

## **L'EXPORT È ANCORA LA CHIAVE DEL SUCCESSO DELL'OCCHIALERIA ITALIANA**

**+5% il dato tendenziale delle esportazioni del settore nel 1 trimestre 2012**

**Buone performance negli Stati Uniti e in Europa (in particolare in Germania e Francia)**

**Interessanti e promettenti i risultati in Asia e negli emergenti**

**In recessione il mercato interno**

Milano, giugno 2012 – Le esportazioni continuano a essere la chiave del successo per l'occhialeria italiana, fiore all'occhiello del Made in Italy nel mondo. Gli ultimi dati a disposizione, pubblicati dall'Istat qualche giorno fa e riferiti al primo trimestre del 2012, tracciano il quadro di un settore ancora in crescita, pronto a cogliere tutte le opportunità offerte dai mercati internazionali.

Nel primo trimestre 2012 le esportazioni complessive del settore sono cresciute del 4,7% rispetto allo stesso periodo del 2011. Analizzando i due comparti principali, le esportazioni di occhiali da sole sono aumentate del 3,5%, quelle di montature del 6,5% sempre a livello tendenziale.

In valore le esportazioni dell'occhialeria italiana nel mondo nei primi tre mesi del 2012 sono state pari a oltre 681 milioni di euro, con un saldo attivo della bilancia commerciale del settore di oltre 474 milioni di euro.

Cirillo Marcolin, Presidente di Anfao, ci tiene a precisare come il settore, seppur nel difficile quadro economico generale, stia facendo segnare risultati più che apprezzabili: *“le esportazioni contano per il settore oltre l'80% della produzione e sono da sempre la nostra maggior risorsa. Quest'anno – commenta – le esportazioni stanno crescendo un po' meno rispetto alle due cifre a*

*cui eravamo abituati, in linea con il clima generale e con la tendenza che aveva caratterizzato già l'ultima parte dello scorso anno, tuttavia stanno crescendo a un ritmo degno di nota."*

*"La vocazione internazionale e la capacità di competere, delle grandi così come delle piccole aziende, che storicamente caratterizza il settore, ci consente di cogliere maggiormente spazi e opportunità sui mercati di tutto il mondo anche in un momento economico così complicato e difficile" – aggiunge ancora Marcolin.*

## **Geografia delle esportazioni**

Le aree e i paesi di riferimento delle esportazioni italiane confermano il positivo andamento del primo trimestre 2012.

Nello specifico, per quanto riguarda l'export complessivo (occhiali da sole + montature), si registra: un +2,4% verso l'Europa - che conferma la sua leadership di area di riferimento con una quota di circa il 53% dell'export; +6% verso l'America (Nord, Centro e Sud America) e un +5,6% verso l'Asia.

In America è da segnalare l'ottima performance delle esportazioni negli Stati Uniti, da sempre primo paese di riferimento del settore con una quota del 20,5% delle esportazioni italiane dell'occhialeria. Qui l'export nel primo trimestre 2012 ha registrato una variazione tendenziale positiva del 9,2% (+6,1% per le montature e +10,1% per gli occhiali da sole). In valore ammontano a oltre 136 milioni di euro le esportazioni italiane dell'occhialeria negli States, 12 milioni di euro in più rispetto al primo trimestre 2011.

In Europa le esportazioni italiane dell'occhialeria si confermano protagoniste in Francia e Germania, soffrono, invece, nei paesi lambiti dalla crisi dei debiti sovrani, Spagna, Grecia e Portogallo. In Francia l'export complessivo ha mostrato nel primo trimestre 2012 una variazione tendenziale positiva del 6,8% (+5,2% per le montature e +8,1% per gli occhiali da sole), in Germania le esportazioni sono aumentate del 10,9% (+17,4% per le montature e +7,1% per gli occhiali da sole).

L'export dell'occhialeria italiana si conferma poi essere molto vivace nei paesi emergenti dove continua a mettere a segno risultati positivi: +20,4% in Brasile, +4,9% negli Emirati Arabi, +43,1% in Arabia Saudita e + 17,5% in Corea del Sud le variazioni tendenziali sul primo trimestre dello scorso anno.

In Asia continuano a crescere le esportazioni in Cina (+68,4% nel primo trimestre 2012) che sembra essere vista sempre di più come mercato di sbocco e non solo di approvvigionamento.

*“È evidente – precisa Cirillo Marcolin – che si tratta di mercati che per l’occhialeria sono ancora in molti casi potenziali, ovvero con una quota ancora poco significativa sul totale delle esportazioni italiane del settore. Si tratta però di aree sulle quali stiamo puntando, perché potranno diventare importanti nel prossimo futuro, laddove i mercati tradizionali, come si prevede, non sosterranno più tassi di crescita considerevoli”.*

## **Il mercato interno**

Se le esportazioni consentono al settore di guardare con fiducia al futuro, la situazione del mercato interno resta preoccupante, lasciando intravedere segnali di recessione importanti: nel primo trimestre 2012 vi è stata una flessione in valore del 6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Relativamente alla situazione interna Marcolin sottolinea: *“per l’occhialeria potrà forse essere meno difficile che per altri perché la vocazione internazionale ci consente maggiori spazi e opportunità da cogliere, ma è altrettanto vero che vorremmo, e dovremmo, poter investire e lavorare di più e meglio anche nel nostro Paese. Lo abbiamo chiesto e continueremo a chiederlo in ogni occasione possibile alle Istituzioni, il cui apporto, nel quadro economico attuale, diventa fondamentale in tema di internazionalizzazione, accesso al credito, crescita, contraffazione, de-burocratizzazione.”*