



**Vlaanderen**

is internationaal  
ondernemen



# OPTIEKINDUSTRIE IN ITALIË

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKETSTUDIE

# DE ITALIAANSE OPTIEKINDUSTRIE

Publicatiedatum / februari 2023



Flanders Investment & Trade Milaan  
T +39 02 29007080  
[milan@fitagency.com](mailto:milan@fitagency.com)

# INHOUD

---

1.	De export- en importcijfers.....	3
2.	De binnenlandse markt.....	4
3.	Optiekwaken.....	4
4.	Vakbeurs: MIDO.....	5



# 1. DE EXPORT- EN IMPORTCIJFERS

---

Op basis van de cijfers die uit nationale vakvereniging ANFAO in april 2022 werden bekendgemaakt<sup>1</sup>, hebben we onderstaande samenvatting opgesteld over de situatie van de Italiaanse optiekindustrie.

Dankzij haar sterk internationaal profiel, was de Italiaanse optiekindustrie één van de sectoren die in 2021 het beste reageerde op de coronacrisis; op de binnenlandse markt bleven inflatie en onzekerheid echter zwaar wegen op de vraag, vooral naar zonnebrillen. De waarde van de Italiaanse brillenproductie bedroeg in 2021 4,17 miljard euro, een stijging van 35% t.o.v. 2020 en 4,5% t.o.v. 2019. Het totale aantal fabrikanten daalde licht en kwam uit op 848 bedrijven, 1,4% minder dan het jaar ervoor.

De uitvoer van monturen, zonnebrillen en lenzen, die ongeveer 90% van de productie van de sector uitmaken, overschreed licht de 4 miljard euro. De uitvoer steeg met 39,2% t.o.v. 2020 en met 3,4% t.o.v. 2019. De uitvoer van zonnebrillen in 2021 vertoonde een daling van 1,6% tot ruim 2,6 miljard euro. De uitvoer van monturen daarentegen steeg met 8,1% tot 1,3 miljard euro. Moeilijkheden bij de aankoop van grondstoffen, leveringstermijnen en het fenomeen van *backshoring* beïnvloedden de invoer, die stopte op 1,1 miljard euro, een daling met 4,5% ten opzichte van de resultaten van 2019.

Wanneer we de twee macro-segmenten, zonnebrillen en monturen, in detail bekijken, kunnen we met betrekking tot de geografische gebieden het volgende vaststellen:

- De prominentste afzetmarkt voor de uitvoer van brillen is nog steeds Europa (in 2021 bleef het exportaandeel constant, met ongeveer 50% van alle uitvoer in de sector) met een trendmatige groei van 5,6% in vergelijking met 2019 (+3,2% voor zonnebrillen, +9,8% voor monturen).
- In Amerika steeg het aandeel van de uitvoer van Italiaanse brillen in 2021 tot ruim 36%. De export van zonnebrillen steeg met 13,9% t.o.v. 2019. De drijvende kracht achter deze groei was de uitstekende prestatie van de export van zonnebrillen (+15,2%), geflankeerd door +10,9% voor monturen.
- Azië werd door de verminderde internationale mobiliteit getroffen, die een groot deel van 2021 kenmerkte, maar ook door hogere vervoerskosten. Het aandeel van de Italiaanse export naar Azië is dus afgenomen tot 12% (in 2019 was dat nog ruim 16%). De trendverandering van de uitvoer in 2021 was dus negatief: -22,7% ten opzichte van 2019 (-5,3% voor de uitvoer van monturen, -28,8% voor zonnebrillen).
- Afrika blijft een gebied dat een aandeel van minder dan 2% van de uitvoer van de sector absorbeert, maar dat een goed, nog niet uitgedrukt potentieel zou kunnen

---

<sup>1</sup> [I dati ANFAO sull'occhialeria italiana: segnali molto positivi ma ancora qualche incertezza - VisionBiz](#)

vertegenwoordigen. In 2021 steeg de totale Italiaanse uitvoer van brillen naar de regio tot hetzelfde niveau als in 2019 (+0,1%).

- In Oceanië, dat een marginaal gebied blijft met een aandeel van minder dan 0,5%, steeg de Italiaanse export van zonnebrillen en monturen in 2021 met 9,4% in waarde t.o.v. 2019.

## 2. DE BINNENLANDSE MARKT

---

De cijfers van 2021 waren minder positief voor de binnenlandse markt, vooral wat zonnebrillen betreft: -23% in waarde t.o.v. van 2019. Anderzijds herstelden monturen (+6,3%) en oftalmologische lenzen (+9,1%) zich goed in 2021. Men moet benadrukken dat ooglenzen nu meer dan 56% van de omzet van verkooppunten vertegenwoordigen. De pandemie heeft de gewoontes van de consument in vele richtingen veranderd, ook in de optiekindustrie. De trends van 2021, vooral op de binnenlandse markt, waren zeker verbonden aan een groter gebruik van digitale schermen (in alle maten) en een grotere aandacht voor persoonlijke en gezondheidsgerelateerde consumptie. Dit verklaart het toegenomen gebruik van premium brillen: consumenten wilden niet langer voor de laagste prijs gaan; als het om hun welzijn gaat, maken zij steeds vaker keuzes die in de richting gaan van kwaliteit en bevrediging van hun behoeften.

## 3. OPTIEKZAKEN

---

[Vision Group](#), het grootste netwerk van optiekzaken van Italië met 2.700 winkels (200 eigen winkels, 2000+ geaffilieerde ondernemers) is in bezit van een marktaandeel van 23%<sup>2</sup>. Op basis hiervan kunnen we schatten dat ruim 11.500 optiekzaken in Italië zijn gevestigd. In 2022 heeft Vision Group belangrijke ketens overgenomen (Vistasì, 99 winkels; Far View, 75 winkels) van de Franse-Italiaanse reus EssilorLuxottica, die deze operatie moest afronden op vraag van de Europese Commissie na de overname van de Nederlandse GrandVision<sup>3</sup>.

De andere grote ketens in Italië zijn [Salmoiraghi & Viganò](#) (370 optiekzaken), [GrandVision](#) (200+), [Occhiali24](#) (350+) en [Nau](#) (170).

---

<sup>2</sup> [Il primo polo della distribuzione ottica in Italia: Vision Group \(vision-group.it\)](#)

<sup>3</sup> [EssilorLuxottica, via libera da Commissione UE ad acquisizione GrandVision | Teleborsa.it](#)

