

Le immagini sono realizzate dall'artista digitale **Stella Stolkert**, la direzione creativa è di **Max Galli**, in collaborazione con **Mixer Group**.

MIDO 2027 si prepara così a diventare ancora una volta una piattaforma globale in cui il mondo dell'eyewear si incontra, si ispira e immagina il futuro. Un futuro che inizia dallo sguardo.

**Il prossimo MIDO si terrà dal 6 all'8 febbraio 2027 presso Fiera Milano Rho.**

Per rimanere aggiornati sulle novità di MIDO:

[www.mido.com](http://www.mido.com), [MIDO Exhibition](#) | [Instagram](#), [Facebook](#), [TikTok](#), [LinkedIn](#), [X](#), [YouTube](#) | [Linktree](#).

### **Credits Welcome to Eyewearland**

Agency: Mixer Group

Creative Direction: Max Galli

Digital Artist: Stella Stolkert

Copy: Sara Lometti

Account Director: Martina Vailati.



MIDO è socio costituente di IT-EX, associazione nata per rappresentare gli organizzatori fieristici italiani di livello internazionale, sostenendo la promozione delle imprese italiane sui mercati esteri. IT-EX fornisce supporto strategico all'internazionalizzazione, con risorse autogenerate e un'organizzazione dedicata agli obiettivi di crescita economica e promozione dell'export e di supporto allo sviluppo del "Made in Italy" nel mondo. Il portafoglio fiere degli associati IT-EX attira 20 mila espositori, di cui circa 9.000 esteri, e 2,5 milioni di visitatori, di cui 1 milione di operatori e pubblico di appassionati nelle giornate a loro dedicate (tra questi, 600 mila sono esteri).

### **MIDO Press Office CAROLINA MAILANDER COMUNICAZIONE**

Marcella Laterza +39 335 7559154 [marcella.laterza@cmailander.it](mailto:marcella.laterza@cmailander.it)

Chiara Ferraro +39 345 0059935 [chiara.ferraro@cmailander.it](mailto:chiara.ferraro@cmailander.it)

Stella Casazza +39 349 3579552 [stella.casazza@cmailander.it](mailto:stella.casazza@cmailander.it)

Martina Bruno +39 328 6222616 [martina.bruno@cmailander.it](mailto:martina.bruno@cmailander.it)