

CAPITOLO 2: "Le origini e lo sviluppo del Distretto dell'occhiale nel bellunese".

In questo capitolo viene illustrata sinteticamente la storia dell'occhialeria italiana, nata e sviluppata in Cadore, ed oggi una delle più affermate a livello mondiale. Sono inseriti degli opportuni riferimenti dapprima ai distretti industriali in generale e poi a quelli italiani. Successivamente, l'attenzione è posta alla descrizione dello sviluppo del "Distretto dell'occhiale nel bellunese". Questo riferimento ci sembra necessario, poiché la zona del bellunese attualmente rappresenta più dell'80% della realtà nazionale dell'occhialeria ed è il punto di riferimento da cui hanno preso avvio le realtà carnicofriulane analizzate nella presente ricerca.

2.1 CENNI SUI DISTRETTI INDUSTRIALI.

2.1.1 Il distretto industriale : il concetto marshalliano.

In ambito economico, uno dei filoni di ricerca maggiormente caratterizzanti gli studi condotti in Italia riguarda le cosiddette "aree sistema", i "distretti industriali", i "sistemi territoriali di imprese". Su questi ultimi si è in parte significativa fondato il nostro modello di sviluppo industriale. In questo campo un punto di riferimento interessante può essere costituito dalle considerazioni di Marshall sui caratteri di efficienza dei "distretti industriali" inglesi alla fine del XIX secolo¹.

La riflessione di Marshall² è volta soprattutto ad analizzare i caratteri di efficienza di distretti industriali monosettoriali, ovvero quei distretti all'interno dei quali operano imprese che appartengono prevalentemente ad uno stesso settore industriale. Marshall si rende conto che distretti industriali come quelli metallurgici di Sheffield e Solingen o come alcuni distretti tessili nel Lancashire del Sud rappresentano sistemi di piccole e medie imprese complessivamente competitivi. Marshall dimostra che i vantaggi della grande scala produttiva, o per lo meno una larga parte di essi possono essere realizzati anche da una popolazione di imprese di piccole dimensioni, concentrate in un determinato territorio, suddivise per fasi produttive, attingenti ad un unico mercato del lavoro.

I distretti industriali sono, dunque, insieme di persone ed imprese, presenti in un'area circoscritta e protagonisti di un lungo processo di formazione e sviluppo. Siamo quindi di fronte ad un insieme di entità (terzisti, lavoratori dipendenti,

¹ Bellandi M., 1982.

² Marshall, "Principles of Economics", 1890.

lavoratori a domicilio, istituzioni, ecc.) resi compatti da valori comuni e i cui comportamenti aggregati derivano principalmente dalle interazioni tra agenti endogeni. Il distretto industriale marshalliano non rappresenta semplicemente una “forma organizzativa” del processo produttivo di certe categorie di beni, ma piuttosto un “ambiente sociale” in cui le relazioni fra gli uomini, dentro e fuori dai luoghi di produzione, nel momento dell’accumulazione come quello della socializzazione, e le loro propensioni verso il lavoro, il risparmio, il rischio, ecc., presentano un loro peculiare timbro e carattere³.

Le caratteristiche proprie del distretto marshalliano possono essere riassunte nei seguenti punti⁴:

- Presenza di numerose piccole imprese, tutte concentrate in un dato territorio.
- Produzione flessibile, in base alle diverse necessità dei clienti e, se il cliente è un grossista, capacità di realizzare l’intera gamma della serie produttiva richiesta dallo stesso.
- Fitta serie di relazioni sociali ed economiche piuttosto stabili di competizione e cooperazione.
- Elevato grado di divisione tecnica del lavoro tra i diversi operatori.
- Facilità e frequenza nei rapporti tra i diversi attori del sistema che producono un alto grado di diffusione delle informazioni e consentono la trasmissione a cascata per contiguità spaziale dei fenomeni innovativi.
- Forte tendenza alla specializzazione produttiva.
- Propensione al costante rinnovamento degli impianti con l’introduzione di tecnologie che non comportano cambiamenti radicali, ma un incremento nella produttività dell’impresa.
- Separazione non rigida fra le imprese che vendono i loro prodotti e quelle che operano come subfornitrici di altre imprese; una piccola impresa può contemporaneamente essere subfornitrice e venditrice.
- Buona capacità di penetrazione sui mercati internazionali.
- Forte interconnessione fra il distretto come realtà produttiva e come ambiente di vita familiare, politica, sociale.

I vantaggi del distretto marshalliano scaturiscono dalla realizzazione congiunta di tali peculiarità. Marshall, dunque, vuole evidenziare il fatto che in un distretto industriale vi siano dei trasferimenti di informazioni, dei passaggi di idee, di esperienze, di sensazioni che avvengono soprattutto attraverso dei rapporti diretti del tipo “faccia a faccia”. Egli quando scrive che “i segreti dell’industria stanno nell’aria” vuole proprio sottolineare il vantaggio, in termini di costi di formazione, che hanno le imprese operanti in un distretto rispetto ad altre realtà produttive che operano in contesti diversi. In effetti, le informazioni di cui l’impresa dispone, a costo molto basso e quasi senza sforzo, nel distretto,

³ G. Becattini, 1987.

⁴ Vedi nota 2.

sono molto più "penetranti" di quelle raccogliabili altrove mediante strutture formali⁵.

Marshall si sofferma sulla competitività e sulla vitalità mostrate dal complesso delle imprese operanti in certi distretti industriali che egli valuta in termini di efficienza. A tal riguardo, lo stesso assegna grande importanza alle economie derivanti da un aumento della scala di produzione. Egli introduce due termini tecnici al fine di classificare le economie di scala. Le economie dipendenti dalle risorse delle singole imprese, dalla loro organizzazione e dall'efficienza della loro amministrazione sono chiamate "economie interne", mentre quelle dipendenti dallo sviluppo generale dell'industria sono considerate "economie esterne". Sono proprio queste ultime che costituiscono, per le imprese di minori dimensioni, vantaggi equivalenti alle economie interne della grande industria, purchè esse risultino territorialmente concentrate e sia possibile suddividere il processo di produzione in fasi, ciascuna delle quali possa essere eseguita con la massima economia in una piccola unità produttiva. Dobbiamo comunque dire che le "economie esterne di agglomerazione" in Marshall non possono essere considerate economie di scala nel senso letterale del termine, in quanto esse sono legate non solo a tecniche di produzione, ma anche ad un ambiente socio-territoriale⁶.

Possiamo individuare le seguenti principali "economie esterne di agglomerazione":

Diffusione di capacità e di know-how : nelle zone in cui le fabbriche esistono da lungo tempo diviene comune a coloro che vi operano una certa attitudine alla responsabilità e all'attenzione, nonchè una particolare dimestichezza nel maneggiare macchinari più o meno complessi; quindi l'agglomerazione dell'industria in un distretto genera nel tempo un'attitudine diffusa al lavoro industriale.

Continuità di invenzioni e di innovazioni : la vicinanza spaziale e l'omogeneità culturale favoriscono la trasmissione di idee nuove e aumentano la frequenza della loro adozione. Ognuno trae vantaggio dalle idee dei suoi vicini, trovando stimolo nel contatto con coloro che sono interessati come lui a fare nuovi esperimenti, e ogni invenzione riuscita ha probabilità, una volta lanciata, di diffondersi e di perfezionarsi.

Minimizzazione dei costi di trasporto : la relativa vicinanza fra le imprese consente un certo risparmio nel trasporto dei manufatti.

Sviluppo del commercio : nel distretto possono svilupparsi imprese che, avendo contatti con l'esterno (importatori di materie prime, aziende commerciali, ecc.), svolge un'attività di trasduttore, ovvero di conversione dei segnali percepiti dal mercato in ordini-commesse per le unità operative interne al distretto. Ecco, dunque, che anche le imprese cosiddette monofase indirettamente hanno rapporti con i vari mercati di sbocco.

⁵ G. Becattini, 1991.

⁶ Becattini, 1991.

Contatti diretti “faccia a faccia” nelle transazioni commerciali : essendo la maggior parte delle imprese di un distretto di modeste dimensioni, i contatti personali risultano essere molto frequenti. Tutto questo può rafforzare tra i vari operatori rapporti di lealtà e di stima. Nella misura in cui ciò avviene, l'interdipendenza reciproca risulta accentuata con la possibilità di ridurre notevolmente i costi di transazione.

