

## **CAPITOLO 1: "Il settore dell'occhialeria in Italia".**

*Questo capitolo illustra il contesto all'interno del quale le imprese del settore occhialeria si muovono ed operano. Viene inizialmente presentata una panoramica del settore occhialeria in Italia, con riferimento alla dimensione e localizzazione del settore e poi, più specificamente si analizzano i dati della produzione, esportazione ed importazione (differenziando le due tipologie di prodotto principali: occhiali da vista e occhiali da sole). Viene, poi, dedicato un paragrafo al mercato mondiale e al ruolo che l'Italia ricopre a questo livello nel settore occhialeria. Infine, vengono presentati gli Enti e le Associazioni che rappresentano il settore occhialeria in Italia, che ci hanno consentito di attingere a dati significativi e preziosi nel corso della nostra ricerca.*

### **1.1 LA FIERA DEL MIDO '97.**

I dati sull'andamento del settore occhialeria in Italia sono stati raccolti presso la Fiera del MIDO '97, che si è svolta a Milano dal 9 al 12 maggio 1997.

Il MIDO è la "Mostra Internazionale di Ottica, Optometria e Oftalmologia" più importante al mondo, con una superficie espositiva di circa 30.000 metri quadrati e circa 1.000 espositori presenti, (906 per l'esattezza nell'edizione di quest'anno).

Organizzato da EFOP, "Ente Fieristico Ottica e Prevenzione", è diventato negli anni l'osservatorio privilegiato per gli espositori internazionali dal quale cogliere le nuove tendenze e le più inedite proposte di stile e design relative al variegato mondo dell'occhiale. Per la fitta rete di relazioni commerciali che si sviluppano in quei giorni a Milano, Mido è diventato un momento di business capace di stimolare sinergie aziendali e confronti costruttivi sul piano concorrenziale. Si qualifica come la principale manifestazione fieristica del settore per la completezza merceologica esposta a rappresentanza dei diversi segmenti di produzione che compongono l'industria dell'occhialeria (montature da vista, occhiali da sole, lenti oftalmiche, filtri solari, minuterie per occhiali, macchine ed attrezzature, trattamenti galvanici, astucci per occhiali, lenti a contatto, strumentazione ottica) e soprattutto perché, a livello internazionale, è la manifestazione più apprezzata dai visitatori e dagli espositori stranieri.

Le aziende del settore occhialeria localizzate in Carnia/Valcellina presenti all'edizione del MIDO '97 (con un proprio "stand" o rappresentate da altre aziende) sono:

- *Accademie Friulane S.r.l.* di Prato Carnico (UD).
- *Artlux S.r.l.* di Comeglians (UD).
- *Egos S.r.l.* di Buia (UD).

- *Ome di Odorico M. & C. S.n.c.* di Ovaro (UD).
- *Omec Ovaro S.r.l.* di Ovaro (UD).

## 1.2 DIMENSIONE E LOCALIZZAZIONE DEL SETTORE<sup>1</sup>.

La produzione dell'occhiale è concentrata quasi totalmente nel Nord Italia in particolare nella Provincia di Belluno. Il "Distretto cadorino dell'occhiale" si è continuamente ampliato nel tempo:

- Negli anni '50 il settore dell'occhialeria in Italia si identifica praticamente con la provincia di Belluno (Centro Cadore, soprattutto nei Comuni di Calalzo e Domegge di Cadore).

- Negli anni '60 l'occhialeria bellunese cresce quantitativamente ad un ritmo più basso rispetto al resto del Veneto e dell'Italia, cosicchè diminuisce la sua incidenza percentuale sul totale del settore. In questo periodo nasce ad Agordo "Luxottica" (fondata nel 1961 da Leonardo Del Vecchio insieme ai due soci cadorini Toscani e Dalcorta), che darà un grande impulso alla diffusione delle occhialerie anche nell'agordino. Qualche azienda si insedia pure nel Mediopiave e nel Feltrino (sono imprese ai margini del "distretto", che si estenderà in queste zone soltanto alla fine degli anni '80).

- Negli anni '70 si accentua il processo di diffusione dell'attività del settore occhialeria al di fuori dell'area cadorina, soprattutto verso l'Agordino (grazie alla "prepotente" entrata in scena di Luxottica). Anche nel Mediopiave continua la diffusione delle occhialerie, ma l'incremento maggiore viene fatto registrare nel Feltrino.

- Nel corso degli anni '80 inizia un importante processo, destinato a protrarsi fino ad oggi, caratterizzato dalla crescita di numerose aziende localizzate al di fuori della provincia di Belluno, nel resto del Veneto (in particolare nell'alta provincia di Treviso, nei comuni di Segusino e Pederobba). Inizia un progressivo spostamento delle attività produttive verso il fondovalle nella direzione del MedioPiave (Longaronese e Bellunese) e di una parte del Feltrino (in particolare nei comuni di Alano di Piave e di Quero).

- Negli anni '90, con l'avvenuta diffusione dell'occhialeria anche nel Feltrino e lungo tutto il fondo valle, il "distretto dell'occhiale" coincide con tutto il territorio

---

<sup>1</sup> I dati sull'evoluzione del "Distretto Bellunese dell'occhialeria" nel corso degli anni e sulla sua espansione geografica a partire dal Dopoguerra, sono stati tratti dai Censimenti decennali dell'ISTAT, dal 1951 al 1991.



della Provincia di Belluno, dal Cadore (fino alle zone del Comelico-Sappada) al Feltrino, dall'Agordino al MedioPiave. Alla zona del bellunese si possono aggiungere come sede di importanti occhialerie le Province di Treviso (che rappresenta l'area più forte dopo il bellunese), Padova, Vicenza e Venezia. Recentemente, sono nati insediamenti anche nel Friuli Venezia Giulia, in particolare in Carnia e Valcellina (più della metà delle aziende sono nate a partire dal 1995).

