



# Un supporto per affrontare i mercati internazionali

Le iniziative del Consorzio Marmisti Veronesi per la promozione del settore lapideo sui mercati internazionali. E il progetto Marcatura Ce per la certificazione di sicurezza dei materiali. Ne parliamo con Leonello Zenatelli

Valerio Germanico

**C**on l'entrata in vigore delle normative europee sulle caratteristiche delle pietre naturali e affini destinate alle costruzioni, gli operatori del settore dei prodotti lapidei hanno l'obbligo di sottoporre i materiali ad analisi di laboratorio che ne attestino le caratteristiche tecniche e di sicurezza. I



risultati di queste analisi devono inoltre accompagnare i prodotti nella forma di una documentazione specifica. L'AS.MA.VE., consorzio che raccoglie le aziende veronesi che trattano e lavorano il marmo, ha quindi avviato, fra le attività di sostegno ai propri associati, un progetto di Marcatura Ce per l'applicazione delle normative Uni. «Lo sviluppo e il successo di questo progetto ha dato alle aziende che vi hanno aderito l'opportunità di inserirsi sui mercati con prodotti testati e certificati, andando incontro alle aspettative di un settore sempre più esigente e informato». A parlare è Leonello Zenatelli, presidente del consorzio, che spiega come si svolge l'attività di supporto del progetto.

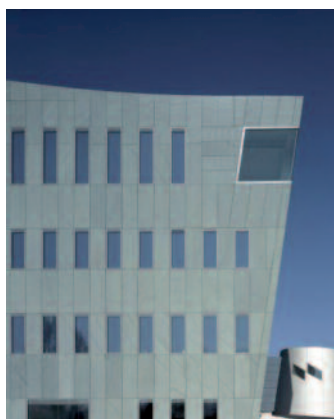
**Qual è stata la prima iniziativa attuata per rendere**

**concreto il supporto del progetto Marcatura Ce?**

«Per ottenere questo risultato abbiamo sfruttato la preziosa collaborazione del Centro Servizi Marmo Scarl, ente istituzionale dove ha sede il Distretto del marmo e delle pietre del Veneto e che rappresenta un centro polifunzionale in cui sono svolte attività di informazione, consulenza, ricerca, formazione e promozione al servizio di operatori, architetti e progettisti. Al suo interno la struttura dispone di un moderno e attrezzato laboratorio per le prove sui materiali lapidei, di un'ampia sala mostra con centinaia di campioni di vari materiali in marmo, granito, travertini e pietra artificiale, divisi per tipologie e lavorazioni della superficie, oltre che una capace sala convegni. Nato dalla volontà degli im-

Leonello Zenatelli,  
presidente  
di AS.MA.VE.,  
Consorzio Marmisti  
Veronesi, Volargne  
Dolcè (VR)  
[www.asmave.it](http://www.asmave.it)

Il Centro servizi marmo Scarl dispone di un moderno e attrezzato laboratorio per le prove sui materiali lapidei



prenditori del marmo e dalla collaborazione con la camera di commercio, il centro è diventato il punto di riferimento operativo delle attività promozionali e divulgative del settore marmo per Verona e per il Veneto».

#### **Le attività del progetto come vengono finanziate?**

«Le aziende che hanno aderito, tramite AS.MA.VE., sostengono il progetto Marcature Ce sia finanziariamente che materialmente, con la realizzazione e la fornitura dei provini necessari a effettuare le prove. Attualmente questo impegno ha portato alla realizzazione di una delle maggiori banche dati a livello europeo per la tipizzazione dei materiali lapidei e delle loro caratteristiche, con oltre cento prodotti testati il cui numero di anno in anno cresce. Le aziende

che hanno promosso e sostenuto il progetto sono state Antolini Luigi, Cereser, Cremar, Dalle Nogare, Essegi, Ganmar, Graniti Marmi Affi, Grein Italia, I.VE.CO, La Palladiana, C.E.V., Marmi Cavalò, Marmi Corradini, Marmi Rossi, Marmi Valpolicella, Marmi Zenatelli, Nikolaus Bagnara, Orobici Graniti, R.I.V.A. Marmi, Stocchero Attilio, Testi Fratelli».

#### **Quale bilancio è possibile tracciare in questo momento sulla fase che sta attraversando il mercato?**

«La crisi finanziaria mondiale ha colpito duramente le aziende che lavorano nel settore dell'edilizia. Fra queste, non fanno eccezione quelle del settore dell'escavazione, della lavorazione e del commercio in genere della pietra. I motivi di questa forte

recessione del settore nel nostro Paese non vanno però ricercati solo nei problemi finanziari mondiali. Nei mercati mondiali da anni assistiamo a una continua perdita di quote di mercato dell'Italia, un tempo leader assoluto di questo settore. Tuttavia nel 2011, abbiamo registrato una leggera crescita dei consumi di pietra lavorata».

#### **Quali sono le cause di questa perdita di quote di mercato da parte delle aziende italiane del settore lapideo?**

«I motivi di questa perdita di competitività vanno ricercati soprattutto nel costo del lavoro, >>>

» nella carenza di infrastrutture – come porti adeguati e strade –, nei costi dell'energia, in quelli generati dalla burocrazia. Inoltre, la dimensione piccola e media delle aziende del nostro settore, se un tempo garantiva la flessibilità strutturale per riuscire ad adattarsi alle situazioni mutevoli del mercato, oggi non le mette in grado di affrontare la sfida con gli importanti concorrenti stranieri, capaci, in virtù della loro struttura, di no-

tevoli economie di scala».

**Esistono anche delle cause legate al sistema del commercio internazionale?**

«Questo è un altro punto dolente. I maggiori competitor delle imprese italiane risiedono in Paesi che difendono i loro mercati con una politica di dazi all'importazione o con politiche protezionistiche sulle loro materie prime. Considerando che le imprese italiane sono sostanzialmente trasformatrici, ne deriva una perdita delle capacità di competere sui mercati internazionali. Le imprese si sono ingegnate per trovare delle soluzioni a questi problemi, puntando su prodotti di alta gamma e ad alto contenuto tecnologico ed estetico, valorizzando al massimo il valore del made in Italy e proponendo nuovi materiali e nuove lavorazioni».

**Quali potrebbero essere gli altri strumenti per risollevare**

**il settore?**

«È indispensabile non cadere nella tentazione di fermare gli investimenti, perché per quanto impegnativi possano essere, sono l'unico modo per fronteggiare i costi di produzione e mantenere alta la qualità dei prodotti stessi. È auspicabile anche che si estendano le reti di collaborazione e alleanze fra le imprese, per presentarsi sui mercati con la capacità di fornire una pluralità di prodotti a prezzi sempre più competitivi. Tuttavia serve un cambiamento di politica nei Paesi che stanno sistematicamente ponendo i maggiori ostacoli che intralciano il cammino delle imprese – per esempio, il nostro governo potrebbe avviare delle trattative per stabilire una serie di accordi commerciali».

**Il consorzio sta svolgendo un suo ruolo nella promozione delle aziende che rappresenta?**

«Asmave, nella sua piccola realtà, si sta impegnando per la messa in maggiore rilievo delle sue aziende. Lo fa con una serie di iniziative divulgative di comunicazione, per far conoscere nel mondo le capacità delle aziende veronesi e la qualità dei loro prodotti – il settore lapideo e della lavorazione del marmo ha qui una tradizione secolare. In questo modo cerchiamo anche di promuovere il nostro territorio, ricco non solo di capacità imprenditoriali, ma anche di storia e di cultura».

