

## NOTA DI SETTORE

### Il mercato dell' occhialeria in Norvegia

A cura di ICE Oslo

Giugno 2010

## 1. Quadro Macroeconomico e aspetti congiunturali del Paese

### Dati socio-economici

<b>Popolazione</b>	4,8 milioni
<b>Superficie</b>	385.155 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Oslo
<b>Citta' principali</b>	Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger
<b>Forma di governo</b>	Monarchia Costituzionale
<b>Divisa</b>	1 Corona Norvegese (NOK) = 100 oere 1 Euro = ca. 8,73 NOK (media 2009)
<b>Settori di punta</b>	petrolio, gas naturale, industria metallurgica, cantieristica navale, acquacoltura, energia idroelettrica, servizi (trasporti, finanziari, ICT)
<b>Totale importazioni</b>	427,9 miliardi di NOK (ca. € 49 miliardi)
<b>Totale esportazioni</b>	755,4 miliardi di NOK (ca. € 86,5 miliardi)

### Indicatori Macro-economici:

<b>PIL 2009</b>	2.408 miliardi di NOK (ca. € 275,8 miliardi)
<b>Crescita PIL 2009</b>	-1,5% (2009)
<b>PIL pro-capite 2009</b>	498.750 NOK (ca. € 57.130)
<b>Tasso di disoccupazione</b>	3,3%
<b>Tasso di inflazione</b>	3,8%

## 2. Premessa

La Norvegia, al secondo posto al mondo per reddito pro-capite (dopo il Lussemburgo), rappresenta una delle economie di maggior successo nel campo del benessere sociale (al primo posto negli ultimi anni secondo l'Indice di Sviluppo Umano predisposto dall'UNDP), caratterizzata da un alto livello di qualità della vita e da un ampio sistema di protezione sociale e ambientale.

La Norvegia, anche attraverso la sua adesione all'OMC ed allo Spazio Economico Europeo (SEE), partecipa attivamente all'attuale processo di liberalizzazione dei rapporti economico-commerciali internazionali.

L'economia norvegese è fortemente orientata verso la fornitura di materie prime e prodotti semilavorati (idrocarburi, pesce fresco e lavorato, legname, minerali).

Pur essendo un mercato di esigue dimensioni, la Norvegia è comunque caratterizzata da un alto reddito annuale pro-capite e una consistente propensione al consumo. Per questo motivo può essere considerata un ottimo mercato di nicchia per prodotti italiani di media e alta qualità.

Nell'arco di appena poche decine di anni si è trasformata da economia legata alle risorse naturali in una società della conoscenza. Le aziende norvegesi lavorano per sviluppare soluzioni economicamente vantaggiose ma attente all'ambiente. Servendosi di tecnologie molto avanzate, l'imprenditoria norvegese si muove nell'ottica di aumentare la produttività industriale e migliorare l'efficienza. Tra le peculiarità del sistema economico norvegese, spiccano l'attiva presenza dello Stato in economia (azionista di maggioranza delle principali aziende nazionali nel settore energetico, bancario, manifatturiero di base e dell'allevamento ittico), l'internazionalizzazione del settore finanziario, la presenza di un fitto tessuto di piccole e medie imprese attive nei servizi e nei comparti manifatturiero e tecnologico.

Di particolare attenzione sta godendo in questi anni il Made in Italy, con i suoi principali settori: dalla **moda-persona-tempo libero** (tessile e abbigliamento, calzature, pelletteria e conceria, oreficeria e gioielleria, cosmetica, occhialeria) alla **casa arredo** (con particolare attenzione all'edilizia), all'**agro-alimentare**, all' **automazione meccanica** e alla **nautica**.

Riguardo la moda, continuano ad aumentare le importazioni della Norvegia dal resto del mondo. L'Italia nel 2008 con una quota del 5,4% è risultata il terzo esportatore di abbigliamento in Norvegia dopo Cina e Turchia, registrando un +6% rispetto all'anno precedente. Attualmente sta diminuendo la presenza di negozi indipendenti ed è quindi importante per i prodotti dell'abbigliamento Made in Italy di media e alta qualità riuscire a inserirsi nei meccanismi della GDO norvegese, che detiene il predominio sul fatturato delle vendite.