Attualmente si può affermare, in base alle stime realizzate da A.N.F.A.O., che il Nord-Est accoglie più dell' 80% delle imprese italiane del settore, così ripartite (vedi Tabelle 1-1 e 1-2):

| <b>AZIENDE DEL SETTORE OCCHIALERIA ANNO 1996.</b> |             |           |        |
|---|-------------|-----------|--------|
|   | Industriali | Artigiane | Totali |
| <b>ITALIA</b>                                     | 260         | 1250      | 1510   |
| <b>VENETO</b>                                     | 230         | 1050      | 1280   |
| % su Italia                                       | 88,5 %      | 84 %      | 84,8 % |
| <b>PROV. BELLUNO</b>                              | 160         | 770       | 930    |
| % su Italia                                       | 61,5 %      | 61,6 %    | 61,6 % |
| % su Veneto                                       | 69,6 %      | 73,3 %    | 72,6 % |

Tabella 1-1 Aziende del settore occhialeria anno 1995<sup>2</sup>.

| <b>ADDETTI DEL SETTORE OCCHIALERIA ANNO 1996.</b> |             |           |        |
|---|-------------|-----------|--------|
|   | Industriali | Artigiani | Totali |
| <b>ITALIA</b>                                     | 14100       | 3750      | 17850  |
| <b>VENETO</b>                                     | 12250       | 3150      | 15400  |
| % su Italia                                       | 86,9 %      | 84 %      | 86,3 % |
| <b>PROV. BELLUNO</b>                              | 8900        | 2300      | 11200  |
| % su Italia                                       | 63,1 %      | 61,3 %    | 62,7 % |
| % su Veneto                                       | 72,6 %      | 73 %      | 72,7 % |

Tabella 1-2 Addetti del settore occhialeria anno 1995.

<sup>2</sup> I dati sono stati forniti dall' ANFAO (Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici) per il settore Italia e Veneto.

### 1.3 PRODUZIONE, IMPORT ED EXPORT DELL'ITALIA<sup>3</sup>.

#### 1.3.1 L'andamento generale.

L'occhialeria italiana è presente in modo consistente sui mercati internazionali, poiché esporta l'80% circa della sua produzione. Il settore ha sempre saputo far crescere negli anni la sua produttività: dal 1985 al 1996 la sua produzione è aumentata del 432%, come pure l'esportazione che, in dodici anni, è cresciuta del 409%.

Il 1996 è stato un anno di consolidamento delle performance esuberanti dell'anno precedente (nel '95 c'è stato un vero e proprio "boom"), sicuramente eccezionali, un consolidamento accompagnato da alcuni segnali di crescita. Tutto questo in un momento in cui i mercati internazionali soffrono l'assestamento delle dinamiche economiche.

Lo scenario proposto dall'economia italiana nel corso del 1996 è stato poco brillante in quanto caratterizzato da rallentamenti di crescita e da fenomeni di stagnazione dei processi produttivi. La lettura dei più recenti dati forniti dall'Istat ha presentato infatti "l'azienda italiana" con un diagramma pressoché piatto determinato da consumi stagnanti, investimenti in calo ed esportazioni poco soddisfacenti.

Un rallentamento generale che ha interessato anche il settore dell'occhialeria in modo diverso, penalizzando alcuni prodotti e rafforzandone altri, ma che non deve essere interpretato negativamente, poiché una crescita c'è stata. La produzione del settore nel 1996 è stata di 2.820 miliardi di lire (+4,8%), le esportazioni hanno raggiunto quota 2.090 miliardi di lire (+7,2%), le importazioni sono salite a 410 miliardi di lire (+10,8%), con un mercato interno pari a 1.140 miliardi di lire (+2,7%).

Possiamo vedere sintetizzati nella seguente tabella i dati principali dell'industria italiana dell'occhialeria, dal 1985 al 1996 (vedi Tabella 1-3) e nel grafico seguente possiamo seguirne l'andamento dal 1985 al 1996.

---

<sup>3</sup> I dati sono stati raccolti in occasione del MIDO '97 e sono stati forniti dall' A.N.F.A.O. (Associazione Nazionale Fabbrianti Articoli Ottici).

## L'industria dell'occhialeria

(valori in miliardi di lire)

|                 | 1985   | 1986   | 1987   | 1988   | 1989   | 1990   | 1991   | 1992   | 1993   | 1994   | 1995   | 1996   | var. % |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                 | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % | var. % |
| Produzione      | 530,4  | 574,9  | 609,4  | 657,7  | 978,6  | 1093   | 1202   | 1496   | 1900   | 2200   | 2690   | 2820   | 28,5%  |
|                 |        | 8,4%   | 6,0%   | 7,9%   | 48,8%  | 11,7%  | 10,0%  | 24,5%  | 27,0%  | 15,8%  | 22,3%  | 2820   | 4,8%   |
| Esportazioni    | 410,2  | 446,9  | 496,0  | 523,1  | 608,6  | 706,5  | 769,3  | 905,9  | 1167,6 | 1500   | 1950   | 2090   | 27,0%  |
|                 |        | 8,9%   | 11,0%  | 5,5%   | 16,3%  | 16,1%  | 8,9%   | 17,8%  | 28,9%  | 28,5%  | 30,0%  | 2090   | 7,2%   |
| Importazioni    | 106,7  | 122,2  | 149,2  | 170,6  | 200,2  | 222,4  | 251,5  | 293,5  | 293,2  | 300    | 370    | 410    | -0,1%  |
|                 |        | 14,5%  | 22,1%  | 14,3%  | 17,4%  | 11,1%  | 13,1%  | 16,7%  | -0,1%  | 300    | 2,3%   | 410    | 10,8%  |
| Mercato interno | 226,9  | 250,2  | 292,6  | 305,2  | 572,2  | 608,9  | 684,2  | 883,6  | 1025,6 | 1010   | 1110   | 1140   | 16,1%  |
|                 |        | 10,3%  | 16,9%  | 4,3%   | 87,5%  | 6,4%   | 12,4%  | 29,1%  | 16,1%  | 1010   | -1,5%  | 1140   | 2,7%   |

Tabella 1-3 L'industria dell'occhialeria in Italia.

