

EXPO OTTICA SUD 2026

VERSO L'11ª EDIZIONE TRA INNOVAZIONE, BUSINESS E TURISMO

Ottica Italiana ha sentito gli organizzatori di Eleventi: dalle riconferme record al nuovo concept "Anima Mediterranea", tutte le novità della fiera siciliana in programma dal 10 al 12 ottobre.



L'attesa per l'11ª edizione di Expo Ottica Sud cresce. **Dal 10 al 12 ottobre 2026**, il polo fieristico **"Sicilia Fiera" a Misterbianco (Catania)** tornerà a essere il cuore pulsante del mercato ottico per il Sud Italia e l'intero bacino del Mediterraneo. Dopo il successo dello scorso anno, la macchina organizzativa di Eleventi è già a pieno regime, forte di un tasso di riconferme del 90 per cento da parte delle aziende espositrici e di un rinnovato interesse da parte dei visitatori, sempre più attratti dal connubio tra aggiornamento professionale e scoperta del territorio. Abbiamo intervistato gli organizzatori per farci raccontare le premesse, le novità e le strategie che guideranno l'edizione 2026.

Dopo l'eccellente riscontro della passata edizione, avete confermato come "casa" dell'evento la moderna sede fieristica di "Sicilia Fiera" a Misterbianco (CT). Visto l'overbooking dello scorso anno, che vi ha costretti a rinunciare ad alcune aziende, quali sono le premesse per ottobre? Puntate a un nuovo e rapido sold out?

«Questo centro fieristico moderno, funzionale e facilmente raggiungibile, l'anno scorso è piaciuto a tutti e lo abbiamo quindi scelto nuovamente come location. Flessibilità e mobilità sono garantite da una logistica interna ed esterna unica, da un'ampia disponibilità di parcheggi gratuiti e da padiglioni completamente cablati e dotati di sistemi informa-



tici all'avanguardia. La planimetria è la stessa della precedente edizione e puntiamo ad avere il sold out con oltre ottanta espositori diretti».

Con il 90% di riconferme tra gli espositori storici e il costante ingresso di nuovi brand, Eos dimostra grande attrattiva. Come riuscite a mantenere, edizione dopo edizione, questo equilibrio perfetto tra continuità della filiera e innovazione?

«Ad oggi, il 90% delle aziende ha riconfermato la partecipazione e alcune tra queste hanno richiesto degli stand più ampi rispetto al passato. Ci sono poi delle new entry e, da qui a settembre, siamo sicuri di assegnare tutti gli spazi disponibili, anche a coloro che decideranno all'ultimo momento. L'alta percentuale di riconferme ci lascia sempre piuttosto colpiti e ci sprona a continuare a essere costantemente attenti e vicini alle richieste degli espositori, fornendo continui servizi affinché la loro permanenza risulti la più agevole e serena possibile. Eos riserva ogni anno un clima e un ambiente particolarmente accoglienti e stimolanti che agevolano gli incontri tra gli operatori presenti».

Sul fronte dei visitatori, dopo il riscontro ampiamente positivo dell'ultima edizione, quali sono le vostre aspettative per il 2026?

«Eos contribuisce a fornire quel tipo di emozione che spesso si lega al luogo ospitante. È un'opportunità interessante per gli addetti ai lavori siciliani, calabresi e, più in generale, dell'area del bacino del Mediterraneo. Ma non solo, in quanto sono numerosi i visitatori della fiera che arrivano ogni anno da regioni del Centro-Nord Italia e che legano la possibilità di scoprire le proposte di Eos alle bellezze della località siciliana. Siamo fiduciosi e ci piacerebbe, in questa edizione, riuscire a superare le 1800 visite registrate lo scorso anno.

