

# Marmomac più internazionale e digital

VERONA. Torna VeronaFiere dal 25 al 28 settembre 'Marmomac', la piattaforma di promozione di riferimento del comparto lapideo, un mercato che sfiora i 18 miliardi di euro di interscambio globale, e nel quale l'Italia, in particolare per i prodotti finiti e le tecnologie, mantiene saldo un primato di qualità e valore aggiunto, con un export (2018) di 2,9 mld. Quella che si apre tra breve a Verona è una rassegna sempre più internazionale e digital, attenta a promuovere insieme il business e la cultura di settore, con corsi per architetti e interior designer, rivolgendo un'attenzione particolare alle sperimentazioni artistiche e ai progetti dei grandi brand di lusso. Marmomac, giunta alla 54/a edizione, si conferma il più importante evento mondiale dedicato alla pietra naturale, ai graniti, alle tecnologie di lavorazione, e mezzi di trasporto e sollevamento, design applicato e servizi. L'internazionalità è confermata dai numeri: quest'anno sono oltre 1.650 le aziende espositrici, di cui il 64% estere da 60 Paesi oltre all'Italia, e con più di 68mila operatori specializzati e buyer attesi da 150 nazioni. Lo spazio espositivo supera gli 80mila metri quadrati, distribuiti tra i 12 padiglioni e le aree esterne. «Marmomac – ha sottolineato il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese – è la rassegna leader mondiale per tutti gli operatori del settore, in grado di giocare un ruolo fondamentale per la valorizzazione del distretto lapideo italiano». «Dunque anche in questo salone – ha aggiunto – saranno diretti gli investimenti previsti dal nostro Piano industriale al 2022, che ammonta complessivamente a 105 milioni di euro, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente la vocazione internazionale e a migliorare i servizi per gli espositori e gli operatori». Il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani, ha spiegato che «Marmomac sta ampliando sempre più la sua community globale, grazie alle

piattaforme di promozione già consolidate in Brasile e Stati Uniti e ad alcune nuove iniziative esplorative in Cina, che ci consentono di avere un respiro sempre più internazionale e interconnesso». «Infatti la rassegna – ha proseguito – punta ad essere sempre più digital. Le aziende espositrici chiedono visibilità e noi rispondiamo fornendo strumenti ancora più affinati, come il nuovo catalogo digitale People+Products+Project, che consente alle imprese di promuoverai al meglio, mettendo in evidenza la propria storia e tutto il portfolio di progetti realizzati». «Quest'anno parte inoltre una sperimentazione legata alla geolocalizzazione dei visitatori e quindi allo studio dei flussi all'interno dei padiglioni» ha concluso Mantovani.