## L'industria dell'occhialeria

(valori in miliardi di lire)

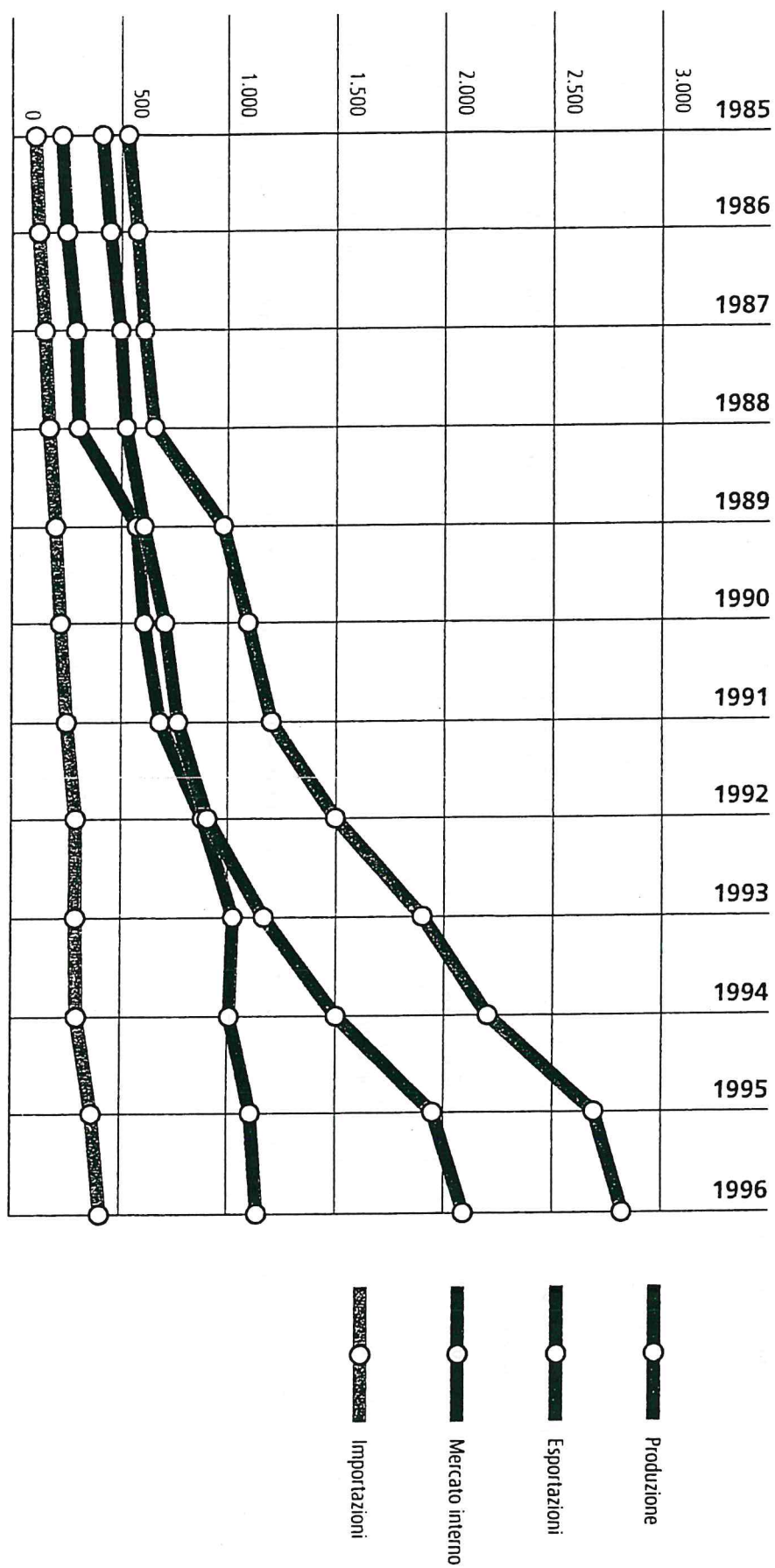


Figura 1-1 L'industria dell'occhialeria in Italia.



Il 1996 riconferma l'aumento progressivo delle richieste americane che, nel corso degli ultimi tre anni, ha praticamente quadruplicato le commesse con l'Italia e segnali positivi in questa direzione, sembrano giungere già per l'anno in corso.

Per il 1997 il panorama generale italiano sembra volgere a migliori prospettive, infatti le più recenti indicazioni congiunturali delineano una lenta uscita dell'economia italiana dalla fase di ristagno. Nei primi mesi del 1997 ci sono stati segnali di ripresa: innalzamento dei livelli d'importazione, ordini da parte delle imprese industriali.

### **1.3.2 Le montature italiane nel mondo.**

Prendiamo ora in esame uno dei prodotti merceologici più apprezzati dai mercati internazionali: le montature. Nel 1996 sono state esportate montature italiane in tutto il mondo per un valore di 1.187 miliardi di lire, con una crescita, rispetto al 1995, pari al 3,8%. In percentuale i paesi che hanno importato le montature italiane sono stati: l'Europa per il 44%, l'America per il 43,5%, seguite a grandi distanze dall'Asia, con 9,5% ed in piccole percentuali dall'Oceania e dall'Africa. Il mercato delle montature da vista ha registrato una tendenza alterna negli anni, dal 1987 al 1990 il maggior mercato interessato dal prodotto italiano è stato l'America, successivamente dal 1991 al 1996, la tendenza è cambiata a favore dell'Europa. Comunque, i segnali registrati dagli operatori di settore indicano per il 1997, con il dollaro favorevole a chi acquista sul mercato italiano, una maggior richiesta americana.

Scorrendo la Tabella 1-4 e relativo grafico (vedi Figura 1-2), salta subito agli occhi come, nell'arco dei dieci anni presi in esame, l'esportazione di montature nel mondo sia cresciuta nel suo complessivo del 249%, ed in particolare, si è triplicata in alcune aree di forte richiesta quale l'Europa, attualmente il principale importatore, e l'America (soprattutto gli Stati Uniti) che, in valore assoluto ha aumentato considerevolmente le sue commesse negli ultimi anni.

