

Marmomac 2022

ENTI Al padiglione 6 la collettiva con 18 società veronesi e vicentine e i consorzi scaligeri. Sulla ripresa in atto pesano i prezzi alti di materie prime e il caro energia

Stone District, sinergie anti-crisi

Il presidente Filiberto Semenzin: «Il momento è grave e siamo preoccupati, ma le nostre aziende sanno che per poter competere si deve investire e innovare»

Valeria Zanetti
economia@larena.it

●● La 56esima edizione di Marmomac ospita la seconda presenza collettiva del Distretto del Marmo e pietra del Veronese che al padiglione 6, metterà in vetrina 18 aziende delle province di Verona e di Vicenza (da Cereser Marmi a Santa Margherita, da Marmo Elite a Marmi Santa Caterina, solo per fare qualche esempio) insieme ai Consorzi di imprese del territorio rappresentati da Asmave (marmisti Valpolicella) e Val di Pan (marmisti della Valpantena), ai quali si aggiungono le associazioni di categoria: Api-Confimi Verona e quest'anno anche Confindustria Verona.

Altra presenza importante, la Scuola tecnica di formazione professionale Arte e automazione del marmo dell'Istituto Salesiano San Zeno, che completa l'estesa filiera del lapideo veronese, che va dall'estrazione di pietra naturale della Lessinia, alla prima lavorazione o alla trasformazione più evoluta di materia prima di provenienza mondiale. La Regione e il sistema camerale hanno sostenuto anche quest'anno la proposta del distretto di presentare alla vetrina internazionale di Marmomac il meglio delle proprie eccellenze rappresentato dalle aziende venete nelle sue varie forme e specificità. Un segnale di attenzione in un momento critico. «Approfiamo a questo appuntamento gravati dai problemi

Presente anche la Scuola tecnica professionale del San Zeno. Previsti incontri nell'area forum

che quotidianamente ricadono sulle nostre imprese; difficoltà nel confrontarci con competitor sempre più aggressivi e che si sono fatti strada sui nostri mercati storici di riferimento agevolati da voci di costo meno pesanti che mai come in questo ultimo periodo incidono sulle marginalità delle nostre imprese», valuta Filiberto Semenzin, presidente di Verona Stone District e referente per il distretto industriale veneto del marmo e pietra del veronese. Il riferimento è «ai rincari dell'energia, dei trasporti e soprattutto dei noli navali, di burocrazia, del doveroso rispetto delle regole in termini di sicurezza e ambiente, che sovraccaricano i nostri bilanci e che non sempre riusciamo a trasferire sui nostri listini», prosegue. «Se da un lato è pur vero che la qualità delle nostre produzioni viene sempre più apprezzata come dimostra il trend positivo in termini di volumi di export conseguito da inizio anno a fine giugno, allo stesso tempo va segnalata una forte preoccupazione soprattutto per la parte finale d'anno», sottolinea. «Le aziende sanno che per poter competere servono investimenti importanti e continui e gli interventi in questa direzione non sono mancati», osserva Semenzin.

Dalla pandemia in avanti il flusso degli investimenti non si è arrestato per permettere al made in Verona di continuare a essere il numero uno sulle principali destinazioni. Della complessa situazione si parlerà nell'area forum. La Piazza allestita all'interno della collettiva del Verona Stone District. «Ospiteremo iniziative, seminari e lectio organizzate dal distretto, dai Consorzi e dalle singole imprese per presentare ciò che ritengo sia il miglior biglietto da visita del nostro territorio: l'amore per il proprio la-



Filiberto Semenzin

voro, la forza della tradizione, la volontà di saper investire ed innovare», annuncia Semenzin. «Quest'anno inoltre, grazie al contributo dell'ufficio marchi collettivi del ministero dello Sviluppo economico sarà organizzato un evento b2b con l'incoming di buyer dalla Germania, in collaborazione con Itkam, la Camera di commercio Italiana per la Germania di Francoforte e grazie al supporto della società di consulenza internazionale Heroes. L'obiettivo è portare a Marmomac e nel Verona Stone District una delegazione di buyer, architetti e designer d'arredo, per aumentare la nostra quota di vendite sul mercato tedesco», prosegue. Mercato che anche nel primo semestre è cresciuto a oltre 50,8 milioni (+17,2% sullo stesso periodo 2021).