### 3. Il settore dell'occhialeria in Norvegia

Non vi è, in Norvegia, alcuna produzione industriale nel comparto dell'ottica. L'intero fabbisogno locale, pertanto, viene soddisfatto dall'import. Le importazioni totali nel 2009 (rientranti nelle voci doganali 90.01, 90.03 e 90.04) hanno avuto un valore di ca. NOK 945 milioni, pari a ca. 108 milioni di euro, una riduzione del 2,3 % rispetto al 2008.

#### 3.1 Importazioni norvegesi totali in valore e volume per categoria merceologica anno 2009 ( HS 90.01.40. / 90.01.50 ; 90.03.11 / 90.03.19 ; 90.04.10 / 90.04.90 )

	Valore (mill. NOK)	Sviluppo 2008-2009	Quantità .000	Sviluppo 2008-2009
Lenti e occhiali pronti	289	2,4%	4995	-0,6 %
Montature	116	-7,2 %	602	2,2%
Parti per montature	18	-37,9%	16	-30,4 %
Occhiali da sole	124	1%	3243	-0,3 %

Come si può osservare nella tabella le uniche due categorie merceologiche in grado di registrare performance soddisfacenti in termini di valore delle importazioni sono le "lenti e occhiali pronti" e gli occhiali da sole, che riportano rispettivamente un tasso di crescita rispetto al 2008 del 2,4% e dell'1%. Da sottolineare il trend decisamente negativo, sia in termini di valore sia in termini di volume, della categoria merceologica "parti per montature ( variazione negativa di oltre il 30%).

<b>Importazioni dall'Italia settore occhialeria 2008-2009</b>					
<b>Valore in .000 NOK</b>					
	<b>2008</b>		<b>2009</b>		
	<b>Valore</b>	<b>Quota di mercato</b>	<b>Valore</b>	<b>Svil.</b>	<b>Quota di mercato</b>
<b>Lenti e occhiali pronti</b>	3.400	1,2%	3.482	+2,4%	1,2%
HS 90.01.40					
HS 90.01.50					
HS 90.04.90					
<b>Montature</b>	36.284	29,3%	24.738	-31,8%	21,3%
HS 90.03.11					
HS 90.03.19					
<b>Parti per montature (kg)</b>	5.105	17,6%	3.255	-36,2%	18%
HS 90.03.90					
<b>Occhiali da sole</b>	41.212	32,4%	40.381	-2%	32,3%
HS 90.04.10					

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=7,87 NOK)

<b>Importazioni dall'Italia settore occhialeria 2008-2009</b>					
<b>Quantità (n.di pezzi)</b>					
	<b>2008</b>		<b>2009</b>		
	<b>Quantità</b>	<b>Quota di mercato</b>	<b>Quantità</b>	<b>Svil.</b>	<b>Quota di mercato</b>
<b>Lenti e occhiali pronti</b>	49.831	0,99%	66.003	+32,5%	1,3%
HS 90.01.40					
HS 90.01.50					
HS 90.04.90					
<b>Montature</b>	121.439	20,7%	81.723	-32,7%	13,6%
HS 90.03.11					
HS 90.03.19					
<b>Parti per montature (kg)</b>	4.649	20%	2.352	-49,4%	14,4%
HS 90.03.90					
<b>Occhiali da sole</b>	167.680	5,1%	188.299	+12,3%	5,8%
HS 90.04.10					

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=8,73 NOK)

L'analisi delle tabelle precedenti mostra che il prodotto italiano è presente, soprattutto, nel comparto delle *montature e relative parti* e in quello degli *occhiali da sole*.

Esaminando i tassi di crescita rispetto al 2008 la situazione è notevolmente peggiorata per ciò che riguarda le montature e relative parti : non solo si ravvisa un notevole decremento delle importazioni in termini di valore ( oltre il 30% ) ma anche in termini di volume ( anche qui

