

ANFAO HA ORGANIZZATO L'EVENTO

## DISCOVER MADE IN ITALY EYEWEAR: IL VALORE DELL'OCCHIALERIA ITALIANA NEL MONDO

IN OCCASIONE DELLA GIORNATA NAZIONALE DEL MADE IN ITALY PROMOSSA DAL MIMIT  
ANFAO APRE LE PORTE DELLE AZIENDE ASSOCIATE AGLI STUDENTI

Pieve di Cadore, 19 aprile 2024 – In occasione della **Giornata Nazionale del Made in Italy**, promossa e coordinata dal Ministero delle imprese e del Made in Italy MIMIT, **ANFAO** ha voluto essere parte attiva di questa celebrazione con due appuntamenti: da un lato **aprendo le porte di alcune delle sue aziende associate agli studenti**, per far conoscere la produzione e la manifattura (giovedì 18 aprile e martedì 14 maggio <https://anfao.it/promozione-made-in-italy>) e, dall'altro, organizzando l'evento che si è svolto ieri dal titolo **Discover Made in Italy Eyewear** per valorizzare l'eccellenza, il saper fare e il talento italiani attraverso l'occhialeria, e non solo. Guidati dal conduttore **Gabriele Corsi**, sono intervenuti molti ospiti, imprenditori, giornalisti e istituzioni che, in diversi ambiti e su più fronti, sono impegnati ogni giorno nella realizzazione e nella promozione del prodotto italiano.

*“Il Made in Italy siamo noi, è il nostro spirito, il nostro modo di essere, di vestirci, di mangiare, di vivere e veniamo riconosciuti in tutto il mondo per questo - ha detto la **Presidente di ANFAO Lorraine Berton**. I nostri prodotti, dagli abiti al cibo alle macchine, passando ovviamente per gli occhiali, sono conosciuti, ricercati e acquistati in tutto il mondo. Sugli occhiali abbiamo poi diversi primati, che ci rendono unici: siamo il primo produttore in Europa, il secondo nel mondo e i primi in assoluto per gli occhiali di alta gamma. Siamo una forza economica che va preservata e tutelata, al pari delle altre grandi eccellenze nazionali come il cibo e il patrimonio storico e artistico”.*

Non è un caso che per l'evento sia stato scelto il **Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore**, in provincia di Belluno. *“Qui è nata la prima fabbrica italiana di occhiali, nel 1878, a Calalzo di Cadore. Sempre qui l'industria dell'occhiale ha subito trovato i fattori economici, ambientali e culturali che hanno permesso la creazione e il consolidamento del distretto italiano dell'occhiale e lo sviluppo quantitativo delle aziende a copertura dell'intero processo produttivo. Ancora oggi, a distanza di quasi 150 anni, il distretto produce l'80% degli occhiali italiani”.*

### IL RUOLO DEL MADE IN ITALY NELL'OCCHIALERIA PER IL CONSUMATORE

Dalla ricerca **Yoodata**, che ha dato inizio all'evento, è emerso che **gli occhiali sono il quarto bene di consumo Made in Italy più conosciuto** dopo l'abbigliamento, il vino e le auto. Il 41% degli acquirenti di USA, Francia, Germania, UK, Spagna, Cina e Italia, paesi oggetto dello studio, conosce il prodotto italiano. **L'immagine degli occhiali Made in Italy** risulta essere **eccellente** e sono associati a qualità e lusso, ma anche innovatività e bellezza. Quasi la metà degli

intervistati non baderebbe a spese per averli. Il consumatore finale in generale privilegia la certificazione di sostenibilità al Made In Italy, ma non il consumatore che acquista già Made in Italy. In quanto espressione di eccellenza e qualità, il prodotto italiano è quindi considerato anche sostenibile e ne trasmette il valore.

## STORYTELLING DEL MADE IN ITALY DELL'EYEWEAR E DELLE ALTRE ECCELLENZE ITALIANE

Dalle parole dei tanti imprenditori intervenuti all'evento sono emersi la passione, l'impegno e la dedizione che ogni giorno sono necessari per portare avanti le proprie attività che rendono unica al mondo la manifattura italiana. Si è parlato anche di coraggio, quella forza di andare avanti nonostante tutto anche in situazioni di difficoltà. E di coraggio si è parlato rivolgendosi alle nuove generazioni, affinché decidano di sperimentare, provare e anche sbagliare senza dimenticare che solo così possono raggiungere i loro obiettivi. Tra gli ospiti, esponenti del settore dell'eyewear come **Barbara De Rigo** di De Rigo Vision, che ha parlato tra le altre cose della recente iscrizione nel Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale del leggendario modello Zilo di Lozza, entrato così ufficialmente nella storia dell'occhialeria italiana, **Nicola Belli** di Venevision e **Nicola Del Din** di Pramaor.

