

HONG KONG:
IL MERCATO DELL'OCCHIALERIA

Aprile 2017

INDICE	Pag.
1. Panoramica del settore occhialeria a Hong Kong	3
1.1 I valori di interscambio con l'estero	3
1.2 L'industria di Hong Kong	3
1.3 Canali di vendita	4
1.4 Trend stilistici dei prodotti	4
2. Accesso al mercato	6
2.1 Regolamenti e requisiti tecnici	6
2.2 Accordo CEPA	6
2.3. Prassi commerciale	6
3 Strategie di mercato	6
3.1 Analisi del Prezzo	6
3.2 Promozione	6
3.3 Distribuzione	7
4 Il commercio con l'estero	7
4.1 Cifre del settore e prodotti principali	8
4.1.1 Importazioni di montature per occhiali	10
4.1.2 Importazioni di occhiali sportivi, correttivi, protettivi, da sole, ecc	11
4.1.3 Importazioni di occhiali da sole	12
4.1.4 Importazioni di lenti correttive in vetro e altri materiali	13
4.1.5 Importazioni di lenti a contatto	15
4.1.6 Esportazioni e ri-esportazioni di Hong Kong	16
5 Posizionamento dei prodotti italiani	17
6 Suggerimenti per le aziende italiane	19
7 Consigli e indirizzi utili	21

1. Panoramica del settore occhialeria a Hong Kong

1.1 I valori di interscambio con l'estero

Hong Kong e' uno dei maggiori player internazionali nel settore dell'occhialeria risultando infatti al terzo posto nella classifica mondiale dei paesi esportatori di occhiali e montature dopo l'Italia e gli Stati Uniti, per un valore complessivo che nel 2016 ha raggiunto i 2,6 miliardi di dollari USA, in aumento di circa il 44% rispetto al 2016: i principali mercati di sbocco delle esportazioni di Hong Kong sono gli Stati Uniti, l'Italia e la Cina, seguiti da Australia, Germania e Francia.

Le importazioni di Hong Kong nell'intero comparto sono aumentate nel 2016 del 71,5%, per un valore di circa 2 miliardi di Dollari USA . I principali paesi fornitori sono la Cina, seguita dall'Italia e dagli Stati Uniti.

Il ruolo di di Hong Kong quale hub commerciale nel settore e' testimoniato anche dalla qualificata e crescente partecipazione degli operatori di tutto il mondo alla OPTICAL FAIR, tra i piu' importanti appuntamenti fieristici mondiali: nel 2016, alla sua 24^a edizione, ha ospitato 785 espositori e 15.082 buyer.

Interscambio con l'estero - Settore Occhialeria (HS900130-140-150, 9003 e 9004)

	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Variazione %
	2014	2015	2016	
Importazioni	1144.18	1152.76	1977.12	-16/15- 71.51
Totale esportazioni	1870.11	1833.38	2636.70	43.81
Ri-esportazioni	1732.22	1779.92	2632.56	47.90

Fonte: *Hong Kong Census and Statistics Department; elab.ne World Trade Atlas*

1.2 L'industria di Hong Kong

L'industria locale, specializzata nella produzione di montature di media-alta gamma di mercato, si caratterizza per flessibilita' e capacita' di adattamento ai mutevoli e frequenti cambiamenti dei trend stilistici, riuscendo a soddisfare anche piccoli ordinativi, pur offrendo un'ampio ventaglio di scelte: dalle tradizionali montature di plastica, anche fatte a mano, a occhiali in nylon senza montatura, a quelle metalliche in oro laminato, in lega di alluminio, ottone , acciaio, argento e titanio.

Per mantenersi negli strati piu' elevati del mercato, fronteggiare la competizione sempre piu' agguerrita dei produttori della *Mainland*, di Wenzhou soprattutto, e continuare a giocare un ruolo di primo piano nel mercato mondiale e punto di riferimento per i brands internazionali degli occhiali, l'industria locale ha da tempo puntato su diverse direttrici strategiche:

- delocalizzazione produttiva** nella vicina provincia cinese del Guangdong (Shenzhen e Dongguan), che consente una riduzione dei costi di produzione e manodopera, con il mantenimento a Hong Kong delle attivita' a maggior valore aggiunto come il marketing, il controllo qualita' e la gestione manageriale e dei marchi (per la aziende che commercializzano con brand propri).

- b) **incremento degli investimenti in tecnologia** con l'acquisto di macchinari sempre piu' efficienti e precisi (macchine a controllo numerico), e con l'utilizzo di software specifici per il design (tecnologia CAD/CAM).
- c) **innovazione tecnologica costante** con particolare riferimento alla qualita' dei processi produttivi e al desing: molte grandi imprese di Hong Kong hanno ottenuto la certificazione ISO e/o il premio 'Q-Mark", che viene assegnato alle aziende di Hong Kong dalla Federazione degli Industriali locale. Tra l'altro, per promuovere l'innovazione dell'*eyewear design*, a Hong Kong si svolge annualmente un concorso specifico per giovani designer del settore ottica (vedi sito <http://m.hktdc.com/fair/hkopticalfair-en/s/10441-Other/HKTDC-Hong-Kong-Optical-Fair/The18thHongKongEyewearDesignCompetition.html>)

L'industria locale beneficia inoltre di un indotto efficiente che fornisce attrezzature e materiali di base per la produzione (stampi e cellulosa acetata), cerniere, ponticelli, ecc.

