

# Marmomac 2022

**ASSOCIAZIONI** La domanda non manca mai rincarare di materie prime e energia, senza interventi di governo e Ue riducono la marginalità fino ad annullare i guadagni

## Pmi alle prese con i costi: rischio chiusure

Debora Alberti Botteon, Apindustria Confimi:  
«Le nostro made in Italy continua a non avere rivali, ma ormai aumentare i prezzi dei listini non basta»

**Valeria Zanetti**  
economia@larena.it

●● Un occhio al business, a Verona. Un altro rivolto ai decisori, a Roma e a Bruxelles. Gli imprenditori che partecipano alla 56esima edizione di Marmomac sono orgogliosi di portare in mostra il meglio delle pregiate produzioni locali, punte di diamante del made in Italy che nel campo della pietra naturale continua a non avere rivali nel mondo e desiderosi di aprirsi nuovi spazi di sbocco sui mercati esteri.

Tuttavia, sono ben consapevoli delle difficoltà di continuare a produrre con costi delle materie prime e soprattutto dell'energia sempre più elevati. Per questo sperano in aiuti dal governo e nel price cap, il limite, che l'Europa potrà applicare per calibrare i prezzi delle commodity energetiche e contenere conseguentemente costi di produzione ormai arrivati a essere fuori controllo.

È con questo spirito che le medie e piccole imprese scalere del marmo partecipano al salone internazionale del marmo e della pietra naturale che apre i battenti oggi a Veronafiere.



Debora Alberti Botteon, Referente settore marmo ad Apindustria Confimi

«Le nostre lavorazioni continuano a non aver rivali sul piano della qualità e la domanda finora non è mancata», afferma Debora Alberti Botteon, referente delle imprese del marmo in Apindustria Confimi Verona, alla quale aderiscono una sessantina di Pmi di settore e componente del cda di Verona Stone District, società consortile a responsabilità limitata, costituita nel settembre 2018, che riunisce i consorzi storici del territorio: Asmave (Consorzio marmisti veronesi) e Marmisti della Valpantena, oltre appunto ad Apindu-

stria. «Tuttavia, il made in Verona come il made in Italy sono penalizzati dai rincari di materie prime e soprattutto dell'energia che non ha uguali in Europa e che inevitabilmente si ripercuotono sui prodotti finiti», precisa, «Da mesi tutto ciò che serve per lavorare il marmo costa molto più che un anno e mezzo fa: dai metalli all'acciaio, fino ai macchinari».

Nei siti produttivi servono funi in acciaio per la movimentazione di blocchi e lastre, lana in acciaio per la lucidatura, paglia di legno nelle segherie, solo per fare alcuni



Esposizione. Operatori in visita tra i blocchi di marmo all'edizione di Marmomac dell'anno scorso. FOTO MARIO IORIO

esempi, che hanno subito tutte un deciso aumento dei prezzi. «Rispetto all'anno scorso le materie prime per la lavorazione si trovano, ma sono sempre più care e sono consegnate con tempi più lunghi», sottolinea Alberti Botteon. C'è quindi molta attenzione a non fare troppo magazzino per rimanere in un range accettabile di costi. A ciò si aggiungono le bollette dell'energia sempre più elevate, che stanno riducendo pesantemente i margini delle Pmi locali, al punto che alcune piccole aziende sembrano orientate a fare un bilancio

degli ordini dopo Marmomac per decidere se valga la pena continuare a produrre. «Oramai aumentare i prezzi dei listini non basta più, perché sui costi energetici ci fanno concorrenza i paesi Terzi, ma anche i competitor europei», osserva.

Intanto, i ripetuti lockdown in Cina hanno abbassato la pressione che i produttori del Dragone avevano imposto al mercato internazionale. La carenza di prodotto cinese è stata compensata dall'aumento di marmo e pietra indiani. Le lavorazioni top restano quelle italiane.

Sono richieste negli Usa, primo cliente dei marmisti veronesi nel primo semestre 2022 con un valore di 58,6 milioni di euro (+24,8% rispetto allo stesso periodo 2021). Sbocco che è però ha un neo: i buyer pagano con tempi dilatati, a circa 180 giorni. «Solo le imprese più strutturate possono lavorare con il mercato statunitense, perché da noi i fornitori si pagano a 30, massimo 60 giorni e serve quindi incassare per stare in equilibrio finanziario», osserva. «I produttori (l'80% circa del marmo veronese ha come destinazione l'estero, ndr) si

orientano quindi sempre più su mercati maturi europei, che da gennaio a giugno hanno espresso tutta domanda in crescita e, fuori continente, su Canada, Sudamerica e aree del Nord Africa e Medio Oriente in espansione edilizia, come Kuwait e Giordania», analizza. «Su questi sbocchi, che richiedono lavorazioni di pregio, cerchiamo di portare marmo italiano semilavorato o lavorato da imprese nazionali, per valorizzare il saper fare di tutta la filiera», dichiara la referente delle imprese del marmo in Apindustria Confimi Verona. ●