Sono intervenuti anche rappresentanti di settori merceologici diversi accomunati dalla stessa attenzione per il "saper fare italiano", come **Juan Carlos Venti**, Responsabile relazioni esterne e istituzionali di Geox, **Chiara Coffele** dell'omonima cantina produttrice di Soave Doc Classico, **Massimo Barboni**, General Manager di Martini & Rossi, **Alessandra Boscaini** dell'azienda vitivinicola della Valpolicella Masi Agricola, e **Cristina Nonino** dell'omonima storica distilleria. **Davide Bollati**, presidente del Gruppo Davines, e lo Chef **Ricardo Gaspari** del Ristorante SanBrite di Cortina d'Ampezzo, una stella Michelin e Stella Verde Michelin per la sostenibilità, hanno invece voluto essere presenti inviando un videomessaggio.

Ma anche i punti di vista del giornalista francese **Jerome Gautheret** grande conoscitore dell'Italia in quanto corrispondente del quotidiano Le Monde per molti anni, che ha detto che *"il fatto che si pensi che la Francia sia meno ricettiva ai prodotti italiani è un falso mito perché i francesi sono attratti dal design e dalla qualità dei prodotti Made in Italy"*, mentre **Veronica Timperi**, giornalista di moda de Il Messaggero, ha parlato dell'importanza della valorizzazione alle piccole e medie imprese il cui lavoro fa la differenza. Infine, sono stati ascoltati i contributi di **Robin Fang**, Direttore Responsabile dell'Istituto Marangoni di Shenzhen e **Alec Ross**, Professore Associato della Bologna Business School, che ha portato il suo contributo sull'opinione che del Made in Italy hanno negli USA: *"per gli americani il prodotto Made in Italy è sinonimo di qualità, artigianalità e precisione. Ma c'è una sfida che vi attende – ha detto Ross rivolgendosi direttamente alla platea - non aver paura del cambiamento e di innovare. Come fatto 700 anni fa, quando proprio in Italia gli occhiali sono stati inventati, allo stesso modo e con la medesima cura artigianale, oggi è necessario mantenere un approccio orientato al futuro. Questa è l'evoluzione dei prodotti Made in Italy"*.

## IL PUNTO DI VISTA ISTITUZIONALE

Alle istituzioni presenti la Presidente Berton ha voluto lanciare un messaggio chiaro: *“per continuare a fare grande il Made in Italy servono incentivi, investimenti e sostegno alle aziende. La tenacia e la caparbia degli imprenditori si traduce ogni giorno in nuovi investimenti in tecnologia, design e innovazione, ma non basta. Serve istituire un tavolo di lavoro tra tutti i paesi europei che condividono la nostra stessa attenzione per la qualità del prodotto perché la sinergia è fondamentale per continuare a fare bene”*.

A dialogare con la **Presidente Berton** e il Vicepresidente ANFAO con delega a produzione, innovazione e Made in Italy **Nicola Belli** l'Assessore Istruzione Formazione, Lavoro e Pari Opportunità della Regione del Veneto **Elena Donazzan** e il Presidente della Provincia di Belluno **Roberto Padrin**. Ad aprire questo panel il video messaggio del **Ministro Adolfo Urso**, promotore della Giornata, che ha ricordato che il Made in Italy non è soltanto un marchio ma uno stile di vita, frutto di una storia collettiva capace di generare prodotti che stupiscono il mondo e ha auspicato che queste celebrazioni siano di ispirazione per le nuove generazioni, affinché partecipino al processo che ha fatto dell'Italia il luogo più bello dove produrre e dove vivere.

## ANFAO E L'IMPEGNO NELLA FORMAZIONE DEGLI IMPRENDITORI DI DOMANI

L'attenzione verso le nuove generazioni, attraverso l'organizzazione e la realizzazione di **percorsi formativi** per lo sviluppo delle competenze dei lavoratori occupati nelle imprese del settore e dei giovani che intendono inserirsi attraverso workshop e corsi di formazione, tra cui quelli sviluppati a seguito del protocollo d'intesa firmato da ANFAO e Regione del Veneto e la nascita del Politecnico dell'Occhiale. *“I giovani di oggi saranno gli imprenditori di domani. Per questo abbiamo il dovere di sensibilizzarli sul significato del valore della nostra produzione artigianale”* ha concluso la Presidente Berton. Con questo obiettivo, ieri giovedì 18 dalle ore 10:00 alle ore 17:00, alcune aziende associate ad ANFAO hanno accolto gli studenti in visita. Ad aderire imprese del distretto, ma anche oltre, grandi e piccole, impegnate nella produzione di occhiali e della componentistica. Gli incontri verranno ripetuti il 14 maggio.

### Ufficio Stampa ANFAO

**Carolina Mailander Comunicazione Srl**

Via della Rocca 21, 10123 Torino - Tel.: +39 0110811330

Marcella Laterza [marcella.laterza@cmailander.it](mailto:marcella.laterza@cmailander.it)

Chiara Ferraro [chiara.ferraro@cmailander.it](mailto:chiara.ferraro@cmailander.it)

Stella Casazza [stella.casazza@cmailander.it](mailto:stella.casazza@cmailander.it)