

del 03 Novembre 2010

Il Sole  
**24 ORE**

estratto da pag. 15

**Estrattivo.** Nuove applicazioni come complementi d'arredo

## Rilancio hi-tech per il porfido

**TRENTO****Alessandra Saletti**

■ Prove di riscatto sui mercati internazionali per il porfido trentino. Il comparto sta cercando di superare un momento d'impasse legato alla crisi economica e agli intoppi normativi che hanno bloccato le concessioni per l'attività estrattiva.

Se il via libera per la ripresa su questo fronte è atteso entro fine novembre - pena la nomina di commissari da parte della provincia nei comuni non in regola - al neocostituito Distretto del porfido serve ora un piano di rilancio per affrontare il ribasso dei prezzi imposto dai concorrenti asiatici. Con un imperativo: innovare il prodot-

to per conquistare nuove nicchie di mercato.

A cominciare dalla proposta del porfido come prodotto di alto livello anche per impieghi in interno, per la realizzazione di pavimenti e complementi d'arredo, fra cui piatti doccia e piani cucina, per grandi marche. Il porfido di Cembra e Lases lavorato da Euro Porfidi Spa, ad esempio, fa bella mostra di sé nella cucina del cantante Elton John. L'azienda ha curato anche la pavimentazione della piazza del mercato di Cracovia. Il porfido trentino dell'azienda Odorizzi di Albiano è riuscito a conquistare invece l'imponente Italian Square di Melbourne, oltre al celebre de Young Museum di San Francisco.

Segnali, dunque, di ripresa per un settore che in Trentino conta 466 aziende, impegnate nelle varie fasi di estrazione, lavorazione e commercializzazione del porfido, con 3.200 addetti e circa 360 milioni di fatturato, di cui il 40% dall'export. Le prospettive di sviluppo sembrano puntare verso il consolidamento dei mercati tradizionali - Germania, Francia e Austria - e l'apertura agli emergenti Singapore, Hong Kong, Stati Uniti e soprattutto Emirati Arabi, dove si richiede prodotto di alta qualità e pezzature più ampie.

«Per aiutare il settore a ripartire - commenta Diego Laner, amministratore unico della società Distretto del porfido - abbiamo vagliato

oltre 250 progetti con l'obiettivo di rendere il prodotto più appetibile, a cominciare dal design per impieghi indoor, con nuovi spessori e disegni per rivestimenti, fino al packaging innovativo. Studiamo anche il riutilizzo degli inerti, ora pari al 30% della produzione, che potrebbero essere impiegati in agricol-

tura come fertilizzante o per la ricostruzione del fondo stradale. Ma la scommessa è quella di attuare una vera aggregazione tra le aziende, per puntare sull'automazione e la promozione unitaria del prodotto».

Superare il vecchio modello a compartimenti stagni è una priorità anche per Simo-

ne Caresia, presidente della sezione porfido di Confindustria Trento: «La trasformazione radicale del settore è cominciata una decina di anni fa. Poi è subentrata la crisi con la contrazione delle risorse delle amministrazioni pubbliche, principali committenti per l'arredo urbano, e la crescente concorrenza al ribasso delle aziende emer-

genti soprattutto di Cina e India. Il nostro modello di impresa soffre ancora oggi di un eccessivo frazionamento, ma la strada intrapresa è positiva. Occorre proseguire nella riorganizzazione generale del settore per poter offrire maggiori servizi e assicurare certificazione e tracciabilità del prodotto».