

Montature: cresce ancora l'export, tiene l'Italia

Secondo gli ultimi rilevamenti disponibili sull'interscambio commerciale, presentati nei giorni scorsi da Anfao in occasione dell'assemblea annuale, nel primo trimestre 2016 le vendite sui mercati internazionali sono aumentate del 6,2% e anche il mercato interno ha dato segnali di ripresa



«Complessivamente, sebbene i dati del nostro comparto siano di gran lunga migliori rispetto all'andamento generale e a quello di alcuni settori del made in Italy a noi affini, come le calzature e l'abbigliamento, e alcuni studi internazionali prevedano una buona crescita nei prossimi anni sostenuta da una domanda importante per i prodotti del comparto, è bene mantenere un atteggiamento prudente, dovuto al quadro geopolitico ed economico internazionale, che potrebbe purtroppo portare a un ulteriore rallentamento», commenta nella nota a consuntivo dell'assemblea il presidente di Anfao, [Cirillo Marcolin](#).

La crescita tendenziale a valore fatta registrare dalle montature sole e vista da gennaio a marzo 2016 è stata, dunque, superiore al 6% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, «quasi esclusivamente sostenuta dall'occhiale da sole», precisa la nota di Anfao, la quale ricorda anche come a rallentare sia stata soprattutto l'area asiatica, «mentre si confermano America ed Europa, anche se a tassi inferiori rispetto a quelli del 2015, e sul fronte emergenti si intravedono segnali di rallentamento in Asia e America Meridionale, soprattutto in Brasile». Per quanto riguarda il mercato interno, «i dati a nostra disposizione che misurano il sell in sembrano confermare ancora una buona ripresa dei consumi, sia del comparto sole sia di quello del vista», si legge ancora nel comunicato.

Sofferenza, cambiamenti e opportunità: sono le parole chiave utilizzate da Marcolin per descrivere la recente crisi. «Siamo convinti che il nostro settore abbia tenuto e lo confermano gli straordinari numeri registrati nel 2015, poiché le aziende associate hanno lavorato su alcuni punti di forza tradizionali, su cui abbiamo impostato le azioni anche per il futuro: internazionalizzazione, specializzazione e differenziazione, ricerca di nicchie di mercato ad alto valore aggiunto, made in Italy e qualità certificata – conclude il presidente di Anfao nella nota - Il tutto con una forte valenza del territorio».

Anfao, quattro new entry al vertice

Nicola Belli per Safilo, Alessandro Cavalet per Luxottica, Michele Villotti (nella foto) per Silhouette Italia e Nadia Zampol per Martini Occhiali sono entrati nel nuovo Consiglio Generale dell'associazione di produttori e distributori italiani di montature e lenti oftalmiche

Il Consiglio, che da Direttivo cambia appunto nome in Generale, sulla scia delle indicazioni confindustriali, resterà in carica quattro anni e affiancherà il presidente Cirillo Marcolin e i vicepresidenti Maurizio Dessolis, Callisto Fedon, Paolo Pettazoni, Renato Sopracolle e Giovanni Vitaloni, le cui cariche saranno invece rinnovate il prossimo anno.

Nell'ultima assemblea annuale di Anfao, oltre ai quattro consiglieri neoeletti, sono stati confermati Carlo Costan Dorigon (Gatto Astucci), Nicola Del Din (Pramaor), Massimo De Villa Tondo (Trevi Coliseum), Luca Talamona (Nomec 92), Gianni Vetrini (Barberini) e Massimiliano Zegna Baruffa (Avm 1959). Sono state, infine, rinnovate le cariche anche del Collegio dei Revisori e dei Provisori dell'associazione.



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.



Cecop, la formazione online si fa anche con i fornitori

Il visual merchandising, l'analisi delle tipologie di consumatore, ma anche i prismi o l'applicazione delle lenti a contatto multifocali: sono stati oggetto dei nuovi webinar rivolti agli associati, organizzati nel primo semestre dal gruppo di origine spagnola, in collaborazione con CooperVision, Rodenstock e Safilo

