

## PRODUTTORI

**IL FUTURO DEL SETTORE.** I presidenti di settore di Confindustria e Apindustria di Verona: «Si sente la crisi complessiva delle costruzioni, servono più azioni per l'Italia»

# I marmisti: la qualità da sola non basta più

Le esportazioni tengono, ma il mercato interno continua la flessione e i competitor stranieri traggono vantaggio dai dazi

**Giovanni D'Alessio**

Com'è bella Marmomacc, com'è viva Marmomacc. E proprio perché è bella e viva e vogliono che sia sempre più occasione di business per le loro aziende, gli imprenditori veronesi, grandi e piccoli, del marmo vogliono dire la loro sulla rassegna internazionale sempre più crocevia mondiale per gli operatori del settore. Verona nel distretto veneto è la provincia più importante nel settore e il Distretto veneto è il più consistente in Italia.

**DISCUSSIONE CRITICA.** «Marmomacc non si discute», afferma Diego Testi, cfo del Gruppo Testi e presidente del settore marmo di Confindustria Verona, «È una grande fiera in-

ternazionale, strumento fondamentale di confronto, dibattito, aggiornamento. Detto questo, però, non sarebbe male se potessimo anche ragionare in termini di Italia, di Veneto e di Verona. Senza cadere nel provincialismo, a Marmomacc i veronesi vogliono poter dire la loro, dare un'impronta, mettere una firma per identificare e personalizzare la propria presenza. È un tema sul quale apriremo il confronto con Veronafiore e da questo confronto pensiamo che possano emergere aspetti positivi per il futuro». Da Confindustria Verona, quindi parte la proposta di «discussione critica» sulla rassegna, Marmomacc, alla quale tutti nel Distretto veneto del marmo riconoscono valore essenziale.

Sulla stessa lunghezza d'on-

da anche Gualtiero Gualtiero Alberti, titolare della A.G.V. Marmi & Graniti srl di Volargne di Dolcè, fresco di conferma alla guida del settore lapideo di Apindustria Verona, categoria che riunisce un centinaio di aziende suddivise equamente tra la Valpolicella e Valpantena. Alberti, che vanta una trentennale esperienza nel settore, è anche consigliere di amministrazione nel Centro Servizi del Marmo. «Il settore è caratterizzato più da ombre che da luci», precisa Alberti, «Da tempo, sui mercati internazionali, le grandi produzioni sono precluse per i prezzi assolutamente concorrenziali dei nostri competitor. E in questi mercati solo le aziende strutturate possono intercettare singole partite di alta qualità. Nelle nostre aziende, pur con una vocazione lapidea radicata, emerge sempre più la consapevolezza che il periodo di sviluppo, così come si è realizzato in questi 40 anni è finito e che, se non riescono a riposizionarsi, sono destinate al declino».

**DIMENTICARE L'ITALIA.** «Il mercato interno risente della crisi edilizia e per un po' di tempo lo slogan per le nostre aziende sarà "dimentichiamoci dell'Italia". Non perché non vogliamo saperne», sottolinea Testi, «ma perché la situazione non consente cambiamenti radicali e inversioni rapide di tendenza del settore. Abbiamo l'export che continua a darci ragione in mercati come Germania e Stati Uniti. Ma le

nostre aziende sono cambiate: se parliamo di prezzi, perdiamo; se discutiamo di qualità, allora possiamo vendere».

«Ma i riposizionamenti delle aziende», specifica Alberti, «si realizzano e si consolidano solo in un nuovo quadro politico, economico e sociale».

E allora ecco, secondo il leader dei marmisti di Apindustria quali sono i punti focali intorno ai quali si gioca il futuro del settore. «L'aspetto politico è legato a scelte precise. Verona è un distretto di trasformazione e acquisisce i blocchi di marmo o di granito per la lavorazione. Verona suo malgrado deve sottostare, da una parte, a restrizioni attuate dai Paesi esportatori di materie prime e, dall'altra, non impone limiti o dazi all'uscita dei materiali estratti, ritrovandoli poi come prodotti finiti lavorati all'estero a prezzi inferiori. Questo è un danno per la filiera italiana, per il made in Italy e un danno enorme di entrate fiscali e contributive dello Stato Italiano».

**L'ESEMPIO DEL VIETNAM.** Testi fornisce un esempio concreto della situazione mondiale. «È di questi giorni la notizia che il Vietnam ha detto basta all'uscita in blocchi del suo marmo. In futuro partiranno solo semilavorati. Dall'Italia, invece partono ancora i blocchi. Le nostre imprese, invece, devono puntare sulla qualità, sulle capacità delle persone che lavorano qui, sulla loro formazione per realizzare i prodotti e per la loro commercializza-



Blocchi di marmo in esposizione in una passata edizione di Marmomacc

zione e installazione, Trasformandosi, in alcuni casi in veri e propri contractor e non restando solo fornitori dei prodotti o venditori di materiali».

**CONSUMI IN CALO.** «Il calo dei consumi, sia in Europa sia sul mercato interno», sottolinea Alberti, «unito alla crisi del settore edilizio, si riflette negativamente sul comparto, che vive alla giornata per la quasi impossibilità di programmazioni attendibili. Quest'ultimo fattore, sommato alle oggettive difficoltà sul fronte del credito, impedisce a investimenti sia in macchinari e tecnologie

nuove, sia in strutture commerciali, sia, di riflesso, nella formazione e specializzazione dei collaboratori che possano accompagnare tali investimenti. Insomma», precisa Alberti, «siamo in un circolo vizioso che, dopo tre anni e più di crisi, non può più nemmeno contare sul paracadute delle riserve familiari a cui attingere. Non ci sono più soldi».

Ma nel settore non esiste alternativa ed è per questo che Testi sottolinea la necessità del confronto critico: «Sappiamo fare il nostro lavoro e siamo consapevoli delle difficoltà generali», dice. «Resta chi

sa fare con qualità; chi sa dare valore al prodotto, alla formazione, al lavoro».

**L'APPELLO.** Al richiamo al confronto con Veronafiore di Testi, si aggiunge l'appello di Alberti. «È il momento in cui tutti, amministrazioni, istituzioni, cittadini», afferma l'esponente di Apindustria, «prendano coscienza e che si assumano ciascuno le proprie responsabilità, decidendo se il settore manifatturiero che è legato al settore lapideo debba o meno avere un futuro».

@gidal

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Se il confronto rimane sui prezzi, perdiamo, ma sulla qualità non abbiamo rivali**

**DIEGO TESTI**  
CONFINDUSTRIA VERONA



**Siamo in un circolo vizioso che ci impedisce qualsiasi tipo di programmazione**

**GUALTIERO ALBERTI**  
APIINDUSTRIA VERONA