**Esportazione di montature nel mondo**  
(Valori in milioni di lire)

|         | 1987     | var. % | 1988     | var. % | 1989     | var. % | 1990     | var. % | 1991     | var. % | 1992     | var. % | 1993     | var. % | 1994     | var. % | 1995      | var. % | 1996      | var. % |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| Europa  | 146646,4 | 0,0%   | 186415,6 | 27,1%  | 192146,8 | 3,1%   | 236703,6 | 23,2%  | 299186,0 | 26,4%  | 342687,2 | 14,5%  | 331399,4 | -3,3%  | 417720,6 | 26,0%  | 517628,4  | 23,9%  | 518173,9  | 0,1%   |
| America | 168061,1 | 0,0%   | 167554,2 | -0,3%  | 198036,4 | 18,2%  | 248241,0 | 25,4%  | 242728,7 | -2,2%  | 304802,3 | 25,6%  | 352720,3 | 15,7%  | 397507,5 | 12,7%  | 480236,4  | 20,8%  | 517232,3  | 7,7%   |
| Asia    | 13837,4  | 0,0%   | 22263,6  | 60,9%  | 29094,8  | 30,7%  | 35122,2  | 20,7%  | 36530,8  | 4,0%   | 58002,6  | 58,8%  | 70096,9  | 20,9%  | 85851,6  | 22,5%  | 105967,3  | 23,4%  | 114093,4  | 7,7%   |
| Oceania | 5089,1   | 0,0%   | 7149,2   | 40,5%  | 9066,2   | 26,8%  | 8879,5   | -2,1%  | 11653,1  | 31,2%  | 11029,1  | -5,4%  | 14561,4  | 32,0%  | 17050,6  | 17,1%  | 22524,6   | 32,1%  | 18056,2   | -19,8% |
| Africa  | 6029,3   | 0,0%   | 7267,4   | 20,5%  | 8765,0   | 20,6%  | 9039,7   | 3,1%   | 10259,1  | 13,5%  | 10566,2  | 3,0%   | 12484,8  | 18,2%  | 16170,5  | 29,5%  | 18070,3   | 11,7%  | 20214,9   | 11,9%  |
| Diversi | 207,5    | 0,0%   | 750,5    | 261,7% | 2454,8   | 227,1% | 51,1     | -97,9% | 40,3     | -21,1% | 38,8     | -3,7%  | 56,0     | 44,3%  | 154,7    | 176,3% | 74,5      | -51,8% | 46,9      | -37,0% |
| Mondo   | 339870,8 | 0,0%   | 391400,5 | 15,2%  | 439564,0 | 12,3%  | 538037,1 | 22,4%  | 600398,0 | 11,6%  | 727126,2 | 21,1%  | 781318,8 | 7,5%   | 934455,5 | 19,6%  | 1144501,5 | 22,5%  | 1187817,6 | 3,8%   |

Tabella I-4 Esportazione di montature "made in Italy" nel mondo.



**Esportazione di montature nel mondo**  
(valori in milioni di lire)

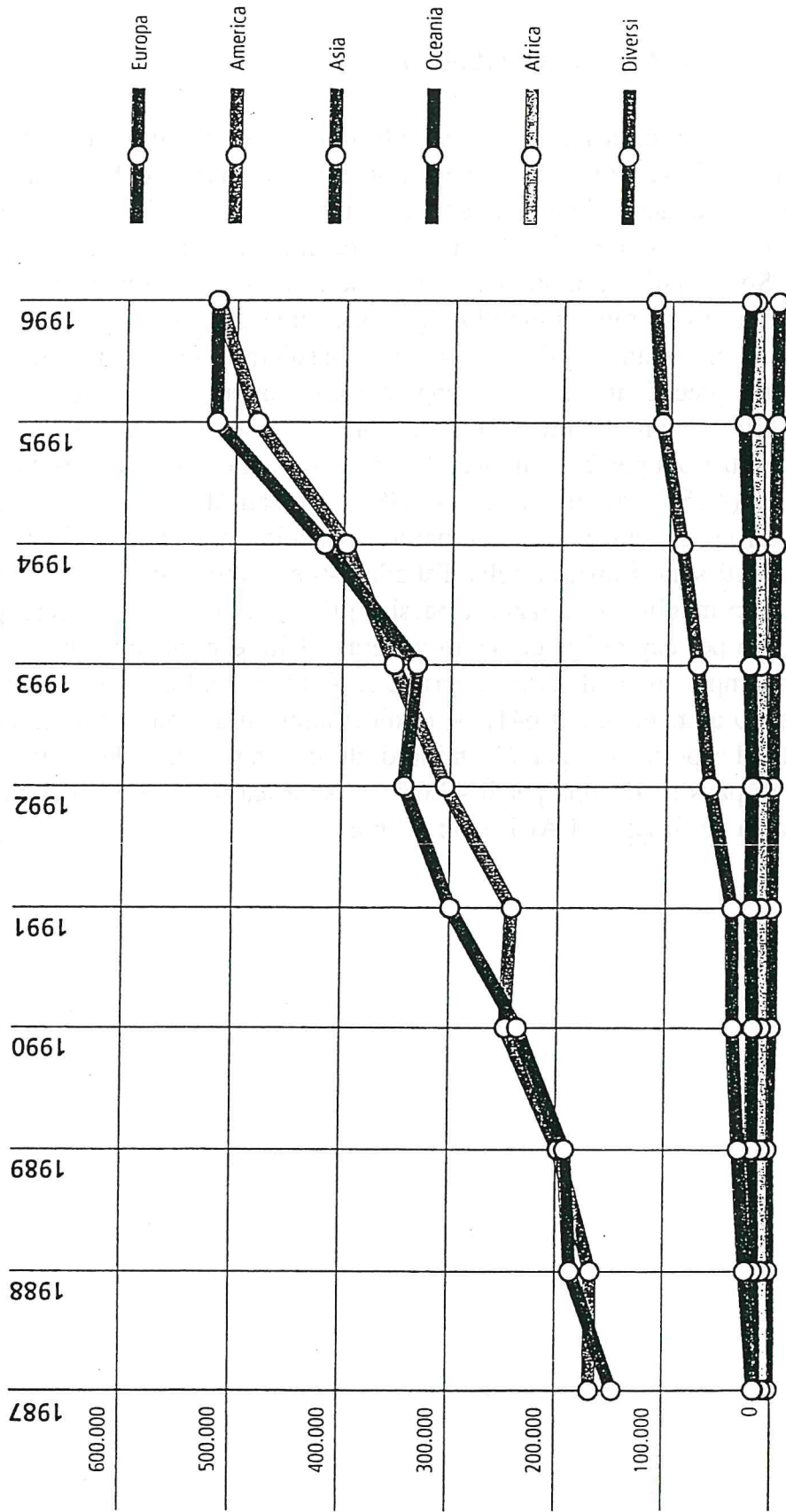


Figura 1-2 Esportazione di montature "made in Italy" nel mondo.