Sviluppo della complementarità fra industrie specializzate per fasi di processo o per tipi di prodotto : nel distretto gli operatori aderiscono alla consuetudine di cooperazione reciproca che permette un'efficace coordinamento delle attività strettamente complementari, le quali sono chiamate a soddisfare specifiche esigenze quantitative e qualitative delle imprese acquirenti.

Ampliamento del mercato del lavoro specializzato : nei distretti industriali c'è una diffusa professionalità dei lavoratori che deriva da un processo di portata storica nell'accumulazione delle conoscenze. In questo contesto l'informazione tecnologica si propaga velocemente all'interno dei “clusters” imprenditoriali, assicurando una capacità innovativa diffusa. Si tratta, comunque, di una conoscenza locale e specifica acquisita tramite lunghe e costose sperimentazioni. La sua diffusione è strettamente legata ai forti legami familiari e sociali presenti tra gli operatori del distretto.

Attrazione di capacità imprenditoriale : nel distretto si creano gli spazi per redditizi investimenti di capitale nell'organizzazione di industrie sussidiarie rivolte a soddisfare i loro bisogni particolari.

Le “economie esterne di agglomerazione”, dovute alla concentrazione geografica e all'insieme dei fattori ambientali, producono inoltre tutta una serie di vantaggi in quanto riducono i comportamenti opportunistici, i quali vengono scoraggiati dalla frequenza e numerosità delle relazioni che coinvolgono le imprese del distretto e diminuiscono gli effetti della presenza di diffusa incertezza che viene affrontata attraverso la flessibilità organizzativa propria della forma distrettuale (infatti la modesta dimensione delle imprese favorisce la loro proliferazione e rapida riconversione).

2.1.2 I distretti industriali in Italia.

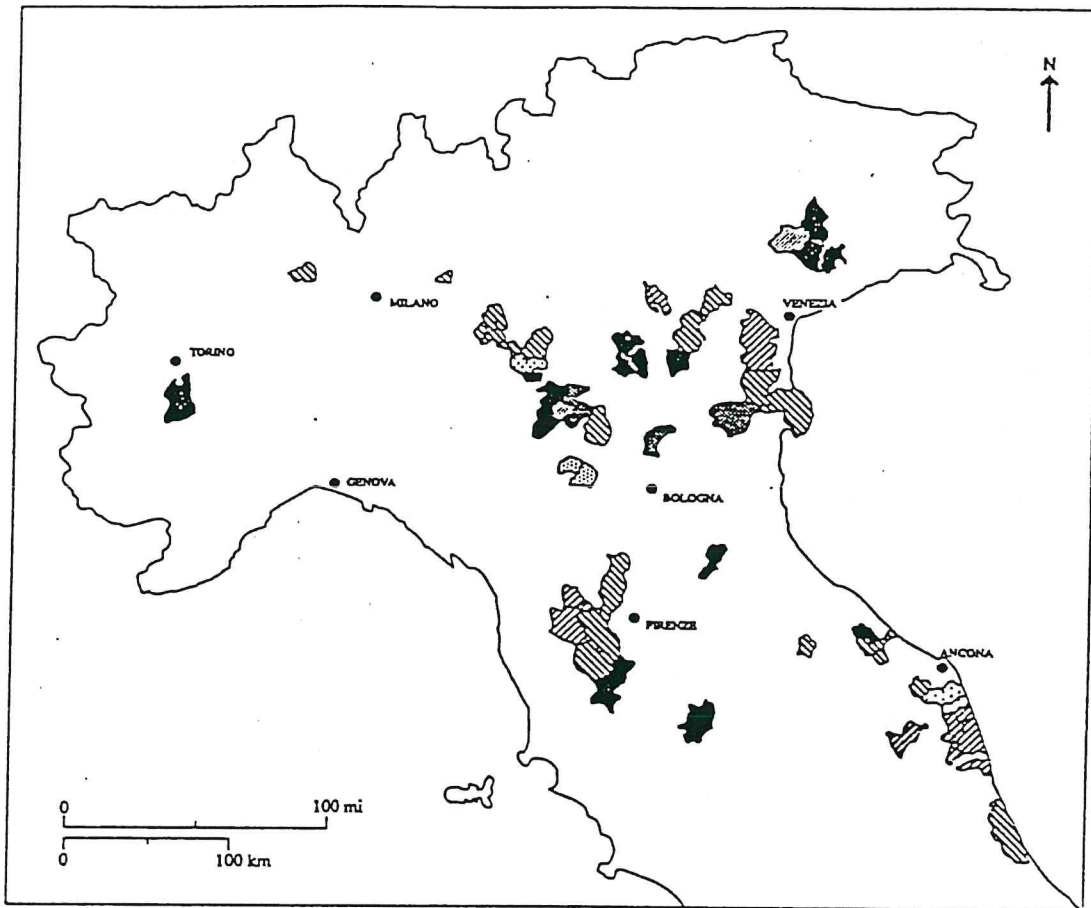
Il concetto di distretto industriale rimane latente nell'analisi economica italiana fino agli anni '60 ed è solo verso la fine di quel periodo che comincia a maturare nel nostro Paese una concettualizzazione applicata a specifiche realtà locali, come quella toscana, oppure quella emiliana, mentre più tardi l'interesse si focalizzerà anche sulla realtà veneta.

In seguito, vengono effettuati altri studi che, focalizzando l'attenzione sullo sviluppo economico locale, contribuiscono ulteriormente a far crescere la consapevolezza, fra i più avvertiti studiosi dell'economia italiana, che l'industrializzazione leggera doveva essere considerata un modello appropriato

per spiegare particolari aree dell'Italia centro-settentrionale, rivelandosi come una specifica forma di sviluppo piuttosto che uno sviluppo "periferico" rispetto a quello dell'Italia nord-occidentale. Comincia dunque a trovare lentamente seguito tra gli studiosi l'idea di una "terza" Italia diversa, per condizioni strutturali e storiche, dalla "prima" (il Triangolo) e dalla "seconda" (il Sud-Isole).

Un tentativo di individuazione dei distretti industriali in Italia è stato eseguito all'inizio degli anni novanta da F. Sforzi (1991). Alla fine del suo lavoro egli identifica 61 "distretti marshalliani" (vedi Figura 2-1) localizzati principalmente nell'Italia nord-orientale e centrale, ma anche nell'Italia nord-occidentale, con una significativa esclusione della Liguria, la sola regione quasi interamente caratterizzata da grandi impianti di industria pesante.

L'analisi di Sforzi risulta, però, forse troppo selettiva in quanto ad esempio per il Veneto vengono individuate le due aree principali del mobile (l'Opitergino e la bassa veronese), le due della calzatura (la Riviera del Brenta e quella nella Valle d'Illasi), l'elettromeccanica di Conegliano, la concia della Valle di Chiampo e l'abbigliamento nelle aree della bassa padovana e del Polesine. Non compaiono, invece, la più importante area dell'occhialeria in Europa e una delle più importanti al mondo, e cioè quella del Cadore, oppure quella della calzatura sportiva di Montebelluna; quella integrata del tessile-abbigliamento di Schio-Valdagno; l'elettromeccanica e l'oreficeria nel vicentino; la ceramica di Bassano, e altre ancora.



