



Esempio cave di pietra

# La pietra, una risorsa abbondante

**nel settore della pietra, risorsa abbondante in svizzera, esiste un potenziale non ancora sfruttato pienamente. eppure, non appena viene lanciato un progetto estrattivo sorgono puntualmente conflitti di utilizzazione. sui mercati internazionali, le aziende svizzere del settore devono fare i conti con la globalizzazione e con la forte concorrenza dei prodotti importati, più convenienti. ciò nonostante la creatività, la qualità e un'abile politica di nicchia permettono alla pietra svizzera di trovare sbocchi sul mercato mondiale. aziende innovative hanno individuato opportunità non ancora sfruttate, che la npr potrebbe contribuire a valorizzare.**

PIRMIN SCHILLIGER — LUCERNA

Lo gneiss della Calanca, che la ditta Alfredo Polti SA estrae dalle cave di Arvigo e lavora nel suo moderno laboratorio di Grono, viene esportato in Europa e persino in Giappone. Questa roccia, che si presenta sotto tipologie distinte per grana e per colore, ha indubbie qualità estetiche e ornamentali che vengono accentuate con la levigatura. Grazie alle sue proprietà fisiche si presta a numerosi impieghi: pavimentazioni stradali, edilizia, ambienti esterni e interni, cucine, bagni e docce.

## un emblema architettonico che ha aperto le porte del mercato mondiale

Un altro prodotto esportato con successo è il granito verde di Andeer, che viene estratto da due imprese, la Toscano AG e la A. Conrad AG. Lo si trova ad esempio nel palazzo del governo della Bassa Austria a St. Pölten, nell'ambasciata austriaca e nella stazione della metropolitana Porta di Brandeburgo di Berlino, nel museo d'arte di Bonn e nella stazione di Lucerna.

La quarzite di Vals, nei Grigioni, viene estratta dalla Truffer AG, un'azienda familiare che dà lavoro a una trentina di persone e che

può vantare una linea di produzione automatica. Questa ditta si è conquistata l'accesso ai mercati internazionali dopo aver fornito le 60 000 lastre utilizzate dall'architetto Peter Zumthor per costruire le Terme di Vals, ormai diventate un emblema architettonico. Negli stabilimenti della Truffer AG le lame in diamante riescono a tagliare la pietra con una precisione di un decimo di millimetro, una precisione che permette la posa con fughe estremamente sottili. La quarzite di Vals è stata utilizzata anche nella costruzione della Capital City Academy di Londra disegnata da Norman Foster, nella prestigiosa università di Swartmore a Philadelphia e, più vicino a noi, sulla Piazza federale a Berna.

Partendo da questi esempi, si può ipotizzare un'unica formula di successo per il settore della pietra? Titus Toscano, titolare dell'omonima impresa con sede a Andeer e presidente dell'associazione Naturstein-Verband Schweiz (NVS), svela la sua ricetta: puntare su prodotti esclusivi, nel suo caso il granito di Andeer, il paragneiss «San Bernardino Silber» e il serpentino di Poschiavo, estratti in zone impervie e di difficile accesso. Oltre alle cave, l'azienda ha un moderno laboratorio di lavorazione. La trasformazione della pietra crea valore aggiunto e permette di proporre ai clienti soluzioni individuali, un aspetto che negli ultimi anni ha garantito una crescita costante all'azienda, che esporta in mezza Europa, negli Stati Uniti e addirittura in Giappone. Per Titus Toscano il fatto di trovarsi nel cuore delle Alpi non è affatto uno svantaggio: «Trovandoci al centro dell'Europa occidentale, possiamo contare su costi di trasporto concorrenziali sui nostri principali mercati.»

## vento contrario sul mercato

Abraham Conrad, titolare della A. Conrad AG che da quattro generazioni si dedica all'estrazione del granito verde a Hinterrhein, è più cauto e fa notare che il franco svizzero forte

frena le esportazioni e le vendite. Sottolinea poi che la pietra naturale svizzera ha una chance sul mercato solo se non ha equivalenti dal punto di vista del colore, della struttura e delle proprietà tecniche. Se in Cina o in Sudamerica vi fossero giacimenti simili, le imprese svizzere verrebbero rapidamente estromesse dal mercato, a maggior ragione ora che le distanze non contano più. Basti pensare che i costi di trasporto dalla Cina a Basilea corrispondono all'incirca a quelli tra Andeer e l'ansa del Reno.

La concorrenza dai paesi in grado di mettere sul mercato materiali a prezzi competitivi grazie a bassi costi di produzione spinge l'industria locale della pietra in nicchie di mercato sempre più esigue. Un'evoluzione che le imprese ticinesi del settore conoscono bene: da metà degli anni 1990 a oggi il loro numero si è praticamente dimezzato passando da 80 a 40. Secondo Mauro Bettazza, presidente dell'Associazione Industrie Graniti Marmi e Pietre Naturali del Ticino (AIGT), la fase peggiore è alle spalle: chi è riuscito a sopravvivere nell'attuale congiuntura difficile non ha nulla da temere per il futuro.