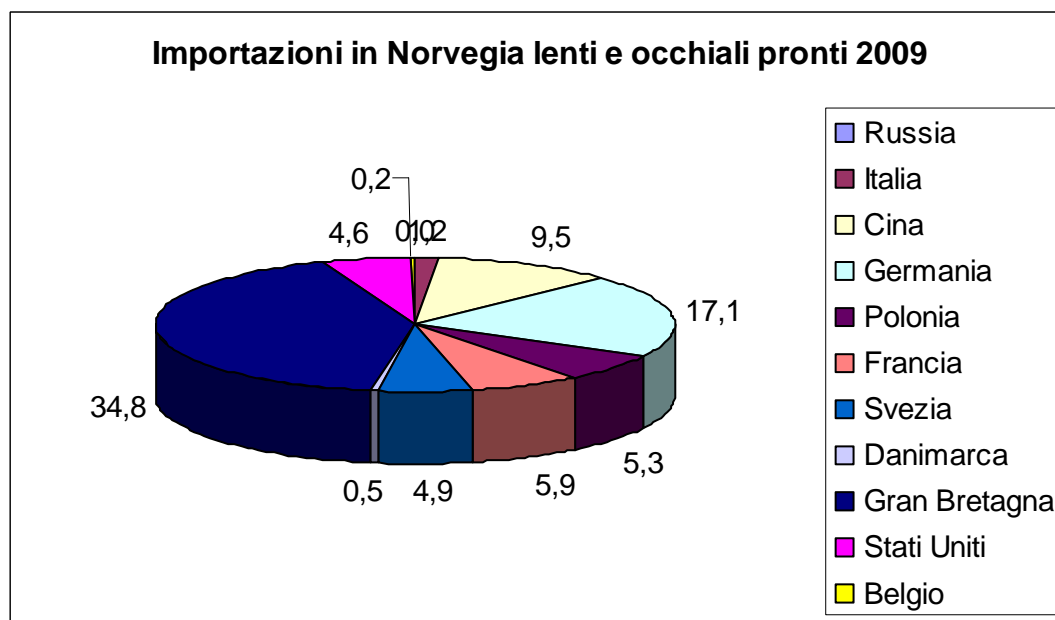
variazioni negative superiori al 30% ). Per quanto riguarda gli occhiali da sole le importazioni italiane reggono ancora bene registrando una modesta variazione negativa in termini di valore ( -2%) ma una notevole crescita dei volumi importati ( +12% ).

Le importazioni italiane possono essere giudicate in maniera estremamente soddisfacente anche per quel che riguarda il comparto delle lenti e degli occhiali pronti ( variazioni positive sia in valore che in volume rispettivamente del 2,4% e del 32,5% ). La quota di mercato italiana per tale categoria merceologica è ancora modesta, ma i dati statistici mostrano che l'Italia in futuro potrebbe dispiegare efficacemente il suo potenziale anche in tale comparto.

### 3.2 Confronto importazioni in valore tra diversi paesi per differenti categorie merceologiche

<b>IMPORTAZIONI DI LENTI E OCCHIALI PRONTI IN NORVEGIA</b>				
valore in corone NOK				
	<b>2008</b>		<b>2009</b>	
<b>PAESI</b>	<b>Valore</b>	<b>Incid.</b>	<b>Valore</b>	<b>Incid.</b>
Totale	282003228	100%	288892482	100%
Russia	3772	0,0	0	0,0
<b>Italia</b>	<b>3339736</b>	<b>1,2</b>	<b>3481913</b>	<b>1,2</b>
Cina	21001669	7,4	27362526	9,5
Germania	55158183	19,6	49472983	17,1
Polonia	15171814	5,4	15300043	5,3
Francia	15461913	5,5	16974568	5,9
Svezia	10126534	3,6	14025779	4,9
Danimarca	2474415	0,9	1521388	0,5
Gran Bretagna	95026159	33,7	100400612	34,8
Stati Uniti	13385803	4,7	13402736	4,6
Belgio	1286999	0,5	589858	0,2

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=7,87 NOK)



Per quanto riguarda le **lenti e occhiali pronti**, come si evince dalla tabella e dal grafico, la Gran Bretagna detiene la principale quota di mercato. In seconda e terza posizione si collocano rispettivamente la Germania e la Cina. L'Italia, come già sottolineato in precedenza, detiene una quota di mercato minoritaria in tale comparto ma le prospettive di crescita sono confortanti.

La Francia, la Svezia e la Polonia detengono quote di mercato significative, circa il 5%. Mentre le importazioni polacche nel 2009 hanno registrato una lieve flessione, quelle francesi hanno riportato una leggera crescita (dal 5,5 al 5,9 %). Notevole la crescita delle importazioni svedesi che passano dal 3,6 del 2008 al quasi 5% del 2009.