	Meccanica		Tessile		Mobili
	Macchinari		Abbigliamento		Ceramica
	Elettromeccanica		Concerie		Giocattoli
			Calzature		Strumenti musicali
			Articoli in cuoio		

Meccanica: Carmagnola (TO), Rivarolo Mantovano (MN), Sant'Ilario d'Enza (RE)
Macchinari: Suzzara (MN), Novellara (RE), Cento (FE), Copparo (FE)
Elettromeccanica: Conegliano (TV), Guastalla (RE)
Ceramica: Sassuolo (MO), Casalgrande (RE)
Giocattoli: Canneto sull'Oglio (MN)
Tessile: Urgnano (BG), Quinzano d'Oglio (BS), Asola (MN), Carpi (MO), Prato (FI)
Abbigliamento: Oleggio (NO), Manerbio (BS), Pontevecchio (BS), Verolanuova (BS), Ostiano (CR), Noventa Vicentina (VI), Piaszola sul Brenta (PD), Adria (RO), Porto Tolle (RO), Mondolfo (PS), Urbana (PS), Corinaldo (AN), Filottrano (AN), Roseto degli Abruzzi (TE), Castel-fiorentino (FI), Empoli (FI)
Concerie: Arzignano (VI), Santa Croce sull'Arno (PI)
Calzature: San Giovanni Ilarione (VR), Piove di Sacco (PD), Civitanova Marche (MC), Fermo (AP), Grottazzolina (AP), Montefiore dell'Asso (AP), Montegrano (AP), Monte San Pietrangeli (AP), Torre San Patrizio (AP), Lamporecchio (PT), Montecatini Terme (PT)
Pelletterie: Tolentino (MC)
Strumenti Musicali: Potenza Picena (MC), Recanati (MC)
Mobili: Viadana (MN), Bovolone (VR), Ceres (VR), Nogara (VR), Motta di Livenza (TV), Oderzo (TV), Montagnana (PD), Sacile (PN), Modigliana (FO), Saltara (PS), Poggibonsi (SI), Sinalunga (SI)

Fonte: F. Sforzi, 1991

Figura 2-1 I Distretti industriali marshalliani secondo la loro industria dominante.

Un altro tentativo di analisi dei distretti industriali svolto su scala nazionale è stato compiuto nel 1988 dal Dipartimento Attività Produttive e Politiche Economiche della CGIL che ha portato all'individuazione di 99 aree (Tabella 2-1) ad alta concentrazione di piccole e medie imprese, che hanno assunto una fisionomia di distretto marshalliano e/o di area sistema. In questo lavoro, per quanto riguarda il Veneto, vengono individuate aree di specializzazione più tradizionali, che lo studio di F.Sforzi non evidenzia, come quella della ceramica di Bassano, della calzatura sportiva di Montebelluna o delle occhialerie del bellunese.

Regione	Abbigli.	Tessile	Calzature	Pelli-cuoio	Mobili	Meccanica	Ceramica	Oreficeria	Occhiali	Strum. mus.	Varie
Lombardia	Quinzano Manerbio Verolanuov Ponlevico Asola Osiano	Urgnano Como	Vigevano		Viadana Casalmagg. Cantù	Lumezzane Suzzara Rivarolo M.					Canneto s.O
Piemonte	Oleggio	Biella				S. Maurizio Omegna		Valenza			
Liguria											ValFontana
Veneto	Noventa V. Valdagno Porto Tolle Adria Piazzola s.B.	Schio	Piove di S. S. Giol. Ilar. Montebel.	Arzignano	Montagnan Bovolone Cerea Nogara Motta di L. Oderzo		Bassano	Vicenza	Cadore Agordo		
Friuli- V.G.					Sacile Monzano	Maniago					
Emilia- Romagna		Carpi	S. Mauro P.		Modigliana	s. Ilario d.E. Novellara Guastalla Carlo	Sassuolo Castelgran.				
Umbria	Corciano						Deruta				
Lazio					Anagni		Civita Cast.				

Fonte: Brutti, Ricoveri, 1988

Tabella 2-1 Aree individuate per regione e settore di attività prevalente.

- Aree individuate per regione e settore di attività prevalente (segue)

Regione	Abbigl.	Tessile	Calzature	Pelli-cuoio	Mobili	Meccanica	Ceramica	Oreficeria	Occhiali	Strum. mus.	Varie
Abruzzo	Val Vibrata Roseto d.A										
Toscana	C.Focognan Empoll Arezzo	Prato	Lamporec. Montecat.	S.Croce A.	Sinalunga Poggibonsi			Arezzo			Carrara
Marche	Mondolfo Urbanla Corinaldo Filottrano Iesi Ascoli P.		Civitanova Fermo Grottazzol. Montefiore Monte S.P. Torre S.P. Montegran.	Tolentino	Saltara Tria Fossombro Pesaro.					Polenza P. P.Recanati	
Molise	Isernia Campobass										
Campania	Napoli										
Puglia	Putignano		Barletta Casertano	Solofra			Caserta				

Fonte: Brutti, Ricoveri, 1988

Un ulteriore tentativo di individuazione ed analisi dei distretti industriali, effettuato sempre su scala nazionale, è stato condotto da "Il Sole 24 Ore" (vedi Tabella 2-2 e Figura 2-2) sulla base di resoconti giornalistici. I risultati porterebbero ad aggiungere, rispetto alla ricerca Istat-Irpet, un numero considerevole di casi mancanti.

I distretti industriali in Italia secondo l'indagine de "Il Sole 24-Ore"

	Provincia	Prodotto	A Aziende (numero)	B Addetti (numero)	C Fatturato (miliardi)	D Export (miliardi)	B/A milioni	C/B milioni	D/C %
1	Murano	VE	256	2.000	150	53	7,8	75	35,3
2	Cadore	BL	424	6.000	875	456	14,2	146	52,1
3	Montebelluna	TV	701	8.204	1.237	866	11,7	151	70,0
4	Castelgoffredo	MI	422	7.500	654	362	17,8	87	55,4
5	Monferrato	AL	26	3.000	430	336	115,4	160	70,0
6	Lumezzane	BS	983	7.000	950	428	7,1	136	45,1
7	Omegna	VERBANIA	440	6.000	950	180	13,6	158	19,9
8	Artignano	VI	600	7.050	3.087	2.315	11,8	438	75,0
9	Solofra	AV	150	3.500	900	585	23,3	257	65,0
10	Sassuolo	MO	220	21.400	4.052	2.600	97,3	189	64,2
11	Barletta	BA	308	3.163	600	294	10,3	190	49,0
12	Casertano	LE	67	3.177	560	180	47,4	176	32,1
13	Prato	PRATO	11.850	48.000	5.150	2.575	4,1	107	50,0
14	Frosolone	IS	9	130	11	1	14,4	85	9,1
15	Ascoli Piceno-Macerata	AP-MC	2.434	24.265	2.547	520	10,0	105	20,4
16	Cerea-Bovolone	VR	3.000	15.000	1.300	120	5,0	87	78,2
17	Carrara	MS	1.200	9.000	2.300	1.800	7,5	255	78,3
18	Valduggia	VC	110	1.400	350	240	12,7	250	68,6
19	Biella	BIELLA	2.300	29.000	6.000	1.800	12,6	207	30,0
20	La Spezia	SP	22	5.000	1.077	220	227,3	215	20,4
21	Viadana	MN	120	1.300	79	12	10,8	61	15,2
22	Gardone Valtrompia	BS	100	4.000	500	350	40,0	125	70,0
23	Imperia	IM	7	500	500	100	71,4	1.000	20,0
24	Carpi	MO	2.630	13.120	1.740	470	5,0	133	27,0
25	Castellidardo	AN	400	3.150	222	109	7,9	70	49,1
26	Santo Stefano	VA	150	1.450	156	65	9,7	108	41,5
27	Manzano	UD	800	2.500	1.250	812	3,1	500	65,0
28	Matera	MT	80	2.120	400	90	26,5	199	26,0
29	Pesaro	PS	1.000	10.000	1.600	200	10,0	160	12,5
30	Civita Castellana	VT	43	2.000	200	100	45,5	100	50,0
31	Brianza	MI-CO	9.100	30.000	5.000	900	3,3	167	18,0
32	Santa Croce	PI	860	10.000	2.500	500	11,4	250	20,0
33	Odole	BS	8	1.064	750	300	133,0	705	40,0
34	Vigevano	PV	90	3.000	600	350	33,3	200	58,3
			50	600	400	300	160,0	500	75,0
35	Valenza	AL	1.300	7.500	1.500	750	5,8	200	50,0
36	Varese	VA	100	3.000	300	225	30,0	100	75,0
37	Mirandola	MO	80	2.300	360	180	28,8	157	50,0
38	Vicenza	VI	1.100	10.000	3.000	1.800	9,1	300	60,0
39	Premana	LECCO	140	1.000	80	23	7,1	80	35,0
40	Brenta	PD	890	10.000	450	333	11,2	45	74,0
41	Palosco	BG	25	200	50	21	8,0	150	70,0
42	Teramo	TE	1.150	15.700	650	109	13,7	41	16,6
43	Settimo Torinese	TO	200	4.000	500	350	20,0	125	70,0
44	Reggio Emilia	RE	100	7.500	1.000	500	73,0	133	50,0
45	Torricchio	MC	120	2.000	600	360	18,7	400	45,0
46	Como	CO	1.600	17.300	4.300	1.600	9,3	249	41,9
47	Eudossò	SS	110	1.300	350	140	11	269	40,0
48	Trasi	SS	6	290	50	70	43,3	276	87,7
49	Calangianus	SS	120	2.800	115	69	23,3	41	60,0
50	Canneto	MI	5	500	50	10	100,0	100	20,0
51	Camera	TR	154	1.600	115	50	16,4	72	43,8
52	Alto Livenza	PN	400	6.000	2.000	600	15,0	333	30,0
53	Cento	FE	340	5.000	n.d.	n.d.	14,7	n.d.	n.d.
54	Cusio	NO	300	4.200	650	500	14,0	202	59,8
55	Empoli	FI	650	7.000	n.d.	n.d.	10,8	n.d.	n.d.
56	Bassano	VI	500	2.500	1.000	175	14,0	400	17,0
57	Namago	PN	200	1.150	80	44	11,3	75	6,0
58	Grumolo del Monte	TV	128	1.740	2.000	154	11,3	151	60,0
59	Val Fontana Buona	VI	100	600	60	45	10,0	100	60,0
60	Castellana Grotte	VR	390	2.000	200	11	11,3	155	30,0
61	Passigione	TR	10	250	60	2	25,0	240	12,0
62	Parma	PR	215	2.500	1.200	144	11	450	12,0
63	S. Daniele	UD	25	700	450	81	22,3	643	16,0
64	Salsarno (I)	SA	130	30.000	1.500	500	233,0	50	33,0
65	Raggio Emilia	RE	230	800	500	30	3,0	635	6,0
Totale (2)			51.999	446.453	71.035	29.692	8,6	164	41,8

