

Occhiali, quota leader

Made in Italy cresce, poi Hong Kong e Cina

MIDO APERTA
Marcolin snocciola i dati del settore

BELLUNO. Export in crescita del 13% e produzione in crescita del 10,3%: fanno sorridere le aziende bellunesi i dati del 2005 (rispetto al 2004), sull'onda di una ripresa che da quest'anno sembra gonfiare le vele. Così Mido, Mostra internazionale dell'occhiale, ha aperto i battenti ieri sotto tutti gli auspici di una fiera che riesce. Il Belpaese (con il Bellunese in prima fila), tiene la quota dominante del 27% del mercato, ma non si esulti: Hong Kong e Cina sono a ruota, seppur con valori di export sotto il miliardo di euro contro l'1,7 miliardi nostrani. Oltre 2 milioni di paia esposti da 1200 espositori (oltre il 60% stranieri). Cirillo Marcolin, presidente Mido e Anfao ha presentato l'edizione 2006 ricordando una Mido affermata «negli anni quale appuntamento prescelto da buyer e operatori di livello mondiale per la capacità di offrire la più ampia e variegata gamma di proposte legate al comparto e per la capacità di essere momento di business». L'occhialeria secondo i dati Anfao, ha consolidato nel 2005 la sua posizione di leader mondiale, con una quota



A Milano si è aperto Mido

di mercato pari al 27,6% e con 1,7 miliardi di euro nelle esportazioni di occhiali in tutto il mondo. Seguono Hong Kong e Cina con valori di export pari a 938 e 937 milioni di euro. Nello scorso anno le aziende italiane del settore hanno prodotto per 2 miliardi di euro, in crescita del 10,3% rispetto al 2004. Le esportazioni del 2005, pari all'82,4% dell'intera produzione, hanno messo a segno un incremento del 13% rispetto al 2004. L'Europa resta l'area di riferimen-

to per l'export italiano con una quota del 48,5% (+6,6%), seguono Usa col 28,9%. Trainante nel 2005 il comparto degli occhiali da sole: il made in Italy si aggiudica quasi la metà dell'intera quota di export mondiale, per un valore di oltre un miliardo di euro, registrando una crescita del 21,4% rispetto al 2004.

La conferenza ha visto la partecipazione di Marco Fortis (Fondazione Edison), Debra Forstenzer, Gianluca Giordano e moderata da Fede-

rica Panicucci (presente anche il presidente della Lombardia, Formigoni).

Clima di soddisfazione fra le aziende bellunesi: a snocciolare aumenti di fatturato anche Paolo Cannicci, leader di Sover, azienda con un aumento di fatturato è del 15%, una previsione a giugno di 22 milioni di euro, l'aumento di produzione del 30%. «Intercettare senza sosta le tendenze dei mercati, anche quelli in apparenza meno pronti a ricevere un prodotto, l'occhiale, che risponde a un bisogno post-moderno di consumare significati, prima ancora che oggetti fine a sé stessi»: così Cannicci, la cui azienda è oggi leader nell'Europa dell'est con tre joint-ventures commerciali a Praga, Mosca e Bucarest, mentre in Romania possiede 14 negozi di proprietà, ed è presente in oltre 70 mercati esteri con una distribuzione che ha permesso l'ingresso nei mercati di Europa, Usa, Medio ed Estremo Oriente, oltre l'italiano. In casa Marcolin, s'è festeggiata la Ferrari con Montezemolo ieri, mentre Della Valle annuncia joint venture con l'azienda per occhiali. (cri.co.)