«Ai webinar, avviati nel 2015, proposti anche quest'anno e focalizzati sul mondo dei [social network](#), abbiamo deciso da aprile di affiancarne altri, organizzati in collaborazione con alcune aziende che si sono rese disponibili a fare formazione, dedicati ad argomenti più tecnici - spiega a b2eyes TODAY [Elisabetta Ricciotti](#), responsabile marketing di Cecop Italia - Un'esigenza che era emersa durante un'indagine condotta tra gli associati e che abbiamo così voluto soddisfare». I tre filoni individuati riguardano le montature, l'oftalmica e la contattologia. «Per quel che riguarda le lenti oftalmiche - prosegue Ricciotti - con la collaborazione di Rodenstock abbiamo proposto una formazione focalizzata su diverse tematiche, che vanno dalla centratura delle lenti alla scelta e alla proposta delle progressive, dalla gestione tecnica dei prismi all'occhiale per lo sport e così via. Nel campo della contattologia si è parlato di applicazione delle lenti a contatto multifocali e di come aumentare le vendite di lac, con la collaborazione di CooperVision, mentre, con il supporto di Safilo, si è analizzato quali sono le tipologie di consumatore, come si comporta prima dell'acquisto e come all'interno del punto vendita e, infine, si sono affrontate le tecniche del visual merchandising. In totale, sono stati coinvolti nei webinar circa cento associati, la metà dei quali ne ha seguito più di uno».

Tutti i corsi, della durata di 45 minuti, si sono svolti in giorni infrasettimanali, seguiti da una sessione di domande e risposte. «Una formula che abbiamo riscontrato essere adeguata per gli ottici, dando loro il tempo di concentrarsi su un argomento e di interagire via chat con i relatori per chiarire dubbi e approfondire il tema», conclude la manager. Gli eventi formativi online di Cecop riprenderanno dopo la pausa estiva: il network sta, infatti, mettendo a punto un nuovo calendario in collaborazione anche con altre aziende.

Visione e sport: "partnership" tra Glasses & Fashion e SportShow 2016

Sabato 15 e domenica 16 ottobre al Centro Fiera del Garda di Montichiari, a pochi chilometri da Brescia, si terrà la quarta edizione della kermesse, rivolta al pubblico finale. Come l'unica testata dell'ottica in Italia che negli anni è nata e si è affermata in questa direzione, che sarà presente alla manifestazione

Con i suoi 20 mila metri quadrati di aree per le attività interne, 7 mila di aree per quelle esterne, circa 30 mila visitatori attesi, di cui 3 mila studenti, SportShow-Fiera dello Sport (nella foto, un momento dell'ultima edizione) si è consolidata come una delle principali fiere del settore, orfano dalla fine degli anni 90 di eventi com'era una volta il Mias di Milano, ad esempio, che invece all'estero rappresentano un fondamentale momento d'incontro tra industria dello sport, retail specializzato e consumatore esperto o semplice appassionato. A SportShow 2016, inoltre, sono previste quasi 1.300 iniziative tra lezioni, corsi, esibizioni e spettacoli, le discipline proposte superano il centinaio, tante quante le aziende specializzate in mostra, oltre alla presenza di 63 tra federazioni ed enti.



Tra le molteplici novità e i progetti speciali in programma per l'edizione del prossimo ottobre spicca lo speciale Visione e Sport all'interno di *Glasses & Fashion*, testata che fa capo all'editore di questo quotidiano, che per la kermesse lombarda presenterà un numero dedicato a tutto ciò che veste e protegge gli occhi degli sportivi, a livello agonistico o amatoriale, senza dimenticare il contenuto stilistico: occhiali da sole, maschere da neve, lenti oftalmiche, lenti a contatto e altro ancora. La rivista, oltre a proporre le novità di prodotto per la nuova stagione, offrirà importanti analisi scientifiche sulla corretta relazione tra l'occhio e le varie discipline sportive, con il contributo di uno dei massimi esponenti dell'oftalmologia italiana, Lucio Buratto, e i maggiori esperti di ottica e optometria. Così, se da un lato SportShow si caratterizza per la predisposizione al contatto diretto con il visitatore, dal canto suo lo speciale di *Glasses & Fashion* vuole portare a conoscenza dell'utente finale le potenzialità dei nuovi prodotti tecnologici e le opportunità che i servizi oggi presenti sul mercato sono in grado di offrire, in fatto di visione, a chi pratica attività sportive nei vari generi. La distribuzione è prevista, nei due giorni dell'evento fieristico, ai visitatori della rassegna.

Direttore responsabile: [Angelo Magri](#) Coordinamento redazionale: [Francesca Tirozzi](#) Redazione: [Nicoletta Tobia](#)

Supplemento al 12 luglio 2016 di b2eyes.com reg. presso Tribunale Milano, n. 292, 17-06-2009 © La riproduzione dei contenuti è riservata



Presbiopia 10 e Iode - Nicola Di Lernia

10 mega pillole per accelerare il tuo processo di crescita nel mercato over 40 anni utilizzando la tecnica dello scalatore

Sfoglia un estratto del libro su www.fgeditore.it