Le scelte strategiche stanno finora dando ragione all'industria di Hong Kong che da un lato, riesce a tenere a distanza i competitors cinesi che offrono prodotti destinati alla fascia piu' bassa del mercato, e dall'altro rimane partner produttivo privilegiato di imprese e brands internazionali, compresi quelli italiani che preferiscono mantenere i propri subfornitori a Hong Kong per la loro qualita' e affidabilita'.

1.3 Canali di vendita

Le catene di negozi specializzati e singoli retailers rappresentano i maggiori canali di vendita al dettaglio; si sta tuttavia consolidando un nuovo format commerciale in cui le imprese locali non solo producono per conto di brands internazionali ma, dietro concessione di licenza, offrono loro anche una rete di punti vendita per la commercializzazione a Hong Kong ma anche nei mercati del sud-est asiatico. L'italiana SAFILO, ad esempio, ha acquisito quote di una delle piu' grandi industrie del settore di Hong Kong, ELEGANCE, quotata in borsa.

1.2 Trend stilistici dei prodotti

I materiali

La leggerezza dei materiali, la resistenza e la durata garantita da metallo e plastica, l'innovazione nell'utilizzo dei materiali stessi sono le caratteristiche preferite dai consumatori. Il titanio e' il metallo leggero piu' utilizzato ma, come ad esempio nel comparto degli occhiali per lo sport, stanno emergendo le produzioni in leghe di magnesio e fibra di carbonio: il magnesio da un lato e' un materiale che pesa la meta' del titanio ed ha caratteristiche ipoallergeniche superiori, mentre il carbonio permette di costruire materiali plastici molto resistenti. Infine, sono molto richiesti anche materiali particolarmente elastici e combinazioni di metallo e legno.

Trend stilistici

Escludendo gli occhiali utilizzati a scopo terapeutico, oggi tali oggetti sono assimilati a *status symbol* e indossati come accessorio moda e ciò spiega il motivo per cui sono preferiti alle lenti a contatto ma anche il perché brand famosi della moda firmino collezioni di occhiali. Il gruppo Luxottica, ad esempio, produce e distribuisce occhiali a marchio Chanel, Burberry, D&G, ecc.

Le montature: sulle aste e perfino sulle cerniere vengono apposti grandi logo dei brand; le aste sono sempre più basse mentre le cerniere più ampiamente utilizzate sono quelle a molla che permettono alle aste di flettersi. La parte superiore dei calibri così come le aste stanno diventando spazi utilizzabili per aggiungere “stile” e valore all’occhiale, con l’inserimento di cristalli, pietre colorate o diamanti. Le forme più apprezzate sono quelle con rettangoli stretti, oppure di tipo sportivo con grandi e avvolgenti montature

Le lenti: Negli ultimi anni, le persone tendono a spendere di più per le lenti (che costano in media più del 50% del prezzo degli occhiali) che sulle montature. Si sta consolidando inoltre il fenomeno che vede il consumatore che preferisce tenere le sue montature piuttosto che acquistarne di nuove ma propenso allo stesso tempo ad acquistare lenti che abbiano funzioni “speciali”, come ad esempio anti-riflesso, anti-graffio, bifocali o lenti che consentono la guida delle autovetture anche a persone con gravi problemi visivi.

Occhiali sportivi: l’utilizzo di policarbonato e materiali acrilici ha permesso la forte ascesa della domanda di occhiali sportivi. Con il supporto delle innovazioni tecnologiche, è possibile oggi produrre occhiali superleggeri e robusti allo stesso tempo, particolarmente adatti per le discipline sportive.

Occhiali da sole: è il comparto dell’occhialeria che ha fatto registrare la crescita più rapida, soprattutto in Italia, Spagna e Cina. Le ragioni dell’incremento delle vendite possono essere attribuite sia a considerazioni legate alla salute (la difesa dai raggi del sole più dannosi, il global warming...) sia al fatto che gli occhiali da sole vengono pubblicizzati molto frequentemente da divi dello spettacolo e che, per tanti versi, sono più utilizzati come vero e proprio accessorio moda.

2 Accesso al mercato

2.1 Regolamenti e requisiti tecnici

Essendo Hong Kong un porto franco, anche i prodotti ottici sono esenti da dazi e tasse di importazione così come non è necessaria alcuna documentazione tecnica di accompagnamento dei prodotti importati.

2.2 Accordo CEPA

Dal 1° gennaio 2006, tutti i beni prodotti a Hong Kong o che abbiano subito una trasformazione pari al 30% del loro processo produttivo ad Hong Kong, possono essere esportati in Cina a “tariffa zero” in virtù dell’entrata in vigore della terza fase del *Closer Economic Partnership Arrangement* tra Hong Kong e la Cina continentale (CEPA III).

2.3 Prassi commerciale

I distributori locali solitamente ricercano direttamente nuovi prodotti da immettere sul mercato, approvvigionandosi dai produttori ed utilizzando i loro cataloghi più aggiornati e/o richiedendo l’invio di campioni ad Hong Kong. L’utilizzo dei campioni risulta fondamentale in quanto consente ai distributori di valutare la qualità dei prodotti e consente loro di presentarli ai clienti in modo concreto ed efficace.

Le lettere di credito (LC) sono il metodo di pagamento più utilizzato tra compratori e produttori. I termini di pagamento variano da contratto a contratto.

3 Strategie di mercato

3.1 Analisi del Prezzo

Il prezzo per un paio di occhiali in Hong Kong può variare da pochi dollari USA a qualche centinaio. I consumatori più giovani, non avendo a disposizione grosse somme, indirizzano le loro scelte verso prodotti in plastica dal design semplice. In genere, un paio di occhiali da sole non griffato può avere un costo che oscilla tra i 200 e i 900 HK\$ (da 25 a 110 euro circa).