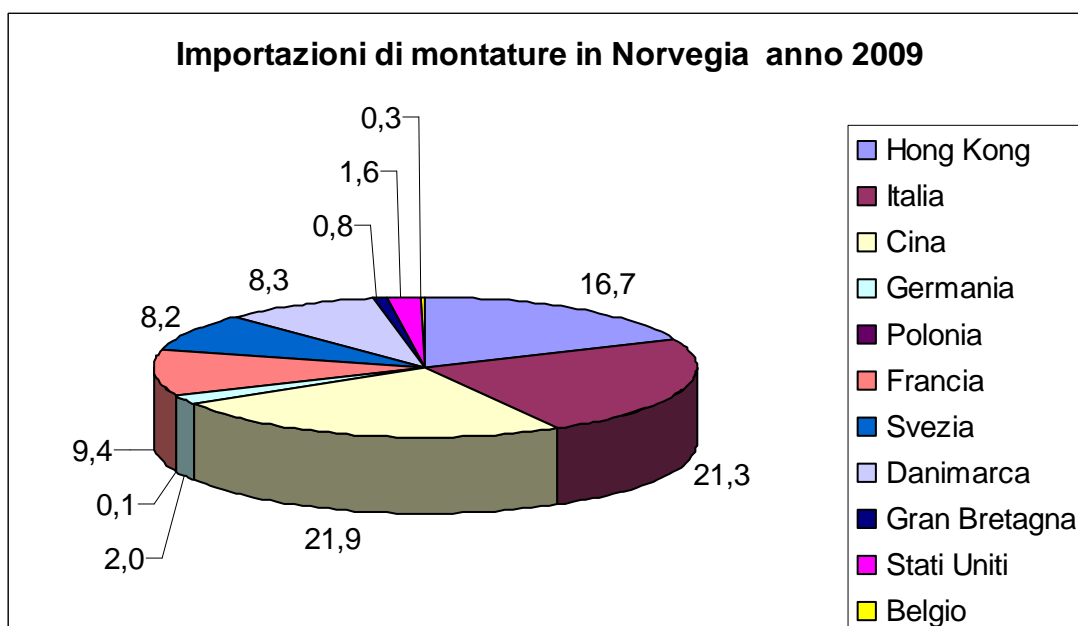
Nella tabella non sono riportati i dati relativi alle importazioni di Hong Kong che comunque detiene una quota di mercato significativa. Nel 2008 il valore delle importazioni è stato circa pari a 1380173 corone norvegesi mentre nel 2009 si è registrata una sensibile flessione raggiungendo un valore pari a 858678 corone.



## IMPORTAZIONI DI MONTATURE IN NORVEGIA

valore in corone NOK				
	2008		2009	
PAESI	Valore	Incid.	Valore	Incid.
Totale	125657458	100%	116093581	100%
Hong Kong	14695814	11,7	19389000	16,7
<b>Italia</b>	<b>36283605</b>	<b>28,9</b>	<b>24737970</b>	<b>21,3</b>
Cina	22617602	18,0	25437209	21,9
Germania	2591564	2,1	2279939	2,0
Polonia	10812	0,0	98891	0,1
Francia	7775512	6,2	10914545	9,4
Svezia	11775828	9,4	9470842	8,2
Danimarca	10227524	8,1	9680670	8,3
Gran Bretagna	1198446	1,0	898210	0,8
Stati Uniti	2830493	2,3	1866791	1,6
Belgio	292248	0,2	335812	0,3

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=7,87 NOK)



