

Il punto con Confindustria

“Noi produttori affidabili ma dobbiamo fare di più”

FRANCESCA BOTTENGI

Per il settore litico il 2015 è stato l'anno dei record. Le esportazioni di materiali lavorati e grezzi hanno infatti superato, per la prima volta nella storia, i due miliardi di euro, mentre le vendite all'estero di macchine e attrezzature hanno fatto segnare uno straordinario +19% sull'anno precedente. Tuttavia, guardando i dati di Confindustria Marmomacchine relativi al semestre gennaio-giugno 2016, ci si rende conto che, come dichiara il presidente onorario dell'associazione Flavio Marabelli, qualche ombra ora c'è. «L'export di pietre ornamentali ha subito una leggera contrazione rispetto allo stesso periodo del 2015: i volumi sono diminuiti del 13,9%, il valore del 3,7%. Quindi, abbiamo venduto sì un po' meno, ma è aumentato il valore del prodotto», spiega Marabelli. «Nello stesso intervallo le nostre importazioni sono calate più delle esportazioni, e questo dovrebbe favorire un apprezzamento del saldo commerciale, che - comprendendo le tecnologie - nel 2015 ha raggiunto i 2,8 miliardi di euro ed è dunque strategico per l'Italia».

Un segnale meno incoraggiante arriva dall'export del comparto macchinari, che nei sei mesi iniziali del 2016 ha perso il 17,6% se paragonato a quanto accadeva l'anno prima: «Stiamo erodendo la crescita registrata nel 2015. Da una parte, abbiamo mercati importantissimi tra cui gli Usa, che si confermano la destinazione principale, e la Spagna, che ha raddoppiato il suo import. Dall'altra, alcuni Paesi sono crollati a causa della difficile situazione politica o economica, per esempio il Brasile. Questo impatta pesantemente su un settore come il nostro che lavora per il 75-80% con l'estero sia a livello di attrezzature che di materiali. All'interno, purtroppo, non si muove quasi nulla», afferma il presidente onorario. Gli italiani restano, però, i produttori più affidabili di tecnologie lapidee. «E anche se da tempo non siamo più in testa alla classifica per la quantità di pietra estratta e venduta oltreconfine, i nostri marmi rimangono comunque fra i più richiesti. Poi, siamo unanimemente considerati i migliori nelle lavorazioni e applicazioni», conclude Marabelli, aggiungendo che i semilavorati e i prodotti finiti sono proprio quelli che nelle esportazioni resistono semestre dopo semestre.

Secondo il designer Raffaello Galotto «l'Italia è ancora riconosciuta come il Paese del marmo, e se tale valore fosse arricchito da un design made in Italy, si potrebbe suscitare un interesse maggiore in ambito internazionale. Credo che da noi ci si aspetti un ruolo di avanguardia: dovremmo continuare a essere la nazione che sperimenta e trova le soluzioni migliori per valorizzare questo patrimonio».

CRIPRODUZIONE RISERVATA

