

COMUNICATO STAMPA

Un fronte compatto per la promozione del Made in Italy

Grazie all'accordo di settore tra Anfao e Ministero delle Attività Produttive, già disponibili i finanziamenti per le prossime azioni di promozione dell'occhialeria italiana all'estero, in collaborazione con l'ICE e con l'avallo di Sipao.

Milano, 11 Gennaio 2006 – Al via il programma di promozione del made in Italy destinato alle aziende dell'occhialeria per il 2006. Il tutto è stato reso possibile dall'accordo di settore a suo tempo stipulato da Anfao con il Ministero delle Attività Produttive che prevede, su specifica proposta di un programma dettagliato, la possibilità di ottenere finanziamenti pubblici (50% del budget arriverà dal pubblico, 50% da Anfao) capaci di dare supporto e adeguata visibilità alle aziende italiane in giro per il mondo. Si tratta di un'articolata serie di iniziative utili per la promozione all'estero del made in Italy, un format già rodato da alcuni anni che sta dando i suoi frutti e che, quest'anno, vede anche la stretta collaborazione fra le associazioni, nazionale e territoriale, con l'obiettivo dichiarato di ottimizzare al massimo le occasioni di comunicazione e di business all'estero, su tutte le più interessanti piazze internazionali.

Il programma stilato da Anfao, Ministero e Ice, ha ricevuto, nelle settimane scorse, anche la piena approvazione dalla neonata Commissione Estero di Sipao ed è quindi pronto a partire.

Il 2006 dunque si apre all'insegna della collaborazione e di un rinnovato entusiasmo che da sempre accompagna le iniziative del settore.

In calendario ben 11 appuntamenti fieristici internazionali, tre sfilate (Shanghai, Mosca e Parigi) con la presenza di collettive (a Shanghai, nel febbraio prossimo, si conta la partecipazione di ben 22 aziende) e Punti Italia presso gli stand istituzionali Mido-Anfao.

Inoltre, grande novità e fiore all'occhiello del nuovo anno è il progetto speciale sul design, appena approvato, che consentirà alle aziende di poter rafforzare il loro "ufficio creativo" con nuove risorse qualificate, in collaborazione con affermati designer.

Una strategia di promozione ambiziosa che può essere realizzata solo con la collaborazione di tutti i soggetti coinvolti. Ecco la sfida lanciata da Anfao per il 2006. L'Associazione Nazionale dei Produttori di Articoli Ottici si fa promotrice di una serie di iniziative volte a ridare lustro ad un settore da sempre vanto dell'eccellenza del made in Italy, come l'occhialeria.

In questo percorso si avvale quindi anche del prezioso appoggio di Sipao, la Sezione Industrie Produttrici Articoli per l'Occhialeria di Assindustria Belluno, guidata dal neo eletto Valter Da Rin.

"Mai come quest'anno il programma che abbiamo definito per promuovere le nostre produzioni all'estero è così ricco di opportunità per le aziende – afferma il presidente Anfao, Cirillo Marcolin – Chi saprà investire con determinazione sui principali mercati di riferimento, potrà sicuramente vedere i risultati nel tempo. L'occhialeria italiana ha avuto la capacità di guardare avanti, di creare sistema con le istituzioni nazionali e regionali, per continuare il suo percorso di sviluppo e di promozione all'estero. Il risultato di oggi è importante perché segna l'avvio di una sempre più stretta collaborazione fra associazioni di categoria ed aziende"

Un forte sostegno, dunque, per la promozione sinergica del prodotto made in Italy, che trova pieno appoggio anche nelle strutture locali. "La Sipao – afferma il presidente Valter Da Rin – ha accolto con grande soddisfazione il progetto proposto dall' Anfao, quale occasione anche per le aziende del distretto bellunese, di moltiplicare le occasioni di visibilità e di crescita sui mercati internazionali. La totale disponibilità delle associazioni, Anfao e Sipao, è un ottimo punto di partenza per le attività 2006, con l'obiettivo di sostenere anche le piccole e le medie occhialerie nella promozione estera: assecondare gli impulsi allo sviluppo e appoggiare la ricerca di nuove opportunità, ecco il concept che deve guidare questa intesa sinergica".

Tra i progetti "cult" che rappresentano ormai una costante nel processo di promozione dell'occhialeria italiana promosso da Anfao, ritroviamo lo speciale 'made in Italy' realizzato in collaborazione con le riviste di settore internazionali 20/20 diffuse a livello mondiale. Sarà pubblicato in nove lingue: inglese, francese, tedesco, italiano, spagnolo, portoghese, giapponese coreano e cinese e distribuito in 130.000 copie.

La grande novità del 2006 sarà dunque l'accordo con l'Istituto Europeo del Design, con il quale Anfao porterà avanti "il progetto design", finalizzato allo studio di collezioni ad hoc per le aziende con l'obiettivo di presentarle in occasione degli eventi concordati.

Una prima parte contempla un vero e proprio studio del design dell'occhiale a livello mondiale e delle sue possibilità di sviluppo e diversificazione. La seconda fase è invece relativa alla creazione vera e propria di collezioni ed è di competenza di ogni singola azienda che, in Veneto in particolare, saranno cofinanziate dal patto sui distretti.

Anche Mido parte anche alla conquista di mercati finora poco esplorati, come quello saudita: in occasione del Vision X, di Dubai, la Mostra Internazionale dell'Occhialeria, sarà presente con un piccolo stand, messo a disposizione delle aziende associate come punto di riferimento.

Si rinnova invece l'appuntamento con Shanghai e Mosca dove le aziende italiane avranno a loro disposizione un Punto Italia e dove verrà organizzata anche quest'anno la sfilata degli occhiali "made in Italy".

In Russia (Mosca, 10-13 marzo), oltre ad un Punto Italia, verrà anche testato un nuovo metodo di promozione: la catalogoteca, sia con vetrine per esposizione a disposizione delle aziende non presenti in fiera sia con distribuzione di cataloghi. La stessa formula verrà riproposta anche in occasione dello Ioft (Tokyo 11-13 ottobre).

A New York, in occasione del Vision Expo East (31 marzo-2 aprile) sarà messo a disposizione delle aziende made in Italy, un Punto Italia realizzato da Anfao-Mido.

Stand di promozione, a disposizione delle aziende italiane, saranno presenti anche a Brno e Madrid in occasione delle fiera di settore (rispettivamente Opta , 24-26 febbraio e ExpoOptica: 10-12 marzo). Lo stesso servizio di appoggio verrà offerto a Las Vegas in occasione del Vision Expo West (14-16 settembre), a Pechino (26-28 settembre) e Hong Kong (7-9 novembre).

Cambia volto e si rinnova l'appuntamento con la capitale francese: a Parigi è prevista infatti l'evoluzione dell'evento sfilata. Oltre al classico defilé, è allo studio un'importante novità che verrà comunicata non appena definita!

Ultima, ma non meno importante la conferma del Vip Club a Mido 2006: è il collaudato sistema di servizi (area dedicata, servizi on line, omaggi) che il salone mette a disposizione dei vip buyers segnalati dalle aziende.

Per informazioni:

Fast-Com – Ufficio Stampa Anfao

Stefania Valenti - Tel: +39 02 46.91.501 (dig.264)

stefania.fastcom@grupposantagostino.com

Michela Mezzolo - Tel: +39 02 46.91.501 (dig.268) - Mob: +39 328 2321791

michela.fastcom@grupposantagostino.com