

## CASA | LE STORIE

# A Murano il teatro del vetro: «Il capitale? Il fascino della tradizione»

## Seguso Experience e una fornace che comincia nel 1397. «La sostenibilità è anche culturale»

di **Fabio Bozzato****L'azienda**

Con 620 anni di storia e 23 generazioni in fornace, la famiglia Seguso è tra i più antichi artigiani del vetro della laguna veneziana. Oggi produce complementi d'arredo su misura, illuminazioni e varie collezioni di vetri d'arte, ed è presente nelle collezioni permanenti di 75 musei di tutto il mondo.

**S**abbia e fuoco. Possiamo chiedere in qualunque fornace a Murano e la risposta sarà sempre la stessa. Il vetro è solo questo. Perché diventi un'ordalia di riccioli o un minimale accenno di curve, fino ai sinuosi giochi cromatici e le rigature e le onde, allora non bastano la sabbia e il fuoco. Ci vuole il fiato dei maestri. E poi il comando sul tempo e la coreografia degli attrezzi.

C'è chi lo fa da 23 generazioni, come i Seguso. Il nome di Antonio Filux Segusi si può leggere infatti in un documento datato 3 maggio 1397. Per la Serenissima, quella del vetro era una delle produzioni strategiche, tanto quanto costruire navi e commerciare stoffe e sale.

Un secolo prima, un editto del Consiglio della Repubblica datato 1291 aveva stabilito lo spostamento e la concentrazione di tutte le fornaci nell'isola di Murano, nella laguna di fronte a Fondamenta Nuove, il

lembo più a nord della città-pesce. Troppo pericoloso avere fabbriche di fuoco in pieno centro abitato. E troppo preziosi i segreti della lavorazione per non concentrarli in un'unica isola-distretto.

«A un certo punto ci siamo chiesti: cosa significa per la stessa famiglia continuare a far vetro dopo 23 generazioni?», sorride Gianluca Seguso. Cioè: «Cosa significa farlo sei secoli e due decenni dopo?».

Il vetro ha superato le prove della Storia, i cicli dell'economia, l'andirivieni dei gusti, le sfide della tecnologia, le soluzioni per non inquinare i luoghi e non avvelenare le maestranze. «Ovvio: il primo problema della sostenibilità è quello ecologico — continua l'amministratore dell'impresa veneziana — Ma cosa sia la sostenibilità culturale e sociale per un'impresa ci è sembrata la vera scommessa». La lezione, dice, è venuta osservando «le economie all'estremità delle società e del mondo. La capacità di usare i saperi antichi in un mondo completamente nuovo. E di farlo con modi e

**Fucina**

Da sinistra Gianluca e Pierpaolo Seguso, ceo e direttore creativo della Seguso vetri d'Arte e 23esima generazione della famiglia (foto Bozzato)

**Il percorso**

«Far vivere la fornace, con tanto di caschetto in testa, è il miglior modo di raccontarla»

linguaggi ugualmente nuovi».

Saper riutilizzare tutto, dunque. Stampi e segreti, accessori e pigmenti, alito e aneddoti. Fino a trasformare la stessa fornace da luogo dove gli sguardi indiscreti venivano tenuti molto alla larga, in uno

spazio da esporre e da rendere familiare. I Seguso hanno capito che il fascino della loro storia è il vero scarto di lavorazione della fornace, il più prezioso, da mettere a valore. Il fascino come capitale.

È così che è nata la Seguso Experience, un viaggio nella fornace che attira i visitatori, i clienti affezionati e quelli potenziali. Una vera immersione, caschetto in testa nella fabbrica in funzione, gli operai al lavoro, i maestri all'opera, il rumore degli attrezzi, il sibilo dei forni, il calore del fuoco, l'odore acre, la massa incandescente che prende le forme di magnifiche creature commissionate da artisti, designer, architetti.

«Non è un'operazione di marketing, né didattica. Né il racconto di ciò che non si vede o di ciò che è stato», continua Seguso. «Ma uno "storytelling": vivere la fornace è il miglior modo per raccontarla. L'impresa circolare è la circolarità delle idee e delle sensazioni. Ogni cosa diventa materiale di bellezza. E la bellezza è tale perché si può distinguere».