

## IL DIBATTITO

# «Il marchio del marmo? Togliamo dal cassetto»

Il presidente della Camera di Commercio: siamo pronti a rimetterci a un tavolo con il Comune e Confindustria per la tutela del materiale estratto dalle Apuane

di **Alessandra Vivoli**

► CARRARA

I tempi sono maturi per il marchio del marmo. Un marchio che, secondo la Camera di commercio, che ci ha lavorato già tempo fa, deve essere apuo-versiliese, con tanto di disciplinare già pronto. «Basta solo rinfrescarlo» sostiene il presidente dell'ente camerale **Dino Sodini** che si dice pronto a rimettersi subito a un tavolo con il sindaco **Francesco De Pasquale** e il presidente di Confindustria **Erich Lucchetti**.

«Il marchio esiste già». La sorpresa è che un marchio esiste già, così come un disciplinare che ne regola l'applicazione. Fino ad oggi però è rimasto nel cassetto nonostante gli sforzi dell'ente camerale e dell'allora consorzio marmo artistico di promuoverne l'applicazione ed il suo utilizzo.

«Mi fa piacere che all'iniziativa de Il Tirreno si sia tornati a parlare della necessità di applicare un marchio di riconoscimento alla lavorazione e ai prodotti del marmo realizzati nel bacino apuo-versiliese. Credo che i tempi siano finalmente maturi e che ci sia una

consapevolezza della necessità di difendere la nostra tradizione e una delle principali economie della nostra regione. La Camera di Commercio è pronta a rimetterlo in gioco e ad investire nuove risorse per un eventuale restyling»: è il commento di **Dino Sodini**, presidente della Camera.

«Il marchio ha incontrato oggettive difficoltà di utilizzo in questi anni - analizza **Sodini** - ma ora intravedo il desiderio delle imprese che lavorano in questo bacino di caratterizzare con un marchio di origine e di lavorazione, così come accade per l'agroalimentare, i lavorati e tutto ciò che viene estratto e prodotto dalle nostre aziende».

Il progetto era stato sostenuto dalle associazioni di categoria, dai comuni di Carrara e Massa, dal distretto apuo-versiliese e dalla Imm di Carrara. «L'obiettivo principale del marchio è valorizzare e promuovere il prodotto marmo e la sua lavorazione in ambito locale, quale risorsa peculiare del territorio, nell'ottica di uno sviluppo integrato del settore e nella consapevolezza della sua importanza e del suo collegamento con l'intera realtà culturale ed economica locale.

Abbiamo realizzato anche un disciplinare ed il regolamento per garantire la filiera ed il consumatore finale. Come ente siamo a disposizione per sederci nuovamente ad un tavolino, con tutti gli attori, per trovare la sintesi più corretta».

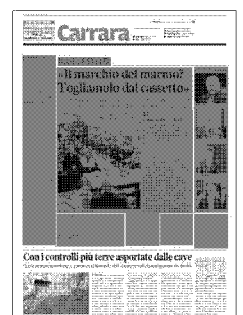
«Vi spiego perché serve la tutela del nostro materiale». Il presidente della Camera di Commercio lo dice chiaramente. I

tempi sono cambiati e ora è il momento di tutelare il marmo di Carrara, alle prese con la concorrenza degli altri produttori e le imitazioni del distretto della ceramica.

«La situazione è davvero mutata - spiega **Sodini** - Una volta anche le grandi forniture si prendevano per lo più senza ricorrere alle gare internazionali, c'ernaio parecchi rapporti diretti, insomma era tutto un altro modo di lavorare. Adesso quando si tratta di progetti importanti molto spesso si richiedono procedure complesse e anche la certificazione del materiale. Ecco quindi che il marchio sarebbe davvero un valore aggiunto per il materiale delle Apuane».

Insomma una sorta di carta di identità per il marmo di Carrara in grado di far fare un passo in avanti al distretto.

Perché, proprio come ha ribadito il vicepresidente vicario di Confindustria **Erich Lucchetti** al forum organizzato da *Il Tirreno*: «Il futuro del settore lapideo passerà necessariamente attraverso la ricerca, la formazione e l'innovazione - ha messo in luce **Lucchetti** - Ma sarà necessaria anche una



tutela dei nostri materiali, è da qui che bisogna partire».

Sembra quindi che le "prove tecniche" per il marchio del marmo siano davvero pronte a partire. E, secondo la Camera di Commercio, riprendendo un lavoro che è stata in gran parte già messo a punto, anche a livello tecnico. Basta solo farlo ripartire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La platea al forum organizzato dal Tirreno

## IL DISCIPLINARE

### Ecco dove si era arrivati

Dove eravamo: la Camera di Commercio nel 2007 in accordo con le Associazioni di categoria locali la Provincia, i Comuni di Carrara e di Massa, Il Distretto Apuo-Versiliese e la IMM Carrara - ha realizzato un progetto finalizzato al riconoscimento di un marchio geografico di tutela per il marmo del Distretto Industriale di Carrara. Obiettivo principale del progetto è valorizzare e promuovere il "prodotto marmo" e la sua lavorazione in ambito locale, quale risorsa peculiare del territorio, nell'ottica di uno sviluppo integrato del settore e nella consapevolezza della sua importanza e del suo collegamento con l'intera realtà culturale ed economica locale. Lo strumento utilizzato è stato quello di un marchio collettivo geografico che, in modo visibile ed immediato, attraverso rigorose procedure di certificazione ed in linea con la normativa comunitaria, ne garantisca e tuteli la provenienza (origine geografica e tracciabilità) e le caratteristiche di composizione.

Il marchio - denominato "Marmo di Carrara" - è caratterizzato da due sottodenominazioni alternativamente inscindibili: "Estratto nel Distretto di Carrara" o "Estratto e lavorato nel Distretto di Carrara". Questa soluzione ha consentito peraltro di utilizzare, senza problemi normativi, quale nome principale del marchio quello di "marmo di Carrara", essendo il richiamo al Distretto e quindi al territorio di riferimento assicurato poi dall'affiancamento obbligatorio di una delle due sottodenominazioni.

La consulenza tecnica è stata a cura del dottor Orazio Olivieri, esperto della società Dintec di Roma. Si doveva procedere alla costituzione del Consorzio di tutela titolare del marchio ma qui ci si è arenati.

**I PROTAGONISTI**



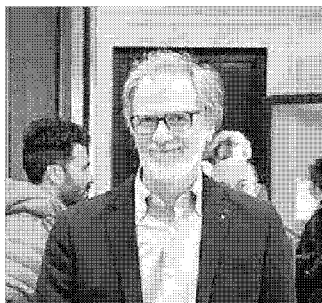
**Dino Sodini**



**Erich Lucchetti**



**Francesco De Pasquale**



**Luciano Massari**