Altri consumatori, dotati di una maggiore disponibilità economica, possono scegliere tra una vasta gamma di prodotti di qualità che può raggiungere o superare anche i 3.000 HK\$ (370 euro circa), come quelli con montature in materiali costosi, quali il titanio e la lega nickel-titanio.

3.2 Promozione

La forma di promozione più comunemente utilizzata a Hong Kong da produttori e distributori di occhiali è senz’altro rappresentata dalla pubblicità sulle riviste e sui quotidiani locali. I grandi brand,

in particolar modo, effettuano massicce campagne pubblicitarie sulle principali riviste di moda e *lifestyle* per lanciare nuovi prodotti e tendenze.

La vendita on-line invece non è ben sviluppata a Hong Kong, in quanto i consumatori locali preferiscono comprare direttamente presso i punti vendita che a Hong Kong sono numerosissimi, capillarmente diffusi in ogni angolo della città e riforniti costantemente con le più recenti novità.

3.3 Distribuzione

La gran parte dei prodotti importati ad Hong Kong da distributori e importatori viene poi ri-esportato mentre solo una piccola quota del totale viene immessa sul mercato locale. In genere, i produttori locali, dopo aver stipulato accordi con grandi gruppi di moda esteri, sono anche autorizzati a distribuire gli occhiali prodotti sul mercato locale.

La maggior parte dei commercianti, per poter meglio soddisfare le richieste dei consumatori, privilegia la varietà dei prodotti rispetto alla quantità. Alcuni venditori, oltre ad acquistare prodotti dai distributori ufficiali, importano direttamente dai produttori esteri.

Il numero di contratti tra imprese locali e grandi gruppi di moda per la produzione di occhiali firmati è stabile. Alcune compagnie, come Moulin International, tramite un proprio network di vendita in Cina controllano direttamente la distribuzione. In altri casi, i produttori locali creano delle alleanze con compagnie estere per poter valutare nuove possibilità di ampliamento all'estero.

Lo strumento marketing più efficace per entrare in contatto con potenziali compratori è costituito dalla partecipazione a fiere ed esposizioni internazionali. I compratori esteri, soprattutto giapponesi, considerano la "Optical Fair" di Hong Kong che ha luogo ogni anno a novembre, uno degli eventi più importanti del settore. Per poter valutare nuove opportunità di mercato e creare o mantenere rapporti commerciali con compratori e produttori stranieri è fondamentale partecipare a fiere internazionali di settore tra cui: MIDO a marzo in Italia, Silmo a Parigi nel mese di ottobre e le Fiere Internazionali dell'Ottica di Tokyo e di Pechino a settembre.

4 Il commercio con l'estero

Nel 2016, le importazioni di occhialeria (HS 900130-140 -150, 9003 e 9004) hanno subito un aumento del 71,5% rispetto al 2015, per un valore complessivo di circa 2 miliardi di US\$. La Cina risulta il principale paese fornitore di prodotti ottici di Hong Kong e occupa il 61,8% del mercato. Il secondo principale paese fornitore di Hong Kong è l'Italia, le cui esportazioni hanno registrato nel 2016 un notevole incremento (+235%) per un valore complessivo di 410,7 milioni di US\$. Seguono gli Stati Uniti ed il Giappone che detengono rispettivamente il 3,5% e il 3,3% di quota di mercato.

4.1 Cifre del settore e prodotti principali

L'importazione di montature (HS 9003) e occhiali, compresi quelli da sole e per sport (HS 9004), e' nettamente maggioritaria (oltre l'80%) nell'insieme di importazioni di materiale ottico ad Hong Kong. L'importazione di montature (HS 9003) nel 2016 ha raggiunto il valore di US\$ 734 milioni, con un aumento del 95% rispetto al 2015, mentre per quanto riguarda gli occhiali (HS 9004) si è verificato un aumento nel periodo del 93,6% per un valore di US\$ 936,8 milioni.

Nel periodo considerato, il valore delle lenti correttive di materiali diversi dal vetro importate (HS 900150) e' aumentato dello 0,28% mentre quello delle lenti a contatto (HS 900130) ha subito un calo di circa il 5%; il valore delle lenti correttive di vetro importate (HS 900140) e' invece aumentato del 21%.

Importazioni di prodotti ottici (HS 900130-140-150, 9003 e 9004)

Posiz	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	1144.18	1152.76	1977.12	100	100	100	71.51
1	China	740.17	722.85	1221.60	64.69	62.71	61.79	69
2	Italy	150.20	122.75	410.76	13.13	10.65	20.78	234.62
3	United States	26.30	31.60	70.20	2.3	2.74	3.55	122.14
4	Japan	45.12	83.06	65.72	3.94	7.21	3.32	-20.87
5	Ireland	26.83	52.12	47.23	2.35	4.52	2.39	-9.38
6	Thailand	13.64	15.60	35.61	1.19	1.35	1.8	128.29
7	Germany	41.18	29.50	30.99	3.6	2.56	1.57	5.05
8	Korea, South	12.13	10.96	11.26	1.06	0.95	0.57	2.77
9	Singapore	10.45	8.62	9.67	0.91	0.75	0.49	12.14
10	Philippines	8.28	7.74	9.60	0.72	0.67	0.49	23.95