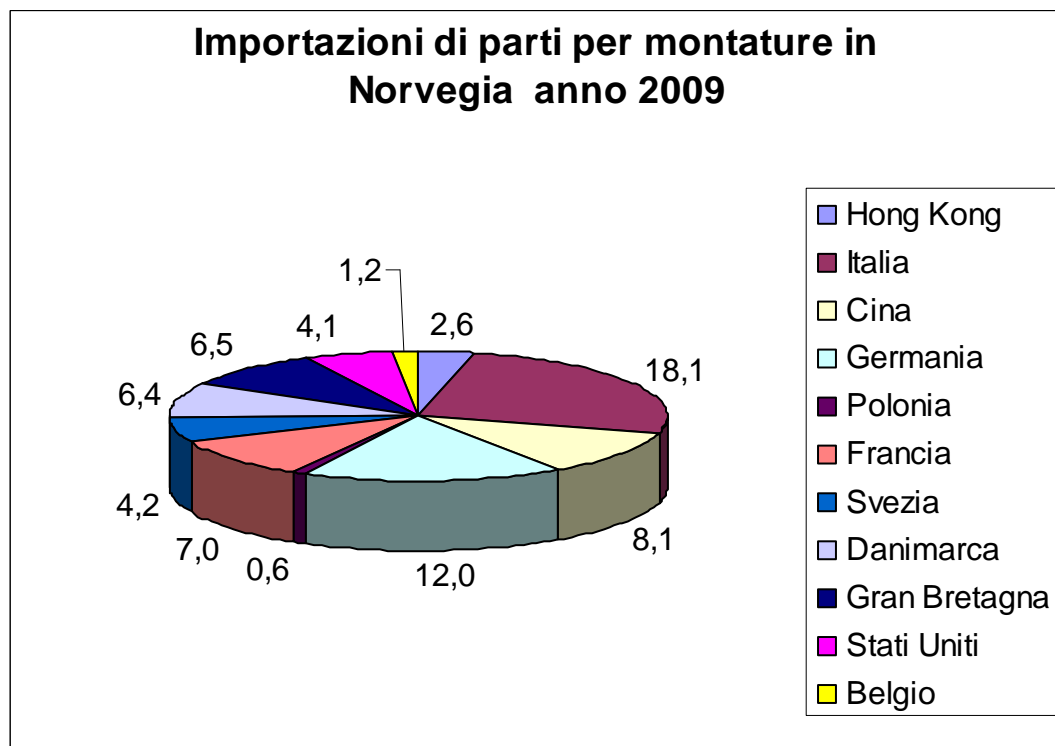
Per quanto riguarda le **montature** nel 2008 l'Italia deteneva la principale quota di mercato, ossia il 28,9%. Nell'arco di 12 mesi le nostre importazioni hanno dovuto subire la straordinaria crescita delle importazioni cinesi che nel 2009 raggiungono una quota di mercato pari al 21,9% , superando così l'Italia ( 21,3%).

Particolarmente significativa è anche la crescita di Hong Kong, la cui quota di mercato passa dall' 11,7% al 16,7 % ( crescita di circa il 45%). Da segnalare anche l'aumento in valore delle esportazioni francesi , la cui quota di mercato passa dal 6,2 al 9,4 % ( variazione incrementativa di oltre il 50% ).

In questo comparto la Gran Bretagna detiene una quota di mercato minoritaria : nel 2009 non supera nemmeno l' 1%.

<b>IMPORTAZIONI DI PARTI PER MONTATURE 2009</b>				
valore in corone NOK				
	<b>2008</b>		<b>2009</b>	
<b>PAESI</b>	<b>Valore</b>	<b>Incid.</b>	<b>Valore</b>	<b>Incid.</b>
Totale	29321328	100%	18005181	100%
Hong Kong	738819	2,5	468339	2,6
<b>Italia</b>	<b>5104860</b>	<b>17,4</b>	<b>3255472</b>	<b>18,1</b>
Cina	6400535	21,8	1451271	8,1
Germania	3032756	10,3	2164676	12,0
Polonia	333678	1,1	108686	0,6
Francia	2061336	7,0	1262982	7,0
Svezia	2277246	7,8	763177	4,2
Danimarca	2053068	7,0	1153036	6,4
Gran Bretagna	1173177	4,0	1163357	6,5
Stati Uniti	882565	3,0	734631	4,1
Belgio	7166	0,0	216901	1,2

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=7,87 NOK)



Per quanto riguarda il comparto delle **parti per montature** l'Italia detiene la maggior quota di mercato con il 18,1%. La Germania e la Cina ricoprono rispettivamente la seconda e la terza posizione.

