

ARENA TALK A Casa Athesis gli interventi di Dal Corso Larizza e Marabelli

## «Alla pietra serve un marchio per uscire dal campanilismo»

●● Cavalcare la ripresa del settore attraverso sinergie, collaborazioni, fino all'auspicata creazione di un brand nazionale che renda il marmo italiano ancora più competitivo nel mondo. In un momento di ottimismo come quello che sta regalando Marmomac - per il ritorno alla fiera in presenza ma anche per le performance positive del settore - lasciarsi andare a grandi progetti è più facile. Realizzarli poi, è ben altra cosa. Ieri, in occasione del primo talk organizzato nello stand del Gruppo Athesis, all'interno del padiglione 12, dal titolo «Marmo made in Italy e mercati: bilancio e prospettive nel dopo-Covid» Renato Dal Corso presidente del Consorzio Valdispina e Donato Larizza, alla guida del Consorzio Asmave, hanno «volato alto» auspicando la creazione di un «marchio nazionale che faccia da cappello alla qualità del marmo made in Italy» ha detto il primo, mentre il secondo ha ricordato come sul territorio l'esempio sia stato dato proprio dai due consorzi che si sono uniti nel Verona Stone District. A tenerli con i piedi per terra Flavio Marabelli, presidente onorario di AssoMarmomacchine: «Dobbiamo piuttosto evitare che il moto sia opposto, facendo in modo che non ci siano troppi campanili, facendo quindi sintesi tra le diverse organizzazioni. Ma serve condivisione di intenti», ha sottolineato.

Marabelli, incalzato dalle domande del moderatore, il caposervizio dei settori eco-



Talk Renato Dal Corso (sx), Paolo Dal Ben, Flavio Marabelli e Donato Larizza

nomia e web de L'Arena Paolo Dal Ben, ha snocciolato i dati che hanno tracciato le dinamiche di un comparto in ripresa. «Il 2020 è stato l'anno peggiore di sempre», ha ricordato Marabelli, «perché i nostri prodotti hanno bisogno di contatto per essere venduti e invece ci siamo trovati per lungo tempo con i confini chiusi. Il 2021 è iniziato con il botto», ha detto, spiegando che «nei primi sei mesi le nostre vendite all'estero di marmi, graniti e pietre naturali in genere, comprendendo sia i prodotti grezzi sia i lavorati, sono aumentate in valore del 33,6% rispetto allo stesso periodo 2020». Il dato risente anche del confronto con i minimi toccati a marzo e aprile, durante il fermo della produzione. Ma se il confronto si fa con il primo semestre 2019, pre pandemia, il segno resta comunque positivo. «L'export nazionale», ha precisato Marabelli, «si è già riportato sui livelli semestrali pre-pandemici: +1% rispetto ai primi sei mesi di due anni fa. A registrare la crescita maggiore so-

no state le esportazioni di prodotto grezzo con la Cina che rimane primo acquirente di blocchi di marmo dall'Italia. Ma sono in forte aumento anche le vendite di lavorati che nei primi 6 mesi hanno fatto segnare +28,9%» soprattutto grazie a Usa, Europa ed Emirati Arabi.

Anche nel Veronese è andata bene: «Dopo un fermo legato al picco della pandemia», ha detto Dal Corso, «siamo ripartiti, mai con richieste enormi ma con domanda costante soprattutto da Usa e Nord Europa». «Oggi le aziende non si lamentano», ha aggiunto Larizza, «vedo molti camion che entrano ed escono dalle aziende, investimenti e richiesta di personale alla Scuola del marmo». Sembra questa la combinazione perfetta per il futuro del marmo veronese: tecnologie al servizio della trasformazione, fiore all'occhiello del distretto, e poi innovazione e formazione. Ripartendo da Marmomac, e da questo «anno zero» del marmo veronese. ● **Francesca Lorandi**