



The New Generations Entre Z et Alpha

PP-42930039 Return address/Adresse de retour: 10 Churchill #202, Greenfield Park QC J4V 2L7

New Dry Eye Technologies and Treatment in Canada
Lutte contre la sécheresse oculaire au Canada

Controlling Myopia Progression in Children
Contrôle de la myopie chez les enfants

EyeCare
UPDATE

The Invisible Dry Eye



Photo: Timofey Kolesnikov

The Lab Academy, dedicated to young start-ups, had twice as many participants this year over last year, including the Italian company Mora, with the first frames made from marble, the Austrian designer Gabe and its *snapt-joint* concept for quickly swapping wooden or horn temples, the German company Colibris and its frames for small faces, Naoned from France with its eyewear made of algae, and the Russian brand Fakoshima with its decidedly futuristic frames, and others.

In the Design and Art section, visitors could watch the show *Luce, Occhio, Visione* (Light, Eyes, Vision) and view an exhibition from the Pieve di Cadore museum, presenting some 100 artifacts retracing the history of spectacles around the world.

Showcase for the Optical World

Of course, MIDO is also an important meeting place for the best-known brands and lens makers. In the Lenses sector, Essilor launched Kolor Up and Oakley Prizm, both of which boast processes that reinforce colours.

The greatest names in eyewear fashion were present in the Fashion District. The Canadian distributor, WestGroupe, launched promotional campaigns for its FYSH UK and Superflex collections.

According to Dominique Cuvillier, a trends marketing specialist, eyewear trends focus on comfort and lightness. Elegance is conveyed by large frames, double bridges and flat fronts. Vintage styles are still in vogue and as bold as ever!

MIDO presents awards on Sunday afternoon in recognition of the best booth at the show (BESTAND) and the best optical store in the world (BESTORE).



The best store award went to the German store, Steingasse 14, based in Heidelberg. Le prix de la meilleure boutique d'optique au monde a été remporté par le magasin allemand Steingasse 14, situé à Heidelberg.

Finally, MIDO 2016 was highly active on social networks. A special app made sure visitors had an unforgettable experience and the hashtags "#MIDO2016" and "#NeverEndingWonder" flooded cyberspace. This aggressive communication campaign will certainly be repeated for the next MIDO, to be held February 25-27, 2017. ■

Le Lab Academy, consacré aux jeunes entreprises, a reçu cette année deux fois plus de participants que l'an dernier. Parmi celles-ci, il a notamment été possible de découvrir l'entreprise italienne Mora venue présenter les premières lunettes en marbre, l'autrichienne Gabe et son concept *snapt-joint* pour changer rapidement les branches de lunettes en bois ou en corne, l'allemande Colibris et ses lunettes pour les tout petits visages, la française Naoned et ses lunettes fabriquées à partir d'algues, la moscovite Fakoshima et ses montures au *design* résolument futuriste, etc.

Dans la partie Design and Art, les visiteurs ont pu assister au spectacle *Luce, Occhio, Visione* (Lumière, Yeux, Vision) et découvrir une exposition du Musée des lunettes de Pieve di Cadore qui présentait une centaine d'artefacts retraçant l'histoire des lunettes à travers le monde.

La vitrine de l'optique

Bien sûr, MIDO est aussi un rendez-vous d'importance pour les grandes marques de lunettes et pour les verriers. Dans le département Lenses, Essilor en a profité pour lancer Kolor Up et Oakley Prizm dont les procédés permettent de renforcer les couleurs.

Les plus grands noms de la mode en lunetterie ont occupé l'espace Fashion District. Le distributeur canadien WestGroupe a pu dévoiler ses campagnes de promotion pour les collections FYSH UK et Superflex.

Selon Dominique Cuvillier, le « capteur » de mode, les tendances en lunetterie mettent l'accent sur le confort et la légèreté. Les grands volumes représentent l'élégance tout comme les doubles ponts et les faces plates. Quant à la vague *vintage*, elle est toujours aussi vive!



Mais MIDO c'est aussi la remise de prix du dimanche après-midi visant à récompenser le plus beau kiosque de l'exposition (BESTAND), ainsi que la meilleure boutique d'optique au monde (BESTORE).

Robin Totterman, owner of British company Inspects won the award for *The Glass Hole* booth, which was made over into an English pub. Robin Totterman, propriétaire de la société britannique Inspects a été récompensé pour son kiosque *The Glass Hole* transformé en *pub* anglais.

Enfin, notons que la version 2016 du MIDO aura été très active sur les réseaux sociaux. Une application a permis aux visiteurs de vivre une expérience inoubliable et les mots clés #MIDO2016 et #NeverEndingWonder ont envahi la cybersphère. Cette campagne énergique de communication sera certainement reprise pour le prochain MIDO qui se tiendra du 25 au 27 février 2017. ■