

Mido, +30% di ottici preregistrati

È l'incoraggiante dato annunciato ieri nella conferenza stampa di presentazione da Giovanni Vitaloni, vicepresidente della fiera al via oggi a Milano fino a lunedì 2 marzo: oltre 26 mila clienti da tutto il mondo si sono già iscritti contro i 20 mila di un anno fa



«Avanti di questo passo contiamo di superare i 40 mila visitatori complessivi», ha aggiunto Vitaloni: cifra che sarebbe sostanzialmente in linea con quella delle ultime edizioni. Sarà un Mido più funzionale, grazie alla vicinanza dei padiglioni alla metropolitana, più organico, nella disposizione delle merceologie di riferimento, e più creativo, per via di nuove aree come, ad esempio, la LabAcademy all'interno del Design Lab e la piazza dedicata anche alle lenti oftalmiche. In evidenza l'incremento non solo del numero di espositori, 150 dei quali sono nuovi, ma anche della superficie occupata: +10% rispetto alla scorsa edizione, per un totale di circa 41 mila metri quadrati netti.

«Abbiamo inoltre riempito i posti a disposizione degli ottici italiani nei due treni organizzati per domani da Roma e da Venezia, per un totale di circa 750 operatori che visiteranno senza costi di trasporto Mido, cui si aggiungono i bus organizzati con le principali scuole italiane di ottica, così da arrivare a un

migliaio complessivo di visitatori», ha ricordato Vitaloni (nella foto, da sinistra: Cirillo Marcolin, Carlo Calenda, Vitaloni e Vanessa Brown).

Marcolin: catene e private label, gli ottici indipendenti ne fanno le spese

Nessuna ripresa per il mercato interno: i dati 2014 dell'occhialeria italiana delineano stabilità, ma su livelli di domanda sempre bassi. Si affermano le insegne succursaliste a discapito dei piccoli punti vendita. Dati record, invece, per le esportazioni

Catene su, ottici indipendenti giù: è la situazione che emerge dai dati 2014, diffusi ieri da Anfao in occasione della conferenza stampa di presentazione di Mido. A valore viene registrata un'ulteriore perdita di un punto percentuale, con una contrazione in particolare di montature da sole e da vista, pur con una leggera ripresa per le lenti oftalmiche. «La crisi ha portato il consumatore italiano a preferire le private label delle catene – ha sottolineato Cirillo Marcolin, presidente di Anfao e Mido – Per questo gli ottici indipendenti, che rappresentano ancora oltre il 50% della nostra distribuzione, stanno soffrendo maggiormente la congiuntura economica sfavorevole: un elemento che dovrebbe far riflettere per cogliere i cambiamenti e cercare di differenziarsi, puntando sulla qualità e sui servizi al consumatore».

Positivi, invece, i dati sulla produzione, in aumento del 9,4% rispetto al 2013. Inversione di tendenza per l'occupazione che ha registrato un aumento del 2,3%. Dato record per le esportazioni di montature, occhiali da sole e lenti, che assorbono oltre il 90% della produzione del settore. «Abbiamo superato i 3 miliardi di fatturato, crescendo dell'11,8% rispetto al 2013 – ha affermato il presidente di Anfao e Mido - Il trend, già anticipato dai dati positivi dell'ultimo trimestre, è stato determinato da un incremento analogo di entrambi i comparti principali del settore, montature e occhiali da sole. L'area di riferimento rimane l'Europa, con una quota del 50% del totale delle esportazioni italiane e una crescita tendenziale del 12,7%, con +13% per gli occhiali da sole e +12,3% per le montature».

Un dato interessante è stato registrato dalle esportazioni destinate in America: nel 2014 si sono attestate di poco al di sotto del 30%. Il Nord America ha fatto segnare +12,7%, ma i margini per un ulteriore sviluppo non mancano. «Gli Stati Uniti sono per l'Italia un mercato potenziale per quanto riguarda l'export – ha commentato Carlo Calenda, viceministro dello Sviluppo economico, intervenuto alla conferenza stampa – Potrebbero essere effettuati ancora 10 miliardi di euro di investimenti: al momento ci siamo, infatti, concentrati solo sulle città costiere dell'America, mentre ne esistono numerose all'interno del paese sulle quali è possibile fare un ottimo lavoro nella grande distribuzione».

