

Carrara e il Marmo bianco, quali prospettive?

Il Presidente di Confindustria Apuana, Lucchetti: "Non vogliamo aiuti, ma certezze per poter investire".

Mercoledì, 12 Giugno 2019 11:17



Il mercato mondiale del marmo è destinato a crescere a un tasso annuo di sviluppo superiore al 3% e dovrebbe raggiungere nel 2023 un valore di produzione pari a 64 miliardi di dollari contro i 52 miliardi di quest'anno. L'Italia, e in particolare il Distretto Apuo-Versiliese, si confermerà stabilmente nella top ten dei paesi produttori di marmo di qualità.

I dati sul mercato mondiale sono trapelati a margine di una delle più importanti manifestazioni del Distretto marmifero toscano, la White Carrara Downtown, che si è conclusa ieri a Carrara con la partecipazione sempre più qualificata anche di architetti e artisti provenienti da tutto il mondo. Ma se a livello globale si parla di una crescita del 3% annuo, i tassi di sviluppo per il marmo bianco sono destinati ad avere ben altri ritmi. Secondo una ricerca condotta da Global Info Research nei prossimi cinque anni il tasso di crescita annuo per questo prodotto di alta qualità sarà superiore all'11% da 12,2 miliardi nel 2017 a 21 milioni di dollari nel 2023.

Sui mercati mondiali però il Marmo di Carrara deve affrontare la concorrenza non sempre leale dei paesi asiatici, come India, Cina e Pakistan. Paesi che operano su dinamiche di sicurezza e di salari neppure comparabili, anche in termini di costi e quindi di competitività sul mercato globale, con quelli delle imprese italiane.

"Per noi quindi – afferma Erich Lucchetti, Presidente di Confindustria Apuana - non è possibile abbassare la guardia. Anzi. E tutte le principali aziende del territorio stanno accelerando gli investimenti in nuove tecnologie, innovazione, sicurezza, economia circolare, proprio per garantire una crescita armonica del Distretto Apuo-Versiliese. Quello che però ci serve è avere certezze sul futuro per poter programmare adeguatamente gli investimenti".

Non va dimenticato infatti che le attività connesse al marmo (cave e lavorazione) contribuiscono per il 24% al Pil di Carrara. Le 1200 aziende occupano complessivamente fra diretti e indiretti circa 5000 addetti ai quali vanno sommati i 3000 dell'indotto. Nella sola provincia di Carrara il materiale estratto da un centinaio di cave supera il milione di tonnellate, e più del 40% è lavorato in loco. Il fatturato aggregato del settore si aggira sul miliardo di euro. Di questi circa 600 milioni sono pagati ai fornitori, 145 distribuiti ai dipendenti, poco meno di 30 milioni pagati ai Comuni di Carrara, Massa e Fivizzano in quanto Tassa Marmi.

“Le nostre imprese non chiedono sgravi e aiuti – spiega Lucchetti – ma leggi chiare e giuste che consentano di tenere insieme tutela ambientale e investimenti, lavoro e sviluppo sostenibile. Ed è su questo piano che abbiamo recentemente aperto un confronto positivo sia con la Regione Toscana che con le amministrazioni comunali”.

Sino al 2016 – secondo uno studio diffuso a livello mondiale – l’Europa ha avuto una posizione dominante con oltre il 29% del consumo globale, ma tendenzialmente proprio la ripresa dell’economia mondiale, in Asia come negli Stati Uniti, è destinata sul fronte dell’offerta a generare cambiamenti rilevanti, sbloccando alcuni importanti progetti che vedono impegnate aziende del Distretto Apuo-Versiliese.

E anche in Toscana il trend sembra essere positivo, con una inversione di tendenza anche sul fronte dell’export: alla voce merci lavorate infatti il Distretto Apuo-Versiliese si è aggiudicato nel 2018 il primato delle esportazioni con un valore di 475,8 milioni di euro in leggero calo rispetto al 2017 di 2,31 punti percentuali. Per quanto riguarda i materiali grezzi esportati è sempre l’area toscana a guidare la rincorsa, con un valore complessivo delle esportazioni pari a 724,5 milioni di euro di cui 344,9 milioni di euro (in aumento del 1,1 per cento), mentre il valore dei materiali grezzi è ammontato a 210,8 milioni di euro in lieve calo dello 0,7 per cento.

“Dati che confermano – conclude Lucchetti – la centralità e la strategicità del marmo sia in quella che speriamo possa confermarsi come una ripresa in un territorio che come il nostro sta ancora pagando a caro prezzo, sia occupazionale che ambientale, il processo di deindustrializzazione degli anni 90, sia per una costante affermazione del Made in Italy di cui il marmo bianco è uno dei simboli più autentici e unici”.