La Piazza si propone di portare il maggior numero di stakeholder possibile a scoprire le potenzialità e i prodotti naturali ed esclusivi del distretto veneto e le sue aziende, nel tentativo di riuscire a rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze del mercato che è sempre in continua evoluzione», rileva infine il presidente del Verona Stone District. ●



Presenza collettiva. Un'immagine della passata edizione dell'iniziativa del Verona Stone District allo stand nel padiglione 6 di Verona fiera

INSIEME AZIENDE E ASSOCIAZIONI Per il secondo anno l'iniziativa riconosciuta dalla Regione Veneto

Nella mostra collettiva il dibattito va in «Piazza»

Per il secondo anno il Distretto del Marmo e della pietra del Veronese, riconosciuto dalla Regione Veneto, sarà presente al Padiglione 6 di Marmomac con la proposta di Collettiva regionale con 18 Aziende delle province di Verona e di Vicenza con gli attori istituzionali consorzi del territorio rappresentati da Asmave, Consorzio Marmisti Veronesi, Consorzio Marmisti della Valpantena, Api-Confimi e Confindustria Verona.

La Regione del Veneto e il suo sistema Camerale hanno sostenuto anche quest'anno la proposta del Distretto del marmo di presentare alla vetrina internazionale di Marmomac il meglio delle proprie eccellenze, rappresentate dalle aziende venete nelle sue varie forme e specificità.

I Consorzi di territorio e la

Scuola di formazione professionale rappresentata da Scuola tecnica di Formazione Professionale Arte e Automazione del Marmo Istituto Salesiano San Zeno, completeranno la filiera che mette insieme formazione, innovazione tecnologica, servizi e prodotti che da sempre hanno fatto e fanno di questo nostro territorio un esempio e un riferimento internazionale che Veronafiere, con Marmomac, ne amplifica il valore.

Aziende e associazioni si presentano a appesantiti dai problemi che quotidianamente attanagliano le loro attività: difficoltà nel confronto con competitor sempre più aggressivi e presenti sui mercati storici di riferimento, agevolati da voci meno pesanti sul tema costi che mai come in questo ultimo periodo incidono pesantemente e negativamente

sulle marginalità delle imprese.

Costi dell'energia, dei trasporti in tutte le loro dinamiche, costi della burocrazia, del doveroso rispetto delle regole in termini di sicurezza e ambiente, oneri vari di sistema che sovraccaricano i bilanci e che non sempre si riescono a trasferire sui listini.

Per questo le imprese del settore guardano con grande attesa a questa edizione di Marmomac, con la consapevolezza delle sfide che le attendono, ma anche delle potenzialità, in termini qualitativi, che le imprese del Distretto mettono in campo. Le aziende, si legge in una nota del Distretto, sanno che per poter competere vi è bisogno di investimenti importanti in tecnologia e in sistemi di trasformazione e da questo punto di vista non mancano notevoli interventi per potenziare cicli e linee di lavorazione: è questa, si legge ancora nella nota, la miglior risposta che le imprese del Distretto stanno dando, dimostrando lungimiranza e capacità di visione verso il futuro.

Anche di questo si parlerà nell'area forum della «Piazza» che è stata organizzata all'interno della collettiva del Verona Stone District dove saranno ospitate iniziative, seminari e «lectio» organizzate dal Distretto, dai Consorzi e dalle singole imprese per presentare ciò il miglior biglietto da visita del territorio: l'amore per il proprio lavoro, la forza della tradizione, la volontà di saper investire e innovare. Le eccellenze che contraddistinguono la produzione fondano le radici soprattutto su questo sistema di valori.

La «Piazza» della Collettiva ha quindi l'obiettivo di portare più stakeholder possibili a scoprire le potenzialità e i prodotti naturali ed esclusivi del Distretto e delle sue aziende. Inoltre, attraverso specifiche conferenze e incontri, saranno trattate anche vari temi di rilievo per l'intero settore per saper rispondere al meglio alle mutevoli esigenze del mercato.