Reshoring, la nuova parola d'ordine nell'occhiale

La press conference apre il Mido 2015 e si sente già aria di Expo. Il presidente Anfao, Cirillo Marcolin, è incensato di complimenti dal viceministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda (ex Ferrari e Sky, un uomo di sostanza). L'occhialeria italiana è la prima industria in Italia per l'export: 90% della produzione

Eppure Marcolin ieri, oltre ai complimenti, ha voluto incassare un altro merito sorprendente. L'aumento dell'occupazione del 2,3% nel settore produttivo degli occhiali nel 2014. È una grande notizia che il presidente spiega in una parola: reshoring. Le aziende italiane sono tornate a produrre di nuovo in Italia. E la produzione con un +9,4% è il segnale che il mondo ci ama per quello che sappiamo fare. Torna alla mente una mia pillola dedicata al "very made in Italy" e all'affermazione di Cucinelli che solo mani sapienti italiane sono in grado di creare l'eccellenza che tutti ci riconoscono. D'altro canto, ha sentenziato il viceministro, siamo la quinta nazione manifatturiera del mondo dietro solo a Cina, Corea, Giappone e infine Germania. Un bel primato che l'Anfao intende sottolineare in questa sessione d'apertura del Mido 2015 dando spazio a nuovi designer e realizzando per loro un workshop, come ha detto Giovanni Vitaloni, vicepresidente Anfao, nel pomeriggio di ieri, facendoli incontrare con i buyer del mondo. Mi piace questo "antipasto" del Mido, sembra che sappiano dove vogliono andare e cosa fare. Vorrei chiedere a Marcolin una sola cosa. Dato che l'Italia ha ancora un piccolo segno negativo (-1%) nel sell in dell'ottica contrariamente a tutti gli altri paesi europei, non conviene, oltre all'occupazione, dare una mano anche al retail tradizionale italiano che appare quello più provato dalla crisi? Mentre le catene fanno belli i conti con housebrand di occhiali poco italiani ma convenienti per la tasca del cliente attuale, potremmo trovare un "commitment" di tre anni con il retail tradizionale che tanto auspica il ritorno all'occhiale fatto bene e soprattutto in Italia, spendibile su un pubblico critico ma affezionato al bello, senza che si debba parlare per forza di nicchia? (Nicola Di Lernia)

L'ottica ai tempi di Ricco, Mangano, Gambini, Ciati...



Debutto a Mido per "Amarcord - Storie dal mondo dell'ottica e dai suoi protagonisti", il volume pubblicato in una veste molto elegante da FGE, che raccoglie quattro anni di servizi usciti su b2eyes magazine, in ricordo dei personaggi, delle aziende e delle scuole che hanno segnato un'epoca per il settore (nella foto, Giuseppe Ricco incontra Papa Giovanni Paolo II in una visita ufficiale in Vaticano del 1981: è l'apertura del primo "Amarcord", pubblicato nel gennaio 2011).

Ma sei tu, Milano?

È la domanda che sorge spontanea sfogliando "Milano vista dal cielo", volume edito da Fabiano Gruppo Editoriale che raccoglie, in 240 pagine, 180 immagini del capoluogo lombardo. Sì, perché da questa prospettiva nessuno l'aveva mai vista. Fabio Polosa, fotografo professionista, ha ripreso, infatti, dall'alto, a bordo di un elicottero, luoghi, monumenti e dettagli di Milano e ce la restituisce così, nella sua infinita bellezza: le guglie del Duomo (nella foto), i grandi spazi verdi di Parco Sempione, Piazza Cordusio di sera con il suo gioco di luci, la maestosità dell'Arco della Pace, il Pirellone al tramonto... «Per la prima volta in Italia un libro di fotografia aerea presenta numerosi scatti notturni, una novità da tempo presente in pubblicazioni internazionali», sottolinea Polosa nella presentazione dell'opera.