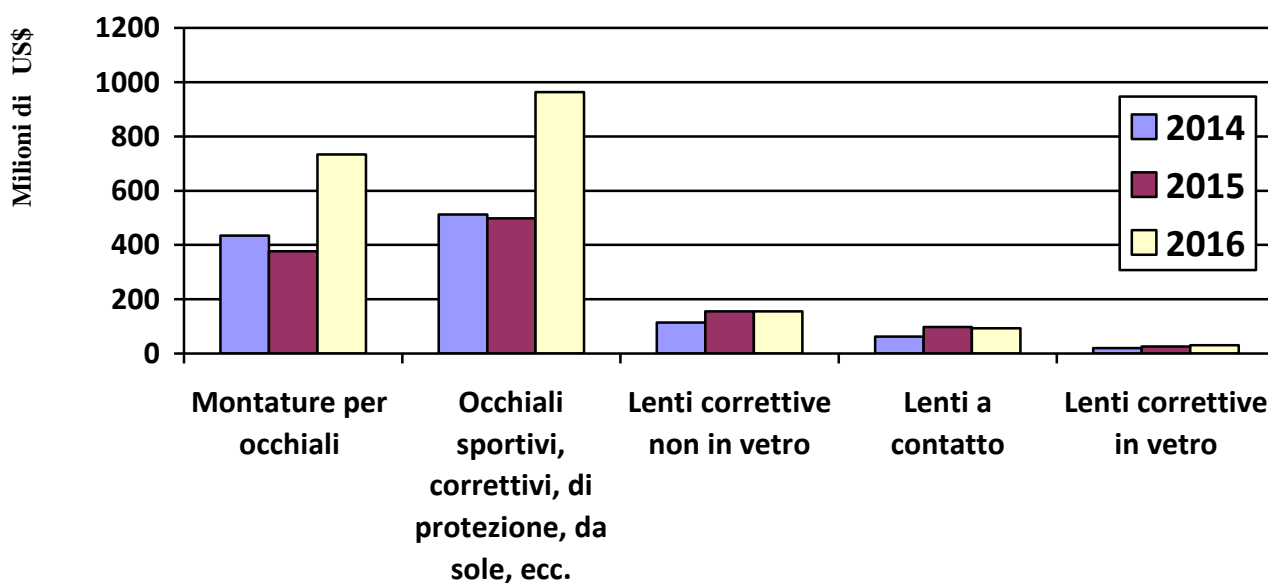
Fonte: *World Trade Atlas*

Valori di importazione delle principali tipologie di prodotto (HS900130-140-150, 9003 e 9004)

HS	Descrizione	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
	Mondo	1144.18	1152.76	1977.12	100	100	100	71.51
9003	Montature per occhiali	435.11	376.66	734.09	38.03	32.67	37.13	94.9
9004	Occhiali sportivi, correttivi, di protezione, da sole, ecc.	512.13	497.83	963.79	44.76	43.19	48.75	93.6
900150	Lenti correttive non in vetro	113.68	155.48	155.91	9.94	13.49	7.89	0.28
900130	Lenti a contatto	62.86	97.41	92.59	5.49	8.45	4.68	-4.95
900140	Lenti correttive in vetro	20.40	25.38	30.74	1.78	2.20	1.55	21.12

Fonte: *World Trade Atlas*

Le importazioni di Prodotti Ottici
HS900130-140-150, 9003 e 9004
gen-dic 2014-2016



4.1.1 Importazioni di montature per occhiali (HS 9003)

L'anno 2016 ha visto le importazioni di montature aumentare del 95%, per un valore complessivo di US\$ 734 milioni. La Cina e' stata il principale paese fornitore di Hong Kong per un valore di US\$ 580,8 milioni e una quota di mercato del 79%, seguita dall'Italia le cui esportazioni sono notevolmente aumentate del 226,7% rispetto al 2015, per un valore di US\$ 64 milioni ed una quota mercato dell' 8,7%. Il Giappone conferma il 3° posto tra i paesi fornitori di Hong Kong registrando un +21%, per un valore totale di circa 28 milioni di US\$.

Importazioni di montature per occhiali (HS 9003)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	435.11	376.66	734.09	100	100	100	94.9
1	China	326.63	279.92	580.85	75.07	74.32	79.13	107.51
2	Italy	22.65	19.61	64.06	5.21	5.21	8.73	226.72
3	Japan	22.80	23.12	27.99	5.24	6.14	3.81	21.09
4	Germany	34.34	25.06	23.91	7.89	6.65	3.26	-4.58
5	Austria	5.58	4.92	5.54	1.28	1.31	0.76	12.62
6	Bangladesh	2.32	4.26	5.11	0.53	1.13	0.7	19.77
7	Korea, South	5.83	4.81	4.77	1.34	1.28	0.65	-0.7
8	United States	3.18	2.38	3.36	0.73	0.63	0.46	41
9	Denmark	2.43	2.71	3.14	0.56	0.72	0.43	16.02
10	Singapore	1.04	2.16	2.30	0.24	0.58	0.31	6.36

Fonte: World Trade Atlas

4.1.2 Importazioni di occhiali sportivi, correttivi, di protezione, da sole, etc.

Il valore totale delle importazioni di occhiali HS 9004 e' aumentato nel 2016 del 93,6% rispetto al 2015, per un ammontare di US\$ 963,8 milioni. La Cina e' stata il principale paese fornitore, con una quota mercato del 57%. L'Italia e' stata il secondo principale fornitore, registrando – rispetto al 2015 – un vertiginoso aumento del 243,5% per un valora complessivo di US\$ 148 milioni ed una quota mercato del 343,2%. Seguono in classifica Stati Uniti, Giappone e Germania.