(1) Tra gli addetti sono compresi i lavoratori stagionali

(2) Il fatturato per addetto è calcolato escludendo dal denominatore gli addetti dei distretti per i quali mancano i dati di fatturato

- I distretti industriali in Italia secondo l'indagine de "Il Sole 24-Ore"



Fonte: Aa.Vv, 1992

Figura 2-2 I Distretti industriali in Italia secondo l'indagine de "Il Sole 24-Ore".

La maggior parte dei distretti industriali evidenziati in questi studi, come si è avuto modo di notare, è caratterizzata da una specializzazione manifatturiera dominante soprattutto nelle industrie della moda (tessile, abbigliamento, calzatura, occhialeria, pelletteria e concerie) e nei mobili. Un numero minore di distretti è dominato dalle industrie metalmeccaniche ed elettromeccaniche. Naturalmente la struttura industriale di ciascun distretto è anche costituita da altre industrie manifatturiere complementari o sussidiarie a quella dominante. Infatti, le interdipendenze locali del distretto non avvengono soltanto tra fasi del settore industriale prevalente statisticamente definito, ma anche con altre industrie, appartenenti ad altri settori, coinvolte nello stesso processo produttivo.

2.2 CENNI STORICI SULL' "INVENZIONE" DEGLI OCCHIALI E SULLA NASCITA DELL'OCCHIALERIA NEL BELLUNESE.

L'invenzione degli occhiali è gloria veneta; infatti, i primi occhiali sono stati costruiti a Venezia, come è stato dimostrato anche dall'illustre oculista Prof. Albertotti⁷. Oggi, certamente, non stupisce il fatto che proprio a Venezia, città famosa per la capacità e l'abilità dei suoi abitanti nella produzione e lavorazione di vetro e cristalli, siano nati i primi occhiali. Nel 1289 lo scrittore Sandro di Popozo pubblicò un trattato scrivendo che gli occhiali *“sono stati inventati di recente a vantaggio delle povere persone anziane la cui vista si è indebolita”*⁸. Diciassette anni più tardi, nel 1306, Fra' Giordano da Pisa in un sermone letto in S.Maria Novella a Firenze annunciava: *“Non sono ancora trascorsi vent'anni da quando venne scoperta l'arte di fare gli occhiali, una delle arti migliori e più necessarie che ci siano al mondo”*⁹.

A Venezia, capitale europea, se non mondiale, del vetro, i maestri artigiani cominciarono dunque, intorno al 1287-1288, a creare i *“dischi per gli occhi”*. Si trattava di lenti spesse come fondi di bottiglia, utili soltanto ai presbiteri; si dovette attendere quasi cent'anni, prima che venissero costruite lenti capaci di correggere la miopia. Il nome *“lenti”* venne creato a metà del Trecento: deriva da *“lenticchie”*, per via della forma circolare biconvessa (E. De Lotto, 1956).

I documenti più antichi che descrivono l'arte di fare occhiali sono i Capitolari della Serenissima del Trecento, nei quali si parla per la prima volta di lenti di ingrandimento (*“pere da lezer”*) e di occhiali (*“roidi da ogli”*). In data 15 giugno 1301, in un paragrafo riguardante la *“Corporazione degli artigiani del vetro e del cristallo”*, si scrive che coloro che intendono fabbricare *“vitreos ab oculis ad legendum”* devono essere iscritti alla *“Corporazione dei Cristalleri”* e devono impegnarsi a non divulgare all'esterno di Venezia i segreti del prezioso mestiere.

⁷ “Dagli occhiali di Fra Ugone allo specchio di San Girolamo”, 1928.

⁸ Tratto da “Altri dati riguardanti la storia degli occhiali”, Albertotti, 1924.

⁹ Tratto da “Sulla dissertazione ed intorno ad ogni sorta di arti e scienze. Del primo inventor degli occhiali da naso”, Manni D. M., 1750.

Vi sono contenute anche precise disposizioni contro coloro che falsificano l'arte, come, per esempio, la seguente: "*Che zascuna persona la qual vorrà far rodoli de vero da ogli per lezer sia tegnù e debba vegnir priemamente alla giustizia vera a zurar de vender quelli rodoli de vero per vero, sotto pena de soldi 40 per zascuna fiada e che contrafarà (...)*"¹⁰.

Qualche anno più tardi, dopo che il senato della Repubblica impose il segreto sulla tecnica costruttiva, due frati domenicani, Alessandro della Spina e Salvino Armato degli Armati iniziarono a produrre occhiali in Toscana.

Inizialmente i primi occhiali, usati solo da uomini di studio e di cultura, venivano costruiti con lenti rotonde e biconvesse, con una montatura fatta con anelli metallici o di cuoio battuto ai quali venivano fissati i due manici uniti in coppia con un perno. Solo più tardi si sviluppò la creazione di montature tutte d'un pezzo, con le quali il perno viene sostenuto da un ponte con molla a torsione che stringe i due anelli sul naso (il cosiddetto "stringinaso"). Gli occhiali non erano realizzati individualmente; si provavano le varie lenti disponibili nella bottega di un artigiano e si sceglievano quelle più adatte a correggere il difetto di vista. I medici non avevano ancora approvato l'uso degli occhiali e, quindi, non esistevano procedure di misurazione del calibro e test visivi.

A Treviso, nel monastero attiguo alla chiesa di S.Nicolò, si trova il più antico ritratto di persona con occhiali: si tratta di Fra' Ugone da Provenza, dipinto da Tommaso da Modena nel 1352. Altre persone con gli occhiali compaiono in dipinti del XV secolo, quali "l'Assunzione della Madonna" di Konrad von Soest (1404), "La Madonna" di Jan van Eyck (1436) e "San Pietro" di Ervin (1466). Anche poeti ed umanisti fanno menzione di tale oggetto. Francesco Petrarca nel 1365 li definiva, nella "Epistola posteritati", "*ocularium auxilium*".

Non possiamo dimenticarci, inoltre, il contributo dato alle scoperte nell'ottica tra il Quattrocento e il Cinquecento da parte di illustri personaggi quali: Leonardo da Vinci (1452-1519), il più versatile genio di tutti i tempi; G.B. Della Porta (1535-1619), inventore della camera oscura; Renato Descartes (1596-1650), fondatore della geometria analitica; Francesco Maurolico messinese (1494-1575) e il grande Galileo Galilei (1564-1642), che con il suo rivoluzionario metodo sperimentale contribuì non poco all'evoluzione dell'ottica. Tutte queste grandi scoperte e quelle che seguirono nel campo dell'ottica fisica e dell'ottica fisiologica apportarono un notevole contributo nel miglioramento della fabbricazione delle lenti per occhiali, raggiungendo lo scopo supremo della scienza medica che è quello soprattutto di venire in aiuto alle deficienze della vista.