Sul sito della manifestazione è presente una nuova e completa versione del catalogo espositori da consultare prima dell'arrivo. Sarà possibile, inoltre, registrarsi e ricevere immediata conferma, così da accedere in fiera direttamente senza dover sostare alla reception. Eos rappresenta quindi un'occasione unica per approfondire i legami commerciali, sviluppare nuove relazioni e favorire opportunità di business. L'invito per tutti i professionisti della visione è dunque a segnare in agenda le date di

ottobre, per immergersi in un'esperienza che unisce business e aggiornamento sul settore a quella inconfondibile "Anima Mediterranea".

Eos è ormai l'hub di riferimento per i professionisti del bacino del Mediterraneo. In che modo valorizzate il binomio "business-turismo" per attrarre chi desidera unire la visita professionale alla scoperta del territorio?

«Nelle passate edizioni, numerosi visitatori provenienti dal Centro-Nord Italia hanno dichiarato di aver voluto partecipare sapendo di ritrovare le proprie aziende di riferimento, in gran parte incontrate a febbraio a Milano. Una seconda opportunità, pertanto, utile per approfondire le idee e l'interesse nei confronti di specifici marchi e prodotti. Inoltre, a incentivare la loro visita e permanenza a Catania c'è anche la possibilità di coniugare il lavoro a una breve vacanza siciliana, approfittando del clima mite che il mese di ottobre continua a riservare.

In questo senso, abbiamo voluto quest'anno proporre a visitatori ed espositori, tramite tour operator, una lista di località e visite a breve distanza da Catania – anzi, alcune proprio in città – per quanti sono interessati a coniugare la partecipazione professionale con la scoperta del territorio: tour guidati a Catania e Riviera dei Ciclopi, Taormina e Teatro Antico, tour sull'Etna in jeep e funivia, visita a Caltagirone con le sue ceramiche, i luoghi di Montalbano, Siracusa e molte altre piacevoli località. A breve si promuoveranno sul sito e con specifiche comunicazioni i dettagli di questa iniziativa».

La nuova identità visiva di Eos 2026, sviluppata in collaborazione con Ottica Italiana, è incentrata sul claim "Anima Mediterranea": qual è il messaggio strategico e valoriale che desiderate trasmettere al comparto con questa scelta?

«In questa edizione l'Anima Mediterranea si riflette nel nuovo visual attraverso l'iconografia siciliana. Una campagna che non è solo promozione, ma un tributo profondo alle radici territoriali e all'eccellenza del comparto ottico del Mezzogiorno. Al centro dei due nuovi soggetti troviamo il richiamo alle Teste di Moro, simbolo millenario della cultura e dell'artigianalità siciliana. Le Teste, collocate su una balconata che domina lo splendido litorale siciliano, creano un ponte visivo tra la storicità del luogo



e il futuro del settore. Volevamo che l'immagine di Eos 2026 trasmettesse immediatamente l'accoglienza, il calore e la bellezza della Sicilia, ma con un linguaggio grafico pulito e moderno. L'ottica è moda, è protezione, ma è soprattutto identità».

Nell'organizzazione di Eos puntate da sempre sull'aggregazione e sul benessere delle persone: espositori e visitatori. In un mercato sempre più digitalizzato, quanto è ancora determinante per il business lo scambio umano e autentico che si crea direttamente negli stand?

«A ogni edizione si conferma un elemento particolarmente positivo: l'interesse degli operatori del settore che hanno visitato la fiera e che hanno generato incontri, opportunità di business e scoperta di prodotti e servizi. Un dinamismo visto e respirato nei corridoi, che si è concretizzato negli stand in cui ottici e aziende si sono conosciuti o incontrati nuovamente, attivando uno scambio positivo e propositivo, in uno spazio ampio e funzionale che favorisce un maggior interscambio tra aziende e professionisti.

La fiera offre diversi aspetti strategici ai professionisti della visione: aggiornarsi sulle ultime novità riguardo montature, lenti oftalmiche, lenti a contatto, strumentazione optometrica, arredi e servizi per il settore; conoscere e incontrare i principali player del mercato, dai marchi emergenti ai nomi più affermati; fare networking con colleghi e fornitori, creando nuove collaborazioni strategiche».