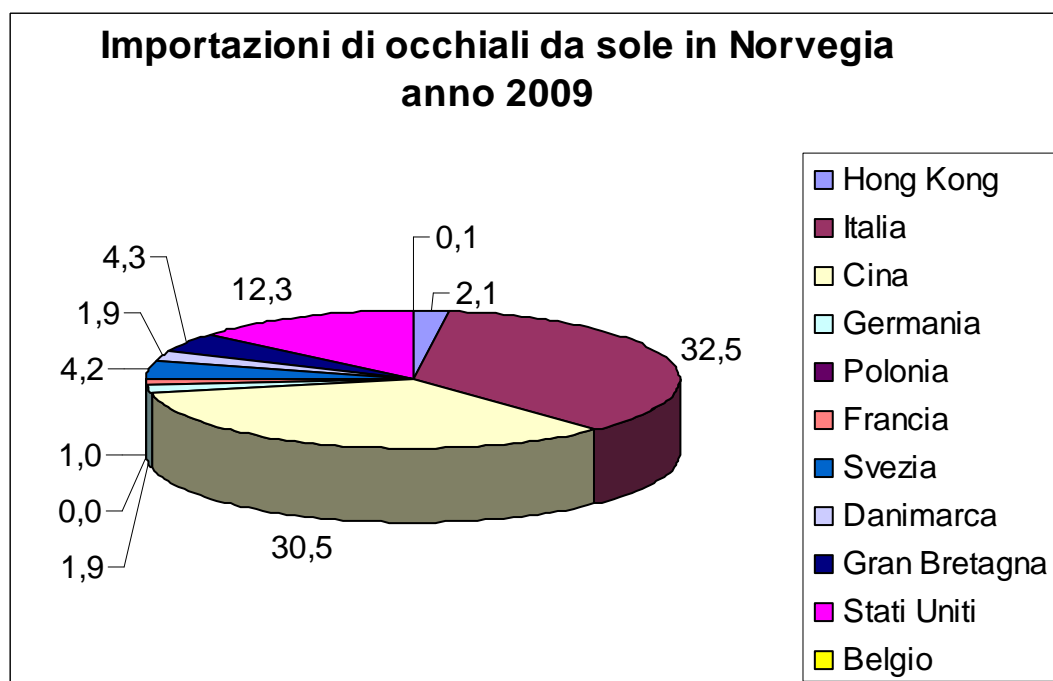
Come è stato sottolineato in precedenza si tratta del comparto che ha risentito maggiormente del calo generale delle importazioni norvegesi nel settore. Una simile tendenza è in parte spiegabile anche alla luce del brusco calo di valore delle importazioni cinesi ( da circa 6 milioni di corone norvegesi a circa 1,5 milioni ). La quota di mercato cinese si è infatti drasticamente ridotta passando dal 21,8 % del 2008 all' 8,1% del 2009 ( variazione decrementativa di circa il 62% ) .



## IMPORTAZIONI DI OCCHIALI DA SOLE IN NORVEGIA 2009

valore in corone NOK	2008		2009	
PAESI	Valore	Incid.	Valore	Incid.
Totale	123686118	100%	124435189	100%
Hong Kong	1679950	1,4	2601170	2,1
<b>Italia</b>	<b>41170933</b>	<b>33,3</b>	<b>40381227</b>	<b>32,5</b>
Cina	38313176	31,0	38012619	30,5
Germania	1937613	1,6	2351985	1,9
Polonia	52531	0,0	7388	0,0
Francia	2283932	1,8	1293743	1,0
Svezia	3740612	3,0	5237027	4,2
Danimarca	2604997	2,1	2328996	1,9
Gran Bretagna	4988818	4,0	5310067	4,3
Stati Uniti	12531616	10,1	15359533	12,3
Belgio	12806	0,0	116089	0,1

Fonte: Elaborazione ICE su dati dell'Istituto norvegese di statistica (1 euro=7,87 NOK)

