

La manifestazione in programma a Veronafiere dal 23 al 26 settembre

AL 59° MARMOMAC 1.400 AZIENDE DA 50 PAESI PER UN MERCATO DA 10 MILIARDI DI EURO

Presentata oggi a Milano l'edizione 2025 della fiera leader per la filiera tecno-lapidea mondiale. Bricolo (presidente Veronafiere): «A Marmomac industria e cultura si incontrano per generare valore economico e visioni condivise». Reburghini (dg Veronafiere): «Un acceleratore di opportunità per le imprese con incoming mirato da più di 40 mercati, dagli Stati Uniti alla Penisola Arabica».

Milano, 16 settembre 2025 – Un fatturato aggregato di **10 miliardi di euro**: è il valore espresso dalle circa **1.400 aziende** del settore tecno-lapideo che dal 23 al 26 settembre hanno scelto **Marmomac** per promuovere il proprio business.

Una community di imprese leader che parla oltre cinquanta lingue, con più di due terzi degli espositori (66%) provenienti dall'estero, a conferma della vocazione globale di un appuntamento che trasforma la **Fiera di Verona** per quattro giorni nella capitale internazionale di marmi, graniti, pietre ornamentali e tecnologie di lavorazione all'avanguardia.

Sono 12 i padiglioni da visitare, a cui si aggiungono 8 aree esterne e, per la prima volta, gli spazi delle Gallerie mercatali, per un totale di oltre 76mila metri quadrati espositivi.

Alla presentazione della 59^a edizione di Marmomac, oggi a Milano, hanno partecipato **Federico Bricolo**, presidente di Veronafiere; **Barbara Ferro**, amministratrice delegata di Veronafiere; **Adolfo Reburghini**, direttore generale di Veronafiere; **Valeria Santolin**, exhibition manager area B2B di Veronafiere; **Francesca Zivelonghi**, event manager di Marmomac; **Flavio Marabelli**, presidente onorario di Confindustria Marmomacchine; ed **Emanuele Di Faustino**, responsabile Industria, Retail e Servizi di Nomisma.

«*Marmomac non è soltanto una fiera – ha spiegato Federico Bricolo, presidente di Veronafiere – ma la piattaforma dove il comparto lapideo dialoga con il mondo, unendo eccellenza industriale, ricerca tecnologica e cultura. In un contesto globale segnato da dazi, conflitti e geografie logistiche sempre più variabili, Marmomac si propone quindi come punto di riferimento stabile, in cui il settore rafforza alleanze strategiche e si apre a nuovi mercati*».

Marmomac si conferma un osservatorio unico sul comparto a livello mondiale. Anche in questa edizione alle porte, l'Italia rimane il primo Paese espositore con 468 aziende, seguita dalla Cina con 250, dalla Turchia con 142, dalla Spagna con 70 e dall'India con 62: una istantanea che fotografa i reali equilibri competitivi del settore.

«*Il valore economico delle imprese presenti – ha commentato Adolfo Reburghini, direttore generale di Veronafiere – racconta un ecosistema che trova nella fiera non solo un acceleratore di crescita e di contatti internazionali, ma anche una piattaforma strategica per cogliere le prospettive offerte dall'innovazione tecnologica. Qui le aziende possono trasformare queste spinte in nuove direzioni di business e in un rafforzamento della propria competitività*».

Con il supporto di **ITA-Italian Trade Agency** e la partnership con **Confindustria Marmomacchine**, Marmomac 2025 accoglie delegazioni di operatori e decision maker da più di **40 mercati** – dalle Americhe all'Asia, dall'Africa all'Europa – con un focus mirato sulla **Penisola Arabica**. Secondo l'ultima ricerca di Nomisma per Marmomac, infatti, le importazioni di pietra naturale nell'area del Golfo hanno superato **1,3 miliardi di euro nel 2024** (+29% sul 2019) e, grazie a progetti di real estate e hospitality da oltre 1.600 miliardi di dollari, la

regione si conferma uno dei mercati più dinamici per il settore lapideo. L'Italia qui si posiziona come **secondo esportatore dopo la Cina**, con una quota in crescita in Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti e Bahrein.

È proprio sull'analisi costante dei dati che Marmomac ha costruito il suo programma di incoming, selezionando operatori da Paesi come Stati Uniti, Canada, Cina, India, Qatar, Brasile, Singapore, Algeria, Vietnam, Australia e molti altri. Gli incontri B2B organizzati sono andati sold out in pochi giorni, a conferma della forte domanda di matching qualificato per sviluppare nuovi accordi commerciali e opportunità di export.

La forza di Marmomac, inoltre, sta anche nel saper sviluppare la dimensione culturale come leva per il business. Ne è esempio **The Plus Theatre**, cuore creativo della rassegna, che propone mostre, installazioni e talk con università e designer da tutto il mondo, trasformando la pietra naturale in linguaggio di progetto e strumento di ricerca che esplora nuove tendenze come la sostenibilità dei materiali. Dal 1998, inoltre, la **Marmomac Academy** offre percorsi di formazione accreditati a livello internazionale per architetti e progettisti, rafforzando il legame tra manifattura, design e nuove generazioni.

Un modello che il Gruppo Veronafiere ha portato oltre i confini italiani, con il debutto di **Marmomac Brazil**, quest'anno a San Paolo, e missioni commerciali negli Stati Uniti e in Medio Oriente. È la conferma di una strategia in cui Verona resta il baricentro di un network fieristico internazionale che, anno dopo anno, consolida la leadership mondiale per la pietra naturale.

www.marmomac.com