



ANFAO

OCCHIALERIA ITALIANA: BILANCIO 2009 E ANTICIPAZIONI 2010

**Nel 2009 l'occhialeria ha risentito della crisi globale:
la produzione si è attestata a 2.251 milioni di euro
Esportazioni in calo del 13,6%**

L'ultimo trimestre 2009 lascia intravedere una possibile ripresa

Milano, 4 marzo 2010 - L'industria dell'occhiale – fiore all'occhiello dell'I-Style - negli ultimi 10 anni ha quasi sempre segnato una crescita sia della produzione sia delle esportazioni, a riprova di un settore attento alle richieste del mercato e molto apprezzato sia in Italia che sulle maggiori piazze internazionali, grazie alla qualità e alla solidità delle nostre produzioni. È inutile negare che la congiuntura dell'ultimo biennio ha intaccato questa solidità. Nel 2009, in particolare, la crisi economica globale si è manifestata in tutta la sua intensità e anche l'occhialeria italiana ne ha risentito, facendo intravedere solo nel suo ultimo trimestre qualche segno di debole ripresa.

La produzione dell'occhialeria italiana nel 2009 si è attestata a 2.251 milioni di euro segnando un -13,3% rispetto al 2008. A incidere maggiormente su questo decremento sono state, senza ombra di dubbio le esportazioni – che assorbono l'85% della nostra produzione e segnano un -13,6% sul 2008, mentre il mercato interno segna un -7,2% (in valore, circa 988 milioni di euro).

In dettaglio, le esportazioni degli occhiali da sole nel 2009 sono diminuite del 14,8% rispetto al 2008, attestandosi a oltre 1.214 milioni di euro, mentre le

esportazioni delle montature-vista sono diminuite del 12,5% (636 milioni di euro in valore).

A far intravedere uno spiraglio di cauto ottimismo è l'andamento trimestrale: la contrazione dell'export è andata attenuandosi nell'arco dell'anno, in particolare nell'ultimo trimestre del 2009. Si è partiti, infatti, da un -23,8% dell'export dell'intero comparto nel primo trimestre, per arrivare al -4,5% del quarto trimestre (-2,7% per le montature e -5,6% per gli occhiali da sole).

L'85% della nostra produzione - come si è detto - è destinata all'export e i mercati di riferimento per occhiali da sole e montature made in Italy si confermano essere l'Europa, con una quota del 54,9% e il mercato americano (nord, centro e sud America) che si attesta al 26,4%. La contrazione in percentuale verso il Vecchio Continente è dell' 11,2% rispetto al 2008 (sole e vista), e ancora più marcata quella verso l'America: - 17,9%. Sul terzo gradino l'area asiatica con una quota di mercato del 14,3% che segna un -18% dell'export rispetto al 2008.

Qualche dato positivo viene da alcuni "virtuosi" paesi europei, come la Francia, dove le esportazioni complessive del comparto sole-vista hanno fatto segnare un lieve incremento rispetto al 2008 (+3,5%) grazie a una positiva performance sia delle montature (+6,8%) sia degli occhiali da sole (+1,0%) e il Portogallo (+6,4% complessivo, declinato in un +8,5% per le montature e +4,8% per il sole). Mentre i paesi cosiddetti emergenti- che negli scorsi anni avevano fatto bene sperare in termini di crescita percentuale - hanno confermato la situazione economica globale nettamente negativa: Emirati Arabi Uniti (-24,4%), Russia (-48,8%), Brasile (-3,8%).

Situazioni differenti si sono registrate all'interno dei singoli comparti (sole, vista e lenti oftalmiche), il che dipende dalla specificità dei prodotti stessi. Da una parte il comparto vista (soprattutto le lenti, legate all'area salute) ha dimostrato di saper reagire meglio alla congiuntura negativa, mentre il segmento del sole, sicuramente molto più legato alla moda, ha sofferto

maggiormente. Tornando appunto alle lenti oftalmiche sono entrate nei punti vendita circa 18 milioni di lenti (in linea con il valore del 2008).

Si conferma ancora una buona crescita delle lenti progressive (+5%), tipologia di lenti sulla quale – grazie alla peculiarità di prestazione - da alcuni anni sia le aziende produttrici sia la distribuzione stanno puntando molto.

Le montature da vista e gli occhiali da sole si sono spartite il sell-in nel 2009 con quote di mercato rispettivamente del 39% e 61%. Complessivamente hanno raggiunto la distribuzione interna oltre 15 milioni di paia di occhiali (-6% rispetto al 2008).