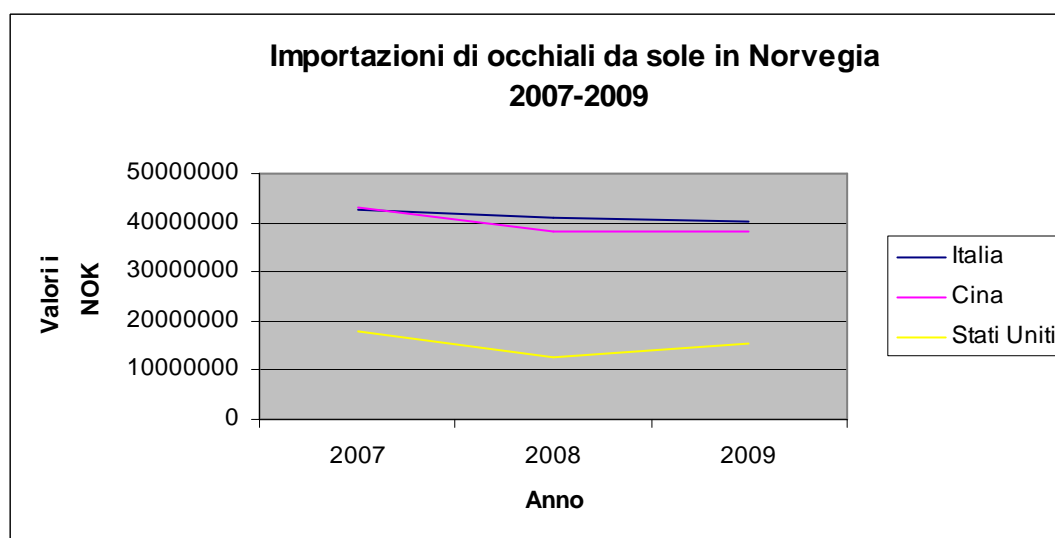


Nel comparto degli **occhiali da sole**, lo stile e la qualità del prodotto italiano consentono ancora

al nostro paese di detenere la prima quota di mercato in Norvegia, circa il 32,5%. La Cina si colloca al secondo posto, con il 30,5%, seguita dagli Stati Uniti con il 12,3%. Si tratta dunque di un mercato piuttosto concentrato, in cui il 75% delle importazioni norvegesi è in mano a tre paesi.

Come mostra la tabella sia le importazioni italiane sia quelle cinesi hanno subito una perdita di valore rispetto al 2008, anche se di modesta entità. La quota di mercato italiana si riduce rispetto al 2008 del 2,4%, mentre quella cinese dell'1,6%.

La Gran Bretagna registra un trend positivo per l'anno 2009 e riesce così ad aumentare marginalmente il valore delle sue esportazioni in Norvegia ( crescita della quota di mercato del 7,5 % ). Sorprendente è anche la crescita della Svezia che riesce nel 2009 ad aumentare la propria quota di mercato di circa il 40%, passando dal 3% al 4,2%.



Nell'arco del triennio 2007-2009, l'Italia non solo ha saputo difendersi dalla concorrenza cinese ma è riuscita anche a registrare una performance costantemente superiore alla Cina a partire dai primi mesi del 2007.

Il valore delle importazioni italiane, al contrario di quelle cinesi e statunitensi, è sostanzialmente rimasto immutato anche nell'anno di maggior crisi, ossia il 2008 ( calo di appena un milione di corone rispetto alla riduzione di valore delle importazioni cinesi e statunitensi rispettivamente di 5 e 6 milioni di corone circa).

## 4. Sistema distributivo

I produttori esteri di occhiali operano sul mercato norvegese tramite:

- **rappresentanti/grossisti locali**
- **affiliate in Norvegia**
- **affiliate situate nei paesi limitrofi**

I *grossisti e rappresentanti* norvegesi di occhialeria sono circa una decina. Operano generalmente in rappresentanza di vari produttori esteri, richiedendone l'esclusiva.

Alcuni grossisti offrono anche "Private labels", generalmente prodotti in Asia, in parte avvalendosi di designers locali (principalmente la ditta PAUS-JENSSEN OPTIKK, FLO AS e TREND OPTIKK).

I produttori di montature per occhiali che operano in Norvegia tramite proprie affiliate locali sono LUXOTTICA, SILHOUETTE, SKAGA e RODENSTOCK.

La SAFILO, invece, ha scelto di operare tramite l'affiliate svedese, mantenendo tuttavia uno staff di commessi viaggiatori residenti in Norvegia.

Anche nel comparto dell'ottica, il sistema distributivo norvegese è caratterizzato dal ruolo sempre crescente delle catene. Infatti, le catene detengono una quota di mercato di almeno il 70 per cento del totale. Tali catene sono:

- **BRILLELAND** – la catena si è fusa con la catena Interoptik nella società Synoptik Norge nel 2007. Le due catene sono ancora indipendenti con un proprio profilo, ma alcune funzioni sono state centralizzate alla sede di Sandvika, appena fuori Oslo. Sia Interoptik che Brilleland fanno parte del gruppo Pearle Europe. La catena ha circa 57 punti vendita, di dimensioni medio-grandi, spesso operanti all'interno di centri commerciali, con punta di forza nella zona di Oslo. Ci si rivolge ad un target di clienti medio/alto.
- **C-OPTIKK** – catena volontaria di circa 119 negozi. Fa parte di Nordic Optical Alliance, che comprende ca. 500 negozi nei paesi nordici. I negozi che fanno capo alla catena

hanno tenuto il proprio nome e il nome della catena è secondaria. La catena è soprattutto una collaborazione per quanto riguarda l'amministrazione, marketing e acquisti.

