



## L'export traina l'occhialeria «Bene in Nord Europa e Usa»

Le esportazioni sostengono ancora l'occhialeria italiana. I dati forniti ieri da Anfao relativi al periodo gennaio-settembre 2019, parlano di un export del valore di 2,9 miliardi di euro, in incremento del 5,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. VIETINA / APAG. 17

**Corriere Alpi**

**L'export traina l'occhialeria «Apprezzata la nostra qualità»**

**Auto con la targa tedesca prima vittoria dal giudice**

**Vincoli, Consiglio mitto a sostegno del territorio**

**I progetti di Sting e De Rigo per salvare l'Amazzonia e per il riuso della plastica**

**RISTORANTE DELLE ALPI**

I DATI DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2019

## L'export traina l'occhialeria «Apprezzata la nostra qualità»

Anfao soddisfatta per gli ottimi risultati ottenuti in Germania e negli Stati Uniti  
Vitaloni: «In calo il mercato italiano, metteremo in campo nuovi strumenti»

Stefano Vietina

**BELLUNO.** Le esportazioni sostengono ancora l'occhialeria italiana. I dati forniti ieri da Anfao (Associazione Nazionale Fabbrianti Articoli Ottici) relativi al periodo gennaio-settembre 2019, parlano di un export del valore di 2,9 miliardi di euro, in incremento del 5,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Langue, invece, il mercato domestico, che denuncia un -2,7% in valore nei primi tre trimestri dell'anno, così che il nostro Paese risulta essere l'unico dell'UE-5 (con Francia, Spagna, Germania e UK) a registrare vendite negative nel canale ottico.

«Per questo», spiega Giovanni Vitaloni, presidente di Anfao e Mido, «metteremo in campo una serie di strumenti per cercare di essere sempre più vicini alle esigenze delle aziende associate. Tra questi una promozione intensa per Mido 2020, anno del cinquantesimo; un programma di internazionalizzazione sempre più efficace e serrato; programmi di formazione rivolti alla forza vendita delle aziende in collaborazione con SDA Bocconi sul versante commerciale/marketing per cercare di spingere anche nel mercato interno e progetti di formazione tecnica e di prodotto attraverso Certottica».

L'occhiale italiano non sembra risentire della frenata dell'economia tedesca, che ha colpito altri settori come l'automotive, tanto che in Germania (un mercato che vale indi-



Giovanni Vitaloni è il presidente di Anfao

cativamente 5,6 miliardi di euro, con 10 milioni di pezzi acquistati all'anno, è il terzo mercato di sbocco italiano dopo Usa e Francia), nel periodo gennaio-settembre le esportazioni italiane di occhiali da sole sono cresciute dell'1,4%, mentre quelle di montature del 7,5%. «Sto rientrando da Monaco di Baviera, dalla Fiera Opti», sottolinea Vitaloni, «e ho avuto una bella sensazione: tante le nostre aziende presenti e notevole anche l'afflusso, un ottimo indicatore per il settore. Siamo soddisfatti delle performance registrate in Germania. Dovremo prestare attenzione e verificare nei prossimi mesi, poiché per noi

la Germania è un mercato importante, che assorbe una quota del 7% in valore delle nostre esportazioni. Tuttavia, siamo ottimisti per un prodotto come l'occhiale italiano che è fatto di materiali esclusivi, qualità e comfort e soprattutto servizio. Caratteristiche queste che in Germania sono particolarmente apprezzate».

L'Anfao evidenzia come, a livello globale, il 2019 abbia confermato il rallentamento generale dell'economia. «Le tensioni commerciali con la Cina», spiega Anfao, «l'andamento meno brillante dell'economia di Stati Uniti e la vicenda Brexit hanno guidato

al ribasso il ritmo di crescita mondiale, il più debole degli ultimi decenni. Gli ultimi avvenimenti in Medio-Oriente con lo scontro USA-Iran aprono scenari più che mai incerti. Il mercato interno inoltre appare in sofferenza, con un'economia frenata che non riesce a risollevarsi».

Dentro questa cornice non certo positiva, i primi tre trimestri del 2019 hanno visto però una buona performance dell'occhialeria italiana, con una crescita in valore del 7,2% per le montature e del 5%, per gli occhiali da sole (+5,8% la media, come di diceva).

A livello di macro-aree, in

America l'incremento è stato del 9,4%, in Europa 3,3%, in Asia 6,8%, in Africa 4,7%. Negli Stati Uniti (da sempre primo mercato di riferimento per il comparto e con una quota attuale del 26,5%) l'export mette a segno un +9,4% rispetto al periodo gennaio-settembre 2018, declinato in un +7% per gli occhiali da sole e +16,2% per le montature. In Europa si segnalano poi le performance di Germania (+10%), Olanda (+7,9%), Danimarca (+71,7%), Svezia (+71,8%) e Norvegia (+8,8%).

Sottotono, invece, le esportazioni italiane nel Regno Unito (-8,4%), complice l'incertezza complessiva creata dalla Brexit, e in Francia (-0,2%); mentre crescono Polonia (+18,4%), Ungheria (+4,5%), Croazia (+7,5%) e prosegue il recupero dell'export del settore in Russia (+19,4%).

Fra i paesi emergenti si segnalano Messico (+10,8%), Emirati Arabi (+14,5%), Brasile (+11,1%), Sud Africa (+4%), con quote di mercato però ancora poco significative. Discorso a parte per la Cina, paese che, oltre a essere un grosso bacino di approvvigionamento, assorbe ormai più del 5% in valore delle esportazioni dell'occhialeria italiana: nei primi tre trimestri del 2019 l'export complessivo del settore ha fatto segnare un +10,2%.

«A livello di prodotto continua a essere l'occhiale da sole a soffrire maggiormente, mentre a livello di canale è l'ottico indipendente a essere più sollecitato rispetto alle catene, che registrano performance positive in particolare grazie ai prodotti trade brand».

E le prospettive per il 2020? «Il 2019 è stato un anno complicato», sottolinea Vitaloni, «ma lo chiuderemo con un fatturato complessivo superiore al 2018. È difficile, invece, fare una previsione sul 2020, perché l'incertezza a livello internazionale, che è sempre il nemico principale con cui dobbiamo combattere, resta altissima, soprattutto con gli ultimi avvenimenti geopolitici che ci sono stati. Staremo a vedere». —