Importazione di occhiali sportivi, correttivi, di protezione, da sole, etc. (HS 9004)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	512.13	497.83	963.79	100	100	100	93.6
1	China	346.95	365.80	549.21	67.75	73.48	56.99	50.14
2	Italy	123.25	99.91	343.21	24.07	20.07	35.61	243.51
3	United States	4.26	4.36	40.27	0.83	0.88	4.18	824.13
4	Japan	13.24	9.00	13.81	2.58	1.81	1.43	53.42
5	Germany	2.32	2.36	2.92	0.45	0.47	0.3	23.7
6	France	10.00	5.92	2.89	1.95	1.19	0.3	-51.2
7	Taiwan	1.42	2.10	2.25	0.28	0.42	0.23	7.03
8	Korea, South	0.94	1.82	1.90	0.18	0.37	0.2	4.77
9	Oth. Africa, N.E.S.	0.00	0.00	1.32	0	0	0.14	0
10	Singapore	1.24	0.39	1.01	0.24	0.08	0.11	156.68

Fonte: *World Trade Atlas*

4.1.3 Importazioni di occhiali da sole (HS 900410)

Il 2016 segna una forte ripresa delle esportazioni italiane di occhiali da sole (+233,3%), confermandosi (subito dopo la Cina) come leader nel settore in esame con quota di mercato pari al 43,5% per un valore complessivo di 330 milioni di US\$. Le importazioni complessive di Hong Kong hanno raggiunto nel periodo in esame circa 760 milioni di US\$, in aumento del 143,7%. La Cina ha oltrepassato l'Italia nelle importazioni raggiungendo in totale 367,8 milioni di US\$, in aumento del 96% rispetto al 2015.

Importazione di Hong Kong di occhiali da sole (HS900410)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	341.91	311.60	759.30	100	100	100	143.68
1	China	189.29	187.59	367.83	55.36	60.2	48.44	96.08
2	Italy	120.62	99.04	330.09	35.28	31.79	43.47	233.29
3	United States	3.35	3.10	39.31	0.98	1	5.18	1166.71
4	Japan	7.40	7.39	11.10	2.17	2.37	1.46	50.23
5	France	8.85	4.83	2.19	2.59	1.55	0.29	-54.64
6	Korea, South	0.80	1.58	1.47	0.23	0.51	0.19	-7.08
7	Taiwan	0.77	1.36	1.25	0.23	0.44	0.16	-8.43
8	Oth. Africa, N.E.S.	0.00	0.00	0.98	0	0	0.13	0
9	Australia	0.93	0.08	0.87	0.27	0.03	0.12	1019.61
10	Germany	1.88	1.14	0.87	0.55	0.37	0.11	-23.62

Fonte: *World Trade Atlas*

4.1.4 Importazioni di lenti correttive in vetro e altri materiali

Le importazioni di Hong Kong di lenti per occhiali da vista sono aumentate del 3,2% rispetto all'anno precedente, con un valore di US\$ 186,6 milioni. I principali fornitori sono paesi Asiatici, con la Cina al primo posto, seguita da Thailandia e Giappone. L'Italia nel periodo considerato ha registrato un lieve aumento del valore delle sue esportazioni (+1,3%), con una quota mercato dell'1,64%.

Importazioni di Hong Kong di lenti correttive (HS900140-150)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	134.08	180.87	186.65	100	100	100	3.2
1	China	66.52	76.81	91.16	49.61	42.47	48.84	18.68
2	Thailand	13.51	15.48	34.80	10.08	8.56	18.64	124.81
3	Japan	8.70	50.35	23.07	6.49	27.84	12.36	-54.18
4	Philippines	7.86	7.31	8.91	5.87	4.04	4.77	21.98
5	United States	2.50	3.15	6.11	1.87	1.74	3.27	94.1
6	Mexico	5.02	4.94	4.53	3.74	2.73	2.43	-8.33
7	Indonesia	2.93	3.02	3.39	2.19	1.67	1.81	12.15
8	Italy	4.21	3.02	3.06	3.14	1.67	1.64	1.3
9	Australia	2.99	4.13	2.86	2.23	2.29	1.54	-30.67
10	Germany	1.09	1.35	1.95	0.82	0.75	1.04	44.56

