



22-23 Novembre 2012

L'OCCHIALERIA ITALIANA ALLA SCOPERTA DEI MERCATI EMERGENTI

ANFAO, IN COLLABORAZIONE CON ICE, SBARCA A PANAMA CON 18 AZIENDE

**UNA MISSIONE OPERATIVA PER FAR CONOSCERE DA VICINO GLI OCCHIALI ITALIANI NEI
MERCATI STRATEGICI DEL CENTRO-AMERICA**

Panama, 21 Novembre 2012 – In questi giorni un nutrito gruppo di aziende italiane è impegnata in una missione operativa a Panama per cercare di farsi conoscere nei mercati del Centro e Sud America, un'area che si dimostra molto vitale ed interessata alla qualità italiana. Le esportazioni italiane di occhiali da sole e montature in Centro e Sud America hanno infatti registrato nei primi sei mesi del 2012 una crescita dell'11,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il momento che sta attraversando l'economia mondiale è dei più complessi, le difficoltà sono evidenti e tutt'altro che superate, le aziende del settore, in primo luogo le piccole e medie, hanno bisogno di interventi di sostegno. E' proprio da queste considerazioni che prende il via l'azione di Anfao e di ICE che ha proprio nella sua ragion d'essere la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

«Queste iniziative sono per noi indispensabili per affrontare in maniera proattiva la crisi economica globale», afferma Cirillo Marcolin, Presidente di Anfao. «L'internazionalizzazione da sempre è un valore fondamentale per le aziende dell'occhialeria italiana che ha consentito loro negli anni di affermarsi e di conquistare l'interesse di buyer di tutto il mondo. Come Anfao e con l'aiuto di ICE lavoriamo per mettere sul tavolo qualcosa di concreto ed efficace in tempi stretti. Questa missione a

Panama mira a rafforzare la conoscenza dei nostri prodotti e allargare i nostri orizzonti commerciali in un'area in forte crescita economica».

La missione a Panama rientra in un più ampio piano di promozione e internazionalizzazione che – da anni – permette alle aziende associate Anfao la partecipazione in collettiva alle fiere di settore più strategiche oltre che a iniziative straordinarie come questa in Centro America.

«Le aziende del settore, in primo luogo le piccole e medie, hanno bisogno di interventi di sostegno», sostiene Giovanni Vitaloni, Presidente della Commissione Export di ANFAO «Siamo in questi giorni anche a Mosca con una mostra dedicata alla moda e agli accessori italiani, e siamo di ritorno dalla fiera di Hong Kong e da una missione operativa a Seoul dove le nostre aziende hanno avuto modo di incontrare diversi buyer locali e di ottenere un buon riscontro in termini di contatti commerciali».

Scelte strategiche volte a rafforzare la presenza del comparto su alcuni mercati chiave. Alcune tradizionali mete dell'export italiano risultano più colpite dalla decelerazione della domanda, mentre nuove opportunità si aprono nelle cosiddette nuove aree di sviluppo. Tra queste l'America Latina, che risulta strategica anche per la sua vicinanza con gli Stati Uniti, primo mercato di sbocco delle esportazioni italiane del settore. In particolare la Zona Franca di Colon è la seconda a livello mondiale dopo quella di Hong Kong, e rappresenta uno dei principali pilastri dell'economia panamense, sia per il volume che per il valore delle merci importate e riesportate.

A questa Missione Operativa hanno aderito 18 aziende associate Anfao che presenteranno una selezione delle loro collezioni, espressione di un'expertise che affonda le sue radici nella storia e nella tradizione artigiana dell'Italian Style, evolutasi nei secoli e arricchitasi attraverso la ricerca e la sperimentazione di forme e materiali, il confronto costante con i mercati.

All'evento saranno presenti operatori del settore provenienti da Panama, Venezuela, Brasile, Messico, Cile, Uruguay, Argentina, Paraguay, Colombia, Perù, Ecuador, Costa Rica, Bolivia, Repubblica Dominicana. Un'ottima visibilità e occasione di business per conquistare i mercati del Centro e Sud America.