

Economia

Marmomacc guarda oltre la crisi «Così spingiamo il made in Italy»

Crescono i buyer esteri (grazie al governo) e le iniziative di promozione. Spazi sold out, espositori da 53 paesi. E il distretto veronese inizia a respirare

La fiera

La 51esima edizione di Marmomacc si terrà nei padiglioni di VeronaFiere dal 28 settembre al primo ottobre. Saranno 1.650 le aziende espositrici, il 10% in più rispetto al 2016, provenienti da 53 paesi. Gli operatori specializzati (67mila l'anno scorso) proverranno da 150 paesi. Sold-out gli spazi espositivi, che hanno superato gli 80mila metri quadri (+4% sul 2015)

VERONA Un comparto di nicchia, reduce da una crisi durissima da cui solo adesso sta faticosamente uscendo, con un mercato italiano asfittico. Eppure, per il marmo e per la pietra, Marmomacc resta l'appuntamento che non si può mancare, la più importante manifestazione di settore a livello mondiale. Dal 28 settembre al primo ottobre, nei padiglioni «sold-out» di VeronaFiere, andrà in scena la cinquantunesima edizione. «Abbiamo fatto un lavoro importante in questi anni per mantenere il livello della manifestazione», commenta il direttore commerciale della fiera Diego Valsecchi.

All'attività fieristica tradizionale - vendere spazi agli espositori, in totale 1650 da 53 Paesi (+10% rispetto al 2015) - si sono affiancate col tempo innumerevoli iniziative di promozione e per l'incrocio tra domanda e offerta, come la Stone Academy (che vale anche come corso di aggiornamento per gli architetti) o le missioni all'estero, l'ultima a New York. Un bell'aiuto è arrivato dal piano per il made in Italy del ministero dello Sviluppo Economico, che ha finanziato l'arrivo di 300 nuovi buyer stranieri selezionati. «Marmomacc è sempre più uno strumento al servizio della crescita delle aziende»,



Missione
Maurizio Danese, presidente di VeronaFiere, è volato in Cina col dg Mantovani



spiega Giovanni Mantovani, direttore generale di VeronaFiere.

La crescita esponenziale degli espositori stranieri, primi su tutti quelli della Turchia, ha suggerito agli organizzatori di Marmomacc di realizzare una speciale vetrina per il «made in Italy» al padiglione 1. «È la risposta per quelle aziende che avevano paura di essere travolte e avevano bisogno di visibilità», spiega Elena Amodini, vice direttore commerciale della fiera. Qui, attraverso

progetti ad hoc sia sul fronte dei materiali che delle tecnologie, si troveranno i lavori di 40 aziende, quasi raddoppiate rispetto allo scorso anno.

Cresce anche la rappresentanza del comparto del marmo veronese: 22 nuove aziende, per un totale di 99. Come sottolinea il direttore del Centro Servizi Marmo Filiberto Semenzin, il distretto di Verona è incentrato non tanto (e non più) sull'estrazione (come Carrara), ma sulla trasformazione, l'innovazione e i servizi:

«La capacità di lavorazione, quella di saper presentare i migliori prodotti per la fascia più alta del mercato», dice. «La vecchia segheria di marmo soffre - conferma Arturo Alberti, presidente uscente di Apindustria Verona e imprenditore del settore - riesce a stare in piedi solo chi sa offrire servizi diversi da quelli del classico cavatore. I fatturati, comunque, si stanno alzando: un buon segnale, dopo tanti negativi, anche sul fronte dell'occupazione».

Lo sbocco, per le aziende italiane, resta sempre l'export: il 75 per cento del 4 miliardi di fatturato del settore. A Marmomacc si attendono 67mila operatori specializzati da 150 Paesi, con il debutto dell'Angola e il ritorno dell'Afghanistan. «Nuove aperture si registrano sul mercato iraniano - dice Mantovani - stiamo definendo una partnership con la fiera di Isfahan. La Cina? Qualcosa stiamo studiando anche lì». Proprio ieri, Mantovani è partito per una missione in Cina con il presidente dell'ente Maurizio Danese, che continua a seguire da vicino due dossier: la trasformazione della Fiera in spa (a breve arriverà l'ok della Regione) e gli effetti della riforma Madia sulla Pa.

Alessio Corazza

© RIPRODUZIONE RISERVATA