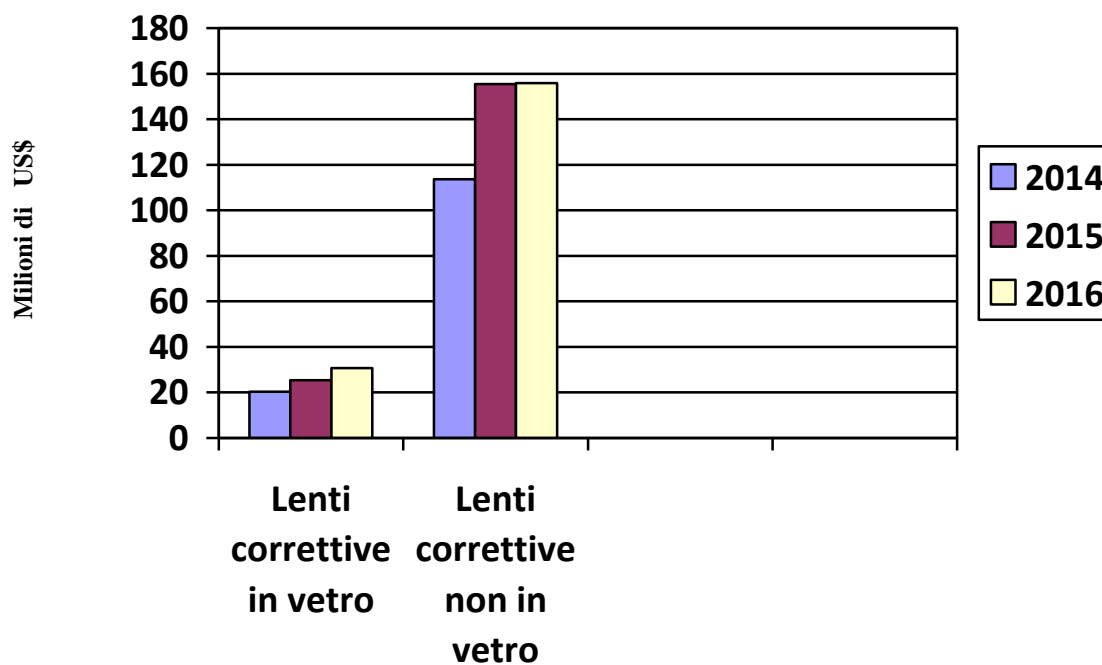
Fonte: *World Trade Atlas*

Importazioni di lenti correttive (suddivisione per tipologia materiale)

HS	Descrizione	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
	Mondo	134.08	180.86	186.65	100	100	100	3.20
900140	Lenti correttive in vetro	20.40	25.38	30.74	1.78	2.20	1.55	21.12
900150	Lenti correttive non in vetro	113.68	155.48	155.91	9.94	13.49	7.89	0.28

Fonte: *World Trade Atlas*

Importazioni di lenti correttive HS900140-150
Gennaio-dicembre 2014-2016



4.1.5 Importazioni di lenti a contatto

Il valore delle importazioni di lenti a contatto a Hong Kong e' diminuito nel 2016 del 5%. Dominano i primi posti l'Irlanda e gli Stati Uniti: insieme occupano circa il 70% del mercato. L'Italia, con valori dello 0,43 milioni di US\$, si trova in 13^a posizione fra i paesi fornitori e registra nel 2016 un aumento delle esportazioni di lenti a contatto del 102,76%.

Importazioni di Hong Kong di lenti a contatto (HS900130)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	62.86	97.41	92.59	100	100	100	-4.95
1	Ireland	26.47	51.59	45.00	42.12	52.96	48.61	-12.76
2	United States	16.37	21.71	20.45	26.04	22.29	22.09	-5.8
3	Singapore	5.10	3.87	4.74	8.11	3.98	5.12	22.43
4	United Kingdom	2.99	3.55	4.71	4.76	3.64	5.08	32.71
5	Taiwan	4.41	5.19	4.67	7.02	5.32	5.05	-9.86
6	Korea, South	1.20	2.70	3.94	1.9	2.78	4.26	45.78
7	Germany	3.43	0.73	2.21	5.45	0.75	2.39	202.05
8	Malaysia	1.11	0.59	1.98	1.77	0.61	2.13	232.24
9	Netherlands	0.02	0.45	1.82	0.03	0.46	1.97	305.41
10	Japan	0.38	0.59	0.85	0.6	0.6	0.92	45.1
11	Indonesia	0.83	5.07	0.69	1.32	5.21	0.75	-86.35
12	Canada	0.16	0.36	0.50	0.25	0.37	0.55	38.41
13	Italy	0.08	0.21	0.43	0.13	0.22	0.47	102.76
14	China	0.08	0.32	0.38	0.12	0.33	0.41	16.79
15	Turkey	0.00	0.03	0.15	0	0.03	0.16	375.13

Fonte: *World Trade Atlas*

4.1.6 Esportazioni e ri-esportazioni di Hong Kong

Le esportazioni di occhialeria di Hong Kong nel 2016 hanno registrato un incremento del 43,8% rispetto al 2015, per un valore complessivo di 2,64 miliardi di US\$. Confermando una delle caratteristiche strutturali dell'economia di Hong Kong, anche nel settore dell'occhialeria il fenomeno delle ri-esportazioni e' particolarmente accentuato: piu' del 90% delle esportazioni di prodotti per occhialeria (circa 2,63 miliardi di US\$) e' stato infatti ri-esportato verso altri paesi. Gli Stati Uniti rappresentano il principale mercato di sbocco per Hong Kong avendo importato occhiali per US\$ 618,6 milioni. L'Italia si colloca al secondo posto, con un valore importato di circa US\$ 500 milioni, in aumento del 108,4% rispetto al 2015.

Esportazioni di Hong Kong di prodotti per occhialeria (HS900130-40-50, 9003 e 9004)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	1870.11	1833.38	2636.70	100	100	100	43.82
1	United States	404.96	354.87	618.68	21.65	19.36	23.46	74.34
2	Italy	247.65	239.72	499.72	13.24	13.08	18.95	108.46
3	China	261.85	296.64	456.91	14	16.18	17.33	54.03
4	Australia	158.53	98.49	140.94	8.48	5.37	5.35	43.1
5	Germany	115.44	109.50	107.84	6.17	5.97	4.09	-1.52
6	France	118.59	109.14	91.35	6.34	5.95	3.47	-16.3
7	United Kingdom	118.41	94.10	81.43	6.33	5.13	3.09	-13.46
8	Netherlands	53.14	58.50	73.28	2.84	3.19	2.78	25.26
9	Japan	67.47	64.69	68.84	3.61	3.53	2.61	6.41
10	Thailand	20.16	37.15	63.53	1.08	2.03	2.41	71.02

Fonte: *World Trade Atlas*

Ri-esportazioni di Hong Kong di prodotti per occhialeria (HS900130-140-150, 9003 e 9004)