### 1.3.3 Gli occhiali da sole italiani.

Sempre in ascesa l'occhiale da sole italiano si riconferma il vero cavallo di battaglia del settore: anche nei momenti di maggior flessione negativa e rallentamento generale dei mercati, con alla spalle cifre record (nel 1995 la crescita é stata del 84% sull'anno precedente) non ha affatto rallentato la sua corsa. Sono stati esportati occhiali da sole italiani per un corrispettivo di 713 miliardi di lire in tutto il mondo registrando una crescita, rispetto al 1995, pari al 40,2%, risultato ancor più significativo considerate le performances eccezionali dell'anno precedente. I paesi maggiormente interessati dall'esportazione sono stati l'Europa con 306 miliardi di lire (+29,6%) seguita dall'America (+57,7%), con esportazioni per 222 miliardi di lire. Importante anche la crescita registrata in Oceania (+86%) ed in Asia (+43,8%), mercati di difficile penetrazione per l'agguerrita presenza dei competitors asiatici e coreani. Cifre e raffronti interessanti sono illustrati nella Tabella 1-5 e relativo grafico (vedi Figura 1-3), dove sono meglio visualizzati i paesi e più dettagliatamente offerti parametri di confronto per capire l'andamento generale delle esportazioni di occhiali da sole sia nel tempo, che nelle aree geografiche di interesse. Le esportazioni dal 1987 ad oggi sono aumentate del 641,3% in dieci anni, infatti dai 96 miliardi di lire si é passati ad esportazioni per 713 miliardi di lire. In percentuale, hanno interessato i seguenti paesi: l'Europa per il 43,6% , l'America per il 31%, l'Asia per il 22%, l'Oceania per il 1,5%, l'Africa per l'1,6%.

### Esportazione di occhiali da sole nel mondo

(valori in milioni di lire)

|         | 1987    | var. % | 1988    | var. %  | 1989     | var. % | 1990     | var. % | 1991     | var. % | 1992     | var. % | 1993     | var. % | 1994     | var. % | 1995     | var. %  | 1996     | var. % |
|---------|---------|--------|---------|---------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|---------|----------|--------|
| Europa  | 51082,5 | 0,0%   | 52052,9 | 1,9%    | 67963,3  | 30,6%  | 82719,2  | 21,7%  | 81585,6  | -1,4%  | 82468,8  | 1,1%   | 101557,8 | 23,1%  | 139560,7 | 37,4%  | 236847,2 | 69,7%   | 306923,7 | 29,6%  |
| America | 33147,8 | 0,0%   | 25738,1 | -22,4%  | 41615,6  | 61,7%  | 37180,5  | -10,7% | 26236,2  | -29,4% | 31860,5  | 21,4%  | 38996,8  | 22,4%  | 57445,8  | 47,3%  | 141128,6 | 145,7%  | 222492,0 | 57,7%  |
| Asia    | 9060,2  | 0,0%   | 8343,6  | -7,9%   | 13989,1  | 67,7%  | 14020,8  | 0,2%   | 21804,3  | 55,5%  | 27407,5  | 25,7%  | 42036,2  | 53,4%  | 70674,7  | 68,1%  | 109970,1 | 55,6%   | 158174,6 | 43,8%  |
| Oceania | 1791,7  | 0,0%   | 1981,7  | 10,6%   | 2517,0   | 27,0%  | 2444,8   | -2,9%  | 2606,6   | 6,6%   | 2155,3   | -17,3% | 1397,0   | -35,2% | 2785,3   | 99,4%  | 5757,6   | 106,7%  | 10715,1  | 86,1%  |
| Africa  | 1038,7  | 0,0%   | 1205,3  | 16,0%   | 1480,0   | 22,8%  | 904,6    | -38,9% | 1342,8   | 48,4%  | 1724,6   | 28,4%  | 2734,8   | 58,6%  | 5447,0   | 99,2%  | 10089,5  | 85,2%   | 12044,3  | 19,4%  |
| Diversi | 60,9    | 0,0%   | 785,9   | 1190,5% | 844,3    | 7,4%   | 116,7    | -86,2% | 58,0     | -50,3% | 46,8     | -19,3% | 56,9     | 21,6%  | 118,4    | 108,1% | 4916,8   | 4052,7% | 2709,2   | -44,9% |
| Mondo   | 96181,8 | 0,0%   | 90107,5 | -6,3%   | 128409,3 | 42,5%  | 137386,6 | 7,0%   | 133633,5 | -2,7%  | 145663,5 | 9,0%   | 186779,5 | 28,2%  | 276031,9 | 47,8%  | 508709,8 | 84,3%   | 713058,9 | 40,2%  |

Tabella 1-5 Esportazione di occhiali da sole "made in Italy" nel mondo.



