

IL DIBATTITO SUL LAPIDEO

Una doc per il marmo dal monte ai laboratori

Parlano tre big del settore, Graziani: tuteliamo le caratteristiche naturali
Andrea Rossi: così si promuove la filiera. Santucci: e ora presto l'operatività

di **Alessandra Vivoli**
CARRARA

Un marchio del marmo per proteggere la pietra apuana. E, soprattutto, le lavorazioni che hanno il valore aggiunto del "made in Carrara". Una tutela su cui si è tornati a discutere dopo il forum sul settore lapideo organizzato dal *Tirreno*.

Graziani: Comune e Camera di Commercio devono sostenerci. Per **Roberto Graziani**, amministratore della Graziani Marmi e della Escavazione Marmi Campanili il marchio non può davvero più attendere. «Si tratta senza dubbio di una iniziativa utile quanto improcrastinabile; ci occorre l'aiuto della Camera di Commercio e del Comune di Carrara, il cui sostegno è essenziale per la realizzazione concreta dell'idea - spiega - Dobbiamo far sì che il marchio del marmo divenga al più presto una realtà operante, non soltanto quale elemento identificativo del prodotto, ma anche della sua provenienza e delle sue caratteristiche di pietra naturale. Perché è soprattutto questo che ci ha sempre contraddistinto negli anni e nel mondo: l'essere naturale».

«Proprio per questo, a mio avviso - continua Graziani - il marchio deve riguardare non solo ogni lavorazione del materiale, ma ancor più i suoi utilizzi artistici e in questo senso penso anche alle realizzazioni scultoree e agli impieghi artistici o di elevato pregio architettonico. Lo scopo non è posizionare sul mercato un singolo materiale o una

singola tipologia di lavorazione, grezza o più avanzata che sia, ma creare una sorta di vera e propria denominazione di origine controllata, che contraddistingua per tutti e non per uno o più singoli, tutto ciò che è marmo ed è made in Carrara, dalla estrazione alla lavorazione industriale alla realizzazione artistica. Questo dovrebbe diventare per Carrara e i suoi cittadini, prima che per tutti gli operatori che utilizzano marmo di Carrara, il nostro marchio nel mondo».

Andrea Rossi: così si promuove la filiera. Pone l'accento sui riflessi positivi per l'intera filiera, anche **Andrea Rossi**, amministratore di Marmi Carrara e del Fiorino, che dice: «Si tratta di una idea che mi trova completamente d'accordo; è un progetto che va nel senso che auspico da tempo, di promuovere una intera filiera di settore, non singole realtà imprenditoriali, creando valore aggiunto e prestigio per ogni fase di lavorazione e commercializzazione del marmo di Carrara, sia essa svolta da un'unica azienda "dal monte al piano", sia essa effettuata da una serie di imprese che si succedono nelle varie fasi, dall'escavazione alla trasformazione in zona. L'obiettivo è distinguere tutto ciò che viene da Carrara e che viene lavorato a Carrara, per

contraddistinguere questa provenienza geografica e questo know how, unici al mondo, su tutto il mercato mondiale delle pietre naturali».

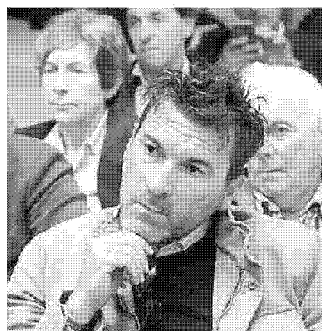
Santucci: coinvolgiamo le realtà imprenditoriali apuane. Arricchisce il dibattito **Fabrizio Santucci** amministratore del gruppo Santucci marmi e Graniti e realizzatore nel mondo di tanti progetti con il nostro marmo.

«Sono assolutamente favorevole al progetto, che dopo il positivo riscontro avuto nel contesto del dibattito promosso dal

vostro giornale, deve a mio avviso diventare operativo al più presto. Vorrei per parte mia evidenziare che se l'obiettivo è, giustamente, creare un marchio che qualifichi un materiale e la sua zona geografica di provenienza, è opportuno verificare con attenzione quali contenuti debba avere l'apposito disciplinare di marchio; in particolare, visto che il marmo più famoso al mondo, per conformazione geologica e patrimonio storico-culturale, è collocato in tutte le Alpi Apuane, e proprio da esse è sempre stato estratto per renderlo presente e protagonista nelle più grandi opere artistiche e architettoniche della storia dell'uomo, non sarebbe il caso di coinvolgere nel progetto anche gli operatori dei comuni vicini a quello di Carrara? Credo che Marmo di Carrara, in fondo, sia anche il marmo delle Alpi Apuane, quindi sarebbe opportuno che il progetto coinvolga il più possibile anche le realtà imprenditoriali che, nella medesima realtà montuosa, esercitano la loro attività di lavorazione». Concordi su questa linea anche gli altri due imprenditori Graziani e Rossi che si auspicano di sedersi al più presto a un tavolo per capire se tutto il comparto apuo-versiliese è disposto se ci sono i presupposti tecnici-giuridici a creare un qualcosa che possa entrare nella storia».



Andrea Rossi



Roberto Graziani





Una veduta delle cave di Carrara (foto d'archivio)

Mirco Felici: un marchio servirà anche a salvaguardare le piccole aziende artigiane

«I marchi che dovrebbero essere varati dovrebbero essere non uno, ma due: uno per la provenienza del marmo, ed uno per la zona di lavorazione. Un marmo di Carrara, quindi, e un made in Carrara». La riflessione è di Mirco Felici. «Potranno usufruirne solo i marmi di Carrara? O si dovrebbe estenderlo anche ai bacini limitrofi, Massa e Versilia comprese? Sarebbe possibile utilizzarlo anche per la rintracciabilità

del blocco? Quali costi può prevedere, e a carico di chi? Quali sanzioni possono essere previste per gli abusi? Sono questioni aperte da anni, che adesso però l'Amministrazione, gli Industriali del lapideo, IMM e le Associazioni di categoria non possono più tenere sospese come è successo da decenni a questa parte- continua Felici - Il secondo Marchio, non meno importante, dovrebbe essere pensato per tutto ciò che

sapientemente è lavorato nel nostro comprensorio. Questo problema riguarda principalmente le grandi e le piccole aziende, specie artigiane, che si vedono battute dalla concorrenza spietata dei paesi dell'estremo oriente (Cina e India soprattutto). Poter offrire i propri prodotti con un "Made in Carrara" certificato sarebbe certamente un grande aiuto per posizionarsi meglio nei mercati».