Posiz.	Paese	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var. - 16/15 -
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	
0	-- World --	1732.22	1779.92	2632.56	100	100	100	47.9
1	United States	404.17	354.64	618.63	23.33	19.93	23.5	74.44
2	Italy	247.65	239.72	499.72	14.3	13.47	18.98	108.46
3	China	257.44	294.19	454.50	14.86	16.53	17.27	54.49
4	Australia	36.78	49.92	140.52	2.12	2.81	5.34	181.48
5	Germany	113.90	108.41	107.14	6.58	6.09	4.07	-1.17
6	France	117.95	108.09	90.80	6.81	6.07	3.45	-16
7	United Kingdom	118.41	94.09	81.43	6.84	5.29	3.09	-13.46
8	Netherlands	53.14	58.50	73.28	3.07	3.29	2.78	25.26
9	Japan	67.47	64.69	68.84	3.9	3.63	2.62	6.41
10	Thailand	20.16	37.15	63.53	1.16	2.09	2.41	71.02

Fonte: World Trade Atlas

5 Posizionamento dei prodotti italiani

Dopo un 2015 segnato da una significativa contrazione delle esportazioni italiane di occhialeria, nel 2016 l'Italia si posiziona come secondo fornitore di Hong Kong dopo la Cina. I dati statistici mostrano una notevole ripresa delle esportazioni (+234,6%) con relativo aumento della quota di mercato che passa dal 10,65% del 2015 al 20,78% del 2016.

Gli occhiali da sole (HS 900410) costituiscono il prodotto di punta del Made in Italy nel settore, con l'Italia al secondo posto tra i paesi fornitori di Hong Kong nel periodo considerato (quota mercato del 43,47%). La Cina detiene il primo posto (quota 48,4%). Seguono, seppur con un netto distacco, Stati Uniti e Giappone.

Anche per quanto riguarda le montature (HS9003), le performance italiane nel 2016 si sono mostrate positive: l'Italia sale al 2° posto nella classifica dei paesi fornitori, con un aumento del valore esportato pari a circa 64 milioni di US\$ (+226,7% rispetto al 2015) e una quota mercato che sale all' 8,7%.

Si registrano nel periodo nella categoria delle lenti correttive in vetro e altri materiali (HS900140-150) un lieve aumento del 1,3%.

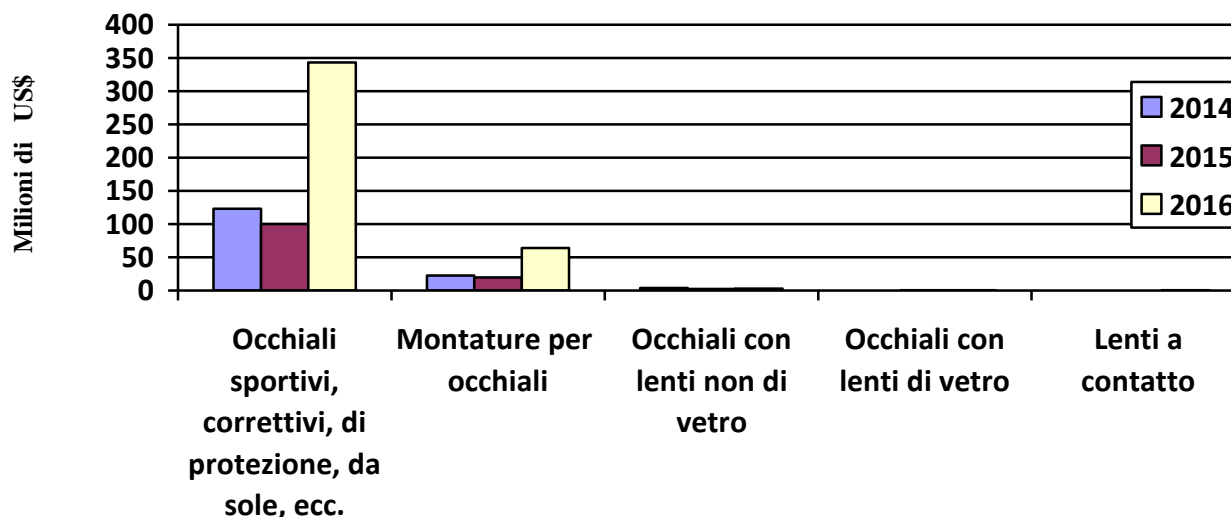
I valori delle esportazioni italiane di lenti a contatto hanno registrato una variazione percentuale positiva pari al 102,76%.

**Importazioni di Hong Kong di Prodotti Ottici (HS900130-140-150, 9003 e 9004)
 – Prodotti Italiani –**

HS	Descrizione	Milioni di US\$ gennaio - dicembre			Quota %			% Var.
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	- 16/15 -
	Italia	150.20	122.75	410.76	13.13	10.65	20.78	234.62
9004	Occhiali sportivi, correttivi, di protezione, da sole, ecc.	123.25	99.91	343.21	24.07	20.07	35.61	243.51
9003	Montature per occhiali	22.65	19.61	64.06	5.21	5.21	8.73	226.72
900150	Occhiali con lenti non di vetro	4.05	2.51	2.76	3.56	1.62	1.77	9.69
900140	Occhiali con lenti di vetro	0.17	0.51	0.30	0.11	0.42	0.07	-21
900130	Lenti a contatto	0.08	0.21	0.43	0.13	0.22	0.47	102.76

Fonte: World Trade Atlas

**Le importazioni di Prodotti Ottici (HS900130-140-150, 9003 e 9004)
 gennaio-dicembre 2014-2016 Prodotti Italiani**



6 Suggerimenti per le aziende Italiane

I prodotti italiani, grazie all'alta qualità e al design innovativo, sono affermati nel mercato di fascia medio-alta di Hong Kong e, nel settore nel suo complesso, l'Italia è il secondo fornitore di Hong Kong dopo la Cina. Tuttavia, considerata la forte concorrenza e la dinamicità del mercato, per consolidare le proprie posizioni, i produttori italiani hanno la necessità di stare al passo con i mutevoli orientamenti della domanda.