**KROGH OPTIKK** – tradizionalmente ha operato esclusivamente nella zona di Oslo e dintorni, ma negli ultimi anni ha acquistato alcuni negozi anche fuori dalla capitale (p.es. a Bergen, Trondheim e nella regione di Vestfold). La catena ha attualmente circa 16 punti vendita. Il profilo è medio-alto con particolare attenzione agli occhiali da sole di alta moda, senza trattare "private labels". Gli acquisti avvengono prevalentemente tramite gli importatori-grossisti locali o tramite agenti in Svezia che hanno l'esclusiva per alcuni marchi di alta moda.

**INTEROPTIK** – fa parte di Synoptik Norge insieme a Brilleland. Catena volontaria con circa 75 punti vendita (profilo moda, accento sulla competenza professionale). Dal 2006 fa parte del gruppo Pearle Europe.

**SPECSAVERS** – Catena internazionale di franchising con ca. 51 negozi in Norvegia. Il primo negozio in Norvegia è stato aperto nel 2005. Si rivolge ad una clientela con una capacità di spesa media che presta particolare attenzione al prezzo. Offre soprattutto montature per occhiali "private labels", e pochi occhiali di alta moda. L'ufficio acquisti per tutta la catena è ubicato in Inghilterra (Guernsey).

**SYNSAM** – Catena volontaria con ca. 74 negozi in Norvegia. Punti vendita anche in Danimarca e in Svezia. Gli acquisti vengono effettuati dall'ufficio di Copenaghen, Danimarca. L'ufficio acquisti provvede (in base alle raccomandazioni di un'apposita commissione composta da rappresentanti dei tre paesi suddetti) agli acquisti di un assortimento base comune a tutti i punti di vendita SYNSAM.

Nel 2007 è stata, inoltre, fondata la catena volontaria **Alliance Optikk** che attualmente ha ca. 57 punti vendita. I negozi che fanno capo alla catena hanno, come i negozi della catena C-optikk, tenuto il proprio nome e non sono profilati con il nome della catena. La catena è soprattutto una collaborazione per quanto riguarda l'amministrazione,

marketing e acquisti.

## 5. Dazi Doganali

La Norvegia fa parte del mercato unico dell'Unione Europea attraverso l'accordo sullo Spazio Economico Europeo (SEE), entrato in vigore nel 1994. Tale accordo comporta che la normativa UE per il mercato unico vale anche in Norvegia e consente il libero movimento di merci, servizi, capitali e persone. Gli scambi delle merci industriali – incluse quelle del comparto ottica – avvengono pertanto in regime di esenzione doganale. Grava unicamente l'IVA locale del 25%.

Dogana Norvegia:

*Toll- og avgiftsdirektoratet*

Schweigaards gate 15

Postboks 8122 Dep.

0032 OSLO

Telefonnr.: 22 86 03 00E-post: [tad@toll.no](mailto:tad@toll.no)



## 6. Associazioni di categoria

### Norges Optikerforbund

Øvre Slottsgate 18/20

0157 OSLO

Tel: +47 2335 5450

Fax: +47 2335 5440

Sito web: [www.optikerne.no](http://www.optikerne.no)

E-mail: [synsinfo@optikerforbund.no](mailto:synsinfo@optikerforbund.no)

Tale associazione raggruppa il 90% degli ottici in Norvegia.

### Norske optikerleverandørers forening

Postboks 2990 Solli

0230 OSLO

Tel: + 47 22541700

Tale associazione raggruppa la maggior parte degli importatori e grossisti del comparto dell'ottica.

## 7. Testate specializzate nel settore e manifestazioni fieristiche

### **Testata:**

#### **Optikeren**

Øvre Slottsgate 18/20

0157 OSLO

Tel: + 47 23 35 54 50

Fax: + 4723 35 54 40

E-mail: [synsinfo@optikerforbund.no](mailto:synsinfo@optikerforbund.no)

Web: [www.optikerne.no](http://www.optikerne.no)

Non vi è, in Norvegia, alcuna manifestazione fieristica dedicata all'ottica. Gli operatori sono soliti visitare le fiere specializzate di Milano e Parigi, oltre a quella di New York.

# ITALIA

Istituto nazionale per il Commercio Estero di Oslo