**Esportazione di occhiali da sole nel mondo**  
(valori in milioni di lire)

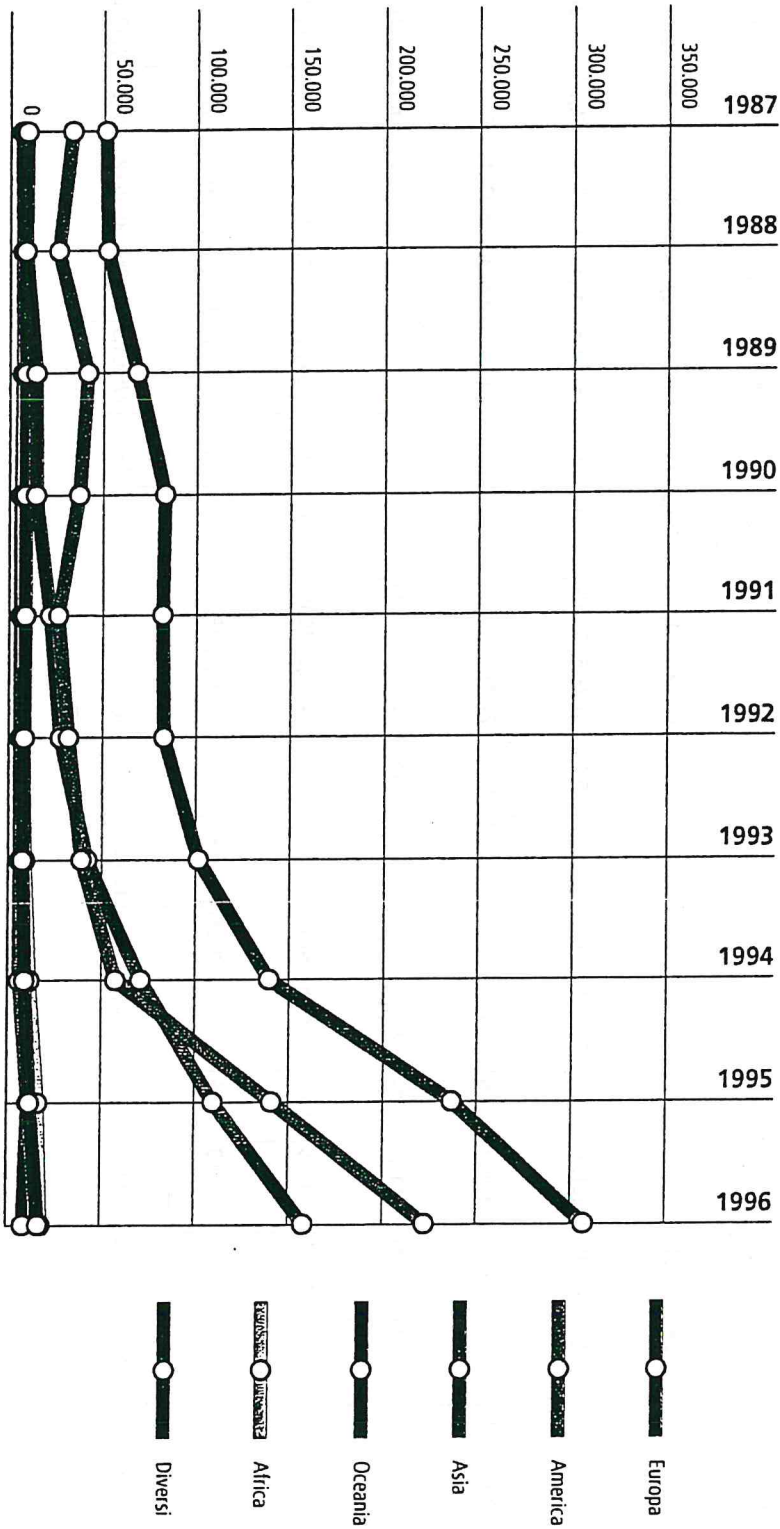


Figura 1-3 Esportazione di occhiali da sole "made in Italy" nel mondo.

#### 1.4 IL MERCATO MONDIALE ED IL RUOLO DELL'ITALIA.

Le aree che producono le maggiori quantità di montature nel mondo, sono l'Europa ed il Sud-Est asiatico, ed in particolare: Italia, Francia, Germania, Giappone, Corea, Hong Kong, Taiwan, Indonesia. Piccole quantità vengono, poi, fabbricate da Gran Bretagna, Austria, Spagna, Grecia, Turchia e più di recente Messico e Filippine.

Le due aree di produzione si distinguono per il tipo di prodotto, a buon mercato e di qualità inferiore per il Sud-Est asiatico (eccetto il Giappone), e più costoso e ricercato (in termini di qualità, designs e colori) per l'Europa.

La situazione produttiva dell'occhiale è attualmente in rapida evoluzione a livello mondiale. Tra i fattori evolutivi più significativi vi è l'offerta sempre più concorrenziale da parte dell'Estremo Oriente (il cosiddetto "Far East": Cina, Taiwan, Hong Kong, Indonesia, Corea).

Attualmente i Paesi produttori europei si trovano a dover fronteggiare realtà salariali non paragonabili alle proprie (a titolo di esempio, l'operaio base nei Paesi asiatici in via di sviluppo costa all'azienda circa 40/50 U.S.D., mentre in Italia 2.000 U.S.D. e in Germania 2.800 U.S.D.).

Le aziende produttrici di occhiali in aree il cui costo della mano d'opera è alto stanno cercando di intervenire su due fattori, il prodotto e il "merchandising" dello stesso.

Il prodotto italiano si è finora distinto per un rapporto qualità/prezzo vantaggioso. Il suo punto di forza è da sempre riconducibile alla ricerca innovativa capace di sposare l'alto livello qualitativo delle linee prodotte, con uno stile ed una tradizione ormai affermata ed apprezzata sui diversi mercati mondiali.

I prodotti dell'occhialeria italiana in generale si affermano prevalentemente in virtù della loro elevata qualità; quelli dei quattro gruppi principali (Luxottica, Safilo, De Rigo, Marcolin) hanno successo grazie all'elevato livello tecnologico, al prestigio delle grandi firme della moda (per le fasce di prezzo medio-alto) e al contenimento dei costi della commercializzazione e quindi dei prezzi (soprattutto per la fascia media).

Per quanto riguarda la concorrenza orientale, spesso la maggior parte dei modelli prodotti in Oriente appartiene ad una fascia di bassa qualità, non sempre rispettano le norme di sicurezza, e non di rado costituiscono delle imitazioni di prodotti realizzati in Europa.

Il Giappone ha intrapreso la strada della qualità, producendo occhiali di ottima fattura, però di prezzo molto elevato. Per quanto riguarda le innovazioni di prodotto e di tecnologia produttiva, certamente il Giappone è leader a livello mondiale (ciò è legato anche alla progressiva affermazione delle montature in titanio), mentre è più carente sul versante della distribuzione. Inoltre, la regione nipponica, che per dimensioni e concentrazione di imprese rappresenta un'area



sistema molto simile a quella del distretto bellunese, ha risentito recentemente di una crisi, che ha portato alla chiusura di numerose imprese.