Nel XVII secolo comparvero occhiali più confortevoli, con stanghette tempiali applicate lateralmente stringendosi alla testa. In quel periodo gli occhiali cominciarono a diffondersi in tutto il mondo, grazie all'opera dei piccoli artigiani e dei venditori ambulanti.

¹⁰ Tratto dai "Capitolari della Serenissima di Venezia", 1300.

Nel XVIII secolo apparve il nobile occhialino in oro, ornato da pietre preziose, alcuni di porcellana di Sèvres e con la lente di zaffiro purissimo. Con esso la produzione veneziana si sviluppò considerevolmente, tanto che nel 1721 si potevano contare circa 90 operai con 12 garzoni e 3 maestri d'arte¹¹. Contemporaneamente, si modificava la funzione stessa degli occhiali, i quali da semplice protesi correttiva di un difetto, diventavano anche fondamentale accessorio dell'abbigliamento nobile. Nel frattempo si realizzarono numerose invenzioni, prime fra tutte la gradazione delle lenti su base scientifica ad opera di Giovanni Keplero, le lenti "doppie" grazie a Benjamin Franklin e le stanghette rigide per merito di Edward Scarlett, un ottico di Londra.

A questo punto, però, la caduta della Repubblica Veneta ad opera di Napoleone provocò il blocco dei commerci e, quindi, un enorme danno per le botteghe degli occhiali, che furono costrette a chiudere, dopo secoli di vita, proprio nel momento delle più grandi scoperte nel campo oculistico. Non rimase altro che il nome di una "*calle occhialera*" a S.Trovaso e nella vecchia parrocchia di S.Matteo.

Fra il 1800 e il 1870 in Italia non esiste più una sola fabbrica di occhiali. Venditori ambulanti ed ottici italiani smerciano occhiali provenienti dall'estero, soprattutto dalla Francia (Morez du Jura e Ligny) e dalla Germania (Monaco, Furth, Norimberga, Pforzheim, Iena e Rathenow).

Uno di questi venditori ambulanti di occhiali fu Angelo Frescura, nato a Rizzios (Calalzo di Cadore) nel 1841. La vita fra le montagne del Cadore, allora, era difficile. La famiglia di Angelo Frescura abitava in una delle tante case di Rizzios, che il pittore veronese Angelo dall'Oca Bianca, in gita con il poeta Barbarani, chiamò "*grilli della montagna*", case per una metà in muratura e per l'altra metà in legno. Angelo Frescura, quindi, all'età di 15 anni inizia a girare per le strade del Veneto, insieme ai suoi fratelli Leone, Giovanni e Giuseppe, per vendere poche lire di minutaglie. Dopo aver accumulato qualche soldo, si ferma dapprima a Modena e poi, per non servire l'Austria, in Piemonte. Nel 1868 Angelo Frescura decide di stabilirsi a Padova, dove apre una bottega di materiale ottico e chincaglierie: desideroso di riportare la produzione degli occhiali nel Veneto, matura l'idea di fondare un'apposita fabbrica di occhiali in Cadore. Ritornato in Cadore nel 1877, il Frescura sceglie il luogo per la fabbrica in "località Le Piazze" a Calalzo di Cadore, negli "*edifizi*" sul Molinà. Questi "*opifizi*" erano usati, oltre che come mulini, per la fabbricazione dell'olio di noci. La località prescelta era vicina a Rizzios, sulle rive del torrente, dal quale si poteva trarre l'energia motrice idraulica per le macchine. Nel vecchio mulino riadattato con pochi operai, fra i quali il fratello Leone e Giovanni Lozza, inizia il lavoro di molatura e montaggio di lenti di fabbricazione estera su occhiali cerchiati metallici, pure di provenienza estera.

¹¹ E. De Lotto, "Dallo smeraldo di Nerone agli occhiali del Cadore", 1993.

Il 15 marzo 1878 Angelo Frescura stipula il contratto con gli operai Giovanni Lozza ed il fratello Leone Frescura: questo contratto rappresenta “*l’atto di nascita dell’occhialeria bellunese*”. Fra i tre si costituisce la società *Frescura*: Angelo Frescura mette il denaro, gli altri due l’intelligenza ed il lavoro. Al primo vanno gli interessi del capitale impiegato, ai secondi la mercede giornaliera per il lavoro; tuttavia, il guadagno dell’azienda a fine d’anno viene diviso in parti uguali fra i tre. Angelo Frescura provvede al finanziamento, agli acquisti delle materie prime ed alla vendita dei prodotti; Giovanni Lozza si occupa della costruzione di punzoni e delle macchine necessarie per la fabbrica; Leone Frescura ricopre l’incarico di condirettore e sorveglia i pochi operai dell’azienda. Nel 1882 i soci decidono di costruire una fabbrica più grande, sempre in località “Le Piazze”. Purtroppo, però, il materiale già predisposto nella località prescelta viene completamente distrutto dalla grande inondazione di quell’anno. Nonostante questo colpo duro per l’economia ed il morale, il 21 ottobre 1883 Frescura e Lozza acquistano da Da Col e Tabacchi un mulino da grano in località Molinà e, abbandonato il progetto di costruire alle Piazze, lo trasformano in stabilimento. Questa nuova fabbrica è il primo nucleo di quel grandioso complesso industriale oggi conosciuto in tutto il mondo con il nome di *SAFILO*. Tutto procede secondo le aspettative, ma nel 1886 la morte di Angelo Frescura, l’ideatore ed il sostenitore, provoca il crollo della giovane industria. Giovanni Lozza, mancando dei mezzi necessari, non può assumere direttamente la gestione, e quindi la fabbrica viene ceduta alla società milanese “Colson, Bonomi e Ferrari”. La nuova società viene costituita l’8 gennaio 1887 e riapre con una trentina di operai. Nel frattempo Giovanni Lozza, con i pochi soldi ricevuti dalla liquidazione della ditta, decide di costruire una piccola officina meccanica in località S. Francesco d’Orsina, su un terreno preso in affitto dal Comune di Calalzo, dando vita alla grande azienda *LOZZA* (che oggi giorno è stata interamente acquisita dal GRUPPO DE RIGO, costituitosi nel 1978 e leader mondiale nel settore dell’occhialeria da sole).

Come è stato detto poc’anzi, con la morte di Angelo Frescura la fabbrica dei Frescura e di Lozza viene rilevata dalla società milanese “Colson, Bonomi e Ferrari”. Costituita nel 1887, nel 1888 il Ferrari stesso ne assume la direzione e da Milano si trasferisce a Calalzo. Dopo due anni, nel 1890, la società si scioglie, poichè i due soci rimasti a Milano decidono di abbandonare l’impresa, ritenuta poco redditizia. Il Ferrari continua solo: procede ad un primo ampliamento dello stabilimento, provvede a sostituire con una turbina idraulica del tipo “Girard” la ruota di mulino per la generazione della forza motrice azionante tutto il macchinario, erige una palazzina per la sede amministrativa, inizia nuovi sistemi di fabbricazione di fusti e montature per gli occhiali con macchine da lui inventate e saldature a fuoco in un forno appositamente costruito, fornisce lo stabilimento di illuminazione elettrica mediante impianto a dinamo della Tecnomasio di Milano, stabilisce un reparto per la fabbricazione di astucci per gli occhiali e di scatole per la spedizione della merce, cura la parte pubblicitaria.

L'energia elettrica viene anche utilizzata per un impianto di galvanoplastica per la doratura, argentatura e nichelatura dei fusti degli occhiali. Poichè tutte queste innovazioni esigono un forte impiego di capitale superiore alle sue disponibilità, decide di costituire la società in accomandita semplice *C.E. Ferrari & C.*. Di lì a poco l'impresa comincia ad avere un forte successo. Il 31 marzo 1896 scoppia, però, un terribile incendio che distrugge totalmente lo stabilimento. Il colpo è grave, ma subito si provvede alla riedificazione dello stabile: nel giro di sei mesi lo stabilimento riprende a funzionare. Ben presto i prodotti della ditta *C.E. Ferrari & C.* salgono in grande rinomanza; le ordinazioni crescono rapidamente giorno dopo giorno. A questo punto, però, entrato in conflitto con gli azionisti milanesi, il Ferrari decide di abbandonare l'impresa, nella quale aveva riversato tutto il proprio patrimonio di mezzi finanziari, di lavoro, di intuizioni, di esperienze.

