

**APINDUSTRIA.** Forte aumento soprattutto nell'area progettuale

# Il mercato è in ripresa L'export fa da traino

La crescita è del 3,8%  
Bene Stati Uniti e Canada  
Inghilterra, Nord Europa  
e Paesi arabi

Mercato del marmo in ripresa: è quello che emerge dalle opinioni e dall'andamento delle industrie veronesi di Apindustria, di scena a Marmomacc, manifestazione di riferimento per il business e la cultura legati alla pietra naturale.

«Il mercato del marmo sta segnando una ripresa generale, soprattutto per alcuni Paesi come gli Stati Uniti ed il Canada, l'Inghilterra, il Nord Europa ed i Paesi Arabi», ha detto Davide Mascalonzi, general manager di Marcolini marmi; «inoltre, è importante investire in mercati nuovi come l'area asiatica; parteciperemo per la prima volta al Singapore stone show». Il 26° Rapporto marmo e pietre nel mondo di Carlo Montani, presentato a Marmomacc, ha segnalato un trend di crescita del settore marmo-lapideo mondiale del 3,8% sull'anno precedente. «Lavorare su progetti con architetti e designer, ma anche sul retail: sono questi i due

ambiti più importanti che ci permettono di competere a livello internazionale e che ci stanno consentendo una crescita a due cifre sui mercati stranieri», ha dichiarato Martino Franceschi, export area manager di Santamargherita. «Per le aziende italiane competere su progetti standard è più difficile perché ci troviamo davanti a competitori come Turchia, India e Cina che hanno costi diversi rispetto ai nostri», ha continuato Daniele Dal Corso, delle società Marmobon e Idealmar. «Le aziende italiane devono puntare a progetti di alta gamma, dove la competizione è dettata soprattutto dalla qualità». In generale, la percentuale di export fra le aziende veronesi del settore è pari al 95%.

«Marmomacc negli ultimi tre anni ha registrato un andamento positivo per noi espositori, grazie anche alla Fiera di Verona che coinvolge delegazioni di operatori esteri promuovendo incontri B2B», ha aggiunto Daniele Dal Corso. «Marmomacc sta segnando importanti presenze non solo nelle visite dirette in azienda, ma anche all'interno della fiera stessa. Inoltre,



Gualtiero Alberti

abbiamo registrato un'affluenza estera maggiore rispetto agli anni precedenti», ha concluso Davide Mascalonzi di Marcolini Marmi. «Il nostro settore è stato duramente colpito dalla recessione mondiale degli ultimi anni; la crescita che sta registrando non può che rallegrarci. Per le pmi veronesi di Apindustria, il marmo è uno dei settori principali del territorio, da tutelare e promuovere al meglio», ha concluso Gualtiero Alberti, presidente del settore marmo di Apindustria Verona e titolare della Marmi Alberti e della Sgv. •

**MOBILI.** Allestimenti di negozi e cucine

# Design e qualità, il Gruppo Asso si racconta in Fiera

L'azienda proprietaria dei marchi Maistri e Minotti scelta dal Politecnico per «Abitare il tempo»

«Realtà produttiva che rappresenta il connubio tra design e qualità, fusione di ricerca, arte manifatturiera e produzione di alto livello».

Con queste motivazioni il Gruppo Asso, specializzato in allestimenti di negozi e approdato tre anni fa nel mondo della cucina, prima acquistando il marchio Maistri poi Minotti Cucine, è stato scelto dall'Università del Politecnico di Milano per raccontarsi al pubblico di «Abitare il Tempo», il salone dedicato all'interior design ospitato fino ad oggi nel PalaExpo di Veronafiere, in occasione di Marmomacc.

Alla conferenza, dal titolo «Spazi del vivere quotidiano: la cucina tra storia e design», sono intervenuti Alberto Minotti e Monica Venturini, rispettivamente art director e responsabile marketing e qualità del gruppo. Ed è stata l'occasione per raccontare le ultime novità del marchio Maistri, rese possibili grazie

all'apporto creativo di Minotti, già progettista delle omonime cucine. «Il mio design, adesso, è accessibile a tutte quelle persone che potevano solo sognare un progetto Minotti», ha spiegato ieri Alberto Minotti, «vogliamo dimostrare che è possibile creare lusso alla portata di tutti».

La produzione delle cucine Maistri e Minotti è oggi riunita, all'interno degli stabilimenti Asso di Corrubbio di Negarine, a San Pietro in Cariano, in un complesso immobiliare di 45mila metri quadrati, dove sono presenti produzione e «show-room» dei due brand. «A novembre», ha sottolineato Monica Venturini, «inaugureremo un nuovo showroom Maistri a Manhattan, nel cuore della Grande Mela. La clientela internazionale, è il caso ad esempio della California, è però molto affezionata anche alle linee classiche e più tradizionali dell'azienda. Un altro punto di forza è la sartorialità che possiamo offrire grazie alla falegnameria industriale interna al gruppo».

Altra prestigiosa apertura un altro showroom a Roma, venerdì 9 ottobre. •P.L.

**LO STAND.** «Il marmo è servito»

# La scuola d'arte di Sant'Ambrogio con gli imprenditori

L'azienda Marmi Colombari ha voluto unire il cibo e il materiale lapideo in un'originale proposta

A Marmomacc la Scuola d'arte "Paolo Brenzoni" di Sant'Ambrogio di Valpolicella collabora con Marmi Colombari di Dolcè per "Il marmo è servito", unendo pietra e cibo. Lo stand dell'azienda, che da anni sostiene le attività della scuola fornendo i materiali per i corsi di mosaico, è stato studiato da Mario Borchia, allievo del corso di scultura, progettista e designer, insieme al docente Matteo Cavaioni, come un ristorante in cui si scelgono le materie prime, si cucinano attraverso vari tipi di lavorazioni e si servono a tavola.

L'imprenditore lapideo diventa dunque uno chef capace di selezionare pregiati marmi e di abbinarli per colore e lavorazione ad alcuni piatti di portata. Ne è nato un ricco menu, composto da tartare di tonno Rosso Verona, riso al Nero di Marquina, orata di Carrara con contorno di patate Gialle di Atlantide e per finire creme caramel Calacat-

ta. I materiali, lavorati da Matteo Cavaioni e da alcuni allievi del suo corso di scultura, prenderanno le sembianze dei cibi proposti.

Un'idea senza dubbio originale, nata dalla collaborazione tra l'azienda di marmo e la scuola, che quest'anno non è stata invitata dagli organizzatori della fiera a rappresentare il territorio ambrosiano durante la manifestazione. «L'impresa ha saputo e voluto cogliere l'aspetto culturale nel nostro messaggio, tanto da voler presentare con noi il suo prodotto in modo innovativo», afferma la direttrice della scuola Beatrice Mariotto. «Del resto, in un momento storico difficile in ambito industriale locale, vale la pena approfondire il rapporto tra mondo dell'impresa e attività artistica. L'arte non è fine a se stessa, ma può essere funzionale al mondo produttivo». Al termine di Marmomacc, lo stand sarà esposto domani a Sant'Ambrogio, a Villa Brenzoni Bassani, in occasione dell'evento "Rock n'food" in cui viene raccontata e illustrata la pietra, a cura dell'associazione "Le donne del marmo". •C.M.