## ostacoli all'estrazione

Gli esperti del settore sono unanimi nell'affermare che dal punto di vista geologico le possibilità estrattive sono lungi dall'essere sfruttate pienamente. Nelle Alpi svizzere si trovano numerosi graniti, gneiss, quarziti e pietre calcaree ad alto valore ornamentale e di grande qualità. Lorenzo Zanetti, responsabile dello sviluppo regionale presso l'Ufficio dell'economia e del turismo dei Grigioni, sottolinea che nella maggior parte delle regioni il potenziale estrattivo che ancora esiste per molti tipi di roccia non viene utilizzato o lo è in modo insufficiente. La pietra è una risorsa abbondante in Svizzera.



«nella maggior parte delle regioni il potenziale estrattivo per molti tipi di roccia non viene utilizzato o lo è in modo insufficiente. La pietra è una risorsa abbondante in Svizzera.»

Lorenzo Zanetti  
responsabile dello sviluppo regionale, Grigioni

Va detto però che lo sfruttamento di questa risorsa si rivela assai difficile dal punto di vista ambientale. Tobias Eckardt, vicepresidente dell'associazione Naturstein-Verband Schweiz (NVS), ricorda che molte ordinanze e leggi hanno posto grossi ostacoli all'industria della pietra. La lotta per ottenere una licenza per l'estrazione costa energia, tempo e denaro e blocca l'innovazione. Secondo Urs Giezendanner, responsabile del servizio dello sviluppo regionale della Surselva, l'esempio della Truffer AG, che con nuove idee e un marketing professionale dimostra che esistono possibilità di mercato effettive, sta facendo scuola. Altre aziende in fase di sviluppo hanno iniziato a collaborare con architetti di fama, ma ce ne sono ancora troppe che lavorano con metodi tradizionali. Per Giezendanner, non basta vendere, occorre innovare.



## meno regole, più contributi pubblici

Come possono gli strumenti di promozione statale quali la Nuova politica regionale (NPR) dare uno stimolo all'industria della pietra? È una domanda delicata, in quanto sono proprio le condizioni quadro statali ad essere considerate un ostacolo da tante imprese. Abraham Conrad afferma senza mezzi termini che le imprese hanno bisogno di meno regole e di più agevolazioni in materia di trasporto e di protezione ambientale. Per Titus Toscano la priorità va data all'accelerazione delle procedure. Il rilascio di una concessione per una nuova cava o per l'ampliamento di una cava esistente può infatti durare dieci anni o più - tempi (e costi) che una PMI non è in grado di sopportare.

Dal canto suo, il presidente della NVS ha idee concrete sul tipo di aiuti pubblici che potrebbero rilanciare l'industria della pietra e ritiene che si potrebbero avviare programmi analoghi a quelli per la promozione del legno. Gli ambiti settoriali non mancano: ricerca e sviluppo, pubblicità e marketing, formazione e aggiornamento, engineering presso le scuole universitarie (professionali), maggiore spazio alla pietra nei programmi di studio delle scuole di architettura, sostegno alle aziende esportatrici che partecipano a fiere internazionali del settore - per non citarne che alcuni.

Un progetto lanciato dalla A. Conrad AG dimostra com'è possibile sfruttare nuove opportunità di mercato rafforzando la ricerca e lo sviluppo. In collaborazione con un ingegnere tedesco la ditta ha sviluppato un materiale che permette di rivestire sottili lastre di gneiss con fibre di carbonio, ottenendo grande resistenza alla flessione. L'azienda Zai di Disentis lo utilizza da due anni per fabbricare sci esclusivi. Il materiale potrebbe anche trovare un impiego nell'industria aeronautica perché lo gneiss ha la stessa densità dell'alluminio.

## un potenziale da valorizzare

Anche se la pietra ha un grande potenziale, spesso mancano i mezzi per valorizzarlo. Giezendanner rileva che la produzione in serie è molto costosa, in particolare se si devono acquistare macchine CNC (con controllo numerico). Per contenere i costi, le imprese potrebbero creare un pool di macchine e utilizzare congiuntamente le costose infrastrutture.