Come evidenziato in più occasioni dagli importatori e distributori di Hong Kong, i consumatori si orientano sempre più spesso verso una maggiore varietà di prodotti a prezzi convenienti. Montature colorate di diverse forme in plastica e metallo sono molto richieste nel mercato locale. Inoltre, i produttori Italiani dovrebbero considerare la diversità dei lineamenti e della conformazione del viso esistente tra europei e asiatici: non sempre, infatti, i prodotti studiati per il mercato europeo possono essere venduti con facilità nel mercato locale. A dimostrazione di ciò, va rilevato che i prodotti giapponesi, pensati e disegnati per un pubblico asiatico, godano di un buon successo. Ecco perché è consigliabile che nel lungo periodo i produttori italiani prendano in considerazione l'ipotesi di sviluppare linee specifiche per l'Asia, in modo sia da soddisfare le esigenze dei consumatori locali sia da tener testa alla rapida crescita del mercato locale.

Alcuni importatori di occhiali Italiani hanno criticato la lentezza delle imprese italiane che non permette loro di mantenersi al passo con la veloce crescita del mercato di Hong Kong, problema che

si accentua ancor di più nel mese di Agosto, quando la comunicazione tra produttore ed importatore viene a mancare.

Se le società italiane hanno un reale interesse a penetrare il mercato della regione asia-pacifico devono adattarsi ai veloci ritmi del mercato come hanno già fatto Giappone e Hong Kong, poiché una risposta rapida è la chiave sia per fornire un efficace servizio di marketing ai clienti sia per monitorare le variazioni dell'andamento dei prodotti.

Dal momento che molti importatori a Hong Kong acquistano i prodotti dagli ultimi cataloghi dei fornitori, per le società italiane diventa essenziale farsi notare e spedire campioni di prodotto ai potenziali acquirenti, verificando che i prodotti siano di alta qualità e quindi in grado di attirare il numero più alto possibile di importatori ad effettuare ordini.

Infine, per aumentare la propria quota di mercato si puo' scegliere di affidarsi a un agente locale, attraverso il quale pubblicizzare i propri prodotti in riviste di moda vendute a Hong Kong. V- Magazine e' la prima e l'unica rivista specializzata nell'occhialeria. Tuttavia, non e' necessario concentrare le inserzioni solo su riviste specializzate, poiche' possono altresì essere prese in considerazione riviste di moda come Vogue, Cosmopolitan, Bazaar, Jessica o ELLE, oltre che riviste rivolte a un pubblico di massa quali Ming Pao Weekly, Next Magazine o East Weekly.

In conclusione, non va dimenticato che le aziende italiane interessate a espandersi sul mercato di Hong Kong o su quello internazionale in generale dovrebbero anzitutto cercare di rafforzare le quote di mercato che gia' detengono mantenendo un contatto molto stretto con gli importatori e mostrandosi in grado di assisterli qualunque problema si verifichi.

7 Consigli e indirizzi utili

Come su accennato, i punti vendita dove e' possibile acquistare occhiali sono numerosissimi a Hong Kong e diffusi in ogni parte della citta'; e' consigliabile pertanto all'operatore italiano che volesse monitorare il mercato e verificare di persona le modalita' di distribuzione dei prodotti, visitare i grandi centri commerciali, facilmente raggiungibili in metropolitana: tra le stazioni di "Central" e "Admiralty" si trovano alcuni tra i piu' importanti centri commerciali della citta' come IFC MALL, PACIFIC PLACE e THE LANDMARK, all'interno dei quali sono concentrati i negozi di alta gamma che vendono occhiali di marchi famosi (soprattutto occhiali da sole); alcuni di loro fungono anche da agenti per marchi internazionali.

Oltre a Hong Kong Island, l'operatore italiano potrebbe avere un quadro abbastanza esaustivo della distribuzione al dettaglio anche a Kowloon: all'uscita D2 della stazione della metro "Mong Kok", si incontra Sai Yeung Choi Street in cui operano sia catene di negozi di occhiali sia piccoli rivenditori di prodotti ottici.

Elenco dei principali mall di Hong Kong

Centri commerciali	Indirizzo	Stazione metropolitana
APM	418 Kwun Tong Road, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong	Kwun Tong
Elements	1 Austin Road West, Kowloon, Hong Kong	Kowloon
Fashion Walk	Kingston Street, Causeway Bay, Hong Kong	Causeway Bay
Festival Walk	80 Tat Chee Road, Kowloon Tong, Kowloon, Hong Kong	Kowloon Tong
Harbour City	Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong	Tsim Sha Tsui
IFC Mall	8 Finance Street, Central, Hong Kong	Hong Kong
Langham Place	8 Argyle Street, Mongkok, Kowloon, Hong Kong	Mongkok
New Town Plaza	18 Shatin Tin Man Street, New Territories, Hong Kong	Shatin
Pacific Place	Queensway, Admiralty, Hong Kong	Admiralty
Cityplaza	18 Taikoo Shing Road, Hong Kong	Tai Koo
The Landmark	Des Voeux Road, Central, Hong Kong	Central
The Lee Garden	Hysan Ave, Causeway Bay, Hong Kong	Causeway Bay
The Peninsula Hotel	Salisbury Road, Kowloon, Hong Kong	Tsim Sha Tsui
Times Square	Russell Street, Causeway Bay, Hong Kong	Causeway Bay