

«Marchio del marmo, la regia è delle imprese»

Il vicepresidente vicario di Confindustria fa chiarezza sul progetto di tutela
«Gli scenari di mercato sono cambiati, dobbiamo difendere la nostra unicità»

► CARRARA

È stato proprio lui, il vicepresidente vicario di Confindustria **Erich Lucchetti**, a parlare della necessità di una protezione e tutela del marmo di Carrara. E così il dibattito sul marchio, dopo il forum organizzato dal Tirreno, è tornato d'attualità. Ora a precisare la posizione degli imprenditori è proprio Lucchetti, con una nota.

«Una autorevole ricerca di qualche anno fa ha evidenziato che il "marmo di Carrara" si colloca tra i primi dieci brand che nel mondo contraddistinguono il Made in Italy - scrive Lucchetti - Questo piazzamento, motivo di orgoglio per tutto il nostro territorio, è stato raggiunto grazie alla combinazione di tre macro fattori: le caratteristiche naturali dei nostri materiali (colori, struttura...), i capolavori artistici e architettonici che sono stati realizzati con il marmo di Carrara e il vasto patrimonio di know how e di expertise sedimentati tra quanti lavorano nelle cave e nei laboratori o curano la commercializzazione dei nostri

marmi».

«L'obiettivo primario di ogni politica di marchio, aziendale o territoriale, consiste nel aumentare l'appeal di uno o di un gruppo di prodotti. I nostri marmi godono già di elevata notorietà e forse è stato proprio questo a frenare i progetti per registrare un marchio territoriale - continua Lucchetti - Oggi gli scenari dei mercati globali sono cambiati e per Carrara un marchio di territorio può rappresentare una leva per aumentare la consapevolezza delle straordinarie caratteristiche naturali ed immateriali dei suoi marmi e delle migliori utilizzazioni che se ne possono fare grazie alla professionalità e al senso estetico delle migliaia di persone che lavorano nel settore. Passi avanti in questa direzione si stanno facendo con le show room: vendere lastre in un ambiente elegante invece che in blocchi sui piazzali è un modo efficace per spostare a valle lungo la fi-

liera la collaborazione con architetti e designer e generare più valore aggiunto».

«Negli ultimi anni, inoltre, sono aumentati a dismisura i prodotti ceramici e compositi che imitano il marmo, utilizzando in modo scorretto i nomi dei nostri materiali. prosegue la notadi Lucchetti - Per questo dobbiamo mettere in campo campagne pubblicitarie e segni distintivi facilmente identificabili in grado di rassicurare i consumatori e il pubblico che mettono in casa vero marmo di Carrara e non le sue aride imitazioni. Nel confronto con le lastre ceramiche e composite possiamo evocare a nostro favore elementi irripetibili come l'unicità del marmo di Carrara, il mito artistico che lo circonda e, sotto il profilo ambientale, il minore consumo di CO2 rispetto a tutti gli altri rivestimenti. Ovviamente deve essere chiaro che queste cose richiedono campagne promozionali dove, come sot-

to altri profili stanno facendo in modo efficace i prodotti concorrenti, si evidenziano i "plus" delle pietre naturali». «Ma per farsi riconoscere occorrono investimenti - conclude Lucchetti - in questo senso penso sarebbe più logico riunire le forze di tutto il distretto lapideo, Versilia inclusa. Per la stessa ragione, sono fermamente convinto che la regia del progetto non possa che far riferimento alle imprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

► L'INTERVENTO: SIMONE ORTORI (ARTICOLO PRIMO)

«A ogni cava devono corrispondere segheria e laboratorio»

«Lapideo: la sinistra è affetta da marmismo-leninismo, recuperi autonomia dai baroni del marmo».

Lo scrive in una nota- riflessione sul marmo Simone Ortori di Articolo primo.

«Il giudizio negativo sulla gestione dei bacini marmiferi si basa sull'incapacità da parte dei concessionari di cava di essere compiutamente gruppo dirigente

di questo territorio - scrive Ortori - Il problema non è solo l'immensa ricchezza che finisce nelle mani di pochi, provenendo dallo sfruttamento di un bene Comune finito e non riproducibile, ma il fatto che questa ricchezza non produce ricadute sul territorio, se non sottoforma di briciole».

« Non si è costruita una lavorazione locale di pregio, si è

consentita la trasformazione della marmettola - conclude la sua nota Ortori - Gli enti locali possono e devono contribuire a porre, con tutta la propria autorità, il tema della legalità e della trasparenza in questo importante settore.

A cava deve corrispondere segheria e laboratorio: scommettiamo che la zona industriale torna a lavorare? »





Il vicepresidente vicario di Confindustria Erich Lucchetti