Gli Stati Uniti, invece, non rappresentano dei concorrenti per i produttori italiani, in quanto mancano quasi totalmente di produttori di occhiali (a parte qualche ditta famosa come la "Bausch and Lomb" che produce occhiali da sole con il marchio "Ray Ban" e la "Smith Optics" che produce occhiali sportivi, che comunque è stata acquisita dall'italiana Safilo). Gli U.S.A., costituiscono tuttavia il più grande mercato di sbocco per i nostri prodotti (in quanto assorbono più di un terzo di tutto l'export italiano) e anche per quelli degli altri Paesi (attualmente più del 90% di tutti gli occhiali venduti negli Stati Uniti sono importati, prevalentemente dall'Italia, dal Giappone e dal "Far East"). Gli Statunitensi sono, infatti, grandi "consumatori" di occhiali: in media circa il 50% degli Statunitensi porta occhiali correttivi, contro il 40% dei Paesi europei e il 35% degli Italiani. Il mercato statunitense di prodotti dell'ottica è il più largo al mondo, con circa 165 milioni di consumatori. E' un mercato, dove i prodotti sono acquistati soprattutto in base alla loro funzionalità; moda, stile e qualità vengono al secondo posto.

Quanto alla concorrenza all'interno dell'Unione Europea, l'Italia sembra non avere molto da temere. La Francia comincia a segnare il passo (eccetto che per quanto riguarda il segmento delle lenti oftalmiche, in particolare quelle organiche<sup>4</sup> e progressive<sup>5</sup>, dove "Essilor" rappresenta il leader mondiale).

La Germania ricorre già da molti anni alla "subfornitura" italiana, da quando, cioè, per una valutazione di tipo "make or buy" ha ritenuto più conveniente comperare da noi che produrre in loco. Questo a dimostrazione che i nostri standard qualitativi sono ad un livello alto e bene reggono il confronto con i prodotti tedeschi, tradizionalmente orientati a privilegiare questo aspetto. E' così che molti occhiali "made in Germany" sono i realtà italiani, anche se venduti ad un prezzo superiore, causa il notevole ricarico che subiscono. Altri produttori tedeschi hanno trasferito buona parte della produzione a Malta e nei Paesi dell'Est Europeo (ad es. "Rodenstock" e "Zeiss"). I Tedeschi sono molto abili nella commercializzazione del prodotto, che nell'occhialeria gioca un ruolo determinante, in quanto assorbe circa il 70% del prezzo pagato dal consumatore.

Concludendo la breve panoramica sui principali Paesi produttori di occhiali nel mondo, in base a stime fornite da A.N.F.A.O. possiamo affermare che, in seguito anche al boom delle esportazioni del 1995, gli occhiali "made in Italy" hanno conquistato circa un quarto del mercato mondiale. Un mercato che si divide più o meno a metà: da una lato, il prodotto realizzato nei Paesi a basso costo della manodopera; dall'altro, gli occhiali di fascia medio-alta, quelli che puntano sulla

---

<sup>4</sup> Con questo termine intendiamo le lenti in materie plastiche che risultano essere anche infrangibili.

<sup>5</sup> Lenti che presentano diverse focali, variando progressivamente la correzione della vista dalla parte superiore a quella inferiore.



qualità, sull'innovazione e sul design, spesso anche sulla "griffe". E di questo 50% di mercato l'Italia rappresenta ormai la metà.

### 1.5 ENTI ED ASSOCIAZIONI DEL SETTORE OCCHIALERIA.

A livello nazionale tutte le imprese industriali del settore occhialeria fanno capo all' ANFAO (Associazione Nazionale dei Fabbricanti di Articoli Ottici).

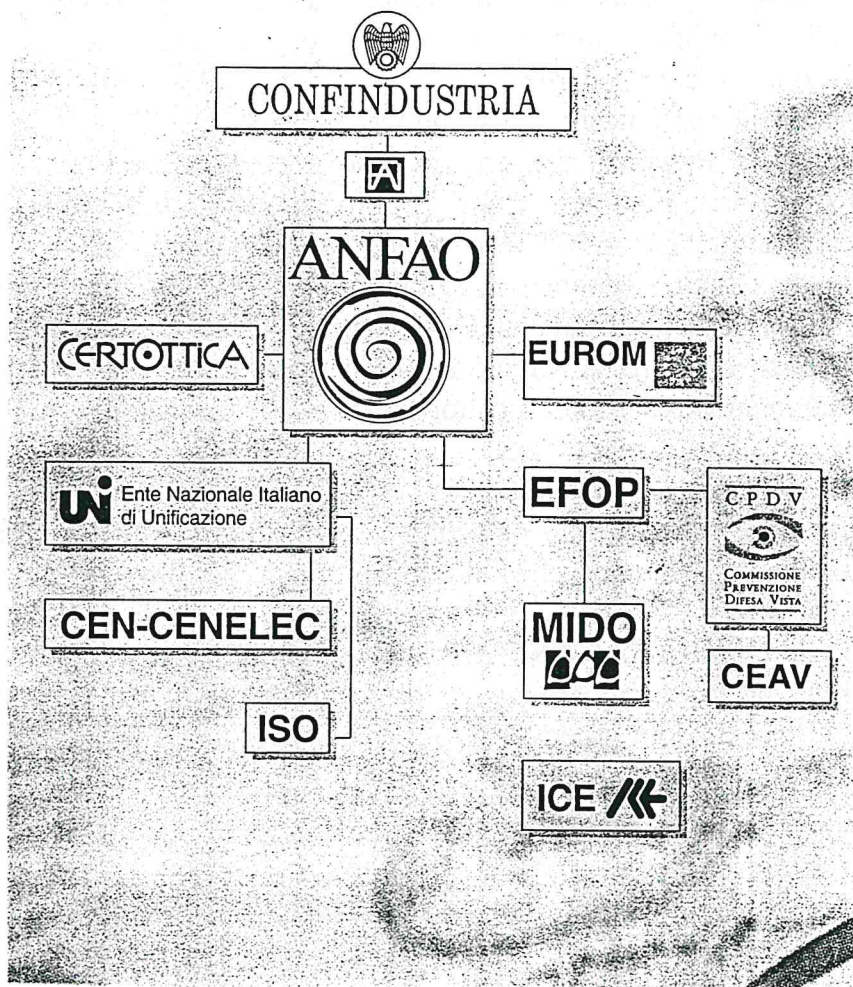


Figura 1-4 Enti ed Associazioni del settore occhialeria.