Con lo scioglimento della società *C.E. Ferrari & C.*, Ulisse Cargnel, ex dipendente della stessa, viene nominato, assieme a Gio. Batta Cattaneo, procuratore del liquidatore. Nel 1901 i due costituiscono la società *Cattaneo, Cargnel & C.*, che qualche anno dopo, con l'abbandono del Cattaneo, diventerà *Cargnel & C.* Ulisse Cargnel, allo scopo di sviluppare l'industria ed emancipare la nazione dall'importazione estera delle lenti, intraprende dei viaggi all'estero (Francia e Germania) per studiare i nuovi metodi di lavorazione. Il suo predecessore Ferrari aveva iniziato, primo in Italia, la fabbricazione delle montature di ferro cerchiate, sin dal 1896, e si era occupato dell'installazione delle macchine lavoratrici delle lenti, rilevando l'intero macchinario di una fabbrica francese. Ulisse Cargnel continua e sviluppa l'iniziativa del Ferrari e, nel 1906, fa costruire due nuovi edifici accanto a quello già esistente; dà inizio pure alla fabbricazione di lenti per occhiali di tutte le qualità. L'energia elettrica è prodotta da quella centrale autonoma costruita dal Ferrari, alimentata da un canale in legno che convoglia l'acqua del Molinà.

Nel 1910 il Cargnel inizia la costruzione delle prime montature di celluloide, costituendo a tal fine un apposito reparto con a capo Calisto Fedon. Nel 1917 l'industria è devastata dall'occupazione austriaca. Su invito del Ministero per l'Industria, Commercio e Lavoro, si trasferisce a Milano, con il compito di sovrintendere alla fabbricazione di lenti ed occhiali di protezione per le truppe italiane combattenti.

Terminata la guerra 1915-18, ritorna con tutti i macchinari della fabbrica di Milano nella vecchia sede del Molinà di Calalzo, ripristinando l'industria e dando particolare impulso alla produzione degli occhiali di celluloide e delle lenti. Per la sistemazione dei locali devastati dalla guerra ed il ripristino dell'industria, è costretto a ricorrere al finanziamento delle banche per affrontare le ingenti spese, nella certezza di una giusta liquidazione dei danni di guerra da parte del Governo. In effetti la liquidazione finalmente arriva, ma solo nel 1932 ed in misura talmente bassa che, dopo qualche anno di crisi, è costretto a dichiarare il fallimento con la perdita di tutti i beni mobili ed immobili. Come avremo modo di

verificare tra breve, l'azienda sarà riattivata nel 1934 da Guglielmo Tabacchi con il nome di *SAFILO*.

Con lo scoppio della Seconda Guerra mondiale anche l'industria bellunese viene mobilitata per soddisfare le necessità belliche e ciò comporta un temporaneo e anomalo sviluppo delle industrie provinciali del bellunese tra cui anche le occhialerie cadorine che però, alla fine del conflitto, subiscono al pari delle altre le conseguenze negative della notevole contrazione delle commesse.

A questo punto, è opportuno delineare, sia pur brevemente, il contributo dato per il prodigioso sviluppo delle fabbriche di occhiali del Cadore nei primi anni dopo la Seconda Guerra mondiale dai fratelli Lozza, da Guglielmo Tabacchi, da Calisto Fedon e da Enrico Bonazzola.

I Fratelli Lozza :

L'industria degli occhiali del Cadore è legata ad alcune figure di imprenditori coraggiosi e lungimiranti; tra questi Giovanni Lozza, il fondatore dell'omonima azienda.

Nel 1886 Giovanni Lozza, dopo la morte di Angelo Frescura, deve abbandonare, per mancanza di mezzi, l'impresa di costruire occhiali e si ritira nella sua modesta officina a S.Francesco. Qui inizia lentamente a gettare le basi di una grande industria, costruendo macchine per Ferrari e per Cargnel.

Nel 1912 viene costituita ufficialmente la ditta *LOZZA*, come officina meccanica, continuando la collaborazione con la ditta "*Cargnel & C.*".

Il fratello Lucio Lozza, dopo aver lavorato per anni alle dipendenze di Cargnel assieme al fratello Giuseppe, si trasferisce a Roma, dove ha modo di formarsi una profonda cultura nel campo ottico e nella tecnica dei vari strumenti. In particolare apprende nuovi metodi di fabbricazione di materiale di precisione e decide di ricostituire la piccola officina del padre, ormai distrutta. In un primo momento matura l'idea di specializzarsi nella fabbricazione degli occhiali da sole, poi, però, decide di costruire soltanto gli occhiali in celluloide, molto più ricercati e redditizi. A Lucio Lozza si associa in seguito il fratello Giuseppe : essi assumono come caporeparto per la fabbricazione degli occhiali di celluloide Calisto Fedon, ex dipendente del Ferrari e del Cargnel. Nel 1920 viene ufficialmente costituita la ditta *LOZZA* come "fabbrica di occhiali in celluloide", allora unica in Italia.

La *LOZZA* ha avuto un notevole sviluppo soprattutto nei primi anni del secondo dopoguerra; ancora oggi gli eredi conservano e applicano la ferrea volontà, l'acutezza d'ingegno e la laboriosa perseveranza che hanno contraddistinto i loro antenati.

Guglielmo Tabacchi :

come è stato detto poco sopra, la prima fabbrica dei Frescura e Lozza passa a *Colson, Bonomi e Ferrari* e poi a *C.E. Ferrari & C.*; a Ferrari succede la ditta *Cattaneo, Cargnel & C.* e, qualche anno dopo, la ditta *Cargnel & C.* Alla

gestione Cargnel si sostituisce nel 1934 la *SAFILO* (Società Azionaria Fabbrica Italiana Lavorazione Occhiali), alla cui presidenza viene posto un giovane, Guglielmo Tabacchi, che nel giro di pochi anni porta l'azienda all'attuale complesso, il secondo al mondo dopo Luxottica.

La *SAFILO* dispone di attrezzature all'avanguardia e di personale molto esperto: gli attuali dirigenti sono i figli e i nipoti degli artigiani di un tempo. Alle maestranze specializzate sono affidati i più avanzati impianti, i più precisi strumenti, i macchinari più moderni.

Calisto Fedon :

E' stato fra i primi in Italia a produrre gli occhiali di celluloidi.

Nel 1924 fonda la ditta *Fedon Calisto, Gerolamo e De Villa*, che inizia a produrre tutta la gamma comune e pregiata di montature di materie plastiche.

Nel 1936 si stacca dall'azienda e fonda la *Foc Calisto Fedon* a Vallesella.

Enrico Bonazzola :

è stato il primo a prospettare la convenienza di lavorare la celluloidi sfruttandone le qualità fisiche, in particolare la malleabilità al calore.

La sua ditta decide sin dall'inizio di specializzarsi nella fabbricazione delle lenti correttive e protettive; oggi il complesso industriale Bonazzola produce le migliori lenti del mercato italiano, per merito della finezza e della perfezione della lavorazione.

2.3 LO SVILUPPO DEL DISTRETTO DELL'OCCHIALE NEL BELLUNESE.

2.3.1 Peculiarità degli insediamenti industriali e fattori critici di successo.

La storia dello sviluppo dell'industria cadorina dell'occhiale pone in evidenza alcuni elementi:

- La nascita di nuovi nuclei produttivi è avvenuta di frequente per "gemmazione", con il distacco di un individuo dall'azienda in cui prestava la sua opera. Si è trattato per lo più di persone che possedevano una certa competenza tecnica, acquisita più con l'esperienza che con una specifica preparazione professionale.
- Già agli albori è emersa una certa tendenza verso la specializzazione, dal momento che le unità hanno poi in genere focalizzato la loro produzione su una fase del processo di fabbricazione (per es. la fornitura di parti componenti) o su un particolare tipo di prodotto (per es. le montature di celluloidi).