Tutti questi dati e la contrazione complessiva dell'economia hanno inciso anche su un aspetto fondamentale, quello delle realtà produttive – le aziende – e delle loro forze lavoro. La contrazione della produzione ha quindi avuto ripercussioni dirette sia sul numero delle aziende e sia su quello degli occupati, colpendo indistintamente piccole, medie e anche grandi imprese. Non solo, tutto questo ha dato vita a un circolo vizioso: da una parte la crisi ha accresciuto il fabbisogno di finanziamento delle aziende, e contestualmente si è verificato un irrigidimento delle condizioni di accesso al credito di fatto impedendo investimenti necessari per affrontare la crisi. In termini numerici il 2009 si è così chiuso con 950 aziende, - 5,5% rispetto al 2008, e con 16.600 occupati, in calo del 5,1% rispetto all'anno precedente.

Anticipazioni sul 2010

È fondamentale individuare i punti di forza da cui ripartire. A livello globale i dati del quarto trimestre 2009 confermano la ripartenza delle maggiori economie, ma anche la difficoltà ad accelerare il recupero e le diverse velocità a cui sta avvenendo: i consumi cinesi avanzano a ritmi multipli di quelli delle economie occidentali, mentre la spesa delle famiglie è in risalita negli Stati Uniti, seppure graduale. Nel nostro Paese le previsioni per il primo trimestre 2010 di tutti gli istituti sembrano delineare una fase nuova, di cauta fiducia. Dopo un susseguirsi di trimestri in caduta, molti settori dovrebbero invertire

la rotta. Il timore diffuso è che questo avvenga senza che ci sia una contestuale crescita dell'occupazione.

Un analogo scenario si delinea per il settore dell'occhialeria. Considerando, infatti, l'andamento delle esportazioni, che sono il vero motore dell'occhialeria italiana, nel 2009, si potrebbe affermare che il settore abbia superato l'apice della crisi, ma che la strada della ripresa rimanga ancora molto in salita.

Il quarto trimestre 2009 ha confermato una lieve ripresa, ma anche l'estrema difficoltà di recupero con produzione e ordini ancora sottotono per la maggior parte delle aziende. Dal dicembre 2009 tuttavia le vendite sono migliorate e sono ripartite soprattutto all'estero. I primi mesi del 2010 sembrano confermare il trend di chiusura 2009: c'è un clima più positivo e di maggiore fiducia, anche se non si può parlare ancora di svolta. Sarà importante vedere l'andamento degli ordini a fine Mido.

Le imprese sono impegnate a cogliere ogni opportunità di ripresa. È però fondamentale che questo tentativo sia accompagnato dall'impegno di tutti, in primo luogo delle istituzioni attraverso un piano di politica industriale che indirizzi risorse a chi investe. Alle imprese, inoltre, non deve mancare il sostegno del credito, la cui mancanza ha influito troppo sull'andamento economico nel corso dell'ultimo biennio.

È quindi proprio in un contesto di questo genere che le aziende italiane del comparto devono fare sistema e agire come un fronte compatto affinché le istituzioni siano sensibilizzate e possano garantire misure peculiari per il settore a livello nazionale. È necessario battersi per migliorare l'accesso al credito ed è fondamentale il sostegno dei progetti volti a concretizzare i risultati della ricerca industriale mediante le fasi di progettazione e realizzazione di progetti pilota e dimostrativi. Anfao sta portando avanti un'importante battaglia presso il Governo: la richiesta di consentire la detrazione fiscale al 100% per almeno un paio di occhiali da vista all'anno. Una misura che aiuterebbe concretamente le imprese e allo stesso tempo i consumatori che, oggi più che mai, ne hanno bisogno. Non si tratta di

rottamazione, ma di misure di sgravio fiscale su un dispositivo medico, che attiene al campo della salute, come già avviene in diversi Paesi europei.

A tutto questo va anche aggiunta l'importante azione di promozione dell'occhialeria "made in Italy", a livello internazionale. L'associazione di categoria da sempre - e oggi più che mai - sostiene l'eccellenza della produzione italiana promuovendo ricerche di mercato mirate per le PMI, partecipando alle maggiori fiere internazionali e organizzando eventi per promuovere la sofisticata esclusività dell'eccellenza della lavorazione artigianale Made in Italy e conquistare nuovi mercati.

Da sempre l'obiettivo dell'Associazione è quello di tutelare le aziende del comparto, lavorando su un'unica idea: la qualità totale, non solo del prodotto, dunque, ma anche di tutte le fasi della produzione. È la trasparenza nell'operare, unita alla cultura, all'estro creativo e alla raffinatezza italiana, il miglior strumento di affermazione della produzione dell'occhialeria sui mercati internazionali

FAST-COM

Michela Mezzolo

e-mail: michela.fastcom@grupposantagostino.com

cell. 340.2146623

Tel. +39 02.87280954