L'ANFAO aderisce, tramite la FAI (Federazione Associazioni Industriali), a CONFINDUSTRIA e rappresenta tutte le imprese associate al segmento

dell'ottica e dell'occhialeria : sono "soci effettivi" di ANFAO le imprese italiane produttrici di occhiali e loro componenti (montature, occhiali da sole, lenti oftalmiche, materie per occhiali, macchine e attrezzature, strumenti di precisione, trattamenti galvanici, astucci per occhiali, accessori per contattologia, distribuzione e servizi); possono aderire, in qualità di "soci aggregati" anche le aziende operanti nel settore merceologico della distribuzione o Enti e Società aventi interessi primari nel settore.

I principali scopi di ANFAO sono quelli di rafforzare la solidità delle aziende, rappresentarne gli interessi e i rapporti tra queste e le istituzioni, tutelare le imprese associate sul piano economico-sindacale e tributario, stipulare contratti collettivi di lavoro, collaborando alla soluzione delle eventuali vertenze, elaborare studi e progetti mirati al settore, organizzare fiere ed eventi promozionali sul piano commerciale.

Diversi organismi si affiancano o discendono da ANFAO, ad iniziare da EFOP (Ente Fiera Ottica e Prevenzione), che promuove ed organizza, senza fini di lucro, mostre specializzate nel settore dell'occhialeria, dell'ottica e della prevenzione. E' attraverso EFOP che viene organizzato il MIDO (Mostra Internazionale di Ottica, Optometria, Oftalmologia), la più importante fiera mondiale del settore e la più frequentata dai visitatori esteri tra le manifestazioni fieristiche milanesi; si svolge a Milano su una superficie di oltre 30.000 mq. e richiama annualmente circa 1000 espositori, oltre alla frequenza di più di 30.000 visitatori.

Strettamente collegata ad ANFAO è CPDV (Commissione Prevenzione Difesa Vista), che ha come scopo quello di svolgere ogni attività scientifica diretta a promuovere una più vasta conoscenza di tutti i problemi per il miglioramento e la protezione della vista.

Attraverso tale commissione ANFAO partecipa al CEAV (Comitee Europeen Amelioration de la Vue), un organismo di controllo costituito nel 1968 che riunisce tutte le associazioni preposte alla prevenzione e alla difesa della vista in Europa.

ANFAO, inoltre, interagisce:

con l'UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione), che ha il compito di coordinare e pianificare i lavori tecnici per l'elaborazione delle norme ed esamina le proposte di nuovi argomenti;

con l'ISO (International Organisation for Standardization), che raggruppa gli organismi normatori nazionali di una novantina di Paesi;

con il CEN/CENELEC (Comitato Europeo di Normazione).

ANFAO collabora anche con l'ICE (Istituto Commercio Estero) per la promozione dell'immagine dell'occhialeria all'estero organizzando partecipazioni collettive alle manifestazioni fieristiche del settore a livello internazionale; inoltre, partecipa ai lavori di EUROM (Federazione Europea dell'Industria Ottica e della meccanica di precisione), per l'analisi delle tendenze del comparto, delle dinamiche e delle eventuali problematiche del mercato.



A rappresentare e a fornire servizi agli imprenditori bellunesi dell'occhiale vi è la **SIPAO** (Sezione Industrie Produttrici Articoli Occhialeria), che dà il nome ad uno dei più importanti raggruppamenti di imprenditori all'interno della Associazione fra gli Industriali della provincia di Belluno.

L'Associazione, come tutte le libere associazioni di imprenditori che aderiscono a Confindustria, riunisce, su base territoriale della provincia di Belluno, tutti gli imprenditori di ogni comparto merceologico del settore occhialeria. Conformemente alle disposizioni statutarie fondamentali, la SIPAO svolge a favore delle aziende due principali funzioni: la rappresentanza e i servizi. Rappresentanza significa tutelare gli interessi delle occhialerie associate; mentre i servizi significano assistenza e consulenza, a disposizione delle aziende, in tutti i campi nei quali quotidianamente gli imprenditori sono chiamati a misurarsi per il proseguimento della propria attività economica: sindacale, economico, affari legali, export, tecnico. Infine, ma non per ultimo, SIPAO per gli imprenditori bellunesi dell'occhiale significa "stare insieme": per costituire un punto di riferimento rispettato, per affiancare adeguatamente l'intraprendenza dei singoli e per far convergere la libera iniziativa di ognuno verso lo scopo comune di migliorare costantemente.

Infine, tra le varie associazioni presenti nel settore occhialeria, abbiamo **CERTOTTICA** (Istituto Italiano per la Certificazione dei prodotti ottici): nata nel '92, il suo compito è quello di controllare e certificare la qualità tipologica e progettuale dei prodotti ottici. Certottica promuove la formazione e l'aggiornamento professionale degli operatori del settore, partecipa attivamente in sede di normazione a gruppi di lavoro nazionali ed internazionali, sviluppa attività e progetti di ricerca al servizio delle aziende di produzione, ricerca e sperimenta test di collaudo, verifica le norme tecniche di settore (UNI-EN 29000), promuove i rapporti di collaborazione non solo fra industrie e istituzioni, ma anche tra Enti di ricerca e normazione nazionali ed internazionali.

La nascita di CERTOTTICA è stata fondamentale in funzione della marcatura "CE" : per apporre questo marchio il produttore e/o distributore devono dichiarare che il loro prodotto ha superato i test di prova e risponde agli standard europei; il marchio "CE" non è, però, un marchio di qualità, bensì un indicatore di sicurezza del prodotto. Con la certificazione la Comunità Europea intende tutelare la salute e la sicurezza del consumatore.



