

OCCHIALERIA

Mido, Marcolin espone la Ferrari Fxx

Da domani la fiera a Milano tra Panicucci, moda e novità del settore

BELLUNO. Anche la Ferrari FXX sarà esposta alla Mido che da domani aprirà i battenti in Fiera a Milano per il tradizionale appuntamento che chiuderà i battenti l'8 maggio. Domani (Sala Bolaffio-Timpano Padiglione 16) la conferenza stampa d'apertura della 36esima edizione in cui saranno resi pubblici i dati sull'andamento del settore a livello mondiale. Con Federica Panicucci nel ruolo di moderatrice, nel corso della conferenza stampa verrà aperto un dibattito sui fattori strategici del successo dell'occhiale nel mondo: design, moda e innovazione. Interverranno Cirillo Marcolin, presidente di Mido, Marco Fortis, vice presidente della Fondazione Edison, Debra Forstenzer, edit product

development and marketing e Gianluca Giordano, direttore led centro ricerche.

Novità in fiera che si spreca e allo stand Marcolin ci sarà da rifarsi gli occhi per gli amanti delle quattro ruote: a ospitare la Ferrari FXX, Marcolin, in occasione del debutto della collezione Ferrari Eyewear al Mido. FXX è la supercar di Maranello per eccellenza: erede ideale della mitica Enzo. Prodotta in 29 esemplari al mondo e destinata ad altrettanti selezionati clienti, la FXX (6.262 cc, 800 cv, velocità massima limitata a 345 km/h) è riservata all'utilizzo in pista, nell'ambito dello specifico piano di ricerca e sviluppo che Ferrari ha creato con la collaborazione dei suoi più fedeli ed appassionati clienti. La

FXX non è dunque omologata per l'utilizzo stradale, nè è previsto alcun impiego nelle competizioni; non è inoltre mai stata esposta a manifestazioni fieristiche che non fossero di settore: quella del Mido sarà una delle poche occasioni di ammirare questa super-auto del valore di 1,5 milioni di euro.

Ma non sarà solo questa la novità che offrirà la Mostra internazionale dell'occhialeria che nell'edizione dell'anno scorso ha raggiunto quasi i 40mila visitatori, con un aumento delle presenze straniere. I maggiori gruppi bellunesi hanno preparato il meglio del campionario e sfoderato le ultime griffe messe in portafoglio con le acquisizioni delle licenze di produzione. Questa 36a edizione del salone conti-

nua sul filo della tradizione e conferma dunque i grandi successi degli anni passati: torna Mido kids, l'area dedicata all'occhiale da bambino che "dividerà" la scena con l'altro grande protagonista, Mido sport, ovvero tutto ciò che c'è di nuovo e all'avanguardia sull'occhiale sportivo - montature, lenti ed accessori. Il salone conferma anche gli appuntamenti "classici" con Mido trend, una panoramica completa su tutto ciò che fa tendenza e moda e Mido tech, l'angolo "tecnologico" dell'esposizione, dove trovano spazio le ultime novità in fatto di lenti e macchinari. La lista degli appuntamenti fissi è lunga: in calendario anche Mido education con 30 corsi dall'optometria al marketing alla moda.