Anche Zanetti ritiene che si possa valorizzare la pietra naturale con l'aiuto di progetti NPR. Occorrono idee innovative lungo



tutta la filiera: servono metodi di estrazione e di lavorazione più razionali per ottenere prodotti più elaborati e di dimensioni più piccole. Alcuni esempi emblematici sono l'orologio «Tissot Rockwatch» e i flaconi di profumo in pietra della Bregaglia. Anche l'iniziativa della sezione grigionese della SSIC, che ha pubblicato un opuscolo per promuovere l'impiego della pietra naturale come materiale di costruzione («Natürlich bauen. Mit der Kraft der Bündner Berge»), va nella giusta direzione. Ma è anche necessario ripensare sostanzialmente il rapporto tra lo sfruttamento di questa risorsa e la tutela della natura e del paesaggio, una delle priorità della pianificazione del territorio. La presenza di determinati tipi di pietra è legata a particolari caratteristiche geologiche e l'estrazione e l'utilizzo della pietra naturale sono una tradizione tipica della regione alpina. \\\

[www.nvs.ch](http://www.nvs.ch)

## **D** Die Schweiz ist steinreich

Aus geologischer Sicht ist klar: Die natürliche Ressource Stein birgt in der Schweiz ein längst nicht ausgeschöpftes Potenzial. Umweltpolitisch und wirtschaftlich gibt es allerdings Hindernisse: Bei Abbauvorhaben kommt es schnell zu Nutzungskonflikten. Zudem spüren die Schweizer Steinunternehmen den globalen Wettbewerb und müssen sich internationaler Billigkonkurrenz erwehren. Trotzdem beweisen Unternehmen wie die Alfredo Polti SA im Calancatal/Misox, die Truffer AG in Vals, die Toscano AG in Andeer und am selben Ort die A. Conrad AG, dass mit Ideenreichtum, Qualität und einer geschickten Nischenpolitik Steine aus der Schweiz erfolgreich weltweit vermarktet werden können.

Diese Beispiele deuten ungenutzte Möglichkeiten an, denen allenfalls auch die NRP die Initialzündung geben könnte. «Mit Programmen, wie sie vorbildlich zur Förderung von Holz verwirklicht wurden, könnte auch der Baustoff Naturstein gefördert werden», sagt Titus Toscano, Chef des gleichnamigen Unternehmens in Andeer und Präsident des Naturstein-Verbands Schweiz (NVS). Und er zählt Themenbereiche auf: Forschung und Entwicklung, Werbung und Marketing, Aus- und Weiterbildung, Engineering an (Fach-) Hochschulen, stärkere Gewichtung von Steinen in den Ausbildungsplänen von Architekturschulen, Unterstützung exportorientierter Unternehmen an internationalen Messen usw.

Auch Lorenzo Zanetti, Leiter Regionalentwicklung beim Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (AWT), betont: «Die meisten Regionen verfügen über ungenutzte oder untergenutzte Abbaupotenziale für verschiedenste Steinsorten – die Schweiz ist steinreich.» Um mit Hilfe von NRP-Projekten die Ressource Stein wieder vermehrt in Wert zu setzen, seien aber innovative Ideen entlang der ganzen Wertschöpfungskette notwendig. \\\

Die vollständige Fassung dieses Artikels finden Sie unter [www.regiosuisse.ch/download](http://www.regiosuisse.ch/download)

## **F** La suisse est très riche en pierres

C'est évident du point de vue géologique: le potentiel de la pierre en tant que ressource naturelle n'est de loin pas épuisé en Suisse. Son exploitation est toutefois confrontée à des obstacles environnementaux et économiques: les projets d'extraction se heurtent rapidement à des conflits d'utilisation. Les entreprises suisses de la branche ressentent en outre la concurrence mondiale et doivent se défendre contre les bas prix internationaux. Des entreprises comme Alfredo Polti SA, val Calanca et val Mesocco, Truffer AG, Vals, Toscano AG et A. Conrad AG, Andeer, démontrent néanmoins que l'inventivité, la qualité et une politique de niche habile

permettent de commercialiser des pierres de Suisse avec succès dans le monde entier.

Ces exemples signalent des possibilités inexploitées auxquelles la NPR pourrait peut-être aussi donner un coup de pouce. «Des programmes analogues aux programmes exemplaires réalisés pour la promotion du bois permettraient aussi de promouvoir la pierre naturelle comme matériau de construction», déclare Titus Toscano, chef de l'entreprise du même nom sise à Andeer et président de l'Union suisse pierre naturelle (NVS). Il énumère les thématiques: recherche et développement, publicité et marketing, formation et perfectionnement, ingénierie auprès des hautes écoles (spécialisées), pondération plus importante de la pierre dans les plans de formation des écoles d'architecture, soutien aux entreprises exportatrices lors de salons internationaux, etc.

Lorenzo Zanetti, responsable du développement régional à l'Office de l'économie et du tourisme du canton des Grisons (AWT), souligne lui aussi que la plupart des régions disposent d'un potentiel d'extraction inexploité ou sous-exploité pour les sortes de pierres les plus diverses: la Suisse est très riche en pierres. Remettre en valeur cette ressource à l'aide de projets NPR requiert toutefois des idées innovantes tout au long de la chaîne de création de valeur. \\\