

/ CASE STUDY

Vederci Lontano e approdare a nuovi mercati grazie alla sinergia della rete

**Ecco come il Distretto
dell'Occhiale ha rafforzato
la sua vocazione internazionale
con un progetto multi-partner
focalizzato su Export profilato
e Brand Identity distintiva**



Distretto dell'Occhiale

eyewear the Italian way



Monte Cristallo, Cortina A'Ampezzo (BL)
Foto di Paolo Colombera

Tra le Dolomiti Venete si concentra circa l'80% della produzione nazionale legata al mondo dell'*eyewear*. È il **Distretto dell'Occhiale**, cluster industriale che oggi conta oltre 12.000 addetti distribuiti in circa 400 imprese localizzate principalmente tra il Cadore e l'Agordino. La cultura centenaria dell'occhiale che si respira in queste valli è riconosciuta a livello mondiale dai più importanti marchi della moda, che affidano qui il 50% delle loro commesse *high end*. Assieme a Confindustria Belluno, il Distretto dell'Occhiale incentiva da sempre la **crescita del "saper fare"** ed è da questo punto che si snoda il progetto "Vederci Lontano".

/ Bisogni



*“La nostra vocazione è internazionale: il 90% della produzione è rivolto all'Export, che genera il 75% del volume d'affari complessivo. Visti questi risultati, abbiamo deciso di **rafforzare la sinergia delle imprese del Distretto** rispetto ai mercati esteri con l'obiettivo di trovare soluzioni e strategie comuni ad alto impatto”. Renato Sopracolle, Presidente del Consorzio Distretto Dolomiti Occhiale, continua: “Collaboriamo da tempo con Resolve attraverso la persona di Luca Feltrin, Technical Executive Officer della divisione consulenza di ErgonGroup. Assieme a Luca abbiamo **mappato le esigenze delle aziende** e le abbiamo **trasformate in obiettivi di sviluppo** nel progetto “Vederci Lontano”. Presentato da cinque partner, è stato finanziato per 283.000€ dal bando POR FESR 3.4.1 della Regione Veneto”.*



/ Il percorso intrapreso

In questo percorso triennale che si concluderà a fine 2023, il Distretto dell'Occhialeria è affiancato da **Luca Feltrin, Project Manager** di progetto, e da **Nicola Girotti** nel ruolo di **Temporary Export Manager**.

1 **Mappatura dei temi caldi:** un progetto di successo si basa fin dal principio su capisaldi condivisi, in cui tutti i partner si riconoscono. Assieme a un gruppo di aziende del territorio coordinate da Confindustria Belluno, abbiamo individuato le **aree prioritarie su cui lavorare in ambito Export**, evidenziando gap da colmare e desiderata di sviluppo.





2

Project Design: per passare dal "dire" al "fare", abbiamo individuato **tre pacchetti di lavoro** e affidato il loro coordinamento al Temporary Export Manager incaricato.

- 1. Analisi dei mercati-obiettivo e studio di fattibilità per sviluppare il parco commerciale;*
- 2. Piano di comunicazione individuale per i partner di progetto e globale per il Distretto;*
- 3. Sviluppo dell'Offering in chiave Export supportata da certificazioni mirate.*

Ciascuna linea d'azione dà una **risposta puntuale ai fabbisogni** riscontrati dai partner in ambito internazionale e rispetto alle situazioni contingenti di mercato.



3

Consulenze specifiche: per garantire alti standard di qualità e sostenibilità delle attività, nel primo anno di progetto ciascun partner ha beneficiato di un monte ore di **consulenza individuale definito in base alle specifiche esigenze**. Nel dettaglio, assieme al **TEM** sono stati toccati temi quali: analisi di mercato, ricerca di clienti profilati, **studio di fattibilità**, revisione dei materiali di comunicazione, diversificazione canali di vendita, sviluppo **nuovi prodotti** per i diversi mercati-obiettivo, supporto amministrativo nell'iter di **certificazione**.

4

Sensibilizzazione del territorio: oltre agli interventi individuali, il progetto prevede di portare la **cultura della sinergia a rete** in tutte le imprese del Distretto dell'Occhiale. Al fine di ottimizzare lo sforzo di ciascuna azienda, stiamo creando un'offerta di valore sinergica e distintiva, incardinata sui valori del Made in Italy e dell'artigianalità industriale.



5

Piano di comunicazione a tutto tondo: l'ultima parte del progetto è dedicata alla revisione della **Brand Identity del Distretto dell'Occhiale**.

Logo, pagine istituzionali, materiali di promozione ed eventi devono raccontare la cultura dell'occhiale che, in questi territori, è sinonimo di design, cura del dettaglio, know-how, artigianalità, passione e innovazione.

/Risultati

*“Abbiamo lavorato molto sulla strutturazione di un **metodo commerciale solido**: dalla scelta dei mercati-obiettivo allo sviluppo dell'**iter di avvicinamento al potenziale cliente**, tutte le azioni Sales e Marketing ricadono all'interno di **campagne condivise e orientate alla conversione**. L'analisi iniziale del parco clienti è stata fondamentale per definire gli obiettivi commerciali di medio-lungo termine (2-4 anni)”.*



*“Ad oggi, il risultato più significativo è l'ampliamento dell'azione commerciale oltre i confini tradizionali, con l'obiettivo di estendere il parco clienti in mercati non ancora raggiunti. Ci stiamo servendo dello strumento fieristico in modo strategico: **la partecipazione alle kermesse principali di Parigi, Milano e Monaco è stata organizzata in rete così da efficientare la presenza delle singole aziende e ottimizzarne lo sforzo commerciale**”.*





Fare rete è di fondamentale importanza per la crescita delle imprese e del territorio. Il progetto "Vederci Lontano" ha permesso alle imprese del nostro distretto di confrontarsi e di **sperimentare nuove forme di collaborazione** nonostante il difficile periodo della pandemia che ha coinciso con l'avvio delle azioni progettuali. L'esperienza di questi due anni farà sicuramente da apripista per altre esperienze future e, a questo riguardo, auspico che vi siano interessanti opportunità per il Distretto dell'Occhialeria anche nella programmazione regionale 2021-2027 al fine di potenziare la presenza delle nostre imprese sui mercati esteri.

Renato Sopracolle

Presidente Consorzio Distretto Dolomiti Occhiale