- Fin dall'inizio il sistema si è caratterizzato per la presenza di un'azienda venditrice di pezzi finiti circondata da una serie di altre unità che collaborano con essa.
- Il Cadore è andato così acquisendo una progressiva autosufficienza in termini di intera area, anziché a livello di singola unità produttiva.
- Il fattore d'innescò della produzione di occhiali in Cadore va identificato non tanto nell'esistenza di condizioni favorevoli all'insediamento industriale, ma piuttosto nella volontà e determinazione di alcune figure imprenditoriali spesso originarie del luogo. Tuttavia l'industria *"qui si è sviluppata ed affermata perché non sono mai esistiti conflitti o contraddizioni tra le determinanti emotive e le motivazioni economiche di localizzazione"*¹².

Accanto a questo fattore, poi, una serie di condizioni hanno consentito e favorito lo sviluppo del Distretto:

- Limitata incidenza dei costi di trasporto (grazie ai minimi volumi delle materie prime e dei prodotti finiti).
- Offerta abbondante di manodopera (prima costretta ad emigrare).
- Basse barriere all'entrata, dovute a ridotti costi d'impianto (questo solo per certe produzioni e specifici assetti produttivi).
- Contenute capacità tecniche e professionali necessarie (questo è il fattore che ha permesso l'innescarsi di quel processo imitativo che è alla base della rapida diffusione dell'imprenditorialità).
- Assenza di economie di scala.

L'occhialeria del bellunese è un'industria relativamente giovane, che quindi non ha assunto ancora l'assetto definitivo che caratterizza molti settori maturi. E' iniziata a crescere nel secondo dopoguerra e solo negli anni '60 si è affacciata sul mercato internazionale (soprattutto europeo). All'epoca i principali produttori erano la Germania e la Francia, distinguendosi la prima per la qualità e la seconda per il design e lo spiccato riferimento alla moda. L'Italia (che equivaleva allora al Cadore, dal momento che non esistevano altre aziende nel territorio nazionale) si è inserita da ultima, con un prodotto inizialmente di scarsa qualità. La grande svolta si è avuta in concomitanza di alcuni eventi:

- L'inserimento nel mercato statunitense: la *SAFILO* per prima ha stipulato un accordo con un suo grossista per la distribuzione in esclusiva dei suoi prodotti, laddove fino a quel momento gli occhiali venivano venduti ad importatori e poi distribuiti a catene di dettaglianti. Questa strategia distributiva è stata poi imitata da altri grandi gruppi, non solo: molti altri produttori cadorini hanno goduto del riflesso di questa accresciuta immagine e notorietà dei connazionali sulla scena mondiale. Il fatto che proprio l'Italia per prima abbia avuto questa intuizione ha consentito all'industria cadorina di compiere quel salto di qualità che l'ha portata poi a superare anche molti concorrenti agguerriti.

¹² Tratto da A. Serafini, "L'industria dell'occhialeria", 1973.

- L'avvento del fenomeno "moda" (e soprattutto della *griffe*), che in Italia viene trainato da firme note in tutto il mondo.
- La sopravvenuta minor profittabilità per la Germania verso la fine degli anni '80 a produrre occhiali (a causa del cambio sfavorevole) e quindi la convenienza a rivolgersi ai produttori italiani. Con i tedeschi si è instaurato un proficuo e duraturo rapporto di "sub-fornitura" attraverso il quale i produttori cadorini hanno imparato anche a realizzare un prodotto di qualità e ad usare macchinari più sofisticati (quasi sempre di provenienza tedesca). In tal modo l'Italia ha soppiantato in breve tempo la Francia e sostituito la produzione tedesca, imponendosi direttamente oltreoceano.

2.3.2 Lo sviluppo dal dopoguerra ai giorni nostri.

Nata nel 1878 a Calalzo di Cadore per merito di Angelo Frescura, l'occhialeria bellunese ha subito trovato nel Cadore i fattori economici, ambientali e culturali che hanno permesso il consolidamento del settore in quell'area.

Fino alla Seconda Guerra Mondiale l'occhialeria bellunese coincide quasi esclusivamente con quella cadorina, in particolare del Centro Cadore. Il modello prevalente è quello della piccola azienda artigiana. I prodotti cominciano ad affermarsi velocemente su tutti i mercati, grazie all'elevata qualità e ai continui progressi tecnologici.

Con il secondo dopoguerra, la forte ascesa della domanda estera porta ad un cambiamento nella struttura produttiva e nei criteri relativi all'organizzazione e alla produzione. Si verifica così negli anni '50 la significativa crescita delle imprese industriali di piccole e medie dimensioni. E' in questo periodo che cominciano a manifestarsi i caratteri propri di un "distretto": capacità di "fare sistema", rapida circolazione delle informazioni con conseguente formazione, a livello di area, di un patrimonio comune di conoscenze, diffusione informale delle tecnologie attraverso rapporti diretti tra operatori, alta qualificazione acquisita della manodopera attraverso l'esperienza sul campo¹³.

Negli anni '60 si diffonde un diverso modello, basato sull'ampio decentramento produttivo di componenti e servizi ad imprese di piccole dimensioni. Il ricorso ai rapporti di subfornitura è indotto soprattutto dalla necessità di mantenere una produzione più elastica in relazione al variare della domanda, in crescita e soggetta ad ampie fluttuazioni. Nell'area bellunese sorgono continuamente nuove aziende artigiane ad opera di ex dipendenti di altre fabbriche, in un processo di filiazione che è incoraggiato dai brillanti risultati del

¹³ Angelillo A.- Occari F., "Il distretto industriale dell'occhiale: struttura ed evoluzione", 1988.

settore e dai modesti costi di avvio dell'attività. Il risultato è che nella provincia la dimensione media delle imprese dell'occhiale scende da 27,2 addetti nel 1961 a 19 nel 1971 (dati dei censimenti ISTAT del 1961 e del 1971). Il distretto coincide con i confini del Cadore, che detiene una quota pari all'84,7% di imprese e all'83,4% di addetti nell'ambito dell'occhialeria provinciale.

Il processo di decentramento, con la diffusione delle aziende artigiane, prosegue nel corso degli anni '70. Si assiste ad una crescente specializzazione delle imprese in una singola fase o addirittura microfase del processo produttivo. La dimensione media aziendale diminuisce in modo ancora più drastico, passando da 19 addetti per unità locale a 8,5. In questo periodo l'occhialeria inizia a diffondersi fuori del Cadore, soprattutto verso l'Agordino. Il peso del Cadore all'interno dell'occhialeria provinciale scende sia a livello di unità locali (dall'84,7% al 77,7%) sia a livello di addetti (dall'83,4% al 70,3%). Si potrebbe ritenere che già negli anni '70 il distretto si allarghi a tutto l'Agordino; all'interno dell'occhialeria della provincia, quest'area arriva a raggiungere la quota del 13,5% di unità locali del settore e il 20% di addetti (dati censimenti ISTAT del 1971 e del 1981). In realtà l'aumento delle unità produttive agordine è da imputare pressochè completamente ad un processo di filiazione voluto dalla *LUXOTTICA* di Agordo, la quale, intrapresa la strada del decentramento di intere fasi del ciclo produttivo, spinge i propri dipendenti a creare aziende terziste. Queste nuove aziende sono legate alla *Luxottica* da un elevatissimo grado di dipendenza, con un rapporto basato sull'esclusività. Riguardo all'Agordino è, dunque, più giusto parlare di monopolio produttivo di *Luxottica* che di vero e proprio "distretto".

Tra i fattori che hanno favorito lo sviluppo del distretto verso la pianura va citata la legislazione speciale del Vajont (legge 357 del 31 maggio 1964, integrativa della precedente legge 1457 del '63, e successive modificazioni), emanata a seguito della catastrofe che il 9 ottobre 1963 colpì soprattutto la zona di Longarone e Castello Lavazzo (BL). La legge diede la possibilità di riavviare le attività andate distrutte (mediante la concessione di contributi e di finanziamenti agevolati) non solo dove in precedenza erano state svolte, ma anche in luoghi diversi, purchè all'interno di un comprensorio che comprendeva 29 comuni situati lungo il medio bacino del Piave, da Valle di Cadore fino ad Alano di Piave.

