

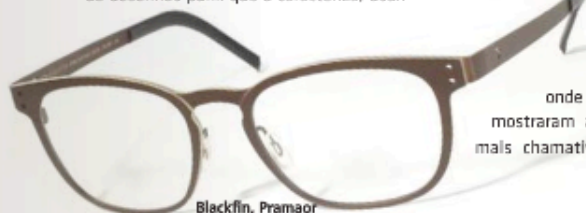
sórias de moda que terminaram uns dias antes da nossa", observou Marcolin. Tudo isto vem demonstrar que a Mido é a primeira exposição internacional da indústria óptica: seis pavilhões, áreas temáticas, espaços dedicados, mais de mil expositores de mais de 40 países, em representação dos cinco continentes, todas as empresas líderes no mundo, assim como os pequenos produtores e exemplos importantes do negócio moderno. "Uma exposição deve ser um multiplicador de contactos, um criador de potenciais clientes, o lugar de encontro ideal para a procura e a oferta. E neste sentido a edição de 2012 foi muito mais além das nossas mais altas expectativas", concluiu Marcolin. "Assim sendo, o que falta agora para anunciarmos a data da Mido 2013 é ter bem presente que vamos ser capazes de surpreender novamente. A nossa exposição é um projecto dinâmica, o que significa que devemos estar sempre abertas à mudança, ao mesmo tempo que atendemos às necessidades do mercado e das nossas empresas, que são os verdadeiros protagonistas da Mido".

#### Andy Wolf

A campanha da marca austríaca surpreende por misturar sofisticados modelos com elementos de caça. Neste momento, Andy Wolf alcançou os seus melhores feltsos em França e Itália. O público-alvo é um grupo particular de pessoas para quem os óculos de sol são um acessório precioso. Neste sentido, os produtos Andy Wolf só estão disponíveis através de distribuidores seleccionados. Feita na Áustria, a colecção cresceu recentemente graças ao sucesso da colecção para homem.

#### Booth & Bruce

A marca inglesa, cujas campanhas se destacam pela rebeldia, impregnou o seu stand de desenhos punk que a caracteriza, usan-



Blackfin, Pramaor

do o verde oliva e o vermelho dos óculos, que chama a atenção também pelas amplas frentes, linhas rectas e formatos quadrados para homens e mulheres.

#### Carl Zeiss

A Carl Zeiss Vision Sunlens apresentou na Mido uma edição bastante exclusiva da colecção de sol do designer Simon Chim, de Hong Kong. Para a Carl Zeiss, o ano 2012 fica marcado pelo seu centésimo aniversário. Chim, criador de armações de papel reciclado, "ofereceu" à marca a sua interpretação desta celebração.

#### Concepts

O stand da Concepts surpreendeu pela elegância dos seus novos mostradores, chamativos, a fazerem recordar, pelas suas formas, a estética vintage dos anos 60.

#### De Rigo

No stand da De Rigo destacou-se, uma vez mais, a marca Pollice que conquistou importantes êxitos em Itália. Entre as imagens de campanha das outras marcas da De Rigo, destaque para a do cantor britânico Mika, que dá à marca Lozza um importante salto na cena internacional.

#### Freny and Mercury

Os novos modelos com cores muito particulares à luz oferecem matizes que dão brilho ao olhar. Os detalhes metálicos, maciços e contundentes na ponte estão delicadamente trabalhados em rede conferindo aos modelos um toque de originalidade inconfundível.

#### Italia Independent

Este foi, provavelmente, o stand mais original do salão, onde Cleópatra e Napoleão mostraram aos ópticos os óculos mais chamativos e transgressores.

## MARKETING | SALÕES



Okia

Tal como na última Silmo, os modelos mais admirados foram os concebidos em veludo de diversas cores. Criada por Lapo Elkann (neto do fundador da marca de carros Fiat), a marca desvia-se do cliché "estar na moda" e os seus desenhos são intemporais e cheios de detalhes, o que os tornam únicos.

#### Lotho

Esta marca dá uma forte ênfase ao desenho, reinventando formas clássicas e modernas combinando-as com materiais e cores que redefinem cada modelo e permitem ao usuário elevar a sua personalidade ainda mais alto. A sede da Lotho é em Paris e cada um dos seus óculos é concebido à mão no Japão a fim de assegurar os mais elevados standards de qualidade.

#### Mormail

A nova colecção "Just Polarized", que conta com 25 referências, todas elas com lentes polarizadas, e o modelo Venice, foram o centro das atenções juntamente com a linha oftálmica Camburi no stand da brasileira Mormail.

#### Oko by Oko

A casa francesa, Oko Eyewear Paris, apresentou na Mido 2012 as suas novidades oftálmicas e solares. As primeiras feitas em acetato Mazzucchelli, com desenhos que apresentam um constante predomínio de identidade e uma clara tendência para o "retro" e o "vintage". Kidoko é o nome da colecção de óculos infantil de Perlasol e Moko Besicles a linha Premium, concebida exclusivamente em aço cirúrgico.

#### Safilo

O grupo italiano anunciou, orgulhosamente, durante a Mido as importantes certificações internacionais que recebeu no âmbito da responsabilidade social corporativa – SA8000:2008 – e da ocupação saudável e

mo n°72 - 43