

Marmomacc per i suoi 50 anni si regala 67mila visitatori, 3%



04.10.2015

Visitatori stranieri alla 50esima edizione di Marmomacc che si è chiusa ieri FOTO ENNEVI

Non potevano essere festeggiati meglio, i 50 anni di Marmomacc. che in quattro giorni ha attirato 67mila operatori, +3% rispetto all'anno scorso e 57% di presenze straniere, +9% rispetto al 2014. Sono stati 936 gli espositori esteri su 1.524, mentre le delegazioni commerciali sono arrivate da 55 Stati, 11 in più dell'anno scorso. «La rassegna ha raggiunto un tasso di internazionalità elevato su tutti i fronti», commenta Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiore, «con forti incrementi anche da aree in cui siamo presenti da anni. Questa edizione ci ha consentito inoltre un'agenda di incontri di alto livello attraverso i quali poter sviluppare collaborazioni su mercati strategici». La presenza di visitatori di qualità, interessati ai prodotti italiani, è stato ciò che più ha colpito gli espositori. I contatti si trasformeranno con ogni probabilità in contratti (molti sono già stati firmati), e in nuovo business. Questo era l'obiettivo della collaborazione tra Veronafiore, Confindustria Marmomacchine, Ice - Istituto nazionale per il commercio estero e ministero dello Sviluppo che ha inserito Marmomacc nel piano di promozione del made in Italy, permettendo un potenziamento dell'attività di incoming. «Abbiamo dimostrato al governo di aver visto giusto nel credere nelle fiere come asset fondamentale per il business delle pmi, con particolare riguardo all'export», orecusa Ettore Riello, presidente di Veronafiore. «In questi quattro giorni abbiamo venduto oltre le aspettative e rispetto all'anno scorso abbiamo incontrato più operatori specializzati e meno curiosi», ammette Giorgio Zanet, Marmi Bruno Zanet di Dolcè. «Di certo si respira ottimismo», aggiunge Silvia Conterno, responsabile marketing della vicentina Favorita, il cui 80% del fatturato è dato dall'export. «Come nelle vendite, si è notata un calo di operatori russi», afferma, «compensato da presenze da altre nazioni, India in primis». «È andata ancora meglio dell'anno scorso, i finanziamenti del ministero sono stati spesi bene», commenta Iginò Bombana, presidente della Tenax di Volargne, specializzata nella commercializzazione di prodotti per la lavorazione e trattamento di lapidei, «L'aria che si respira fa pensare che finalmente siamo usciti dalla crisi. Anche nel mercato italiano qualcosa si muove, soprattutto in quelle aziende dove c'è qualità e buona organizzazione». «Tuttavia in un'Europa che mostra segnali di ripresa, il nostro resta il mercato più lento», sottolinea Francesco Antolini, presidente di Antolini, che azzarda: "Questa edizione di Marmomacc sembra averci riportato agli anni pre-crisi".

o COPYRIGHT
Francesca Lorandi