Durante gli anni '80 l'occhialeria bellunese continua a crescere sia nel numero di imprese, sia nel numero di occupati. La dimensione media delle imprese mostra un'inversione di tendenza, con una crescita da 8,5 addetti per unità locale nel 1981 a 10,9 nel 1991 (dati dei censimenti ISTAT del 1981 e del 1991). In effetti, viene ad abbozzarsi, in misura ancor non troppo evidente, una nuova struttura produttiva in cui, in mezzo a moltissime piccole imprese, specialmente

artigiane, emergono le grandi imprese, che sempre più spesso adottano strategie di integrazione verticale.

Questo processo finisce per conferire all'area cadorina maggiori caratteristiche di "Distretto". Infatti l'integrazione verticale perseguita da alcune aziende (come Luxottica) costringe le piccole imprese, prima gravitanti nell'orbita dell'azienda di Agordo, a diventare autonome ed a instaurare un sistema di relazioni articolate, tipiche di un distretto. Inoltre, si verifica lo spostamento delle attività verso il Feltrino e il Mediopiave, il quale è meglio attraversato e servito dalle vie di comunicazione rispetto ad un'area, quella cadorina, che fra l'altro presenta problemi di saturazione degli spazi e della manodopera disponibili. In questo periodo molte aziende cadorine, data la possibilità di reperire aree industriali a prezzi vantaggiosi, la disponibilità di manodopera, l'opportunità di costruire l'azienda su di un'unico grande piano, invece di essere costretti a costruire la solita struttura a "condominio" (con i relativi vantaggi che ne derivavano poi in termini di economie di produzione), la vicinanza al terminale autostradale, nonché la possibilità di usufruire di una serie di agevolazioni economiche (contributi in conto capitale e in conto interessi) e fiscali (detassazione degli utili reinvestiti), effettuano degli investimenti in queste aree, privilegiando la stessa zona di Longarone. All'interno del Comprensorio cadorino, l'occhialeria del Centro Cadore (il nucleo storico) perde peso nei confronti del Comelico-Sappada. Il distretto detiene una quota pari a circa il 75 % del mercato di prodotti ottici del veneto, il 60% di quello italiano e il 30% di quello europeo (dati censimento ISTAT 1991).

Durante gli anni '90 il distretto vive il suo più grande successo sui mercati internazionali, con le varie tipologie di prodotti (montature, occhiali da sole e da vista, lenti per occhiali e a contatto, occhiali sportivi e protettivi, astucci ed accessori vari). L'export cresce da 352,359 miliardi di lire del 1990 a 1.470,308 miliardi di lire del 1995 ed è indirizzato prevalentemente verso gli Stati Uniti d'America (per il 30,4%) e Germania (11,5%), con un crescente grado di diversificazione dei mercati. Alcuni affermano che tale successo sia stato in buona parte determinato dalla svalutazione della lira. In realtà, a ben vedere, il boom dell'export inizia nel 1990, cioè prima della caduta della nostra moneta. Il successo sui mercati esteri, pur essendo stato incoraggiato dalla svalutazione, è da attribuire prevalentemente alla sempre più spiccata qualità dei prodotti dell'occhialeria bellunese, al design, alla creatività, al cosiddetto "made in Italy", in particolar modo all'accordo, strategicamente importantissimo, fra le grandi imprese e le grandi firme della moda internazionale.

Nel 1995 l'export del distretto è stato pari al 75,4% dell'export totale dell'occhialeria italiana ed ha rappresentato il 68,7% dell'export totale della provincia di Belluno (elaborazione su dati ISTAT e ANFAO). In Europa solo l'occhialeria tedesca regge il confronto con il Cadore, grazie alle risorse commerciali e al buon livello qualitativo dei prodotti.

Sempre nel corso degli anni '90 si realizza compiutamente il processo di affermazione delle grandi imprese, dei "grandi gruppi" integrati verticalmente (processo destinato a scuotere le fondamenta sulle quali poggia tutto il distretto). Nell'ambito del distretto emergono i quattro "colossi" dell'occhialeria italiana e mondiale :

- *LUXOTTICA*, il leader mondiale del settore con più di 15 milioni di paia di occhiali venduti nel '96, è quotata alla borsa di New York dal 1990;
- *SAFILO*, che si situa al secondo posto nel mondo ; è quotata alla Borsa di Milano dal 1987.
- *DE RIGO*, quotata alla Borsa di New York.
- *MARCOLIN*.

Questi grandi gruppi si affermano fondamentalmente per due motivi :

- Innanzi tutto le grandi imprese movimentano maggiori volumi; quindi, i costi relativi alla commercializzazione, che nel settore dell'occhialeria giocano un ruolo decisivo (assorbono fino al 70% del valore del prodotto), si ripartono fra più unità. Con le reti di distribuzione diretta, inoltre, sono eliminati i vari costosi passaggi che collegano la produzione alla vendita.

- In secondo luogo, emerge prepotentemente il fenomeno della "moda". L'occhiale, da semplice strumento di correzione di un difetto visivo, diventa prodotto di moda, un accessorio la cui scelta è frutto della personalità del consumatore. Paradossalmente, proprio nel momento in cui il prodotto acquisisce una struttura più resistente, il suo ciclo di vita si accorcia drasticamente, con un ricambio veloce legato ai nuovi design, ai nuovi gusti, alle nuove tendenze.

Ad avvantaggiarsi di questo cambiamento sono prevalentemente le grandi imprese, capaci di stringere collaborazioni con gli stilisti più conosciuti ed affermati. Le piccole e medie imprese devono accontentarsi delle firme meno note, associate a potenzialità di profitto decisamente più contenute. Oggi il fatturato dei quattro grandi gruppi è realizzato prevalentemente grazie alle vendite delle cosiddette "linee griffate": *Armani, Valentino, Ferrè, Gucci, Missoni, ecc.* .

Dunque si è aperta una nuova fase, che lascia presagire un'ulteriore crescita dei grandi gruppi integrati verticalmente, a danno delle piccole imprese. Dal decentramento e dalla filiazione, con ampio ricorso ai rapporti di subfornitura, si sta passando alla concentrazione, all'integrazione verticale totale: dallo slogan "piccolo è bello" allo slogan "grande è meglio". Il numero di aziende artigiane rimane ancora elevato, rappresentando l'81,2% di tutte le unità locali del distretto; tuttavia, per esse si presenteranno presumibilmente sempre maggiori difficoltà e sempre minori margini. Probabilmente il loro futuro sarà sempre più legato ad una produzione di nicchia, cioè a modelli con tirature limitate e dalle

soluzioni di design originali e avveniristiche, per un gruppo omogeneo e ben definito di consumatori.

In prospettiva, si può affermare che il distretto in quanto tale, con tutti i suoi caratteri e con tutte le relazioni al suo interno, rischia seriamente di scomparire, perché le aziende artigiane, che ne rappresentano l'ossatura, dovranno fronteggiare crescenti problemi di competitività e perché è in atto uno scontro duro fra i grandi gruppi. La concorrenza comincia ad essere così spietata, che i flussi di circolazione delle informazioni all'interno del distretto potrebbero venire meno. Per le piccole imprese una via, quanto meno per la sopravvivenza in mezzo ai grandi colossi, è stata tracciata con la recente realizzazione della "Cittadella dell'Occhiale", che si propone di fornire, specialmente alle aziende di ridotte dimensioni, servizi altamente qualificati (storicamente carenti nell'area), che siano in grado di far crescere le aziende, incrementando il loro valore aggiunto e la loro competitività.

Le cinque componenti di questo progetto ("Centro per l'informazione e consulenza tecnica", "Osservatorio sulle dinamiche del distretto", "Scuola dell'occhiale", "Certottica" e "Museo dell'occhiale") hanno il compito di erogare servizi, quali analisi economiche, trasferimento delle tecnologie, formazione, certificazione e qualità, promozione dell'immagine e del livello qualitativo dei prodotti del distretto.

L'impressione è, però, che questa "Cittadella" non possa modificare o invertire significativamente i cambiamenti in atto, poichè non tocca gli attuali e futuri nodi cruciali dell'occhialeria: i costi di commercializzazione e il fenomeno dell'alta moda depongono totalmente a favore delle più grandi imprese, destinate ad assumere in breve tempo il ruolo centrale ed assolutamente predominante all'interno del settore.